

# Kommunikasjonsplan

## Folgefonna nasjonalpark

### Innhald

1. Bakgrunn.....	2
1.1. Kvifor plan for kommunikasjon .....	2
1.2. Behovet for ein kommunikasjonsplan.....	2
1.3. Forankring.....	2
2. Mål .....	3
3. Målgrupper.....	3
Lokalsamfunna.....	3
Reiseliv og besøkande .....	3
Born og unge.....	4
4. Bodskap og prinsipp for kommunikasjon .....	4
4.1. Verneområda .....	4
Reglar for ferdsel.....	5
5. Kanalar.....	5
5.1. Nettsider og sosiale media .....	5
Besøksretta nettsider .....	5
Folgefonna nasjonalparkstyre.....	6
Andre nettsider .....	6
5.2. Sosiale media.....	6
Mål for sosiale media .....	7
5.3. Media .....	8
5.4. Besøksmål og innfallsportar .....	9
Besøksmål .....	9
5.5. Skilt og informasjonstavler.....	12
5.6. Trykt informasjon.....	13
5.7. Foredrag, turar og kurs.....	13
6. Ansvar og oppgåvefordeling .....	13
6.1. Aktørar under merkevara.....	13
Oppgåvefordeling .....	15
7. Tiltak .....	16

# 1. Bakgrunn

## 1.1. Kvifor plan for kommunikasjon

Kommunikasjonsplanen for Folgefonna nasjonalpark er utarbeida med utgangspunkt i "Besøksstrategi for Folgefonna". Kommunikasjonsplanen er eit tillegg til besøksstrategien, og eit viktig dokument for å nå måla.

Ein kommunikasjonsplan er eit verktøy for å planlegge kva som skal kommuniserast til kven, når og korleis kommunikasjonen skal gå føre seg. Vi skal definere målgrupper og kva mål vi har med kommunikasjonen, og skildre budskapet ein vil kommunisere og korleis dette skal gjennomførast reint praktisk. Dette inkluderer val av kanalar som skal brukas, til dømes når det er mest hensiktsmessig å nytte nettsider, sosiale media, skilttavler eller andre former for kommunikasjon. Det er også viktig å definere kven som gjennomfører dei ulike tiltaka, og kven ein bør samarbeide med for å oppnå best resultat.

## 1.2. Behovet for ein kommunikasjonsplan

Å formidle natur- og kulturverdiane i nasjonalparken og landskapsvernområda på ein god måte er viktig både for å ta vare på verneverdiane. Ein ynskjer å sikre at folk som besøker området skal få ei god oppleving, og for å legge til rette for aktivitet, lokal verdiskaping og positiv utvikling i og rundt verneområda.

Kommunikasjonsplanen vil vere eit viktig supplement og vedlegg til Besøksstrategi for Folgefonna. Besøksstrategien kan du lese her ([lenke til nettside](#)).

## 1.3. Forankring

Verneområdestyret har ansvar for å forvalte verneområda i samsvar med internasjonale plikter, naturmangfaldlova og verneforskriftene for det einskilde verneområdet. Dette inkluderer også informasjonsarbeid.

I vedtekter for Folgefonna nasjonalparkstyre står fylgjande om informasjon i verneområde:

*"Som forvaltningsmyndighet skal styret i besøksstrategien vurdere behovet for særskilte informasjonstiltak. Styret er hovedansvarlig for informasjonstiltak og skal gjennomføre dette i henhold til Miljødirektoratets merkestrategi.*

*Styret har ansvar for at Naturbase er oppdatert inkludert henvisning til gjeldende forvaltningsplan og/med besøksstrategi. "*

Vedtektene for Besøkssenter nasjonalpark Folgefonna inneheld også føringar for informasjon i verneområda.

Kommunikasjonsplanen er utforma av nasjonalparkstyret Folgefonna nasjonalpark og styret for Besøkssenteret Folgefonna nasjonalpark.

## 2. Mål

Målet for kommunikasjonsplanen er å nå ut med besøksstrategiens målsettingar og strategiske val. På denne måten kan ein løfte fram bestemte område ved å gjere dei meir tilgjengeleg, samtidig som ein kan ta vekk oppmerksomheit frå sårbare område.

Måla for informasjon er skildra i besøksstrategien og er bygd på behovet skildra i verneforskrifter og i vedtektene til nasjonalparkstyret og besøkscenteret.

