



Norges
nasjonalparker

Besøksforvaltning og merkevarestrategi

Tromsø 3.-4. april 2024, Miljødirektoratet

Skyteskjul ved lodgjerder
Ole og Arvid Eriksson Skjorum, 'Isle among calm lines'
Foto:Goveren/Photo: Samermyra

There are numerous traces of hunting culture in the landscape of the way back to the Stone Age.
The Sami have lived in the area since the Stone Age. Reindeer hunting has been a central part of their culture.

Villreinfangst
Spredt i landskapet finnes spor etter midlertidige boplasser, fangstgroper, ledegjerder og skyteskjul. Flere samiske helligdommer og offerplasser kan du også se.

Noaididdičearru - noaidenes fjell - ligger midt i nasjonalparken, med store gjerdeanlegg og skyteskjul. Noaiden (den samiske sjamanen) kunne utøve jaktmagi og kommunisere både med guder i ulike verdener og med naturen.

Goddebivdu
Den gamle leir kuttet des shta sjoep lede gjesubodssal leasap, bivrotokk, soajt i čilak.
Ođroajt maid maing sámi bass soj i varfarsáki.
Noaidičearru - "gunde álbessásoh leat olu, jáhki ja hahššáid.
Noaidi sámi noaidi bivrotokk ja gáddáid sámi elgáid leat
Noaidi sámi noaidi bivrotokk.
Ipmilgáin ja leatdáfurmagán.
Goddebivdu noag 1800-leaga. Bivrotokk noag ođroajt ja
boadodssáid leat ođroajt.
Kulturmuhtu leat ođroajt bivrotokk ja leatdáfurmagán. Noaidi sámi
historia. Divte leat ođroajt bivrotokk ja leatdáfurmagán leat ođroajt
ja sámi ráhkáid ođroajt.

Wild reindeer hunting
The landscape is dotted with traces of temporary settlements, trapping pits, cairn lines and shooting holes. The area is also home to many Sami sacred relics and specific sites.
At Noaididdičearru (the "Shaman's Mountain") in the middle of the National Park you will find major Sámi hunting magic and communication sites.
Park you will be able to see the traces of the 17th century Sámi hunting pits believed to be used by the forces of nature.
The Sámi have lived in the area since the Stone Age. Reindeer hunting has been a central part of their culture.





Varangerhalvøya Foto: Kim Daniel Hansen

Agenda

- bakgrunn og formål for arbeidet
- besøksforvaltning – hvorfor skal vi drive med det?
- samgang besøksforvaltning og merkevarestrategi
- samisk forankring og inkludering
- i horisonten

Bakgrunn og formål

Oppdrag fra departementet i tildelingsbrevet i 2013:

«Utarbeide en merkevare- og kommunikasjonsstrategi for nasjonalparker, herunder nasjonalparksentre og alle andre naturinformasjonssentre og kompetansesentre, nasjonalparklandsbyer og -kommuner. »

Formål:

- Vi skal gi nasjonalparkene en tydelig posisjon i markedsføringen av Norge som bærekraftig reisemål og som grunnlag for bred lokal verdiskaping.
- Vi skal gjennom besøksforvaltning legge til rette for og styre bruken av nasjonalparkene slik at opplevelsen for de besøkende og den lokale verdiskapingen blir størst mulig, forståelsen for vernet økes og verneverdiene ivaretas.

Meld. St. 18

(2015–2016)

Melding til Stortinget

Friluftsliv

Natur som kilde til helse og livskvalitet

Meld. St. 18 (2015–2016)

Friluftsliv - Natur som kilde til helse og livskvalitet

- Mål: nasjonalparker skulle bli mer tilgjengelige for folk flest.
- bruke nasjonalparker i folkehelseperspektiv
- flere ut i naturen – gode naturopplevelser



«Allmennheten skal gis anledning til naturopplevelse gjennom utøvelse av tradisjonelt og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging.»

