

Foretaksnavn: Birgithe Roald
Navn: Birgithe Roald
Adresse: Bjørndalen 44b
Postnr.: 5009 Bergen
Telefon: 99239573
E-post: birgithe.roald@dnt.no

Mottaker: Hordaland fylkeskommune
Saksnr.: 2016/35219

SLUTTRAPPORT

REFERANSEN.R.: 18RC70E9

Titur Bergen 2017 - Turposter i Bergen

Egenvurdering av gjennomføring av tiltaket og tiltakets effekt

Ble tiltaket gjennomført som planlagt? Ja

Egenvurdering av prosjektets faglige resultater og gjennomføring:

TiTur17 blei gjennomført som planlagt. Vi får mange gode tilbakemeldingar frå folk som synest TiTur er eit flott tiltak!

Særleg er det mange som seier at dei har kome seg til mange nye stader takka vere TiTur, samtidig som det er fin motivasjon med turmål for å kome seg ut på tur.

Nytt av året er digital registrering i app, og vi er fornøgde med resultatet denne har gjeve, då den har gjeve oss konkret oversikt over kor mange som f. eks har fullført alle 10 turane, eller kven som har fullført 3 eller 4.

Heile 903 personar har registrert seg med innsjekk i TiTur17-utgava, samtidig som ein del framleis har valt den gamle metoden, med turmåla på papir med kontrollspm.

Beskriv kort hva ved tiltaket som var spesielt vellykket, middels vellykket og mindre vellykket:

Vi er særleg fornøgd med dei frivillige sin innsats, som vi er heilt avhengige av skal vi klare å levere TiTur Bergen blir byens befolkning. Dei går dei 10 turmåla i forkant, lagar/teikner GPS-spor, finn kontrollspm og legg turane på UT.no. Det er mange som går inn på ut.no for å få meir kunnskap om turane dei skal gå.

Vi er også fornøgd med god tilbakemelding på digital app. Dette med digital registrering og app er noko som er vinden, som mange synes er kjekt å bruke som motivasjon.

Særleg fornøgd er vi med at vi får så mange kjekke tilbakemeldingar frå dei som går.

Gi en vurdering av i hvilken grad tiltaket forventes å gi varig økt deltakelse i friluftsliv for deltakerne:

Vi vurderer at tiltaket gjer varig økt deltaking i friluftsliv. Vi trur det er mange barnefamiliar som går desse turane, og då veit vi jo at gode naturopplevingar i nærmiljøet kan bidra til interesse i framtida.

Vi er også veldig fokusert på å velge turmål som er gjennomførbart for så mange som mogleg, så på den

måten trur vi også at vi når ut til dei som ikkje nødvendigvis orker/kan/klarer å gå dei lengste turane. Ikkje alle turmåla er på ein topp, nokon er også i lavare terreng.

Det er heller ikkje "fyrstemann" til å gjennomføre, deltakarane har mange månadar på å gjennomføre, og dette trur vi også er med og bidrar til at det blir ein positiv utfordring utan konkurransepreg.

Beskriv kort, gjerne med stikkord, hva som vurderes som suksesskriterier for å lykkes med denne type tiltak:

Det er viktig med tydeleg info konseptet - korleis gjennomføre, kor ein finn info om turane osv.

Markedsføring/informasjon. Sjølv med fleire år med TiTur kor vi har prøvd å markedsføre konseptet godt, ser vi at det framleis er mange som aldri har høyrte om det før. Særleg i ein stor by med mange tilbod er det å nå ut med tilbodet viktig, men utfordrande.