All informasjon om nasjonalparken skal følgje Merkevarerstrategien for Norges Nasjonalparker, utvikla av Miljødirektoratet. Der vi informerer på line med andre aktørar, både offentlege og private, skal vi søkje samarbeid med desse aktørane for å informere tilstrekkeleg og på ein god måte.

Tiltak for å legge til rette og informere skal haldast utanfor eller nært inn til grensene for verneområda og helst i nærleiken til eksisterande næringsverksemd som kan tilby varer og tenester til dei besøkande.

Informasjon om verneområda skal vere positiv i forma og å ha fokus på å legge til rette for framferd som ikkje skapar konflikt eller går ut over verneverdiane. Der det likevel oppstår konflikter skal ein ta i bruk avbøtande tiltak med god informasjon om kvifor tiltaka er naudsynte

## 3. Målgrupper

Den overordna målgruppa for kommunikasjonsplanen er alle som besøker nasjonalparken og verneområda. I besøksstrategien har vi definert tre hovudgrupper vi ønskjer å rette kommunikasjonen vår mot.

### Lokalsamfunna

- Vi skal skape stoltheit og begeistring for verneområda hos lokal busetting og lokale bedrifter
- Bidra til å auke lokal verdiskaping i bygdene rundt verneområda
- Bruke merkestrategien for Norges nasjonalparker
- Ta vare på næringsutøving som landbruk, jakt og fiske i verneområda
- Aktivitetar og tilrettelegging må ikkje vere i strid med verneføremåla eller skape unødige konflikter med landbruks- eller friluftslivsinteressene i området.
- Lokalbefolkninga er både gjester og viktige ambassadører for nasjonalparken og verneområda, og utgjør såleis ei viktig målgruppe

### Reiseliv og besøkande

- Besøkande skal få gode opplevingar i verneområda som er tilpassa deira ønskjer og forventingar
- Besøkande skal få god og tilpassa informasjon om verneområda i alle ledd av kundereisa

- Gjere reiselivet og besøkande meir medvitne om verneområda
- Legge til rette for betre samhandling mellom reiseliv og forvaltinga
- Å leggje til rette for å utvikle berekraftige og framtidretta reiselivsprodukt
- Besøkande skal få god informasjon om korleis dei skal te seg i naturen og i verneområda

## Born og unge

- Fleire born og unge skal få høve til gode opplevingar i verneområda, og få meir kunnskap om friluftsliv, natur og kulturtilhøve og lokal haustingskultur, som skal gje naturglede og auka forståing for vernet

# 4. Bodskap og prinsipp for kommunikasjon

Besøkande til området skal få auka kunnskap om området, samtidig som dei skal få gode opplevingar i området. Vi skal formidle informasjon om korleis ein bør oppføre seg i området, samtidig som ein skal inspirere og invitere til besøk. Det skal også takast omsyn til lokalbefolkning og landbruksdrift.

Vi vil fokusere på kva informasjon målgruppene ynskjer og treng om området, og prøve å formidle dette på ein enkel måte. Informasjonen må vere utan for mykje fagspråk og paragrafar. Den konkrete bodskapen må spesifiserast for kvart enkelt tiltak. Bodskapen skal formidlas i tråd med Merkevarerstrategi Norges nasjonalparker. Norsk er det prioriterte språket på skilt med engelsk og tysk som sekundærspråk.

## 4.1. Verneområda

Vi ynskjer å formidle natur- og kulturkvalitetane som ligg til grunn for vernet av dei ulike verneområda, samt informasjon om særskilte reglar og omsyn som må takast i verneområda. Historisk og notidig bruk av verdifulle kulturlandskap i alle verneområda er viktig å få fram. Vi skal formidle kunnskap om kulturminna i verneområda og deira historie og korleis vi tek vare på dei.

Folgefonna nasjonalpark:

I nasjonalparken skal vi vise tilnærma urørt natur, frå fjord til fonn. Vi skal vise fram det spesielle og representative når det kjem til geologiske og biologiske førekomstar i nasjonalparken. Det skal vere eit særskilt fokus på korleis breane og vassdraga formar landskapet både historisk, i notid og i ei framtid med eit klima i endring.

Landskapsvernområder:

I landskapsvernområda skal vi vise fram landskapet og kva prosessar som har vore med å forme det. Vernereglane for eit landskapsvernområde opnar ofte for meir aktiv bruk enn det som er akseptert i område verna som nasjonalpark eller naturreservat, men verneføremålet er ofte ikkje så ulikt. Forvalting av landskapsvernområda vil såleis ofte vere retta mot tiltak som skjøtsel av kulturlandskap

og tilrettelegging for friluftsliv og anna ferdsel. Det er viktig at vi viser korleis bruk og vern av områda skjer i samspel.

