



Inspirationskatalog
til reducere af konflikter i naturen

MOUNTAINBIKING

10 UDVALGTE CASES



Friluftsrådet

Indledning

Baggrund

Friluftsrådet har i efteråret 2015 taget initiativ til at indsamle erfaringer med forsøg på reducere konflikter i naturen vedr. MTB.

Baggrunden for initiativet er, at Friluftsrådets analyse af danskernes brug af naturen viser, at selv om brugerne af den danske natur generelt er tilfredse, er der nogen brugere, der giver udtryk for at have haft generende oplevelser i naturen i forbindelse med MTB.

Vi ved, at der i mange organisationer og foreninger er fokus på emnet, og vi vil derfor gerne bidrage til at sprede de gode erfaringer, så de kan komme andre til glæde.

Tilblivelsen af dette inspirationskatalog er beskrevet bagerst i kataloget.

Følgende organisationer og foreninger har været involveret i arbejdet:

- Cyklistforbundet
- Danmarks Cykle Union
- Dansk Orienteringsforbund
- Dansk Rideforbund
- Dansk Skovforening
- Dansk Vandrelaug
- DGI
- DIF
- KL / Udvalgte kommuner
- Kommunale Park- og Naturforvaltere
- LandboUngdom
- Landbrug & Fødevarer
- Naturstyrelsen
- Naturvejlederforeningen
- Trail builders via DCU's Spor og Naturudvalg

Stor tak til alle, der har bidraget.

Vi håber, at I alle vil hjælpe med at sprede de gode erfaringer.

Friluftsrådet, januar 2016

Om inspirationskataloget

Dette inspirationskatalog består af 10 initiativer, som falder inden for følgende kategorier:

1. Dialog med brugere
2. Netværksopbygning
3. Mountainbikestier
4. Skiltning
5. Kampagner

Initiativerne er udvalgt blandt de beskrivelser, som vi har modtaget, således at variationen i typer af tiltag vises. Vi har endvidere lagt vægt på at have initiativer med, som er afprøvet og viser god effekt ligesom vi har tilstræbt en god geografisk spredning.

Casebeskrivelserne er baseret på initiativtagernes egne input og vurderinger af tiltagens resultater og effekter. Alle casebeskrivelser er godkendt af den kontaktperson, som er nævnt i beskrivelsen.

Der er både præsenteret initiativer, som er forholdsvis lette at igangsætte, fx uddeling af ringeklokker, og mere omfattende initiativer fx i form af etablering af større partnerskaber.

Gennemgående for alle typer af initiativer

Tilbagemeldingerne fra initiativtagerne og fra de organisationer og foreninger, som har været involveret i arbejdet, viser gennemgående, at de bedste resultater opnås, hvis man gennemfører flere typer af tiltag samtidig. Det kunne f.eks. være dialoginitiativer i sammenhæng med anlæg af nye MTB-stier.

Overordnet set viser erfaringsindsamlingen, at de succesfulde tiltag er kendetegnet ved følgende:

- En god dialog, tone og forståelse mellem lodsejer samt forskellige typer af brugere af skoven/naturområdet er en forudsætning for, at alle typer af tiltag lykkes. Mange bruger udtrykket "den gode vilje", som skal være til stede blandt alle parter for at få succes med igangsatte tiltag
- Flere forskellige typer af organisationer/foreninger er gået sammen
- Brugernes ønsker og idéer hilses så vidt muligt velkomne og imødekommes i større eller mindre grad for at sikre ejerskab
- Sociale medier har været anvendt som et dialogværktøj, hvorved man har mulighed for at nå mange af de selvorganiserede brugere uden for klubberne.

Hvordan er reglerne?

Reglerne for cykling i de danske skove er fastsat i naturbeskyttelseslovgivningen. Du må gerne cykle på skovveje og skovstier, som dels fremtræder egnede til cykling med en almindelig cykel (i private skove dog kun fra klokken seks om morgenen til solnedgang), dels har permanent ka-rakter. Du må derimod ikke cykle, hverken på en almindelig cykel eller på MTB, i skovbunden, på veje og stier, der ikke er egnede til almindelige cykler, på dyreveksler, i klitter eller på stendiger og lignende. Du må altså ikke lave dine egne MTB-spor i skovene.

En grundejer har mulighed for – som ejer – at give besøgende lov til mere, end hvad de har ret til efter de generelle adgangsbestemmelser. Det betyder, at du i Naturstyrelsens skove og andre skove og na-turarealer gerne må cykle med MTB, når stien er afmærket til brug for MTB. Grundejeren fastsætter selv de nærmere regler for brugen af stierne.

OBS - Husk, at færdselsloven også gælder i naturen! Det vil bl.a. sige, at din hastighed altid skal afpasses efter forholdene med særligt hensyn til andres sikkerhed, at den almindelige højrevigepligt også gælder her, at du efter mørkets frembrud skal have cykellygter på, der peger fremad og nedad, og at gående, løbende, cyklende, ridende m.fl. skal optræde hensynsfuldt og udvise agtpågivenhed. Et cykelspor, der krydser en større vej eller sti, f.eks. en grusvej, har ubetinget vigepligt i begge retninger.

