



Fylkesmannen i Oppland

MILJØVERNDELINGEN



INFORMASJON SOM VERKTØY FOR MÅLSTYRT FORVALTNING

- Hvordan brukes informasjonstavler på innfallsportene til nasjonalparkene?
- Har brune severdighetsskilt til nasjonalparkene en trafikkskapende effekt?

Forord

Dette notatet 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. Styringsgruppa for prosjektet er ledet av fylkesmann Kristin Hille Valla, mens Marit Vorkinn har vært prosjektleder.

Lillehammer 18. oktober 2011

Innhold

1. Bakgrunn.....	3
2. Når er informasjon et effektivt virkemiddel?	4
3. Hvordan brukes informasjonstavler på innfallsportene til nasjonalparkene?.....	5
3.1 Bakgrunn.....	5
3.2 Metode	5
3.3 Hvordan blir infopunktet på Spranget benyttet?.....	6
3.3.1 Infopunktet.....	6
3.3.2 Resultater fra observasjonsstudiene.....	8
3.4 Hvordan blir infopunktet i Grimsdalen benyttet?	9
3.4.1 Infopunktet.....	9
3.4.2 Resultater fra observasjonsstudiene.....	11
3.5 Oppsummering.....	12
3.5.1 Implikasjoner for skilting ved innfallsporter til nasjonalparkene.....	12
4. Har brune severdighetsskilt til nasjonalparkene en trafikkskapende effekt?.....	14
4.1 Jotunheimen nasjonalpark, hovedveger og innfallporter	14
4.2 Metode	15
4.3 Resultater.....	15
4.4 Diskusjon.....	17

1. Bakgrunn

Forvaltningsinnsatsen i norske verneområder har økt betydelig de siste årene, samtidig som fokuset er i ferd med å dreies over til ”målstyrt forvaltning”. Dette defineres som ”en dynamisk og kunnskapsbasert forvaltning der man

- 1) Setter seg mål for forvaltningen
- 2) Prøver ut ulike tiltak for å nå målene
- 3) Evaluerer tiltakenes effekt
- 4) Eventuelt korrigerer tiltakene dersom ønsket effekt ikke oppnås”¹

Direktoratet for naturforvaltning har igangsatt et prøveprosjekt i fem områder (2009-2011), for å høste erfaringer med målstyrt forvaltning. (Dette notatet er imidlertid ikke en rapportering fra dette prøveprosjektet, men fra ”Bruk-vern-prosjektet” hos Fylkesmannen i Oppland).

I tillegg til målstyring ser en også et økende fokus i forvaltningen på bruk og vern. Bakgrunnen er både politiske signaler om økt verdiskaping knyttet til verneområder og behov for å styre ferdselen for å ivareta naturverdiene i et område. Med den sterke stillingen allemannsretten og fri ferdsel har i Norge, vil informasjon og naturveiledning bli et viktig styringsredskap for forvaltningen av norske verneområder.

I ”Bruk-vern”-prosjektet har det vært lagt vekt på å omsette politiske signaler om bruk og vern til praktisk forvaltning. Økt bruk av verneområder vil i mange tilfeller forutsette en mer målstyrt forvaltning, som igjen krever større kunnskap om hvilke effekter ulike forvaltningstiltak har. Som en del av ”Bruk-vern”-prosjektet har vi derfor sett på effektene av to ulike informasjonstiltak; Informasjonspunkter ved innfallsportene til nasjonalparkene og bruk av brune severdighetsskilt til hovedinnfallsporter for nasjonalparkene.

¹ Wedege, M. Målstyrt forvaltning. Foredrag, Alta 24.8.2011
<http://www.dirnat.no/multimedia/49505/Malstyrt-forvaltning-DN.pdf>

2. Når er informasjon et effektivt virkemiddel? ¹

Skal informasjonstiltak være effektive, krever dette generelt at forvaltningen er i stand til å:

- Identifisere målgrupper og karakteristika ved disse.
- Plassere informasjonen der den lett kan nås av den aktuelle målgruppen.
- Informere på riktig tid i beslutningsprosessen.
- Presentere informasjon på en interessant og forståelig måte.