Naturreservat:

I Langebudalen naturreservat skal vi ha vekt på ein særst spesiell førekomst av varmekrevjande barlind som veks høgt og korleis den veks her.

## Reglar for ferdsel

Vi skal formidle informasjon om korleis folk bør oppføre seg i verneområda. I alle verneområda må det vere eit tydeleg budskap at friluftsliv føregår utan særleg teknisk tilrettelegging. Det er også viktig å kommunisere at vi ønskjer sporlaus ferdsel og viser korleis ein skal oppnå det som besøkande.

Dette inkluderer:

- omsyn til sårbar natur og til sårbare artar
- omsyn til landbruksdrift (smittefare, bandtvang, grunder)
- spesielle reglar i verneområda
- sporlaus ferdsel
- omsyn til kulturminne
- respekt for fastbuande

# 5. Kanalar

## 5.1. Nettsider og sosiale media

Internett vil i mange tilfelle vere første staden vi møter besøkande og folk som søker informasjon om verneområda våre.

### Besøksretta nettsider

[www.folgefonna.info](http://www.folgefonna.info)

Dei besøksretta nettsidene for Folgefonna nasjonalpark vert drifta av besøksenteret. Innhaldet er utarbeidd i samarbeid mellom besøksenteret og nasjonalparkstyret. Sidene formidlar informasjon om verneområda og aktivitetstilbod rundt Folgefonna nasjonalpark. Informasjonen er tilgjengeleg på norsk, engelsk og tysk. Nettsidene er lagt opp til å vere statiske med lite behov for vedlikehald undervegs. Det er ein e-postkonto knytt til nettsida som besøksenteret har ansvar for.

Fordelen med nettside som kommunikasjonskanal er at du kan nå folk når som helst og overalt. Det er plass til mykje informasjon, og du kan kommunisere på fleire ulike språk. Ulempa er at folk må søke aktivt etter den informasjonen vi tilbyr for å finne nettsida, og at ein konkurrerer med mange andre nettsider om merksemda til målgruppa.

Det er viktig med god kvalitet på tekstane og god søkemotoroptimalisering for at folk skal finne sida, og å halde informasjon på nettsida oppdatert og relevant for at folk skal bruke den. Det er også viktig å spisse informasjonen på nettsida mot den målgruppa vi ynskjer å nå.

## Folgefonna nasjonalparkstyre

(<https://www.nasjonalparkstyre.no/Folgefonna/>)

Nettsida skal gje informasjon om forvaltning av verneområda for grunneigarar, lokalbefolkning og andre som treng kontakt med nasjonalparkstyret. Her kan du finne dokument som verneforskrifter, forvaltningsplan, besøksstrategi og skjøtelsesplanar. Info om styret sitt arbeid og protokoll frå alle styremøta vil vere tilgjengeleg her. Det er her dokument som er på høyring vil bli lagt ut, og ein vil finne kontaktinfo til verneområdestyret og forvaltar. Dei besøksretta nettsidene viser til nasjonalparkstyret si heimeside i alle spørsmål knytt til søknader, regelverk og forvaltning. Det er forvaltar som vedlikeheld og oppdaterer desse nettsidene.

### Andre nettsider

**Fylkesatlas** vil vera eit nyttig verktøy i formidling av kunnskapen om området. Før fylkesatlas kan takst aktivt i bruk, må det oppdaterast med ny informasjon om blant anna stiar og mengde ferdsel på stiane.

**Ut.no** er ei viktig kjelde til informasjon om ulike turar. Informasjon om Folgefonna Den norske turistforeining jobbar no med ei oppgradering av ut.no, der dei mellom anna vil kvalitetssikre turane og legge ut informasjon om når ein tur går gjennom eit verna område. Verneområdeforvaltninga vil bidra inn i dette arbeidet.

**Grind.no** Kunnskapsbasen GRIND er Universitetet i Bergen sin portal for formidling av kunnskap om landskap og livsmiljø, henta frå forskarar ved Universitetet i Bergen og frå fagmiljø som Bjerknessenteret, Havforskningsinstituttet, forvaltningsmiljøa og musea på Vestlandet.