Flere opplysninger om gjennomført tiltak

Type gjennomført tiltak: Organisert tur eller annen aktivitet som ikke er kurs eller opplæring

Ca antall deltakere fra følgende målgrupper	Antall
Personer med innvandrerbakgrunn	
Personer med etnisk norsk bakgrunn	
Personer med nedsatt funksjonsevne	
Personer som er svært fysisk aktive	
Personer som er moderat fysisk aktive	
Personer som er lite fysisk aktive	
Totalt antall deltakere	903

Ca antall deltakere fra følgende aldersgrupper	Antall
0-12 år	200
13-19 år	150
20-66 år	544
67 år og eldre	9
Totalt antall deltakere	903

Vurdering av antatt helseeffekt for deltakerne: Svært god

Begrunnelse for vurdering av helseeffekt:

Mange fine turar som sjølvsagt er positivt for fysisk helse. (opp til 10 turar, men fleire har også sjekka inn på andre punkter eller dei same fleire gonger, som kan tyde på at den digitale appen gjev meirsmak)

Turar, gjerne i lag med venner og familie, antar vi også har god effekt på psykisk helse.

Samarbeid og markedsføring

Samarbeid med andre i forbindelse med gjennomføring av tiltaket

Er tiltaket gjennomført i samarbeid med andre? Nei

Markedsføring av tiltaket

Er det utført markedsføring av tiltaket? Ja

Type markedsføring:

- Aviser/tidsskrifter
- E-post/nyhetsbrev
- Brosjyrer/plakater
- Oppsøkende virksomhet og møter med potensielle deltakere eller representanter for potensielle deltakere

Gi en nærmere beskrivelse av markedsføring:

Brukt avisannonser ved flere anledninger.

Bruker mye facebook, og betaler på innleggende slik at de sprer seg til mange. Et av innleggene våre som handlet om Titur var det 100 000 personer som så.

Vi har snakket om Titur17 i ulike settinger vi har vært ute blant potensielle deltakere

Vi har brukt instagram

Vårt eget nyhetsbrev

Regnskap

Utgifter	Budsjett fra søknad	Regnskap
Utforming og trykking av informasjonsmateriell	20 000	5 712
Premier	40 000	7 048
Markedsføring	90 000	78 311
koordinering, organisering, oppfølging	80 000	8 948
Total sum	230 000	100 019

Inntekter	Budsjett fra søknad	Regnskap
Sum innvilget denne søknaden	120 000	100 000
Dugnadsinnsats	60 000	60 000
Andre offentlige tilskudd	0	0
Annen finansiering	0	0
Egne midler	50 000	0

Total sum	230 000	160 000
-----------	---------	---------

Regnskapsbalanse: 59 981




Forklaring til regnskapet, herunder eventuelle innsparinger/avvik i forhold til søknaden:

Vi har valt å bruke det meste av tilskotet på markedsføring, mens vi har spart noko på koorderingsutgifter. Vi fekk kjøpt fine premiar til trekte vinnarar, samtidig som alle som fullførte fekk eigen titturbrettekopp. (Vi hadde nok koppar igjen frå i fjor, så derfor slapp vi akkurat den kostnaden)

Vi har gjennomført fleire møter med frivillige, og dei har brukt mykje av si tid på TiTur17, så vi har passa på å ha belønne gjennom varm mat til møtene, samtidig som vi naturlegvis dekker utgifter dei måtte ha gjennom frivilligheita (f.eks kjøregodgjøring). Dette er små belønningar med tanke på innsatsen dei legg ned, men viktig likevel.

Vi mottok ingen andre tilskot til TiTur17.

Vedlegg

-  Turkort til TiTur17.pdf (Annet)
-  Vinner TiTur17 fotokonkurransen, Eli Myrmel Haukås.jpg (Bilde)
-  TiTur17, bilde på instagram, Eli Myrmel Haukås.jpg (Bilde)

Merknad:

1. Turkortet er lagt ved, for å vise kva deltakarane tar med seg når dei er ute på tur og samlar turmål. Hordaland Fylkeskommune sin logo står nedst.
2. Årets vinner av fotokonkurransen. Alle som ønskjer legg ut bildene frå turane sine med #Titur17, og vi kårar vinnar. Mange flotte bilder der, så vi anbefalar å ta ein kikk. Vinnaren pryder neste års utgave av TiTur.
3. Nok eit flott bilde frå Instagram, med hashtaggen TiTur17.

[sign] **Birgithe Roald** for **Birgithe Roald**

Lvert 15.01.2018