Tabell 1 Antatt effekt av informasjon i forhold til type av friluftslivadferd

Type av adferd	Eksempel på adferd	Mulig effekt av informasjon for å forhindre adferden
Bekreftelse av sosial status	Ta sjanser i forbindelse med fjellklatring for å hevde seg overfor andre i turfølget	0
Bevisst ulovlig/uriktig	Bevisste brudd på lover og regler. F.eks. gå over en bre uten tau selv om en vet at dette er svært risikofylt.	+
Uforsiktig/ Tankeløs	Handlinger som utøverne vet er lite hensynsfulle eller uriktige, men som blir gjennomført uten at de tenker seg om. F.eks. når de som primært har som formål å se på breen går opp på brefronten uten tau.	++
Uerfaren	Adferd som skyldes mangel på erfaring. F.eks. velge feil rute ned fra en fjelltopp.	+++
Uinformert/ kunnskapsløs	Adferd som skyldes manglende kunnskap eller informasjon. F.eks. når det utløses leteaksjoner fordi folk ikke var klar over hvor langt tid det ville ta å bestige en fjelltopp.	++++

0 Ingen effekt

+ Lav effekt

++ Moderat effekt

+++ Høy effekt

++++ Svært høy effekt

¹ Roggenbuck, J. W. 1992. Use of persuasion to reduce resource impacts and visitor conflicts. I: Manfredo, M.J. Influencing human behavior: Theory and application in recreation, tourism, and natural resources management. Champaign, Ill.: Sagamore Pub. Inc.

3. Hvordan brukes informasjonstavler på innfallsportene til nasjonalparkene?

3.1 Bakgrunn

Ved Spranget, den mest brukte innfallsporten til Rondane nasjonalpark, er det tilrettelagt med et relativt stort informasjonspunkt. For å se på hvordan dette punktet fungerer, ble det som en forhåndstest gjennomført observasjonsstudier lørdag 12. og søndag 13. september 2009. Observasjonene viste at 25-30% av de som passerte punktet var innom infopunktet, men at det ble brukt relativt kort tid ved skiltene. Det var også tydelige forskjeller i hvilke skilt som ble lest.

Observasjonene ble gjennomført seint i sommersesongen. Det var fortsatt betydelig trafikk, men det kunne mistenkes at dette var en noe annen type trafikk enn det en har i området tidligere i sesongen. I høysesongen er det antakelig flere utenlandske besøkende og også flere bilturister på rundreise som bare tar korte stopp. For å undersøke om infopunktet ble brukt på en annen måte i høysesongen, ble observasjonsstudiene på Spranget gjentatt i 2010. For å se om informasjonspunkter med mindre trafikk fungerer annerledes enn informasjonspunkter med stor trafikk, ble det gjennomført observasjoner på samme tidspunkt ved informasjonspunktet i Grimsdalen.

Fjellstyrene i Sel og Dovre gjennomførte det meste av selve observasjonene, på bestilling fra SNO. Takk til alle som bidra med datainnsamlingen!

3.2 Metode

Observasjonsstudiene ble gjennomført ved at en observatør satt på 10-15 meters avstand fra informasjonspunktet og observerte. Det ble lagt vekt på at de som brukte informasjonspunktet ikke skulle føre seg overvåket. På begge infopunkter var det mulig å sitte i bilen og observere, noe som ga muligheter for å holde skjema og notering skjult.

Observasjonene ble ført i et forhåndsoppsatt skjema. Skjemaet varierte litt mellom de to infopunktene ut fra forskjeller i omgivelser/type trafikk. For eksempel er det mange som sykler videre inn i fjellet fra infopunktet på Spranget, mens syklistene i Grimsdalen følger bilvegen gjennom dalen, ikke DNTs løypenett.

For å måle tida ble det brukt en vanlig klokke. For de som bare stoppet en svært kort stund og nærmest tittet på skiltene, ble det brukt en felles betegnelse for denne typen stopp (5-10 sekunder). Lengre stopp ble registrert i 30 sekunders intervaller/ hele minutter.

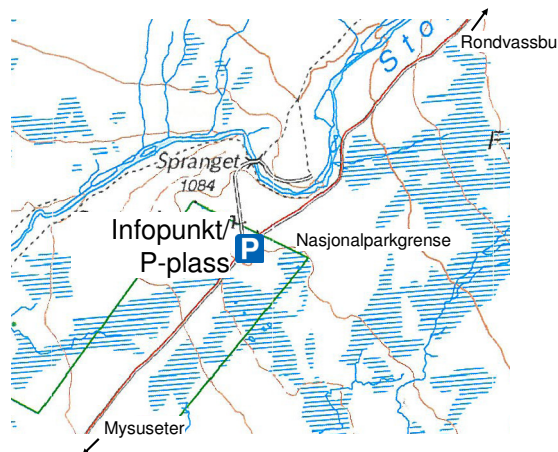
Enkelte ganger ble infopunktene besøkt av store grupper. Det var da ikke mulig å observere hver enkelt besøkende ved skiltet separat. I slike tilfeller ble det kun skrevet en kommentar i merknadsfeltet på skjemaet.

Observasjoner i 2010 ble gjennomført onsdag 14. juli, lørdag 17. juli, onsdag 4. august, lørdag 7. august. Dvs. at en fikk dekket en hverdag og en helgedag både i lavsesong og høysesong. Hver dag ble det observert fra 10.00-14.00. De to onsdagene det ble observert var det relativt dårlig vær, mens det var bra på de to lørdagene.