**VisitNorway/FjordNorway** Destinasjonsselskapa i regionen marknadsfører turmål i og rundt verneområda på ulike måtar gjennom hovudsida til Visit Norway. Det er viktig at besøkssenter og nasjonalparkstyret har ein god dialog med destinasjonsselskapa slik at informasjonen som vert lagt ut her er oppdatert og at turmål som vert marknadsførte er i samsvar med besøksstrategien.

### Andre aktører

I tillegg til aktørane nemnt over er det mange private reiselivsaktørar og bedrifter som er synlege representantar for verneområda våre på internett. Vi må ha ein klar plan for korleis verneområda vert kommunisert på andre plattformer enn våre eigne og korleis vi kan styre det. Her vil det til dømes vere stor mon i å ha med aktuelle aktørar på vertskapskurs og gjere dei medvitne på korleis dei formidlar verneområda gjennom sine kanalar.

## 5.2. Sosiale media

Ein av fordelane med sosiale media er at det er lett å nå mange på kort tid med budskapet vi ynskjer å formidle. Sosiale media eignar seg godt til å spreie nyhende lokalt, og til å leie folk vidare til meir informasjon på nettsidene. Å dele gode bilete og positive nyhende i sosiale medium kan bidra til å auke interessa for verdsarvområdet.

Sosiale medium skapar også utfordringar. Til dømes kan flotte bilete av eit område som ein person legg ut på Instagram eller Facebook spreie seg veldig fort og trekke folk til område vi ikkje ønskjer meir besøkt eller gje besøkt til område som ikkje er tilrettelagt for auka ferdsel. Det er derfor viktig med bevisst bruk av sosiale media og gjennomtenkte val av bilete og tekstar som vi legg ut.

## Mål for sosiale media

- Vi har felles konto for nasjonalparkstyret og besøkscenteret
- Stor takhøgde og fokus på positive og aktivitetsfremjande innlegg
- Nå dei som brukar verneområda og dei som er interesserte.
  - Doble antall følgjarar på eitt år
- Vi har jamn aktivitet på begge kontoar for å gjere oss meir synlege og vise våre verneområde og våre tilbod og partnerar

### *Ulike typar innlegg vi kan legge ut*

- Turtips/inspirasjon
- Dette skjer (på besøkscenter og innfallsportar, aktivitetar og arrangement)
- Reklame (produkt og aktivitetar i regi av besøkscenter)
- Kunnskap
- Forvalting (nyhenderrelevante styrevedtak, relevante synfaringar)
- Dele/reposte andre relevante innlegg

### *Krav til innlegg*

- Tekst og logo på bilete følgjer designmanual (Calibre)
- Kort og konsist budskap
- Gode bilete, helst ståande format
- Berre stadstag på innlegg som er viktige at når fram til folk som ikkje følgjer oss (t.d. viktig info om tryggleik og vernereglar)
- Dømer på bruk av emneknaggar #folgefonna nasjonalpark, #folgefonna nationalpark, relevant kommune og destinasjonsselskap, #norgesnasjonalparker, #miljodirektoratet (om relevant), tagge aktørar som er med på innlegget

### *Facebook*

(<https://www.facebook.com/visitorcentrefolgefonna nationalpark/>)

Facebook er verdas største sosiale medium og brukast for å publisere innhald og kommunisere med andre. For oss er det relevant å produsere innlegg som viser arrangement, biletalbum som viser turar og føretilhøve eller synfaringar og relevant informasjon som det er viktig at folk får med seg om dei skal inn i verneområda. Vi kan også dele relevante innlegg frå andre aktørar.

- Den som legg ut svarar på spørsmål og kommentarer med Folgefonna nasjonalpark som avsendar
- Besøkscenteret svarer på Messengerchatten, med mindre anna er avklart
- Vi vurderer fortløpande om eit innlegg bør marknadsførast for å nå fleire

### *Instagram*

(<https://www.instagram.com/folgefonna nasjonalpark/>)

Instagram er ein biletbasert kanal som med tagging av populære turmål har ført til ein voldsom auke i besøk på nokre stader i verneområda våre. Difor er det viktig at vi er til stades her med tydeleg og god informasjon. Vi skal nytte stadstaggning og tydeleg bruk av logo for verneområda, der det er stort

besøk og vi ønskjer å nå folk som ikkje har kunnskap om vernet. Vi skal la vær å bruke stadtag på stader som ikkje bør marknadsførast som turmål fordi dei ikkje er tilrettelagte for å takle stort besøk. Teksten til bileta bør vere så kort som mogleg. Helst to enkle setningar og nokre emneknaggar som kan hjelpe å nå mottakarane.

