



Besøksstrategi Ånderdalen nasjonalpark

Storslagen natur og friluftsliv for alle



HØRINGSUTKAST

Besøksstrategi Ånderdalen nasjonalpark

Utførende institusjon

Ånderdalen nasjonalparkstyre

Kontaktperson

Nasjonalparkforvalter Ingve Birkeland (77642220/48152290)

Publikasjonsnummer

2

År

2021

Sidetall

50

Opplag

Kun digital

Utgiver

Ånderdalen nasjonalparkstyre

Forfatter(e)

Ingve Birkeland

Tittel – norsk og engelsk

Besøksstrategi Ånderdalen nasjonalparkstyre

Sammendrag – summary

Besøksstrategien for Ånderdalen nasjonalpark er en plan for hvordan Ånderdalen nasjonalparkstyre ønsker at besøkende skal møte nasjonalparken. Nasjonalparkstyret har satt følgende hovedmål: Ånderdalen nasjonalpark skal opprettholdes som et område med liten grad av fysisk tilrettelegging for friluftsliv og ferdsel. All ferdsel og aktivitet skal ta hensyn til sårbart plante- og dyreliv. Man skal gjennom besøksforvaltning gi gode opplevelser til besøkende, bidra til lokal verdiskapning og forståelse for, og stolthet over, verneverdiene i Ånderdalen nasjonalpark. Delmål: Sikre verneverdiene i et langsiktig perspektiv, gi besøkende gode opplevelser gjennom høy kvalitet på innfallsporter og annen tilrettelegging, bidra til å unngå konflikter mellom besøkende og beitenæringer (reindrift), gi besøkende mulighet til å oppleve stillhet og ro i nasjonalparken, øke kompetansen om verneområdet til brukere og besøkende – få frem stolthet og begeistring.

Forsidefoto:

Vandring i Sør-kaperdalen. Foto: Hans Peder Pedersen.

Forord

Ånderdalen – navnet lyder av frostsnoen under deg i februar. Ånderdalen er selve Senja i ett syn – en del av Norge i nord med alt av norsk natur i seg. Her kan du møte det fagre og ville, høyfjell og lavland, evig hav og rolige skogslier i et todelt syn fra tindene i vest¹.

Besøksstrategi for Ånderdalen nasjonalpark er skrevet i en periode på to år. Prosessen har vært omfattende med involvering av Senja kommune, næringsliv og organisasjoner. Besøksstrategien er sendt til faglig godkjenning av Miljødirektoratet før den blir sendt ut på høring.

Ånderdalen nasjonalparkstyre er ansvarlig forvaltningsmyndighet. Nasjonalparkforvalter Ingve Birkeland har vært sekretær og har vært ansvarlig for prosessledelse for utarbeidelsen av besøksstrategien og kommunikasjonsplanen for Ånderdalen nasjonalpark.

Ånderdalen nasjonalparkstyre takker de mange som har bidratt i utvikling av besøksstrategien.

Besøksstrategi for Ånderdalen nasjonalpark er
vedtatt av Ånderdalen nasjonalparkstyre den **dato/mnd/år** og
endelig godkjent av Miljødirektoratet **dato/mnd/år**.

Line Miriam Haugan
leder, Ånderdalen nasjonalparkstyre

Bing Karlsen
nestleder

Leif Arild Pedersen
medlem

Katrine Boel Gregussen
medlem

¹ Ånderdalen i ditt hjerte. Hans Kr. Eriksen. Norges Nasjonalparker bind 6. 1973

Innhold

1	Innledning	6
1.1	Besøksstrategiens formål	8
1.2	Kort om rammeverket	8
1.2.1	Verneforskrift for Ånderdalen nasjonalpark	8
1.2.2	Forvaltningsplan for Ånderdalen nasjonalpark	9
1.2.3	Merkevarestrategi for Norges nasjonalparker.....	10
1.2.4	Kommunikasjonsplan for Ånderdalen nasjonalpark.....	12
2	Kunnskapsgrunnet	13
2.1	Oppsummering kunnskap	13
2.2	Sårbare naturverdier	13
2.2.1	Vegetasjon.....	13
2.2.2	Fauna	16
2.2.3	Landskap	17
2.2.4	Kulturminner - kulturhistorie	19
2.3	Brukerne	20
2.3.1	Utmarksnæring – landbruk og reindrift	20
2.3.2	Brukerne – de besøkende.....	21
2.3.3	Reiseliv og lokal verdiskaping	30
2.4	Annen relevant kunnskap	38
2.4.1	Innfallsportene rundt Ånderdalen nasjonalpark	38
2.4.2	Senja kommune som nasjonalparkkommune.....	39
2.4.3	Besøkssenter nasjonalpark - Sázzá Senja naturhus & museum	40
2.5	Sammenstilling av kunnskap, muligheter og utfordringer.....	41
3	Mål, strategier og tiltak	45
3.1	Hovedmål.....	45
3.2	Strategier og tiltak	45
3.2.1	Kanaliserer ferdsel til områder som kan tåle høyt ferdselstrykk.....	45
3.2.1.1	Tiltak	46
3.2.1	Utvikle en høy kvalitet på alle møtepunkter mellom besøkende og nasjonalparken. .	47
3.2.1.1	Tiltak	47

3.2.3 Øke informasjon og synligheten av Ånderdalen	48
3.2.3.1 Tiltak	48
4 Tiltaksplan	49
Litteraturliste.....	49

Vedlegg

Det er laget en lokalitetsbeskrivelse av innfallsporter, informasjonspunkt, startpunkter og andre tiltak. Dette er tatt ut av besøksstrategien og lagt ved som et eget dokument (vedlegg 1).

Tiltaksplanen er vedlagt i excel-format (vedlegg 2).

Kommunikasjonsplanen for Ånderdalen nasjonalpark er en del av besøksstrategien men er løftet ut som et eget dokument (vedlegg 3).

1 Innledning

«Natur har en viktig plass i den norske folkesjelen. Vi kjenner gleden av å bestige små og store fjell, oppleve stillhet og føle kraften fra det uberørte. Nasjonalparkene er det flotteste vi har av natur, og skal oppleves og bevares.» (Sitat hentet fra Merkevarestrategi for Norges nasjonalparker.)

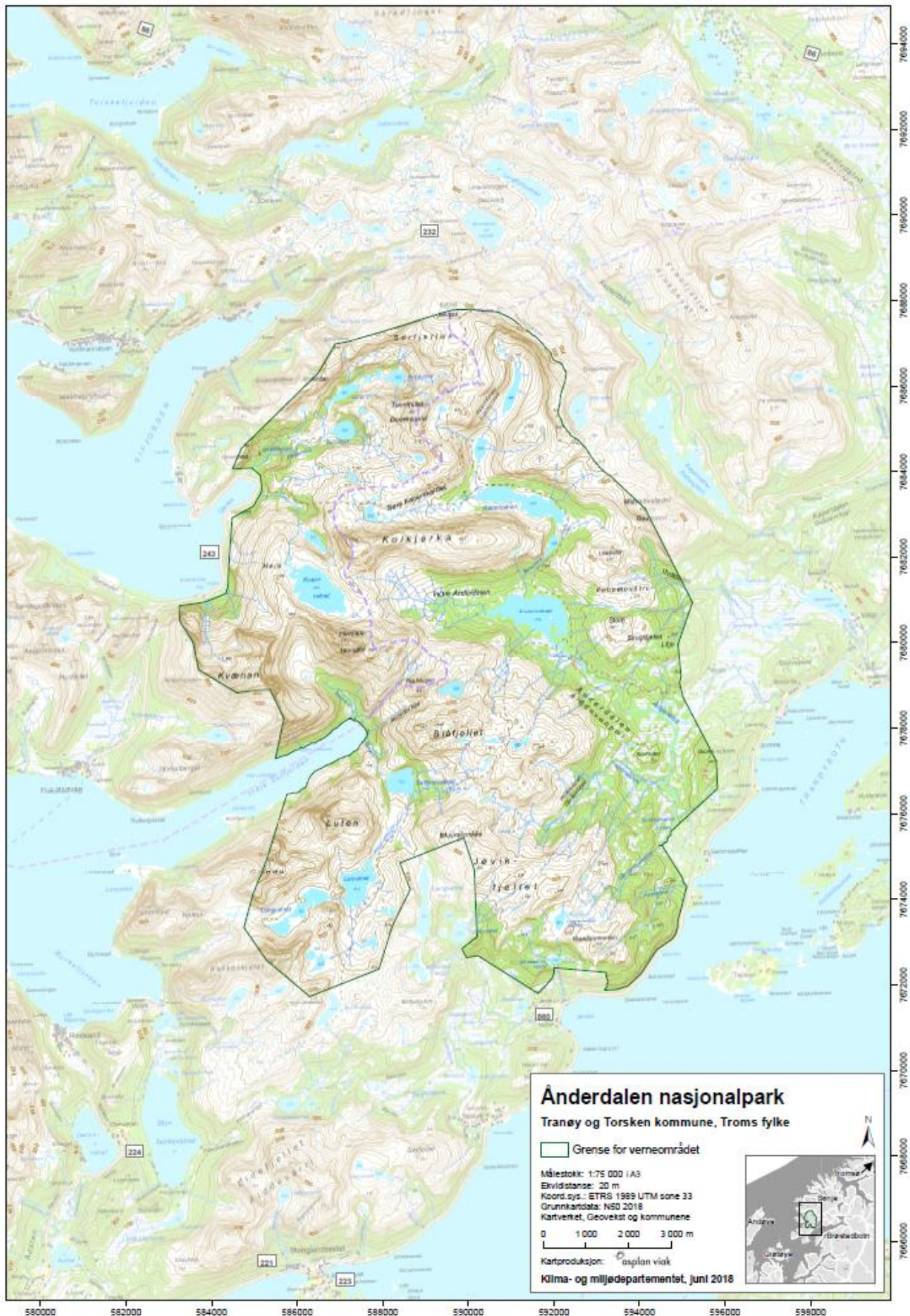
Det har i en årrekke vært fokus på at nasjonalparkene skal tilrettelegges for besøkende, samt bidra til verdiskaping. På oppdrag fra Regjeringen har Miljødirektoratet utarbeidet en merke- og kommunikasjonsstrategi for Norges nasjonalparker, besøkssenter, nasjonalparklandsbyer- og kommuner.

«Merkevarestrategi for Norges nasjonalparker» ble lansert 8. mai 2015. Strategien legger opp til at nasjonalparkforvaltningen - i tillegg til det rene forvalterfokus - i større grad skal se på seg selv som vertskap for besøkende. Vertskapsrollen og hvordan forvaltningen kan bidra til verdiskaping har ikke tidligere vært gjenstand for bevisst og systematisk planlegging. Med «Besøksstrategi for Ånderdalen nasjonalpark» ønsker vi å bidra til at besøkende får en god opplevelse når de går inn i parken, samtidig som vi tar vare på naturen.

Definisjonen på besøksforvaltning er å legge til rette for og styre bruken i en nasjonalpark slik at opplevelsen for de besøkende og den lokale verdiskapingen blir størst mulig, forståelsen for vernet økes og verneverdiene ivaretas.

Besøksstrategi er en plan for hvordan forvaltningsmyndigheten vil gjennomføre besøksforvaltning for verneområdet. Besøksstrategien er et vedlegg til forvaltningsplanen og vil bli rullert når forvaltningsplanen rulleres. Tiltaksplanen rulleres årlig, men tiltak skal være forankret i forvaltningsplanen og besøksstrategien.

For å unngå at dette strategidokumentet blir for omfattende er det på en rekke tema henvisninger til kunnskapsgrunnlaget ved bruk av fotnoter. Fotnotene er lenket mot digital versjon av det enkelte dokument, noe som forutsetter at dokumentet leses på digital medium med nettilgang.



Figur 1. Ånderdalen nasjonalpark ble opprettet i 1970 med senere utvidelser i 1974, 2004 og 2018.

1.1 Besøksstrategiens formål

Ånderdalen nasjonalparkstyrets hovedoppgave er å forvalte nasjonalparken for å ivareta verneverdiene på lang sikt. Det skal etableres en besøksforvaltning som legger til rette for og styrer bruken av nasjonalparken, slik at opplevelsene for de besøkende og den lokale verdiskapingen blir størst mulig, at forståelsen for vernet økes og verneverdiene ivaretas. Dersom det er motstridende målsettinger mellom ivaretagelse av verneverdiene, tilretteleggingen for de besøkende og lokal verdiskaping, skal ivaretagelsen av verneverdiene alltid tillegges størst vekt.

Formålet med en besøksstrategi er å gi Ånderdalen nasjonalparkstyre en bevisst, målrettet og forutsigbar plan for hvordan møte besøkende og hvordan nasjonalparken framstår i lokalsamfunnene.

- Besøksstrategien skal bidra til økt forståelse for vernet og at verneverdiene ivaretas.
- Besøksstrategien skal legge til rette for, og styre bruken i nasjonalparken, slik at opplevelsen for de besøkende og den lokale verdiskapingen blir størst mulig.

Besøksstrategien skal vise hvilke tiltak (informasjon, fysisk tilrettelegging, sonering, oppsyn, overvåking etc.) som er nødvendig for å oppnå dette.

Besøksstrategien bygger på forvaltningsplanen, og er bygd opp slik at den skal kunne stå på egne bein. Ved ferdigstillingen av forvaltningsplanen høsten 2021, vil besøksstrategien bli et likestilt vedlegg til forvaltningsplanen.

1.2 Kort om rammeverket

Verneforskriften, forvaltningsplanen og en rekke aktører legger rammer for de tiltak og strategier som forvaltningen kan gjennomføre. I dette kapitlet er det rammeverk som i størst grad påvirker en besøksstrategi, satt opp.

1.2.1 Verneforskrift for Ånderdalen nasjonalpark

Verneforskriftene gir rammene for forvaltningen av verneområdene. Formålsparagrafen for nasjonalparken er førende for besøksstrategien.

I verneformålet for nasjonalparken (§2) står det at nasjonalparken skal kunne brukes til naturopplevelser og utøvelse av tradisjonelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging.

Ånderdalen nasjonalparkstyre har lagt dette til grunn i arbeidet med å gjennomføre enkle tilretteleggingstiltak som bygging av broer, merking av stier og legging av klopper i fuktige områder. I randsonen til nasjonalparken er det etablert enkle tilretteleggings- og informasjonstiltak med parkering og informasjonstavler. Nasjonalparkstyret har også utarbeidet planer for utvikling av innfallsporter/startpunkt i randsonen av nasjonalparken, i tilknytning til Tranøybotn og Gjeska.

Dette er i nært samarbeid med Troms fylkeskommune, grunneiere, Senja kommune, og Midt-Troms friluftsråd.

Verneforskriften for nasjonalparken sier at formålet med vernet er å bevare et stort tilnærmet urørt naturområde med opprinnelig furuskog, bjørkeskog og et fjell- og fjordlandskap som er karakteristisk for ytre deler av Troms. Landskapet og naturmiljøet med dyre- og plantelivet bevares.

Verneforskriften for nasjonalparken (§2) sier at ivaretagelse av naturgrunnlaget innenfor nasjonalparken er viktig for samisk kultur og næringsutnyttelse. Området skal kunne brukes til reindrift. Sør-Senja Reinbeitedistrikt 16 har hele nasjonalparken innenfor sitt reinbeitedistrikt.

Verneforskriften for nasjonalparken (§2) sier at formålet er å bevare et naturområde med samiske og andre kulturminner.

Hensynet til sårbare arter, naturmiljø, kulturminner og reindriften gir føringer for hvilke deler av nasjonalparken man ikke skal tilrettelegge og markedsføre for besøkende.

Verneforskriften for nasjonalparken (§5) sier at organisert ferdsel som kan skade naturmiljøet må ha særskilt tillatelse av forvaltningsmyndigheten. I tillegg så skal sykling og organisert bruk av hest i nasjonalparken bare tillates på veier eller traseer som er godkjent for bruk i forvaltningsplanen.

Bestemmelsene i verneforskriften vil i praksis ikke legge noen vesentlige begrensinger på organiserte grupper besøk i nasjonalparken. Hensikten med søknadsplikten for besøkende organiserte grupper er hovedsakelig ment å gi forvaltningsmyndigheten muligheter til å komme i dialog med slike grupper, og terskelen for å gi tillatelse er lav.

Verneforskriften for Ånderdalen nasjonalpark kan du lese [her](#).

1.2.2 Forvaltningsplan for Ånderdalen nasjonalpark

Forvaltningsplanen er ikke ferdig, men det er laget et utkast og målet er at utkastet skal sendes til Miljødirektoratet til faglig gjennomgang i 2021. Forvaltningsplanen gir føringer for hvordan verneforskriftene skal tolkes og praktiseres. Forvaltningsplanen inneholder en rekke retningslinjer som gir føringer for arbeidet med besøksforvaltning. Forvaltningen skal skje etter en hovedregel om at brukerinteressene skal tilpasses verneverdiene. Det er et mål å bevare det urørte preget på landskapet i nasjonalparken, og sikre nasjonalparken mot små og store tekniske inngrep.

Det er et hovedmål å bevare mangfoldet av plante- og dyrearter i nasjonalparken. Det er videre et mål at Ånderdalen skal være et godt område for reindrift, og en skal sikre overlevelsen til de rødlisteartene som lever der.

- Utøving av tradisjonelt friluftsliv er et delmål i nasjonalparken, og nasjonalparken skal være til glede for et enkelt naturvennlig friluftsliv som bygger på norske tradisjoner, med lite teknisk tilrettelegging.

- Kanalisering av ferdsel etter stier og løyper er viktig for å gjøre det mulig med flerbruk, samtidig som man ivaretar verneverdiene og skjærer sårbare områder.

Tilrettelegging for friluftsliv er sentralt tema i forvaltningsplanen. Der slås det fast at eksisterende stier kan vedlikeholdes uten særskilt tillatelse og at vedlikehold av bruer og klopper er tillatt. Nasjonalparkstyret kan også gjøre endringer i stier dersom det er behov for det mhp. slitasje eller for ivaretagelse av verneverdier.

