

Møteinnkalling

Utvalg: Nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen
Møtested: Kafeteriaen, Norsk Fjellmuseum, Lom
Dato: 07.11.2012
Tidspunkt: 11:00

Eventuelt forfall må meldes snarest på tlf. 948 80564 (Kari) eller 947 89 126 (Magnus).
Vararepresentanter møter etter nærare varsel.

Det blir sett av tid til gjennomgang av økonomi/reiserekningar/møtegodtgjersle.

Det blir gjeve ei orientering om planlagt ombygging ved Nasjonalparksenteret.

Merknad til sak 45/2012 om besøksstrategi:

Forslag til strategi finn de via denne linken

<http://www.fylkesmannen.no/fagom.aspx?m=53063&amid=3576434>

Tilsynsutvala i Luster og Vågå vil behandle strategien i månadsskiftet oktober / november. Deira innspel vil bli tilleggsdokument i saka, og blir gjennomgått og vurdert ved behandling i saka.

Med helsing

Kari Sveen
Nasjonalparkforvaltar

Saksliste

Utvalgs- saksnr	Innhold	Lukket	Arkiv- saksnr
ST 42/2012	Godkjenning av protokoll/innkalling		
ST 43/2012	Referatsaker		2003/4333
RS	Oppfølging av skjøtselsplanen på Gjendebu - rapport Miljøfaglig utredning		2012/6918
ST 44/2012	Re-autorisasjon av Norsk Fjellmuseum som nasjonalparksenter		2012/193
ST 45/2012	Besøksstrategi for Jotunheimen nasjonalpark		2008/6348
ST 46/2012	Nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen - Bestillingsdialog med Statens naturoppsyn 2013		2012/7019

ST 43/2012 Referatsaker

Oppfølging av skjøtselsplanen på Gjendebu - rapport Miljøfaglig utredning 2012/6918

Arkivsaksnr: 2012/193-0

Saksbehandlar: Kari Sveen

Dato: 24.10.2012

Utval	Utvalssak	Møtedato
Nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen	44/2012	07.11.2012

Re-autorisasjon av Norsk Fjellmuseum som nasjonalparksenter

Forvaltar si innstilling

Nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen støttar re-autorisasjon av Norsk Fjellmuseum som informasjonssenter for Jotunheimen nasjonalpark. Styret stiller seg positivt til planar om oppgradering av forvaltningsknutepunktet.

Saksopplysningar

Blant referatsakene i styremøte 22.08.12 var brev av 01.08.12 om utlysing av midlar til forvaltningsknutepunkt referert. I samband med dette vart det protokollført at styret er positivt til ein slik søknad til Direktoratet for naturforvaltning (DN).

Etter spørsmål frå Norsk fjellmuseum, vart det 14.09.12 sendt følgjande uttale etter styremøtet 22.08.12:

«Viser til spørsmål angående tilslutnad frå Nasjonalparkstyret ved re-autorisasjon av Norsk Fjellmuseum som nasjonalparksenter – jf. vilkår:

"Ved autorisasjon og re-autorisasjon av nasjonalparksentre forutsettes det et positivt vedtak fra vernemyndighet og kommune."

Nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen var ikkje klar over at vernestyresmakta skulle gjera nytt vedtak ved re-autorisasjon, men styret har i møte 22. august gjev positiv tilslutnad til at Norsk Fjellmuseum søker om midlar til oppgradering av forvaltningsknutepunktet på Fjellmuseet, jf. brev av 07.09.12. Dette viser at styret ser fjellmuseet som eit naturleg knutepunkt, og dette er nok i stor grad er knytt til museet si rolle som Nasjonalparksenter.

Styret har planlagt neste styremøte i slutten av oktober. Det kan eventuelt setjast opp som sak dersom det er ønskje om å få eit formelt vedtak her for ettersending.»

Vurdering

Norsk Fjellmuseum vart autorisert som nasjonalparksenter for Jotunheimen i 1997, og har i dag også status som nasjonalparksenter for Reinheimen.

Som autorisert nasjonalparksenter for Jotunheimen er Norsk Fjellmuseum si hovudoppgåve å formidle informasjon om Jotunheimen nasjonalpark, naturvern, naturvennleg friluftsliv og norsk natur.

Autorisasjonen i regi av DN – med krav til re-autorisasjon – er eit system for å sikre kvalitet ved dei ulike sentra. Norsk Fjellmuseum har ein viktig funksjon som informasjonssenter i høve til lokalbefolkning, skulane i regionen og dei mange turistane som vitjar området. Lom er eit trafikalt knutepunkt, der ferdselsårene Rv 15 og Fv 55 over fjella mot vest møtest, og har såleis ei strategisk god plassering i forhold til å kunne nå mange besøkande. Det blir også arbeidd med informasjonspunkt andre plassar rundt parkane, jf. det nyleg opna naturinformasjonssenteret for Reinheimen og Breheimen i samarbeid med Coop-butikken ved Dønfoss og andre enklare infopunkt med tavler. Ved fjellmuseet er det i dag kontorplass for mange aktørar, og ein har i tillegg eit ønskje om å tilby arbeidsplass til personar som driv feltarbeid i verneområda.

Det breie kompetansemiljøet som i dag er samla ved Norsk Fjellmuseum gjer at besøkande kan treffe fleire av aktørane som opererer i Jotunheimen og fjellområda rundt. Det har gått ein del år sidan bygget stod ferdig og ei oppgradering opp mot dagens krav til kontorfasilitetar vil vera viktig for å vidareutvikle senteret som informasjonspunkt og møteplass for forvaltninga og dei ulike brukarane elles.