Gående i naturen overser ofte, at hvis de går på en vej eller sti i naturen, så skal de gå yderst i venstre side i færdselsretningen. Man må også gerne gå og løbe på en cykelsti på offentlige arealer, fx en af-mærket MTB-sti, men må ikke være til ulempe for kørende på stien. Når man går i skoven, skal man vide, at midlertidige kørespor, dyreveksler, brandbælter, indkørsler til gårdspladser og havegange ikke giver ret til færdsel, og der er heller ikke adgang til at færdes f.eks. på spor efter heste eller MTB. Det betyder med andre ord, at det ikke er lovligt at følge efter et MTB-spor, medmindre det er på en anlagt sti.

MTB kodeks

DGI, DIF (ved Danmarks Cykle Union) og Naturstyrelsen har i fællesskab opstillet et MTB-kodeks, som alle ryttere opfordres til at følge.

Kør hvor du må

- I naturen må du kun cykle på veje og stier.
- Undgå at køre på afmærkede ridestier, vandreruter o.l. uden for skovvejene.
- Kør ikke på fortidsminder, gravhøje, diger og trapper.
- Kør ikke i private skove fra solnedgang til kl. 6 næste morgen.

Kør ansvarligt

- Tilpas din fart, og hold afstand – færdselsloven gælder også i naturen.
- Cykel sammen – husk hjelm, telefon, 112-app og sygesikringskort.
- Skån sporet i meget våde perioder, brug kun de robuste spor og skovvejene.

Vis hensyn

- Kør i roligt tempo, når du møder andre skovgæster. Brug evt. ringeklokken i god tid – eller et verbalt "ding-ding".
- Smid ikke dit affald i naturen.
- Undgå steder, hvor der er mange skovgæster, og vær om dyr og planter.

Dialog med brugere

Hvad

Dialog og kommunikation mellem lodsejeren og forskellige brugergrupper af et naturområde, fx en skov, samt mellem forskellige brugergrupper. Dialogen kan foregå på mange forskellige måder, eksempelvis ved brug af følgende dialogværktøjer:

- På brugerdage i skoven, hvor de forskellige brugergrupper møder op, får sat ansigt på hinanden og hjælpes med at vedligeholde områdets faciliteter
- Via mailinglister over skovens brugere, så alle kan få besked, når der er jagt, cykelløb, events eller andet, og man kan flytte sine aktiviteter andre steder hen
- Løbende dialog via grupper på de sociale medier.

Fælles for værktøjerne er, at de alle er forholdsvis nemme at igangsætte og vedligeholde, og at man kan involvere mange brugere heri. Et eksempel på, hvad der kan komme ud af en god dialog mellem forskellige brugere, er en aftale om, at MTB'ere fløjter i stedet for at råbe, når de cykler forbi ryttere og andre brugere af skoven.

Dialogen kan også organiseres i mere faste/formelle fora, se "Netværksopbygning".

Hvorfor

Ved konstruktiv dialog kan eventuelle konflikter i naturen forebygges. Dialog mellem lodsejer og forskellige brugergrupper skaber større forståelse og øget respekt for hinanden. Forstår MTB'erne fx ikke, hvorfor de ikke må køre et bestemt sted eller på en bestemt måde, vil de på baggrund af dialogen med andre brugere opnå bedre forudsætninger for at acceptere reglerne.

Hvordan (forudsætninger)

Dialogen skal foregå i en positiv tone for ikke at skabe konflikter, når grupperne mødes eller skriver sammen via mails eller de sociale medier. Anvend eventuelt eksisterende arrangementer som Skovens Dag eller Naturens Dag, hvor man i forvejen har fat i forskellige brugere af skoven. Der kan også arrangeres et stormøde, hvor alle grupper og lodsejere møder hinanden og lytter til hinandens ønsker og behov, og hvor der kan laves aftaler, oprettes mailinglister mv. Frivillige *sporambassadører*, hvor MTB'ere til MTB'ere kommunikerer god opførsel i skoven via sociale medier har også vist sig at være effektivt i forhold til at skabe en holdningsændring og dermed mindske konflikter mellem MTB'ere, lodsejere og andre brugere.

Hvem (målgrupper)

Alle brugere af skoven.

Hvem (mulige partnere)

Brugergrupper, private og offentlige lodsejere, friluftss- og idrætsforeninger-/klubber.

Vær opmærksom på

Det giver det bedste resultat, hvis dialogen foregår i en positiv tone. Det er fx bedre at fortælle MTB'erne både om deres muligheder og begrænsninger, frem for alene at fortælle dem hvad de *ikke* må.

Hvis du vil vide mere

Tag fat i den lokale lodsejer og hør om mulighederne for at få hjælp til at facilitere en kontakt til andre brugergrupper i skoven.

Læs mere om Skovens Dag eller Naturens Dag, der har egne hjemmesider.

