



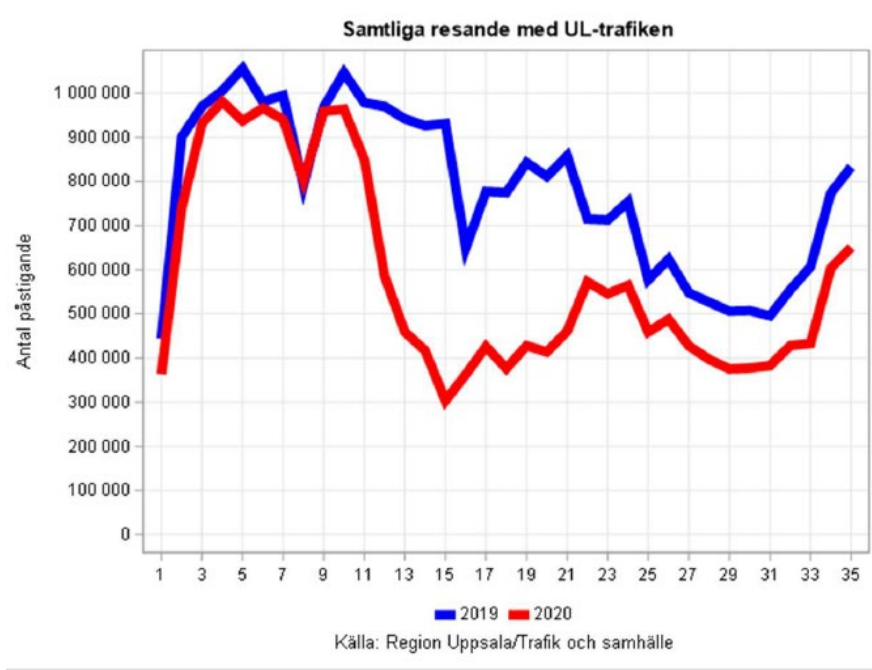
# Samlad bedömning - Efterlevnadsuppdraget

Observera att denna rapportering bygger på sporadiska observationer och inte systematisk datainsamling. Kommunerna lyfter att deras uppdrag är otydligt och att personalresurser och organisation inte alltid finns på plats för att inhämta underlag och göra en bedömning. **Samtliga** länets åtta kommuner samt Region Uppsala har rapporterat. \* FoHM:s råd = Folkhälsomyndighetens rekommendationer, riktlinjer och råd

<p><b>Fråga 1. Samlad bedömning</b></p>	<p>Verksamheter i både privat och offentlig regi följer överlag rekommendationerna väl med information och anpassningar för social distansering. Efterlevnaden bland allmänheten är överlag god, men det finns tendenser till coronatrötthet i alla åldersgrupper. Terminsstart och återgång till arbeten har medfört informationsinsatser och åtgärder i bl.a. kollektivtrafiken, på skolor och universitet.</p>
<p><b>Fråga 2. Generella iakttagelser</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verksamheter som t.ex. serveringsställen bedöms överlag följa rekommendationerna väl. Kommunala verksamheter upplevs vara väl rustade med information och förutsättningar för social distansering.</li> <li>• I bland annat affärer och på restauranger följer de flesta rekommendationerna om att hålla avstånd. I skolorna är distansering en utmaning. Många i åldersgruppen 70+ rör sig nu ute i samhället, t.ex. i affärer, restauranger och bibliotek.</li> <li>• En kommun rapporterar fortsatt trängsel i kollektivtrafiken som ställer till problem för personal som pendlar till arbetet.</li> <li>• En kommun rapporterar från en fristående grundskola om att mor- och farföräldrar i större utsträckning hämtar/lämnar barnen nu jämfört med i våras.</li> <li>• En kommun rapporterar om trängsel på torghandel.</li> </ul>
<p><b>Fråga 3. Vidtagna åtgärder</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommuner sprider både allmän information samt information riktad till egna verksamheter och informationsmaterial som t.ex. föreningar kan använda.</li> <li>• Kommunikationsinsatser med tema "Det är inte över", "Gå och cykla till jobb och skola" pågår. Kampanj i sociala medier i syfte att nå unga vuxna.</li> <li>• Anpassad verksamhet på bibliotek, t.ex. att stolar tas bort, utkörning/avhämtning av beställda böcker, inställda publika arrangemang, information på flera språk.</li> <li>• Kommunernas operativa tillsyn av verksamheter och platser fortsätter.</li> <li>• Efterlevnaden av rekommendationer bland personal och boende inom kommunal verksamhet följs upp kontinuerligt. Vid brister sker påminnelser, införs nya rutiner och restriktioner i gemensamma utrymmen.</li> <li>• En kommun rapporterar att digitala gudstjänster och gudstjänster utomhus genomförs på boenden.</li> <li>• En kommun rapporterar att inom vård och omsorg har man informerat korta texter ofta, istället för mycket information som kommer sällan, och på mer lättläst svenska så alla förstår då alla inte har svenska som modersmål.</li> </ul>
<p><b>Fråga 4. Goda exempel</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heby kommun har sett goda resultat på bättre kundflöden och ommöblering på serveringsställen när inspektörer varit bollplank informationsbesök/inspektioner, till exempel på café som tidigare hade korsande kundflöden och trängsel. Även Uppsala kommun påtalar att goda resultat sannolikt är en effekt av personliga möten.</li> <li>• Älvkarleby kommun rapporterar att det har blivit en stor positiv uppståndelse, och uppmärksammats på flera håll, att Frivilliga resursgruppen fortsätter sitt arbete med att hjälpa personer i riskgrupp.</li> <li>• De t-shirtar som personalen på återvinningscentralen i Håbo kommun tryckt upp med budskapet att hålla avstånd och följa rekommendationerna har visat på bra effekt som en påminnelse till besökarna.</li> </ul>
<p><b>Fråga 5. Behov av åtgärder</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortsätta påminna genom information och punktinsatser där människor samlas för att informera om och kontrollera efterlevnaden.</li> <li>• Viktigt att avvikelser från rekommendationerna för verksamheter följs upp, rapporteras och åtgärdas.</li> <li>• Informationskampanj på nationell nivå som tydliggör det personliga ansvaret för att följa restriktionerna och att faran inte är över (kanske även med varnande exempel).</li> <li>• Kyrkorna i en kommun har lyft frågan om att kunna erbjuda gudstjänst inne på boendena under hösten och vintern.</li> <li>• En kommun efterfrågar mer kommunikation med regionens kollektivtrafikförvaltning rörande eventuell smittspridning och pendling.</li> </ul>