Arkivsaksnr: 2008/6348-0

Saksbehandlar: Kari Sveen

Dato: 13.09.2012

Utvalg	Utvalgssak	Møtedato
Nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen	45/2012	07.11.2012

Besøksstrategi for Jotunheimen nasjonalpark

Forvaltar si innstilling

1. Nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen vurderer besøksstrategien som eit godt gjennomarbeidd dokument, og godkjenner denne med nokre justeringar som følgjer av innspel i høyringsrunden – jf. saksbehandlar sine merknader til innkomne uttaler – og tilleggspunkt til handlingsplanen i kap. 12.2.
2. Styret og sluttar seg til tilrådingane i det utarbeidde forslaget til besøksstrategi, og vil særleg framheve det som står i følgjande kapittel:
 - 9.3 – *Prinsipper for framtidig informasjonsarbeid i Jotunheimen*
 - 10 – *Tiltak for å ta vare på naturverdiene*
3. Nasjonalparkstyret meiner at det overordna ansvaret for informasjon må liggje til dei som forvaltningsstyresmakt, og vil i sitt arbeid leggje vekt på tett samarbeid og god rolleavklaring i høve til andre aktørar som driv informasjon – i første rekkje informasjonssentra og Statens Naturoppsyn. God dialog med fjellstyra, reiselivsnæringa og andre brukarar av parken vil og vera viktig for å ivareta ulike interesser i samband med den vidare utviklinga av informasjonsopplegget.
4. For sikring av verneverdiar og berekraftig bruk av verneområda må driftsbudsjettet sikre at ein har resursar til nødvendig overvaking av villreinen og til tiltak for erosjonssikring og reparasjon av stignettet. Dei mest utsette rutene krev årleg oppfølging, og kap. 12.1 blir oppdatert i forhold til registrerte behov.
5. Nasjonalparkstyret sluttar seg til pkt. 12.2 i forslaget til handlingsplan, med følgjande tillegg:
 - Fornyng og eventuell utviding av utstillingar og naturretteleartiltak koordinert og/eller sett i verk via Nasjonalparksenteret for Jotunheimen nasjonalpark.
6. Følgjande tiltak blir prioritert for gjennomføring i 2013 via bestillingsdialogen:
 - Timesopplevingar, naturstig/informasjon Gjendesheim og Utladalen 400.000,-

- Dagsopplevingar, forarbeid i regi av forvaltarane i samarbeid med andre aktørar
- Planlegging for tilrettelegging av rasteplassar ved innfallsportane 70.000,-
- Standardisering av informasjonstavler og plakatar frå forvaltninga 200.000,-

Saksopplysningar

Saksdokument

- Utkast til besøksstrategi – høyringsbrev av 27.03.2012
- Direktoratet for naturforvaltning – uttale 24.05.2012
- Tilsynsutvalget for Jotunheimen nasjonalpark – uttale 25.05.2012
- NHO Reiseliv Innlandet – uttale 29.05.2012
- Norsk Fjellmuseum – uttale 11.06.2012
- Statens landbruksforvaltning – uttale 15.06.2012
- Lom fjellstyre – uttale 18.06.2012
- Lom kommune – uttale 27.06.2012

Forslag til besøksstrategi vart sendt til høyring ved brev av 27.03.12, der det er gjort nærare greie for bakgrunnen:

«Herved sendes besøksstrategien for Jotunheimen nasjonalpark og Utladalen landskapsvernområde på høring. Strategien er utarbeidet som en del av "Bruk-vern"-prosjektet hos Fylkesmannen i Oppland. Dette er et tre-årig prosjekt fra 2009-2011, som har vært støttet økonomisk av Direktoratet for naturforvaltning og Landbruks- og matdepartementet. Strategien er utarbeidet i samarbeid med Fylkesmannen i Sogn og Fjordane og SNO Jotunheimen. Sluttfasen av arbeidet med strategien har sammenfalt med at lokale forvaltningsstyre for nasjonalparkene er opprettet, dvs. at forvaltningsmyndigheten for Jotunheimen nasjonalpark og Utladalen landskapsvernområde er overført fra Fylkesmennene i Sogn og Fjordane og Oppland til Jotunheimen nasjonalparkstyre. For å få til en mest mulig smidig overgang av forvaltningsarbeidet, bl.a. for å få høringen ferdig til budsjettdiskusjonene for 2013, sendes strategien ut på høring fra de to Fylkesmennene. Dette skjer i forståelse med det nye nasjonalparkstyret for Jotunheimen. Vi vil derfor presisere at det er Fylkesmennene som har ansvaret for innholdet i høringsutkastet. Det er imidlertid det nye nasjonalparkstyret for Jotunheimen som skal sluttbehandle og godkjenne strategien. Dette vil skje etter at de innkomne høringsuttalelsene er oppsummert. Høringsuttalelsene blir derfor en viktig del av beslutningsgrunnlaget for det nye nasjonalparkstyret når de skal sluttbehandle strategien.»

Strategien har vore offentleg tilgjengeleg via Fylkesmannen si nettside www.fylkesmannen.no/Jotunheimen

Det kom inn 6 uttalar til besøksstrategien, og under følgjer ei oppsummering med merknader:

Uttalepart – innspel	Merknader frå saksbehandlar
<p><u>Direktoratet for naturforvaltning</u> <i>«Direktoratet for naturforvaltning er godkjenningsmyndighet for forvaltningsplaner for nasjonalparkene. De siste årene har det blitt mer ressurser til forvaltningsarbeid, herunder vurdering av behov for tilrettelegging og besøkshåndtering i nasjonalparkene. Gjennom arbeidet som skal startes opp i direktoratet med en merkevarestrategi for nasjonalparkene er det foreslått utvikling av en nasjonal mal for besøksstrategier som en del av prosjektet. Besøksstrategiene vil være et nyttig verktøy for forvaltningsmyndigheten og direktoratet ser for seg at utarbeidelse av besøksstrategier i årene framover i størst mulig</i></p>	<p>Punkt om felles grafisk profil og skiltmalar blir innarbeidd under kap. 9.3 i sluttdokumentet.</p> <p>Det er også påpeika i utkastet kap. 12.2 at informasjonstiltak i Jotunheimen skal tilpassast framdrift og innhald i det</p>