1

Årlig brugerdag i Bidstrup Skovene

Initiativtager: Naturstyrelsen Vestsjælland - primært lokal skovfoged i Bidstrup Skovene

Kort beskrivelse: Den lokale skovfoged afholder hvert år en brugerdag i Bidstrup Skovene. Herigennem understøtter han dialogen mellem de forskellige brugere, der deltager i dagen. Brugerne deltager i arbejdet med at vedligeholde de faciliteter, de bruger til daglig. MTB-klubben Mud'n'Race understøtter brugerdagen og skovfogeden ved at gøre reklame, deltage aktivt på dagen og skabe god stemning. Til hverdag sørger de for at lave retningslinjer for kørsel på stierne og indlemmer MTB'ere på deres Facebookside, for at så mange som muligt kender til retningslinjer for god opførsel o. lign.

Succesfaktorer og forudsætninger: Dialog inden for organiserede rammer, som faciliteres af den lokale skovfoged.

Pris og finansieringskilde: Der skal betales løn til skovfogeden og skovarbejdere på brugerdagen. Derudover er der udgifter til grus og andre materialer. Brugerdagen finansieres af Naturstyrelsen.

Partnere: Offentlig lodsejer – Naturstyrelsen Vestsjælland, Mud'n'Race og andre lokalforeninger

Kontaktoplysninger: Christian Kunsemüller fra Mud'n'Race, tlf. 26824579, e-mail chr.kunse@gmail.com. Skovfoged Hans Christian Jessen, tlf. 40146073, e-mail hacje@nst.dk. Skovridder Jens Peter Simonsen, tlf. 23233765, e-mail jps@nst.dk

2

Mailingliste over lokale foreninger/klubber

Initiativtager: Vestjysk Sports- og Terrænrideklub (medlem af Dansk Ride Forbund)

Kort beskrivelse: Mailingliste over alle foreninger/klubber, der bruger skoven i området, så der kan orienteres om de forskellige parters arrangementer, f.eks. MTB-løb eller distance-ridestævner. Mailinglisten blev oprettet som følge af et møde med Naturstyrelsen Vestjylland, hvor det blev diskuteret, hvordan man bedst kan undgå de konflikter, der er set i andre skovområder i Danmark.

Succesfaktorer og forudsætninger: At en klub tager initiativet til 'at gøre noget'. At klubberne generelt møder hinanden med åbenhed og venlighed samt gør meget ud af at informere om typer af gener, fx hvordan heste kan blive påvirket af mødet med MTB'ere i fart/som laver støj. Det er en forudsætning, at der er et stort skovområde, hvor der er plads til, at flere arrangementer/events/aktiviteter kan foregå samtidig.

Pris og finansieringskilde: Har alene krævet arbejdskraft fra rideklubben og et møde med Naturstyrelsen

Partnere: Vestjysk Sports- og Terrænrideklub, DCH, DCH Lemvig Jagt, Lemvig Cykle Klub, Schweiss-hundefører, Naturstyrelsen, Struer Mountainbikeklub, Vestjysk Orienteringsklub

Kontaktoplysninger: Inger Skov, Vestjysk Sports- og Terrænrideklub, inger55skov@gmail.com, 22492804

Netværksopbygning

Hvad

Tiltag, der skaber faste, organiserede netværk mellem brugergrupper, lodsejere og myndigheder, hvor der kan foregå kontinuerlig og længerevarende dialog, skabes fællesskab og evt. samarbejdes om et større projekt.

Hvorfor

Igennem netværk får brugergrupper, lodsejere og myndigheder et fast dialogforum for konstruktiv kommunikation mellem forskellige interessenter.

Dialogen kan også foregå mere uformelt, se "Dialog med brugere".

Hvordan (forudsætninger)

Der er forskellige organiseringsformer for netværk, fx:

- Lodsejerinitierede netværk
- Brugerinitierede netværk (fx brugergrupper med og uden lodsejer)
- Brugerråd eller partnerskaber med lodsejer og brugergrupper

Fælles for netværkene er, at de alle er forpligtende pga. deres tilbagevendende karakter, ligesom de forudsætter, at brugergrupperne lader sig repræsentere ved en eller flere personer ved de faste møder. For at få det bedste resultat ud af brugerråd eller andre former for netværk, er det vigtigt, at alle interesser i et område er inviteret ind og/eller repræsenteret.

Det er afgørende, at der er en person, som vil sidde for bordenden og være hovedansvarlig for det netværksopbyggende tiltag mellem brugergrupperne, men alle deltagere skal føle, at de får noget ud af deltagelsen. Netværkets ambitionsniveau ift. antal deltagere, mødehyppighed mv. bør tilpasses det mål, man gerne vil

opnå. Der kan tillige være behov for en platform, f.eks. på de sociale medier til løbende informationsdeling og koordinering. Netværket bør have en fast mødekadence, fx halvårligt eller årligt.

Hvem (målgrupper)

Alle brugergrupper fx af en skov eller andet naturområde.

Hvem (mulige partnere)

Private og offentlige lodsejere samt lokale friluft- og idrætsklubber, der repræsenterer de forskellige brugergrupper af skove og naturområder.