## 5.3. Media

Det er ofte saker og hendingar som media syner interesse for, og som dermed får plass i aviser, radio og tv. Andre gonger kan vi ha saker som vi syns skal få plass i slike media, og som vi difor må presentere på best mogleg måte for å få merksemd.

Pressemeldingar, reportasjar og kronikkar kan vere gode reiskap for kommunikasjon i det offentlege rom. Då må ein ha ein god plan for korleis formidle budskapen klart og tydeleg. Det som kan synast sjølvstøtt for oss som arbeider med saksfeltet til dagleg, er kanskje heilt ukjent land for journalisten som skal dekke saka, eller for lesaren/lyttaren som får nyhende.

Annonsar som fortel om aktivitetar som kurs, foredrag, innspelsmøte, turar og liknande er ein viktig kanal for å gjere tilboda våre kjente for interesserte deltakarar. Førehandsomtale av slike arrangement er ofte vanskeleg å få til, difor blir annonsering ein viktig kanal. Annonsering er også viktig for å få ut informasjon om forvaltningsdokument som er på høyring, og som folk kan gje innspel til.

### *Sjekkliste for mediehandtering*

- Klar rolledeling. Kven som til ei kvar tid skal vere talsperson må avtalast i kvar sak.
- Be alltid om å få korrekturlese reportasjar på førehand.
- Faktakunnskap/grunnleggande informasjon om vårt område bør ligge klart til å legge ved kommunikasjon med media.
- Gode illustrasjonar og bilete er viktige element - ha ei samling med slike lett tilgjengeleg.



## 5.4. Besøksmål og innfallsportar

Besøksmåla og innfallsportane er eit utval av stader med praktfull natur og spennande kulturelle høgdepunkt. På lista finn du naturstiar til flotte utsiktspunkt, kulturminne som avdekkjer Folgefonnhalvøya si fargerike historie, og spennande utstillingar som gjev verdifull innsikt.

### Besøksmål

Tilbodet må vere godt eller ha stort potensial.

Besøksmål	Status	Tiltak	Kontakt
Rullestad	Blir	Oppdatere skilt Oppdatere heimeside	Nina Kaltwasser, Åkrafjorden Oppleveling
Langfoss	Utgår	<u>Langfoss utgår som besøksmål, men blir innfallsport</u>	Nina Kaltwasser, Åkrafjorden Oppleveling
Malmanger prestegard	Utgår	Ikkje tilpassa besøk, lite/ingen info om nasjonalparken. Erstattas med ny tursti rundt Hattebergfossen.	Rosendalstiftinga
Geostien i Mauranger*	Blir	Oppdatere skilt Oppdatere geostibrosjyre Vurder merking av sti til Botnabrea <u>Undersøk med Statkraft om vegen kan nyttast av besøkjande</u> Vurder parkeringsplassen i Nordrepollen. Her står skilttavler og det er svært gjengrodd.	Statkraft, turlaget
Bondhusdalen	Blir	Send inn innspel til detaljreguleringsplan Bondhus/Sundal	3RW arkitekter
Steinparken i Rosendal	Blir	OK	Rosendalstiftinga
Turistvegen over Folgefonna <i>Tokheim - Sundal</i>	Blir	Oppdatere skilt	Ullensvang kommune

		<u>Undersøkja tilstand/avtale om parkering, toalett og informasjonspunkt i Tokheimslia</u>	
Buførevegen og pilgrimsvegen <i>Reisete – Botsvatn/Jondal</i>	Blir	Sjå besøksmålet i samanheng med «innfallsportar» Måge, Kvitno og Åse som beskrive i besøksstrategi. Området Hanakamb trendar på instagram.	Buførevegens venner v/Kåre Grønsnes
Fonna glacier ski resort	Blir	Nye skilt	Fonna Glacier Ski Resort, Stig Otto Mjelde
Herand – ei fjordbygd med fargerik historie	Blir	Oppdatere skilt	Kram Sjø, Stig Otto Mjelde
Buardalen	Blir	Ok	
Fjæra i Etne	NY	Erstattar Langfoss som går frå besøksmål til innfallsport.	Åkrafjorden Nature
Tursti rundt Hattebergsfossen	NY	Ny turveg med rasteplassar, godt merka og gode parkeringsmogelegheiter. Nye skilt som tar for seg landskapsvernområde og verneverdiar. Teng ikkje meir tilrettelegging.	Kvinnherad Kommune