<p><i>grad blir knyttet til forvaltningsplanarbeidet. Nye strategier bør derfor i framtida følge saksbehandlingsrutinene med faglig gjennomgang og endelig godkjenning av direktoratet. Besøksstrategien for Jotunheimen er den første i sitt slag for våre norske nasjonalparker, og direktoratet ser at det er laget et godt og grundig dokument som kan være til stor nytte for videre arbeid med besøkshåndteringen i nasjonalparken. Direktoratet ønsker å vise til at det er utarbeidet felles grafisk profil og skiltmaler som skal brukes i informasjonsarbeidet med nasjonalparkene, dette kunne gjerne vært nevnt i strategien. Prosjektet med merkevarestrategi vil også se på behovet for felles internettsider, i tillegg til at det også har blitt utviklet egne internettsider for nasjonalparkstyrene. Besøksstrategien er et gjennomarbeidet og godt dokument som vi håper nasjonalparkstyret for Jotunheimen vil ha nytte av i sitt videre arbeid med forvaltningen av Jotunheimen nasjonalpark.»</i></p>	<p>nasjonale prosjektet om merkevare- og kommunikasjonsstrategi.</p> <p>Det kan vera nyttig med ein enkel revisjon / oppdatering av besøksstrategien når prosjektet med merkevarestrategi og vurdering av behov for felles internettsider er klart.</p> <p>Internettsida for Jotunheimen nasjonalparkstyre følger den felles malen frå DN.</p>
<p><u>Tilsynsutvalget for Jotunheimen nasjonalpark – Lom:</u> <i>«Utkastet til besøksstrategien for Jotunheimen er ei nyttig oppsummering om trafikkutviklinga i Nasjonalparken, kva som finst av merking og informasjon i og ved parken, og kva tiltak som er gjort i seinare tid. Den trekkjer opp linene for arbeidet framover, og vil vera ei nyttig rettesnor og eit arbeidsdokument for dei tiltaka som skal gjennomførast den neste femårsperioden. Dersom trafikkutviklinga i og ved parken tek eit anna spor enn forventa, må det likevel vera høve til å justere handlingsplanen og investeringane i tråd med dette.</i></p> <p><i>Til dei enkelte punkta er det desse merknadene:</i></p> <p>9.4.2 Gjennomgang av skilting. <i>Skilting i og rundt parken, og nasjonalparkmarkørar må samordnast nasjonalt, slik at det vert tilnærma den same malen for alle verneområde i landet. Det er ressursløsing og dårleg merkevarebygging viss dette skal utformast for kvart einskildverneområde.</i></p> <p>12.1 Tiltak som del av ordinære driftsoppgaver. <i>Tilstandsvurderinga av stigar må skje kontinuerleg. Plutseleg erosjon kan gjera det nødvendig med raske tiltak for å bøte på skadene, og avverge at skadene raskt forverrar seg. Tilsynsutvalet viser til handlingsplanen og vil spesielt peike på at det er svært viktig at det blir oppfylgt med nødvendige bevilgningar både på stutt og lang sikt, for å kunne gjennomføre dei foreslegne tiltaka. Ut over dette er det ikkje spesielle merknader til utkastet.»</i></p>	<p>Ang. skilting: Sjå merknad over om skiltmal og felles grafisk profil.</p> <p>Ang. Tilstandsvurdering: Skissert handlingsplan legg vekt på at slitasje/erosjon skal følgjast opp som ein del av drifta. Dialog med SNO tilseier kontinuerleg eller årleg tilstandsvurdering av dei mest trafikkerte rutene. Kap. 12.1 – <i>Tiltak som bør inn som del av de ordinære driftsoppgavene</i> – blir justert opp i høve til det registrerte behovet, og ikkje berre som rutineoppgåve kvart 5. år. Det blir som ledd i bestillingsdialogen presisert nærare kva beredskap og løyvingar ein ser behov for på ulike ruter.</p>
<p><u>NHO Reiseliv Innlandet</u> <i>«NHO Reiseliv Innlandet støtter de beskrevne mål og hovedstrategier. Det foreliggende utkast drøfter og anbefaler tiltak som gir reiselivsnæringen og lokalsamfunnet muligheter for økt verdiskaping. Løpende brukerundersøkelser og evaluering av satte mål vil kunne gi næringslivet nyttige innspill til produktutvikling og markedsføring. I den sammenheng er dokumentet i seg selv et nyttig innspill. Nasjonalparkene er ikoner i norsk reiseliv, og når det i dokumentet understrekes at man ønsker å gi de besøkende en kvalitetsopplevelse, så samsvarer dette med NHO Reiselivs uttrykte syn. I forhold til utenlandske nasjonalparker brukes det i</i></p>	<p>Det er positivt at NHO sluttar seg til innhaldet i strategien – dette viser at ein har ei felles forståing av korleis samspelet mellom næringsutvikling og verneområdeforvaltning kan vera.</p> <p>Ein kan lett slutte seg til ønsket om ei raskare realisering av infrastruktur-</p>