1.2.3 Merkevarestrategi for Norges nasjonalparker

Merkevarestrategien er grunnlaget for visuell identitet, kommunikasjon og aktiviteter i alle Norges nasjonalparker. Den skal sørge for at alt man gjør understøtter en overordnet idé om hva man er, hvem man er til for og hvordan man vedlikeholder og utvikler en enkel og samlende identitet. Merkevarestrategien omfatter merkevaren for Norges nasjonalparker, besøkssentre, nasjonalparklandsbyer- og kommuner. I merkevarestrategien står det at:

Merket for Norges nasjonalparker er en invitasjon til besøk, og aktørene under merket er vertskap for naturopplevelser. Besøkende skal lære hvordan vi tar vare på naturen, og få muligheten til å ta del i vernet av det ypperste vi har av natur. Aktørene under merket skal hjelpe besøkende videre fra nett til en nasjonalparklandsby der man kan overnatte, til et besøkssenter der man kan lære mer, og til et utkikkspunkt eller startpunkt i nasjonalparken. Det handler om omsorg for både natur og besøkende.

Målsetningen med det nye merket er å få flere besøkende, bedre vern, og større verdiskaping. Prinsippet er at verneområdene som tåler besøk kan ta ut full effekt av merket gjennom maksimal eksponering, mens mer sårbare verneområder tar ut mindre effekt gjennom mer forsiktig eksponering. Effekten styres gjennom graden av eksponering på nettsider, skilting, infrastruktur, etablering av utkikkspunkt (eller ikke), markedsføring og redaksjonell omtale.

Merkevarestrategien blir viktig for alle møtepunkter mellom besøkende og Ånderdalen nasjonalpark, hvem nasjonalparkstyret henvender seg til og de forvaltningsgrep nasjonalparkstyret foretar. Det nye merket skal først og fremst henvende seg til dem som i liten grad bruker og besøker vernede områder, besøkssenter og nasjonalparkkommune.

Det er denne hovedmålgruppen som betegnes som besøkende, og gruppen omtaler:

- turister fra inn- og utland
- lokale barnehager og skoler
- tilfeldig forbipasserende
- den delene av befolkningen som ikke besøker verneområdene på eget initiativ

«Aktørene» som ligger under merket er nasjonalparker, besøkssentre (naturinformasjonssentre), utkikkspunkt/startpunkt/informasjonspunkt, nasjonalparklandsbyer, nasjonalparkkommuner, landskapsvernområder, naturreservater, biotopvernområder, marine verneområder, nasjonalpark- og verneområdestyrer.

De besøkende skal møte merket gjennom informasjon og tilrettelegging.

Innfallspørt

Tradisjonelt har begrepet innfallspørt vært brukt om det stedet hvor den besøkende setter fra seg bilen og legger ut på tur. Med ønske om en mer presis, fleksibel og helhetlig besøksforvaltning, har Miljødirektoratet sett behovet for at begrepet innfallspørt får et bredere innhold enn tilrettelegging som forutsetter stitilknytning og vandring inn i verneområdet. Møtet med et verneområde kan også bestå av andre opplevelser. Informasjon, utsikt eller aktiviteter i randsonen kan i mange tilfeller utgjøre en fullverdig innfallspørt og være et godt tilbud til den besøkende.

Veilederen om innfallspørter som Miljødirektoratet har utarbeidet inneholder prinsipper som skal legges til grunn ved planlegging av innfallspørter, startpunkt og informasjonspunkt.

Veileder for innfallspørter kan leses [her](#)

En innfallspørt er summen av utendørs tilrettelegging som møter og kanaliserer besøkende fram til en opplevelse av hele eller deler av verneområdet. En innfallspørt kan inneholde ett eller flere tilretteleggingstiltak i regi av forvaltningsmyndigheten. Tiltakene kan, avhengig av funksjon og innhold, deles inn i tre kategorier/nivåer av anlegg: *utkikkspunkt*, *startpunkt* og *informasjonspunkt*.

1) Utkikkspunkt, som skal tjene følgende formål:

- et tydelig utkikkspunkt å sende besøkende til
- et sted å søke informasjon om nasjonalparken
- en universelt utformet gangsti for besøkende med bevegelsesutfordringer
- et sted å oppleve nasjonalparken fra
- et utvalgt område som tåler økt besøk
- et kommunikasjonspunkt for å formidle verneverdiene og for å formidle hvordan besøkende kan ta del i vernet

Utkikkspunktene i nasjonalparkene skal ha tydelige og gjenkjennelige særtrekk fra merkevaren. Det kan være i utforming av infrastruktur som parkering,toaletter, skilt/pyloner, universelt utformede gangstier, kunstnerisk utformede artefakter og/eller landskapsutforming. For at et utkikkspunkt skal oppfylle kvalitetskravene til merket må det være adkomstmulighet og parkering for bil og buss, synlighet fra hovedferdselsåre, tilgang til toaletter med daglig renhold og gode sanitære forhold. Utkikkspunktet bør dessuten ha selvstendige kvaliteter som gjør det til et reisemål i seg selv.

2) Informasjonspunkt

Informasjonspunktet har som formål å formidle helhetlig utendørs informasjon om nasjonalparken til besøkende. Informasjonspunkt etableres på steder hvor det er naturlig å stanse. Informasjonstavler alene er sjelden en god nok grunn. Samlokalisering med rasteplassanlegg, ved en veibom, fin utsikt, parkeringsplass eller andre serviceanlegg rettet mot veifarende bør ha prioritet.

3) Startpunkt

Samme nivå som informasjonspunkt, men dette må være et sted hvor man også kan starte en tur.

Kommersiell bruke av merkevaren Norges nasjonalparker

Det er lagt til rette for at virksomheter med geografisk tilhørighet til en nasjonalpark kan søke om tillatelse til å benytte et spesiallaget merke for denne merkevaren sammen med logo for egen virksomhet i markedsføringen av et produkt, tjeneste eller aktivitet. Det er laget egne merker for formålet (kommersielt merke) og det er nasjonalparkstyret for den aktuelle nasjonalparken som behandler søknaden og gir tillatelser. Nasjonalparkstyret skal ha godkjent besøksstrategi for området før man kan tildele kommersielt merke.

Kommersiell bruk av merket vil både kunne bidra til økt verdiskaping for eksterne aktører som får tillatelse til å bruke merket i markedsføringen av sine produkter og tjenester, og ikke minst til at kjennskapen til merket og kvalitetene i merket øker. Miljødirektoratet har utarbeidet tildelingskriterier for kommersiell bruk av merket. Du finner informasjon i Designmanualen for Norges nasjonalparker [her](#).

1.2.4 Kommunikasjonsplan for Ånderdalen nasjonalpark

Kommunikasjonsplanen for Ånderdalen nasjonalpark er et viktig verktøy for å nå målsettingene i Besøksstrategien for Ånderdalen nasjonalpark. Kommunikasjonsplanen er en del av besøksstrategien, men er løftet ut som et eget dokument. Kommunikasjonsplanen definerer hvem vi skal kommunisere med, hvordan denne kommunikasjonen skal foregå og hvilke kanaler og virkemidler som skal benyttes.

Ånderdalen nasjonalparkstyre skal ønske «velkommen inn» på en inkluderende og forståelig måte, samtidig som vi bidrar til en økt forståelse for vernet.



Figur 2. Skoleklasse på besøk i besøkssenteret Sázzá Senja naturhus & museum.

2 Kunnskapsgrunnlaget

2.1 Oppsummering kunnskap

I en situasjonsanalyse er kunnskapsgrunnlaget som er relevant for besøksstrategien oppsummert. I forbindelse med arbeidet med å få utarbeidet forvaltningsplan og besøksstrategi har nasjonalparkstyret fått gjennomført flere ulike kartlegginger innenfor ulike fagfelt. I kapittel 2.2 til 2.4 er det en oppsummering av de ulike fagrapportene.

I dette kunnskapsgrunnlaget er det også diskutert og foreslått tiltak i områder som ligger utenfor nasjonalparkstyrets myndighetsområde og som styret derfor i utgangspunktet ikke kan gjøre noe med alene. Hvis nasjonalparkstyret ønsker å gjøre tiltak utenfor verneområdegrensen, må dette skje i nært samarbeid med andre. Det presiseres at det er Senja kommune som i utgangspunktet bør være ansvarlig for tiltak som skjer utenfor vernegrensene.

2.2 Sårbare naturverdier

Besøksstrategien for Ånderdalen nasjonalpark skal bygge på et godt faglig grunnlag. Til grunn for strategien ligger flere forskningsrapporter og kartlegginger. Sammen med erfaringsbasert kunnskap utgjør dette grunnlaget for de mål, strategier og tiltak som ligger i besøksstrategien.

2.2.1 Vegetasjon

Deler av det merke stinettet i Ånderdalen nasjonalpark ligger i områder med slitesvak vegetasjon. Dette er i stor grad områder med grunnlendt vegetasjon i skog og på fjellet, mens andre stier går gjennom bløte myrområder. Langs hovedstinettet i nasjonalparken har enkelte strekninger stor slitasje på vegetasjon i form av tråkkskader og enkelte steder erosjon. På noen steder har «spredt» ferdsel ført til at det er dannet flere stier «vifter» i ett og samme område. I tabell 1. er det gitt en oversikt over områder i randsonen og i nasjonalparken hvor det er registrert erosjon og slitasje langs stinettet. Dette er registrert av Fjelltjenesten og nasjonalparkforvalter.

En annen utfordring er at stier har blitt merket med skilt/maling og varder i områder hvor dette ikke er forespurt nasjonalparkstyret. Dette fører til en uoversiktlig merking som er skjemmende og i noen tilfeller leder ferdsel til sårbare områder. For den besøkende er det viktig at merkinga framstår enhetlig og riktig i forhold til det som er beskrevet i forvaltningsplanen.

Det er et mål at de godkjente stiene i forvaltningsplanen skal framstå som godt vedlikeholdt og tilrettelagt, både i form av tilstrekkelig og god merking, klopplegging og bruer der dette er nødvendig. Dette arbeidet gjøres i samarbeid med DNT og Statskog/Fjelltjenesten. Når det foreligger en godkjent forvaltningsplan vil merking som ikke er i tråd med forvaltningsplanen blir fjernet.

Kystfuruslogen med de gamle «sølvfuruene» og lægerne er en viktig del i nasjonalparken og en del av verneformålet. Det er derfor viktig å ivareta disse naturverdiene på god måte og legge til rette for ferdsel som ikke forringer disse verdiene. Nasjonalparkstyret og Statskog har derfor lagt til rette bålplasser med vedskjul med ved enkelte steder i nasjonalparken. Dette anser nasjonalparkstyret som et viktig skjøtselstiltak for å forhindre at man får «villhogst» og skade på den naturlige skogen. I verneforskriften står det at det ikke er lov å bryte på tørrfuru, men at man kan bruke bjørk til brensel. Formidling og informasjon til brukerne på sosiale media, naturinformasjonssenter og ved innfallsporene er viktig for å forebygge uønsket bruk av gammelskogen i nasjonalparken.



Figur 3. Gammel læger som har blitt ødelagt med sag og brukt som brensel i nasjonalparken.

Tabell 1. Oversikt over områder med erosjon og slitasje langs stinettet i nasjonalparken. Tilstanden på stien er angitt.

Område	Omfang	Tilstand	Status
Hyttekroa-Første Velta	Flere partier med rabbevegetasjon/gunnlendt mark hvor det er etablert vifter og dype groper	Middels tilstand. Gjennomførte tiltak med etablering av universelt utformet sti, barklegging og klopper	Krever overvåking og årlig vedlikehold. Omlegging av sti bør vurderes.
Første Velta-Åndervatnet	Enkelte partier med middel og dårlig tilstand. Flere partier som går i grunnlendt mark og myrlendt områder hvor det etableres vifter og erosjonsgrøfter	Dårlig tilstand. Det er gjennomført klopplegging i enkelte fuktige partier. Men det er noen lengre stisegmenter hvor det er veldig fuktig og hvor det er erosjonskader. Stien bør vurderes lagt om sammen med bruk av klopper.	Krever overvåking og årlig vedlikehold. Omlegging av sti bør vurderes.
Andre Velta-Floan (fiskesti)	Sti langs elva som går i skrålendt terreng med enkelte fuktige partier	God tilstand. Enkelt partier med slitasje men moderat bruk gjør at det ikke er noe problem foreløpig	Krever overvåking og årlig vedlikehold
Gjeska-Sørkaperskaret	Fra stistart og opp den bratte lia er det grunnlent vegetasjon med mose, lav og lyng. Det er stor slitasje og det er dannet flere stier i området.	Dårlig tilstand. Krever tiltak for å unngå ytterligere erosjonskader.	Krever overvåking og årlig vedlikehold
Gjeska- Heia	Fra stistart og opp den bratte lia er det grunnlent vegetasjon med mose, lav og lyng. Det er stor slitasje og det er dannet flere stier i området.	Dårlig tilstand. Stien bør legges om og første del av stien kan eventuelt legges sammen med stien opp mot Sørkaperskaret.	Krever overvåking og årlig vedlikehold
Gjeska-Gjeskefossen	Det er ingen merket sti opp fra Gjeska til Gjeskefossen men det har blitt etablert en sti gjennom bjørkeskogen og myrpartiene. Stien er lite brukt men det er økende bruk av stien bla av enkelte reisleivsbedrifter.	God tilstand. Stien går over vegetasjon som har liten resilens og den bør derfor vurderes omlagt	Stien bør legges inn i planene for å utvikle området som et statlig sikret fruluftslivsområde. Den bør legges om og i fuktige partier bør det vurderes tiltak som klopplegging.
Ytre Kvænbukte-Kvænan	I de bratte partiene under tregrensa og et par hundre meter over tregrensa går stien i fuktige partier og grunnlent rabbevegetasjon. Stien har utvidet seg betydelig de siste 2-3 årene	Middels tilstand. Økt bruk spesielt i vårløsningen fører til økt slitasje og vannerosjon i stien	Krever overvåking og årlig vedlikehold
Stor Bunkevatnet-Finnskaret	Fra Stor-Bunkevannet går dagens sti over flere myrområder hvor det er dannet vifter og vegetasjonskader.	Middels tilstand. Dype spor i enkelte myrpartier	Stien bør legges om og de fuktigste partiene bør klopplegges. Stien bør merkes bedre slik at brukerne går på en sti i området.
Gammelseter-Holmedalen	Stien går langs Ånderelva i skrålendt terreng og med fuktige sig ned mot elva. Enkelte stipartier med vegetasjonskade og erosjonskader.	Middels tilstand. Dype spor i enkelte myrpartier	Da stien brukes hovedsakelig ifbm. Fiske bør man gjennomføre skjøtsel på stien men klopplegging og vurdere omlegging i enkelte partier. Før det er gjennomført tiltak på stien bør ikke dette området markedsføres slik at man ikke får økt ferdsel langs stien.



Figur 4. Dronebilde fra stien opp fra Gjeska ved Tverrelva. Grunnlendt mark hvor det er i ferd med å dannes vifter.

Rapport fra kartleggingen av biologisk mangfold som ble gjennomført i 2009 kan du lese [her](#). Rapport fra basiskartlegging (NIN-kartlegging) gjennomført av Ecofact Nord AS i 2017 kan du lese [her](#).

2.2.2 Fauna

Det ble gjennomført en viltkartlegging av Ecofact Nord AS i 2009 hvor viktige viltområder ble kartlagt. Viktige funksjonsområder for fugl som hekkeområder, spill/leikområder og beiteområder ble kartlagt. I tillegg så har Fjelltjenesten og nasjonalparkforvalter opparbeidet seg kunnskap om fuglelivet i nasjonalparken gjennom sitt arbeid i nasjonalparken. Ånderdalen er viktig leveområde for en rekke dagrovfugler, ugler, våtmarksfugl, spetter, hønsefugl og spurvefugl. Den naturlige variasjonen i nasjonalparken fra høyfjell, våtmarker, kystfuruskog og flommarkskoger er biotoper for en stor variasjon i fuglefaunaen. Det er en lokal bestand av elg i nasjonalparken og om vinteren er de østre delene av nasjonalparken også overvintringsområde

for en stor andel av elgbestanden på Senja. Det er ingen store rovdyr i nasjonalparken, men man kan treffe på både rødrev og kongeørn.

I besøksstrategien blir det viktig for nasjonalparkstyret å ha oversikt over faunen og bruke kunnskapen når man skal vurdere effekten av ferdsel langs etablerte stier, planlagte aktiviteter eller ved planlegging av nye tiltak .

Viltkartleggingen som ble gjennomført i 2009 kan du lese [her](#).

2.2.3 Landskap

Verneforskriften for nasjonalparken sier at formålet med vernet er å bevare et stort tilnærmet urørt naturområde med opprinnelig furuskog, bjørkeskog og et fjell- og fjordlandskap som er karakteristisk for ytre deler av Troms. Landskapet og naturmiljøet med dyre- og plantelivet bevares.

