



Veiledning

Veg og reiseliv



Veg og reiseliv



Statens vegvesen

Håndbøker i Statens vegvesen

Dette er en håndbok i Vegvesenets håndbokserie, en samling fortløpende nummererte publikasjoner som først og fremst er beregnet for bruk innen etaten.

Håndbøkene kan kjøpes av interesserte utenfor Statens vegvesen til de priser som er oppgitt i håndbokoversikten – håndbok 022.

Det er den enkelte fagavdeling innen Vegdirektoratet som har hovedansvaret for utarbeidelse og ajourføring av håndbøkene.

De daglige fellesfunksjonene som utgivelse av håndbøker fører med seg, blir ivaretatt av håndbokekspedisjonen.

Vegvesenets håndbøker utgis på 2 nivåer:

Nivå 1 – Rød farge på omslaget – omfatter forskrifter, normaler og retningslinjer godkjent av overordnet myndighet eller av Vegdirektoratet etter fullmakt.

Nivå 2 – Blå farge på omslaget – omfatter veiledninger, lærebøker og vegdata godkjent av den avdeling som har fått fullmakt til dette i Vegdirektoratet.

Veg og reiseliv

Nr. 205 i Vegvesenets håndbokserie.

Forsidefoto: Heidi Meyer Midtun

Foto side 3: Bjørn Erik Olsen

Layout: Grafisk senter,
Statens vegvesen Rogaland

Opplag: 3000

Trykk: Stavanger offset

ISBN 82-7207-454-0

Forord

Statens vegvesen har eksistert omtrent like lenge som det har eksistert vegbasert turisme i Norge. I årenes løp har etatens tilrettelegging for disse trafikantene i hovedsak omfattet utbygging av rasteplasser av varierende standard. Noen steder har tiltakene vært sett i sammenheng med kjøre- og hviletid for tungtrafikken, mens en andre steder har nøydt seg med små stopplommer med bord, benker og en søppelkasse. Som skiltmyndighet har vegetaten dessuten et ansvar for at trafikantene finner fram til serviceanlegg, severdigheter m.m.

Vegvesenets ambisjoner og rolle i samfunnsplanleggingen fordrer aktiv deltakelse i utvikling av reiselivsnæringen. På mange måter krever dette ny kunnskap: Denne delen av næringslivet har ikke alltid ferjefrie samband og best mulig vegstandard som sine primære krav overfor vegmyndighetene. I tillegg krever etatens utvidete ansvar for natur- og kulturmiljø at vi tar hensyn til også disse forholdene når vi legger til rette for ferdsel ved og langs vegene.

Veger har ulike funksjoner, og vi kan i turistsammenheng forholde oss til tre typer veger: turisttransportruter, turistvennlige veger og nasjonale turistveger. Håndboken gir en generell innføring i noen tema om tilrettelegging for vegturister som til nå ikke har vært dekket i tidligere håndbøker utgitt av Statens vegvesen. Hensikten er at planleggere og saksbehandlere skal få et innblikk i saksområdet, ikke bare i Vegvesenet, men også innen andre offentlige etater, reiselivsnæring, private bedrifter o.s.v. For øvrig vil vi henviser til andre håndbøker og lærebøker for dem som vil ha utdypende kunnskap om de enkelte tema.

Håndboka er utarbeidet av Reiselivsprosjektet ved Miljø- og samfunnsavdelingen.

Vegdirektoratet, mai 1998



Olav Sjøfteland
Vegdirektør

Innhold

Kapittel 1	Innledning Historikk Reiselivsnæringen Reiselivsproduktet og reiselivsmarkedene Norges satsingsområder og målgrupper Vegturistenes ønsker, behov og forventninger	6
Kapittel 2	Vegetatens ansvar Målsetting i forhold til kundegrupper Vegenes funksjon i turistsammenheng	16
Kapittel 3	Vegen i landskapet Turistenes forventninger og ønsker Landskapet Vegen og omgivelsene Turistvennlig arealforvaltning	20
Kapittel 4	Tilbud langs vegen Vegturistenes behov for service Turistattraksjoner Aktiviteter Funksjonshemmedes behov	28
Kapittel 5	Turistinformasjon Turistens informasjonsbehov Informasjonskanaler Hvor skal informasjonen gis? Informasjonstavler Brosjyrer Informasjonsark Skilting	38
Kapittel 6	Sykkelturisme Sykkelturisten Framkommelighet Anbefaling av sykkelruter Service Andre tilbud til sykkelturistene Noen råd ved nye traséer/ruter	46

Kapittel 7	Ferjeturen Turistenes vurderinger Krav til framkommelighet Ferjestandard Informasjon Ferjeleiers landområde Tilrettelegging for kommersielle tilbud	52
Kapittel 8	Nasjonale turistveger Hvordan få status som nasjonal turistveg? Enkelte tips og fallgruver	56
Spesialtema 1	Reiselivsprosjektet Formål og bakgrunn De viktigste erfaringene fra prosjektet	60
Spesialtema 2	Informasjonstavler og informasjonssystemer Utforming av informasjonstavler Organisering av arbeidet med turistinformasjon	64
Spesialtema 3	Drift og vedlikehold av rasteplasser Behov for drift og vedlikehold Drifts- og vedlikeholdsrutiner Øvrig drift og vedlikehold	74
	Litteraturliste	80

1 Innledning

Når startet den vegbaserte turismen i Norge, hvilke land kommer de utenlandske turistene fra, hvordan er reiselivsnæringen organisert, og hva har den å tilby?



Foto: Norsk vegmuseum



Foto: Axel Lindahl



Og så kom bilen...

Foto: Norsk vegmuseum

Historikk

I siste halvdel av 1800-tallet var det en stor økning av utenlandske turister til Norge. Veksten var særlig knyttet til en romantisk dyrking av dramatisk og vill natur. I tillegg bidro Oscar IIs kroningsferd, Thomas Cooks organiserte norgesreiser og Keiser Wilhelm IIs reiser til at Norge ble kjent som reisemål.

Turismen begynte i fjordene og ved kysten og var basert på reiser med skip. Av og til var det utflukter fra turistskipene til attraksjoner, noe som fremdeles er et viktig tilbud til cruiseturistene. Transporten fra Geirangerfjorden opp på fjellet er ett eksempel på dette. Fra 1870-årene var det også en viss vegbasert turisme på Østlandet. Den første «automobilturisten» i Norge kjørte i 1901 over Filefjell.

Den vegbaserte turismen skjøt fart mot slutten av 1930-årene og hadde en kraftig økning fra 1950-årene. Fritt bilsalg og standardheving av vegnettet i 1960-årene medførte også flere bilturister. Innføringen av lørdagsfri for arbeidstakere og skoleelever rundt 1970 var i tillegg viktige forutsetninger for økt helgeutfart. Flere fritidshus gav en ytterligere trafikkvekst.



Hotel Union Øye,
Rv 655, Møre og Romsdal.
Foto: Tone Georgsen

Reiselivsnæringen

Reiseliv er ingen bransje eller næring i tradisjonell forstand. Reiselivsnæringen blir vanligvis beskrevet som en kombinasjon av persontransport, overnatting, servering, formidling, opplevelser, aktiviteter og annen privat og offentlig tjenesteyting.

Definisjoner

World Tourist Organization (United Nations, 1994) definerer reiselivet (eng. tourism) som «aktiviteter til personer som reiser og oppholder seg på steder som ligger utenfor vedkommendes ordinære oppholdsområde, uavhengig av reisens formål». Oppholdet kan ikke vare lenger enn 12 måneder, og det er også listet opp noen unntak med hensyn til formål. Blant annet vil flytting, reise til og fra arbeid, militære reiser, nomadevandring og pilegrimsreiser ikke omfattes av definisjonen. WTOs definisjon betyr derfor at både ferie- og fritidsreiser og forretningsreiser omfattes av reiselivsbegrepet.

Begrepet turisme og turister i norsk dagligtale omfatter vanligvis ikke forretningsreiser. Når vi i denne håndboken bruker begrepet turister, mener vi feriegjester som er på en ferie- og fritidsreise. En skal likevel være klar over at en reise kan ha flere formål, slik at det i praksis kan være vanskelig å skille ut feriereiser fra forretningsreiser.

Statistikk

Det foreligger relativt lite statistikk om reiselivsnæringen, og det som finnes, er spredt og lite samordnet. Særlig er det mangel på en nasjonal, samordnet statistikk. Det meste av det som Statistisk sentralbyrå (SSB) gir ut, er knyttet til overnattinger på hoteller og større campingplasser. Overnattinger på hytter, på mindre campingplasser, hos slekt og venner og såkalt villcamping registreres ikke av SSB. Dessuten finnes det statistikk over bruk av ferjer, fly, tog og buss, i tillegg til besøksstatistikk for attraksjoner, museer etc. SSB gjennomfører fra tid til annen ferietundersøkelser av det norske folks ferievaner.

De tre siste årene er utenlandske feriegjesters besøk i Norge blitt mer systematisk undersøkt av Transportøkonomisk institutt (TØI) i den såkalte Gjestestatistikken (Haukeland og Rideng, 1997). Denne er basert på prinsippet om registrering ved utreise og inkluderer foreliggende transportstatistikk, registreringer og intervjuer ved grensen. Nevnes må også European Travel Monitor, som er et forsøk på å kartlegge folks ferievaner gjennom et samordnet intervjuopplegg i en rekke europeiske land.

Organisering

På mange måter er bedriftene i samme område avhengige av hverandre. Derfor har reiselivsnæringen i Norge og i de fleste andre land utviklet et organisasjonsapparat som er geografisk basert. Organisasjonene utfører et bredt spekter av oppgaver, blant annet markedsføring.

På nasjonalt nivå er fellestiltak mot internasjonale markeder organisert gjennom stiftelsen NORTRA, der både næringslivet og myndighetene er med. NORTRA har kontor i de viktigste markedslandene som samordner markedsføringsaktivitetene på vegne av ulike aktører i Norge. I noen tilfeller er regionalt samarbeid mellom fylkene og næringslivet organisert i landsdelselskaper. Landsdelselskapene arbeider med produktutvikling og markedsføring innen reiselivet.

På lokalt hold er aktørene organisert i reiselivslag eller destinasjonsselskap. Disse er som regel organisert som samarbeidsopplegg mellom kommunen og lokale bedrifter med tilknytning til reiselivet. De ulike elementene som inngår i stedets reiselivstilbud, må samordnes og markedsføres. I fellesskap må de ulike aktørene utvikle tilbud som er tilpasset aktuelle kundegrupper.

I tillegg til organisasjonene som er beskrevet over, er enkelte deler av reiselivet organisert i bransjeorganisasjoner som skal være pådrivere i prosessen med å utvikle reiselivet.

De viktigste bransjeorganisasjonene er:

- Reiselivsbedriftenes Landsforening (RBL)
- Hotell- og Restaurantarbeiderforbundet (HRAF)
- Reiselivets Fellestråd (RF)
- Norsk Bygdeturisme (NBT)



Foto: Per Eide Studio

Reiselivsnæringens betydning

Det er vanskelig, både metodisk og praktisk, å kartlegge turistenes forbruk under reisen. En større undersøkelse av feriegjestenes forbruk ble gjennomført av TØI i tilknytning til Gjestestatistikken sommeren 1995 (Haukeland og Grue, 1996). Denne ble etterfulgt av en undersøkelse av vinterturister og norske kurs- og konferansedeltakere vintersesongen 1996 (Jean-Hansen, 1996).

Sommersesongen 1995 representerte utenlandske sommerturister en omsetning i Norge på ca. 7 milliarder kroner. Tyskerne er den gruppen utlendinger som har størst forbruk, totalt ca 2,4 milliarder kroner. Hotellturistene har et samlet forbruk på 3,2 milliarder kroner, mens hytteturistene kjøper varer og tjenester for ca 1,5 milliarder kroner. Campingturister og utlendinger som besøker slekt og venner, omsetter for ca 900 millioner kroner i hver gruppe. Bobilturister som overnatter på campingplass, bruker ca 500 millioner kroner.

Norske turister som ferierer i hjemlandet i sommersesongen (minst fire overnattinger) bruker rundt 7 milliarder kroner. Norske hytteovernattinger står for ca 3,3 milliarder kroner, mens både overnattinger på hotell og camping utgjør ca en milliard kroner. Private besøk representerer en omsetningsverdi på rundt 1,4 milliarder kroner.

Over 6% av den yrkesaktive befolkningen, eller rundt 80 000 personer, arbeider i reiselivsnæringen. Disse er fordelt på ca 6000 bedrifter. Reiselivsnæringen har også betydning for andre bransjer. Rundt en tredjedel av turistenes konsum skjer i andre næringer. I tillegg oppstår ringvirkninger når reiselivsbedriftene kjøper inn varer og tjenester til bruk i sin virksomhet. I 1996 ble ringvirkningseffekten beregnet til ca. 14 milliarder kroner, altså i størrelsesorden det samme som sommerturistene forbruker.

Vegturismen gir store trafikkstrømmer til Distrikts-Norge, ofte til nærings-svake områder. Selv om turister har høyest døgnforbruk når de oppholder seg i byer, bruker de også mye penger til drivstoff, mat og overnatting under opphold i distriktene. Turistenes forbruk bidrar blant annet til å opprettholde servicetilbud lokalbefolkningen trenger, og som det ellers ofte ikke ville vært økonomisk grunnlag for.

Turismen bidrar til å gjøre flere områder i Distrikts-Norge mer attraktive for både bosetting og næringsetablering. Gode kommunikasjoner, overnattings- og serveringstjenester, samt kulturtilbud vil være et viktig konkurransefortrinn for steder i Distrikts-Norge, både for bedrifters kunde-kontakter og for å rekruttere og beholde kvalifisert arbeidskraft.

Tabell 1

Forbruksutgifter pr gjestedøgn, antall gjestedøgn og total omsetning i sommersesongen

	Forbruk pr gjestedøgn kroner	Antall gjestedøgn mai-sept.	Total omsetning (mill kr)
Norske	375	18 908 000	7 100
Utenlandske	520	14 665 000	7 250

(Kilde: TØI; Haukeland og Grue 1996)

Reiselivsproduktet og reiselivsmarkedene

Naturen er trekkplasteret for utenlandske vegturister, men vegnettet, utsikten fra vegene og tilbudene langs disse er også en viktig del av turistenes opplevelser i Norge.

Tabell 2

Utenlandsk ferietrafikk i Norge 1995 og 1996.**Beregnet antall utreiser med ferge og på veg fra Norge. Enhet = 1000.**

	I alt			Transportmiddel ved utreise 1996	
	1995	1996	Endring i prosent	Ferge	På veg
Feriegjester*	2 779	2 831	2	826	1875
– Av disse: På dagstur	844	878	4	178	700
– Av disse: Cruisepassasjerer	110	130	21		
Overnattingsgjester	1 825	1 823	0	648	1 175
Gjestedøgn	14 354	13 435	- 6	6 481	6 954
Personbiler	645	691	7	134	557
Bobiler	43	35	- 19	6	29
Biler med campingvogn	31	31	0	3	28
Antall busser	18	17	- 6	4	13

* Inkludert cruisepassasjerer

Overnattingsgjestenes fordeling på bostedsland går fram av tabell 3.

Reiselivsproduktet

Reiselivsproduktet består av de fire basiselementene

- Reise
- Spise
- Gjøre
- Bo

Det er summen av disse aktivitetene, og kvaliteten sett fra turistenes synspunkt, som avgjør om produktet er attraktivt.

Aktivt næringsliv bidrar til økt yrkestrafikk. Yrkestrafikken etterspør god kommunikasjon og gode overnattings- og serveringstilbud. Fordelt på overnattinger utgjør ferie/fritid 55 %, yrke 28 % og kurs/konferanse 17 %.

Tabell 3

Utenlandske bilturister med minst én overnatting i Norge 1995 og 1996 etter bostedsland. Beregnet antall utreiser med ferge og på veg fra Norge. Enhet = 1000.

	I alt		Transportmiddel ved utreise 1996	
	1995	1996	Ferge	På veg
I alt	1 825	1 823	648	1 175
Sverige	589	612	53	559
Danmark	374	379	264	115
Finland	164	161	0	161
Storbritannia	28	30	22	8
Nederland	78	71	27	44
Belgia	12	14	5	9
Frankrike	24	18	6	12
Tyskland	465	440	251	189
Italia	13	15	2	13
Sveits	18	13	2	11
Østerrike	18	12	1	11
Spania	2	9	1	8
Europa ellers	35	44	11	33
Øvrige land	5	5	3	2

Norske reiser innenlands

Gjennomsnittlig reiser hver person i Norge ca. 1350 mil pr år. Av dette utgjør de lange reisene ca. 500 mil. To tredeler av reisene mellom 10 og 40 mil er ferie-, fritids- og besøksreiser, mens det samme er tilfelle for rundt halvparten av reisene over 40 mil (Vibe 1993).

Bil er hovedtransportmiddel ved ca. 80 % av mellomlange reiser (mellom 10 og 40 mil). For lengre reiser er bilens andel av reisene redusert til rundt 37 %.

Utenlandske turister i Norge

Gjestestatistikken viser at det kom om lag 2,8 millioner utenlandske feriegjester med bil eller buss til Norge i 1996. En million av disse var enten dagsturister eller passasjerer på cruiseskip, slik at tallet på overnattingsgjester var 1,8 millioner, se tabell 2. I tillegg kom det trolig om lag 400 000 feriegjester med tog og fly.

Tabell 4

Antall utenlandske gjestedøgn for bil- og bussturister i sommersesongen 1996 etter overnattingsform.

	Andel	Antall gjestedøgn
I alt	100	10 690 000
Hotell, pensjonat, vandrerhjem o.l.	22	2 315 000
Camping	30	3 215 000
Villcamping	11	1 180 000
Leid hytte	21	2 055 000
Egen eller lånt hytte	6	575 000
Slekt og venner	12	1 150 000
Annet	2	200 000

Det kommer flest svensker på feriebesøk i Norge, 612 000 i 1996, og de kommer hele året. De har mange besøksreiser til slekt og venner, og reisene har relativt kort varighet. De fleste svenskene kommer i egen bil, ofte med campingvogn. Svenskene reiser først og fremst på Østlandet og i Nord-Norge.

Tyskerne er nest største gruppe og de kommer først og fremst i sommersesongen. De har egen bil eller bobil, og flertallet velger ferje direkte fra Tyskland eller Danmark til Norge. Tyskerne har i gjennomsnitt hele 12 overnattinger i Norge, og de er trofaste norgesbesøkende i den forstand at det er en relativt stor gruppe som kommer tilbake til Norge år etter år. Tyskerne reiser over hele landet, men har en forkjærlighet for kysten. Danskene reiser også gjerne til Norge på ferie, men for dem er Norge først og fremst et vinterferieland. Mer enn halvparten av de 380 000 danskene som besøkte Norge med bil eller buss i 1996, kom i årets tre første måneder. Danskene er her gjerne en uke på ferie, og de foretrekker fjellstrøkene på Østlandet. Det er relativt få dansker som reiser nord for Trondheim.

Camping er den mest vanlige overnattingsformen for utenlandske feriegjester på besøk i Norge om sommeren. Hoteller og leid hytte er også viktige overnattingsformer. Tabell 4 viser de utenlandske bil- og bussturistenes gjestedøgn sommeren 1996 etter overnattingsform.