Vær opmærksom på

Det kan med fordel være dem med størst engagement og interesse for at starte et givent initiativ, der sætter sig for bordenden i et netværk. Det kan være tungt at drive et netværk med forskellige brugergrupper – særligt i starten, men effekten er god. Der kan være behov for at blive klædt godt på som facilitator/ tovholder af et givent netværk for på bedste vis at kunne mægle i eventuelle konflikter og drive et netværk med aktører med muligt divergerende interesser. Her kan det være relevant at bruge den undervisning i konflikt-håndtering, som DIF, DGI m.fl. tilbyder. Alle skal kunne se en fordel i at sætte sig sammen på tværs af interesser.

Hvis du vil vide mere

Læs mere om brugerråd i statsskovene på Naturstyrelsens hjemmeside.

Spor- og Naturudvalget under Danmarks Cykle Union arbejder for at forbedre forholdene for MTB'ere og har en aktiv Facebook-side, hvor du kan hente inspiration til netværksarbejdet.

3

Partnerskabsprojekt

Initiativtager: Naturstyrelsen Søhøjlandet

Kort beskrivelse: Nyligt igangsat partnerskabsprojekt for alle relevante interessenter i Søhøjlandet, hvor målet er at få bugt med de uautoriserede MTB-stier omkring Silkeborg. Projektet skal sikre, at faciliteterne er så gode, at MTB'erne bliver på de etablerede stier. Der er nedsat undergrupper og stigrupper, og trail bosses skal have styr på stierne, de forskellige sværhedsgrader mm. Minimum 100 km sti skal anlægges. Der bliver lavet et internetforum, hvor stierne bliver markedsført.

Succesfaktorer og forudsætninger: Iværksætterkultur som bør udnyttes. Ekstern finansiering og en deltidsprojektansættelse er en forudsætning for gennemførelse.

Pris og finansieringskilde: Naturstyrelsen har estimeret, at det vil koste 150-350 kr. pr. meter at etablere MTB-stierne. Dertil kommer en række andre faciliteter. Projektet kræver fonds- og puljeansøgninger og vil koste 10-15 mio. kr. Naturstyrelsen bidrager med midler. Herudover er de frivillige centrale spillere i projektet og afgørende for, at projektet lykkes.

Partnere: Kommuner omkring Silkeborg, Visit Silkeborg og Skanderborg, Danmarks Naturfredningsforening, Friluftsrådets lokale kreds, DGI, FDF Friluftscenter Sletten (lodsejer), Skovdyrkerforeningen, private skovejere, lokale MTB-klubber og trail builders.

Kontaktoplysninger: Thorbjørn Nørgård, Naturstyrelsen, tlf. 72543937/40280571, e-mail tnm@nst.dk

4

Undervisning i konflikthåndtering og deltagelse i brugerråd

Initiativtager: Danmarks Idrætsforbund

Kort beskrivelse: Danmarks Idrætsforbund faciliterer et netværk primært bestående af Danmarks Cykle Union, Dansk Orienteringsforbund og Dansk Ride Forbund, hvor der afholdes seminarer med erfaringsudveksling og uddannelse i lovstof, konflikthåndtering mm. Derudover har Danmarks Idrætsforbund folk i statsskovenes brugerråd, hvor formålet er, at de frivillige bliver bedre til at samarbejde og styrkes i deres dialog med lodsejer samt med andre brugere af skoven i diverse fora.

Succesfaktorer og forudsætninger: Frivillige ildsjæle som brænder for at skabe fælles løsninger. Administrative ressourcer til at facilitere netværk og planlægge seminarer. Vigtigt med gensidig forståelse for forskellige behov de forskellige netværksmedlemmer imellem.

Pris og finansieringskilde: Eksempel på budget: 27.500 kr. til leje af lokale, forplejning, ekstern oplægsholder og DIF konsulenttimer x30. Pengene kommer delvist fra forbundets egne midler og er ansøgt fra udlodningsmidler fra Friluftsrådet. DIF betaler de frivilliges transport og betaler konsulenttimer til løbende facilitering af netværket.

Partnere: Danmarks Idrætsforbund, Danmarks Cykle Union, Dansk Orienteringsforbund, Dansk Ride Forbund, Friluftsrådet

Kontaktoplysninger: Anne Marie Kamilles, e-mail naturvejleder@dif.dk

Mountainbikestier

Hvad

En afgrænset sti etableret til MTB-kørsel i både private og offentlige skove. Stierne er som regel anlagt i et område, der ligger et stykke væk fra andre brugerområder. Der findes forskellige typer af MTB-stier. Mest almindelig er single track stier, men der er bl.a. også downhill stier og stier lavet specielt til børn.

Hvorfor

Ved at etablere attraktive MTB-stier kan man give folk mulighed for komme ud i naturen og få rørt sig og samtidig få flyttet MTB-kørslen væk fra de andre brugergrupper i skovene og dermed nedjustere et potentielt/reelt 'trafikalt' problem.