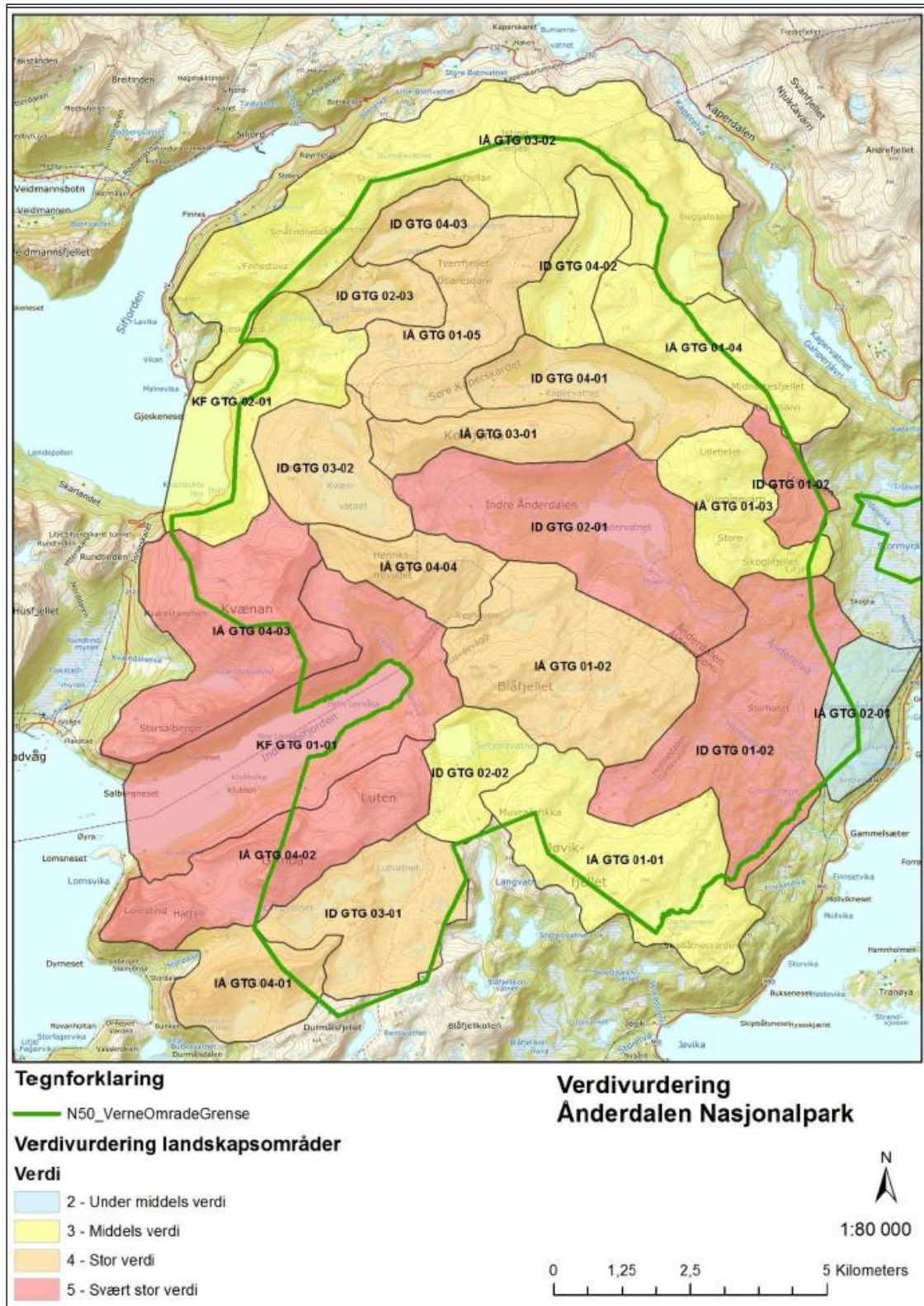
I 2016 og 2017 gjennomførte Norconsult på oppdrag fra nasjonalparkstyret en landskapskartlegging og kartlegging av geologiske forekomster i Ånderdalen nasjonalpark². I rapporten er det gitt en sammenstilling av landskapskartleggingen etter NiN 2.0 (Naturtyper i Norge). Det ble gitt en samlet evaluering av landskapsverdier for de enkelte landskapsområdene hvor blant annet Ånderdalen, Holmedalen, Trolldalen og Selfjorden med omkringliggende fjellområder ble verdivurdert som landskapsområder med svært stor verdi. Resultatene fra verdivurderingen gjenspeiler områdets kvaliteter og allerede status som nasjonalpark (Figur 5).

I tillegg ble det gjennomført en identifisering, kartfesting og beskrivelse av geologisk mangfold for de landskapsområder hvor egenskapene ble observert. Geologisk mangfold utgjør en kilde til variasjon i biologisk mangfold og er grunnlaget for utvikling av natur- og kulturlandskap. Det handler også om vår geologiske arv, om steder som i kraft av å vise geologiske fenomener, prosesser eller ressurser, formidler geologi som vitenskap og opplevelsesressurs. <https://www.ngu.no/emne/geologisk-mangfold>

I rapporten gis det forslag til bevaringsmål sortert under de enkelte landskapsområder. Oppsummert gir resultatet en oversikt av landskapsvariasjon, sammenhenger og verdi (Figur 5). Kartleggingen gir også oversikt av sammenhenger i nasjonalparkens randsoner og yttergrenser og hvordan verdier her kan bidra til å styrke verneformålet. En av anbefalingene er at forvaltningen ikke anlegger nye stier i enkelte områder med stor grad av urørthet og villmarkspreget.

Rapporten fra landskapskartleggingen kan du lese [her](#)

² Landskapskartlegging Ånderdalen nasjonalpark,2017, Norconsult AS, Lars A. Uttakleiv.



Figur 5. Samlet evaluering av landskapsverdier for de enkelte landskapsområdene. Resultatet gjenspeiler områdets kvaliteter og allerede status som nasjonalpark.

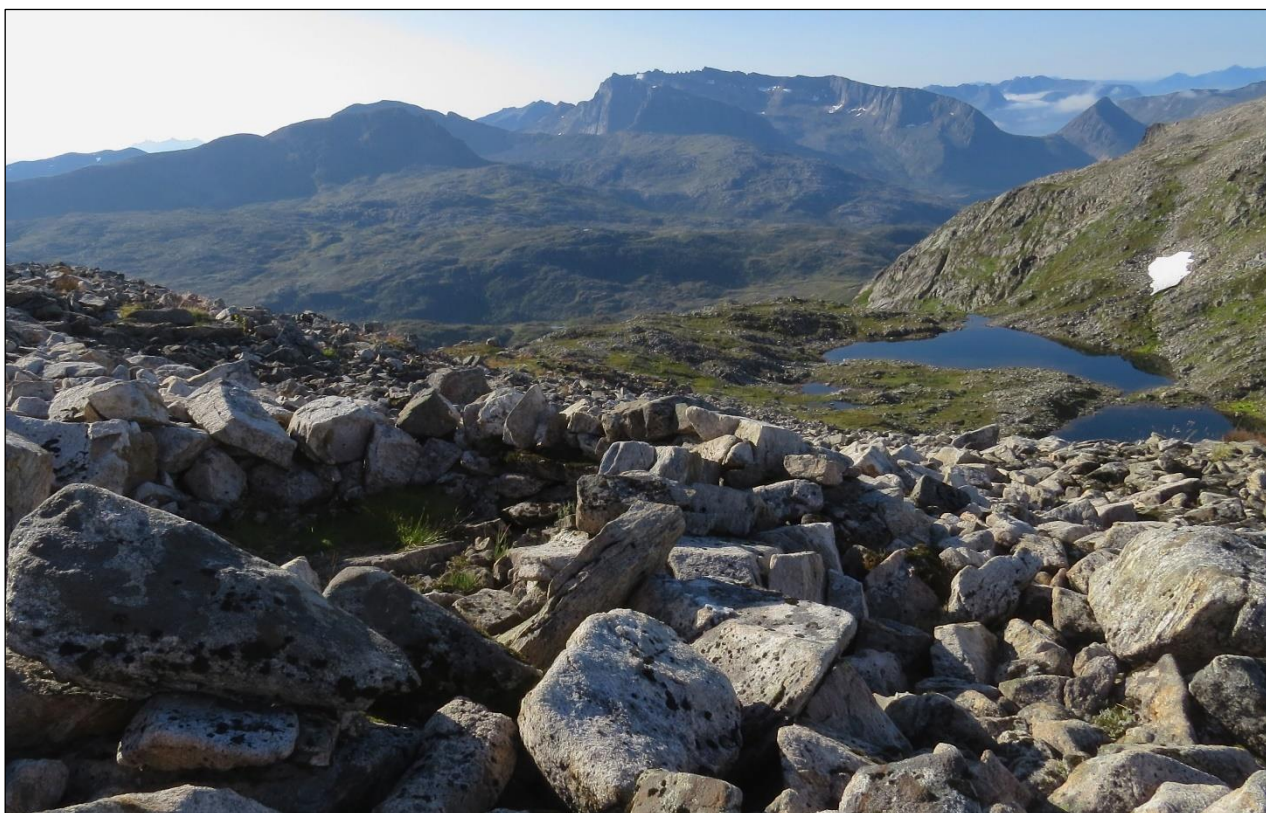
2.2.4 Kulturminner - kulturhistorie

Sametinget og Troms fylkeskommune gjennomførte i 2010 en kartlegging av kulturminner innenfor Ånderdalen nasjonalpark. Fylkesmannen i Troms som da var forvaltningsmyndighet hadde gitt prioriteringer på hvilke områder som skulle kartlegges. Dette var områder i tilknytning til naturlige startpunkt, stinett og rasteplasser.

Resultatene fra kartleggingene var relativt begrenset med få funn. Dette forklares bla med dårlig vær og noe begrenset med personellressurser under selve kartleggingene. Det ble registrert et fangstanlegg bestående av to samlinger bogastiller/skyteskjul, tre mulige ildsteder etter eldre reindriftnomadisme, to mulige samiske offersteder/kjøttgjemme ved foten av Kolkjerka og Rundhågen i Gjeska, to hellere i Gjeskedalen og to lokale nødhavner i Selfjorden. Fangstanlegget på Sørfjellan-Stortind er av en type som trolig har vært i bruk under store deler av forhistorien. Ildstedene i Selfjordbotn og Selfjordvatnet kan ha forbindelse til samisk reindriftnomadisme fra svensk side før 1920. Sametinget anser Storholtet som et samisk sagnsted.

Troms fylkeskommunes rapport fra kartleggingen i 2010 kan du lese [her](#).

Sametingets rapport fra kartleggingen i 2010 kan du lese [her](#).



Figur 6. Bogastiller ved Stortinden (Sørfjellan) i den vestre delen av nasjonalparken. Foto: Ingve Birkeland

2.3 Brukerne

2.3.1 Utmarksnæring – landbruk og reindrift

Senja består av to reinbeitedistrikt, Nord -og Sør-Senja. Sør-Senja reinbeitedistrikt dekker ca. 750 km², og Ånderdalen nasjonalpark ligger i sin helhet i Sør-Senja reinbeitedistrikt. Sør-Senja reinbeitedistrikt er et helårlig beitedistrikt og distriktet har 600 vårrein som øvre antall tillatte dyr fordelt på to siidaandeler pr. 2021.

I de hardeste vintermånedene (januar-april) kan beitet være låst grunnet ulike væertyper. Da tilleggsføres reinen med pellets og reinlav for å hindre at dyrene taper vekt, samt at dette minsker kalvetap før kalvingen om våren. Vintermånedene er en sårbar periode for reinen og det er viktig å skjerme reinen og unngå forstyrrelse som kan drive reinen vekk fra foringsplassene. Ferdsele i disse områdene bør begrenses til et minimum.

Hele distriktet brukes til reinbeite, beitetrykket er spredt over hele distriktet og det er ikke registrert områder med beiteskader i nasjonalparken. Årlig tas det ut slaktedyr som har svært god slaktevekt sammenlignet med nasjonale forhold.

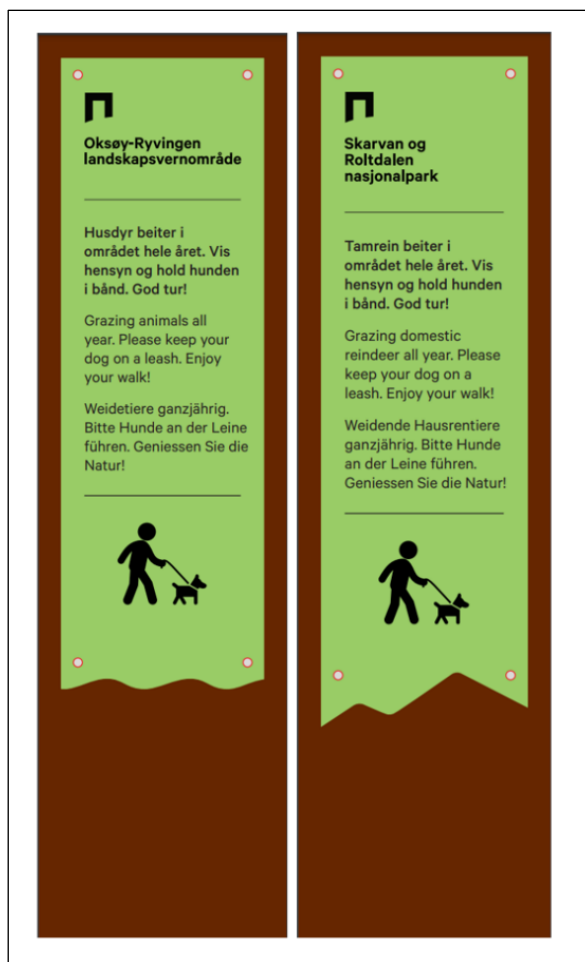
Ånderdalen nasjonalpark ligger midt i hjertet til reinbeitedistriktet og er hovedområde for kalvingslandet til Sør-Senja reinbeitedistrikt. Hovedperioden for kalving er medio april til St. Hans. I Ånderdalen er det naturlig trekk og drivelei for dyrene når de skal på vår-sommerbeite. Da trekker de nord-vest retning til indre deler av Ånderdalen, Kaperdalen og omegn. Når reinen trekker mot høst og vinterbeite trekker de sør-øst retning til områdene langs Tranøyfjorden. Vår og sommerstid er det spredte flokker både i nasjonalparken og i randsonen. Det betyr i praksis at dyrene bruker nasjonalparken året gjennom i ulik grad. De senere år har distriktet i tillegg måtte tilleggsføre småflokker med dyr ved Gammelseter og Holmedalen. Dette på grunn av låste beiter og ulike temperaturforhold vinteren igjennom.

Brunsttiden starter i september og avsluttes i midten av november. Da er oksene i trekk mot vinterbeite og har med seg små flokker med simler. De er i området Gjeska og Ånderdalen/Blåfjell når dette pågår. Enkelte av oksene kan vise aggressiv adferd og man bør derfor ikke oppsøke flokker med rein i denne perioden.

Med tanke på ferdsel i nasjonalparken er det viktig å vise omsyn til dyrene som bruker området. Området er uberørt av veinett og andre forstyrrelser, noe som igjen gjør at dyrene ikke stresser i dette området. Spesielt under kalving og brunst oppfordres folk til å vise hensyn med sin ferdsel, for å unngå unødige forstyrrelser i denne sårbare perioden for reinen.

Det er veldig begrenset beitebruk av sau i nasjonalparken. Det er en sauebruker på Flakstadvåg som frakter en del sau over til Lomsnes i Selfjorden. Disse bruker hovedsakelig områdene utenfor nasjonalpark til beite, men av og til vandrer de inn i nasjonalparken og kan bruke områdene inne i Selfjordbotn og østover mot Gjøvika og Vassvika. Det er flere sauebruker på Vesterfjell. Det hender at noen av sauene fra disse brukene vandrer inn i nasjonalparken. Generelt kan man si at beitebruken av sau er svært begrenset pr 2021.

Det er viktig at brukerne av nasjonalparken får informasjon om beitende rein og husdyr slik at de tar hensyn til dette. Nasjonalparkstyret vil derfor prioritere å få satt opp opplysningskilt om dette ved innfallsportene (Figur 7).



Figur 7. To eksempler på opplysningskilt om beitende rein og husdyr. Fra designmanualen Norges nasjonalparker.

2.3.2 Brukerne – de besøkende

I samarbeid med Norsk Institutt for Naturforskning (NINA) og fire mastergradsstudenter fra Norges Miljø- og Biovitenskapelige Universitet (NIMBU), ble det sommeren 2016 gjennomført en omfattende besøkskartlegging langs 11 turstier på Senja. Kartleggingen i Ånderdalen nasjonalpark³ ble gjennomført ved bruk av selvregistreringskort i svarkasser utplassert ved to innfallspor, to ferdselstellere på utvalgte stier og en oppfølgende web-basert spørreundersøkelse, ble bruken i området kartlagt. Det ble samlet inn gyldige svar fra 525 brukere i kassene og svar fra 51 respondenter i etterundersøkelsen. Representativiteten mellom undersøkelsene var god, men få svar i etterundersøkelsen ga noe usikkerhet i noen av svarfordelingene. De to lokalitetene som ble

³ Selvaag, S. K., Gundersen, V., Danielsen, G. & L. C. Wold. 2017 Brukerundersøkelse Ånderdalen nasjonalpark sommeren 2016. - NINA Rapport 1371. 77 s.

undersøkt ble valgt fordi de har ulik karakter og kan tenkes å dekke opp forskjellig bruk og brukere. Hovedinnfallsporten til nasjonalparken ligger på østsiden i Tranøybotn ved Hyttekroa og har tilrettelagt parkeringsplass. Den andre innfallsporten som ble undersøkt befinner seg ved Gjeska på vestsiden av nasjonalparken. Her er det færre forbindelser til omlandet og få overnattings- og parkeringsmuligheter.

I avsnittene under har vi løftet frem de resultatene fra kartleggingen som nasjonalparkstyret mener har størst relevans for arbeidet med besøksstrategien og besøksforvaltningen av nasjonalparken. Du kan lese hele rapporten fra besøksundersøkelsen [her](#).

Kjønn alder, utdanningsnivå

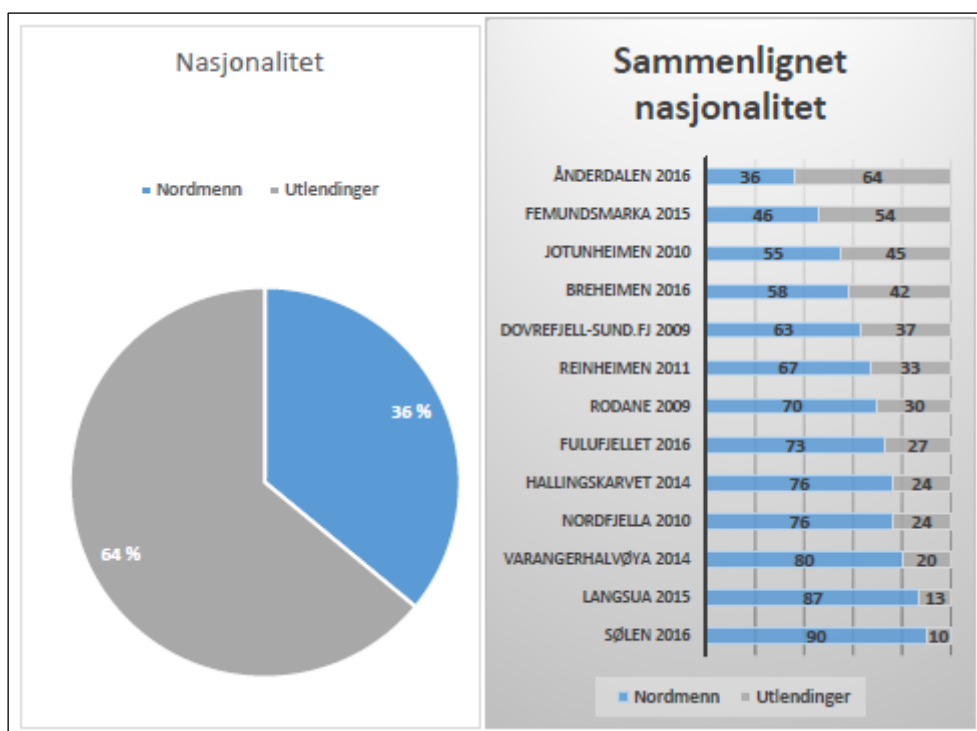
Totalt ble det brukt svar fra 491 respondenter. 52 % var kvinner og 48 % var menn (n=484). Alder spente fra 15 til 80 år (respondenter under 15 år ble ikke inkludert i analysen, totalt var dette 12 respondenter) og gjennomsnittsalder var 46 år (n=473). 20 % av respondentene hadde utdanning på lavere nivå, mens 80 % hadde utdanning på høyskole/universitetsnivå. At mange besøkende har høy utdanning, samsvarer med det man finner i andre nasjonalparker i Norge

Bosted

Et flertall av respondentene var utenlandske og kun 36 % var bosatt i Norge. Blant de utenlandske brukerne utgjorde tyskere (20 %), nederlendere (9 %) og franskmenn (7 %) de største andelene (n=308). Totalt var 23 nasjonaliteter representert (men foruten Tyskland, Nederland og Frankrike var det få respondenter fra hver av de øvrige nasjonene). 32 % av nordmennene ble klassifisert som lokale brukere, dvs. bosatt i kommunene i Senja regionen (n=174). De lokale utgjør 12 % av totalt antall respondenter i undersøkelsen (n=479).