Foto: Mittet Foto

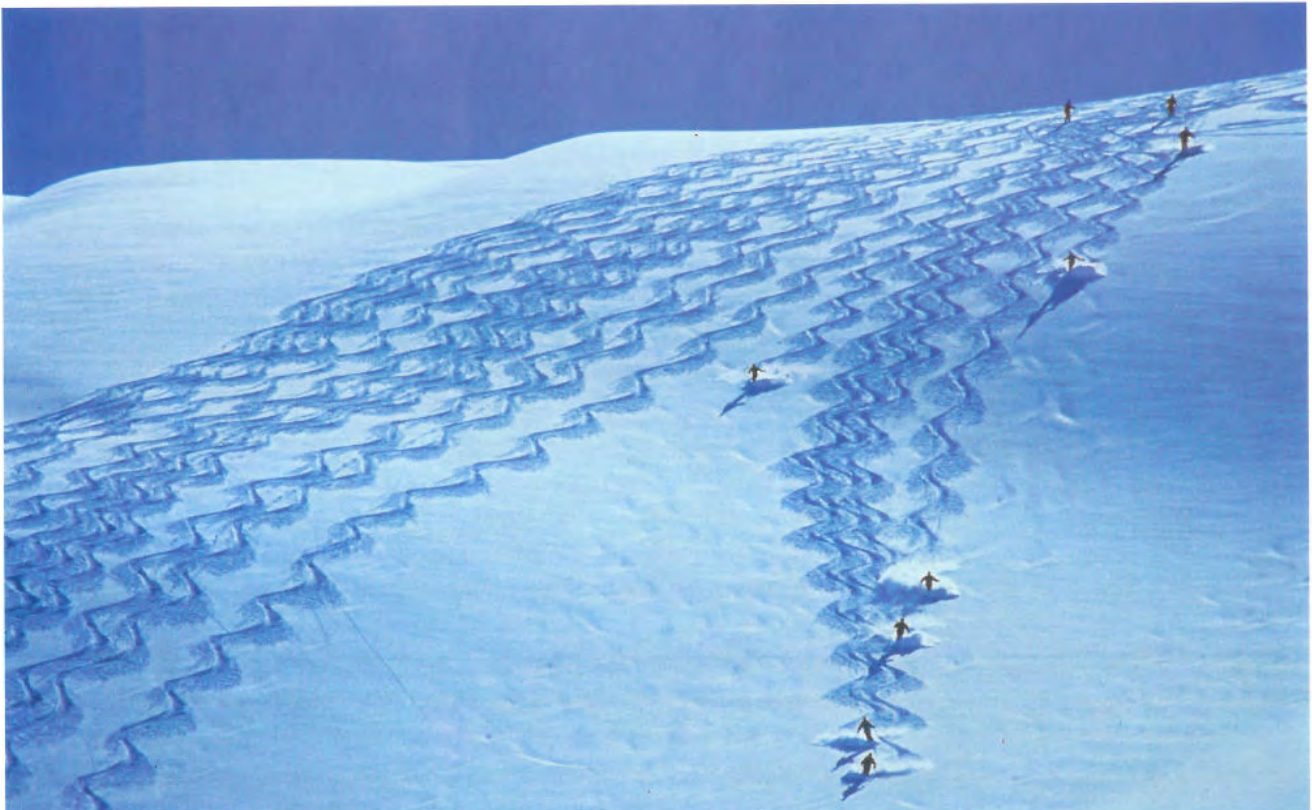




Foto: Kurt Skagen

Norges satsingsområder og målgrupper

Lokal- og regiontrafikken er viktig for mange reiselivsbedrifter, og på landsbasis utgjør denne trafikken nærmere 40 % av totalomsetningen for overnattings- og serveringsbransjen.

På årsbasis utgjør den norske trafikken ca 67 % av totalomsetningen innen reiselivet.

I sin reiselivsstrategi fra 1989 vedtok Regjeringen at reiseliv skulle være et prioritert satsingsområde. Det er stilt store midler til disposisjon for utvikling både på produkt- og markedssiden. Det er SND (Statens nærings- og distriktsutviklingsfond) som kanalisere mest midler til reiselivet. De siste 5 årene har SND gitt over 700 millioner kroner i tilskudd og over 800 millioner i lån til reiselivssektoren. SND er i dag engasjert i mer enn 1200 reiselivsbedrifter. (SND rapp. nr. 1/97).

NORTRA har som mål at Norge skal framstå som et ledende reisemål for naturbasert turisme i Europa. Norge skal være et attraktivt og moderne ferieland med vekt på natur, kultur, miljø, opplevelser og mennesker.

Det skal satses på følgende produktområder:

- Ferie- og fritidsreiser vår-sommer-høst, med økt vekt på sesongforlengelse
- Ferie- og fritidsreiser i vintersesongen
- Forretningsturisme (kurs, konferanser, kongresser og yrkestrafikk)

Det norske markedet er fremdeles viktigst, og NORTRA ønsker å få nordmenn til å feriere i Norge framfor å reise til utlandet. I tillegg satses det på utenlandske markeder som har nærhet til Norge. De prioriterte utenlandsmerkene er Sverige, Danmark, Tyskland, Finland, Storbritannia, Frankrike, Benelux og Italia.

Når reisemål skal utvikles, vektlegges følgende faktorer:

- Attraktivt landskap
- Politisk vilje lokalt
- Gode kommunikasjoner
- Økonomisk potensiale, dvs at markedspotensialet er stort nok til å skape lønnsomme bedrifter
- Komplementære produkter i området, dvs. servicetilbud, handel, lokalmiljø, aktivitetsmuligheter etc.
- Tilgjengelig arbeidskraft
- Salgbart helhetsprodukt
- Miljø som tåler utvikling av reiselivet i området

Reisemålets attraktivitet avhenger av markedets ønsker og vurderinger. En god infrastruktur er ofte avgjørende for om et sted lykkes eller ikke i sin satsing på reiseliv.



Steinsdalsfossen, en av landets mest besøkte naturattraksjoner. Rv 7, Hordaland.

Foto: Inge Fossellie

Det norske reiselivstilbudet omfatter ulike typer attraksjoner. I 1996 var Holmenkollen (mer enn 1 million besøkende), Kristiansand Dyrepark (ca. 500 000), Norgesparken Tusenfryd (ca. 400 000) og Fløibanen i Bergen (ca. 400 000) mest besøkt av de attraksjonene som har inngangspenger. Blant de naturbaserte attraksjonene var Trollstigen, Låtefoss og Vøringsfossen (alle ca. 600 000) mest populære (NORTRA 1996).

Steder med kort veg til store befolkningssentra har større økonomisk potensiale for reiselivsmessig satsing enn steder hvor transportetappen er lang og kostbar. Steder med en ugunstig lokalisering må kompensere med en mer velutviklet infrastruktur, mer spennende aktiviteter eller unike naturattraksjoner.

Internasjonalt har konkurransen i reiselivet økt betraktelig de siste årene. Opprustning av reiselivsrettede tilbud har vært et svar på den økte konkurransen. Denne satsingen er basert på at det er selve stedet med dets unike miljø, attraksjoner og utviklede tilbud som avgjør turistenes valg.

Reiselivet må integreres i øvrig samfunnsplanlegging. Det er nære berøringspunkter mellom reiseliv og andre sektorer, f.eks. veg, kultur, miljø, landbruk og annen næringsvirksomhet.

Vegturistenes ønsker, behov og forventninger

Vegnettet er avgjørende for en vellykket utvikling av reiselivet i Norge.

Reiselivet i sommersesongen er i hovedsak rundreisebasert, noe som innebærer at de fleste turistene besøker flere steder.

Samarbeidet med vegmyndighetene har vært mest fokusert på:

- Vegstandard
- Gode rasteplasser
- Skilting til reisemål som er sentrale for de besøkende
- Informasjon ved avkjøringer til attraktive steder – avkjøringer med gode informasjonstavler som gir informasjon om tilbudene på et sted

Bilturister er individuelle reisende, noe som krever at turistinformasjonen blir tilpasset dette. Det har vært en trend at turistene er mer på oppdagelsesreise enn tidligere. Dette innebærer at trafikken vil spre seg til flere steder, og mindre lokalsamfunn som tidligere lå i skyggen av de store attraksjonene, kan bli mer besøkt. Dermed blir det viktigere med informasjon om opplevelsesmuligheter langs den alternative vegruten.

Lysefjorden i Rogaland.
Foto: Rogaland Reiseliv



2 Vegetatens ansvar

Vegvesenets rolle som samfunnsplanleggingsetat medfører et ansvar overfor reiselivsnæring og turister. Turistenes valg av reisemål i Norge er ofte begrunnet i ønsket om gode natur- og kulturopplevelser.

Gjennom vårt ansvar for natur- og kulturmiljøet må vi sørge for at ressursene blir forvaltet på en best mulig måte, vi må forsøke å bidra til næringsutvikling i distriktene.



Gamle Strynefjellsvegen mellom Sogn og Fjordane og Oppland – en nasjonal turistveg.

Foto: Kurt Skagen

Statens vegvesens «Visjon år 2010» er et viktig bidrag til målsettingen om å gjøre Vegvesenet mer kundeorientert. Deler av visjonen lyder:

- Landet er bundet sammen på en miljøvennlig, trygg og effektiv måte
- Vi bidrar til trivelige og levedyktige lokalsamfunn
- Det er enkelt og gir positive opplevelser å være trafikant

Målsetting i forhold til kundegrupper

De vegfarende representerer den viktigste kundegruppen for Vegvesenet, og turistene – med sine særskilte ønsker og behov – er en viktig del av kundegruppen.

For at visjonen om trivelige og levedyktige lokalsamfunn skal kunne oppfylles, er det av stor betydning at disse er «turistvennlige». Både turistene og de næringsdrivende er avhengige av at offentlige instanser som Vegvesenet tar sin del av ansvaret for et totaltilbud med god kvalitet.

Det er likevel ikke tilstrekkelig å konsentrere innsatsen utelukkende til populære turiststrekninger. Alle vegtrafikkurister ferdes også langs stamvegene og andre viktige transportruter. Vegetaten bør derfor ikke nedprioritere tilbud og tiltak langs de viktigste transportårene.

Større bevissthet om vårt ansvar overfor ferie- og fritidstrafikken skal heller ikke medføre en nedprioritering av yrkestrafikken. Det er derfor en viktig utfordring å gjennomføre tiltak som imøtekommer alle kategorier trafikanter.



Atlantehavsveien i Møre og Romsdal
– en turistvennlig veg.
Foto: Trykkmann AS

Vegenes funksjon i turistsammenheng

Veger har ulike funksjoner, og en har i turistsammenheng funnet det hensiktsmessig å forholde seg til tre «typer» veger:

- *Turisttransportruter*

Stamveger og andre overordnede veger med en viktig transportfunksjon. Trafikken er preget av gjennomfart og gjennomgående stor hastighet. Trafikantene har først og fremst behov for mat og hvile. Trafikantenes opplevelser vil i stor grad være gjennom bilvinduet.

- *Turistvennlige veger*

Vegruter der natur, servicetilbud og tilrettelegging for opplevelser skal medvirke til at turistene tar det med ro, også av hensyn til en sikrere ferdsel. Trafikantene skal ha anledning til å nyte detaljene i nærmiljøet. Dette bør samtidig føre til at en får lyst til å stanse mange steder langs ruta, og dermed øke oppholdstiden i området, noe som igjen styrker det lokale næringslivet.

- *Nasjonale turistveger*

Turistvennlige veger som gjennom særskilt tilrettelegging – i et samarbeid mellom reiselivsnæring, kommuner, andre lokale og regionale instanser og Vegvesenet – kan bli godkjente av Vegdirektoratet som nasjonale turistveger.



**Serviceanlegg ved turisttransportrute.
Østerholtheia, E18 i Aust-Agder.**
Foto: Hilmar Liane

For alle veger har vegetaten ansvar for å tilby god veg- og vedlikeholdsstandard, nødvendig vegvisning og informasjon, og tilfredsstillende stopp- og rasteplasser på riks- og fylkesvegnettet. Dette er oppgaver som løses innenfor de ordinære systemer for planlegging, gjennomføring og drift. Overordnede rutevise planer er et godt hjelpemiddel. Disse kan gjøres tematiske, og ta for seg f.eks. rasteplasser, stopplasser og serviceanlegg, eller tilrettelegging for turister kan være et deltema i en bredere utredning av vegruta.

Vegetaten har fått et utvidet miljøansvar. Dette innebærer blant annet økt fokus på natur- og kulturminnevern. Med litt omtanke vil mange natur- og kulturverntiltak også kunne gi et bedre turisttilbud, uten at totalkostnadene for tiltaket nødvendigvis trenger å bli høyere. Tilleggseffektene kan bli enda større hvis en får til et konstruktivt samarbeid med andre instanser, for på den måten å utnytte ressursene og kompetansen for en best mulig totalløsning.

Vegdirektoratet har gitt ut en veileder om utvelgning og planlegging av nasjonale turistveger, som beskriver nærmere vegetatens ansvar for disse vegene. Noen momenter er samlet bakerst i håndboka som spesialtema 1. Vegetatens ansvar er bl.a. å informere om turistvegearbeidet, lede arbeidet med å velge ut nasjonale turistveger, og bidra med sin del av opprusting og drift innenfor vegholderansvaret. Vegetaten er innstilt på å bidra til utvikling av turistveger. Det forutsettes imidlertid at både kommuner og næringsliv tar initiativ til slik satsing og står for mye av tiltakene.

Tilrettelegging for turister koster ikke nødvendigvis mye penger. Like viktig som bevilgninger er at både vegetaten, andre etater og næringslivet betrakter vegen som en del av et reiselivsprodukt, og gjør sitt til at vegen framstår som en tjenlig transportåre og som en hyggelig opplevelse.

3 Vegen i landskapet

Vegturistene i Norge har høye forventninger til natur og opplevelser av landskapet. Landskapskvaliteter må derfor stå i fokus under planlegging og gjennomføring av tiltak.



Kunstneriske innslag kan gjøre kjøreturen mer spennende. Forsan rasteplass, Steigen, Rv 835, Nordland.
Foto: Gunn Harbitz



Fjærland i Sogn og Fjordane.
Foto: Finn Loftesnes

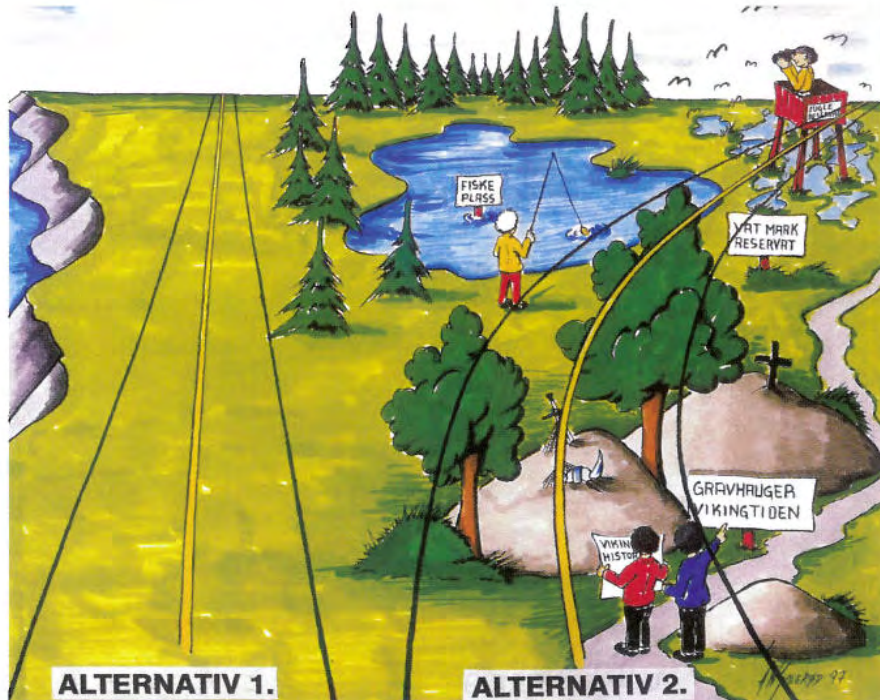
Turistenes forventninger og ønsker

Turisme i Norge er i stor grad knyttet til naturen. Utenlandske turister er ofte opptatt av å se og oppleve fjord-, kyst- og høyfjellslandskap. De legger vekt på at landskapet skal være variert. Opplevelsen langs vegen er vesentlig for å kunne oppfylle turistenes forventninger.

Turister på rundreise bruker mer tid på å se Norge fra vegen enn på å ferdes ute i naturen. Det er relativt få som går lengre turer (mer enn en halv time). Undersøkelser viser at bare en av seks går lengre fotturer der utgangspunktet er egen bil.

Opplevelsesmuligheter langs vegen påvirker turistenes vegvalg. Noen vektlegger spesielle attraksjoner langs vegen, eller vurderer om et område er historisk eller geologisk interessant. Når turistene stopper, er det som oftest for å se på utsikten og ta bilder. Mange stopper der det er vann og ved spesielle turistattraksjoner.

Kartlegging av alternative traséer er viktige i konsekvensanalyser.
Tegning: Arild Solerød



Landskapet

Mennesket oppfatter ofte landskapet som en helhet som kan kalles landskapskarakteren. Landskap er samtidig et begrep som beskriver våre fysiske omgivelser; kulturlandskap og naturlandskap er hovedtypene. De skiller seg fra hverandre ved at landskapselementene, de komponentene landskapet er bygget opp av, har ulik sammensetning, struktur og funksjon. Landskapet er egentlig ett eller flere økosystem som er bygget opp av organiske og uorganiske deler. Et kulturlandskap kan være en by eller et åkerlandskap, mens et naturlandskap beskriver det som er «urørt» av menneskehånd.

Landskapskarakteren i et bylandskap bestemmes av bygninger, gatelyster, gategulv, statuer og lignende. Landskapskarakteren i Jotunheimen er preget hovedsakelig av vegetasjon, dyr, fjell, vann, isbreer og fosser, som kan betegnes som landskapselementer.

Opplevelsen av landskapet vil variere fra person til person. Et landskap som bare består av skog, kan oppfattes som kjedelig eller harmonisk, alt etter hvilken opplevelse man er ute etter og hvem man er. Et bratt fjordlandskap med små jordlapper, brefall, vegslynger og fosser kan oppfattes som dramatisk og kontrastfylt. Opplevelsen av landskapet vil alltid være avhengig av iakttagernes personlige egenskaper og erfaringer.

Landskapets attraktivitet og naturens tåleevne er viktige faktorer når vegstrekninger skal vurderes med tanke på reiseliv. Et hjelpemiddel til å forstå og analysere landskap er å bruke temakart (ressurskart) med vekt på naturmiljø, kulturmiljø og landskapsbilde. Kartet kan gi en innsikt i verdiene i et landskap, og gjør det mulig å vurdere konsekvensene av endringer i det. Når man viser det som skal bygges ut og de mest verdifulle områdene på samme kart, trer eventuelle konfliktområder frem.

Kartet bør vise spesielt verdifulle kultur- og naturmiljø, bygninger, utsiktspunkter, landemerker osv. Informasjonen kan brukes til å avgrense soner som ikke bør utsettes for endringer som kan forstyrre eller ødelegge turistenes opplevelse. Kartet kan også danne grunnlag for å vurdere hvor det kan tilrettelegges for turister, og hvilke områder som ikke vil tåle utbygging eller økt slitasje. I tillegg kan kartet vise hvilke områder som er eksponert mot vegen. Kartet kan således brukes til å gi føringer for arealdisponeringen.

Skogrydding bedrer sikten mot fjorden i Hardanger.

Foto: Geir Brekke



Vegen og omgivelsene

Vegetasjon

I et landskap kan vegens nærmeste omgivelser danne mindre områder avgrenset av bl.a. topografi, vegetasjon og menneskeskapt elementer som bygninger, fyllinger etc. Vegetasjonens tetthet og avstand til vegen virker inn på trafikantenes utsikt. I en spørreundersøkelse (TØI 1997) oppgir omlag én av seks trafikanter at de reagerer på at vegetasjon hindrer utsikt fra vegen. Det kan være aktuelt å tynne eller fjerne vegetasjon for å sikre utsikt mot viktige turistattraksjoner, markante landemerker, panoramiske utsyn e.l. Åpningen må være stor nok til at utsikten kan oppleves. Blir siktåpningen for kort, vil utsikten oppleves som et forstyrrende flimrer. Siktåpningens minimumslengde er proporsjonal med farten, og en regner ca 5 sekund som nødvendig tid. Ved et hastighetsnivå på 50 km/t tilsvarer dette en siktåpning på ca 70 meter. Tilsvarende for 80 km/t er ca 110 meter.

Vegetasjonsrydding må gjennomføres kritisk, bl.a. fordi vegetasjon og randsoner skaper økt variasjon og biologisk mangfold i landskapet. Vegetasjon kan også bidra til å redusere vegens eksponering mot omgivelsene, f.eks skjerming mot fjellskjæringer og masseuttak.

Linjeføring og vegstandard

Vegens utforming og omgivelser har stor betydning for hvilke opplevelser turistene tar med seg hjem. Landskapsopplevelsen er avhengig av fart, kjøretretning og avstand til utsikten som betraktes. Synsfeltet reduseres når farten øker. Utsiktens orientering i forhold til kjøretretningen er også avgjørende. Både horisontal og vertikal kurvatur påvirker trafikantenes opplevelsesmuligheter.