<p><i>Norge beskjedne midler på forvaltning. På dette området har utkastet et for beskjedent ambisjonsnivå. Det er uakseptabelt å måtte vente minst 10 år på at den grunnleggende infrastrukturen for besøkende skal komme på plass. De beskrevne tiltak vil kunne være et vesentlig bidrag til økt omsetning og lønnsomhet for mange reiselivsbedrifter i distriktene, men de må realiseres langt raskere enn innenfor en tidsramme på + 10 år.»</i></p>	<p>tiltak, men ser det likevel nødvendig å ha ei realistisk tilnærming i høve til det ein forventar av tilførte årlege ressursar.</p>
<p><u>Norsk Fjellmuseum</u> – nasjonalparksenteret for Jotunheimen og Reinheimen – sluttar seg til besøksstrategien for Jotunheimen, og trekkjer innleiingsvis opp sentrale mål og retningslinjer for autoriserte nasjonalparksenter, jf. føringar i <i>DN Rapport 2005-1, "Policy og retningslinjer for miljøforvaltningens samarbeid med nasjonalparksentrene"</i>.</p> <p>Norsk Fjellmuseum viser i sin uttale til at «<i>autoriserte nasjonalparksenter er ein av forvaltninga sine informasjonskanalar for å nå fram til dei besøkande, og ein vesentleg kommunikasjonskanal for å nå fram til dei besøkande i ulike fasar av reisa både før, under og etter turen til nasjonalparken. Med bakgrunn i dette meiner vi at strategien kunne vært tydlegare i forhold til konkrete ansvarsfelt og arbeidsoppgåver forvaltninga ønskjer at nasjonalparksenteret skal gjennomføre og ta.</i>»</p> <p>Det er i uttalen vidare konkrete kommentarar til enkelte punkt: s. 20. 5.4 og s. 21, kap 6 første avsnitt. «<i>Nasjonalparksenteret kan ha ei pådrivarrolle mot reiselivet. Jotunheimen nasjonalparksenter har reiselivskompetanse men ikkje økonomiske ressursar. Ei løysing kan være tenestekjøp.</i>»</p> <p>s. 22. figur 10. «<i>Nasjonalparksenteret formidlar i dag informasjon gjennom alle fasane i modellen, via internett, trykt materiell og personleg formidling. Vi har ca 30 000 på besøk i nasjonalparksenteret kvart år. Viktig spørsmål i denne samanheng er korleis forvaltninga kan bruke nasjonalparksenteret enda meir effektivt som kommunikasjonskanal for å påverke og nå fram til dei besøkande.</i></p> <p>s. 23 prioriterte tiltak, 5. avsnitt. «<i>Ulykker og redningsaksjonar tilseier at informasjon vil være viktig framover. Relevant informasjon til rett målgruppe er eit viktig verkemiddel for å førebyggje ulykker. Problemet er å ha tilstrekkelig kunnskap om målgruppa og kven som blir utsett for ulykker i fjellet. Ulykkesstatistikken i Noreg er ikkje eintydig og ein stor jobb å tolke fordi ulykker i fjellet vert meldt inn til ulike sentralar (Anders K. Nordnes, Nord-Gudbrandsdal alpine fjellredningsgruppe/NORTIND). Det vil være ei viktig oppgåve for forvaltninga å bidra til å skaffe meir kunnskap om kven som er utsett for ulykker i fjellet, og kan være med som prioritert tiltak.</i>»</p> <p>s. 25 «<i>Lom Nasjonalparklandsby og Norsk Fjellmuseum er ein viktig innfallsport av nasjonal betyding.</i>»</p> <p>s. 33 9.2 og 9.2.1. «<i>Presisering: Norsk Fjellmuseum er autorisert nasjonalparksenter for Jotunheimen. Utladalen Naturhus er ikkje autorisert som</i></p>	<p>Norsk Fjellmuseum peikar på eit sentralt punkt om rolleavklaringar. Dette er også framheva i strategien kap. 9.3, og ein kjem attende til dette under samla vurdering og tilråding.</p> <p>Det er litt uklart korleis pådrivarrolla er tenkt. Spørsmålet blir nærare drøfta i samband med arbeid med rolleavklaringar.</p> <p>Det vidare samarbeidet mellom forvaltning og informasjonscenter vil synleggjera korleis aktørane kan utfylle einannan i høve til service overfor brukarane.</p> <p>Relevant informasjon for å førebyggje ulykker og redningsaksjonar er viktig, men ein kan ikkje sjå at kartlegging av ulykker i fjellet er ei oppgåve som nasjonalparkforvaltninga skal ta på seg som eit prioritert tiltak. Dette er ei generell utfordring, og ikkje noko som gjeld spesielt for verneområda.</p> <p>Merknaden blir innarbeidd på side 25.</p> <p>Teksten på s. 33 blir oppdatert.</p>

nasjonalparksenter men har ei samarbeidsavtale med Norsk Fjellmuseum og kan kalle seg avdeling under nasjonalparksenter for Jotunheimen.»

s. 33, 9.2.3.

«Nasjonalparksenteret Norsk Fjellmuseum tilbyr naturveiledning i dag overfor barnehagen, skulen (4., 5., 9. klasse) og turistar (faste grupper og tilfeldige). Tilbyr naturstigen "Rådyrtrakk" med start og stopp på nasjonalparksenteret.»

s. 35, 9.3

«Tydeliggjør at ansvarsavklaring er viktig når informasjonsansvaret i utgangspunktet er spreidd på fleire aktørar.»

s. 39. 9.4.4

«Det er viktig at forvaltninga følger med på sosiale medier og har ei offensiv holdning til toveis kommunikasjon på internett. Sosiale medier er ein effektiv kanal for å påvirke direkte og gi raske attendemeldinger dersom det er nødvendig. Besøkende bruker sosiale medier utstrakt for å publisere sine opplevingar i norsk natur.»

s.43 11.1.2.

«Barske Glæder i Lom – utviklingsprosjekt i samarbeid med andre aktørar»

s. 45 11.1.5

I tillegg er Norsk Fjellmuseum nasjonalparksenter for Reinheimen nasjonalpark og foreslått som nasjonalparksenter for Breheimen. Dette er ei styrke for fagmiljø og kompetansesenteret.