3.3 Hvordan blir infopunktet på Spranget benyttet?

3.3.1 Infopunktet





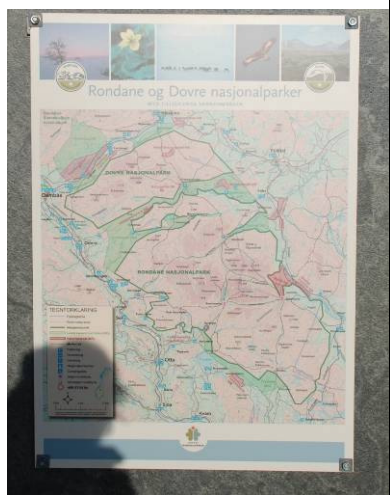

Informasjonspunktet ved Spranget ligger i Frydalen landskapsvernområde, på grensa til Rondane Nasjonalpark. Informasjonspunktet er lagt i utkanten av parkeringsplassen på Spranget, den mest brukte innfallsporten til Rondane. Vegen fortsetter inn til Rondvassbu, men er stengt med bom ved Spranget. Fra Spranget og inn til Rondvassbu (DNT) er det ca. 6 km.



Figur 1. Infopunktet på Spranget



Figur 2. Infopunktet på Spranget består av 6 infoskilt/tavler

		
<p>1. Skilt for Nasjonalparkriket</p>	<p>2. Skilt for Sel kommune</p>	<p>3. Relieff over fjelltoppene</p>
		
<p>4. "Standard" nasjonalparksilt¹</p>	<p>5. Kart over Rondane og Dovre nasjonalparker</p>	<p>6. Skilt for "Fossesåket"</p>

Figur 3. Informasjonstavlene inne ved Spranget

¹ Dette er skiltet som er plassert i Grimsdalen, bilde fra Rondane mangler foreløpig

3.3.2 Resultater fra observasjonsstudiene

På Spranget passerte i alt 778 personer på de fire observasjonsdagene. 233 (30%) stoppet ved infopunktet. Andelen som stoppet var uavhengig av ukedag, vær og sesong (høysesong/lavsesong). Det var imidlertid flere blant de som gikk inn i området som stoppet ved infopunktet (30%, N=667), sammenlignet med de som kom tilbake fra tur (20%, N=94).

Om de besøkende er på dagstur eller flerdagerstur ser ikke ut til å ha betydning for hvor mange som stopper ved infoskiltene. Men ikke uventet stopper en større andel av de som er på fottur (31%, N=304) enn de som er på sykkelstur (12%, N=166). Det kan være flere årsaker til denne forskjellen; at det er mer tungvint å stoppe ved skiltene når en skal sette fra seg sykkel, eller at flere av de som sykler har vært i området før, og dermed muligens har lest skiltene ved tidligere besøk.

Tre fjerdedeler av de som stoppet leste 1 eller 2 skilt. Maks. antall leste skilt var 4, dvs. at ingen leste alle 6 skiltene på infopunktet. 42% stoppet ved 1 skilt, 31% stoppet ved 2 skilt, 20% stoppet ved 3 skilt, mens 7% stoppet ved 4 skilt.

Tabell 1. Andel som stopper ved de ulike infotavlene på Spranget, og gjennomsnittlig tid brukt ved skiltene

	Andel av alle som passerte (N=778)	Andel av de som stoppet ved infopunktet (N=233)	Gjennomsnittlig tid brukt ved skiltet, de som stoppet
Skilt 1: Nasjonalparkriket	16%	52%	55 sek. (N=121)
Skilt 5: Kart over nasjonalparkene	14%	48%	62 sek. (N=90)
Skilt 3: Relieff, fjelltopper	12%	39%	61 sek. (N=49)
Skilt 2: Sel kommune	6%	21%	35 sek. (N=48)
Skilt 4: Verneverdier og -bestemmelser	6%	21%	22 sek. (N=111)
Skilt 6: "Fosseråket"	2%	6%	64 sek. ¹ (N=13)

¹ Antallet som stoppet er lite. To besøkende som stoppet i 5 minutter ved dette skiltet er tatt ut fra gjennomsnittsberegningene fordi de førte til en stor skjevhet for gjennomsnittet.

Den mest populære plakaten var plakaten for Nasjonalparkriket. Denne har like mye tekst som plakater som ble mindre lest, slik at den mest sannsynlige forklaringen på populariteten, er plasseringen. Som eneste plakat er den plassert på utsida av informasjonspunktet, og er dermed den som er lettest tilgjengelig for de besøkende (se figur 2).

Relieffet over fjelltoppene og kartet over nasjonalparkene er også populære. Dette er tavler som folk kan relatere direkte til sin tur/opplevelse der og da. De plakatene som har mye tekst og som er plassert på innsida av informasjonspunktet fanget oppmerksomheten til bare en femtedel av de som stoppet ved infopunktet. Plakaten for "Fosseråket" (plassert et stykke bort fra infopunktet) blir lest av få. Antakelig er det plasseringen som her er utslagsgivende.