## Innfallsportar

Om innfallsportar i Miljødirektoratet sin rettleiar M-414:

*“Tradisjonelt har begrepet innfallsport 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 ser Miljødirektoratet behov for at begrepet innfallsport 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 kani mange tilfeller utgjøre en fullverdig innfallsport og være et godt tilbud til den besøkende.*

*I det videre brukes derfor innfallsport om summen av utendørs tilrettelegging som møter og kanaliserer besøkende fram til en opplevelse av hele eller deler av verneområdet. En innfallsport 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.”*

Innfallsporatar Folgefonna nasjonalpark:

Innfallsporatar	Status	Tiltak	Kontakt
Langfoss	NY	<u>Kontakt må opprettast for å følgje prosessen.</u> Oppdatere heimeside når Langfoss er klar.	Nina Kaltwasser, Åkrafjorden oppleving
Agatunet	Blir	Gjennomgå avtale angående visning av biletspelet «Drama i Berg» Oppdatere skilttavler?	Hardanger Voss museum
Juklafjord*	Utgår	<u>Juklafjord er ikkje lenger turistinformasjon og informasjonscenter</u>	Åsmund Bakke, Juklafjord
Folgefonnsenteret	Blir	Oppgradering av utstilling	Folgefonnsenteret
Åkrafjordtunet	Utgår	Utgår etter at Langfoss er oppgradert Gjer avtale om utstillinga som står der i dag Oppdatere heimeside	Nina Kaltwasser, Åkrafjorden oppleving
Odda turistinformasjon	Blir	Oppdatere utstilling/infotavler?	Helene Olderkjær Lillebø Driftsansvarleg turistinformasjon Kultur, næring og samfunn  +47 412 37 176  <a href="http://www.ullensvang.kommune.no">www.ullensvang.kommune.no</a>
Jondal nasjonalparklandsby*	Status?	Oppdater heimeside og vurder eigen «fane» for nasjonalparklandsbyen. Det må lagast avtale om utstillinga som står på Juklafjord, og vurdere andre	Helene Olderkjær Lillebø Driftsansvarleg turistinformasjon Kultur, næring og samfunn

		tiltak dersom Jondal nasjonalparklandby skal vere ein innfallsport. Infotavler?	+47 412 37 176  <a href="http://www.ullensvang.kommune.no">www.ullensvang.kommune.no</a>
Besøkscenter Folgefonna nasjonalpark	Blir	Oppdater heimeside	<a href="http://www.folgefonna.info">www.folgefonna.info</a>

Frå besøksstrategien:

Nasjonalparkstyret ønskjer at tiltak og tilrettelegging har ein balansert geografisk fordeling med fokus på tilrettelegging der det er mykje besøk. Difor bør ein prioritere tiltak i desse områda:

- Sommarskiseret i Jondal
- Reisetete
- Buer
- Bondhus
- Rosendal
- Langfoss

## 5.5. Skilt og informasjonstavler

Skilt kan gje nødvendig og nyttig informasjon til folk på bestemte plassar.

Miljødirektoratet har utarbeida ein rettleiar for planlegging av innfallsportane til dei store verneområda i Noreg. Der vert ein innfallsport definert som summen av utandørs tilrettelegging som møter og kanalisere besøkande fram til ei oppleving av heile eller delar av verneområdet. Folgefonna nasjonalpark og landskapsvernområda rundt er eit stort område med mange naturlege innfallsportar.

Nasjonalparkstyret vil ha hovudansvaret for å utforme nye informasjonstavler, i samarbeid med besøkscenteret. Så langt det er mogleg vil eksisterande stativ bli brukt opp att. I vedlegg 1 finn du oversikt over alle eksisterande og planlagde skilt, sortert etter område.

Skiltarbeid blir i størst mogleg grad gjort i samarbeid med kommune, grendelag, interessegrupper, reisemålselskap, turlag og andre engasjerte aktørar. Arbeidet vil også sjåast i samheng med sti- og løypeplanane i kommunane. Ein god involveringsprosess vil vere med å skape eigarskap til skilta, og oppmuntre til samarbeid mellom ulike aktørar.