Turistene opplever vegstrekninger med mange tunneler som problematisk. Det siste tiåret er flere ferjestrekninger avløst av undersjøiske tunneler. Ferjereisen gir mulighet til å oppleve landskapet fra sjøen, og gir mange turister en positiv opplevelse.

Turistene skal kunne velge en hastighet som gjør dem i stand til å betrakte landskapet de reiser gjennom. Langs veger med høy fartsgrense og blanding av trafikantgrupper er det viktig med stoppmuligheter langs vegen. Ved riktig plassering av parkeringslommer og rasteplasser kan turistene kjøre til siden for å betrakte landskapet nærmere.



Utsiktsgløtt og fart. Hvordan nyte fin natur? Høyheimsvik, Rv 55, Sogn og Fjordane.

Foto: Kurt Skagen

Forretningsbygg med tilhørende reklameplakater kan være svært skjemmende. Hamar.

Foto: Jim Bengston



Veg- og trafikkskapte omgivelser

Dårlig kvalitet på materialer og utforming og dårlig vedlikehold er skjemmende. Brøyteskadet vegrekkverk, bulkete skilt og tilgrisetet rasteplasser påvirker turistenes bilde av Norge.

Terrenget langs mange veger er ødelagt eller har fått redusert verdi. Årsaken er ofte at landskaphensyn ikke er nok vektlagt i planlegging og/eller produksjon. Fjellknauser som er satt igjen ved sprengning kan gi et uryddig inntrykk. Fjerning av jordsmonn og vegetasjon i skrånende terreng fører til erosjon og utrasing.

En god del turister reagerer på skjemmende elementer i vegens omgivelser. Det man særlig misliker er søppel, både på rasteplasser og langs vegen. Noen reagerer også negativt på vegskjæringer og utfyllinger i landskapet samt reklameskilt langs vegene (TØI 1997).



Rekkverk er utsatt for brøyteskader.

Foto: Hege Saxebøl Moum



«Tyverisikret» søppelkasse.

Foto: Hege Saxebøl Moum

Problemsoner

Det er nødvendig å lage en oversikt over de visuelle problemene langs en vegstrekning før opprydningsarbeid settes i gang. NVVP-veileder nr. 3, Problemsoner – miljø og trafikksikkerhet langs eksisterende vegnett (Statens vegvesen 1995) gir en oversikt over forhold som skaper visuelle problemer langs vegnettet. Denne veilederen kan være et hjelpemiddel når visuelle problemer langs vegen skal registreres og forbedres.



Vegskjæringer gir ofte stygge sår i landskapet

Foto: Egil Lundebrekke

Skiltet er plassert for høyt i forhold til vegbanen og for langt fra vegen. Hardangervidda, Rv 7, Buskerud.

Foto: Håvard Parr Dimmen



Foto: Håvard Parr Dimmen



Lom i Oppland.

Foto: Trine Kanter Zerwekh

En skjev og feilaktig skiltekombinasjon forsterker inntrykket av et trist ferjeleie. Festøya, nå Rv 39, Møre og Romsdal.

Foto: Håvard Parr Dimmen

Skilting

Skilt kan virke skjemmende på grunn av utforming, oppheng, plassering eller manglende vedlikehold. Ofte kan bedret skilting, ut fra visuelle vurderinger, være sammenfallende med ønsket om økt trafiksikkerhet.

Av vedlikeholdshensyn blir mange skilt plassert høyere og i større avstand fra vegen enn minsteavstandene som skiltnormalene angir. Da er det nødvendig å øke dimensjonene på skilt og fundament, og å bruke en bedre refleksfolie for å ivareta lesbarheten. Skiltene kan dermed virke dominerende i landskapsbildet, samtidig som de er vanskelige å se og oppfatte. En bør derfor vurdere om skiltene kan plasseres nærmere vegen.

Skiltene har også en bakside, og skiltplasseringen bør vurderes fra begge sider. Baksiden på skiltet kan lakkeres, men fargevalget er avgjørende for resultatet. En farge som tiltrekker seg trafikantenes oppmerksomhet, vil fremheve baksiden av skiltet i stedet for å gi det en underordnet rolle i landskapsbildet.



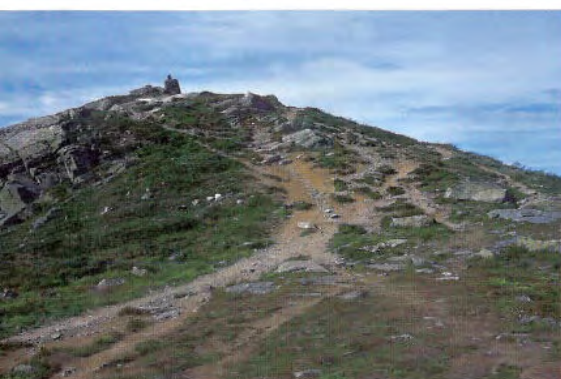


Denne skråningen er kledd med naturlig vegetasjon, som ble lagret på stedet mens anlegget ble gravd ut og planert. Halne, Rv 7, Hordaland.

Foto: Geir Brekke

Reparasjon av landskap og opparbeidelse av sti på Oscarshaug, Rv 55, Sogn og Fjordane (før og etter).

Foto: Kurt Skagen



Slitasje og miljøovervåkning

Bedre tilgjengelighet vil bringe flere turister til et område. Økt ferdsel rundt attraksjoner, rasteplasser og parkeringslommer kan føre til slitasje i naturen, og dette skaper negative reaksjoner blant turistene. Deres opplevelsesmuligheter må vurderes opp mot press på natur- og kulturmiljø. For å unngå slitasje på landskapet må lokaliseringen av rasteplasser og parkeringslommer vurderes nøye. Kanalisering av ferdselen kan være aktuelt for å konsentrere ferdselen til områder som tåler det, og det bør ikke tilrettelegges for stopp i sårbare områder. Utformingen av serviceanlegg har også stor betydning for forebygging av slitasje. Dette er nærmere omtalt i Rasteplasshåndboka (Statens vegvesen 1997).

Den største endringen av vegetasjonen i et område skjer like etter at det er tatt i bruk. Sårbare planter forsvinner ofte tidlig, og eventuell gjenvækst domineres av arter som er mindre sårbare for tråkk. Der vegetasjonen har vanskelige levekår, f.eks. i høyfjellet, kan økt ferdsel føre til at vegetasjonen forsvinner. Det kan oppstå erosjon fordi plantene ikke selv klarer å reparere skader etter tråkk. For å unngå en slik utvikling kan miljøet rundt attraksjoner og rasteplasser overvåkes. Hensikten er å oppdage miljøendringer før opplevelseskvaliteten ødelegges eller forringes, for å kunne iverksette avbøtende tiltak. Et slikt tiltak kan være kanalisering av gangtrafikken (se bildene nedenfor).

Miljøovervåkning er en systematisk registrering og kontroll av utvalgte miljøindikatorer over tid. Planter som er vare for tråkk, er et eksempel på en miljøindikator. Dersom slike planter forsvinner, kan det indikere for stor belastning. Miljøovervåkning bør pågå i flere år, men behøver ikke å gjennomføres hvert år. Det vil ofte være vanskelig å observere sikre tendenser til forringelse av et naturmiljø i løpet av ett år. Det kan likevel ikke utelukkes at ødeleggelser kan skje hurtig ved stor ferdsel i sårbare områder.





Også vegens «naboer» har ansvar for å holde det pent i vegens omgivelser. Her ser vi vinneren fra hagekonkurransen langs Turistveg Hardanger, Rv 550, Hordaland
Foto: Geir Brekke

Turistvennlig arealforvaltning

Arealbruken langs vegen og i områder som er eksponert mot vegen, er avgjørende for å oppfylle turistenes forventninger til Norge. Det er viktig å ta vare på landskapskvalitetene som trekker turistene til et område, og å hindre arealbruk som forringer kvalitetene.

Plan- og bygningsloven er et viktig verktøy for å sikre et steds visuelle kvaliteter. Et godt samarbeid mellom Vegvesenet, reiselivsnæringen og kommunene er nødvendig for å ivareta kvalitetene i vegens omgivelser. Det er bare et slikt samarbeid som kan sikre helheten i arealforvaltningen. Nabokommuner bør samarbeide om retningslinjer for arealbruk langs vegen. Fylkeskommunen (areal, næring og kultur) og Fylkesmannens miljøvernnavdeling og landbruksavdeling bør også delta i arbeidet. Når kommunene er enige om retningslinjer og planer, er det enklere å få til enhetlig arealforvaltning langs vegen. Ideelt sett burde bedrifter som blir pålagt å oppfylle krav til estetikk i en kommune, møte de samme kravene i nabokommunen.

Landskapsinngrep som følge av næringsdrift, samferdselsutbygging e.l. kan redusere landskapets opplevelsesverdi. Den negative virkningen blir forsterket dersom inngrepet ligger eksponert.

Kjøpesentra, bensinstasjoner og næringsbygg med skilt og bygninger som ikke er stedstilpasset, ligger ofte eksponert mot vegen. Gamle bilvrak, hagegjerder som faller sammen og rotete gårdsbruk er også med å prege omgivelsene. Der det er bygd omkjøringsveger utenom tettsteder, er det ofte «bakgårdene» som ligger ut mot vegen. Det er viktig å motivere vegens naboer til å ta ansvar for stedets visuelle kvaliteter. Dette kan f.eks. skje gjennom premiering av den vakreste hagen eller det fineste bygget langs vegen.

4 Tilbud langs vegen

Turistene etterspør et vidt spekter av tilbud langs vegen, både når det gjelder service og opplevelser. Det er mange bedrifter og etater som samlet bidrar til at alle behov blir oppfylt. I denne håndboken drøfter vi hovedsakelig de tilbud Statens vegvesen har et spesielt ansvar for å ivareta. For enkelte servicetilbud kan det imidlertid være vanskelig å trekke klare grenser mellom Vegvesenets ansvarsområde og hva som bør ligge til andre offentlige eller private instanser.



**Tilbud for store og små.
Ramsum, E18 i Vestfold.**
Foto: Øivind Luke

Vegturistenes behov for service

Vegturister trenger service som er knyttet til både transport, hvile, overnatting og opplevelse. De viktigste tilbudene er:

- Serveringssteder, hoteller og andre overnattingstilbud
- Bensinstasjoner og toaletter
- Rasteplasser og avkjøringsmuligheter på steder med interessant utsikt
- Turistinformasjon

Vegtrafikkloven inneholder bestemmelser om kjøre- og hviletid. Vegvesenet har ansvar for nødvendig tilrettelegging, slik at trafikantene kan overholde disse bestemmelsene. Dette innebærer i praksis bygging av stopp- og rasteplasser. Slike anlegg er også et viktig tilbud til øvrige trafikanter, ikke minst langveisfarende turister.

Forskjellige trafikantgrupper har ulike servicebehov. Bilturister med selve reisen som mål, stopper oftere enn transportturister som skal nå et bestemt mål raskest mulig. Langs vegstrekninger med en stor andel turister bør avstanden mellom rasteplasser og avkjøringslommer være mindre enn langs veger med lavere andel vegturister. Det er også et større behov for rasteplasser langs spesielt naturskjønne strekninger.

Når det gjelder lokalisering, utforming og utrustning av rasteplasser, vises det til håndbok nr. 204.

Tilbud i byer og bynære områder

Service tilrettelegging må få ulik form og uttrykk i byer, tettsteder og ute langs vegen i distriktene. Dette gjelder både arkitektur og vegutstyr, farger og materialvalg.

Beboerne i det aktuelle by- eller tettstedsområdet representerer blant annet et betydelig turistpotensiale i sitt eget nærområde, og det er derfor viktig å legge til rette med tanke på dette. I og med at slik «nærmiljøturisme» stort sett dreier seg om dags-/helgeturer, vil den ikke bare være konsentrert om den mest travle del av turistsesongen.



**Informasjonstavle med
tredimensjonalt kart.**
Foto: Trine Kanter Zerwekh



Turistene stopper gjerne i nærheten av vann. Rv 17, Nordland.

Foto: Hege Saxebøl Moum

Dersom stopplasser og rasteplasser lokaliseres til bynære områder, vil det være enklere å få til samarbeid med private servicebedrifter, da det vil være mer kommersielt interessant å drive slik virksomhet i eller like utenfor byer og tettsteder. På den annen side er det alltid en viss fare for at slike anlegg i tettstedsområder kan tiltrekke seg utilsiktede/uønskede aktiviteter. Blant annet på grunn av dette kan det oppstå konflikter mellom lokalbefolkningen og den turistrettede aktiviteten.

I og rundt byene er det gjerne et godt utbygd nettverk av veger, og mange turister ønsker å kjøre alternative ruter, bl.a. for å oppleve det typiske landskapet og naturen i den aktuelle regionen. Det er derfor viktig å gi god informasjon om alternative kjøreruter forbi byene. Dette kan gjøres ved bruk av ulike informasjonskanaler, som tavler og brosjyrer. I spesielle tilfeller kan en også benytte vegvisningsskilt for å skilte til ruter som er gode alternativer til hovedvegen.

Bobiler og annen campingturisme

Bruk av bobiler blant ferierende i Norge økte kraftig på begynnelsen av 1990-tallet. Fra 1995 til 1996 var det imidlertid en reduksjon i tallet på utenlandske bobiler fra 42.000 til 35.000. I 1997 var antallet redusert ytterligere, til 33.000. Til sammenligning har tallet på utenlandske biler med campingvogn holdt seg stabilt på ca. 30.000 i disse årene. Gjennomsnittlig antall personer i bobilene er i underkant av 3, og utenlandske bobilturister oppholder seg ganske lenge i landet; 11 døgn i gjennomsnitt. Mer enn halvparten av bobilene er tyske.

Vegmyndighetene ønsker bobilturistene velkommen på vegnettet, på lik linje med andre trafikanter. Det er imidlertid en utbredt oppfatning at denne gruppen representerer en miljømessig belastning. Selv om dette neppe kan dokumenteres, er det viktig å legge til rette for å imøtekomme bobilturistenes spesielle behov, bl.a. gjennom god dekning av toalettømeanlegg. Vegvesenet har ikke noe særskilt ansvar for dette; å sørge for avløpshåndtering og



Toalettømeanlegg.

Foto: Hege Saxebøl Moum



Slik skilting bør unngås.

Foto: Unni Haugtun/Arne Sivertsen



Ved E6 i Sør-Trøndelag.

Foto: Even Sæther



renovasjon er et kommunalt anliggende. Det er i dag bygd ut et godt nettverk av mottaksanlegg på campingplasser, bensinstasjoner og også noen rasteplasser. Det er viktig å gi informasjon om hvor en kan finne slike tømmeanlegg.

I dag benyttes symbolet «toalettømmeanlegg» på trafikkskilt. «Norsk campingguide», som gis ut hvert år, angir dessuten tømmestedene på kart.

Spørreundersøkelser blant bobilturister tyder på at disse oppfatter seg selv som miljøbevisste. Av spesielle tilbud som etterspørres, står ofte tømmeanlegg og miljøstasjoner (kildesortering) øverst på ønskelista.

Bobilturistene har ikke samme behov for å utnytte campingplassenes fasiliteter som andre grupper. I og med at bobilturistene har «huset på bilen», er det mange som benytter seg av muligheten til å overnatte på mer tilfeldige steder ute i naturen, gjerne i nærheten av et vann.

En del steder er det bygget egne oppstillingsplasser for bobiler. Utenfor tettbygde områder bør slike legges til steder som er attraktive for bobilturistene, gjerne naturskjønne plasser godt avskjermet fra hovedvegen. Det bør være en forutsetning at slike plasser også har fasiliteter som toalettømmeanlegg, eller at det i det minste finnes tømmemuligheter i umiddelbar nærhet. Ifølge skiltnormalene skal det også skiltes med bobilsymbol kun til plasser som har godkjent toalettømmeanlegg eller som har et slikt anlegg i umiddelbar nærhet.

Gjennom samarbeid med grunneier og kommune kan Statens vegvesen i enkelte områder ta ansvar for opparbeidelse av bobilplass. Det må evt. gjøres i forståelse med miljøvernmyndighetene og reiselivsnæringen. Det er sjelden nødvendig med store investeringer for å få til tilfredsstillende forhold.

For å unngå overnatting på rasteplasser er det enkelte steder satt opp skilt og informasjonsplakater med symboler og tekst som forteller at overnatting ikke er tillatt. Det har vært liten grad av standardisering i skilt- og ordbruken. Vegdirektoratet anbefaler at det benyttes færrest mulig trafikkregulerende skilt på rasteplassene. Det har ikke mye for seg å skilte med overnatting forbudt hvis ikke forbudet blir håndhevet. På rasteplasser der overnatting anses som et problem, kan det settes opp en tavle med informasjon over hvor nærmeste campingplass finnes. Det er viktig at budskapet blir lagt fram i en positiv tone, slik at turistene føler seg velkommen til plassen.

Den liberale holdningen vi følger i Norge når det gjelder overnatting på rasteplasser og andre steder nær veien, kan av og til gi svært negative utslag. På enkelte rasteplasser har det de senere årene utviklet seg et uheldig besøksmønster i form av mer eller mindre «fastboende» overnattingsgjester. Dette har også sammenheng med de fasiliteter som ofte tilbys, blant annet toalett. I slike tilfeller vil rasteplassen ikke ha den funksjon den er tildelt, da den i praksis ikke kan brukes av tilfeldig forbipasserende. Der dette er et stort problem, må det søkes løst i et samarbeid mellom kommunen, politimyndighetene og Vegvesenet. Det er neppe noen god løsning å stenge plassen eller redusere tilbudet/kvaliteten på anlegget.



Nytt servicebygg i stedstypisk byggestil i Herand, Rv 550 i Hordaland.

Foto: Unni Haugtun

Turistattraksjoner

Tilrettelegging ved attraksjoner

I og med at svært mange turister velger Norge som ferieland ut fra ønsket om å oppleve storslått og «uberørt» natur, er det viktig å tenke på dette ved planlegging av ulike tiltak. Å få til en vellykket tilrettelegging i forbindelse med spesielle severdigheter og naturattraksjoner, er derfor av stor betydning for det totalproduktet en tilbyr turistene.

Når det gjelder tilrettelegging langs vegnettet har Statens vegvesen ikke alltid hovedansvaret. Vegvesenet har imidlertid et visst ansvar når det gjelder rådgivning og innspill under planlegging og utførelse av tiltak. Mye av det som blir omtalt her, angår derfor alle som har et medansvar for tilrettelegging.

Når det blir gjennomført ulike fysiske tiltak ved turistattraksjoner, blir ofte følgende kritikk framsatt:

- Unødvendige inngrep i natur som oppfattes som uberørt
- Kommersialisering
- Inngrep i kulturminner/kulturmiljø

Selv om det er viktig å etablere servicetilbud i nærheten av attraksjonen, må en være tilbakeholden med tilrettelegging innenfor det som kan kalles kjerneområdet. Dette gjelder både parkeringsplasser, bygninger og eventuelle salgsboder.

Arkitektur/byggeskikk

Stedsopplevelse og stedsfølelse er viktige stikkord i forbindelse med etablering av byggverk ved attraksjoner. Svært ofte blir det debatt i forbindelse med slike konstruksjoner, enten det er museer, serveringssteder eller mer beskjedne anlegg som for eksempel toalettbygg. Av og til går innvendingene på at det er brukt for moderne stil som ikke framhever det spesielle ved stedet. Andre ganger kan det være kritikk mot at bygningen er en slags kopi av gammel, stedstypisk byggestil, noe som ikke anses som særlig vellykket. Det er ofte en vanskelig balansegang å få til et resultat som alle er fornøyd med, men det bør være et godt kompromiss å ta utgangspunkt i regional og tradisjonell byggeskikk, uten at resultatet nødvendigvis trenger å bli en kopi av gamle byggemåter.

Spørreundersøkelser viser at spesielt de utenlandske turistene ofte søker det som er særegent for området, og at de gjerne synes det er interessant å oppleve noe som skiller seg fra «internasjonal» stil.

For å få fram gode arkitektoniske løsninger kan det være fornuftig å utlyse arkitektkonkurranse for bygget, eventuelt å be om parallelloppdrag fra flere arkitektfirma. Kulturminneforvaltningen vil normalt være en viktig medspiller i dette arbeidet.