Som sluttkommentar viser Norsk Fjellmuseum til DN sin rettleiar, der behovet for rolleavklaringar mellom dei sentrale informasjonsaktørane nasjonalparkforvaltning, SNO og nasjonalparksenter blir påpeika – jf DN-rapport 2005-1, s. 11, der dette blir omtala slik: *"Både forvaltningsmyndighet, oppsyn og nasjonalparksentrene har oppgaver innen informasjonsformidling og veiledning om nasjonalparker og andre verneområder. Behovet for å klargjøre ansvarsfordelingen mellom de ulike informasjonsaktorene, er blitt tydelig. På generelt grunnlag vil det ikke være aktuelt at sentrene overtar ansvar og oppgaver fra forvaltningsmyndighet og oppsyn. Derimot kan aktuelle oppgaver overføres fra forvaltningsmyndighet og oppsyn til nasjonalparksenteret dersom dette er hensiktsmessig og senteret har kapasitet og kompetanse til å ivareta oppgavene."*

Norsk Fjellmuseum avsluttar sin uttale med at ein *«er svært positiv til at samarbeid med reiselivet er eit sentralt punkt i besøksstrategien, og at informasjon skal være brukarstyrt med bakgrunn iblant anna brukarundersøkingar over tid. Men for å lukkast med den eksterne kommunikasjon med besøkjande og reiselivet meiner Norsk Fjellmuseum og at det må liggje til grunn ein god intern kommunikasjon og rolleavklaring mellom ansvarlege informasjonsaktørar som forvaltning, nasjonalparksenter og statens naturoppsyn. Besøksstrategien kan legge føringar for ei slik ansvarsavklaring. Nasjonalparksenteret Norsk Fjellmuseum kan bidra med kompetanse, og ønskjer å vera ein aktiv samarbeidspart for forvaltninga og andre aktørar kring Jotunheimen.»*

Kap. 9.2.3 blir oppdatert

Bruk av sosiale media blir nærare vurdert etter kvart som ein haustar erfaringar med ny forvaltningsmodell. Korleis ein eventuelt opptrer i høve til sosiale media kan også drøftast når roller skal avklarast.

«Barske Glæder» er eit fast årleg opplegg retta mot unge, og blir lagt til i teksten

Teksten i kap. 11.1.5 blir oppdatert i tråd med merknaden.

Spørsmål om rolleavklaring blir nærare omtala under samla vurdering.

<p><u>Statens Landbruksforvaltning:</u> SLF er med i ressursgruppa for «Naturarven som verdiskaper» og meiner besøksstrategien kan ha overføringsverdi for fleire verneområde. Viser til at mange gardsbruk har kombinert drift med reiseliv og at det er viktig å involvere desse lokale smånæringane i kompetanse- og samarbeidstiltak for reiselivet.</p>	<p>Gardsturisme og aktivitetar knytt til landbruket er ein naturleg del av det lokale reiselivet rundt Jotunheimen/Utladalen</p>
<p><u>Lom Fjellstyre</u> «Auka satsing og opprusting av innfallsportane til nasjonalparken kan ha betydning for dei bruksberettiga i fellesbeiteområde som Veodalen, ved Gjende og i Leirdalen. Beitedyra er viktige for å ivareta kulturlandskapet, og tiltak som blir gjort må ikkje vere til hinder for den tradisjonelle beitebruken. Å ivareta kulturlandskapet er eit viktig delmål med nasjonalparken og tiltak for å styre ferdselen til eller i nasjonalparken må ikkje vera konfliktfylt i høve til beiteinteressene. Ut over dette er det ikkje spesielle merknader til utkastet.»</p>	<p>Beitebruk og hausting av ressursar skal framleis ha sterkt fokus i forvaltninga, og ein vil heile tida vektleggje å finne gode løysingar som i størst mogleg grad tek omsyn til dei ulike brukargruppene i verneområda.</p>
<p><u>Lom kommune</u> «Lom kommune sluttar seg til hovudinnhaldet i framlegget til besøksstrategi for Jotunheimen nasjonalpark og Utladalen landskapsvernområde, med følgjande tillegg/endingar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Timesopplevingar bør samordnast og koordinerast med Statens Vegvesen si satsing knytt til Nasjonale Turistvegar. • Viktig med ei kontinuerlig oppfølging av innfallsportane, i tillegg til ein større evaluering kvart 5. år. • Det er naudsynt å få på plass ein hovudaktør med ansvar for informasjon om Jotunheimen nasjonalpark og Utladalen landskapsvernområde. • Ein internettportal som integrerer brukarretta og forvaltningsretta informasjon bør vurderast. Ein nasjonal mal hadde vore sterkt ønskeleg, både for informasjonsmateriell, skilt og heimesider.» 	<p>Ang. timesopplevingar ved innfallsportane: Det er forslag om prioritering av slik tilrettelegging både ved Gjende og på Sognefjellet.</p> <p>Kontinuerleg oppfølging er kommentert ved uttale frå tilsynsutvalet.</p> <p>Samordna informasjon og felles mal er kommentert også av DN og Norsk Fjellmuseum – sjå også samla vurdering.</p>

Etter høringsfristen kom det fram at ikkje alle tilsynsutvala hadde kome med på adresselista i høringsbrevet. I møte med fagleg rådgjevande utval den 21. september vart hovudtrekka i strategien presentert, og det vart opna for at tilsynsutvala som ikkje stod på adresselista kunne gje sine innspel til nasjonalparkforvaltarane innan utgangen av oktober.

Vurdering

Besøksstrategien set fokus på korleis ein kan gje alle som vitjar nasjonalparken ei best mogleg oppleving, og leggje til rette for berekraftig næringsutvikling utan å forringe verneverdiane. Informasjon og sikring av berekraftig bruk er såleis hovudtema i forslag til handlingsplan. Prioritering av tiltak i strategien må vurderast opp mot gjeldande forvaltningsplan, men også opp mot føreliggjande forslag til revidert forvaltningsplan – som framleis er ligg til behandling for endeleg godkjenning i Direktoratet for naturforvaltning.

Andre sentrale dokument er St.meld. nr. 26 (2006-2007) – *Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand* – med fokus på sikring av biologisk mangfald og berekraftig bruk, og regjeringa sin nye reiselivsstrategi – *Destinasjon Norge* – som set fokus på natur- og kulturarv som grunnlag for verdiskaping.