Utdrag fra Varangerhalvøya nasjonalpark sitt verneformål. Kilde: lovdata.no

Ånderdalen nasjonalpark Foto: Kim Daniel Hansen



Hvorfor driver vi med besøksforvaltning?

overturisme substantiv

BØYNING en; overturismen **+**

ETYMOLOGI sammensatt av [over-](#) og [turisme](#)

BETYDNING OG BRUK

turisme av et omfang som er så stort at det har negative konsekvenser

Kilde: DET NORSKE AKADEMIS ORDBOK



Bring along these custom-made toilet bags on your hike – for the sake of nature, your own health and the health of others.

Ta med deg disse spesialtilpassede toalettposene på turen – av hensyn til naturen, din egen og andres helse.

1. Take one or more toilet bags for your trip. The bags are specially designed for human feces.
 2. Each bag is easy to use and comes with instructions: poop directly into the bag and put toilet paper inside.
 3. You must carry the used bag(s) out of the national park. Used bags are hygienic, odorless and safe to store in your backpack.
 4. Throw away used bags in the designated waste containers, located at the trailhead parking areas (Torsfjorden or Indresand).
1. Ta med deg en eller flere toalettposer på turen din. Posene er spesialtilpasset for menneskelig avføring.
 2. Posene er enkle å bruke og på hver pose står det beskrevet hvordan de skal brukes: bæsje rett i posen, og legg toalett papiret oppi.
 3. Brukte poser kan trygt legges i sekken og skal bæres ut av nasjonalparken. Posene er hygieniske og luktfrie.
 4. Kast posene i egne avfallscontainere på parkeringsplassene ved stistart (Torsfjorden eller Indresand).

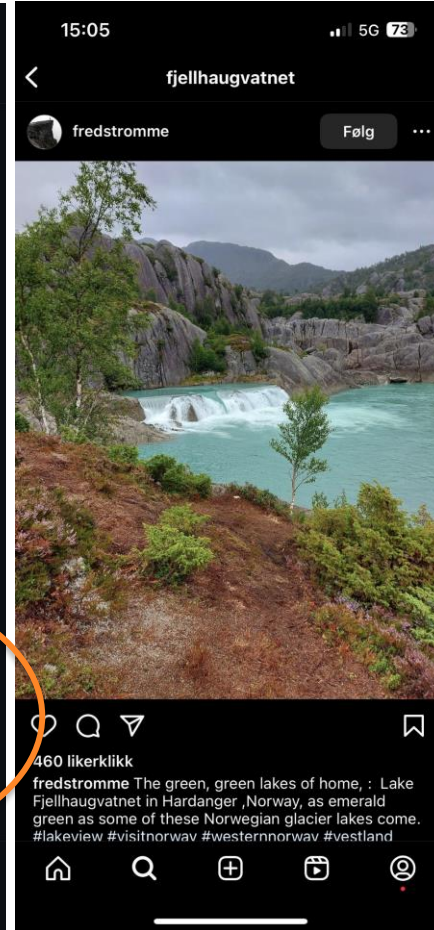
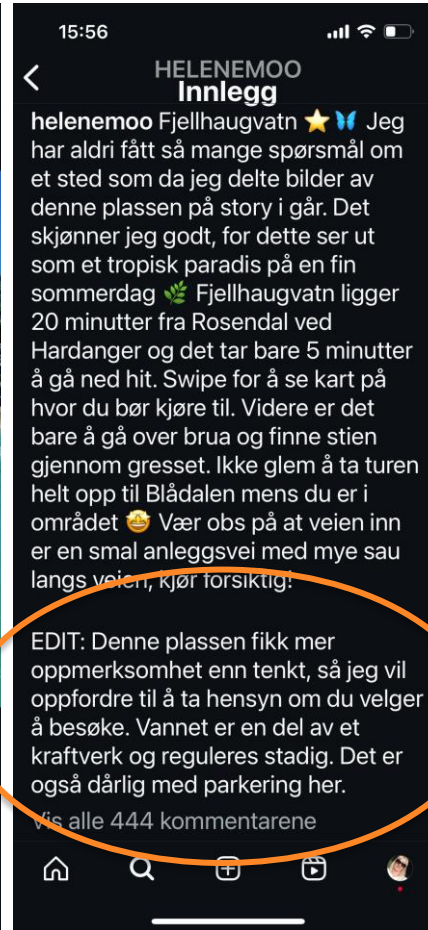
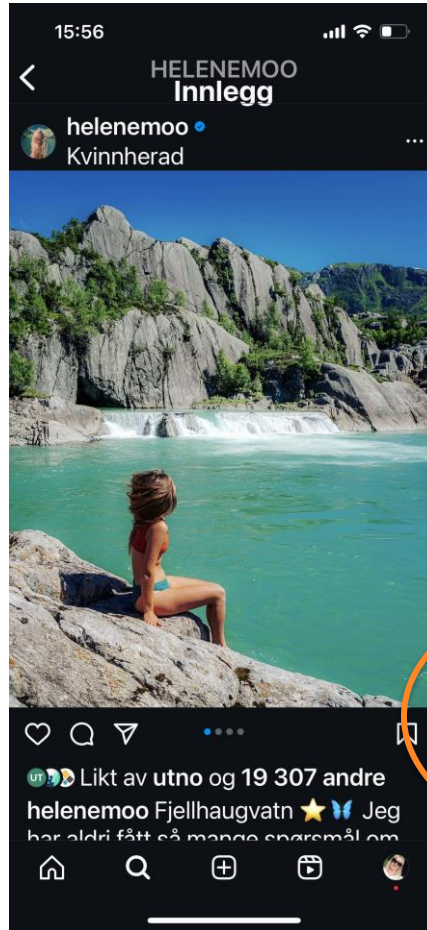