Bremuséet i Fjærland, Rv 5, Sogn og Fjordane.

Foto: Finn Loftesnes

Slitasje på omgivelsene ved Polarsirkelsenteret i Nordland.
Foto: Bjørn Erik Olsen



Fredet kulturminne. Varde på Sognefjellet, antakelig fra før reformasjonen.
Foto: Arne Sivertsen

Slitasje på naturen og kulturminnene

Spørsmålet om hvor mye som skal tillates i det fysiske miljøet er gjerne knyttet til verdivalg. Storstilt tilrettelegging kan gå ut over både selve kulturminnet, landskapet og de biologiske ressursene. En del steder er besøksfrekvensen svært nær grensen for hva området tåler, også uten at det er lagt spesielt til rette for det. Dette kan føre til uheldig nedbryting. Ofte kan en tilrettelegging i form av for eksempel stier i terrenget være en fordel, da en på denne måten kan unngå «ukontrollert» trafikk. Dette går ikke bare på selve slitasjefaren, men også på opplevelsesverdien for de enkelte turister. Stor aktivitet og besøksfrekvens kan virke negativt. Når det gjelder slitasje på natur, blir dette ofte mer et spørsmål om forringet opplevelseskvalitet for de besøkende enn direkte fare for det biologiske mangfold.

Resultater fra spørreundersøkelser om dette tyder på at flertallet av bil-turister ikke ser det som negativt med god tilrettelegging ved attraksjoner i form av fasiliteter, så fremt det ikke griper inn i selve kjernen av attraksjonen.

Samarbeid om tilbud

Mange steder kan det være hensiktsmessig å etablere et samarbeid mellom Vegvesenet/kommunen og private bedrifter, både når det gjelder drift av toaletter, opparbeidelse av utearealer og informasjonstavler etc. Avtaler om dette må tilpasses de aktuelle stedene.



Samløkalisering av servicebedrift og rasteplass, Høyheimsvik, Rv 55, Sogn og Fjordane.
Foto: Kristin Ese



«Siktinnretning» som viser hvilke fjell en ser og høyden på disse (bl.a. Skagastølstindane).

Foto: Kurt Skagen



Storvika, Rv 17 i Nordland.

Foto: Bjørn Erik Olsen

Utsiktspunkt

Utsiktspunktene har ofte oppstått ved at trafikantene har begynt å parkere i eller utenfor vegen, gjerne på det punktet der utsikten er best. Trafikale forhold som fri sikt, stigningsforhold o.l. har ofte vært underordnet. Dette er en grunn til at Vegvesenet ikke alltid har gått inn for å legge spesielt til rette for adkomst, parkering og skilting. Stedet har oppstått av seg selv som følge av den gode utsikten, og egner seg ikke nødvendigvis som stopplass ut fra en trafikal vurdering.

På slike steder kan det beste være å gå inn med tiltak for å legge til rette for parkering, og å kanalisere trafikken på en slik måte at de trafikale forholdene blir best mulig.

Vurderinger som bør gjøres før tiltak settes i verk

- Kommer tiltaket i konflikt med andre natur- og kulturhensyn? Dette må avklares med kulturminne- og miljøvernmyndighetene.
- Er det tilstrekkelig areal til å anlegge en parkeringsplass på stedet? Den bør normalt være så stor at den kan ta i mot minst en turistbuss.
- Er frisikten i adkomsten god nok?
- Bør plassen opparbeides på et annet sted enn der folk vanligvis stopper i dag? Kan dette også kombineres med en tursti som kan gi turistene en ekstra opplevelsesmulighet? Det er en dårlig løsning å henvise turistene til å spasere langs vegbanen eller etablere en plass på motsatt side av hovedvegen.
- Kan det være fornuftig å sette opp rekkverk eller anlegge en dyp grøft for å hindre parkering helt eller delvis i vegbanen på kritiske punkt?
- I hvilken grad bør en slik stopplass opparbeides? Det er vanskelig å gi noen generelle råd om dette, men vanligvis blir plassene ikke bearbeidet i særlig grad, dersom de bare er ment som stopplasser. En gruset plass uten noen regulering av parkeringsforhold er som regel godt nok. Slike plasser bør kunne være tilnærmet vedlikeholdsfrie.
- Er det ønskelig å sette opp vegvisningsskilt før stopplassen? Dette regnes ikke som nødvendig når plassen er stor og godt synlig, men i visse tilfeller bør det vurderes å sette opp skilt.
- Er det vegetasjon som hindrer utsikt, og bør slikt eventuelt fjernes? Se forøvrig kapittel 3, «Vegen i landskapet».
- Bør det gis en eller annen form for informasjon på utsiktsplassen? Der det er utsikt over fjellformasjoner, øyer m.v. kan det med fordel settes opp for eksempel stiliserte kart med informasjon om navn, høydeforhold etc. Kikkerter er også mulig, men en må ta hensyn til faren for hærverk dersom en bruker slike «spesialelementer».



Sikring – mest for biler.

Foto: Fjord Norge



Tokagjelet, Rv 7, Hordaland.

Foto: Trine Kanter Zerwekh



Sikring mot fossen ved Videseter i Sogn og Fjordane.

Foto: Statens vegvesen

Sikringstiltak

Vegloven §§ 44-47 omhandler gjerdehold langs veg. Her heter det bl.a. at vegholder har plikt til å sørge for nødvendig sikring av vegbanen og dens omgivelser der hensynet til vegens naboer og de vegfarendes sikkerhet krever det. I tillegg til sikring av selve vegen innebærer denne bestemmelsen også en sikringsplikt for Vegvesenets rasteplasser m.m. Dette gjelder altså det vi kan kalle menneskeskapt strekninger og plasser.

For øvrig gjelder plan- og bygningsloven § 92 a, hvor det framgår at plan- og bygningsmyndighetene kan kreve at tiltak som kan føre til fare for omgivelsene, enten blir endret eller fjernet.

Der sikringsanordninger er etablert, har en også ansvar for vedlikeholdet av disse. Det er viktig at gjerder og andre tiltak som er oppført, blir holdt ved like slik at de ikke representerer en form for falsk trygghet. Dersom en ikke ser seg i stand til å vedlikeholde sikringstiltaket på en forsvarlig måte, må dette i så fall fjernes helt.

Selv om det foreligger en plikt hos vegholder, eventuelt grunneier, å sikre fareområder samt vedlikeholde denne sikringen, stilles det også krav til publikums aktsomhet når de ferdes på slike områder.

Ethvert krav om erstatning som følge av skade vil måtte vurderes i hvert enkelt tilfelle, og en kan derfor ikke forutsi hvor strenge krav en må stille til sikring og aktsomhet. På hvilken måte området sikres, vil med andre ord være basert på skjønn ut fra forholdene på stedet. Gjerder og stengsler kan også virke uheldig, bl.a. av estetiske grunner.



Steinstøberget, Rv 7 i Hordaland.

Foto: Trine Kanter Zerwekh



Foto: Bjørn Erik Olsen

Aktiviteter

For å bedre tilgjengeligheten til attraktive friluftsområder kan det være aktuelt å opparbeide parkeringsplasser i nærheten av badestrender, gode fiskeplasser eller utgangspunkt for fotturer.

Rasteplasser kan gjerne anlegges i tilknytning til friluftsområder. Felles parkeringsplasser, toalett, renovasjon o.l. kan dekke servicebehovet for brukere både av rasteplassen og friluftsområdet. På slike steder kan det være ønskelig å inngå et samarbeid med kommunen om drift av toalett, renovasjon, vedlikehold av stier e.l. Det er nødvendig å sørge for god kontakt mellom rasteplassen og de nærmeste omgivelsene. Dette kan oppnås gjennom terrengforming og opparbeiding av stier fra rasteplassen til badestrand, fiskevann e.l.

Utenlandske turister foretrekker ofte godt merkede stier. Ved utgangspunkt for fotturer kan informasjon om stinettet, avstander og terrengform motivere flere turister til å benytte friluftsmulighetene. Ved utgangspunkt for fotturer kan det også være aktuelt å bygge leskur. Der kan fotturister ta på regntøy før de starter turen, vente på bussen når turen er avsluttet osv. Sykkelturister har også glede av slike leskur.

Ved fiskevann og gode fiskeplasser langs sjøen kan det være aktuelt å bygge brygger for å bedre tilgjengeligheten, spesielt med tanke på rullestolbrukere. Sløyebenker kan vurderes på spesielt gode fiskeplasser.

Utfartsparkering ved Turtagrø, Rv 55, Sogn og Fjordane.

Foto: Kurt Skagen





Med naturen som inspirasjonskilde.
Foto: Kurt Skagen

Funksjonshemmedes behov

Det kan ofte være komplisert å få til gode løsninger som tilfredsstillende alle grupper funksjonshemmede. Det er uansett viktig under planleggingen av tilbud å tenke på at også turister kan ha ulike funksjonshemninger, spesielt ettersom det i dag er en stor andel eldre mennesker blant de reisende.

Å tilrettelegge spesielt for funksjonshemmede vil i liten grad komme i konflikt med funksjonsfriskes behov og ønsker, selv om for eksempel en gjennomført tilrettelegging for rullestolbrukere med hensyn til stigningsforhold vil kunne føre til lange gangavstander på stier m.m. Stort sett kan det sies at det som er bra for funksjonshemmede, også er bra for andre brukere.

En god tilrettelegging for funksjonshemmede kan imidlertid i enkelte tilfeller føre til uheldige inngrep i terrenget. Selv om det er viktig å gi et godt tilbud til alle, er det ikke slik at alle nødvendigvis må ha krav på de samme opplevelser. Dersom det for eksempel skal legges til rette for at bevegelsehemmede skal kunne komme til over alt, vil det fort være fare for konflikter med hensyn til «overtilrettelegging», som både kan medføre store kostnader og uheldige inngrep i naturen. Det må derfor nøye vurderes hvilken tålegrense området har med hensyn til tilrettelegging for rullestolbruk, spesielle sikrings tiltak osv.

For nærmere beskrivelse av forslag til utforming og tekniske løsninger bør en søke informasjon andre steder. Bl.a. er det gitt enkelte konkrete råd i Rasteplasshåndboka (håndbok nr. 204), spesielt når det gjelder utforming av rasteplassmøbler og toaletter.

De viktigste innspill kan en få gjennom de ulike interesseorganisasjonene. Det anbefales å ta kontakt med fylkeslagene av Norges Handikapforbund under planleggingsprosessen for å få konkrete råd.

Noen viktige momenter planleggerne bør merke seg:

- For bevegelsehemmede er rullestol en viktig dimensjonerende faktor.
- Stigninger på plasser og stier bør lages så slake som mulig.
- Fordel med mest mulig trinnfrie løsninger samt en jevn overflatestruktur.
- Hvileplasser langs turstier.
- Informasjonstavler i en slik høyde og med slik skriftstørrelse at de kan leses både av synshemmede og rullestolbrukere.
- Plante vekster som ikke fører til plager for pollenallergikere.



Rullestolrampe ved
Saltstraumen Opplevelsessenter.
Slike løsninger er svært
arealkrevende. Rv 17 i Nordland.
Foto: Trine Kanter Zerwekh

5 Turistinformasjon

Hva er turistinformasjon?

Hva skal det informeres om, hvordan og hvor skal det informeres?

Dagens informasjonssamfunn åpner for nye løsninger på dette feltet, samtidig som kravene fra brukerne øker. Da det finnes lite materiell som omhandler arbeidet med turistinformasjon, er dette også behandlet som eget spesialtema bak i håndboka, med spesiell vekt på utvikling, produksjon og utplassering av turistinformasjonstavler.



Et utvalg av turistinformasjonstavler.
– Varierende stil og innhold.

Turistens informasjonsbehov

Turistenes behov for informasjon er omfattende, og er avhengig av hvor mye forkunnskap den enkelte har, og hvilke spørsmål som melder seg underveis. Ikke alle turister kan få sine informasjonsbehov dekket i et allment system. Vi må konsentrere oss om å informere om hovedemner og henviser til andre steder for detaljert informasjon. Informasjonsleverandørene, bl.a. reiselivsbedrifter, kommuner og statlig forvaltning må gi turistinformasjon på flere nivåer og om forskjellige emner. Vegvesenets hovedansvar som informasjonsleverandør er å informere om for eksempel avstander og omtrentlig reisetid, rutetider på ferjene, rasteplasser, tømestasjoner og spesielle kjøregregler. Viktige spørsmål er både hva vi skal informere om, og hvordan. Målet må være å samordne turistrelevant informasjon fra ulike bidragsytere på en systematisk og logisk måte som gjør den enkel å lese for publikum. Profilelementer langs en strekning bør være gjenkjennbare både i grafisk utforming og i opphengssystemene. Samtidig skal disse elementene være mest mulig stedstilpasset, eller formes ut fra et ønsket estetisk uttrykk.

Informasjonskanaler

Vegkart, elektroniske terminaler/Internett, informasjonstavler, brosjyrer, informasjonsfoldere og skilt er eksempler på informasjonskanaler som vegturisten bruker. Hvilke av informasjonskanalene som brukes, avhenger bl.a. av geografisk nivå, om det er før eller under reisen og om det er detaljer eller generelle opplysninger som søkes.

Hovedkrav til informasjonen er at den skal være:

- relevant
- riktig/oppdatert
- gitt i rett tid/på rett sted
- forståelig

Informasjonen og informasjonskanalen må vurderes i forhold til:

- nivå (nasjonalt, regionalt eller lokalt)
- tema (f.eks. geografi, historie, severdigheter)
- om den er statisk eller dynamisk (om informasjonen endres og må byttes ut ofte)
- om den er permanent eller sesongbetont
- planlegging (er informasjonen ment før eller under reisen; brosjyrer og Internett til planlegging - informasjonstavler, kart og skilt undervegs)
- språk (oversatt til de mest brukte språkene, minimum tysk og engelsk)
- fakta (kvalitetssikret i forhold til åpningstider, avstander, rutetider osv.)
- detaljert eller generell informasjon (f.eks. «regional» attraksjon på en regional oversiktstavle, lokale attraksjoner kommer frem på et lavere nivå)



Tavle for de spesielt interesserte...
Lygna, Oppland.

Foto: Håvard Parr Dimmen

Hvor skal informasjonen gis?

For å svare på dette kan reisen deles inn i ulike faser

- før reisen
- på reisen underveis til målet
- på reisen innenfor destinasjonen

I hver av disse fasene skal det gis informasjon av ulike slag. Informasjonen må med andre ord være tilpasset både tidspunktet i forhold til reisen og informasjonsformen.

Før reisen

I planleggingsfasen undersøker de reisende både offisielle og uoffisielle informasjonskanaler.

Uoffisielle informasjonskanaler er slike som familie, venner, kjente, kolleger osv. Disse er ofte svært viktige for om vi i det hele tatt skal fatte interesse for et sted, for dette er mennesker vi er trygge på og har tillit til.

Offisielle informasjonskanaler blir også undersøkt før reisen. Her finner vekturisten informasjon i brosjyrer, reisehåndbøker, Internettsider, reklame og reisebrev/programmer i radio og TV. Her får turistene en oversikt over muligheter og tilbud som gir en generell kunnskap om regionen. På Internett kan det gis helt generell informasjon slik som i Nortras hovedkataloger, men det kan også gis linker til detaljert informasjon fra turoperatører og destinasjonsselskaper. Vegvesenet har egne hjemmesider med informasjon om bl.a. veg- og føreforhold. Reisehåndbøker og oversiktskart er relevante kanaler for informasjonssøk på planleggingsstadiet, samtidig som de ofte med fordel kan brukes underveis.

På reisen underveis til målet

Etter en tids planlegging og informasjonssøk i ulike kanaler, smalner søket inn. I starten er kanskje flere land aktuelle, så bestemmer man seg for land og til slutt en del av et land. På tur mot reisemålet skal turistene ledes av informasjon som følger opp det de har lest i planleggingsfasen. Informasjonen bør gis slik at den snevres stadig mer inn mot et bestemt mål eller objekt.

Informasjon i denne fasen kan gis i følgende kanaler på følgende steder:

- Informasjonsfoldere på turistinformasjonskontorer, ferjeleier og veikroer
- Oversiktstavler og infoark ved innfallsporene til destinasjon
- Geografisk vegvisning underveis
- Fellessymbol på hele informasjonssystemet som vises på foldere og oversiktstavler



Modulsystem med god plass til mange tavler. Gaupne, Rv 55 i Sogn og Fjordane.
Foto: Inge Fosselie

Det er viktig at det er sammenheng mellom informasjonskanalene. Dette kan f.eks. gjøres ved felles farge- og symbolbruk. På den måten vil en oppnå en gjenkjennelseeffekt som letter «inntaket» av informasjonen. Trafikanten får en kontinuerlig bekreftelse på at vegvalgene er riktige. Gjenkjennelsen skaper også en forutsigbarhet som gir trygghet hos mottakeren. Fellessymbolet eller informasjonen generelt bør vise veg til opplevelser eller produkter av god kvalitet. Informasjonssøket og reisen går nå inn i en ny fase, reisen innenfor reisemålet.

På reisen innenfor destinasjonen

Vel fremme i området vil det være naturlig å gi informasjon på steder hvor folk må stoppe og på steder de sannsynligvis ønsker å stoppe.

«Må» stoppe: – Ferjekaier
 – Bensinstasjoner

Ønsker å stoppe: – Turistinformasjonssenta
 – Overnattings- og serveringssteder
 – Natur- og kulturattraksjoner
 – På steder/bedrifter som tilbyr spesielle opplevelser

For at informasjonssystemet skal fungere er det viktig å tenke på hvor folk er, og hva de etterspør. Det betyr også å vite hva folk syns er viktig og hvilke systemer de ønsker. Estetiske hensyn må også tas, da mange er interessert i utformingen av informasjonsmateriell og opphengssystemer. Det kan være fornuftig å lodde stemningen (spørreundersøkelse) både når det gjelder innhold og utforming før produksjon og/eller revisjon av et informasjonssystem.

Informasjonstavler

Vegvesenet har sluttet å bruke skiltet Informasjonskart (tidligere skilt 636.1), de store blå eller grønne informasjonstavlene med oversikt over vegnettet i forbindelse med tettsteder. I dag benyttes mer ordinære tavler/kart til dette formålet, og dagens teknologi har åpnet for mange ulike kombinasjoner og løsninger. I tillegg til tekst blir grafikk og visuelle elementer stadig viktigere, f.eks. kart med skyggeeffekter, høykvalitets fargebilder, symboler/piktogrammer etc. Tavler blir finansiert av forskjellige instanser, avhengig av hva det informeres om. Vanligvis finansierer Vegvesenet fylkestavlene, mens kommunale og mer lokale tavler kan ha forskjellige finansieringskilder.



Eksempler på helhetlig profil langs Telemarksvegen, Rv 41.

Foto: Tarjei Retterholt/Halvor Holtskog

Vegvesenet skal godkjenne alle tavler som blir satt opp på Vegvesenets grunn (f.eks. rasteplasser). Her kan vi også stille krav til oppsettsutstyr o.l. Tavler som er plassert på annen grunn, kan vi ikke kontrollere på samme måte, men vi kan unnlate å skilte til tavlen hvis vi mener den ikke holder faglig mål.

Som med all annen informasjon er det viktig å definere målgrupper for informasjonen. En må også bestemme hvilket nivå informasjonen skal gis på, om tavlen skal gi informasjon om fylket, regionen, byen eller det lille tettstedet, eller om den skal informere om et tema, f.eks. naturreservater, stavkirker e.l.

Produksjon av og samarbeid om informasjonstavler er så omfattende at det er presentert som spesialtema (nr. 2) bakerst i boken. Her er også organisering av arbeidet med turistinformasjon berørt mer i detalj.

Brosjyrer

Innhold og utforming

Reiserutebeskrivelser bør kunne leses i begge kjøreretninger. En må ta hensyn til at brosjyrer skal kunne brukes under kjøring.