Dersom en sammenligner nasjonalitetsfordelingen med andre nasjonalparker ser en at andelen nordmenn på 36 % er veldig lavt. Ånderdalen kommer faktisk helt på topp av andel utenlandske blant de nasjonalparkene/verneområdene der det er sammenlignbare data.

Fra etterundersøkelsen oppga nesten en fjerdedel at de hadde tilknytning til området, i form av å eie bolig/hytte i nærområdet. Det var en spredning i type bosted, men flest (34 %) bodde i en mellomstor by og færrest (12 %) bodde i spredtbygde strøk. Det er stor andel «urbane» langveisfarende besøkende til Ånderdalen.



Figur 6. Brukerne i Ånderdalen fordelt på nasjonalitet, oppgitt i prosent (n=479) til venstre. Nasjonalitetsfordeling sammenlignet med andre områder til høyre.

Friluftsliverfaring friluftslivinteresse

Cirka 8 % av brukerne hadde ingen tidligere erfaring med flerdagers fot- eller skitur, hvilket betyr at de fleste er til dels erfarne friluftslivsutøvere. Over 50 % hadde vært på flerdagers tur mer enn 10 ganger. I alt 53 % (n=27) hadde besøkt andre nasjonalparker tidligere (enten i Norge eller i utlandet). Interessen for enkelt turfriluftsliv stor blant brukerne. 98% oppga at de var interessert eller svært interessert. Interessen for høstingsfriluftsliv er også stor, selv om den er et stykke unna oppslutningen om turfriluftsliv. I alt 56 % oppgir at de er interessert eller svært interessert. Dette samsvarer også godt med at andelene som gjennom året hadde deltatt i aktivitetene jakt, fiske og bær/sopplukking var ganske høye.

Motoriserte utendørsaktiviteter virker å være den minst interessante friluftslivsformen. Her oppga 74 % at de ikke var interessert i motoriserte aktiviteter i det hele tatt.

Moderne friluftsliv er også mindre interessant, men over 30 % oppga at de var interessert eller svært interessert i slike aktiviteter. Brukerne i Ånderdalen i stor grad har interesse for de mer tradisjonelle friluftslivsaktivitetene som enkel fottur og høsting av naturressurser. Det som er ganske likt det en har funnet i flere andre nasjonalparker og verneområder, selv om det er enkelte variasjoner.

Turfølget

De færreste besøkte Ånderdalen alene, 90 % var i følge med andre og det var flest som var to personer i turfølget (65 %). Tre og fire personer i følget hadde en tilnærmet lik fordeling på 8 % hver. Det var en lav andel som var flere enn dette, men tre respondenter svarte at turfølget deres bestod av 24-40 personer. Holdes disse tre store gruppene utenfor bestod i gjennomsnitt respon-

dentenes turfølge av 2-3 personer (inkludert dem selv). Relativt få hadde med barn i følget (13 %) og det var vanligst å ha med seg to barn (61%). Sammenlignet med andre nasjonalparker er andel barn i turfølget lavt i Ånderdalen (Gundersen m.fl. 2017). I alt 9 % av de som hadde med seg barn hadde kun med seg ett barn og størst antall barn respondentene hadde med seg på turen var ni stykker. Barna var fra 0 til 15 år med høyest antall av barn som var i aldersgruppen 5-8 år. Andelen som var på organisert tur var særdeles liten (2,3 %). Dette var i alt 11 personer og flest av disse svarte at de var på guidede turer. Privatbil var den vanligste måten å komme seg til Ånderdalen på. 75 % oppga at de hadde kjørt bil, de øvrige hadde kommet med bobil (11 %), offentlig transport (8 %) eller annet (8 %) hvor respondentene oppga til fots, taxi eller mini-buss som fremkomstmiddel.

Tidligere besøk og kjennskap til Ånderdalen nasjonalpark

Så mange som 76 % av respondentene besøkte Ånderdalen for første gang og kun 24 % hadde besøkt Ånderdalen tidligere. Andel førstegangsbesøkende i Ånderdalen er meget høyt og ingen har en så høy andel av de andre norske verneområdene som er undersøkt av NINA. For de som hadde besøkt området tidligere hadde i alt 38 % besøkt området både sommer og vinter, i overkant av halvparten kun sommerstid og 6 % kun på vinteren. De som har vært i området tidligere ser heller ikke ut til å ha vært i området særlig mye. Ikke overraskende var langt flere utlendinger enn nordmenn i området for første gang. I underkant av 90 % av utlendingene var førstegangsbesøkende, mens dette gjaldt for rundt halvparten av nordmennene

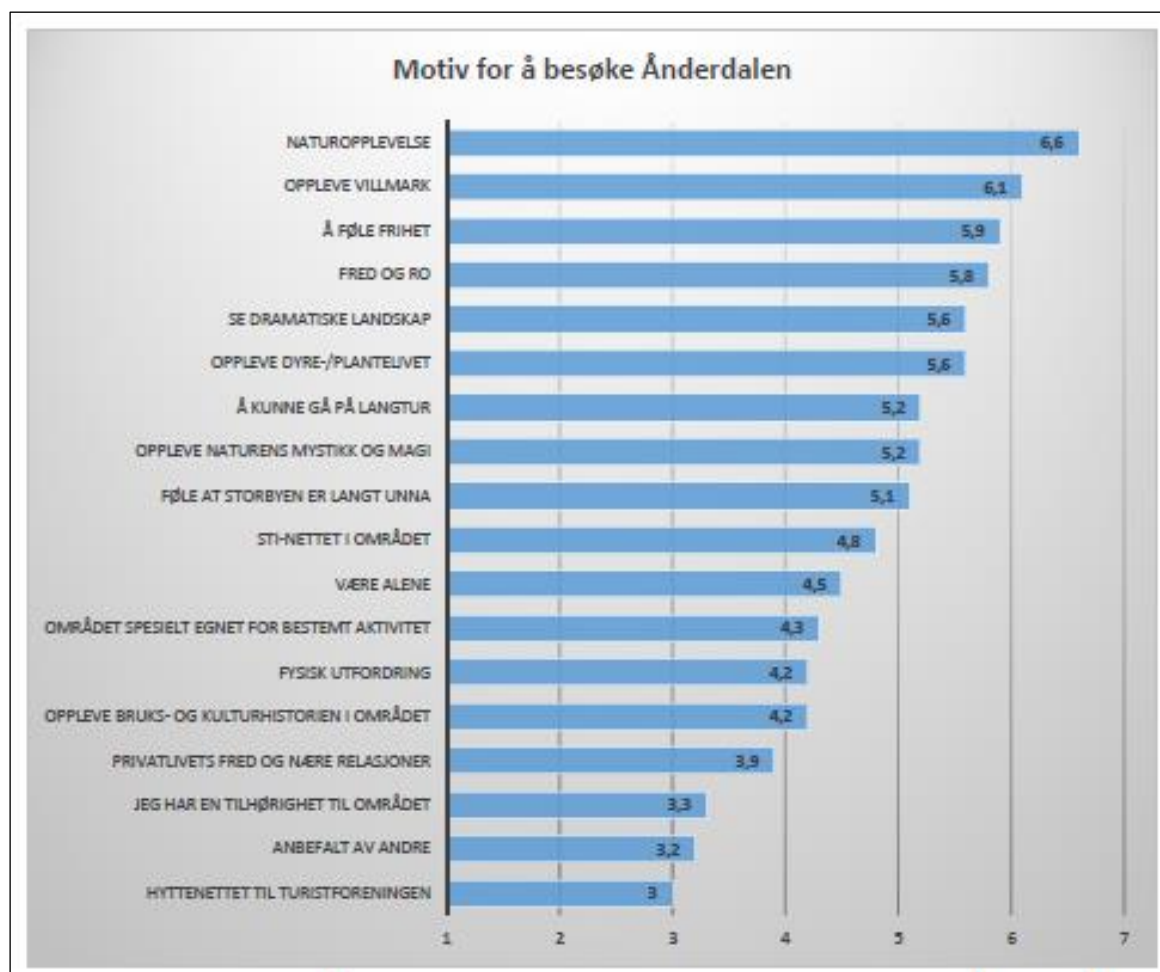
Motiv for å besøke Ånderdalen nasjonalpark

Svarene stod i stil med det turister generelt svarer om kjerne kvaliteten ved Norge som ferieland (naturopplevelse). Det klart viktigste motivet for brukerne var nettopp naturopplevelse. Det å se dramatiske landskap fikk også en høy gjennomsnittsverdi. Dette gjaldt også for oppleve villmark og oppleve dyre- og plantelivet, som jo klart henger sammen med naturopplevelse.

Kontemplative motiv, som det å føle frihet og fred og ro var også blant de viktigste motivene. Mer spesifikke sider ved naturopplevelsen (mystikk og magi, dyre- og planteliv) og det kroppslige (fysisk utfordring) kommer noe lenger ned på listen for Ånderdalen.

Når det gjelder grunner som er forankret i friluftsliv, aktiviteter og eventuell tilrettelegging så er det «å kunne gå langtur» som kommer høyest opp. Det er også tydelig at stinettet er viktigere for flere, enn hyttenettet til turistforeningen. Likevel viser altså sammenstillingen i Figur 3 tydelig at ønsket om å kunne gå langt er viktigere enn ønsket om selve stinettet. Området ble i liten grad besøkt på grunn av hyttenettet til turistforeningen, fordi brukerne fikk det anbefalt av andre eller at brukerne hadde tilhørighet med andre. Dette stemmer godt med at det er få av brukerne som har tilhørighet til Ånderdalen og flest er førstegangsbesøkende. Det går en DNT turløype på langs i nasjonalparken, men det finnes ingen turisthytter innenfor vernegrensen.

Naturopplevelse, fred/ro, være alene, se dramatiske landskap, oppleve villmark og oppleve dyre- og planteliv var viktigere for utlendinger enn nordmenn, for de øvrige motivene var det ingen forskjeller. Naturopplevelsen og stillhet virker å være viktigere for utenlandske brukere enn norske i valget om å besøke Ånderdalen. Dette er noe man ser igjen i andre undersøkelser også.



Figur 7. Gjennomsnittskår for hvor viktig ulike motiv var for at brukerne valgte å besøke Ånderdalen, på en skala fra 1 ikke viktig i det hele tatt til 7 svært viktig (n=51).

Ønske om tilrettelegging

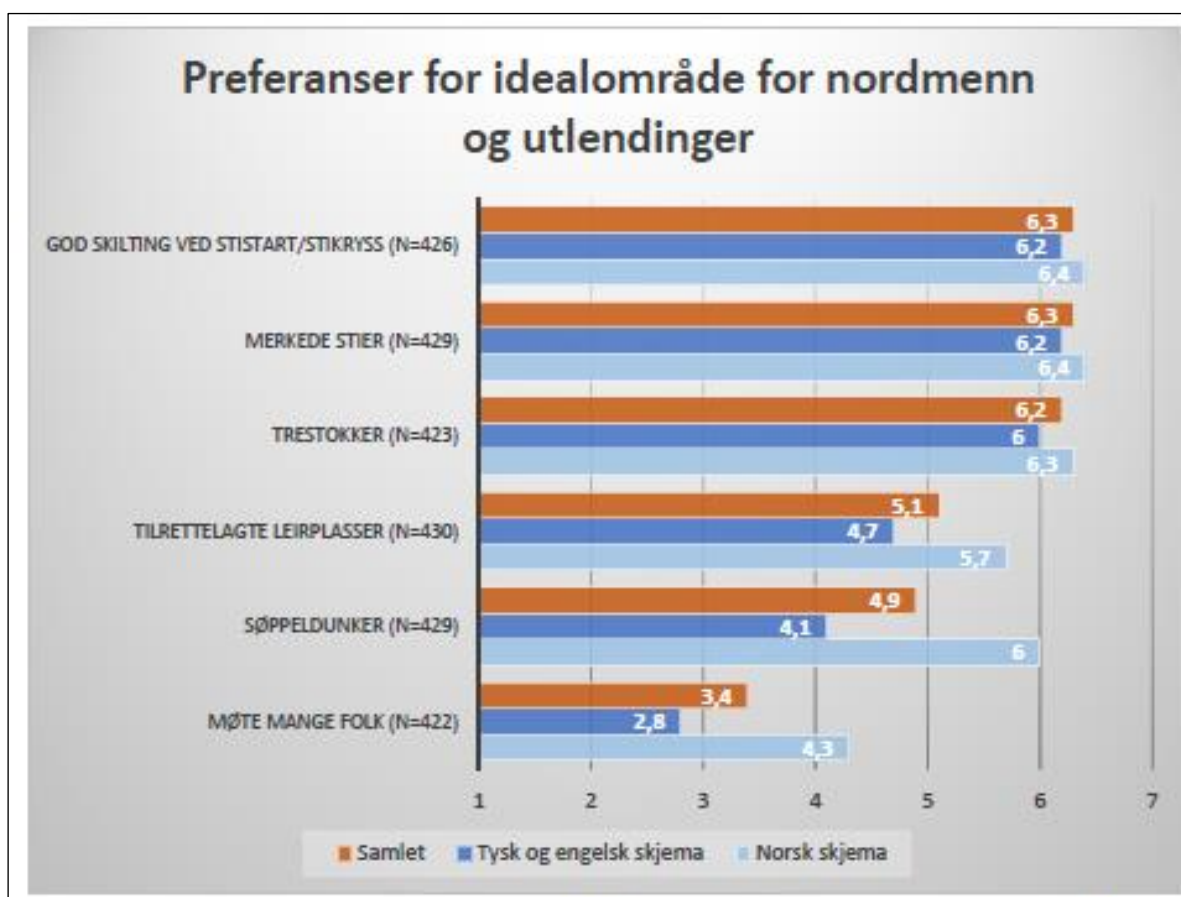
Når det gjelder ønske om tilrettelegging ser vi at de besøkende til Ånderdalen på generelt basis ønsker liten grad av tilrettelegging. De utenlandske brukerne foretrekker i større grad enn nordmenn liten tilrettelegging og vil i større grad være alene på tur. Utlendingene besøker nasjonalparkene i Norge for å oppleve urørt natur, få andre besøkende og enkel tilrettelegging.

Fornøydhet

Datamaterialet viser at de som besøker Ånderdalen er veldig fornøyd med besøket, og at idealområdet for turbesøk i stor grad samsvarer med det de finner i nasjonalparken (Figur 6).

Generelt er respondentene over gjennomsnittlig positive til alle dimensjonene, med to unntak: at en møter mange andre friluftsfolk når en er på tur. Vi ser at de aller fleste ønsker merkede og godt skiltede stier, og gjerne også stokklegging over våt myr. Samtidig som mange er positive til ulike fysiske forvaltningstiltak er det også mange, i hvert fall de utenlandske som prefererer å kunne gå milevis uten å møte andre mennesker (gjennomsnittsverdi 5,3, n=248). At det finnes hytter med matservering og oppredde senger var de utenlandske også negative til og dette spørsmålet hadde

lavest gjennomsnittsverdi på 3,1 (n=241). I det norske spørreskjemaet ble det i stedet spurt om at det er opparbeid parkeringsplass der turen starter og at det finnes tilgjengelig informasjon om natur, kulturminner og historier om området du går i før du starter turen eller i løpet av turen. Disse spørsmålene fikk henholdsvis 6,5 (n=181) og 5,9 (n=185) i gjennomsnittsverdi og virker dermed å være verdsatte tiltak for de besøkende.



Figur 8. Respondentenes gjennomsnittskår på ulike preferanser for deres «idealområde» på en skala fra 1 (svært negativt), via 4 (nøytralt) til 7 (svært positivt) og gjennomsnittskår delt mellom nordmenn og utenlandske.

Type bruk og varighet.

Fottur er den klart vanligste aktiviteten blant respondentene, mens aktiviteter som sykling, organisert tur eller jakttur er det relativt få som gjør. Annet høsting-friluftsliv som fisketur og bær/sopptur er det en større andel som har som hovedformål med turen (14 %). Samlekategorien annet hadde nest høyest prosentandel på 8 % og her svarer de fleste av disse respondentene at de på en eller annen måte skal oppleve eller fotografere natur og dyreliv.