Caution! Water from the stream is unsafe to drink unless treated. Due to high ecoli values from toilet waste, the water must be boiled or disinfected before use. Advarsell! Ikke drikk vann rett fra bekkene, du kan bli syk. Grunnet høye ecoli-verdier fra toalettavfall, må vannet kokes eller desinfiseres på annen måte før bruk.

Hvem styrer ferdsele?

Influensereffekten:

- 770 000 følgere
- randsonen til Folgefonna
- fem minutter å gå
- 0- 30 biler «over natta»
- fra norsk til engelsk



Er dette norsk vinterlandskap i 2060?

- natur er Norges «hovedprodukt»
- klimaendringer
- terrorfrykt
- endring i reisemønster
- drastisk økning i antall besøkende
- sosiale medier
- NOU 10:2023 – leve og oppleve

Originalbilde fra Merkevarer Norges nasjonalparker. Foto: Øivind Haug



Oppsynsmannen

Hvorfor skal Bård Tufte Johansen bli naturens oppsynsmann?



Bård Tufte Johansen er tilbake med en ny serie på NRK.

FOTO: NRK

Vi må være i forkant!

- presset på naturen øker
- oppmerksomheten om behovet for naturvern øker
- Vi kan ikke endre **at** mennesker ønsker å besøke «vårt» verneområde, men vi kan forsøke å styre **hvor** og **hvordan** de skal besøke verneområdene våre.
- BESØKSstrategi, en strategi for **mer** besøk, **annerledes** besøk eller **ikke** besøk?

Besøksforvaltning

Å legge til rette for og styre bruken av et verneområde,

- slik at opplevelsen for de besøkende og den lokale verdiskapingen blir størst mulig
- forståelsen for vernet økes
- verneverdiene ivaretas



Velkommen inn!

- velkommen til kommunen og landsbyen
- velkommen til å titte inn
- velkommen til å følge stien
- velkommen inn i verneområdet - dersom du og naturen er rustet for det

Øvre Dividal landskapsvernområde Foto: Kim Daniel Hansen



Gease
dás.