Informasjon – rolleavklaring

Besøksstrategien kap. 9.3 – *Prinsipper for framtidig informasjonsarbeid i Jotunheimen* – slår fast at «Hovedansvaret for forvaltningens informasjonsarbeid bør legges til én aktør». På grunnlag av dette må Nasjonalparkstyret og sekretariatet i dialog med dei ulike aktørane

sørge for å få avklara roller i høve til den nye forvaltningsordninga som nå er sett i kraft. Nasjonalparkstyret må ha det overordna ansvaret for forvaltninga av parken, medan SNO har utøvande oppgåver knytt til oppsyn, skjøtsel og informasjon til brukarane i felt. Som autorisert nasjonalparksenter for Jotunheimen er Norsk Fjellmuseum si hovudoppgåve å formidle informasjon om Jotunheimen nasjonalpark, naturvern, naturvennleg friluftsliv og norsk natur.

I DN- håndbok nr. 17 står m.a. at miljøforvaltninga har som visjon at nasjonalparksenteret gjennom si informasjonsformidling om norsk natur, kultur og friluftsliv skal bidra til:

- *Å skape begeistring og ansvarfølelse for naturen.*
- *Å skape forståelse for sammenhengen mellom menneske, natur og landskap.*
- *Å inspirere til å ta naturen i bruk til naturvennlig friluftsliv og rekreasjon.*
- *Sikker og trygg ferdsel i naturen.*
- *At bruken av verneområder ikke kommer i konflikt med verneformålet.*
- *At reiselivsutvikling (i og utenfor verneområdene) skjer på naturens premisser.*
- *At mulighetene for næringsutvikling (i og utenfor verneområdene) skjer på naturens premisser.*

Dette tilseier at eit nasjonalparksenter er tillagt ei noko anna rolle enn den forvaltninga har når det gjeld informasjon, og skiljelinene må avklarast nærare i vidare dialog om rolleavklaring.

Sikring av verneverdiar og berekraftig bruk av vernområda:

Ifølgje strategien er slitasje på enkelte stigar og uroing av villreinen i Vest-Jotunheimen hovudutfordringar knytt til bruken. Oppfølging av desse spørsmåla må skje gjennom tiltak som inngår i dei ordinære driftsoppgåvene. I strategien er det sett fram forslag om følgjande:

<i>Oppgave</i>	<i>Finansiering</i>
Kompetanse- og samarbeidstiltak for reiselivsbedriftene ²	Inkluderes i ordinær drift for forvaltningsapparatet
Helårsansatt naturveileder ved forvaltningsknutepunktet og 2 sesongansatte naturveiledere	Bør inn på SNOs driftsbudsjett.
Årlig oppdatering av informasjonspermen til reiselivsbedriftene	Inkluderes i ordinær drift for nasjonalparkforvalterne.
Hvert 5. år: Tilstandsvurdering av stier mht. sikkerhet, slitasje og erosjon	Forvaltningsbudsjettet/bestillingsdialogen med SNO.
Hvert 10. år: Brukerundersøkelser	Forvaltningsbudsjettet/bestillingsdialogen med SNO.

Innspel frå SNO (møte med Rigmor Solem) og høyringsuttale frå tilsynsutvalet i Lom tilseier at det trengst kontinuerleg oppfølging av slitasje og erosjon på utsette strekningar, slik at strategien bør oppdaterast på punktet der det er forslag om slik vurdering berre kvart 5. år.

Informasjonstiltak 2013-2017 – prioriteringar 2013:

I handlingsplan for investeringar er det i strategien følgjande forslag i kap. 12.2:

Tiltak	Kostnad
2013: Internettportal for Jotunheimen nasjonalpark og Utladalen landskapsvernområde	Kostnaden avhenger av om det blir utarbeidet nasjonal mal. Uten nasjonal mal: 700.000 kr.
2012-2013: a. Gjennomgang av skilting rundt parken b. Fastsetting av prototype for skilt og stativer	a. Ordinær drift nasjonalparkforvalterne b. Ressursbehovet avhenger av om det blir utarbeidet en nasjonal mal.
2013-2017: a. Tilrettelegge for "timesopplevelser" ved Turtagrø, Utladalen og Gjendesheim <ul style="list-style-type: none"> • Nasjonalparkmarkør • "Nasjonalparksti" (natursti med informasjon om parken) med maks. varighet på en time • Et informasjonspunkt med konsentrert og brukerrete informasjon • Brosjyrer for timesopplevelsene (også tilgjengelige på internett). • Bord/rasteplasser b. Tilrettelegge for "dagsopplevelser" ved Gjendesheim, Juvvatnet, Utladalen. Tillegg til a: <ul style="list-style-type: none"> • Tilrettelegging som timesopplevelser på Juvvatnet • Brosjyrer for dagsopplevelser 	Ressursbehovet avhenger av om det utvikles en nasjonal mal. Hvis dette ikke gjøres, må det arbeides med prototyper for Jotunheimen i 2013. I Sverige har arbeidet med en felles identitet for de svenske nasjonalparkene kostet 6 millioner kroner. Tilretteleggingen av tre innfallsporter i Hamra nasjonalpark (demonstrasjonspark, ferdigstilt høsten 2011) basert på den nye nasjonale malen har kostet 13 millioner kroner. Dette inkluderer ikke internettportal.

Det blir vist til behov for ei rekke investeringar for å få ferdigstilt den grunnleggjande infrastrukturen for besøkande til Jotunheimen nasjonalpark / Utladalen landskapsvernområde. Tiltaka er ikkje detaljert kostnadsrekna, da dette m.a. vil bli påverka av prosjekt om en merkevare- og kommunikasjonsstrategi for verneområda.

Nasjonalparkforvaltarane meiner at også utvikling av Nasjonalparksenteret for Jotunheimen bør stå som eige punkt i besøksstrategien, og tilrår følgjande tilleggspunkt i tabellen i kap. 12.2: *2014-2017: Fornyng og eventuell utviding av utstillingar og naturrettleiertiltak koordinert og/eller sett i verk via Nasjonalparksenteret for Jotunheimen nasjonalpark.*

Aktuelle tiltak blir nærare konkretisert og kostnadsrekna i dialog med samarbeidspartane. Dette forarbeidet bør gjennomførast i 2013, og det kan vera aktuelt å setja av ressursar til forprosjekt.