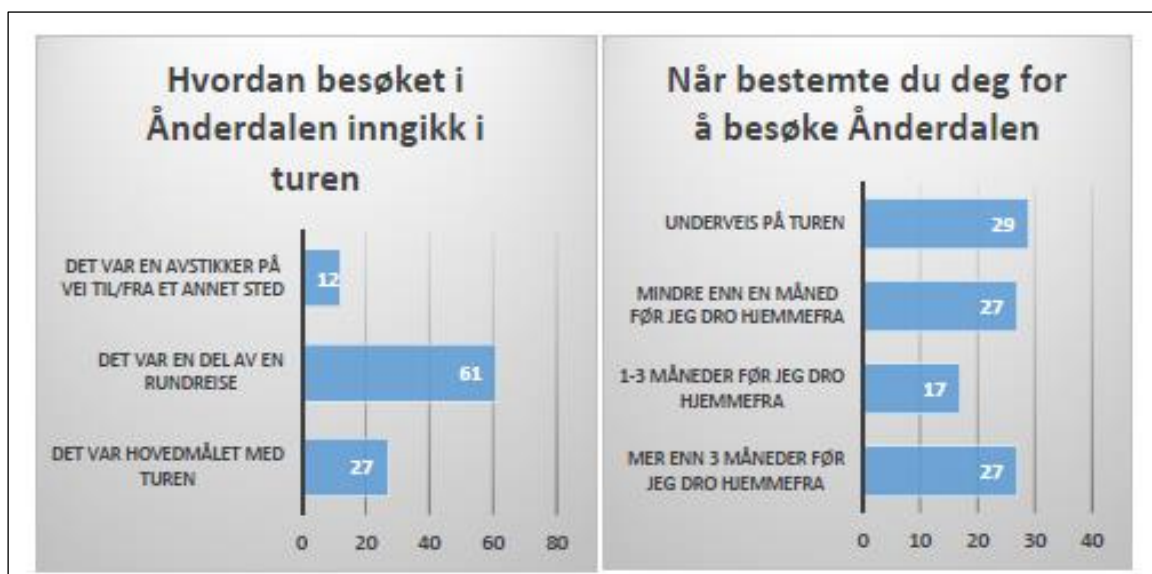
I etterundersøkelsen ble respondentene bedt om å oppgi hvilke aktiviteter de hadde drevet med i Ånderdalen i løpet av det siste året. Aktivitetene ble delt i barmarksaktiviteter, vinteraktiviteter og sesong uavhengige. For det meste ser de besøkende i Ånderdalen ut til i stor grad utøve «tradisjonelle» aktiviteter. Uavhengig av sesong, var fottur den aktiviteten flest oppga at de hadde

bedrevet i området siste år, 96 % hadde gjort dette. En god del hadde også vært på topptur i barmarks-sesongen (20%), mens ingen hadde vært på topptur vinterstid. Når det gjelder andre barmarks-aktiviteter var det relativt mange som hadde drevet med de ulike høstingsaktivitetene. Rundt 25 % hadde vært på bær-plukking eller fisket og 2 % hadde vært på jakt. Rundt en tidel brukte turen til å trene/løpe/jogge og noen færre var i Ånderdalen for å bade. Blant de aktivitetene som i større grad er sesong-uavhengige var det fotografering og det å se på dyre- og plantelivet flest hadde gjort siste år. I underkant av halvparten hadde vært i området for å fotografere og i underkant av 30 % hadde vært der for å se dyre- og planteliv.

Et flertall av de besøkende i Ånderdalen var på dagstur (57 %), mens en litt mindre andel (43 %) var på en tur som varte over flere dager. Personene som gikk på dagstur gikk alt fra 1 til 12 timer med et gjennomsnitt på 4 timer. De som var på flere dagers tur var på tur med et gjennomsnitt på tre og en halv dag.

Ånderdalen nasjonalpark som besøksmål

I alt 62 % oppga at det var nøyte planlagt at de skulle besøke akkurat Ånderdalen, mens 38 % oppga at de like gjerne kunne ha besøkt et annet naturområde. De som bare hadde besøkt Ånderdalen en gang siste år fikk spørsmål om hvordan besøket i nasjonalparken inngikk i den turen de var på. Kun 27 % oppga at Ånderdalen var hovedformålet med turen, mens hele 61 % oppga at Ånderdalen var et besøksmål mens de var på rundreise. At den største andelen svarte at besøket var en del av en rundreise stemmer med andre nasjonalparker der NINA har tilsvarende data, der besøkene i nasjonalparkene i større grad er del av en rundreise eller var en avstikker på vei til/fra et annet sted.



Figur 9. Prosentfordelinger for hvilken betydning Ånderdalen hadde som besøksmål på reisen man var på (n=41) til venstre og beslutningstidspunkt for å besøke Ånderdalen (n=41) til høyre.

Informasjonsinnhenting, foretrukket informasjon og bruk av sosiale media

I etterundersøkelsen oppga 44 % (n=50) at de hadde skaffet seg informasjon om Ånderdalen før besøket. Internett og reisehåndbok var det over halvparten av de som innhentet informasjon som benyttet og var de informasjonskildene flest hadde brukt. Rundt 10 % hadde benyttet seg av informasjon fra bekjente/venner/familie, informasjonstavler, brosjyrer og turistinformasjon.

Dersom respondentene skulle motta mer informasjon fra forvaltningsmyndigheten er de foretrukne tidspunktene enten på parkeringsplasser/innfallsportene til området eller før avreise hjemmefra. Brukerne opplevde det som relativt greit å finne den informasjonen de ønsket.

En del personer av de besøkende oppga at de ikke var interessert i noen form for informasjon. Dette ser ut til å indikere at selv om i underkant av halvparten har innhentet informasjon før besøket sitt er de besøkende interessert i informasjon om området. Kart og turforslag er de mest ønskede temaene, tett fulgt av informasjon om spesielle attraksjoner. Litt over halvparten er også interessert i informasjon om naturen i området. Relativt mange – 49 % ønsker også å vite mer om verneformålet og hva som er tillatt/ikke tillatt innenfor nasjonalparken. Informasjon om kulturhistorien i området er også ønsket av mange av de besøkende. Tilbudet av tjenester som overnatting, bespising og guidete turer/aktiviteter i og rundt verneområdet er per i dag begrenset og det er også færre av de besøkende som etterspør informasjon om dette, bortsett fra overnatting.

Internett, nasjonalparksenter og informasjonstavler og brosjyrer i selvbetjeningsautomater ved innfallsportene er de informasjonskanalene som flest foretrekker. De tre sistnevnte er kanaler som forvaltningen i stor grad kan påvirke, og dette gjelder dels også for informasjon via internett. En del kunne også tenke seg å innhente informasjon fra facebook, app, reisehåndbok, brosjyrer ved overnattingssteder/turisthytter og turistinformasjon/informasjonsenter.

Vi spurte om de besøkende hadde delt opplevelsene sine i Ånderdalen via sosiale media, og 52 % hadde det. Litt overraskende var det ingen som hadde delt flere ganger om dagen og at de fleste hadde kun delt en sjelden gang. Bilder var det klart mest vanlig måten å dele opplevelser på og alle som hadde brukt sosiale medier hadde delt bilder. I underkant av 30 % hadde delt tekst, mens en mindre andel på 4 % hadde delt video.

Opplevelsen av Ånderdalen nasjonalpark

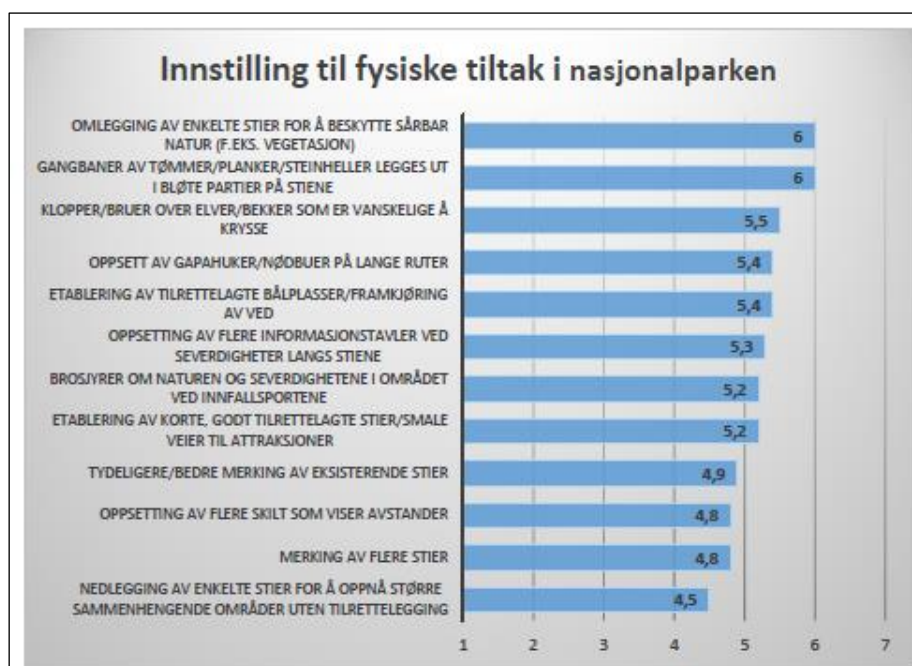
I alt 82 % av brukerne visste at Ånderdalen var vernet som nasjonalpark før de besøkte området, og alle respondentene synes det er positivt at Ånderdalen er nasjonalpark. Samtidig hadde det faktum at området er nasjonalpark ingen betydning for at en del av de brukerne valgte å besøke området. 12 % oppga at det ikke hadde betydning i det hele tatt. Den absolutt største andelen av brukerne sier imidlertid at det påvirket valget av besøket i mindre eller større grad. Om vi så sammenligner utlendinger og nordmenn når det gjelder hvilken rolle nasjonalparkstatusen spiller for besøket, så er det tydelig at denne er viktigere for utlendinger. Det er også en tendens til at førstegangsbesøkende legger mer vekt på nasjonalparkstatusen enn de som er erfarne i Ånderdalen. Oppsummert har nasjonalparkstatusen har sterkere appell til utlendinger enn

nordmenn, og kanskje særlig sterkt til førstegangsbesøkende fra utlandet. De aller fleste visste at Ånderdalen var vernet som nasjonalpark før de besøkte området (82 %, n=50). Ånderdalen blir i stor grad oppfattet som et villmarksområde. Halvparten opplever hele området som villmark, mens 48 % opplever deler av området som villmark (n=50). Av de 5 andre verneområdene som ble undersøkt samtidig i 2016 av NINA, hadde Ånderdalen høyest andel som opplevde hele området som villmark.

Synspunkter på forvaltning og tilrettelegging

I etterundersøkelsen ble brukerne bedt om å ta stilling til hvorvidt de var positive eller negative til ulike fysiske tiltak i nasjonalparken og til utvikling av tilbud i og i nærheten av verneområdet. 12 ulike tiltak ble presentert som kan være aktuelle i de fleste parker (Figur 6). Mange av tiltakene er knyttet til stien, men noen gjelder også tiltak ved raste-/overnattingsplasser, og andre informasjonstiltak. En annen måte å systematisere på er at noen er servicetiltak for brukerne, andre er tiltak som skal beskytte naturen, og noen er både og.

Generelt er brukerne positive til samtlige tiltak. Brukerne er minst positive til nedlegging av stier for å oppnå større sammenhengende områder uten tilrettelegging. Omlegging av stier for å verne sårbar natur er brukerne derimot positive til, det er faktisk ett av to tiltak som oppleves mest positivt. Det andre tiltaket brukerne stiller seg mest positive til er at gangbaner av tømmer/planker/steinheller legges ut i bløte partier på stiene. Dette kan ses i sammenheng med hvilke endringer av tilrettelegging for friluftsliv brukerne ønsket hvor mange svarte nettopp å få klopper over våte partier. Å etablere gangbaner er så positivt for brukerne i Ånderdalen er gode nyheter for forvaltningen, da dette kan være et svært viktig tiltak for å kanalisere brukerne og hindre slitasje i sårbare våte myrområder. At gangbaner er ønskelig styrkes også av at det tredje tiltaket de besøkende er mest positive til er klopper/bruer over elver/bekker som er vanskelige å krysse. Andre endringer brukerne ønsket var mer merking av stier, men merking av flere stier får en relativt lav gjennomsnittsverdi i spørsmålet om innstilling til fysiske tiltak i nasjonalparken. Det kan dermed virke som om det er større uenighet om dette tiltaket. Innfallsporten et viktig informasjonspunkt. Her er både tilgang til brosjyrer om naturen og attraksjoner i området og info-tavler ved attraksjoner langs stiene populære tiltak.



Figur 10. Gjennomsnittskår for hvordan en som bruker ville stille seg til ulike fysiske tiltak i Ånderdalen nasjonalpark på en skala fra 1 svært negativ til 7 svært positiv (n=50)

2.3.3 Reiseliv og lokal verdiskaping

Ånderdalen nasjonalpark ligger i det som reiselivet nå definerer som Senjaregionen. Senjaregionen er lokalisert i et område med sterk vekst og ligger mellom de to store «reiselivsmotorene» Lofoten og Tromsø. I en evaluering gjennomført for Statens vegvesen i 2019 kommer det frem at reiselivsbedriftene langs den nasjonale turistvegen på yttersiden av Senja har mer enn firedoblet sin verdiskaping fra 2010-2017. Dette er igjen langt høyere enn sammenlignbare bedrifter i Troms, Nord-Norge og nasjonalt som alle har hatt en positiv utvikling på ca. 50 prosent i samme periode. Gjennom analysen ble det også vist at den nasjonale turistveien også hadde økt lokale handelsbedrifters verdiskaping. Av verdiskapingen i reiselivsbedriftene var rund 50 % knyttet til overnatting, 30 % til servering og 20 % til aktiviteter.

I 2016 ble Visit Senja opprettet som destinasjonsselskap. Visit Senja har to ansatte med lokaler i Kunnskapsparken på Finnsnes. Her er også Turistinformatjonen for regionen lokalisert. Visit Senja Region er et felles reiselivsorgan for reiselivsbedrifter, kommuner og organisasjoner i Senjaregionen, som har interesser knyttet til reiselivsnæringa og profilering av regionen og da spesifikt Senja og Dyrøy kommuner. Visit Senjaregionen representerer 37 medlemsbedrifter og 2 kommuner.

Visit Senja region har utviklet egen nettportal (<https://www.visitsenja.no/>) og utgir Senjaguiden, en brosjyre med turistinformasjon for Senjaregionen. Ånderdalen nasjonalpark har sin egen side i bladet.

Visit Senja Region har i 2020 ferdigstilt *Masterplan Senjaregionen som attraktivt og bærekraftig reisemål*⁴. Visjonen er at reiselivet skal bidra til lokal verdiskaping og gode lokalsamfunn innenfor en forsvarlig ramme. I Masterplanen er det satt opp følgende mål:

- Doble økonomisk verdiskaping i løpet av 3 år
- Økt gjestfrihet
- Innbyggere som opplever reiselivsnæringen som en positiv kraft
- Økning i helårige arbeidsplasser
- Oppnåmerket «Bærekraftig reisemål»

For å nå målene er det satt opp følgende hovedstrategier:

- Besøksforvaltning som ivaretar natur og lokalsamfunn
- Rett gjest på rett sted til rett tid
- Langsiktighet og gjennomføringsevne.

Masterplanen for Senjaregionen er forankret i den regionale næringsplanen for Midt-Troms 2018-2022⁵. Planen omfatter kommunene Senja, Dyrøy, Sørreisa og Målselv, dvs. alle kommunene i Midt-Troms bortsett fra Bardu. Målet i næringsplanen er at "Midt-Troms skal bli den regionen i Nord-Norge med størst bærekraftig vekst i reiselivet".

Masterplanen skal være et strategisk rammeverk som skal peke ut en langsiktig retning. FNs bærekraftsmål og Innovasjon Norges prinsipper for et bærekraftig reiseliv ligger til grunn for utarbeidelsen av Masterplanen. Det grunnleggende premisset er at utviklingen skal være bærekraft i den forstand at den både skal ivareta natur, kultur, miljø, bidra til gode lokalsamfunn og lønnsomme bedrifter. Du kan lese masterplanen [her](#).

Ånderdalen nasjonalparkstyre og Statsforvalteren i Troms og Finnmark har vært med i arbeidet med Masterplanen som observatører i styringsgruppen. Der har vernemyndighetene fått være med å gi innspill til planen, hvor målet om å ivareta verneverdiene i verneområdene stod sentralt.

I Masterplanen er anbefalingen at reiselivet, forvaltningen og kommunene foretar en overordnet soneinndeling av hele regionen: hvilke områder tåler og trenger trafikk og bør tilrettelegges for det, hvilke områder tåler det ikke. Besøksforvaltningen må sees i sammenheng med utviklingen av attraksjoner og besøksmål. Sonekartet blir også et viktig verktøy for å prøve å spre de besøkende til utvalgte områder innad i regionen som i dag har lite trafikk, men som har/kan utvikle attraktive opplevelser. For å gi det hele bildet bør sonekartet også vise det som er de viktigste attraksjonene i dag, og samt tilbud som en ønsker å utvikle i fremtiden.

⁴ Masterplan – Senjaregionen som attraktivt og bærekraftig besøksmål «Senja by invitation» Mimir AS Torill Olsen 2020.

⁵ Regional næringsplan for Midt-Troms 2018-2022.

Kartet over soneinndelingen skal følge to akser:

- Naturens og lokalsamfunnenes tåleevne
- Vanskelighetsgrad (for eksempel fra lett –middels – krevende)

De områdene som særlig bør vies oppmerksomhet er :

- Strekingen langs nasjonal turistveg
- nasjonalparker og verneområder
- andre naturområder
- bygder/lokalsamfunn

I Masterplanen belyses også at Miljødirektoratets design for Norges nasjonalparker legger til rette for at bedrifter med geografisk tilhørighet til nasjonalparker kan søke tillatelse til å benytte et såkalt «kommersielt merke» som markerer nærheten til nasjonalparken. Et slikt merke er en tydelig bekreftelse på samvirket mellom bedrifter og vernemyndighet, men er foreløpig lite utbredt. I forbindelse med besøksforvaltningsarbeidet bør en vurdere om dette skal innføres som et strategisk verktøy i senjaregionen.

Sommeren 2019 ble det i forbindelse med arbeidet med Masterplanen gjennomført en elektronisk spørreundersøkelse blant gjestene i regionen. Lavt utvalg av respondenter gjør at undersøkelsen gjør at man her får frem tendenser, men som man må utøve forsiktighet ved tolking og ikke trekke klare konklusjoner fra. I analysen av undersøkelsen trekkes det frem at både norske og utenlandske respondenter er generelt fornøyde. Først og fremst skyldes det *naturen, folkene og stillheten*. Få av respondentene opplever at det er overturisme i regionen i dag, samtidig som stillheten trekkes frem som en av de store fordelene. Negative kommentarer er knyttet til manglende infrastruktur, veistandard, fergekapasitet, manglende kollektivtransport, få attraksjoner og tilbud, lite av mat/lokal mat, samt at der er vanskelig å få innsikt i lokal historie m.m. Det ble også gjennomført spørreundersøkelse blant lokalbefolkningen i Senjaregionen. I sum kan svarene gi inntrykk av at innbyggerne har en del positive erfaringer med turismen i regionen, og at den manglende entusiasmen primært skyldes manglende infrastruktur og tilrettelegging, samt at en ikke ser tydelige økonomiske effekter i lokalsamfunnene.