Øvre Dividal
nasjonalpark

Dra
her.

Plantene

Plantene er produsenter. De henter vann og næring fra jorden, og karbondioksid og sollys fra luften. Det er disse ingrediensene en plante trenger for å kunne vokse.

Skogen i Dividalen er urskog, og noen av furutrærne er over 500 år gamle.

Slike gamle trær er viktig for arts mangfoldet. Trærne fungerer både som hus og matlager for en rekke dyr og planter.



Informasjonspunktet Gjøken Foto: Kim Daniel Hansen

Velkommen inn – uansett?

- En besøksstrategi kan være en strategi for mindre besøk, eller annerledes besøk.
- Det er ikke (nødvendigvis) en **strategi** for mer **besøk**.
- Å ønske "Velkommen inn", er ikke ensbetydende med å *ikke* ta vare på.

Velkommen inn! og tilrettelegging...

- Uttak av merkevaren følger besøksstrategiens føringer – kan gi mer besøk (sherpatrapputfordringen)
- Differensiert vern – tilpasset tilrettelegging.
- Noen steder er en modell som Sognefjellet naturlig, andre steder slett ikke.
- Tilgjengeligheten til et verneområde er viktig: det skal foreligge et **tydelig grunnlag** og **behov** for tilretteleggingen.

Sognefjellet Foto: Kim Daniel Hansen



Besøksforvaltningsstrategi

Vedtatt plan 12.11.2019



Innhold i besøksstrategiene

- verneverdier
- beskrivelse av nåværende situasjon knyttet til bruk
- strategiske grep
 - kanalisering
 - formidling og informasjon
 - samarbeid med aktuelle aktører
- tiltaksliste



Møysalen
nasjonalpark

Besøksstrategi

for Møysalen nasjonalpark og Møysalen landskapsvernområde



Viktige elementer i besøksforvaltningen

- ta tydelige valg
- tilrettelegging kan generere bruk
- forankringsarbeidet er viktig – også ved revidering

Várnjárgga álbmotmeahcci



Samisk forankring og inkludering

«Ivaretakelse av naturgrunnet innenfor nasjonalparken er viktig for samisk kultur og næringsutnyttelse. Området brukes til reindrift.»

- tidlig inn i prosesser
- samiske interesser løftes fram
- samarbeid og dialog
- mer på samisk språk
- velkommen inn?



Várnjárgga
álbmotmeahcci

Kárta ja informašuvdna
Bures boahčin Norgga
álbmotmeahcci

Et taktskifte

- Alle verneområder skal ha besøksstrategi.
- Nasjonalparker og store verneområder skal innlemme den i forvaltningsplanen og dermed også sende den på høring, den skal også godkjennes av Miljødirektoratet.
- Merkevaren kan ikke tas i bruk uten at en besøksstrategi foreligger, akutte hensyn ivaretas.

Informasjonspunktet Gjøken Foto: Kim Daniel Hansen



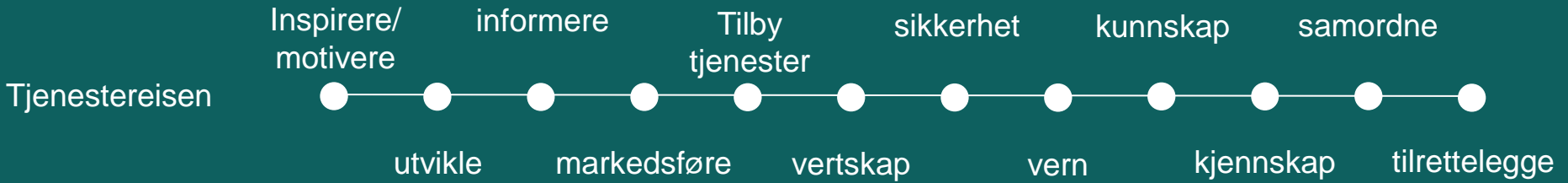
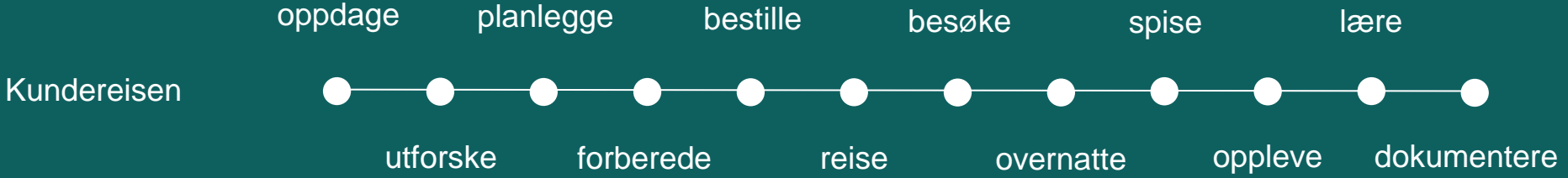