Hvordan (forudsætninger)

Der skal være et tilstrækkeligt stort område til rådighed, og et godt samarbejde mellem MTB'ere og privat eller offentlig lodsejer skal etableres.

Engagerede frivillige såsom trail builder grupper skal motiveres til at opbygge og vedligeholde stierne. Hele vejen igennem er der behov for dialog for at sikre, at stierne får en udformning, der er tilfredsstillende for både lodsejer og brugere.

Det er vigtigt, at stierne leder uden om vildtet i de skove, hvor der er jagt, så det forstyrres mindst muligt. I den forbindelse kan det også hjælpe at ensrette stierne - både af hensyn til vildtet og af sikkerhedsmæssige årsager.

Når stierne designes på en bestemt måde, er det vigtigt at sætte fokus på, at dette design er med til at skabe en god køreoplevelse (fremfor at det fx begrænser kørselsmulighederne i skoven).

Hvem (målgrupper)

MTB'ere både inden for klubber og selvorganiserede uden for klubber.

Hvem (mulige partnere)

Offentlige og private lokale lodsejere, kommunen, lokale MTB-klubber, selvorganiserede MTB'ere.

Vær opmærksom på

Det kræver mange ressourcer i form af hænder og finansiering både at etablere og vedligeholde stierne.

Det kræver en ekstra stor indsats at nå ud til de selvorganiserede MTB'ere med regler for færdsel på stierne og i skovene generelt.

Det er yderst vigtigt, at lodsejerne er 100% involverede fra starten ifm. etableringen af MTB-stierne.

Stierne bør anlægges, så de er farbare det meste af året. MTB'erne skal helst holde sig væk fra stierne, når det er meget vådt for ikke at ødelægge dem. Sikkerheden på stierne kan endvidere højnes ved tydelig markering af sværhedsgrader, jf. afsnittet om skiltning.

I nogle tilfælde kræver der en skovlovstilladelse at anlægge en MTB-sti. Læs mere i vejledning om Skovlovens § 11 på Naturstyrelsens hjemmeside.

Hvis du vil vide mere

Læs mere om eksisterende MTB-stier på hjemmesiden udinaturen.dk.

Eksperthjælp til anlæg af MTB-stier kan bl.a. søges hos Danmarks Cykle Union (Spor og Naturudvalget) og hos DGI, hvis lokale kontorer kan kontaktes.

5

Trail builder-grupper og stidage

Initiativtager: Hareskovens MTB Sporgruppe

Kort beskrivelse: MTB-stien er delt op i fire områder, og hvert område har en frivillig trail builder-gruppe. Der afholdes jævnligt trail builder-dage, hvor stierne renoveres og vedligeholdes. Her står frivillige for arbejdet, og Naturstyrelsen hjælper til ved at støtte i planlægningen, stille skurvogn og diverse værktøjer til rådighed og søge midler. Efter aftale udfører Naturstyrelsen delopgaver inden for stirenovering.

Succesfaktorer og forudsætninger: Engagerede frivillige, velvillige skovejere og gode kommunikative evner. Hareskovens MTB Sporgruppe er oprettet som en forening for at kunne søge tilskud ved fonde og råd.

Pris og finansieringskilde: Stirenoveringer i 2014 har kostet mellem 200-250 kr. pr. meter sti. Der er givet støtte til materialer og værktøjer fra Nordea Fonden, Friluftsrådet, Dansk MTB Klub, Naturstyrelsen og private donorer. Der er lagt frivillig arbejdskraft.

Partnere: Hareskovens MTB Sporgruppe, den lokale afdeling af Naturstyrelsen, private skovejere og lokale frivillige.

Kontaktoplysninger: Flemming Bagger fra Team Hareskov Cykler, tlf. 51957273, e-mail flemming.bagger@gmail.com. Rie Birk Lauridsen, bestyrelsesmedlem/kasserer i Hareskovens MTB Sporgruppe, tlf. 61402062, e-mail riebirk@gmail.com

6

Omlægning af mountainbikesti for at mindske konflikter

Initiativtager: Naturstyrelsen Hovedstaden

Kort beskrivelse: En mountainbikesti i Geel Skov lå uhensigtsmæssigt og skabte konflikter. Mountainbikeklubberne kom med forslag til omlægningen ift. placering, og Naturstyrelsen modificerede forslaget ift. sårbar natur, fortidsminder, mulige konfliktende steder mm. Der blev inddraget en entreprenør i arbejdet for at sikre, at stien er designet rigtigt til at kunne benyttes hele året. Stien er nu ensrettet, hvilket øger sikkerheden og skaber færre konflikter.

Succesfaktorer og forudsætninger: Lokale foreninger skal involveres, så de frivillige får ejerskab og kan videregive, hvordan man agerer på stierne. Der skal skabes en god platform for kommunikation mellem parterne og synlighed over for MTB'erne. En forudsætning er, at der genereres noget økonomi (for at kunne inddrage professionelle).

Pris og finansieringskilde: 300.000 kr. fra Naturstyrelsens projektmidler til etablering og omlægning. 200.000 kr. årligt finansieret af Naturstyrelsen til materiale til de frivillige på spordage og til en privat entreprenør, som leverer arbejde til kostpris.

