

Kommunikasjonsplan for Naustdal-Gjengedal landskapsvernområde

1. Bakgrunn

Kommunikasjonsplanen for Naustdal-Gjengedal landskapsvernområde er utarbeida med utgangspunkt i «Besøksstrategi for Naustdal-Gjengedal landskapsvernområde» og til dels «Forvaltningsplan for Naustdal-Gjengedal landskapsvernområde». Besøksstrategien skal bidra til at dei som besøker verneområdet skal få gode opplevingar og at det vert lagt til rette for lokal verdiskaping i og rundt verneområdet, men utan at dette er i strid med verneføremålet eller påverkar verneverdiane negativt.

Kommunikasjon og formidling av riktig og relevant informasjon er eit viktig moment i besøksstrategien. Det er eit klart mål å gjere Naustdal-Gjengedal landskapsvernområde (heretter kalla NGLVO) meir kjent. Både fastbuande i kommunane rundt og tilreisande skal verte presentert for verdiane og moglegheitene til gode opplevingar i NGLVO. Samstundes er det viktig at dei som skal bruke verneområdet får informasjon og dermed kunnskap om dei sårbare naturverdiane og om regelverket som gjeld i NGLVO.

2. Mål

Målet med kommunikasjonsplanen er å gjere verneområdet og kvalitetane der meir kjent, særleg blant innbyggjarane i områda rundt NGLVO. Innbyggjarane skal få auka kjennskap og stoltheit til verneområdet i sin kommune og sitt nærområde.

3. Målgrupper

Målgruppene som forvaltninga skal prøve å nå med kommunikasjonen i prioritert rekkefølge:

1. Fastbuande i nærområda
2. Lokalt reiseliv og næringsliv
3. Folkevalde og tilsette i kommunane
4. Skuleklassar/skuleverket
5. Tilreisande

Det er ein medviten strategi å prioritere dei som allereie bur i kommunane og nærområda. Dei som bur her er dei som er enklast å inspirere til å besøke NGLVO eller til å bruke området meir enn dei gjer i dag. Fastbuande i nærområda med auka kjennskap til NGLVO og kvalitetane der vil då fungere som gode ambassadørar for verneområdet og spreie positiv omtale i sine nettverk.

4. Bodskap

Styre og forvaltning vil bygge vidare på og nytte dei slagord og bodskapar som vi allereie har og har brukt i andre dokument.

Velkommen inn

Det felles mottoet til nasjonalparker, andre verneområde, besøksenter nasjonalparkkommunar og -landsbyar er «Velkommen inn». Marknadsføringa og presentasjonen av den verna naturen skal ønskje besøkande velkommen inn i naturen. Dette mottoet bør vere hovudbodskapen i kommunikasjonen vår.

Variert og vakkert

Undertittelen på besøksstrategien til Naustdal-Gjengedal er «variert og vakkert». Det sentrale der er å peike på den store variasjonen vi har i NGLVO. Både i naturtypar og i mogelegheiter til ulike opplevingar i eit breitt spekter. Her er milde og lett tilgjengelege støyldalar og kulturlandskap, og her er steile og alpine fjell. Og alt i mellom der. Denne variasjonen, pakka inn i eit ganske konsentrert område, er ein kvalitet som vi må få fram.

Lett tilgjengelege naturopplevingar i Naustdal-Gjengedal landskapsvernområde

Overskrifta på dei nye infoskilta som vi har sett opp er «Lett tilgjengelege naturopplevingar i Naustdal-Gjengedal landskapsvernområde». Her er det lagt vekt på å poengtere at naturopplevingane er lett tilgjengelege. Det er og synleggjort på kartplakatane der dei mange parkeringsplassane i store og små innfallsportar rundt NGLVO er markert.

Undertittel på plakatane er «**Nyt flotte familieturar, og ein smak av villmark**». Her er det igjen framheva variasjonen i verneområdet som gjev tilbod om eit breitt spekter av naturopplevingar og aktivitetar.

Det er altså tre sentrale moment i bodskapen vi vil kommunisere ut:

1. Velkommen inn

Vi skal ønske alle besøkande velkommen inn i NGLVO

2. Naustdal-Gjengedal landskapsvernområde er variert

Eit breitt spekter av naturkvalitetar gjev høve til eit breitt spekter av opplevingar og utfordringar. I NGLVO kan ein oppleve alt frå heilt lågterskel familieturar med mykje tilrettelegging, til krevjande turar i alpint terreng.

3. Naustdal-Gjengedal er lett tilgjengeleg

Her er mange innfallsportar rundt heile verneområdet, i alle bygdene som ligg inn mot verneområdet Dette er stort sett private vegar med bompengebetaling med parkeringsplassar som er opne for ålmenta.