Bilde fra merkevaren Norges nasjonalparker. Foto: Sivind Haug

Merkevarestrategien på 20 sekunder

- 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 startsted i nasjonalparken (kundereisen).
- Det handler om omsorg for både natur og besøkende

**Hvordan jobber vi med
merkevaren?**



Sosiale medier – nasjonalt og lokalt

- Sosiale medier – vi forsøker å dem før de står der, da kan det være for sent å snu.
- Miljødirektoratet poster «allmennopplysning»
- Folk ønsker å følge sine områder, bruker ressurser på det. (idrett, politikk, interesseorganisasjoner etc.)



Børgfjell/Byrkjje
nasjonalpark

Nasjonalpark



Likt

Melding



Tore, Geir, Lillian og 959 andre
liker dette



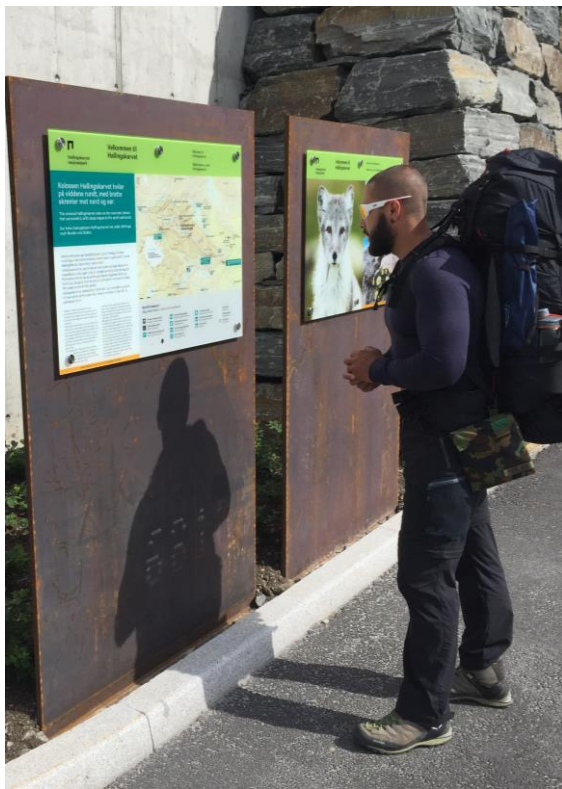
Nasjonale kampanjer – nasjonalt og lokalt

- Fire filmer totalt: Kvistkneking og bålbrekking, drone og sykling
- Sosiale medier, kino og litt TV
- Spres av Miljødirektoratet og alle aktørene, lokalt tilpasset.
- Gode tall på visning og spredning.