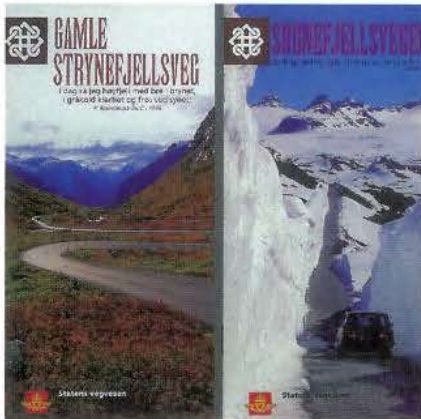
En brosjyre kan inneholde kart over området eller strekningen, og eventuelt et referansekart. I brosjyrer kan det f.eks. informeres om steder langs ruten, severdigheter, attraksjoner, aktivitetsmuligheter, turistinformasjonskontorer og spise- og overnattingssteder, gjerne rikelig illustrert. Brosjyrer kan også gi informasjon om miljøhensyn og ferdsel i naturen.

Ulike informasjonskilder langs en vegstrekning bør ha noen fellestrekk, for eksempel design, logo, fargebruk, symboler e.l. Dette er lettere å oppnå dersom én designer har ansvar for flere informasjonsprodukter, f.eks. brosjyrer og informasjonstavler.

Trykkeri, kartgrunnlag, utgivelsesår og ansvarlig utgiver skal oppgis.

Egenproduksjon eller samarbeid med andre

Vegvesenet kan enten produsere egne reiserutebeskrivelser (som guidene på neste side), eller informere gjennom allerede eksisterende brosjyrer. Det kan være et problem at en del av de eksisterende turistbrosjyrene dekker områder definert av administrative grenser, f.eks. en kommune. En vegstrekning krysser oftest flere kommunegrenser, slik at den geografiske avgrensningen blir unaturlig. Det er imidlertid en fordel at slike turistbrosjyrer trykkes i et stort opplag, og at distribusjonsnettene allerede er etablert. For å unngå tidkrevende informasjonssanking er det en fordel med god lokalkunnskap. En brosjyre kan gjerne utarbeides i samarbeid med reiselivsnæringen. Da må ansvar for finansiering, produksjon, distribusjon og oppdatering avklares når samarbeidet innledes. Det bør vurderes om brosjyren skal sendes ut på høring og eventuelt til hvem. Det kan være hensiktsmessig å produsere et eget stativ til brosjyren.



Strekningsskjemaer for Sognefjellsvegen og Gamle Strynefjellsvegen inneholder bilder, uttrekkskart og informasjon om servicetilbud og opplevelser. Skjemaerene er utgitt på tre språk og er uten reklame.

Finansiering

En brosjyre kan finansieres på ulike måter. Vegvesenet kan produsere egen brosjyre og dekke alle kostnadene i forbindelse med denne. Brosjyren kan enten være gratis eller selges, f.eks. til selvkost. Vær oppmerksom på at salg av brosjyrer krever et apparat som kan håndtere salget. Et slikt apparat er kostbart. Reiselivsnæringen tilbyr en rekke brosjyrer gratis. Derfor kan andre brosjyrer være vanskelige å selge. Ved å utgi en veggguide i samarbeid med reiselivsnæringen kan en få til en deling av kostnadene. En annen fordel ved et slikt samarbeid er at en kan dra nytte av reiselivets kompetanse og distribusjonsnett.

Deler av produksjons- og distribusjonskostnadene kan dekkes av servicebedrifter langs den aktuelle vegstrekningen. Bedriftene kan eventuelt avmerkes på et kart i brosjyren mot betaling. Disse bedriftene kan også distribuere brosjyrene. Brosjyrer bør for øvrig tilbys på turistinformasjonskontorer, bensinstasjoner, ved attraksjoner i regionen, på ferjer el. En brosjyre kan også reklamefinansieres. Erfaringer viser imidlertid at turistene foretrekker brosjyrer uten reklame.

Informasjonsark

Det er gjort gode erfaringer med informasjonsark som turistene kan ta med seg. Disse kan henges i en boks sammen med informasjonstavler. Innholdet på arket kan være en kopi av tavlen, eller gi mer detaljert informasjon. I likhet med brosjyrer er dette en mulighet til å gi informasjon som krever årlig oppdatering. Informasjonsark kan finansieres på samme måte som brosjyrer. Mange velger å finansiere informasjonsark med reklame på baksiden. Arkene i boksen må beskyttes mot vær og vind. Det er viktig å etablere gode rutiner for påfyll og tilsyn med stedet.

Skilting

Vegloven, skiltforskriftene og skiltnormalene legger de overordnede premisene for skilting. Eventuelle avvik fra regelverket skal alltid godkjennes av Vegdirektoratet. Håndbok N300 Skiltnormaler og håndbok V323 Reklame og trafikkfare gir også råd og veiledning om skiltplanlegging.

Skiltplanlegging

I mange tilfeller er det nødvendig å registrere samtlige eksisterende skilt, informasjonstavler og reklame før en begynner skiltplanleggingen. Fotografering av skiltene kombinert med avmerking på flyfoto/kart er ofte hensiktsmessig. Det er viktig at en i dette arbeidet legger vekt på estetiske forhold, jfr. kapittel 3.



Informasjonsark henger i egen boks ved siden av informasjonstavler i Sandefjord. Foto: Håvard Parr Dimmen

Krav til høringsinstanser og samarbeidspartnere vil variere med skilttypen. Det er derfor hensiktsmessig å splitte skiltplanleggingen i to deler:

- Trafikkregulerende skilt og markeringsskilt
- Geografisk og lokal vegvisning, serviceskilt, informasjonstavler og private skilt/reklameplakater

Skilting for alle trafikantgrupper

Trafikkskilt skal tilfredsstillere alle trafikantgrupper, ikke bare bilturister. Den geografiske vegvisningen er det viktigste i enhver vegvisnings- og serviceskiltplan. Husk også skilting til egne eller alternative ruter for syklister, og informasjon om begrensninger for tungtrafikk på deler av vegnettet.

Skilt kan ikke erstatte vegkart og ordinær informasjon med rutebeskrivelser. Reiselivsnæringen etterspør ofte skilt til sine bedrifter. Det er derfor nødvendig å prioritere mellom visningsmålene og se de ulike informasjonskanalene i sammenheng. Prioriteringen av visningsmål må være konsekvent. Det er også viktig å tenke på hvordan en vurderer forholdet mellom:

- Lokale og regionale turistmål
- Trafikantenes primære behov (mat, WC m.m.) og sekundære behov (severdigheter m.m.)
- Tilbud til alle trafikanter og eventuelle tilbud forbeholdt gjester som har forhåndsbestilt

Ofte vil det være nødvendig å sette opp informasjonstavler for å kunne formidle ønsket informasjon om servicetilbud og opplevelsesmuligheter. I tillegg kan private skilt være et supplement til offentlige skilt. Private skilt vil i mange tilfeller også kreve godkjenning etter plan- og bygningsloven og naturvernloven i tillegg til vegloven.

Skilting som trafikkstyring

Mange veger er bygd for å avlaste byer og tettsteder for gjennomgangstrafikk. Der skal vegvisningen kanalisere trafikantene til den vegen som er forutsatt å betjene denne trafikken. Skiltingen (og spesielt vegvisningen) kan derfor ikke uten videre gi vegene en annen funksjon enn de er tiltenkt, så det er viktig at skiltingen gjenspeiler de overordnede valg som lå til grunn for vegprosjektet.

Skilt og annen informasjon bør ikke vise til områder som ikke tåler belastningen, for eksempel naturområder med verneverdig planteliv.



Ulike eksempler på privat skilting.
Målet må være at trafikantene finner fram...
Foto: Siri Legernes/Trine Kanter Zerwekh

6 Sykkelturisme

I mange land har det i lang tid vært mange sykkelturister. Norge begynner også å bli populært i sykkelsammenheng, og vi har sett litt på hvilke erfaringer som er gjort i utlandet og på spesielt tilrette- lagte sykkelruter i Norge. Sykkelturistene har ofte andre behov i forhold til bil- og bussturistene. Hvordan bør vi tilrettelegge for sykkelbruk? Hva bør finnes på et sykkelkart og hva kjennetegner en god sykkelrute?



Rallarvegen ved Kleivagjelet.

Foto: Helge Sunde



Med begrenset bagasjeplass har sykkelistene et spesielt behov for servicetilbud.

Foto: Chris Heymans

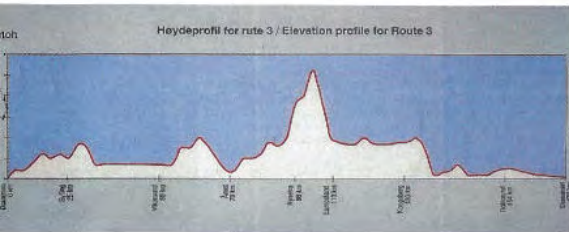
Sykkelturisten

Variert klima og unike naturopplevelser gjør Norge til et spennende og utfordrende reisemål for sykkelturister. Dags- og weekendturer utgjør i dag det største markedet og det største potensialet. Lengre sykkelferier er bare interessant for enkelte. De fleste velger fjellet og kystområdene i Sør-Norge som mål for sykkelturen. Sykkelturisten har i følge en spørreundersøkelse fra 1996 følgende hovedønsker: Skilting av ruter, sykkelutleie på feriestedet, kart/rutebeskrivelser og transport av sykkel med offentlig kommunikasjon. (Horwath Consulting 1997).

Den foreløpig største suksessen innen norsk sykkelturisme, Rallarvegen (ca 15 000 sykklister i sesongen), har følgende gjennomsnittssykkelist: Mannlig østlending med høyere utdannelse på egen sykkel i følge med en annen sykkelist og med et forbruk på ca. 240 kr pr døgn. Han tar toget tur/retur utgangspunktet og bruker 2 dager på strekningen Haugastøl – Flåm (Preludio ANS 1996).

Sykkelistene foretrekker stort sett å reise rundt på egen hånd ved hjelp av kart og vegvisningsskilt. Tidligere foretrakk sykkelturistene nesten utelukkende å overnatte på campingplasser, i telt og på vandrerhjem. I de seneste årene har det skjedd en dreining mot dyrere overnattingstilbud. Sykkelturistene i Europa bruker relativt mye penger i løpet av ferien, 350 – 600 kr døgnet (Horwath Consulting 1997). Sykkelturistene er altså like kjøpesterke som de fleste andre typer turister.

Sykelkart med høydeprofil
Utgitt av Reiselivsprosjektet



Framkommelighet

Tunneler danner barrierer for syklistene. Når vegruter tilrettelegges og anbefales for sykling, bør strekninger med tunneler unngås. For sykkelruter er det ønskelig å finne fram til alternative vegsløyfer utenom tunnelene. Hvis gamlevegen ligger igjen etter tunnelbygging, kan den nedlagte vegsløyfa åpnes for sykkelturister i sommersesongen. Men der undersjøiske tunneler erstatter ferjestrekninger er det vanskelig å finne alternativer. Disse tunnelene er ofte stengt for fotgjengere og syklistene, og syklistene må benytte kollektivtransport gjennom tunnelen.

Syklistene har behov for informasjon om hvor det er tunneler, om det er tillatt å sykle gjennom tunnelene, hvor lange de er, og om de har lys og ventilasjon. Disse opplysningene er samlet i en tunnelguide utarbeidet av Vegdirektoratet. Guiden dekker hele landet.

Lange og bratte stigninger er en annen barriere som sykkelturistene møter i Norge. Anbefalte sykkelruter bør ikke ha bakker med over 12% stigning. Sykkelruter bør strengt tatt heller ikke ha sammenhengende bakker som er lengre enn 1 km. Med Norges topografi kan det være vanskelig å følge denne anbefalingen. I slike tilfeller bør syklisten få kjennskap til dette gjennom god kartinformasjon eller lignende.

Mange sykkelturister synes det er ubehagelig å sykle langs veger med mye biltrafikk, spesielt når andelen av tyngre kjøretøyer er stor. Vegbredde og kvaliteten på vegdekket er også forhold som må vektlegges. Når det gjelder vegdekkkvaliteten, er det gjerne vegsløyfer utenom det offentlige vegnettet som kan være problematiske.



Når man sykler fra «Cape to cape», blir man lett motløs når man kommer til Kobberskaret tunnel i Nordland (4,5 km).



Foto: Inge Fossellie

Anbefaling av sykkelruter

Det er ofte nødvendig å bruke både riksveger, fylkesveger og kommunale veger for å få til gode og sammenhengende sykkelruter. Mange steder kan også skogs-/fjellveger og museale veger utgjøre en del av ruta. Slike veger vil ofte by på fine natur- og kulturopplevelser. Sykkelruter bør imidlertid ikke kobles sammen med veger der det ferdes mange fotturister. Det er også viktig å være oppmerksom på at enkelte museale veger ikke anbefales til sykkelbruk fordi de er ujevne og stedvis i dårlig forfatning. Trafikksikkerheten må vurderes i forhold til trafikk tetthet, sikt, hastighet og vegbredde.

Erfaringene som er fremkommet under utvikling av sykkelruter er nedtegnet i en rekke bøker og kart. I dag finnes det både lokale, regionale og nasjonale oversikter. Det er likevel bare i noen få fylker at en hittil har arbeidet systematisk for å skilte og kartlegge sykkelruter. Foruten i Vegvesenet finnes det kompetanse og erfaring med tilrettelegging for syklister i første rekke hos Syklistenes Landsforening, og i enkelte kommuner og fylkeskommuner.

Det kan være behov for egne vegvisningsskilt for syklistene, spesielt der anbefalt sykkelrute følger en annen trasé enn hovedvegen. Behovet for skilt vil variere og må vurderes i hvert enkelt tilfelle. Ved utarbeidelse av informasjonsmateriell til vegturister bør også sykkeltraséer inngå og beskrives separat. Ideelt sett burde det utvikles egne informasjonsbrosjyrer i tillegg til det som er beregnet for bilturisten langs samme trasé. Det finnes etterhvert en del private firmaer som anbefaler og organiserer sykkelturner. Disse vil ha behov for godt oppdatert informasjon angående tunneler, trafikk tall, skiltplaner, nye sykkelveger osv.

Service

Lengden på dagsetappene for sykkelturnister vil variere med alder, fysisk form, værforhold og terreng. Skolebarn kan gjerne sykle 15 – 30 km pr dag, utrente voksne kan sykle 30 – 60 km pr dag, mens godt trente syklister kan tilbakelegge 100 km eller mer (Jenseth 1994). Sykkelturnister har behov for et tettere servicetilbud enn bilturister. Dansk Cyclist Forbund anbefaler at det ikke er mer enn 30 km uten overnattingstilbud mindre enn 5 km fra ruta, og ikke mer enn 20 km uten provianteringsmuligheter (Poulsen 1995).

Langs værutsatte strekninger kan sykkelturnistene ha behov for leskur. Det gjelder spesielt strekninger med stor avstand mellom servicetilbudene. Slike leskur bør være store nok til at syklistene kan skifte tøy, koke mat og få syklene under tak. Benkene i leskuret bør være lange nok til at syklistene kan ligge på dem. Eventuelt bør det vurderes om vann og toalett skal legges inn langs «øde» strekninger.



Sykkelskur kan være spesielt nyttig på strekninger med mye vær og lite service.
Ved Djupvatnet, Rv 17 i Nordland.
Foto: Heidi Meyer Midtun



Foto: Håvard Parr Dimmen

Andre tilbud til sykkelturistene

Sykkelstativ på rasteplasser

På rasteplasser som ofte benyttes av sykkelturister er det behov for parkeringsmuligheter for sykler med stor oppakning. Det vil også være et godt tilbud til syklistene å ha tilgang på drikkevann på rasteplassene.

Låsbare sykkelstativ og oppbevaringsbokser

Dette er mest aktuelt ved reisemål som er svært populære blant sykkelturister. Der det ferdes mange mennesker virker det mer utrygt å gå fra sykler og bagasje. Det er også viktig at overnattingsbedrifter som vil ta i mot syklistene, kan oppbevare syklene innendørs om natten.

Informasjon

Informasjon kan gis i form av egne sykkelkart eller på informasjonstavler langs vegen. Syklistene har behov for en annen type informasjon enn bilturister. I tillegg til service og severdigheter kan et sykkelkart vise avstander, tunneler, stigning, vegdekke, ferjestrekninger, severdigheter, dominerende vindretning, anbefalte sykkelruter, sykkelutleie og sykkelverksted. Informasjon om kollektivtransport kan også være interessant, for eksempel forbi tunneler som er stengt for fotgjengere og syklistene. Informasjon om sykling kan fås hos blant annet turistkontorene, Syklistenes Landsforening og Statens vegvesen.

Noen råd ved nye traséer/ruter

Grunnleggende råd for tilrettelegging av en ny sykkelrute med tilhørende skilter og kart:

- Bruk alltid sykkel for å prøve ut om ruten er for bratt, for trang, for lang eller for trafikkert. Foreta en testsykling av valgt trasé sammen med folk som ikke har vært med i planleggingen.
- Beregn minst ett års produksjonstid av et nytt kart fra praktisk utprøving på sykkel, via tekstutforming, koordinering av informasjon fra mange samarbeidspartnere til digitalisering, layout og trykking
- Samarbeid med Syklistenes Landsforening sentralt eller lokalt, der finnes entusiasme og kompetanse
- Samarbeid med transportørene, NSB, flyselskap, busselskapene o.l., slik at opplegget blir fleksibelt og effektivt
- Samarbeid med turistinformasjonskontorene. De vet mye om hvilke spørsmål og behov turistene har og kan gi innspill som påvirker valg av trasé

Sognefjellsvegen, Rv 55, Oppland.
Foto: Kurt Skagen



7 Ferjeturen

Ferjeturer er et viktig innslag i feriereisen for mange turister som reiser i Kyst-Norge. Selv om ferjeturen oppleves som en barriere for mange av de reisende, er det også svært mange, særlig utenlandske turister, som synes ferjeturene gir mange flotte opplevelser og et kjærkomment avbrekk i bilturen.



Hella ferjekai,
Rv 55, Sogn og Fjordane.
Foto: Kurt Skagen

Turistenes vurderinger

Mange turister reiser til Kyst-Norge for å oppleve fjordene og er gjerne positive til ferjeturer. Lang seilingstid blir normalt ikke ansett som en ulempe.

Turistene er stort sett fornøyde med ferjetilbudet når frekvensen er høy og ventetiden ikke spesielt lang. I slike tilfeller er det bare enkelte travle helge-reisende som misliker den ventetiden ferjekryssingen kan medføre. Interessen for ferjeturer avtar når turistene benytter mange ferjesamband, og de blir selv sagt også mer opptatt av kostnader. For dem som ofte benytter ferjesamband vil både pris og høy frekvens være viktig. Utsikt fra ferjene er et poeng for mange, spesielt ved lengre kryssinger i spektakulære landskap.

Enkelte steder har noen problemer med å finne ut hvor de skal plassere bilen når det er flere ferjer fra samme sted og/eller når det er mange rekker. Noen savner kiosk ved enkelte ferjer der det er ventetid. På lengre overfarter vil serveringstilbudet om bord være av en viss betydning.

Krav til framkommelighet

Bare 40% av riksvegsambandene, og knapt halvparten av ferjestrekningene med mange turister, har tilfredsstillende tilbud med hensyn til åpningstid, frekvens og oversitting. Gjenstående biler bør ikke stå over mer enn én tur, og der det er mulig, bør ventetiden ikke overstige en time. Tidsdifferensierte takster kan benyttes til å spre trafikken over døgnet slik at ventetiden reduseres.

Ferjestandard

Ferjemateriellet må disponeres ut fra det totale transportbehovet. Hensynet til arbeidsreiser, næringstransporter og ferie- og fritidsreiser må vurderes samlet.

Ferjemateriellet varierer med type fartsområde, trafikkbelastning og trafikk sammensetning. Det er ferjene i middels lange og lange samband som er mest interessante for turistene. Ved nybygging av ferjer til korte samband i rolige farvann bør det bygges enkle pendelferjer, slik at større ressurser kan brukes til ferjer i mellomlange og lange samband.

Noen kan kunsten å slappe av.

Foto: Heidi Meyer Midtun



Ferjer i mellomlange og lange samband bør tilby passasjerene:

- salong over bildekk
- kafeteria
- stellerom
- dekkareal med stoler for utendørsopphold

På lange samband bør det også være tilbud om aktivitetsrom for barn i skjermet areal, telefon og liggestoler på de mest værharde strekningene.