5. Kanalar

1. Sosiale media

Ulike sosiale media er kanskje dei enklaste og mest effektive kanalane vi har i dag, for å nå ut med eit budskap og spreie informasjon. NGLVO har eiga side på Facebook og det er denne vi skal bruke. På Facebook kan man poste ein del tekst, kombinert med bilete. Høveleg for til dømes turtips, aktivitetstips eller for å informere om tiltak i verneområdet.

Skal kontoar på sosiale media fungere, krev det hyppig oppfølging. Dei må haldast levande med jamlege oppdateringar. Vi skal prøve å få til eit innlegg i veka, i alle fall i dei mest aktuelle tursesongane og i «tiltakssesongen».

2. Nettsider

www.naustdal-gjengedal.no

I 2020 fekk vi ny nettside, som skal rette seg mot besøkande og brukarar. Det er ei side som heilt bevisst bygger på mange fine bilete og kortfatta og praktisk informasjon. Informasjonen fokuserer på korleis ein kjem seg til NGLVO og kva ein kan oppleve der.

Sida er i utgangspunktet ganske statisk og skal krevje lite vedlikehald og oppdatering. Vi kjøper tenester til det tekniske vedlikehaldet og drifta, men innhaldet tek forvaltar seg av.

www.nasjonalparkstyre.no/naustdal-gjengedal

Mai 2021 vart ny nettside for verneområdestyret lansert. Dette er ei forvaltningsretta side kor brukarar, grunneigarar, andre offentlege instansar og ålmenta skal finne informasjon om forvaltning og regelverk. Alle protokollar og vedtak vil vere tilgjengelege her.

3. Undervisningsopplegg for skuleverket

Eit fast undervisningsopplegg for til dømes ei skuleklasse vil vere ein god og effektiv arena. Her når vi framtidens innbyggjarar og friluftsbukarar.

4. Folkevalde i kommunane

Vi bør gjere dei folkevalde meir bevisste på verneområda. Særleg positive saker som utførte tiltak bør rapporterst til både folkevalde og administrasjon i kommunane.

5. Bøker

Forfattar Arve Sandal har planar om å skrive ei praktbok om Naustdal-Gjengedal landskapsvernområde og Ålfotbreen landskapsvernområde. Dette vil vere eit godt tiltak og ein veldig god kanal dersom den lar seg finansiere og realisere.

Andre kanalar som vi brukar til kommunikasjon i større eller mindre grad:

- Framsnakking
- Trykte brosjyrer
- Informasjonsskilt
- Møter i rådgjevande utval

6. Tiltaksliste

Tiltak	Kortid	Ansvarleg
Legge ut postar på Facebook om tiltak og arbeid i og rundt NGLVO. Både undervegs i gjennomføring og når det er ferdig.	Ved oppfølging og ferdigstilling av alle tiltak	Forvaltar
Legge ut turtips om turar i NGLVO, med bilete og praktisk info.	So ofte som muleg i forkant av heilagdagar, feriar og helgar i «høgsesong»	Forvaltar
Dele sakene som vert lagt ut på Facebook.	Fortløpande	Alle
Oppdatere nettsider, bytte ut bilete	Årleg	Forvaltar
Lage undervisningsopplegg for ungdomsskuleklasse. Dette skal gjerast i samarbeid med lærar/pedagog slik at det pedagogiske innhaldet held god kvalitet og er på høveleg «nivå».	2021	Forvaltar
Gjennomføre undervisningsopplegg med ungdomsskuleklasse.	Årleg	Forvaltar og SNO
Ha møter med destinasjonsselskapa i Sunnfjord og Nordfjord	Årleg	Forvaltar
Dialog med reiselivet	Jamleg	Forvaltar
Rapportere om tiltak og forvaltning til kommunane	Årleg	Forvaltar
Sette NGLVO på dagsorden blant folkevalde i kommunane	Fortløpande	Styremedlemmer
Presentasjon om verneområdet for kommunestyre	I starten av kvar kommunestyreperiode	Forvaltar
Distribuere brosjyrer til reiselivsverksemdar, turistinformasjon med meir	Fortløpande	Forvaltar
Ta gode bilete frå NGLVO og områda rundt og sende dei til forvaltar	Fortløpande	Alle
Tilsyn og vedlikehald av skilt	Årleg	SNO
Lage til enkle og konkrete tur- og aktivitetstips som kan distribuerast. Som enten trykte eller digitale «flyers».	2021-2022	Forvaltar
Vurdere ein enkel artikkel som «giveaway» med namn og logo.		