Jomfruland

Foto: Morten Johannessen



Geilo stasjon

Foto: Trond Erik Buttingsrud

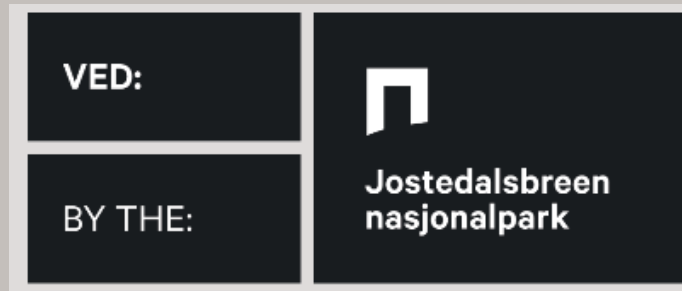
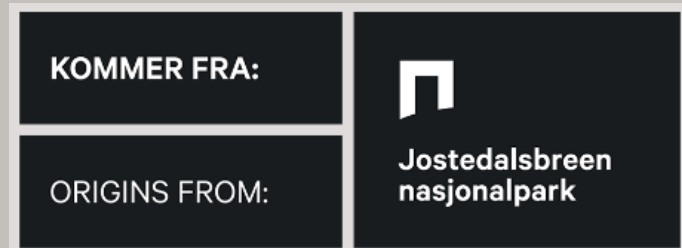


Varangerhalvøya

Foto: Geir Østereng

Kommerseuell bruk av merkevaren

- Legger til rette for at virksomheter med geografisk tilhørighet til en nasjonalpark kan bruke merket i markedsføring.
- Kan søke om merket dersom:
det tilbys et produkt som kommer fra, eller det drives kommersiell, frivillig eller annen type virksomhet i, eller ved en nasjonalpark.

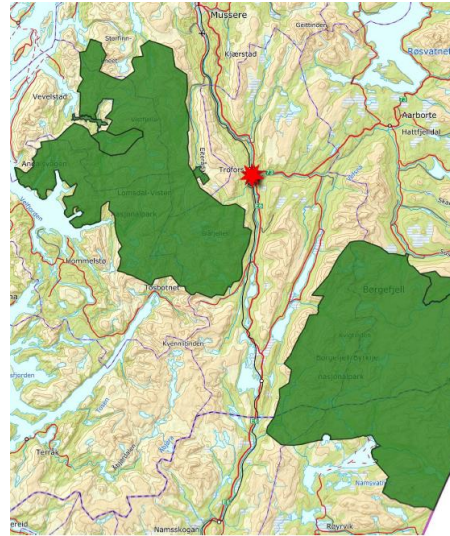


Nasjonalparkkommunene

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.

- 48 nasjonalparkkommuner.
- Aktør under merkevaren
- Innfallsporter til nasjonalparkene.
- Servicetilbud for deg som besøkende.
- Nærturer og lokale opplevelser.