Rundt nasjonalparken er det noen få bedrifter som tilbyr aktiviteter og guiding. Et fellestrekk ved disse bedriftene er at aktivitetene i hovedsak blir utøvd utenfor parken. I den grad man benytter nasjonalparken er dette etter DNT sitt stinett og i området fra Hyttekroa til Åndervatnet. Nasjonalparkstatusen til Ånderdalen blir brukt for å markedsføre destinasjonene og arrangementer rundt Ånderdalen. Ser man videre på de aktivitetene og den tilrettelegging som konkret blir tilbudt gjestene som kommer til området, er de vinklet mot naturen generelt, og i liten grad spesifikt rettet mot nasjonalparken. På vinteren er det toppturisme, nordlysturisme og hvalsafari som er grunnstammen i tilbudet. På sommeren er det de mange turmulighetene som blir trukket fram.

For det store flertallet av gjester som kommer til området er naturen primærattraksjonen. De mange aktiviteter og opplevelser som tilbys de besøkende vil være sekundærattraksjoner.

Flere og flere vil bruke mer tid på det reisemålet de har valgt seg ut. Vi ser at de besøkende velger et reisemål som base for andre utflukter, opplevelser og turer. Denne trenden er også forventet å fortsette. Ved et økende antall baseturister kan man forventet at dagsturtrafikken på stier og løyper, samt etterspørsel av aktiviteter vil øke. Dette kan igjen føre til et økt press på naturverdiene i nasjonalparken og randområdene. Trenden viser også at aktive familieferier der lek og læring kan pakkes inn som en del av ferien, er sterkt økende og er et tilbud nasjonalparken kan gi.

I arbeidet med besøksstrategien ønsker Ånderdalen nasjonalparkstyre mer kunnskap om reiselivets bruk av verneområdene og randsonene. Det ble derfor i 2017 satt i gang en kartlegging i form av en Questbackundersøkelse på nett som ble sendt til registrerte reiselivsaktører i Senjaregionen. I tillegg ble noen relaterte organisasjoner inkludert i undersøkelsen – totalt omfattet den om lag 30 aktører. 12 virksomheter besvarte undersøkelsen.⁶ Du kan lese rapporten fra reiselivskartleggingen [her](#).

I undersøkelsen er omfang, type aktiviteter, bruk i dag og eventuell planlagt/fremtidig bruk er vurdert. I spørsmålene er det ikke differensiert på dagens bruk og planlagt/ønsket fremtidig bruk.

Omfang- bruk av nasjonalparken i reiselivssammenheng i nåtid og fremtidig bruk

- 44 % av reiselivsbedriftene bruker IKKE bruker nasjonalparken i dag.
- 12,5 % av reiselivsbedriften bruker parken i stor grad i dag, og 19 % bruker parken i liten grad.
- 31,3 % av reiselivsbedriftene som ikke bruker parken i dag har planer om å bruke den i tiden fremover.
- 12,5 % svarer at de bruker parken indirekte, som en del av sin markedsføring.
- Reiselivsbedriftene i undersøkelsen oppgir at de og deres kunder bruker Ånderdalen nasjonalpark og Lyngsalpan landskapsvernområde, ikke de øvrige store verneområdene i fylket (Øvre-Dividalen, Reisa, Rohkunborri, Kvænangsfjellet).
- Ånderdalen nasjonalpark brukes gjennom hele året i reiselivssammenheng, med en topp om sommeren (juli-august), mens Lyngsalpan landskapsvernområde brukes primært i vintersesongen (februar-mai).

Type aktiviteter - både i parken og i parkens randsoner

Reiselivsbedriftene bruker eller kan tenke seg å bruke Ånderdalen nasjonalpark og parkens randsoner til et bredt spekter av aktiviteter, gjennom hele året.

Helårsaktiviteter

Overnatting, hytteutleie og guidede turer er aktiviteter reiselivsbedriftene tilbyr eller ønsker å tilby i Ånderdalen nasjonalpark gjennom hele året. Alle bedriftene som bruker eller ser for seg å bruke nasjonalparken tilbyr eller ønsker å tilby transport til parken, hele året.

Vinteraktiviteter: Hundekjøring, snøskuter, isklatring

⁶ Ånderdalen nasjonalpark, kartlegging av reiselivet i og rundt nasjonalparken, Senja næringshage 2018

Bedriftene i undersøkelsen kunne tenke seg å bruke parken til hundekjøring om vinteren (80 % ønsker å tilby dette i perioden januar til april). Snøskuter var med som et svaralternativ da denne undersøkelsen har blitt brukt av flere av nasjonalparkene i Troms. Det er ingen skutertrase i nasjonalparken i randsonen, så dette er ikke relevant for Ånderdalen. Ingen av respondentene bruker eller ser for seg å bruke parken til isklating.

Sommer/høstaktiviteter: sykling, fiske, båtutleie, padling, klatring, jakt, guidede turer

I sommermånedene mai-august tilbyr eller ønsker reiselivsbedriftene å tilby guidet fiske, båtutleie, padling, sykling og klatring, eller andre guidede turer. Juli og august er høysesong for de fleste sommeraktivitetene. Om høsten, i september-oktober, er det flere som tilbyr eller ønsker å tilby guidet jakt. Guidet fiske har også en topp i september-oktober

Overnatting i parken

Kun 20 % av reiselivsaktørene oppgir at de overnatter med sine kunder inne i verneområdet. Av disse overnatter 6,7 % i telt, og 13,3 % i hytte. Det er kun to åpne buer som er tilgjengelig for overnatting, en gamle (Åndergammen) og en bu (Ånderbu) som administreres av Statskog. Nærmeste turistforeningshytte er Senjabu i Svandalen.

Tilgjengelighet og tilrettelegging

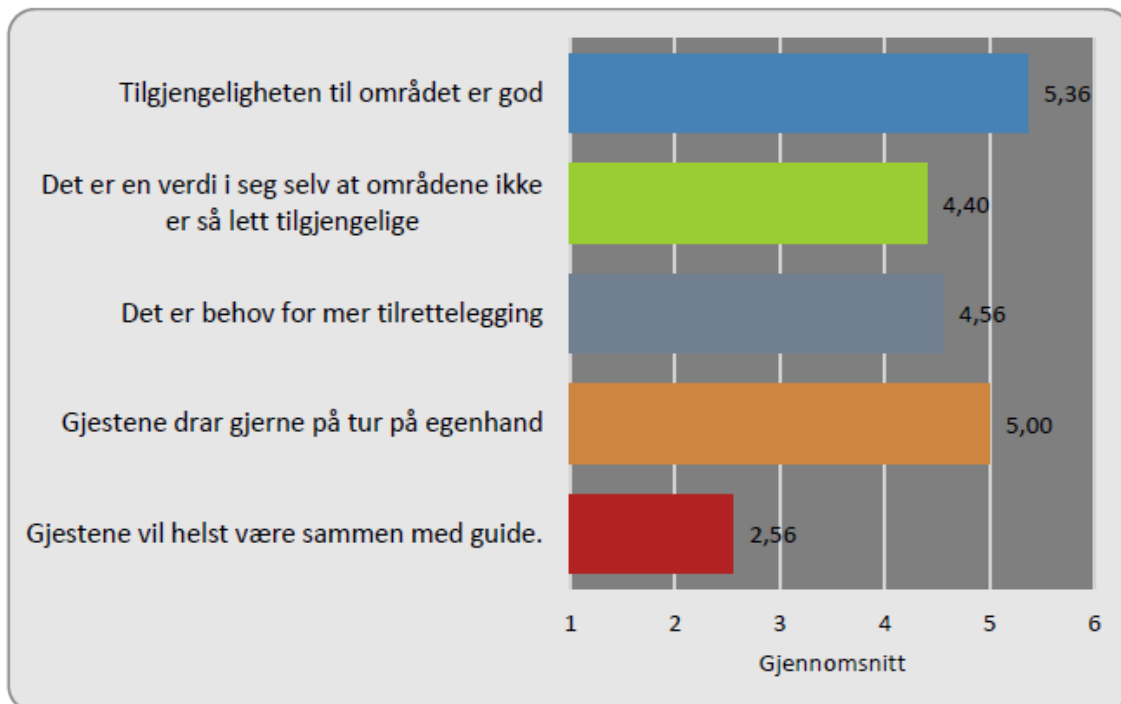
Som tabellen i Fig. 7 viser er de fleste respondentene enige i at tilgjengeligheten til området er god (73 % helt eller delvis enig, 27 % ingen formening). Halvparten av de spurte bedriftene mener at det har en verdi i seg selv at området er lite tilgjengelig, mens 33,3 % har ingen formening om dette. Halvparten av bedriftene er også helt eller delvis enige i at det er behov for mer tilrettelegging, mens 37,5 % ikke har noen formening om dette. Det ser også ut til at de fleste gjestene i dag foretrekker å dra på tur på egen hånd i nasjonalparken, 60 % av reiselivsbedriftene er helt eller delvis enige i dette, mens 33 % ikke har noen formening. Tilsvarende svarer kun 13 % at gjestene helst vil være sammen med guide, mens 40 % ikke har noen formening om dette.

Det at såpass mange av reiselivsbedriftene svarer at de ikke har noen formening på de ulike utsagnene rundt tilgjengelighet og tilrettelegging, er et funn i seg selv. Dette kan være et tegn på lav kjennskap til parken og den tilretteleggingen som finnes blant respondentene, eller at parken er lite brukt av bedriftenes gjester. Også det at flertallet av bedriftene som har besvart mener at det er behov for mer tilrettelegging, samtidig som de fremholder at gjestene gjerne drar på tur på egenhånd forsterker inntrykket av lav kjennskap til parken og fasiliteter der hos reiselivsbedriftene.

Sitater fra to av reiselivsbedriftene som har respondert på undersøkelsen:

- «Ånderdalen er godt tilrettelagt, med lett terreng, og de fleste av våre gjester velger å dra på egenhånd»

- «Gjester hos oss drar per i dag på egenhånd. Det er viktig å tilrettelegge for økt trafikk i kommende år, slik at man unngår slitasje, konflikter og annet».



Figur 11: Hvor enig er du i følgende utsagn (skala fra 1 til 5, der 1= helt uenig og 6 = helt enig). Figuren viser gjennomsnitt pr utsagn. Ingen formening var også et svaralternativ.

Kunnskap om nasjonalparken og tilgjengelig informasjon

Kunnskapsnivået om Ånderdalen nasjonalpark ser ut til å være på et brukbart nivå. Etter at undersøkelsene ble gjennomført har det blitt gjennomført guidekurs for reiselivsbedrifter som bruker nasjonalparken. Kunnskapsnivået hos gjestene virker å være lavere. Her er det også en stor andel av bedriftene som har liten formening.

23 % av bedriftene som har svart på undersøkelsen er fornøyde eller meget tilfredse med tilgjengeligheten til informasjon om parken, mens 15 % er lite eller meget lite tilfredse. Her er det 60 % som har valgt svaralternativ nøytral.

På direkte spørsmål om hvilken informasjon respondentene savner kommer det opp temaer som flora, fauna og kulturminner. Det kommer også frem at nettsiden til nasjonalparken/nasjonalparkstyret ikke er særlig god og har en annen målgruppe enn turister. Bedriftene ønsker at informasjonen tilgjengelig gjøres gjennom hjemmeside, brosjyre og app på flere språk, app, og skilting ved inngang/parkering både i Tranøybotn og Gjeska.

Viktigheten av tilrettelegging og tiltak som har blitt gjennomført

Nasjonalparkstyret har gjort flere tiltak i parken de senere år, og disse ser ut til å være viktige for bedriftenes bruk av parken. Særlig gjelder dette toalett, merking av stier og parkeringsplasser.

Tabell 2. Hvor viktig er de forskjellige tiltakene for din bedrift?

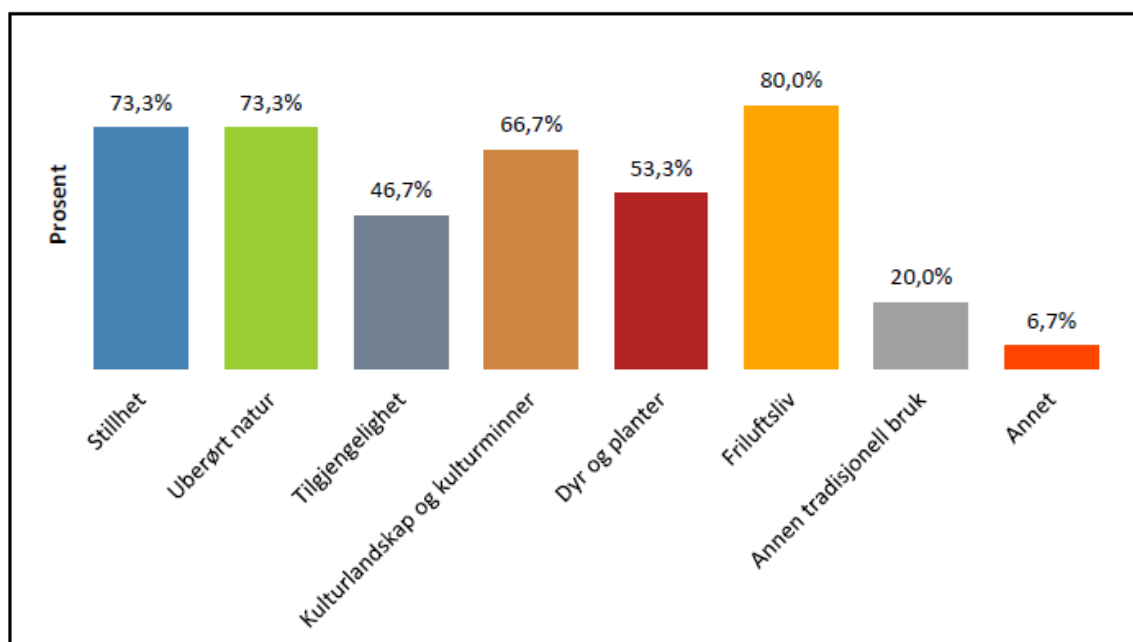
	Meget viktig
Parkeringsplasser ved innfallsport	80,0%
Informasjon ved Innfallsport	73,3%
Tilgang til bålplasser og brensel	73,3%
Toalett	86,7%
Bruer og kløpper	78,6%
Bord og benker	57,1%
Merking av stier	86,7%

Betydning av nasjonalparken for reiselivsbedriftenes markedsføring

I undersøkelsen har man målt betydningen av nasjonalparken for reiselivsbedriftenes markedsføring. Her fremkommer det at kun 7 % av respondentene mener at verneområdene har betydning for bedriftens markedsføring. 21 % svarer at det ikke har noen formening om dette, mens et klart flertall på 71% mener at nasjonalparken ikke har betydning for markedsføringen av bedriften.

Hvilke verdier er viktig for dere å ta vare på i verneområdene?

Basert på undersøkelsen ser det ut til at «Friluftsliv» er den viktigste verdien ved Ånderdalen nasjonalpark for reiselivsbedriftene. Verdier som «uberørt natur», «stillhet», «Kulturlandskap og kulturminner» oppleves også som meget viktig å ivareta. «Dyr og planter» ser ut til å oppfattes som middels viktig, det samme gjelder «tilgjengelighet». Sistnevnte kan ses i sammenheng med at parken oppleves som godt tilgjengelig i dag, «annen tradisjonell bruk» virker å være minst relevant for reiselivsbedriftene i dag.



Figur 12. Bedriftene ble spurt om hvilke verdier som de mener at er viktig å ta vare på i nasjonalparken.

Utfordringer i forhold til å bruke nasjonalparken i reiselivssammenheng?

På spørsmål om det er noen spesielle utfordringer med å bruke verneområdet i reiselivssammenheng svarer fler at de er redde for at det skal bli for stor trafikk til verneområdene, slik at det blir slitasje. For en del av respondentene er det avstanden til nasjonalparken som begrenser bruken. Tilgang til parkering, toalett og renovasjon sees også som utfordringer.

Oppsummering og konklusjoner fra kartlegging av reiselivsbedriftene i Senjaregionen

De viktigste funnene i rapporten er at Ånderdalen nasjonalpark bør bli mer synlig på relevante nettportaler. Nasjonalparkstyrets egen nettside er godt synlig når man søker informasjon om Ånderdalen nasjonalpark, men denne har forbedringspotensial, i forhold til å treffe turister som målgruppe og i forhold til språk.

Reiselivsbedriftene ønsker å bruke nasjonalparken fremover, selv om det kun er 44 % av de spurte som bruker parken dag. En del av reiselivsbedriftene bruker parken aktivt i sin markedsføring, men her er det også et stort potensial for at flere ser verdien av dette og synliggjør Ånderdalen enda mer i sin markedsføring. Dette kan sees i sammenheng med at flere av reiselivsbedriftene som er undersøkt ikke nevner nasjonalparken på egne hjemmesider, og at det kun er en av bedriftene (Tranøybotn camping) som gir parken stor oppmerksomhet på egen nettside. Parken oppleves som tilgjengelig, og turister kan lett besøke parken på egenhånd. Likevel er det flere av bedriftene i undersøkelsen som ikke har noen formening om flere av spørsmålene rundt informasjon og tilgjengelighet, noe som tyder på behov for mer informasjon.

Med bakgrunn i funnene i rapporten bør Ånderdalen nasjonalparkstyre ta hensyn til følgende i arbeidet med forvaltningsplan og besøksstrategi:

Synlighet på relevante nettportaler

Det bør utarbeides en kommunikasjonsstrategi for nasjonalparken.

På flere av de undersøkte nettportalene er ikke nasjonalparken(e) omtalt i det hele tatt, dette gjelder blant annet Visit Norway og Nordnorsk reiseliv. Nasjonalparkstyret bør sørge for korrekt omtale (på norsk og engelsk) av Ånderdalen nasjonalpark på relevante nettportaler.