Når ferjeflåten skal fordeles, bør de mest attraktive sambandene prioriteres. I høysesongen bør suppleringsferjer settes inn på de viktigste turistsambandene. Enkle oppgraderingstiltak kan gjøre de eldre ferjene vesentlig mer turistvennlige enn de er i dag.

Informasjon

Ferjevert svarer på spørsmål fra turistene, Rv 17, Nordland.

Foto: Steinar Skaar



På land

Oftest får de vegfarende et ufrivillig stopp på ferjeleiene, og disse er derfor velegnede informasjonspunkt. Trafikantene ønsker blant annet informasjon om avgangstider og kapasitet. Der det finnes alternative ruter, bør det gis informasjon i det siste vegvalgspunktet før sambandet. Dette gjelder spesielt samband med lav frekvens og dårlig kapasitet. I tillegg til at man viser de alternative rutene, bør det informeres om avganger og ventetider. Denne informasjonen må kunne oppdateres kontinuerlig.

Vegvesenet bør ta ansvar for å samordne all informasjon som gis på ferjeleiene. Dette gjelder både utforming, innhold og plassering. Vegvesenets ansvar vil i første rekke være å gi informasjon om ferjeavganger og eventuelle endringer, og å sørge for at informasjonen er forståelig og lett å finne.

Informasjon om avviklingsproblemer i ferjesamband bør prioriteres på linje med f.eks. avviklingsproblemer på høyfjellsoverganger eller vegstenging på grunn av ras.

Om bord

På lengre samband kan næringsliv og kommuner informere om bord på ferja. Ferjeselskapet har også et selvsagt ansvar for å yte service til sine kunder under overfarten. Gjennom konsesjons- og anbudsavtaler bør ferjeselskapene stimuleres til å ta ansvar for å gi passasjerene god informasjon.

En ordning med ferjevertter som gir trafikantene individuell informasjon, er blitt godt mottatt i Nordland. Ferjevertene er også hjelpelige med å bestille overnatting. Kommuner, næringsliv og ferjeselskap bør dekke kostnadene for dette tilbudet.



Måtte ferja snart komme...
Foto: Heidi Meyer Midtun

Ferjeleiers landområde

Organisering og utforming

Et ferjeleie skal både være funksjonelt og trivelig. Materialvalg, stedstilpassing og utforming med tanke på trafikkavvikling, trivsel og sikkerhet for passasjerene som venter, må ligge til grunn for valg av løsning. Mange ferjer mangler et tilfredsstillende tilbud til funksjonshemmede, det er derfor spesielt viktig at denne gruppen får et godt servicetilbud på alle landanlegg.

Arealknapphet vil ofte være hovedutfordringen når et ferjeleie skal utformes. Fordi enhver situasjon er unik, vil standardutforminger oftest være vanskelige å anvende fullt ut. Problemstillingene er behandlet i håndboka Ferjeleiers landområder – planlegging/prosjektering (håndbok nr. 141).

Bygninger

Bygninger på ferjekaier har samme karakter som bygninger på rasteplasser. Det er i hovedsak venterommet som er spesielt for bygninger på ferjekaier. Det er en utfordring å utforme venterom som ikke har kontinuerlig tilsyn, fordi disse ofte er utsatt for hærverk. Tilrettelegging for effektivt vedlikehold, gulvaste møbler, god innendørs og utendørs belysning og sentral plassering av venterommet kan redusere hærverksfaren.

Tilrettelegging for kommersielle tilbud

I tilknytning til veger med mange turister er det viktig å se på helheten av kommersielle tilbud langs ruten. Langs ruter med lite næringsvirksomhet kan Vegvesenet være med på å tilrettelegge for kommersielle tilbud på ferjeleiene. Vegvesenet kan for eksempel tilby lokaler mot at leietakeren tar ansvar for vedlikehold og vask av toalett og venterom. Sesongmessig salg av bær, frukt og souvenirer kan også legges til ferjeleiene.

Det er viktig at slik planlegging blir koordinert med kommuner og ferjeselskap, slik at tilbudet på land og på ferja i størst mulig grad utfyller hverandre til beste for trafikantene.

Gjennomsnittlig ventetid og lengden på overfarten er avgjørende for hvilke servicetilbud som kan være aktuelle. Trafikkmengde og fordeling av trafikk over året vil bestemme omfanget av virksomheten. Det er imidlertid gunstig med et lokalt marked som kan gi grunnlag for helårsdrift.

8 Nasjonale turistveger

Begrepet Nasjonal turistveg er omtalt i kapittel 2. Vegdirektoratet har utgitt retningslinjer for utvelgelse av nasjonale turistveger i heftet «Nasjonale turistveger. Veileder for utvelging og planlegging». Her gis en smakebit av hvordan planleggingen forut for selve godkjenningsprosessen bør foregå.



Turistvegssymbolet er varemerkegodkjent og kan bare benyttes etter godkjenning fra Vegdirektoratet. Godkjente nasjonale turistveger kan benytte symbolet på brosjyrer, informasjonstavler og på enkelte skiltkombinasjoner.



Foto: Siri Legernes

Hvordan få status som nasjonal turistveg?

Hva bør skaffes fram av grunnlagsdata – strategi?

Det første en må gjøre, er å definere den strekningen en ønsker å arbeide med; d.v.s. finne de mest naturlige og hensiktsmessige endepunktene. Det er sjelden de administrative grenser, som fylkes- eller kommunegrenser, som egner seg som avgrensning for en turistveg. Men en bør heller ikke ha for store ambisjoner med hensyn til å favne vidt. Avgrensningen vil ofte bli konfliktfylt uansett hvor den settes, og det er derfor viktig at endepunkter på ei rute er begrunnet ut fra bl.a. natur/kultur, vegstandard og øvrige stedlige forhold. Endepunktene kan gjerne være naturlige trafikknutepunkter.

Neste steg er en registrering av de viktigste tilbud og fasiliteter langs ruta. Selv om forholdene mange steder synes oversiktlige (i hvert fall for de som er lokalkjente), vil det alltid være gunstig å få gjennomført et grundig registrerings- og analysearbeid i startfasen av planleggingen.

Følgende deltema er mest relevante i denne sammenheng:

- Vegstandard og trafikkmengde, herunder best mulige data om turisttrafikk, ulykkessituasjon, andel tungtrafikk m.m.
- Hva finnes av severdigheter og attraksjoner langs ruta?
- Oversikt over alle offentlige og private serviceanlegg, samt beskrivelse av kvaliteten på disse. For kommersielle serviceanlegg bør momenter som åpningstider og tilgjengelighet for funksjonshemmede komme inn under kvalitetsbegrepet
- Miljøforhold: Er det spesielle områder langs strekningen som er sårbare for økt trafikk, eller er det attraksjoner som står i fare for å bli nedslitt p.g.a. tråkk (og hva bør eventuelt gjøres for å unngå problemene) m.m.
- Kvaliteter i natur- og kulturmiljø
- Skilting og informasjonstavler
- Aktivitetstilbud langs ruta

Gjennom dette registreringsarbeidet kan en bl.a. få konkretisert hvilke sterke og svake sider vegstrekningen har, og ut fra dette velge

- 1) strategi for videreutvikling og
- 2) spesifisert tiltaksplan

Strategi

Med strategi menes å velge ut områder det er viktig å satse på og utvikle videre i markedsføringen av vegstrekningen. For eksempel vil det for en vegstrekning som går gjennom områder med storslått natur, være naturlig å satse mye på tilrettelegging på og omkring utsiktspunkter.



**Utsiktspunkt mot Leirdalen.
Rv 55, Oppland.**
Foto: Trine Kanter Zerwekh

Ved valg av strategi bør en derfor skjele til hvilke fortrinn vegen har i forhold til turistenes behov og interesser. En bør imidlertid også kunne reise spørsmål om det er mest fornuftig å

- a) satse på videreutvikling av allerede gode kvaliteter eller
- b) heve nivået på de elementer eller temaer som er dårlig utviklet i utgangspunktet

Tiltaksplan

Tiltaksplanen bør være så detaljert som mulig, og det er nødvendig å angi i planen hvilke instanser som er ansvarlige for å gjennomføre de ulike tiltakene. Det bør også foretas kostnadsberegninger for hvert tiltak. I tillegg bør det settes opp en prioritert liste over store og små tiltak, med angivelse av gjennomføringstidspunkt og instanser som er ansvarlige for gjennomføring og eventuelt drift/vedlikehold.

Organisering av planleggingsarbeidet

Som nevnt tidligere er Vegvesenets ansvar for utvikling av nasjonale turistveger begrenset, i og med at Statens vegvesen bare er én av flere aktører. Det kan være mange bidragsytere, og for at sluttresultatet skal bli vellykket, er det viktig å legge mye arbeid i å få til en organisasjon som fungerer bra.

Det er dessuten viktig at de involverte vet at utvikling av turistveger ofte kan være en lang prosess.

Det er vanskelig å gi strenge føringer på hvilke instanser som bør delta på hvert tidspunkt i prosessen, og eksakt hvordan arbeidet skal organiseres. Dette vil erfaringsmessig kunne variere fra prosjekt til prosjekt. Her vil det likevel bli listet opp noen generelle «kjøreregler»:

- Initiativet må komme fra lokalt hold, og initieres gjennom kommunene langs strekningen. Dette betyr at Statens vegvesen ikke skal være noen pådriver i arbeidet.
- Reiselivsnæringen må være en sentral aktør. Dette er en næring som tilsynelatende har en noe uryddig organisering, hvor de ulike typer av bedrifter kan være tilknyttet forskjellige bransjeorganisasjoner, jfr. kapittel 1.
- Fylkeskommunen bør normalt også være en sentral instans, spesielt i forbindelse med en koordinerende rolle mellom primærkommunene og deres eventuelle særinteresser.
- Ansvarsforhold må formaliseres gjennom avtaler. Ansvar for planlegging, investering og drift/vedlikehold, må tydeliggjøres og avklares på et tidlig tidspunkt.



Foto: Trine Kanter Zerwekh



Rasteplassen på Liasanden overvåkes for å kartlegge slitasje. Rv 55, Oppland.

Foto: Kurt Skagen

Enkelte tips og fallgruver

I det følgende blir det listet opp enkelte momenter en bør ha i tankene. Disse er basert på gode og dårlige erfaringer fra arbeid med turistveger, både her i landet og i utlandet. Det vises for øvrig til rapporten Turismeattraksjoner (TØI 1997).

- Det bør gjennomføres en form for brukerundersøkelser; hva ønsker turistene? Husk at brukerne er en sammensatt gruppe med ulike behov. Norske og utenlandske turister legger ofte vekt på forskjellige aspekter.
- Attraksjoner langs strekninger kan være både i og utenfor tettbygde strøk, og være både landskap, byggverk, utsiktspunkter og tettsteder.
- Markedsføring av en strekning som «nasjonal turistveg» skal ikke settes i gang før det finnes et visst minimum av tilbud.
- Attraksjoner bør knyttes til servicetilbud. Ved lokalisering må det også tas hensyn til det lokale marked. Ofte er det en fordel for tjenestetilbudene at de samlokaliseres eller etableres i nærheten av hverandre.
- Under planleggingen av både strekningsvise og lokale tiltak bør alle offentlige myndigheter med interesse i saken trekkes inn på et tidlig tidspunkt.
- Temaet er ofte konfliktfylt. Aksepter at det vanskelig lar seg gjøre å oppnå harmoni mellom alle interessegrupper.
- Beskytt natur og landskap mest mulig (se bilde). Det er uheldig med lokalisering av reiselivstilbud for nær for eksempel strandsoner og sårbare områder ellers. Slitasjen i begynnelsen har ofte størst negativ effekt. Det er spesielt viktig å hindre erosjon der mange turister ferdes til fots.
- Ta utgangspunkt i lokal kultur og lokale skikker, men husk at kopier av fortidens løsninger ikke nødvendigvis er svaret.
- Parkeringsplasser og øvrige tilbud og fasiliteter må ikke etableres for nær kjernen i en attraksjon.
- Ved planlegging av serveringssteder bør en tenke over at svært mange turister er «utsiktsorienterte». Mange serveringssteder oppfattes som lukkede og innadvendte.
- Vær forsiktig med overdreven markering av attraksjoner langs vegen. Mange turister har en negativ holdning til kommersialisering.
- En viktig forutsetning for turistvennlighet er at servicenivået er bra.
- Mangel på toaletter, spesielt toaletter av høy kvalitet, er ofte et problem langs mange veger i dag.

Spesialtema 1

Reiselivsprosjektet



**Lokalt engasjement
– en forutsetning for å lykkes.**
Foto: Mittet Foto

Formål og bakgrunn

I forbindelse med Stortingets behandling av norsk veg- og vegtrafikkplan for perioden 1994-97 ble Samferdselsdepartementet bedt om å ta initiativ til et samarbeid mellom reiselivsnæringen, bilorganisasjonene og vegmyndighetene for å videreutvikle og markedsføre *vegen* som ledd i et reiselivsprodukt. Dette var bakgrunnen for at Reiselivsprosjektet ble igangsatt våren 1994.

Hovedformålet med prosjektet var å avklare Vegvesenets bidrag til å utvikle vegen som en del av et reiselivsprodukt, og å undersøke problemstillinger rundt samarbeidsformer og tiltak på og langs vegnettet. Gjennom planlegging og utføring av konkrete tiltak langs fire utvalgte prøvestrekninger skulle Vegvesenet utvikle kompetanse på dette feltet. Det ble lagt stor vekt på å vinne erfaring i samarbeid med kommuner og reiselivsnæringen, og ha i tankene at tiltakene også skulle bidra til næringsutvikling. I og med at det er trafikanten som er hovedkunden, skulle tiltakene også bidra til å gi dem en bedre opplevelse undervegs.



Skulptur på Sognefjellet som rammer inn Smøstabbtindane, Rv 55, Oppland.
Foto: Kurt Skagen

De viktigste erfaringene fra prosjektet

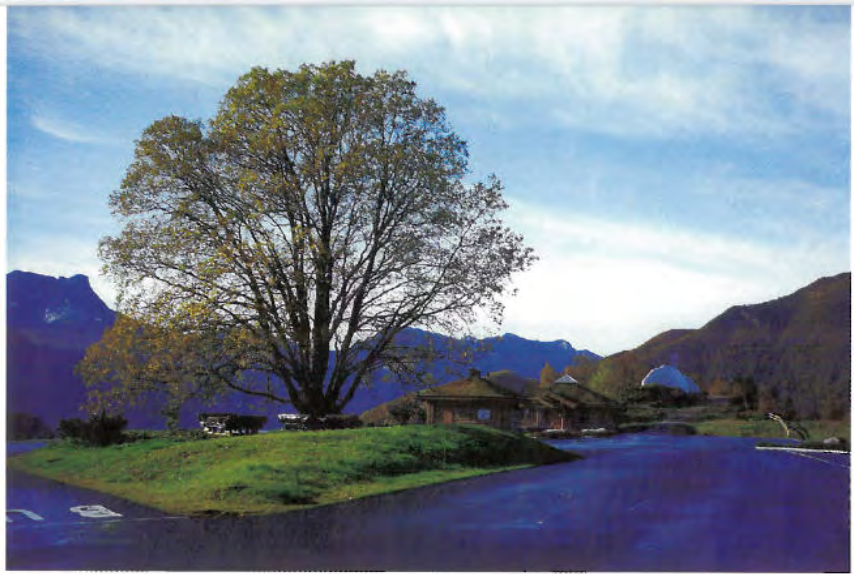
Prosjektet ble gjennomført i løpet av tre år, og både reiselivsnæringen og kommuner ble invitert til å delta i et samarbeid. Prøvestrekningene krysser både kommune- og fylkesgrenser, og dette har ført til et stort antall samarbeidspartnere. Det ble øremerket midler til gjennomføring av tiltak, og de statlige midlene var nødvendige for å kunne holde en stram framdriftsplan. Vegvesenet tok ansvar for framdrift og investering på steder og innenfor områder som strengt tatt hører inn under andre instanser for å klare å holde framdriftsplanen. Til dette må sies at tre år fra oppstart til avslutning på et såpass omfattende prosjekt er i knappest laget. Planprosessen er tidkrevende, og dette har nok vært undervurdert.

Tidspresset og ressursbruken fra Vegvesenets side førte til en litt unaturlig samarbeidssituasjon. Enkelte har dessuten reist kritikk mot at det statlige engasjement på dette området kan innebære uheldig konkurransevridning.

Ikke alle prøvestrekningene hadde utarbeidet en god nok forstudie, dvs. en strekningsanalyse med tiltaksplan. I den innledende fasen burde en også ha tenkt mer på det holdningsskapende arbeidet blant vegens naboer (lokalbefolkning og bedrifter) for å få fram hva det betyr å være nabo til en slik veg. En tenker da både på serviceinnstillingen og rent estetiske vurderinger av bygninger og uteområder langs vegene.

Arbeidet med turistvegene foregikk i grenselandet mellom næringspolitiske og vegpolitiske mål, der det lett kunne oppstå faglige dilemmaer. Ett eksempel på dette er Vegvesenets satsing på standardforbedring av rasteplasser og campingnæringsens frykt for at dette vil føre til lavere besøkstall på deres plasser. For å skape eierforhold til vegene og prosjektet er det en forutsetning

Rasteplassen på Holand er et samarbeidsprosjekt mellom Holand kommune og Vegvesenet. Rv 17, Nordland.
Foto: Steinar Skaar



at en prøver å ta hensyn til de behovene som næringslivet og kommunene har, og at en på et tidlig tidspunkt får kartlagt alle aktuelle samarbeidspartnere. Målet for prosjektet må også bli klargjort så tidlig som mulig, først da vil alle dra i samme retning. Selv om en i prosjektet har hatt betydelige beløp fra sentralt hold, har dette ikke utløst stort nok lokalt engasjement.

Et annet eksempel kan være at Vegvesenet helst lokaliserer sine rasteplasser i vakre omgivelser i landlige strøk, mens det ut fra et næringspolitisk synspunkt kan være mer ønskelig å få folk til å stoppe nær byer og tettsteder for dermed å skape økt aktivitet i et lokalsamfunn. Tilbakemeldinger tyder på at en burde ha satset mer på tiltak i tettstedene og ved attraksjonene fordi det på disse stedene ville ha vært lettere å få næringslivsinteressene med på en delfinansiering.

Det ville også gjort det lettere å nå målet om bidrag til næringsutvikling. Følgelig kunne en ha redusert omfanget og standarden på en del av tiltakene som var lengst fra tettsteder. Noen av disse tiltakene vil også ha relativt høye driftskostnader sammenlignet med de stedene i mer sentrale strøk, der en har fått til drifts- og vedlikeholdsavtaler. Dilemmaet er at de som nettopp ønsker å stoppe langt fra folk, også trenger visse fasiliteter, ikke minst av miljøhensyn.

Under hele prosessen har en arbeidet mye med turist- og trafikantinformasjonen. Alle fylkene har brukt vesentlig mer tid og ressurser enn beregnet på å få utarbeidet informasjonstavler og informasjonssystem for strekningene. I tillegg har en fått flere negative overraskelser ved at de oppsatte informasjonstavlene ikke har fylt de kravene en må stille til holdbarhet.

Kunst langs vegen har vært en utfordring. Dette er både nytt og arbeidskrevende. Det bidrar til økt opplevelse for trafikantene; spørsmålet er likevel hvor langt Vegvesenet skal gå inn på å finansiere slike tiltak. I prøveprosjektet har dette vært ansett som riktig, men senere må en sikre seg at også andre enn Vegvesenet kan være med på finansieringen.

Både sentralt og ute i fylkene har en hatt referansegrupper. Disse har gitt mange gode innspill til prosjektet. I ettertid kan det likevel slås fast at en med fordel kunne ha benyttet flere representanter fra reiselivsnæringen i referansemiljøet.

Reiselivsprosjektets stab i Vegdirektoratet ble organisert som en rendyrket prosjektgruppe knyttet direkte til etatsledelsen. Medarbeiderne på vegkontorene hadde sine «vanlige» arbeidsoppgaver i linjeorganisasjonen i tillegg til prosjektarbeidet. Tidspresset har vært stort, og det hadde vært en fordel om også prosjektmedarbeiderne på vegkontorene var tilknyttet prosjektet gjennom en ren prosjektorganisasjon, uten andre oppgaver ved siden av.

Utfyllende resultater fra Reiselivsprosjektets arbeid er oppsummert i egne rapporter.