Grane: ett godt eksempel



Skisse: SFTL

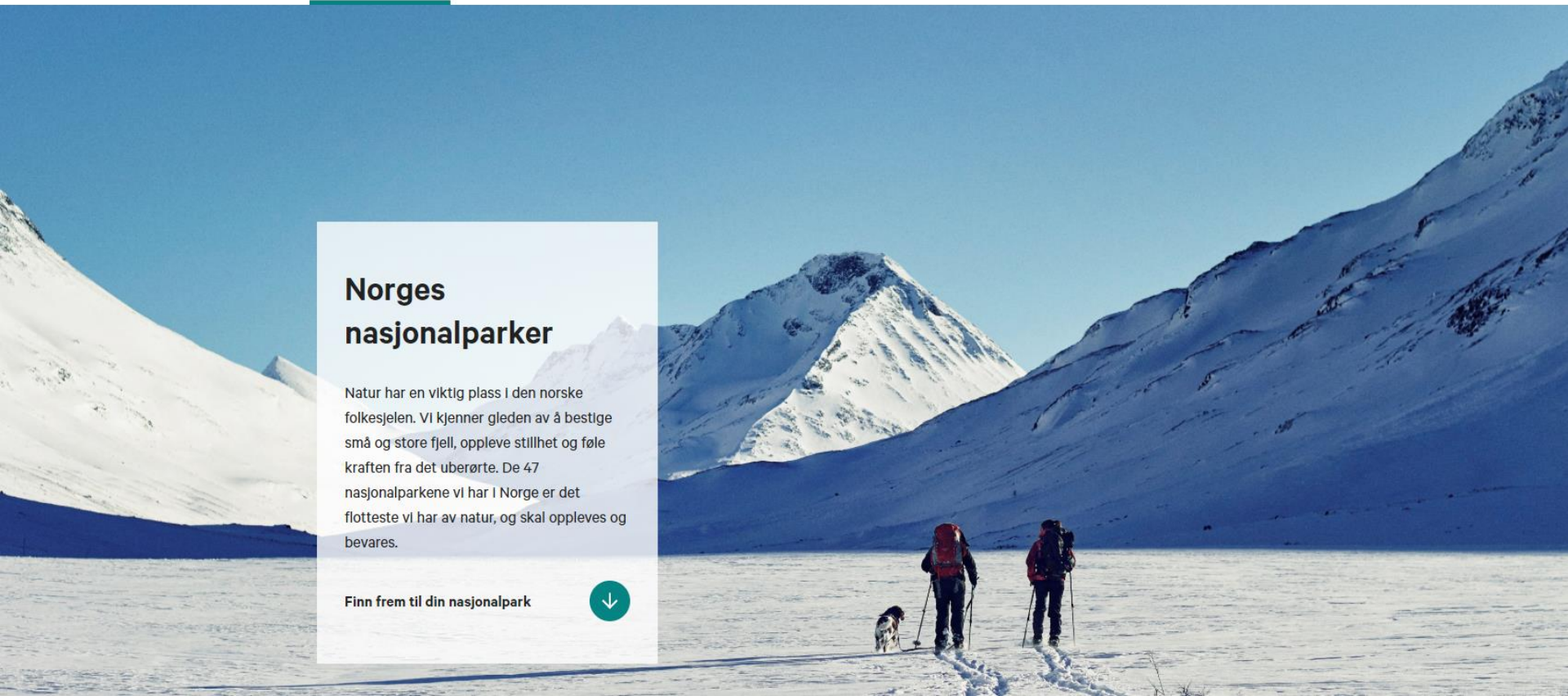
- to nasjonalparker
- omlegging av E6
- Laksvollen – nasjonalparkpunkt
- godt samarbeid - forvaltningen og kommunen



Norges nasjonalparker

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. De 47 nasjonalparkene vi har i Norge er det flotteste vi har av natur, og skal oppleves og bevares.

Finn frem til din nasjonalpark



Prisvinnende design!

- Utkikkspunkt Sognefjellet vant DOGA-merket!
- konseptet underbygges; kvalitet og lavmælt naturlig tilrettelegging.
- Vi har også vunnet en fagpris for våre kart!

Design og arkitektur Norge : [Vinnere av DOGA-merket](#)

DOGA



🔍 Søk

Landskapsarkitektur åpner fjellheimen for alle

Miljødirektoratet ønsker å gjøre nasjonalparkene våre mer tilgjengelige. Vi fått et anlegg som åpner Jotunheimen for personer med nedsatt funksjonsevne, og som glir elegant inn i høyfjellsnaturen.



Veileder

Besøksforvaltning i norske verneområder

Besøksforvaltningsveilederen skal fungere som et verktøy i en strategisk og god forvaltning av verneområder.

Veilederen for besøksforvaltning skal være en støtte for å oppnå en god prosess i arbeidet med besøksforvaltning i norske verneområder. Målgruppa for veilederen er forvaltningsmyndighetene for ett eller flere verneområder. Besøksstrategier er et verktøy som kan tas i bruk av mange, også utenfor verneområdegrensen.

+ Hva er besøksforvaltning?

+ Hvorfor driver vi med besøksforvaltning?

+ Verneverdiene tillegges størst vekt

+ Hva er en besøksstrategi?