Partnere: Lokale MTB-klubber, selvorganiserede MTB'ere, trail builders og Naturstyrelsen

Kontaktoplysninger: Jes Aagaard, naturvejleder, Naturstyrelsen Hovedstaden, tlf. 72543162/23730261, e-mail jaa@nst.dk

Skiltning

Hvad

Der er to typer af skiltning i forbindelse med MTB-kørsel ud over de almindelige skilte, der beskriver love og regler for færdsel i naturen generelt.

- En type skilte er målrettet MTB'ere, der beskriver sværhedsgrader og lign. ift. stierne. Danmarks Cykle Union har i samarbejde med Naturstyrelsen og DGI lavet en skiltemanual. Med manualen er der skabt en gennemskuelig standardiseret dansk praksis for mærkning af MTB-ruter på tværs af ejere og aktører. Manualen er et tilbud og en mulighed - ikke et krav.

Skiltningens tre formål er:

1. At MTB'ere kan finde vej rundt på rutenettet.
 2. At MTB'ere har mulighed for at vælge ruter tilpasset egne evner.
 3. At højne sikkerheden for MTB'erne ved tydelig indeksering med sværhedsgrader, så man ikke uforvarende kommer ind i risikofyldte situationer.
- En anden type skilte omhandler regler for færdsel og er typisk sat op af lods ejerne. Det kan både være skilte, der tydeliggør, hvad der er forbudt, og hvilke muligheder, der er for MTB'erne i området, fx med angivelse af kort over alternative MTB-stier i lokalområdet.

Hvorfor

Skiltning er en nem måde at fortælle MTB'erne, hvad de må og ikke må.

Hvordan (forudsætninger)

Det er vigtigt at undgå, at skiltene kun kommunikerer begrænsninger for MTB'erne. "Pak regler og forbud ind" i et positivt budskab og kommuniker gerne både muligheder og forbud for MTB'ere. Skiltene kan således med fordel anvise alternativer, hvis det er forbudt at cykle i et bestemt område. Det er også vigtigt, at skiltene sætter fokus på sikkerheden på MTB-stierne. Skiltene skal placeres strategisk, så sandsynligheden for, at MTB'erne ser dem, øges.

Hvem (målgrupper)

MTB'erne, andre brugere af skovene.

Hvem (mulige partnere)

Lodsejere, Naturstyrelsen, DGI, Danmarks Cykle Union og Friluftsrådet. De forskellige mulige partnere kan også kontaktes mhp. at få hjælp eller støtte til skiltning.

Vær opmærksom på

Overvej, om det er muligt at sammen tænke forskellige typer af skilte, bruge eksisterende pæle mv. for at undgå 'skilteskove'. Særligt i de bynære skove med mange brugere kan det imidlertid være ekstra påkrævet med skiltning.

Hvis du vil vide mere

Skiltemanualen kan findes på Danmarks Cykle Unions og Naturstyrelsens hjemmeside.



7

Tydelig skiltning af MTB-sti i militærområde

Initiativtager: Dansk Orienteringsforbund (formand for Nordjysk Orienteringsudvalg)

Kort beskrivelse: Tydelig skiltning af MTB-sti ved Hvorup Øvelsesplads med store informations-skilte ved naturlige MTB-parkeringsområder om, hvor og hvornår der må cykles. MTB-stien ligger i et militært øvelsesområde, så det er meget vigtigt, at brugerne overholder tidspunkterne for, hvornår de må cykle. Skiltene indeholder en kalender med information om, hvornår militæret har øvelser samt info om, at hvis man kommer der på de ikke tilladte tidspunkter, ødelægger MTB-kørslen militærets uddannelsesmuligheder.

Succesfaktorer og forudsætninger: Skiltningen har været mere effektiv end i andre skove, fordi de er kæmpestore og placeret taktisk. Derudover viser kalenderen præcist, hvornår det er forbudt at benytte stierne. Det er en forudsætning med en tovholder, som kan koordinere.

Pris og finansieringskilde: Prisen oplyses ikke. Skiltene er produceret af FlexInEx

Partnere: Lokalforeninger, private og offentlige lodsejere.

Kontaktoplysninger: Jes Mose, e-mail jesmose@mil.dk

8

Mountainbikeruter med sværhedsgrader, infotavler og foldere

Initiativtager: Aalborg Kommune

Kort beskrivelse: Kommunen har på egne og statslige arealer oprettet fire MTB-ruter i samarbejde med lokale MTB-interessererede klubber. Ruter som rammer et bredt spektrum af sværhedsgrader. Stierne er alle single track, anlagt i eget og nyt trace, således at der ikke sker "sammenblanding" af interesser. Stierne blev ryddet og opmærket, ved stikrydsninger har MTB'ere ubetinget vigepligt, mens krydsende trafik oplyses om den krydsende MTB-rute, og der er opsat infotavler ved start- og målområder. Der er udarbejdet et kodeks for god skik på MTB og produceret foldere samt hjemmeside.