Grunntanken bak strategien er å sette den besøkande i fokus og gje dei både ei betre oppleving av verneområdet. Tiltak som er føreslege i strategien er betre tilpassing av nokre innfallsportar (timesoppleving, dagsoppleving og fysisk tilpassing) og samordning av informasjon.

Det er i dialog med SNO sett opp ei førebels skisse for tiltak som bør prioriterast i 2013:

Timesoppleving	<i>Gjendesheim:</i> Bruke eksisterande sti til mot Hamnsand 2013: Informasjonsplakatar 2014: Evt. tiltak med stigen <i>Utladalen:</i> 2013: Infomasjonsplakatar <i>Turtagrø:</i> 2013: Starte prosess for å finne tilpassa løysing 2014: Gjennomføring	400 000,- (Gjendesheim og Utladalen)
Dagsoppleving	Bruke 2013 på prosess for å velje rett tiltak. Aktuelle prosjekt: Memurubu – Bukkelægret/Memurudalen (tamrein?), Gjendesheim, Spiterstulen. Utprøving av tiltak med Naturvegleiarar.	0,- (eige arbeid i forvaltninga og SNO)
Rasteplassar	Besøksstrategien peikar på at det manglar rasteplassar ved innfallsportane. 2013: Planlegging og tilpassing ved ulike innfallsportar.	70 000,-
Informasjon	Standardisering av informasjonsplakatar frå forvaltninga. Prosjekt for å standardisere infotavler eller element på infotavler.	200 000,-

I tillegg kjem behovet for oppgradering og fornyng av nasjonalparkinformasjonen ved Norsk Fjellmuseum, da dette har vore nedprioritert ei tid – til fordel for informasjonstiltak på eksterne lokalitetar. Dette arbeidet har vore viktig, men ein må samstundes sjå behovet for å heile tida vera oppdatert med det som er inne på besøksenteret, der ein både har turistar og skuleklasser som viktige grupper å formidle kunnskap til.

Det blir på informasjonssida tilrådd å arbeide særleg med felles malar og felles profil. Informasjonsmateriell som ikkje er laga i tråd med vedtekne malar bør skiftast ut fortløpande. Det bør leggjast vekt på synlege tiltak i randsoner/innfallsportar i form av tavler og naturstig som inviterer til ein kortare tur – også for dei som i utgangspunktet ikkje har tenkt seg på nokon omfattande fjelltur. Dette er viktige tiltak både i forhold til reiselivet og med tanke på haldningsskapande arbeid og folkehelse.

Når det gjeld internett vil ein i første omgang prioritere arbeidet med nettsida som er etablert for Jotunheimen og Utladalen, og heller koma attende til andre element som felles portal og bruk av sosiale media når forvaltningsmodellen har vore praktisert ei stund.

Arkivsaksnr: 2012/7019-0

Saksbehandlar: Kari Sveen

Dato: 29.10.2012

Utval	Utvalssak	Møtedato
Nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen	46/2012	07.11.2012

Nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen - Bestillingsdialog med Statens naturoppsyn 2013 - opplegg for bestillingsdialogmøte

Vedlegg:

- 1 Notat 01.11.2011 - *Opplegg for bestillingsmøter mellom nasjonalpark-, verneområdestyre og SNO*
- 2 Notat etter arbeidsmøte 15.10.12

Forvaltar si innstilling

I tillegg til nasjonalparkforvaltarane deltek styret med følgjande representant(ar) i bestillingsdialogmøte for 2013:

.....

Saksopplysningar

Saksdokument:

- Notat - *Opplegg for bestillingsmøter mellom nasjonalpark-/ verneområdestyrer og SNO lokalt*
- Referat frå arbeidsmøte mellom forvaltarane og SNO
- Besøksstrategi for Jotunheimen nasjonalpark
- Evaluering av skjøtselstiltak ved Gjendebu

Det er utarbeidd eit notat som klargjer opplegg for bestillingsdialogmøte mellom nasjonalpark-/ verneområdestyre og SNO lokalt (vedlagt notat utarbeidd for bestillingsdialogen i 2011).

Møte 1 i dialogen skal heldast innan første halvdel av desember, og har som formål ei oppsummering av inneverande år og planlegging av neste år.

Når det gjeld deltaking er følgjande føringar lagt i notatet:

«Det er viktig at selve bestillingen og de prioriteringer som blir gjort, forankres i styret, men det er opptil styret å bestemme egen representasjon på selve bestillingsmøte. I tillegg til forvalteren kan det f eks være relevant at AU eller administrativt utvalg møter SNO lokalt på bestillingsmøtene. Forvalter må da legge sin innstilling til bestilling fram for/orientere styret før oversendelse til DN/SNO. Der styret selv ikke deltar på bestillingsmøter er det viktig at SNO lokalt i tillegg får presentert sin årsrapport for styret, f eks på et ordinært styremøte. I områder hvor fylkesmannen som tidlige forvaltningsmyndighet har igangsatt eller prosjektert tiltak som skal videreføres, kan det være formålstjenlig at en representant derfra blir med på bestillingsmøtet for å sikre en god videreføring/ivaretagelse av slike tiltak.»

Vurdering

Det er neppe praktisk at heile styret er med i sjølve bestillingsdialogmøtet, og det er ønskjeleg å koma fram til eit opplegg for komande bestillingsdialog. Styret bør vera representert i bestillingsdialogen ved styreleiar og evt. frå arbeidsutvalet. Ein ser ikkje behov for representasjon frå administrativt utval utanom nasjonalparkforvaltarane.

Sak om besøksstrategi for Jotunheimen nasjonalpark viser ein del tiltak for prioritering i 2013. Det kan i tillegg vera aktuelt med eit forprosjekt i 2013 for klargjering av aktuelle informasjonstiltak koordinert eller set i verk av Nasjonalparksenteret for Jotunheimen. Her kan det og koma innspel frå tilsynsutvala som enno ikkje har behandla strategien. I tillegg kjem pågåande prosjekt som går fram av vedlagt notat etter møte mellom SNO og forvaltarane 15.10.12. Tiltråding om framtidig skjøtsel ved Gjendebu (sjå referatsak) tilseier at ein bør vurdere auke av ressursane til eit nivå som gjer det mogleg med slått framfor beiting på lokalitetar der ein ser potensiale for å oppretthalde ein livskraftig bestand av marinøkkel og andre kulturmarkprega artar knytt til slåtteeing.