Forslag til forbedring av egen nettside (www.nasjonalparkstyre.no/anderdalen)

Nasjonalparkstyrets egne sider kommer høyt opp i trefflista på googlesøk, både på norsk, tysk og engelsk. Her må det utarbeides engelsk og tysk tekst. Det fremkommer fra undersøkelsen at reiselivsbedriftene opplever informasjonen på nasjonalparkstyrets nettsider som lite relevant for dem/turister, så her bør det sees på om man skal justere innholdet for å nå denne målgruppen bedre. Dette kan for eksempel gjøres ved å lage en egen «underside» som er spesielt tilpasset for turister/besøkende. Her kan man for eksempel fremheve hva som er unikt med området («reason to go»), beskrive hvordan man kommer seg til Ånderdalen nasjonalpark, i tillegg til turbeskrivelser og overnattingsmuligheter i parken. Man kan også linke til Visit Senja regionen sine nettsider for å finne overnattingsmuligheter/andre opplevelser i regionen.

En observasjon i rapporten er at det er i dag liten eller ingen kobling mellom informasjonen på nett om Ånderdalen nasjonalparken og hvordan komme seg dit.

Tilgjengeliggjøring og tilpasse informasjon, for å få flere reiselivsbedrifter til å bruke parken i sin egen markedsføring

Ved å aktivt tilgjengeliggjøring av informasjon om parken for reiselivsbedrifter og turister, på en måte som er tilpasset målgruppenes informasjonsbehov vil kunne være med på å øke bruken, og igjen få reiselivsbedriftene til å se markedsføringsverdien av nasjonalparken. Dette kan gjøres for eksempel gjennom tilpasning av egne nettsider, andre relevante nettportaler, brosjyre eller app, eller gjennom å holde guidekurs for reiselivsbedriftene slik Ånderdalen nasjonalparkstyre allerede har gjort.

Merknader til funn i reiselivundersøkelsen.

Besøkskartlegging og reiselivsundersøkelse i forbindelse med planarbeidet har gitt nyttig grunnlagsmateriale til besøksstrategien og kommunikasjonsplanen. Denne besøksstrategi og kommunikasjonsplanen beskriver de strategier og virkemidler nasjonalparkstyret legger til grunn for å få en bærekraftig besøksforvaltning av Ånderdalen nasjonalpark.

2.4 Annen relevant kunnskap

I dag er Ånderdalen nasjonalpark synlig på flere arenaer og det blir gjennomført ulike tiltak for å informere om nasjonalparken. Sázzá Senja naturhus & museum har funksjon som besøkscenter og viktig informasjonspunkt for å formidle om Ånderdalen nasjonalpark og de andre verneområdene på Senja. De fleste tiltakene som blir initiert av forvaltning blir gjennomført av Statskog Fjelltjenesten. I tillegg har Statens naturoppsyn ansvaret for ferdselsregistreringene i nasjonalparken.

2.4.1 Innfallsportene rundt Ånderdalen nasjonalpark

Ånderdalen nasjonalpark er lett tilgjengelig fra flere startpunkt i randsonen av nasjonalparken. I arbeidet med forvaltningsplanen er det valgt ut hva som skal være innfallsporter og startpunkter. Noen etablerte startpunkter har nasjonalparkstyret valgt å ikke fremheve da det kan foreligge uavklarte forhold med grunneiere, utfordringer med slitasje på stiene eller at stiene fra disse startpunktene går inn i sårbare områder som nasjonalparkstyret ønsker å skjerme for ferdsel. På Figur 13 ser man et oversiktskart med de innfallsportene og startpunktene nasjonalparkstyret ønsker å utvikle og som er tatt inn i tiltaksplanene.

Vedlagt besøksstrategien er det lokalitetsbeskrivelser (Vedlegg 1) i form av faktaark hvor det gis en situasjonsbeskrivelse, planlagte tiltak, natur og kulturverdier, rolleavklaring på hvem som står bak tiltaket og eventuelt hvem som er ansvarlig for drift.



Figur 13. Kart over nasjonalparken med definerte innfallspor, startpunkt og hovedstinett. 1. Innfallsporten i Tranøybotn, 2. Innfallspori i Gjeska, 3. Startpunkt Flagstadvåg, 4. Startpunkt Olaheimen, 5. Startpunkt Kaperdalen, 6. Infopunkt-naturinformasjonssenter Sázzá.

2.4.2 Senja kommune som nasjonalparkkommune

Senja kommunestyre vedtok 4.2.2021 enstemmig om å søke om status som nasjonalparkkommune. Status som nasjonalparkkommune blir tildelt av Miljødirektoratet etter gitte kriterier⁷.

En nasjonalparkkommune har områder som er vernet som nasjonalpark. Kommunen skal aktivt legge til rette for besøkende som vil oppleve nasjonalparkene og områdene rundt, samtidig som natur- og verneverdier blir tatt vare på.

Nasjonalparkkommunen har som aktør under merkevaren ansvar for å bidra, stimulere og legge til rette for lokal verdiskaping og næringsutvikling. Nasjonalparkkommunen har ansvar for tilrettelegging for kundereisen innenfor kommunens grenser, utenfor nasjonalparkens grenser. Nasjonalparkkommunen har et medansvar når det gjelder hvordan kommune og

⁷ Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren Norges nasjonalparker

verneområdestyre skal samarbeide om bidrag, stimuli og tilrettelegging i og utenfor nasjonalparken. Kundereisen gir gode rammer for dette og det er avgjørende at partene er bevisst sine roller og oppgaver, og at de utfyller hverandre og arbeider godt sammen. I et kundereiseperspektiv bør det være en sømløs overgang mellom områdene i og utenfor verneområdene. Vernegrensene skal være tydelige og det bør oppleves som positivt å komme inn i et verneområde. Kommuneplanen bør derfor komplettere besøksstrategien for nasjonalparken.

Nasjonalparkkommunen skal arbeide aktivt med å fylle rollen som aktør under merkevaren. Dette skjer gjennom tiltak i egen regi eller i samarbeid med andre aktører som nasjonalparkstyret, besøkssenter, næringsliv, grunneiere, frivillige organisasjoner og andre det er naturlig å samarbeide med. Tiltak som bidrar til at opplevelsene i kundereisen blir så gode som mulige for de gjestene som besøker våre områder skal prioriteres.

Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren Norges nasjonalparker kan du lese [her](#).

2.4.3 Besøkssenter nasjonalpark - Sázzá Senja naturhus & museum

Sázzá naturhus og museum (Naturhuset)) er lokalisert i tidligere Øverbotn skole med utstilling, kafé, kultursal, kontorer og lokaler for kurs og konferanser, kunst og kultur og et utvendig informasjon- og aktivitetsområde. Bygget (Sázzá) som Naturhuset er lokalisert i fungerer også som en næringsklynge og flere lag og foreninger er samlokalisert i bygget. I tillegg er Sázzá et forvaltningsknutepunkt for Ånderdalen nasjonalparkstyre og Midt-Troms museum.

Den interaktive utstillingen Sázzá Senja Folk & Natur beskriver naturen og kulturen på Senja med spesielt fokus på Ånderdalen nasjonalpark og de andre verneområdene på Senja. I utstillingen finner man også en kulturhistorisk del, der den markesamiske kulturen – både reindriften og kystfisket – har fått bredt fokus. Det er etablert et friluftsamfi og en natursti i tilknytning til Sázzá, og Statsforvalteren i Troms og Finnmark har utviklet og satt opp et informasjonspunkt utformet som en fuglekasse i storformat. Denne kan de besøkende gå inn i og få informasjon om fugler, våtmarker og verneområder på Senja. Gjennom naturstiens forskjellige poster vil de besøkende få økt forståelse for biologisk mangfold og bærekraft gjennom praktiske øvelser og observasjoner. Naturhuset jobber med utvikling av utearealet til å bli et lærings- og aktivitetsområde for barnefamilier.

Det er en uttalt målsettingen er at Sázzá også skal utvikles til å bli en viktig aktør innenfor natur- og kulturbasert reiseliv og et knutepunkt for både kommunal og offentlig forvaltning.

Guidekurs

Naturhuset har i samarbeid med nasjonalparkstyret, Statsforvalteren i Troms og Finnmark, Midt-Troms museum og Visit Senjaregion utviklet og gjennomført flere vertskapskurs/guidekurs for reiselivsaktørene, lag og foreninger i regionen. Gjennom kurset sørger vi for at de ansatte i lokale

bedrifter og andre brukere av nasjonalparken, har kunnskap om verneområdene og naturverdiene, og kan formidle dette videre til sine gjester.

Ånderdalens venner

Ånderdalen nasjonalparkstyre og Naturhuset har tatt initiativ til å etablere en venneforening for Ånderdalen nasjonalpark. Venneforeningen administreres av Naturhuset. Målsettingen med venneforeningen er å ha et lavterskeltilbud og et kontaktpunkt for de lokale brukerne av nasjonalparken. Venneforeningen arrangerer foredrag om naturen og kulturhistorien i nasjonalparken og ulike tematurer i randsonen og inn i nasjonalparken.

2.5 Sammenstilling av kunnskap, muligheter og utfordringer

Kunnskapsgrunnlaget i Ånderdalen nasjonalpark vurderes som tilfredsstillende. Med de kartleggingene som er gjennomført har man kunnskap om både verneverdiene og brukerne. Dagens ferdsel i nasjonalparken er klart definert langs stinettet og ferdselen er i hovedsak konsentrert i perioden fra medio juni til utgangen av august. I tillegg så ser man en trend de siste tre årene med økt ferdsel i perioden februar-juni i de vestlige delene av nasjonalparken. Denne økningen er knyttet til Randone -topptur aktivitet.

Det blir viktig å overvåke utviklingen i området. For Ånderdalens del er det per i dag relativt godt samsvar mellom både nåværende bruk, de besøkendes brukspreferanser og forvaltningsmålene for nasjonalparken. Den kunnskapen som er om brukerne, sammen med kunnskap om blant annet sårbarhet, kulturminner, vegetasjon og reindrift i området, er et godt utgangspunkt for å utvikle en forvaltningsplan og besøksstrategi, der ulike hensyn ivaretas og balanseres på en god måte.

Ånderdalen nasjonalpark er lett tilgjengelig fra flere startpunkt. Det går vei i stor grad rundt hele nasjonalparken. Unntaket er i de sør-vestlige delene mellom Flakstadvåg og Rødsand med Selfjorden som et sentralt landskapsrom. Denne delen av nasjonalparken er også den minst besøkte delen av nasjonalparken.

Det er ingen veier inn i nasjonalparken, noe som medfører at det kreves en fysisk innsats for å komme inn i nasjonalparken. Fjell, vann og elver fungerer som naturlige barrierer for mange besøkende. Dette samsvarer også med de ønskede brukeropplevelsene for de besøkende, som ønsker seg områder med lite tilrettelegging og villmarkspreget natur som det er utfordrende å ferdes i.

Kunnskapsgrunnlaget viser at enkelte områder av nasjonalparken tåler økt besøk uten at det vil true verneverdiene, dette avhenger av når på året ferdselen foregår. Det er i områder hvor en tidligere har gjennomført skjøtselstiltak som har størst potensiale for økt ferdsel. I tillegg så vil kanalisering av ferdsel i randsonen av nasjonalparken gjøre at man kan avlaste stiene og områdene inne i nasjonalparken.

Innfallsporsten i Tranøybotn med universelt utformet sti og etablert rundløype til et utkikkspunkt, er et eksempel på et slikt tilbud hvor de besøkende kan gå en kort tur «car-walk» fra parkeringsplassen og inn til utkikkspunktet for så å returnere til parkeringsplassen.

Området ligger i randsonen og grenser mot nasjonalparken. Her kan en utvikle tilbudene videre og evt. tilrettelegge for at lokalt reiseliv kan bruke området som en del av sitt tilbud

Et annet eksempel er Gjeska området vest i nasjonalparken. Der kan man gjennom enkel tilrettelegging og kanalisering av ferdsel legge til rette for at de besøkende kan gjennomføre korte dagsturer inn til Gjeskefossen eller opp til Henrikhovvatnet.

Ånderdalen nasjonalpark er et viktig område for sårbare naturtyper, truede og sårbare arter. Spesielt er hekke- og yngletiden en sårbar periode hvor det er viktig å unngå forstyrrelser. Med hensyn til dette er det i enkelte områder ikke ønskelig med mer ferdsel i perioden 1. mars til 31. juli. Disse områdene blir skjermet og nasjonalparkstyret ønsker ikke å tilrettelegge for ferdsel i disse områdene.

Nye ferdselsformer som sykling, kiting, hundekjøring, randonee ol. Kan påvirke verneverdiene negativt ved at det åpner for flere besøkende i nasjonalparken og at disse får lengre rekkevidde en tradisjonelle fjellvandrere har.

Gjennom bruksanalyse reindrift er det fremkommet at dagens besøk i nasjonalparken er akseptabelt for tamreindriften, men en økning i volum inn i nasjonalparken vil mest sannsynlig ikke forenlig med bærekraftig reindrift. Dette under forutsetning av at det ikke åpnes for nye ferdselsformer og at ferdselen kanaliseres fortrinnsvis i randsonen og skjer etter dagens mønster. En dreining av ferdsel til sårbare perioder og områder vil medføre en merbelastning for reindriften som også kan påvirke verneverdiene negativt.

Utviklingen som ses i økende besøkstall i Ånderdalen kan bli en utfordring for fremtiden, både med tanke på naturverdier, men også besøksopplevelsen. Brukerne søker i stor grad stillhet og ro og ønsker ikke å møte mange andre mennesker på sine turer.

Det er viktig at forvaltningstiltak og tilrettelegging ivaretar nasjonalparkens urørte preg. Tilbakemeldingene fra reiselivsnæringen og brukerundersøkelsene er at de besøkende ønsker et enkelt friluftsliv, og de ønsker å oppleve villmark i stille og rolige omgivelser uten for mange andre besøkende. Ånderdalen oppfattes i svært stor grad som et villmarksområde og det er en høy andel av brukerne som ønsker liten grad av tilrettelegging i nasjonalparken. I denne sammenheng vil nasjonalparkstyret legge til grunn en differensiert forvaltning av nasjonalparken for å ivareta verneverdiene og brukeropplevelsen.

Den svært store andelen med førstegangsbesøkende, og også mange utenlandske besøkende, gir noen klare fordeler i forhold til det å tilrettelegge for å kanalisere de besøkende dit man ønsker. Disse brukergruppene er ikke kjent i området fra før og tar trolig lettere til seg informasjon om turmuligheter. For å kanalisere de besøkende til rundtur eller turer til attraksjoner kan tilretteleggingen være etablering av utkikkspunkt, bålplasser, broer og klopplegging av partier. Det blir viktig å forklare brukerne hvorfor tiltakene er gjennomført. God informasjon knyttet til sårbare verdier som slitasjesvak vegetasjon, kulturminner, sårbare arter av fugl og tamreindrift og samiske

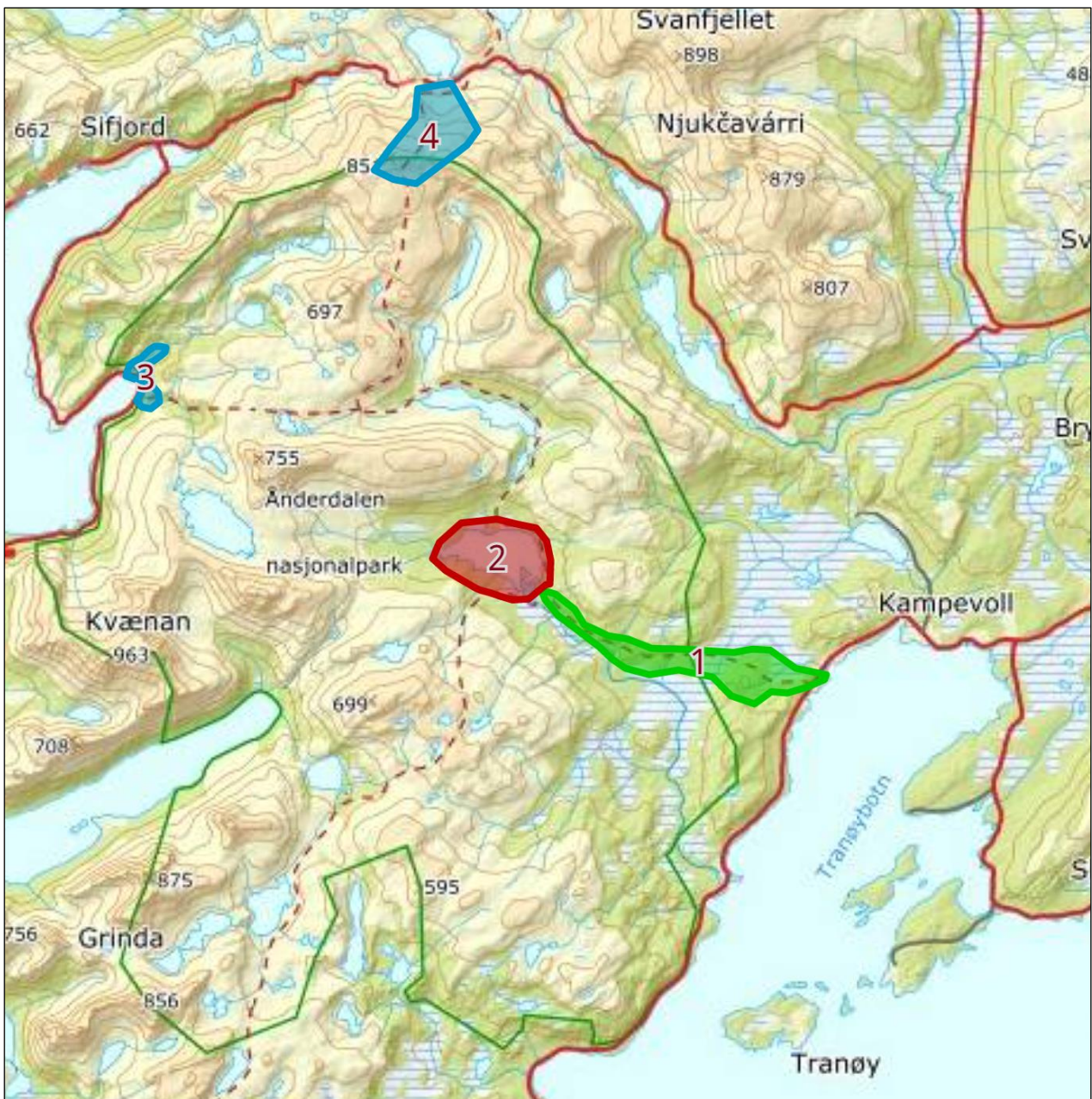
tradisjoner knyttet til dette, vil for mange føre til en bedre brukeropplevelse. Nasjonalparkstyret ønsker å informere ved infopunkt, startpunkt og ved innfallsportene.