> [Ofte stilte spørsmål](#)

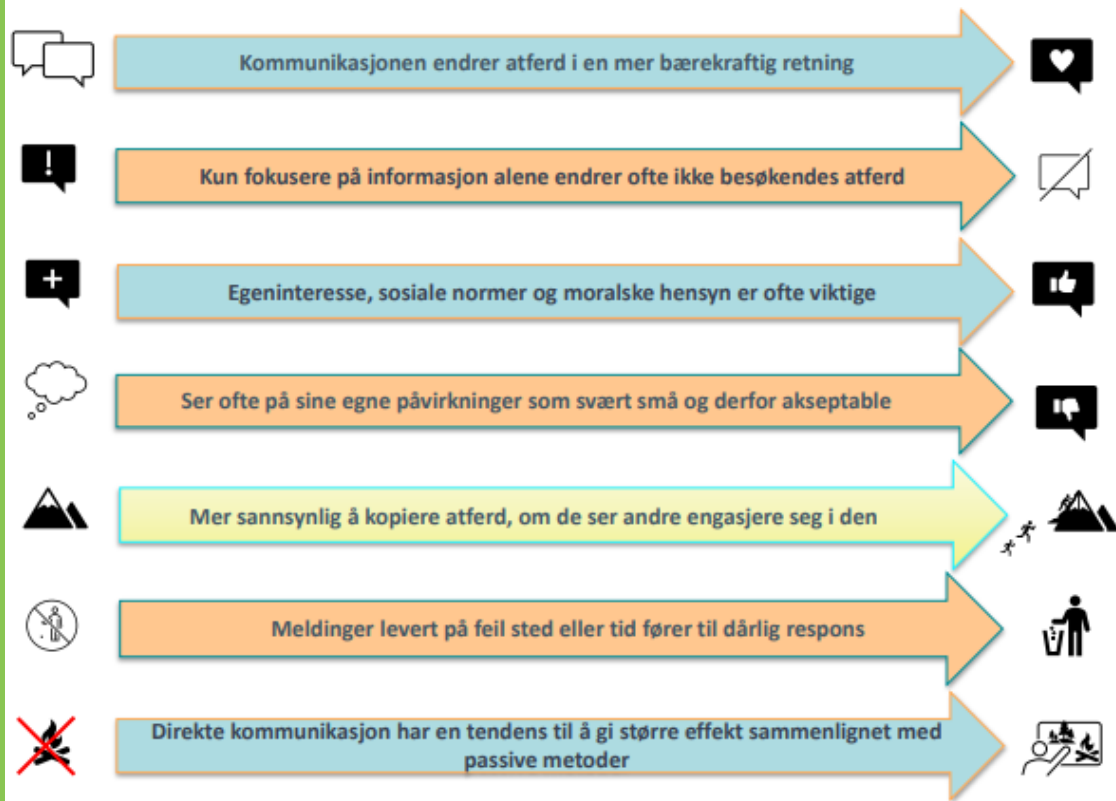
Vår veiledning

- Besøksforvaltning i norske verneområder digital veileder
- Innfallsportveileder - under revidering og omlegging til digital veileder
- Naturarven som verdiskaper-tips og eksempler
- Sårbarhetsvurdering i verneområder (NINA-rapport)
- Brukerundersøkelser som verktøy i forvaltning av verneområder

Informasjon fungerer!

- kunnskapsbasert kommunikasjon
- psykologi, hvorfor handler folk slik de gjør?
- kulturforskjeller

Atferdsendring



Kilde: • Selvaag, S. K., Keller, R., Aas, Ø., Gundersen, V., & Singsaas, F. T. (2023). On-site communication measures as a tool in outdoor recreation management: a systematic map. Environmental Evidence



I horisonten

- revidering av besøksstrategier, de første er nå gamle
- evaluering av merkevarestrategien som nå er 10 år gammel
- revidering av våre veiledere etter flere års erfaring

Takk for oppmerksomheten!