I hovudsak vil skilt bli plassert i sentrum, ved innfallsporten eller ved sti-start, og hovudformålet vil vere besøksstyring. Skilt i naturen i verneområda skal avgrensast i så stor grad som råd. Langs utvalde, mykje trafikkerte stiar der det er spanande natur eller kulturminne, kan det vere aktuelt med temaplakatar for å informere om kva ein ser. Desse må vere nøye gjennomtenkt og bør utformast og plasserast slik at dei er lite dominerande i terrenget.

## 5.6. Trykt informasjon

Brosjyrar og kart kan vere nyttige supplement til informasjon på skilt og på nett. Fordelen er at folk kan ta det med seg der dei er og ikkje treng tilgang til nett. Ei utfordring er kor folk skal få tak i den trykte informasjonen.

Miljødirektoratet arbeider saman med nasjonalparkstyret med å utarbeide ein kartbrosjyre for Folgefonna nasjonalpark.

## 5.7. Foredrag, turar og kurs

Den beste måten å formidle verdiar og kunnskap om verneområda er ofte ansikt til ansikt. Gjennom undervisningsopplegg med barnehagar og skular, aktivitetsdagar, turar og liknande arrangement når ein ut til lokalbefolkninga og skapar engasjement og auka kunnskap om verdsarvområdet og verneverdiane.

Foredrag og kurs for aktørar i reiselivet kan vere ein god metode for å nå ut til dei som kan formidle informasjonen vidare til mange besøkande. Vi arbeider med å lage eit opplegg for vertskapskurs og vil samarbeide med turistkontora og destinasjonsselskap om dette.

## 5.8 Naturvegleiing

Naturvegleiing er ein viktig del av formidlingsarbeidet på Besøkssenter Folgefonna nasjonalpark. Dei tre siste åra har det vore tilsett ein naturvegleiar i 100 % prosjektstilling med tiltaksmidlar frå Miljødirektoratet. Hovudoppgåva til naturvegleiar er å skape engasjement for Folgefonna nasjonalpark til ulike grupper, både i utstillinga og ute i felt. Formidlinga kan skje gjennom dei ulike kanalane lista opp over; SoMe, foredrag og kurs, turar og undervisningsopplegg. Det er difor naturleg at naturvegleiing er ein sentral del av formidlings- og kommunikasjonsarbeidet ved Folgefonna nasjonalpark.

# 6. Ansvar og oppgåvefordeling

## 6.1. Aktørar under merkevara

Ved siden av å ivareta verneformålet, skal aktørene være vertskap for naturopplevelser. I det ligger det en klar intensjon om at besøkende skal føle seg velkommen uansett hvilke forutsetninger man har for å besøke nasjonalparkene. Besøkende skal føle seg ivaretatt hele veien fra inspirasjon på nett til ekte naturopplevelser fra et utkikkspunkt, et startpunkt, på tur med en lokal aktivitetsleverandør eller et besøkssenter eller en nasjonalparklandsby eller nasjonalparkkommune.

Rundt Folgefonna nasjonalpark er det fleire aktørar som nyttar merkevara Norges nasjonalparker. Aktørane er lista opp under

- Nasjonalparkstyret
- Besøksenteret
- Jondal nasjonalparklandsby
- Ullensvang nasjonalparkkommune

#### *Folgefonna nasjonalparkstyre*

Folgefonna nasjonalparkstyre er forvaltingsmynde for Folgefonna nasjonalpark, dei fire landskapsvernområda Buer, Bondhusdalen, Ænesdalen og Hattebergdalen og Langebudalen naturreservat. I følgje Miljødirektoratet er det berre nasjonalparkstyret som skal nytte verneområdet sin logo på informasjon. Her listar dei opp døme på produkt som nasjonalparkstyret kan setje logo på:

- vegskilt
- kartplakat, hovudplakat for området og temaplakater
- kartbrosjyre og temabrosjyrer for området
- utkikkspunkt med tilhøyrande skilting, om besøksstrategi tilseier dette.
- klær til forvaltar
- portalskilt
- natursti
- informasjon inne i verneområda (skiltmal under utarbeidelse)
- nettside i merkevara si profil med avsenderlogo øvst



**Folgefonna  
nasjonalpark**



**Folgefonna  
nasjonalparkstyre**

#### *Besøksenter nasjonalpark Folgefonna*

Folgefonnsenteret i Rosendal er autorisert som Besøksenter for Folgefonna nasjonalpark og kan nytte merkevara. Døme på produkt som autoriserte besøksenter kan utarbeide (lista er ikkje uttømmende):