Succesfaktorer og forudsætninger: Klar definition af rammer med fokus på at holde MTB'erne på stien og andre brugere oplyst, men ikke væsentligt generet. Rigtig placering/omplacering af ruteforløb i forhold til udfordringer og naturgrundlag, så terrænet udnyttes, de spændende ting kommer med og stien kan holde. Intelligent udformet sti og differentiering af sti ved særligt svære passager, så alle kan køre ruten, mens den dygtige fortsat finder det udfordrende. Understøttelse og kalibrering af trail builders kontinuerlige frivillige arbejde med at holde stierne vedlige er en vigtig forudsætning for, at tiltaget fortsat fungerer. Dertil en løbende dialog mellem kommune og trail builders og MTB-klubber om, hvad de må og ikke må og hvorfor – samskabelse og fastholdelse af en god MTB-kultur.

Pris og finansieringskilde: 400.000 kr. til etablering af fire stier – i alt 34 km. Ca. 100.000 kr. pr. rute eller pr. 8 km. I løbende vedligehold bruges ca. 150.000 kr. årligt, men en stor del af disse penge bruges alene på materialer, da trail builders står for hovedparten af arbejdskraften. Pengene til etablering kom dels fra kommunens Kultur- og Fritidsforvaltning (300.000 kr.) dels ud af Park- og Naturforvaltningens eget budget.

Partnere: Lokale mountainbikeklubber, offentlige lodsejere og Friluftsrådet.

Kontaktoplysninger: Lars Delfs Mortensen, e-mail lars.mortensen@aalborg.dk

Kampagner

Hvad

En kampagne er en række aktiviteter, som gennemføres over for en gruppe af modtagere. En kampagne er målrettet, tidsafgrænset og har et tydeligt budskab, ofte om at ændre modtagerens adfærd. Kampagner kan både være landsdækkende og/eller lokalt orienterede. For MTB'ere har hidtidige kampagner sat fokus på hensynsfuldhed, og på at der skal være plads til alle brugergrupper i naturen.

Hvorfor

Formålet med en kampagne er at påvirke en målgruppes viden, holdning og/eller adfærd i en bestemt retning. En kampagne igangsættes ofte med udgangspunkt i et problem, som afsenderen af kampagnen ønsker at påvirke, fx MTB'ere der kører uden for markerede stier.

Kampagner kan tydeliggøre allerede eksisterende regler, for at flere overholder dem. Kampagner kan også forklare, hvordan og hvorfor man som MTB'er bør agere på bestemte måder i bestemte situationer. Gode, velbeskrevne forklaringer på hvorfor MTB'ere bør gøre noget bestemt og undlade at gøre andet, er afgørende for, at en kampagne lykkes. Det handler f.eks. om at skabe forståelse for andre brugergrupper såsom ryttere eller jægere.

Hvordan (forudsætninger)

En kampagne bør have et klart budskab - gerne med kant - der kommunikeres på flere kommunikationsplatforme, dvs. både digitalt på hjemmesider og på de sociale medier, i pressen og til arrangementer/på steder, hvor målgruppen for kampagnen er til stede.

Det er også vigtigt, at kampagner appellerer til 'det gode' i folk og gøres nærværende, så

MTB'erne kan genkende sig selv i dem. Hvis målet med kampagnen eksempelvis er at gøre opmærksom på regler, eller at det er hensigtsmæssigt at bruge ringeklokke, har erfaringer vist, at en humoristisk kampagnestrategi har større effekt på længere sigt end kampagner, der spiller på frygt.

En kampagne bør desuden indeholde flere aktiviteter, fx et slogan, en video, et logo, foldere, postkort, plakater eller andet merchandise, der kan uddeles til arrangementer.

Det kan være en god idé at inddrage flere forskellige partnere som afsender på en kampagne for at nå ud til flest mulige målgrupper.

Hvem (målgrupper)

Primært MTB'erne, men kampagner kan også målrettes andre brugergrupper for at skabe gensidig forståelse mellem alle brugere af skove og andre naturarealer.

Hvem (mulige partnere)

Danmarks Cykle Union, DGI, DIF, offentlige og private lodsejere, Friluftsrådet og andre friluftorganisationer.

Vær opmærksom på

Kampagner stopper, hvorfor der kan være behov for, at delelementer af kampagnen videreføres, efter at kampagnen er afsluttet såsom logoet, sloganet og/eller gode råd. Der kan være behov for at gennemføre nye kampagner hvert år/hvert andet år.

Hvis du vil vide mere

Bliv inspireret af Friluftsrådets kampagne "Flink af natur" på Friluftsrådets hjemmeside eller på Facebook.