# Samlad bedömning - Efterlevnadsuppdraget

<p><b>Fråga 1. Samlad bedömning</b></p>	<p>Beläggingsgraden inom kollektivtrafiken är lägre än vanligt, men trängsel förekommer på vissa linjer och turer, särskilt i samband med resor till och från skolor och arbetsplatser. Resandemönstret är dock inte förutsägbart, och möjligheten att anpassa turer med kort varsel är liten p.g.a. förarbrist. En del resenärer följer inte FoHM:s råd och människor är corona-informationströtta. Det är svårt för förarna att få resande att efterleva råden och begränsa antalet passagerare, då påstigning sker via bakre dörrar i syfte att att skydda förarna från smitta. De stängda framdörrarna påverkar dessutom ekonomin eftersom en del resenärer inte betalar. Fler resenärer uppfattas åka buss på grund av att de kan åka gratis, eftersom biljetter betalas och kontrolleras i mindre omfattning än tidigare. Region Uppsala kan på sikt behöva ta ställning till reducerad trafik av ekonomiska skäl.</p>
<p><b>Fråga 2 och 3. Beläggingsgrad (aktuell och tidigare år)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beläggingsgraden för <b>vecka 36</b> är <b>6,2</b> % för stadsbussarna och <b>7,1</b> % för regionbussarna, jämfört med <b>8,8</b> % respektive <b>9,5</b> % för samma period tidigare år. Beläggingsgraden är dock ett medeltal och det är trångt på många turer. Trängsel rapporteras på vissa turer på Upptåget.</li> </ul>
<p><b>Fråga 4 och 6. Åtgärder (vidtagna &amp; behov)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förstärkning med fler bussturer har skett på vissa linjer/avgångar som kunde förutsägas bli hårt belastade vid skolstart samt vid återkommande rapporter om trängsel.</li> <li>• Upptåget går inte att förstärka, men personalen uppmanar resenärer sprida ut sig i tåget. Man kommer också att uppmana folk att ta bussen istället om det alternativet finns.</li> <li>• Om det blir fullt på en bussavgång kan föraren stänga dörrarna och skylta om bussen som fullsatt.</li> <li>• Information till resenärer hur man ska bete sig i kollektivtrafiken finns på samtliga fordon, på ul.se, Facebook och sponsrat i sociala medier. Budskapen är "Håll avstånd", "Res bara om du måste" och "Visa hänsyn".</li> <li>• Information om vilka avgångar det är mest trängsel är <b>framtagen och uppdateras veckovis</b>. En kampanj mot gratisåkning planeras också.</li> <li>• En nationell slagkraftig informationskampanj bedöms kunna få en större positiv effekt än ytterligare lokala informationsinsatser.</li> </ul>
<p><b>Fråga 5. Goda exempel</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En gå/cykla-kampanj i Uppsala stad verkar ha gett önskad effekt genom att fler än normalt cyklar och att trängseln inte är lika stor på stadsbussarna som på de mer långväga regionbussarna.</li> </ul>



Graf ur Region Uppsalas rapport Näringsliv och arbetsmarknad i Uppsala län med anledning av coronakrisen vecka 36.