- vegskilt
- pylonskilt
- profileringsprodukt
- klede til tilsette
- flagg/banner
- temaplakatar
- temabrosjyre for senteret og andre tema
- nettside i merkevara si profil med avsenderlogo øvst



**Besøksenter  
Folgefonna nasjonalpark**

### *Nasjonalparkkommune*

Ullensvang kommune vart autorisert som nasjonalparkkommune i 2020. Hovudmålet for nasjonalparkkommunane er å skape verdiar for lokalsamfunn og næringsliv med utgangspunkt i nasjonalparkane (frå: Strategi Norges Nasjonalparkkommuner 2021-2026). Når du kjem til ein nasjonalparkkommune skal du få god informasjon om dei kringliggande verneområda, men det er nasjonalparkstyret sitt ansvar. Nasjonalparkkommunen kan informere om sitt eige tilbod, til dømes gjennom temaplakatar inne i sentrum med informasjon om nærturar og ulike aktivitetar kommunen kan tilby til lokal busetnad og tilreisande.



## **Ullensvang nasjonalpark- kommune**

Dømer på produkt som nasjonalparkkommunen kan tilby:

- Vegskilt
- temaplakatar med tilbod frå nasjonalparkkommunen
- flagg/banner
- brosjyrer med innhald kommunen definerer sjølv, kva har kommunen å tilby?
- Roll-ups, anten med verneområdelogo eller med logo for nasjonalparkkommunen
- nettside på kommunens eigne sider med informasjon om tilbudet som nasjonalparkkommunen har, anten det er nærturer, aktivitetar e.l.

Besøksstrategiske tiltak:

- vertskapskurs
- utvikling av nærturstiar
- utvikling av aktivitetar og tilbod i sentrum av kommunen

### *Jondal nasjonalparklandsby*

Når du kjem til ein nasjonalparklandsby skal du få god informasjon om dei kringliggande verneområda. Nasjonalparklandsbyen kan sjølv informere om tilbodet dei har i sjølve landsbyen. I Jondal er det Juklafjord som har vore sentrum og informasjonspunkt for nasjonalparklandsbyen, i tillegg til arrangement som landsbydagane som har vore arrangert årleg. Der det er status som nasjonalparkkommune og – landsby bør ein velje ein status å vise fram på kvart informasjonspunkt. Elles overlappar informasjonsbehovet mykje med det for nasjonalparkkommune.



## **Jondal nasjonalpark- landsby**

### **Oppgåvefordeling**

Frå besøksstrategien:

«2. Drift og vedlikehald av tilretteleggings og informasjonstiltak

Verneområdestyret ser det som naturleg at samarbeidspartnarar som turlag, friluftsråd og kommunar står som eigar og er ansvarlege for drift og vedlikehald av fysiske tilretteleggingstiltak som kjem på plass innanfor rammene til besøksstrategien. Verneområdestyret vil så langt det er mogleg gje økonomisk støtte til drift og vedlikehald av desse tiltaka. Ein føreset at avtale om drift og vedlikehald ligg føre før igangsetting. Verneområdestyret vil stå som eigar og være ansvarleg for drift og vedlikehald av informasjonsskilt og anna informasjonsmateriell.»

## 7. Tiltak

Tiltak/prosjekt		Ansvarleg/samarbeid	Når
Opprette ressursgruppe under merkevaren Med representanter frå innfallsportane med alle tre kommunar representert	Dialogmøte/planleggingsmøte før bestilling og etter tildeling. Haust- og vårmøte.	NPS, BS, NPK NPL og innfallsportar  Nasjonalparkforvaltar, besøkssenter og naturvegleiar	
Årleg møte med rådgjevande utval nasjonalparkstyret		Nasjonalparkstyret	
Skiltplan	Oppdatere og fornye	Nasjonalparkforvaltar og besøkssenter	2023
Innfallsportar og besøksmål	Oppdatere og fornye i hht kommunikasjonsplan		2023
Strategi for sosiale medier		Nasjonalparkforvaltar og besøkssenter	Vår 2023
Drifte og oppdatere nettsida til nasjonalparkstyret		Nasjonalparkforvaltar	Kontinuerleg
Drifte og oppdatere nettsida til besøkssenteret		Besøkssenter	Kontinuerleg
Vedta og revidere kommunikasjonsplan		Nasjonalparkstyret og styret for besøkssenter	Vedtak september 2022, revidere haust 2023