Kunstnerisk eplebit i Norges frukthage, Herand i Hardanger, Rv 550, Hordaland.
Foto: Trine Kanter Zerwekh

Spesialtema 2

**Informasjonstavler og
informasjonssystemer**

Big is beautiful?
Foto: Arne Sivertsen



Utforming av informasjonstavler

Innhold

Som nevnt i kapittel 5 må tavlens innhold ses i sammenheng med størrelsen på det geografiske området tavlen skal dekke, lokalisering og andre informasjonskilder.

Aktuelt innhold på informasjonstavler:

- Severdigheter/attraksjoner
- Aktivitetsmuligheter (fottur, fiske, bading, klatring, skitrekking o.l.)
- Service (overnatting, bespisning, bensinstasjoner osv)
- Miljøhensyn/restriksjoner
- Ferjer
- Syklistinformasjon (tunneler, alternative vegvalg osv)
- Fakta om natur og kultur
- Historie
- Dikt/sitater, knyttet til området eller tema på tavlen

Informasjonsnivå

På en regional tavle som dekker et større geografisk område, kan det være aktuelt å informere om de viktigste veger, avstander, ferjestrekninger, vinterstenginger og severdigheter av nasjonal eller regional betydning. En lokal tavle dekker et mindre område, f.eks. en eller flere kommuner. På dette nivået kan tavlen suppleres med informasjon om service (overnatting, bespisning, bensinstasjoner, rasteplasser, turistinformasjon o.l.), alternative ruter for sykkel-turister (tunneler stengt for syklist), friluftaktiviteter og severdigheter. I noen tilfeller kan tavlene gi informasjon av helt lokal karakter, f.eks. i tilknytning til et friluftsområde.

Design

Det må være en innbyrdes sammenheng mellom tekst, kart og illustrasjoner. Dersom flere tavler skal produseres, bør ett eller flere elementer være med på alle tavlene for å skape en gjenkjennelseeffekt. Dette kan være elementer fra Vegvesenets profilprogram.

Format

Det er en fordel å bruke standard størrelse på tavlene. Noen trykkemetoder setter begrensninger mht. informasjonstavlens format. Dersom informasjonsmengden er stor, kan det være bedre å fordele informasjonen på flere tavler framfor å velge én tavle i stort format. Når formatet øker, blir også avstanden til leseren større, og symboler o.l. må økes. Mengden av informasjon i forhold til størrelsen vil reduseres. En tavle som skal leses fra bil, må ha et stort format og liten informasjonsmengde. Tavler med stort format er derimot vanskelige å innpasse i omgivelsene.



Ulike måter å vise høydeforskjeller på:

- a) høydekoter,
- b) høydelag,
- c) høydekoter og høydelag,
- d) skyggelegging



Tekst

Informasjon bør gis på flere språk. De fleste utenlandske turistene forstår engelsk. Dersom teksten skal trykkes på tre språk, er det viktig å huske at flertallet av de utenlandske turistene er tysktalende. Det anbefales å bruke godkjente translatører til oversetting.

Vurder hva slags informasjon som skal formidles: Fakta om natur og kultur, praktisk informasjon eller prosa. Turister er ofte interesserte i det som er særegent for området. Skriv kort, det er begrenset hvor mye en orker å lese, og hvor mye en husker fra en tavle. Det må samarbeides med offentlige etater, bedrifter, lag og foreninger som har kompetanse på de områder det skal informeres om.

Informasjon om service bør begrenses til de viktigste servicetilbudene som finnes langs vegnettet. Det vil oftest være tilstrekkelig å angi type service i tilknytning til et stedsnavn, gjerne i form av symboler på et kart. Det kan bidra til å redusere informasjonsmengden på kartet, bl.a. fordi ett symbol kan informere om flere bedrifter som yter de samme tjenestene på et sted. Informasjonen bør være mest mulig statistisk, detaljert informasjon om bedrifter vil øke oppdateringsbehovet. Informasjon om ferje- og bussruter bør unngås av samme grunn. Trykkemetode og oppheng må også velges med tanke på oppdatering av tavlen.

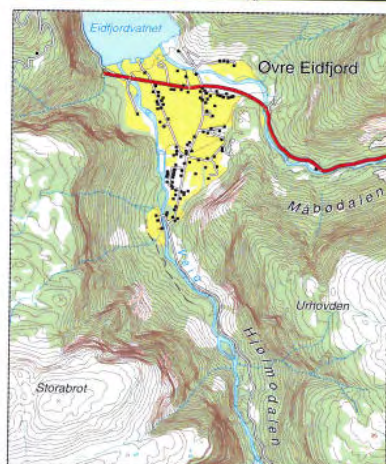
Kart

Kartet skal både støtte opp under og supplere tekst og bilder. Informasjonsnivå, format og informasjonsmengde danner grunnlag for valg av kartutsnitt og målestokk. Valg av kartutsnitt bør gjøres uavhengig av kommune- og fylkesgrenser. Et referansekart som viser kartutsnittet i forhold til et større geografisk område, gjør det enklere for trafikantene å orientere seg.

Valg av tema på kartet må ses i sammenheng med kartets målestokk. Jo mindre målestokk, desto færre tema og detaljer. Unngå for mange opplysninger og tema på kartet. Et overlesset kart er vanskelig å lese. Husk å sette på nordpil og målestokk, gjerne i form av en målestav. En signatur («Du er her») som markerer tavlens plassering, vil også gjøre det lettere for leseren å orientere seg på kartet.

Farger assosieres med virkeligheten. Derfor er det vanlig å bruke grønt på vegetasjon og lavland, blått på sjø og vann og brunt på høyfjell. Rødt er en dominerende farge som bør forbeholdes veier eller kartets hovedtema.

Koter og høydelag gir informasjon om terrenget. I områder med store høydeforskjeller kan skyggelegging gjøre denne informasjonen lettere tilgjengelig. Kotene skal ikke dominere et turistinformasjonskart. Vurder derfor ekvidistanansen, eller avstanden mellom kotene, og strektykkelsen kritisk. Et høydelagskart der glidende overganger i fargetoner illustrerer topografien, kan gi et roligere og mer ryddig kart.



Forholdet mellom målestokk og innhold på kart:

- Målestokk og antall tema står i forhold til hverandre. Informasjonsverdien er god.
- Forstørret firkant. Målestokk og tema står ikke i forhold til hverandre. Informasjonsverdien er dårlig.
- Målestokk og antall tema står i forhold til hverandre. Informasjonsverdien er god.

Symboler

Både Norsk standard og Statens kartverk har symbolsamlinger som kan benyttes på kart. Hvilke symboler som brukes er avhengig av tema og detaljeringsnivå. Det er nødvendig å gjøre et begrenset utvalg slik at kartets lesbarhet ikke forringes på grunn av overdreven symbolbruk. Anbefalt minstestørrelse på symbol plottet via en høykvalitets fotosetter (beregnet på trykking) er 3 x 3 mm. Symboler plottet via en ordinær laserprinter bør imidlertid være minimum 4 x 4 mm. Mindre symboler blir unøyaktige i trykken.

En lang tegnforklaring blir ofte ikke lest. Signaturene/symbolene som brukes på kartet, bør derfor i størst mulig grad være selvforklarende.

Et utvalg symboler fra Statens kartverk



Foto

Start arbeidet med innsamling av illustrasjoner tidlig i prosessen. Let etter gode bilder i bøker, brosjyrer, postkort o.l. for å finne fram til fotografer. Temabilder finnes ofte i salgskatalogene til produksjonsbedrifter. Andre kilder er fotobyråer og museer. Det kan være lønnsomt å engasjere en fotograf. Prisen kan ofte bli lavere enn å kjøpe foto fra fotobyrå, og spesielle motiver kan bestilles. Når det er behov for fotografier fra ulike årstider, er det nødvendig å bestille fotograferingen ett år før bildene skal brukes. Undersøk alltid hvem som har rettighetene til foto som brukes på informasjonstavler. Husk også å oppgi fotografens navn.

Framgangsmåte for arbeidet

Det er viktig at de ulike arbeidsprosessene kommer på rett tidspunkt i forhold til hverandre. Nedenfor beskrives planfasen, og det gis en del råd og tips ved produksjon av informasjon- og opphengssystemer.

Planlegging

Avklar mål for arbeidet og hvilke ressurser som er tilgjengelige mht. personell, økonomi og kompetanse. Finn gode samarbeidspartnere og send ut følgende materiale i god tid før første møte:

- Formålet med informasjonstavlen(e)
- Forslag til informasjonsnivå, plassering og innhold
- Forslag til framdriftsplan
- Forslag til kriterier for symbolbruk på kart dersom dette er aktuelt

Avklar tidsfrister og ansvarsfordeling på det første møtet med samarbeidspartnerne. Når det er oppnådd enighet om rammene for informasjonstavlen(e), kan arbeidet med innhenting av informasjon og illustrasjoner ta til. Forslag til tekst og kartmanus utarbeides med utgangspunkt i det innsamlede materialet, og teksten må være kort og lettlest.

Slik kan et manuskart lages:

- Finn et kart med egnet målestokk, f.eks. 1:250 000, og ta kopi av det aktuelle området.
- Marker stedsnavn som skal være med på tavlen med overstrykningspenn, da er det lett å se om det blir for mange navn på kartet.
- Sjekk at stedsnavnene som er brukt på kartgrunnlaget er godkjente, f. eks. ved å sammenligne med stedsnavn på kart i M 711-serien (målestokk 1:50 000).
- Fjern overflødig informasjon, f.eks. navn på små vann o.l.
- Marker hovedbudskapet med rødt.
- Sett inn informasjon som mangler, f.eks. symboler.
- Angi ekvidistansen dersom det skal være koter på kartet.
- Kartmanuset bør diskuteres med samarbeidspartnerne før det sendes til en designer/kartprodusent. Det er imidlertid enklere for samarbeidspartnerne å ta stilling til et rentegnet kart.

Når tekst, kartmanus og illustrasjoner foreligger, må tilbud på grafisk design, repro, trykk og oppheng innhentes. Et oppdrag kan fordeles på flere konsulenter, eller tildeles én konsulent som selv innhenter nødvendig bistand. En spesifisering av oppdraget og framdriftsplan skal være med i kontrakten. Samarbeidspartnerne må innkalles til et nytt møte når konsulenten har utarbeidet første utkast. Gjør oppmerksom på at det bare er i første korrekturrunde en kan endre layout og informasjon. All korrektur må formidles skriftlig. Da er det enkelt å sjekke at endringene er gjort, og det er mulig å kontrollere hvilke beskjeder som er gitt i ettertid. I de neste korrekturrundene skal det ikke komme inn ny informasjon. Når utkastet til informasjonstavle er godkjent av oppdragsgiver, starter produksjonsfasen. Det kan være en fordel å la den som laget utkastet, også følge opp produksjonsprosessen for å unngå misforståelser og tilleggskostnader.

Mange aktører deltar i prosessen, derfor kan en loggbok være til hjelp for å holde orden på beskjeder og beslutninger. Skriv ned hvilke beskjeder som formidles til hvem, når avgjørelser er tatt og ting utført. Dersom det oppstår uenighet underveis, kan loggboken gi svar på hvor feilen har oppstått.

Modulsystem på Liasanden,
Rv 55, Oppland
Foto: Trine Kanter Zerwekh



Produksjon

Trykkemetoder:

Offset: Originalen overføres via en film til en trykkplate.

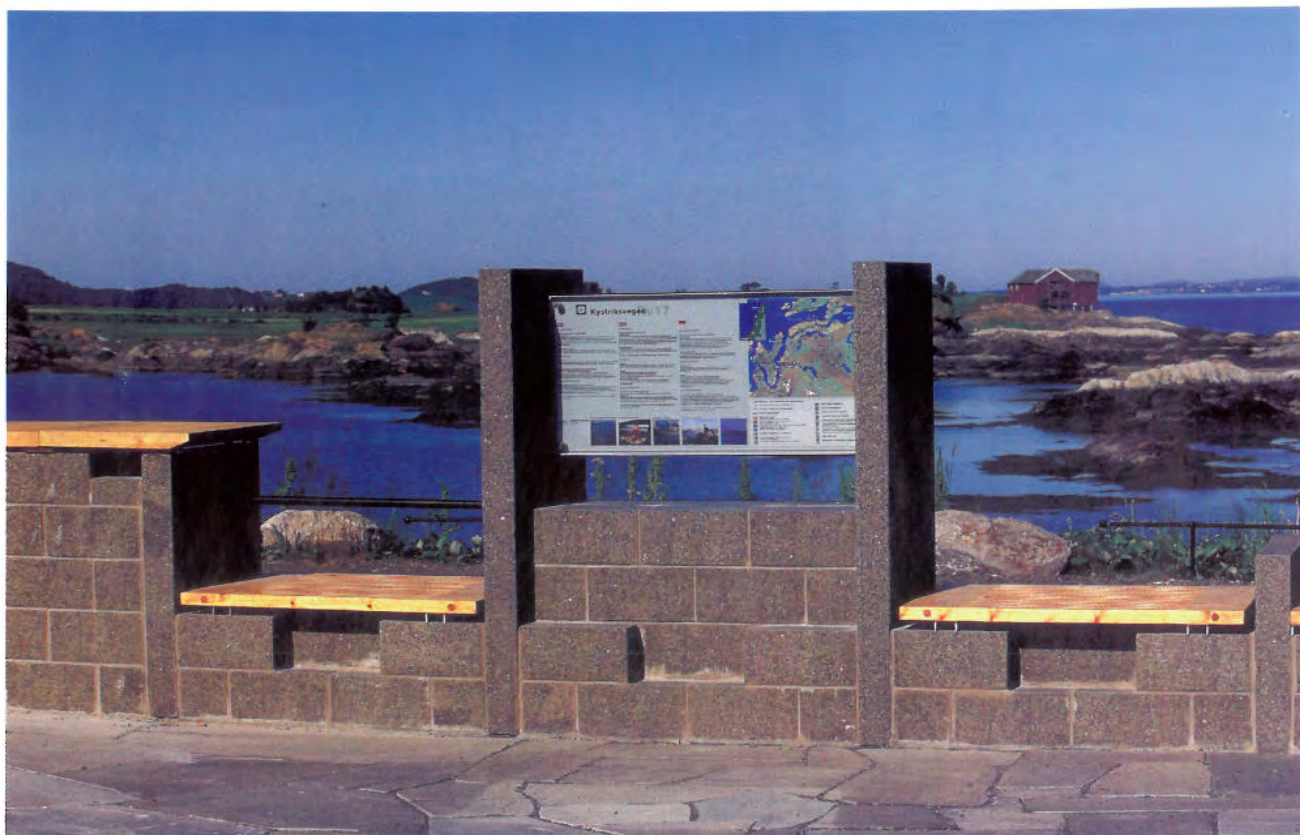
Der det er film fester fargene seg til papiret (set off).

Silketrykk: Originalen overføres til film som avgir farge til en finmasket duk. Tidligere var duken laget av silke, derav betegnelsen. Fargene blir presset gjennom duken og ned på papiret. Silketrykk bruker vesentlig mer farge enn offset-metoden, derfor er trykket mer holdbart og fargeekte over lenger tid.

Elektrostatisk print: Dette er en digital teknikk og fungerer på samme måte som en datautskrift. Fargene i motivet har en elektrisk ladning, mens papiret fargene skal festes på, har den motsatte ladningen. Ved denne teknikken er det ikke nødvendig å overføre originalen til film.

Originalen fra designeren leveres oftest på diskett, syquest eller cd-rom. Neste ledd er avhengig av trykkemetoden. Dersom en velger silketrykk, må originalen overføres til film før den kan trykkes. Dette arbeidet utføres av en reprobedrift eller et silketrykkeri. Et elektrostatisk print er ikke et trykk, og det er ikke nødvendig å lage en film av originalen. Originalen kan da sendes direkte til en produksjonsbedrift. Ved offset-trykk må originalen overføres til film. Metoden er vanlig for brosjyrer, og lite aktuell for informasjonstavler. Offset-metoden kan ikke trykke tavler med større format enn 70 x 100 cm, og fargene har en kortere levetid enn på silketrykk og elektrostatisk print.

I avtalene med designer, produksjonsbedrift og trykkeri er det nødvendig å spesifisere i hvilken form de skal motta og sende fra seg originalen. Scanning av fotografier og illustrasjoner må også spesifiseres. Husk å angi filformat. Dersom grafisk designer gir sin pris med utgangspunkt i at arbeidet avsluttes når originalen foreligger på diskett, og et trykkeri gir pris under forutsetningen av at de skal motta en film, mangler repro-leddet. Fargene på fargeprint fra grafisk designer kan avvike fra fargene på det ferdige resultatet. Derfor er det en fordel å lage et prøvetrykk.



**Informasjonstavle ved Godøystraumen,
Rv 17, Nordland.**

Format: 125 x 60 cm.

Trykk: Elektrostatisk print på Scotch-print folie limt på en aluminiumsplate.

Oppheng: Mur i granitt, ramme i rustfritt stål, en herdet glassplate beskytter informasjonstavlen.

Foto: Bjørn Erik Olsen

Oppheng

Informasjonsmengde og opphengssystem henger sammen og må utvikles parallelt. Et modulsystem er fleksibelt og gjør det mulig å øke informasjonsmengden på sikt. En informasjonstavle skal ikke dominere omgivelsene. Plassering, størrelse, materialbruk og utforming må utarbeides slik at informasjonstavlen oppleves som en naturlig del av miljøet den står i.

Opphenget må være robust og motstandsdyktig mot hærverk. Informasjonstavler står ute hele året og må tåle fuktighet og stor vindbelastning. Dersom en beskyttelsesplate festes utenfor informasjonsflaten, må det sørges for tilstrekkelig lufting mellom lagene slik at problemer med dugg unngås.

Tavlens senterlinje bør være i høyde med øynene, ca 1,5 m over bakken (det er lettere for høye mennesker å bøye seg enn for lave å finne noe å klatre på). Når kart med små bokstaver fyller tavlen høyde, er det viktig at tavlen ikke henger for høyt. Overskrifter med store bokstaver, logo e.l. kan imidlertid leses på større avstand.

Kostnader

Kostnadene på informasjonstavler kan deles opp i tre hovedelementer: grafisk design, produksjon og oppheng/stativ. Det er vanskelig å si noe eksakt om pris, men antall informasjonstavler har naturlig nok noe å si for stykkprisen. Dess flere tavler, dess billigere produksjonskostnader. Det samme gjelder for opphengssystemene, som også blir billigere pr stykk over et visst antall. Det eneste som da forblir upåvirket av volum, er utvikling og grafisk design, men prisen på dette kan da fordeles på flere tavler. Her gjelder det å finne et rimelig kvalitetsnivå i forhold til eksponering, nytteverdi og volum.

**Informasjonstavle ved Hagafoss,
Rv 7, Buskerud.**

Format: 150 x 120 cm.

Trykk: Silketrykk – glassemalje

Oppheng: Stativ i tre med skifertak, elokserte aluminiumsprofiler rundt tavlene.

Foto: Erling Grønsdal



**Skråstilt steintavle, Berge
rasteplass langs Fjærlandsvegen,
Rv 5, Sogn og Fjordane**

Foto: Øivind Luke

Aktuelle samarbeidspartnere:

- Innhold**
- kommuner
 - reiselivsorganisasjoner
 - fylkesmannens miljøvernavdeling
 - fylkeskommunens kulturavdeling
 - Den Norske Turistforening, museer, historielag o.a.

- Tekst**
- tekstforfatter
 - oversetter

- Design**
- grafisk designer

- Kart**
- kartograf
 - geograf
 - grafisk designer
 - navneansvarlige ved Statens kartverk

- Repro/trykk**
- grafisk designer
 - trykkeri
 - produksjonsbedrift

- Oppheng**
- arkitekt
 - landskapsarkitekt
 - skiltprodusent
 - industridesigner

Organisering av arbeidet med turistinformasjon

Hvis målet er å utarbeide et helhetlig informasjonssystem basert på flere informasjonskanaler, vil det i løpet av prosessen være behov for både info-, skilt-, data-, kart-, miljø- og designkompetanse. Ideelt sett bør alle disse fagfeltene være representert i en prosjektgruppe. Innledningsvis må mandat, økonomiske rammer og ansvarsfordeling internt i prosjektgruppen avklares. Mange aktører deltar i prosessen fra planleggingen starter til tiltak er gjennomført, og én person bør ha ansvar for framdrift og koordinering av arbeidet.