Kanalisingen bør gi den opplevelsen som de besøkende forventer, knyttet til stillhet og ro i urørte omgivelser. Attraksjoner i Ånderdalen er ifølge de besøkende knyttet til urskogpreget furuskog, myrområder, elver/fosser, samt utsiktspunkt der man kan se større deler av nasjonalparken. En kanalisering bør utformes slik at de besøkende har mulighet til å finne stille og rolige plasser å være for seg selv langs traseen (i området).

Senja kommune har vedtatt å søke om å bli en nasjonalparkkommune under merkevaren. Målsettingen må være at kommunen og nasjonalparkstyret arbeider felles under merkevaren med tilhørende verdier. Dette vil danne grunnlag for fellesprosjekt som det er viktig at nasjonalparkstyret deltar i. Eksempler på dette kan være etablering av informasjonspunkt, innfallsporter, utkikkspunkt, turstier, vertskapskurs/guidekurs osv.

Ved å sammenstille eksisterende kunnskap om verneverdier, reiselivet, de besøkende og annen kunnskap, er det fire områder i / ved nasjonalparken som trer tydeligere frem enn andre områder. Disse fire områdene defineres som fokusområder i besøksstrategien og har følgende felles trekk:

- My bruk (relativt sett) både sommer og vinter til ulike typer aktiviteter.
- Utfordringer med vegetasjon slitasje og erosjon.
- Viktige områder for tamrein
- Viktige funksjonsområder for vilt.
- Det etableres «vill» bålplasser og det brytes på de gamle furutrærne i parken (*gjelder kun for Innfallsporten i Ånderdalen og områdene rundt Åndervatnet*).



Figur 14 Fokusområder i Ånderdalen nasjonalpark som er viktige i besøksforvaltningen.

3 Mål, strategier og tiltak

3.1 Hovedmål

Besøksforvaltningen til Ånderdalen nasjonalpark skal sikre og ivareta verneverdiene i nasjonalparken. Innenfor denne rammen skal besøksforvaltningen gi gode opplevelser til besøkende, bidra til lokal verdiskaping og forståelse for verneverdiene i Ånderdalen nasjonalpark.

Delmål:

- Sikre og ivareta verneverdiene i et langsiktig perspektiv.
- Gi besøkende gode opplevelser gjennom høy kvalitet på informasjonspunkt, innfallsporter, utkikkspunkt og naturinformasjonssenter.
- Utvikle tilrettelagte utkikkspunkt og attraksjoner.
- Gi besøkende mulighet til å oppleve stillhet og ro i nasjonalparken.
- Sette Ånderdalen nasjonalpark og randområdene til nasjonalparken i stand til å motta et økende antall besøkende uten at dette over tid forringer verneverdiene.
- Bidra til økt verdiskaping i lokalsamfunnene rundt nasjonalparken gjennom gode opplevelser for besøkende og forbedret omdømme til Ånderdalen nasjonalpark.
- God samhandling med reiselivet, brukergrupper og kommunen i randområdene og i nasjonalparken.

3.2 Strategier og tiltak

Ånderdalen nasjonalparkstyre skal nå besøksstrategiens mål gjennom:

- Kanalisere ferdsel til områder som kan tåle høyt ferdselstrykk.
- Utvikle en høy kvalitet på alle møtepunkt mellom besøkende og nasjonalparken.
- Øke informasjonen og synligheten av Ånderdalen nasjonalpark.

3.2.1 Kanalisere ferdsel til områder som kan tåle høyt ferdselstrykk.

I Ånderdalen nasjonalpark er det overlappende arealbruk mellom folk og tamrein. I områder med høyt ferdselstrykk av personer vil dette føre til at tamrein i mindre grad bruker området. Dette gjelder spesielt de østlige delene ved Hyttekroa og Åndervatnet. For å sikre tamreinen tilgang på beiter og å opprettholde trekkveiene mellom sommer- og vinterbeite og kalvingsområdet, er det viktig at ferdselen ikke øker i områder som i dag har lavt ferdselstrykk. I tillegg er det viktig å ikke stimulere til økt bruk av stier i områder som tamreinen bruker i dag. Dette gjelder spesielt i de vestlige områdene, der økt ferdsel kan føre til en fragmentering av tamreinenes leveområde om sommeren.

Ånderdalen ligger i en region med økende turistaktivitet. I tillegg er Ånderdalen et attraktivt turmål for hytteeiere og lokalbefolkningen i regionen. En stor andel av de besøkende ønsker å følge tilrettelagte stier og løyper. Erfaringer fra Segla nord på Senja, der tilrettelegging medførte en økning fra et par hundre i 2005 til 6 000 besøkende på 3 år, har vist at nærområdene til Ånderdalen responderer på tilrettelegging og markedsføring. Dette gir forvaltningen mulighet til å styre mye av trafikken i og rundt Ånderdalen nasjonalpark.

Det høye antall besøkende på populære turstier tilsier at nasjonalparkstyret må gjøre aktive valg for å styre ferdsel. For å sikre og ivareta verneverdiene i nasjonalparken vil det å legge til rette for attraktive turer og attraksjoner til områder som kan tåle et høy ferdselstrykk, være med på å skjerme større deler av nasjonalparken. Å skjerme deler av nasjonalparken for økt trafikk vil i tillegg til å sikre leveområdene for tamrein og sårbare viltarter, gi et tilbud til besøkende som ønsker å oppleve mindre tilrettelagt natur, samt stillhet og ro.

Kanaliserings av ferdsel handler ikke kun om fysisk tilrettelegging. Hva som blir kommunisert ut til besøkende, reiselivsnæring og lokalbefolkning, er også viktige grep for å kanalisere ferdsel. Hvilke stier og områder som blir trukket fram, og hvilke områder som ikke blir kommunisert, er viktige tiltak i kanalisering av ferdsel. I tillegg vil informasjon og kunnskap om sårbarheten til viktige verneverdier være med på å øke forståelsen for at enkelte områder blir skjermet.

3.2.1.1 Tiltak

- Utvikle attraksjoner, utkikkspunkt og turer utenfor nasjonalparken
- Støtte opp om arbeidet med å etablere nasjonalparksenter/naturinformasjonssenter
- Gjennom informasjon, styre besøkende til områder som tåler høyt ferdselstrykk
- Tilrettelegge utvalgte stier innenfor nasjonalparken til å tåle et høyt ferdselstrykk.

Effekten av tiltakene skal være å:

- kanalisere ferdsel til turer og attraksjoner utenfor nasjonalparken
- gi besøkende en opplevelse av Ånderdalen nasjonalpark uten nødvendigvis å være innenfor nasjonalparken
- Kanalisere den ferdsel som er innenfor nasjonalparken til områder med stor ferdsel i dag
- skjerme områder med lite ferdsel slik at besøkende som ønsker stillhet og ro har gode turmuligheter
- skjerme viktige funksjonsområder med tamrein og vilt for økt ferdsel

Nasjonalparkstyret vil gjøre sitt beste for at det ikke skal bli konflikt mellom ulike brukergrupper. Det skal bl.a. utarbeides informasjon om tamrein/beitedyr i området og viktigheten av å ha hunder i bånd

I vedlegg 1 er det laget lokalitetsbeskrivelser av aktuelle områder for tilrettelegging og informasjon. Områdene er valgt ut fra hvor det allerede er stor ferdsel (jfr. kap. 2.2.2), og området er robust og takler mere besøk.

3.2.1 Utvikle en høy kvalitet på alle møtepunkt mellom besøkende og nasjonalparken.

Gode opplevelser for den besøkende er et mål i besøksstrategien. Merkevarerstrategien for Norges nasjonalparker gir et god og velfundert beskrivelse av hvordan vi kan framstå ovenfor besøkende. Ved å implementere Merkevarerstrategien for Norges nasjonalparker i møte mellom besøkende og Ånderdalen nasjonalpark, vil kommunikasjonen vi har ovenfor besøkende være av høy kvalitet, og samtidig være gjenkjennelig i forhold til andre nasjonalparker og profilering gjennom Innovasjon Norge.

Ved å utvikle randsonen med utkikkspunkt, turer, attraksjoner og naturinformasjonssenter vil vi kunne gi opplevelser av natur og Ånderdalen for nye grupper som ikke er så kjent med natur og nasjonalparker. Innenfor grensene til nasjonalparken skal fokuset for tilrettelegging rette seg mot tradisjonelle turgåere.

Lykkes besøksforvaltningen med å gi besøkende gode opplevelser vil dette være et viktig bidrag til lokalt næringsliv. Gjennom gode opplevelser og forbedret omdømme, vil dette gjøre det attraktivt for næringsaktører og arrangement å bruke Ånderdalen i sin markedsføring og produkt utvikling. Ved å kunne tilby autoriserte guider vil lokalsamfunnet kunne øke denne verdiskapingen ytterligere.

3.2.1.1 Tiltak

- Implementere merkevarerstrategien for Norges nasjonalparker på alle møtepunkt mellom besøkende og nasjonalparken.
- Jobbe videre med prosjektet som kartlegger og avklarer hvilke tilretteleggingstiltak som skal gjennomføres på eksisterende møteplasser mellom nasjonalparken og besøkende. I tillegg skal prosjektet kartlegge og avklare plassering og utforming på nye møteplasser mellom besøkende og nasjonalparken. Prosjektet skal omfatte både stistarter, utkikkspunkt, informasjonspunkt og naturinformasjonssenter.
- Fokuserer på tradisjonell friluftsliv og historisk bruk av nasjonalparken ved å definere nasjonalparken som villmark med liten grad av tilrettelegging. Etablere et prosjekt som gjør en tilstandsanalyse av gammene (4 stk) som ligger i randsonen og inne i nasjonalparken. Vurdere om disse skal istandsettes slik at brukerne har muligheter til å bruke gammene som åpne buer og på den måten få innblikk i tidligere tiders bruk av nasjonalparken.
- Bidra med kunnskap og ramme faktorer i forhold til å utvikle konseptet guidekurs, i et nært samarbeid og under ledelse av reiselivsnæringen selv.

Effekten av tiltakene skal være å:

- ønske besøkende «Velkommen inn» i møter med Ånderdalen nasjonalpark
- øke opplevelsen og omdømmet til nasjonalparken
- gjennom å bli ønsket «Velkommen inn» og et godt omdømme, gjøre det attraktivt for næringsaktører og arrangement å bruke Ånderdalen nasjonalpark i sin markedsføring og produkt utvikling.
- øke verdiskaping i og ved nasjonalparken i forbindelse med guidede turer.

3.2.3 Øke informasjon og synligheten av Ånderdalen nasjonalpark.

Reiselivskartleggingen viser at Ånderdalen nasjonalpark i liten grad blir brukt som arena for å utøve kommersiell virksomhet. Samtidig ser man at nasjonalparkstatusen i noen grad blir brukt for å markedsføre destinasjonene og arrangementer rundt Ånderdalen. Gjennom besøksforvaltningen ønsker vi å bygge videre på dette. Ved å tilby bilder og film som kan profileres på arrangement og ved destinasjonene er vi med på å forbedre omdømmet til Ånderdalen nasjonalpark og Senja i sin helhet. En aktiv rolle i informasjonsarbeidet gjør at forvaltningen selv sikre budskapet i kommunikasjonen av nasjonalparken.

Økt kunnskapen om naturverdier generelt og verneverdiene i Ånderdalen spesielt er viktige grep for å verne om naturen. Rundt forvaltningen av Ånderdalen er i dag flere tiltak som styrker bevisstheten om naturen rundt oss (se kap. 2.1.5). Disse tiltakene er rette mot lokalbefolkning, reiselivsaktører og skoler. Støtte opp om det pågående arbeidet, samt videreutvikle kunnskapsformidlingen, vil være viktige tiltak for å fremme stolthet, forståelse for vern og verneverdier i Ånderdalen nasjonalpark.

I forbindelse med markering av Ånderdalen nasjonalpark som 50-år i 2020 ble det utarbeidet en film i samarbeid med det tyske filmselskapet Filmfluss. Filmen kan du se [her](#)

3.2.3.1 Tiltak

- Økt synlighet på arrangement og i medier.
- Bygge opp en pool av film og bilder.
- Gå aktivt inn for å plassere informasjon om Ånderdalen nasjonalpark og merket for Norges nasjonalparker i medier og på arrangement.
- Utvikle en felles handlingsplan med Senja kommune og Visit Senjaregionen for bruk og utrulling av ny merkeprofil for Norges nasjonalparker.
- Kurs om naturverdier for lokale reiselivsbedrifter og lokalbefolkning.

Effekten av tiltakene skal være å:

- økt besøkendes bevissthet om at de er i område med nasjonalpark
- økt kunnskapen til besøkende om nasjonalparken
- gjøre det attraktivt for næringsaktører å bruke Ånderdalen i sin markedsføring og produkt utvikling
- skape lokalt stolthet og engasjement for natur- og kulturverdiene i Ånderdalen nasjonalpark.

4 Tiltaksplan

For å lykkes med besøksforvaltningen i Ånderdalen nasjonalpark er det nødvendig med en aktiv forvaltning. Hvilke type tiltak som skal settes inn hvor, og når, vil kunne endre seg alt etter hvordan behovet er. Rammevilkårene vil også legge føringer for hvordan tiltaksplanen utformes. Tiltaksplanen vil derfor være en dynamisk plan der en tenker langsiktig. Tiltaksplanen skal være 4-årig, men skal kunne rulleres årlig. Tiltaksplanen er vedlagt i excel-format (Vedlegg 2).

Litteraturliste

Birkeland, I., Kristiansen, G., Oddane, B., Arnesen, G. og Nilsen, K. W. 2010: Kartlegging av biologisk mangfold i Ånderdalen Nasjonalpark. Ecofact rapport 25. 76 s

Designmanual for Norges Nasjonalparker <https://designmanual.norgesnasjonalparker.no/>

Evju, M., Hedger, R., Nowell, M., Vistad, O.I., Hagen, D., Jokerud, M., Olsen, S.L., Selvaag, S.K. & Wold, L.C. 2020. Slitasje og egnethet for stier brukt til sykling. En feltstudie og en GIS-modell. NINA Rapport 1880. Norsk institutt for naturforskning

Forskrift om endring i verneforskrift for Ånderdalen nasjonalpark i Tranøy og Torsken kommuner, Troms fylke: <https://lovdata.no/dokument/LTI/forskrift/2018-06-22-987>

Johansen, K.S., Arnesen, G., Haugland, Ø. 2018. Basiskartlegging i utvalgte verneområder i Troms og Finnmark. Ecofact rapport 550

Klima- og miljødepartementet. 2016. Melding til Stortinget nr. 14. (2015-2016) Natur for livet. Norsk handlingsplan for naturmangfold.

Klima- og miljødepartementet. 2016. St.meld.nr. 18. (2015-2016). Friluftsliv- Natur som kilde til helse og livskvalitet.

Klima- og miljødepartementet. 2019. Handlingsplan for styrket forvaltning av verneområdene.

Norges nasjonalparkkommuner og nasjonalparklandsbyer. Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren Norges nasjonalparker.

Miljødirektoratet. 2015. Veileder for besøksforvaltning i norske verneområder. M-415/2015.

Miljødirektoratet. 2015. Veileder Innfallsporter, informasjonspunkt, startpunkt og utkikkspunkt. M-417.

Miljøverndepartementet. 2005. St.meld.nr. 21. (2004-2005). Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand.

Miljøverndepartementet. 2007.St.meld. nr. 26. (2006-2007). Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand.

Mimir AS. Masterplan Senjaregionen som attraktivt og bærekraftig besøksmål. Senja by invitation. 2020.

Nasjonalparker som turistattraksjoner

http://www.umb.no/statisk/ina/seminarer/Reiseliv/Haukeland_nasjonalparker.pdf

Norconsult. Landskapskartlegging Ånderdalen nasjonalpark. 2017. Landskap og geologisk mangfold i Ånderdalen nasjonalpark.

Sametinget. Undersøkelse av samiske kulturminner i Ånderdalen nasjonalpark. Befaringsrapport. Oddleif Mikkelsen. 2010.

Selvaag, S. K., Gundersen, V., Danielsen, G. & L. C. Wold. 2017 Brukerundersøkelse Ånderdalen nasjonalpark sommeren 2016. - NINA Rapport 1371. 77 s.

Snøhetta. 2015. Merkestrategi for Norges nasjonalparker. Miljødirektoratet

Senja næringshage og Ånderdalen nasjonalparkstyre. Ånderdalen nasjonalpark. Kartlegging av reiselivet i og rundt nasjonalparken. 2018

Troms fylkeskommune. Ånderdalen nasjonalpark. Tranøy og torsken kommuner. Registrering av kulturminner, kulturmiljø og eldre murer. Befaringsrapport Kulturetaten 2010.

Ånderdalen i ditt hjerte. Hans Kr. Eriksen. Norges Nasjonalparker bind 6. 1973

Norges nasjonalparker

Ånderdalen nasjonalpark kan beskrives som kontrastenes rike.

Ånderdalen nasjonalpark ligger på Senja og er vernet for å ivareta et mangfoldig nordnorsk kystlandskap. Fra de skogkledde dalene på innersida til de høge og ville fjellene som møter storhavet i vest. Nasjonalparken er et viktig område for biologisk mangfold og har gamle kulturhistoriske spor som gjenspeiler bruken av området.



Vandring i Ånderdalen nasjonalpark. Foto: Andre G Bonotto.

Kontaktinformasjon Ånderdalen nasjonalparkstyre

Telefon: +47 77642220 | +47 48 15 22 90
E-post: aanderdalen@statsforvalteren.no
Nett: www.anderdalennp.no
Post: Tranøyveien 1261, 9304 Vangsvik
Besøksadresse: Tranøyveien 1261, 9304 Vangsvik