Det blir lagt opp til ein samla gjennomgang av aktuelle tiltak med påfølgjande diskusjon i styret, som grunnlag for vidare oppfølging gjennom bestillingsdialogen med SNO.

Notat etter møte i Utladalen Naturhus 15.10.2012:

Til stades:

Rigmor Solem
Kari Sveen
Magnus Snøtun

Bestillingsdialogen for 2013

Dette var eit første arbeidsmøte for å gå gjennom kva som er gjort av forvaltningstiltak og kvar det er behov for utbetringar eller tiltak. Jotunheimen nasjonalpark og Utladalen landskapsvernområde har over mange år hatt mykje god tilrettelegging og vedlikehald gjennom mange prosjekt. Vi tek med oss dei erfaringane som er gjort gjennom mange år og prøver i 2013 både å vidareføre gode og naudsynte prosjekt og set i gong nye der ein ser det er behov.

Skjøtsel:

Ved Gjendebu og i Utladalen er det ei rekke skjøtselstiltak som har blitt sett i verk. Desse tiltaka vert kontinuerleg justert etter kvart som ein gjer seg erfaringar og etter faglege evalueringar. Begge områda har skjøtselsplanar og begge stadar er det leigd inn fagfolk for å evaluere arbeidet eller revidere planane. Resultatet av dette arbeidet er ikkje klart ennå og nasjonalparkforvaltarane følgjer opp desse.

Gjendebu	Kostnad	Utførande
Slått, skogrydding, styrt beite m.m.	80 000,-	Lom fjellstyre 50' Storodalen beitelag 20' Beite 10'

Utladalen	Kostnad	Utførande
Slått, skogrydding, styving, styrt beite m.m.	400 000,-	Utladalen Sameige 100' Utladalen Naturhus 300'

Stiprosjektet i Jotunheimen:

Godt år i 2012. I 2012 var det ein del flytting av arbeidarar, men det gjekk bra og det vart gjort mykje godt arbeid! I 2013 planlegg ein ikkje store vedlikehaldsprosjekt, men nokre parsellar må tas. .

Trass i mykje godt stiarbeid, viser det også i år at det er behov for oppfølging og vedlikehald. Der det er mest trafikk, vert det slitasje gjennom sesongen som igjen vert forsterka gjennom hausten og vinteren. Truleg er behovet for vedlikehald større langs dei mest brukte stiane som t.d. Besseggen. Dette må tas inn i bestillingsdialogen i åra framover.

- Gjendetunga	200 000,-
- Skogadalsbøen – Vetle Utladalen	
- Fleskedøla – Vettismorki – Morkaskaret	
- Vintervegen på Fannaråken	
- Vedlikehald	100 000,-

Informasjonstiltak og besøksstrategi

Jotunheimen nasjonalpark og Utladalen landskapsvernområde har ein eigen besøksstrategi for 2013 – 2017. Grunntanken bak strategien er å sette den besøkande i fokus og gje dei både ei betre oppleving av verneområdet. Tiltak som er føreslege i strategien er betre tilpassing av nokre få innfallsportar (timesoppleving, dagsoppleving og fysisk tilpassing) og einsretting av informasjon.

Timesoppleving	Gjendesheim: Bruke eksisterande sti til Hamnsand 2013: Informasjonsplakatar 2014: Evt. tiltak med sti	400 000,- (Gjendesheim)
-----------------------	--	----------------------------

	<i>Utladalen: 2013: Infomasjonsplakatar Turtagrø: 2013: Starte prosess for å finne tilpassa løysing 2014: Gjennomføring</i>	og Utladalen)
Dagsoppleving	Bruke 2013 på prosess for å velje rett tiltak. Aktuelle prosjekt: Memurubu – Bukkelægre/Memurudalen (tamrein?), Gjendesheim, Spiterstulen. Utprøving av tiltak med Naturvegleiarar.	0,-
Rasteplassar	Besøksstrategien peikar på at det manglar rasteplassar ved innfallsportane. 2013: Planlegging og tilpassing ved ulike innfallsportar.	70 000,-
Informasjon	Standardisering av informasjonsplakatar frå forvaltninga. Prosjekt for å standardisere infotavler eller element på infotavler.	200 000,-

Andre tiltak

Naturvegleiing	Viktig for oppfølging av besøksstrategien. 2012 viser kor sårbart opplegget er når ein berre har to tilsette og ein t.d. vert sjuk. Ønskjer 3 tilsette. Mange innfallsportar.	350 000,-
Ekstra villreinovervaking	i samband med arrangement rundt Turtagrø om våren	10 000,-
Rovfuglkartlegging	Vidareføring av kartlegginga i 2012. Treårig prosjekt?	60 000,-
Nasjonalparkfestivalen	Årleg arrangement i Utladalen som spelar på dei gode opplevingane og flotte resursane i verneområdet	20 000,-
Informasjon ved Utladalen naturhus	Informasjonssenter ved inngangen til Utladalen. Vert samkøyrd med skjøtselsarbeid.	70 000,-

Nye tiltak kan framleis dukke opp, men dette er eit raskt samandrag av diskusjonane me hadde om til tiltak til bestillingsdialogen. I tillegg diskuterte me å søkje om midlar til å sette i gong eit MONA-prosjekt (Menneske og naturarven). Hovudtema vart ferdselsveger med stikkord som buføring av dyr til fjells og stølsliv. Grunntanken er å kartlegge tidlegare bruk, gjere informasjon tilgjengeleg og formidle denne tradisjonskunnskapen. Dette kan passe veldig godt inn i arbeidet med besøksstrategien og naturvegleiing.

Magnus