Samarbeidspartnere

Berørte kommuner, Fylkesmannens miljøvernavdeling, fylkeskommunens kulturavdeling, lag og foreninger, reiselivsorganisasjoner og reiselivsbedrifter kan være nyttige samarbeidspartnere for prosjektgruppen. Det er imidlertid nødvendig å trekke opp noen rammer for arbeidet før eksterne samarbeidspartnere trekkes inn i prosessen:

- Hvilke behov skal informasjonstiltakene dekke?
- Hvilke informasjonskanaler er det hensiktsmessig å ta i bruk?
- Hvilken type informasjon skal gis hvor?

Ressurspersoner som viser interesse, bør inviteres til å delta i arbeidet.

Det må oppnås enighet om formålet med informasjonssystemet og fordeling av ansvar og oppgaver når et samarbeid innledes.

Det er en fordel om samarbeidspartnere opparbeider et eierforhold til tiltakene som gjennomføres, bl.a. fordi det kan bidra til å sikre framtidig oppdatering og vedlikehold. Et eierforhold kan utvikles gjennom aktiv deltakelse i prosessen, og ikke minst gjennom økonomiske bidrag.

Tips og fallgruver

Framdrift

Sett opp en realistisk framdriftsplan sammen med samarbeidspartnerne. Det anbefales å starte arbeidet med en informasjonstavle minst ett år før den skal henges opp.

Kommunikasjon

Når flere samarbeidspartnere deltar på et møte, blir meningsutvekslingen mer nyansert.

Symboler på kart

Lag kriterier for bruk av symboler på kart (f.eks. krav til åpningstider, tilgjengelighet osv) når samarbeidet innledes. Når det er oppnådd enighet om slike kriterier, kan tidkrevende diskusjoner unngås senere i prosessen.

Konsulenter

Dersom en hovedleverandør får ansvaret for hele prosessen fra design til ferdig produkt, er det enklere å sørge for framdrift og kostnadskontroll. Da står hovedleverandøren ansvarlig for at alle ledd i produksjonen er inkludert i pristilbudet og hovedleverandøren har ansvaret for å koordinere de ulike underleverandørene.

Det kan være en fordel å bruke samme konsulent på flere oppdrag innenfor samme informasjonssystem, f.eks. tavler og guider. Da er det lettere å få sammenheng mellom de ulike produktene.

Brukes flere konsulenter, f.eks. én til layout og én til tekst, forenkles koordineringen av arbeidet hvis disse har geografisk nærhet til hverandre. Når ulike konsulenter har ansvaret for hver sin del av produksjonsprosessen, er det viktig å beskrive i hvilken form hvert ledd skal motta originalen, og hvilket produkt de skal levere fra seg. Kontroller at det ikke mangler noe ledd i produksjonsløypa. Definer i hvilken form originalen skal overleveres ved prosjektets avslutning. Det er viktig at det elektroniske formatet (f.eks. Tiff, Meta, Postscript) kan brukes av etatens egne folk. Da kan informasjonen bearbeides til bruk i andre sammenhenger.

Følgende punkter er det viktig å vurdere ved inngåelse av en konsulentkontrakt:

- Framdriftsplan
- Møter og eventuelle reisekostnader
- Detaljert beskrivelse av sluttproduktet
- Kartrettigheter og kartgrunnlag
- Korrektur
- Skanning av foto og andre illustrasjoner
- For informasjonstavler: Overføring til film dersom tavlen skal trykkes
- Trykkemetode og papirkvalitet
- Prøvetrykk
- Antall eksemplarer
- Opphavs- og eiendomsrettigheter til grunnlaget og det ferdige produktet

Det anbefales å ta utgangspunkt i de standardkontraktene som er utarbeidet.

Spesialtema 3

**Drift og vedlikehold
av rasteplasser**

Rasteplass ved Lysefjordsenteret,
Rv 13, Rogaland
Foto: Trine Kanter Zerwekk



Behov for drift og vedlikehold

Turistene er særlig opptatt av om rasteplassene er rene, og om det er utsikt og vakre omgivelser. Hovedproblemene med rasteplasser er at det er for få av dem, og at ikke alle rasteplasser har toalett. Andre problemer er forsøpling og landskapsslitasje omkring en del rasteplasser.

Valg av rasteplassutstyr

Utstyret på en rasteplass må tåle snølast, vindpåkjenning og fuktighet. Utstyret utsettes for svært røff behandling og må være solid, funksjonelt og lite vedlikeholdskrevende. Samtidig skal en rasteplass være et sted for avkobling og hvile. Utstyret bør derfor holde en høy estetisk standard. God utforming og høy materialkvalitet gjør trolig utstyret mindre utsatt for hærverk.



Prototype av rastemøblelementet «Vroom» som vant Statens designkonkurranse '96.
Produsent: Vestre Reime
Foto: Michal Tomaszewicz

Møbler

Rastemøbler bør gis en utforming som tar hensyn til lokal byggeskikk. Dette vil gi plassen særpreg samtidig som «uniformering» av rasteplasser unngås. Rasteplassen bør utstyres med bord og benker som er festet til bakken slik at de ikke kan veltes eller fjernes. Velg møbler med robuste materialdimensjoner. Møblene bør tåle rengjøring med høytrykksspyler. Behovet for rengjøring er avhengig av hvor mange som bruker rasteplassen og lokale forhold, f.eks. nærhet til sjø og måker.

Seter av tre er varme å sitte på. Valg av treslag, dimensjonering og behandling av treverket avgjør vedlikeholdsbehovet. Vedlikeholdet blir enklere dersom møblene kan demonteres for vedlikehold og reparasjon om vinteren.

Ask og lerk er motstandsdyktig mot råte. Møbler av ask vil over tid få en grå farge. Trykkimpregnering er lite miljøvennlig og bør unngås, så royalimpregnering uten arsen og krom er et godt alternativ. Etter impregnering kokes treverket i linolje. Da fordampes mesteparten av vannet i treverket, samtidig som linolje tilføres. Royalimpregnert treverk opptar minimalt med fuktighet og har derfor stor motstandsdyktighet mot sprekkdannelse og dimensjonsforandringer. Behandling som ikke trenger inn i treverket, krever mer vedlikehold. Lakk må slipes ned og fornyes. Dersom lakken sprekker, kan en få misfarging i treverket som er vanskelig å få bort.

Varmeforsinking av stål beskytter mot rust. En varmforsinket overflate kan pulverlakeres, dette gir en ytterligere beskyttelse av overflaten. Plater som er 2 mm eller tynnere, kan ikke varmforsinkes. Slike plater er også mer utsatt for hærverk fordi de kan sparkes i stykker.

Alle skruer, låseskiver og muttere må være varmforsinket eller laget av rustfritt stål slik at rust unngås.



«Molokk», søppelcontainer delvis nedsenket i bakken. Ramsum, E18 i Vestfold. Foto: Øivind Luke

Søppel

Søppelkassene må være stabile og festet til bakken slik at de verken kan veltes eller fjernes. Det kan også være behov for å låse søppelkassen, slik at sekken med innhold ikke blir dratt utover. Åpninger og lokk bør utformes på en slik måte at flyveavfall unngås. Barn må ikke kunne kripe inn i søppelkasser eller søppelcontainere. Utformingen av søppelkassene må være slik at vann ikke kan komme inn, husk drenering i bunnen. Søppelpose eller sekk bør kunne festes på en enkel måte. Et sekkestativ må kunne åpnes i siden slik at sekkene ikke må løftes opp av stativet når søppelet skal tømmes. En ulempe med sekkestativ er at sekkene er tunge å løfte, og at glass og sprøytespisser kan skade renovasjonsarbeidere.

Store søppelcontainere er skjemmende og tiltrekker seg uvedkommende avfall, f.eks. avlagte møbler og husholdningsavfall. Det er også et problem at søppel blir lagt oppå og rundt containere. Søppelcontainere som er nedsenket i bakken, øker kapasiteten samtidig som man unngår mange av problemene knyttet til en tradisjonell container. Søppelkassen oppå bakken blir mindre og lettere å innpasse i omgivelsene. En annen fordel er at temperaturen i bakken er lav, slik at luktproblemer unngås.

Sekkestativ på 100 liter blir fort fulle der det er stor trafikk. Det skaper et behov for mange sekkestativ på hver rasteplass. Det kan være en løsning å kombinere mindre søppelkasser eller sekkestativ med en nedsenket container, slik at søppelet kan mellomlagres på plassen.

Søppelkasser bør plasseres i nærheten av parkerings- og sitteplasser eller langs naturlige ganglinjer. Små søppelkasser ser triveligere ut, men krever hyppig tømming. Det er et problem at søppelet kastes ved siden av søppelkassene når de blir fulle. Vegetasjon rundt søppelkassene gir både visuell skjerming og ly for vinden. Vegetasjonen kan bidra til å stoppe løst søppel slik at det ikke blåser ut over rasteplassen.

Toalett

Det kan være store luktproblemer forbundet med tørrklosett, derfor anbefales vannklosett der forholdene ligger til rette for det. Ved lokalisering av toalett må muligheter for vann og strøm vurderes. Solceller er en alternativ energi-



Små søppelkasser må tømmes hyppig. Liasanden, Rv 55, Oppland. Foto: Trine Kanter Zerwekh

kilde på rasteplasser som mangler strøm. Der det ikke er mulig å knytte seg til avløpsnett, vil spyling med lavt vannforbruk forhindre at septiktankene fylles unødvendig raskt. Vannkran i håndvasken bør erstattes med en fotocelle, slik at vannet skrus av og på automatisk.

Det er ofte store problemer med hærverk og tilgrising av vegtoalettene. Av hensyn til drift og vedlikehold må interiøret utformes med slagfaste materialer som er enkle å holde rene. Toalettet må tåle rengjøring med høytrykksspyler. Lukt setter seg i treverk, som derfor bør unngås inne i toalettbygget. Håndvask og holdere for toalettpapir, papirhåndklær og såpe bør være integrert eller innfelt i veggen. Vaskeservant beregnet for rullestolbrukere må trekkes minst 60 cm ut fra veggen. Toalettartikler kan etterfylles fra baksiden av veggen, f.eks. et teknisk rom. Speil kan lages i rustfritt stål. Alle rør og ledninger bør ligge skjult i veggen, bare lyspunkt skal være i toalettrommet. Strømbryter og sikringsskap plasseres i et teknisk rom.

Utforming og materialbruk

Kantstein

Kantstein kan brukes for å skille oppholds- og trafikkareal. Det er viktig med jevne, sammenhengende kantsteinslinjer. Framspring, spisse hjørner og hakkete linjer er utsatt for brøyteskader og må unngås. Granittkantstein er mindre utsatt for brøyteskader enn betongkantstein, og vil oftest gi en estetisk bedre løsning.

Dekke

Det er stor slitasje på bakken under sittegrupper, fast dekke er derfor et krav. Husk at det må være et lite fall på plassen slik at overflatevann renner unna. Naturstein, f.eks. bruddheller og smågatestein, har stor styrke og er lett å tilpasse naturlig i terrenget. Norges Handikapforbund krever fast dekke både under bord, på stier fram til bordet og rundt toalettbygg. Betongstein og skiferheller gir en jevnere overflate enn smågatestein og er derfor mer handikapvennlig. Grus krever mer vedlikehold enn faste dekker, grusflater må ha god drenering dersom bakken ikke skal bli gjørmete. Vegetasjon vil også etablere seg på grusflaten. Grus er utsatt for erosjon i bratte skråninger. Sørg for gode overganger mellom grusflater og fast dekke, dersom grusen kommer inn på det faste dekket, fører det til sklifare.

Vegetasjon

God skjøtsel i etableringsfasen og riktig plantevalg reduserer vedlikeholdsbehovet. Planter må være tilpasset vekstforholdene på stedet både med hensyn til klima, vanntilgang og jordsmonn. En vedlikeholdsgaranti fra anleggsgartner bør inngå i kontrakten for gartnerarbeidet. Garantien bør gjelde i tre år eller mer. Da blir det enklere å overta vedlikeholdet av et grøntanlegg.



Granittkantstein skiller oppholds- og trafikkarealet på Forøy ferjeleie, Rv 17, Nordland

Foto: Hege Saxebøl Moum

Når plantene får gode vekstbetingelser, blir også ugressproblemet mindre. God ugressbekjempelse i etableringsfasen er også med på å redusere det langsiktige behovet for vedlikehold. Gjødning er nødvendig de første 2-3 årene etter planting/såing. Gjødslingsbehovet er avhengig av planteart, jordart, nedbørsforhold og anleggstype. I naturområder og på næringsrike jordarter kan gjødningen etterhvert opphøre.

Busker bør plantes i grupper, unngå å spre dem utover gressareal som skal klippes. Gresset må gjødsles og klippes regelmessig. Plenareal bør være sammenhengende, slik at det er enkelt å vedlikeholde. Gressklipping nær trær bør unngås fordi dette ofte forårsaker mekaniske skader på trærnes rothals, noe som reduserer trærnes helsetilstand og prydderdi. Planting av bunndekke eller tildekking av jorda under trærne hindrer gressvekst og reduserer dette problemet. Gressbakke gjødsles normalt ikke, og skal bare slås en gang i året. (Pedersen 1994).

Bygninger

Ta hensyn til dominerende vindretning ved plassering av toalettbygg. Påse at snø ikke fokker seg foran inngangsdøren og at dørene ikke kan blåse opp.

Drifts- og vedlikeholdsrutiner

Toalett

Toalett må følges opp nøye for å fremstå som hygieniske og trivelige. Det kan være en fordel å sette bort rengjøring til en som bor i rasteplassens nærmiljø. Toalett langs veger med mange turister bør rengjøres to ganger daglig i sommersesongen. Utenom sesongen er renhold to ganger i uka et minimum. Der yrkessjåfører stopper for å hvile, bør toaletter være døgnåpne.

Søppel

Søppel bør tømmes daglig i sommersesongen, ellers to ganger i uken. Søppel på bakken må også fjernes.

Møbler

Benker og bord bør rengjøres med høytrykksspyler en til to ganger i sesongen.

Brøyting

Rasteplasser med vinteråpne toalett skal selvsagt brøytes. Det skal ikke være nødvendig å vasse i snø for å komme fra parkeringsplassen til toalettbygget.

Grøntarealer

Plen klippes ca. en gang i uken. Behovet for plenklipp avhenger av nedbørsmengden.

Vassbakken Kro og Camping, Fortun.
Rasteplassen ligger inne på
campingplassen og det er inngått avtale
med bedriften om drift og vedlikehold.
Rv 55, Sogn og Fjordane
Foto: Kristin Ese



Samarbeidsavtaler

Samarbeidsavtale om drift og vedlikehold av rasteplasser kan inngås der næringsvirksomhet, f.eks. kiosk, vegkro eller bensinstasjon, drives på eller i tilknytning til rasteplassen. En løsning er å tilby lokaler til kioskdirft, med tilsyn og vask som motytelse. Det er viktig å tenke gjennom hvem som skal drive anlegget etter at rasteplassen er bygget.

Forslag til kostnadsdeling

Vegvesenet tar en stor del av anleggskostnadene, mot at servicebedrifter tar seg av vedlikeholdet de første 10 til 20 årene. I tillegg betaler Vegvesenet offentlige avgifter samt alt eller deler av elektrisiteten på sanitærdelen. Private interesser betaler egen elektrisitet og har alt daglig vedlikehold av anlegget. Det inkluderer vask av toaletter, gressklipping osv.

Det kan være aktuelt å inngå avtale om:

- Vask og drift av toaletter
- Bygningsmessig og teknisk vedlikehold/repasjon av toalettanlegg
- Tømming av eventuell avløpstank
- Renhold av rasteplassen
- Tømming av søppelkasser og evt. søppelcontainerer
- Plenklipp og stell av beplantning
- Snørydding
- Vedlikehold/repasjon av utstyr på rasteplassen

Toalettens åpningstid, tidspunkt for rengjøring og etterfylling av toalett-papir, såpe og papirhåndklær bør spesifiseres i en kontrakt. Det kan også være aktuelt å etablere bemannet turistinformasjon på rasteplasser som har en sentral lokalisering. Dersom det også er kioskdirft på rasteplassen, kan kioskbemanningen få ansvar for turistinformasjon utenom turistsesongen.

Øvrig drift og vedlikehold

Det er utgitt et eget temahefte til håndbok R610 «Vedlikeholdsstandard for riksveger» (1993). Dette gir føringer for hvordan drifts- og vedlikeholdsoppgavene skal gjennomføres på og langs vegnettet.

Litteratur

- Haukeland, Jan Vidar og Grue, Berit (1996): Turistenes forbruk i Norge sommeren 1995. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 320/1996.
- Haukeland, Jan Vidar og Rideng, Arne (1996): Utenlandsk bilturisme i Norge 1996. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 353/1997.
- Horwath Consulting (1997): Markedspotensialet og næringsmuligheter knyttet til sykkelturisme.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen (1997): Turismeattraksjoner. Teoretisk forståelse og praktisk tilrettelegging. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 352/1997.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen og Berit Grue (1997): Nasjonale turistveger i Norge. Intervjuundersøkelser 1995 og 1997. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 372/1997.
- Jean-Hansen, Viggo (1996): Forbruksundersøkelser blant vinterturister og norske kurs- og konferansedeltakere. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 337/1996.
- Jenseth, Sissel (red.) (1994): Sykkelturisme i Norge. Høringsutkast.
- Norsk institutt for jord- og skogkartlegging (NIJOS) (1997): Landskapet og reiselivsproduktet. NIJOS-rapport 4/97.
- Pedersen, Per Anker (1994): Vegetasjon ved trafikkårer.
- Planiden, A., J. Lisman, E. A. Lund (1991): Manual of Aesthetic Design Practice. Ministry of Transportation and Highways, British Columbia and Lanarc Consultants Ltd.
- Poulsen, Ernst (1995): Cykelruter – hvordan. Dansk Cyklist Forbunds cykelrute-politik. 2. høringsudgave.
- Preludio ANS (1996): Fra fjell til fjord i rallarspor. En undersøkelse om sykkelturen på Rallarvegen.
- Saxebo, Hege (1995): Turistveger. Vegen som kilde til rekreasjon og opplevelse. Hovedoppgave i landskapsarkitektur.
- Statens nærings- og distriktsutviklingsfond (1997): SND og reiselivet. Strategi for lønnsom og markedsorientert reiselivsnæring. SND-rapport nr. 1/97.
- Statens vegvesen (1995): Ferjeleiers landområder - planlegging/prosjektering. Håndbok nr. 141
- Statens vegvesen (1995): Problemsoner – miljø og trafikksikkerhet langs eksisterende vegnett. Kartlegging av landskapstilstand. NVVP-veileder nr. 3. MITRA nr. 01/95.
- Statens vegvesen (1997): Rasteplasser. Planlegging og utforming. Håndbok nr. 204.
- Statens vegvesen, Reiselivsprosjektet (1997): Hovedrapport fra turistvegearbeidet.
- Statens vegvesen, Reiselivsprosjektet (1997): Hovedprinsipp for utvikling av eit turistvenleg vegnett.
- Statens vegvesen, Reiselivsprosjektet (1998): Nasjonale turistveger. Veileder for utvelgning og planlegging.
- Statens vegvesen, Reiselivsprosjektet (1998): Prosjektrapport Ferjer og turisme.
- United Nations (1994): Recommendations on Tourism Statistics. United Nations Publication.
- Vegdirektoratet (1991): Rasteplasser. Undersøkelse av vegkontorenes og de reisendes erfaringer og ønsker.
- Vegdirektoratet (1993): Temahefte til håndbok 111: Vedlikeholdsstandard for riksveger.
- Vibe, Nils (1993): De lange reisene. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 188/1993.



Snipp, snapp, snute...
Foto: Trine Kanter Zerwekh



Statens vegvesen

Retur adresse:
Statens vegvesen
Vegdirektoratet
Postboks 8142 Dep.
0033 Oslo

Håndboka kan bestilles fra:

Statens vegvesen

Vegdirektoratet

Håndbokeekspedisjonen

Boks 8142 Dep

0033 Oslo

Tlf.: 22 07 35 00

Faks: 22 07 37 68

ISBN 82-7207-454-0