9

Landsdækkende, hhv. lokal ringeklokkekampagne

Initiativtager: DGI, vorespuls.dk og Rold Skov MTB-klub

Kort beskrivelse: Ved den landsdækkende kampagne uddelte DGI i samarbejde med vorespuls.dk mere end 5000 ringeklokker til vorespuls.dk's MTB events rundt omkring i landet i et forsøg på at få flere til at sætte ringeklokke på deres MTB. Målet er at sætte fokus på god opførsel i skoven. Ringeklokken er et neutralt signalmiddel alle kan forstå og ved, hvad betyder. Nogle klubber gjorde det til et krav at køre med ringeklokke og begyndte selv at indkøbe dem. I Rold Skov MTB-klub udleveres ringeklokker hvert år til medlemmerne ved sæsonstart. Klokkerne vejer kun 16 gram, så der er fokus på, at det ikke er ringeklokkens vægt, der "sløver" MTB'eren.

Succesfaktorer og forudsætninger: Når en stor organisation går ud og anbefaler noget, så bliver der lyttet. At få kampagnen ud på vorespuls.dk har været godt ift. at nå ud til mange af de selvorganiserede MTB'ere. I Rold Skov MTB-klub har der været fokus på, at budskabet forstås internt i klubben, så alle gør det samme. Budskabet bør sælges på en positiv og fornuftig måde.

Pris og finansieringskilde: Landsdækkende: 50.000 kr. for 5000 ringeklokker produceret i Kina. Finansieret af vorespuls.dk – et motionsite lavet i samarbejde mellem DGI og Nykredit. Lokalt: ca. 500 kr. for en kasse med 30-50 ringeklokker. Finansieret af klubben.

Partnere: Landsdækkende: DGI, vorespuls.dk, lokale klubber, Nykredit. Lokal: Rold Skov MTB-klub og selvorganiserede MTB'ere

Kontaktoplysninger: Mikkel Lybæch, tlf. 29135806, e-mail mikkel.lybaech@dgi.dk. Allan Graversen, formand i Rold Skov MTB, tlf. 25277886, e-mail formand@roldskovmtb.dk

10

Kampagnen "Flink af Natur"

Initiativtager: Friluftsrådet, Danmarks Idrætsforbund og Naturstyrelsen

Kort beskrivelse: Kampagnen skal minde folk om, at der skal være plads til alle, og at man skal vise hensyn, uanset om man er hundeluffer, motionsløber, fuglekigger, MTB'ere eller noget helt femte. For at minde folk om god opførsel og det gode humør, bliver kampagnens logo malet på brændestabler, træstubbe o. lign. rundt omkring i flere af statskovene. "MTB'ernes naturlov" var en del af kampagnen og udgør en række retningslinjer for MTB'eres brug af naturen. Der blev afholdt flere arrangementer og stævner, og Flink af Natur-prisen blev uddelt.

Succesfaktorer og forudsætninger: Én tids- og målafgrænset kampagne med fokus på at få fat i såvel organiserede som uorganiserede MTB'ere, fx via breddestævner og samarbejde med MTB forhandlere.

Pris og finansieringskilde: 2,5 mio. kr. i udlodningsmidler til friluftsliv samt Naturstyrelsen

Partnere: Friluftsrådet, Danmarks Idrætsforbund og Naturstyrelsen

Kontaktoplysninger: Sven-Åge Westphalen, Friluftsrådet, tlf. 42915288

Hvordan er inspirationskataloget blevet til?

Inspirationskataloget er udarbejdet i perioden august 2015 – januar 2016 i samarbejde med konsulentfirmaet Oxford Research.

Tiltagene i inspirationskataloget er blevet indsamlet via **e-mailbaserede spørgeskemaer**, som er sendt ud til udvalgte kontaktpersoner. Disse personers kontaktoplysninger har vi fået af de hovedorganisationer/ foreninger/ kommuner, som har deltaget i undersøgelsen, via indledende telefonsamtaler og e-mail korrespondance.

I spørgeskemaerne var der yderligere mulighed for, at respondenterne kunne pege på andre initiativer, som de havde hørt om og fandt relevante at inddrage. Dette resulterede i en ekstra udsendelse af spørgeskemaer.

Vi udsendte alt i alt **247 spørgeskemaer direkte til personlige mailadresser**. Hertil kom, at et link til spørgeskemaet blev sendt ud via nyhedsbreve eller lagt på hjemmesider for flere foreningers vedkommende.

For at sikre en høj svarprocent lavede vi undervejs telefonopfølgning til de organisationer og foreninger, hvor få havde besvaret spørgeskemaet.

Vi modtog i alt 163 besvarelser, hvoraf 82 personer tilkendegav, at de i praksis havde gennemført konfliktreducerende tiltag vedrørende MTB'ere.

Herefter gennemførte vi en række **telefoninterviews** med udvalgte organisationer/ kommuner/ lodsejere/ klubber **for at få uddybende oplysninger om initiativerne**. Vi har tillige gennemført supplerende søgninger af information om initiativerne på internettet.

Initiativerne i dette katalog er udvalgt med henblik på at vise variationen i typer af tiltag og på at sikre en god geografisk spredning. Vi har endvidere lagt vægt på at have initiativer med, som er afprøvet og viser god effekt.

Initiativerne i inspirationskataloget blev i december 2015 præsenteret og drøftet ved en **workshop** i Friluftsrådet med deltagelse af udvalgte organisationer.