Den gjennomsnittlige stoppetida ved hver plakat er på ca. ett minutt. Unntaket er plakaten for Sel kommune og "standard" nasjonalparkplakat med verneverdier og -bestemmelser. Stopptida for disse var i snitt henholdsvis 35 og 22 sekunder. For fem av seks tavler brukte om lag tre fjerdedeler av de som stoppet under 1 minutt ved tavlene.

På hele informasjonspunktet brukte de som var innom punktet i gjennomsnitt 100 sekunder, eller vel ett og et halvt minutt. 53% brukte inntil 1 minutt, 21% brukte mellom 1 og 2 minutter, 23% brukte mellom 2 og 5 minutter, mens 3% brukte mer enn 5 minutter.

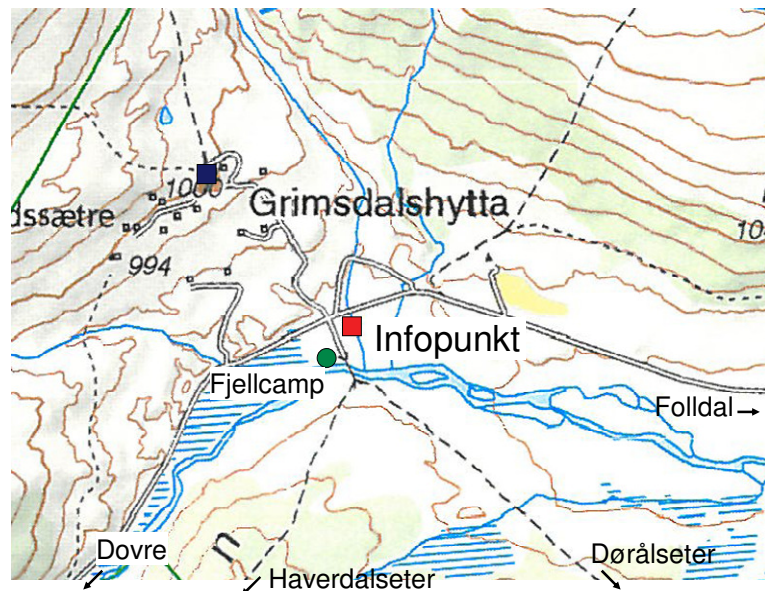
3.4 Hvordan blir infopunktet i Grimsdalen benyttet?

3.4.1 Infopunktet

Området rundt Barthbua ved Bjørnsgardseter er i forvaltningsplanen for de store verneområdene i Rondane utpekt som hovedinformasjonspunkt i Grimsdalen landskapsvernområde. Det er her tre informasjonstavler, av samme utforming som på Spranget. Informasjonspunktet er plassert nær den sommeråpne vegen gjennom Grimsdalen. Vegen er en gjennomfartsveg (med grusdekke) mellom Folldal og Dovre. Vegen går gjennom gammelt seterlandskap og har flott utsyn til bl.a. Rondane nasjonalpark. I følge forvaltningsplanen for de store verneområdene i Rondane passerer det ca. 8.000 kjøretøy gjennom Grimsdalen i sommersesongen.

Informasjonspunktet ligger også rett ved hovedrutenettet til DNT, ved hovedstien mellom Grimsdalshytta og Dørålseter/Haverdalseter. Grimsdalshytta (DNT) ligger ca. sju hundre meter fra infopunktet.

I umiddelbar nærhet av infopunktet har Dovre fjellstyre en fjellcamp. Det er også bord og benker for rasting og en utedo nær infopunktet. Like ved infopunktet ble det i forbindelse med åpningen av Dovre nasjonalpark bygd opp ei tømra bu som står åpen ("Barthbua") og som har informasjon om villreinen på plakater på veggene inne. Det er også opparbeidet en natursti i området som går forbi infopunktet. Området er med andre ord tilrettelagt for flere brukergrupper; Rasting/kortturer for bilister, campere, flerdagersvandrere og dagsturvandrere.



Figur 4. Infopunktet i Grimsdalen



Figur 5. Infopunktet sett mot øst, Grimsdalshytta i bakgrunnen



Figur 6. Infopunktet sett mot vest, fjellcampen i bakgrunnen



Figur 7. De tre informasjonsplakatene på infopunktet i Grimsdalen

På informasjonspunktet er det satt opp tre plakater; Et kart over de to nasjonalparkene og en ”standard” verneplakat for hver av Dovre og Rondane nasjonalpark, med informasjon om verneverdier og vernebestemmelser.

3.4.2 Resultater fra observasjonsstudiene

I alt ble det registrert 107 personer som var innom i området ved informasjonspunktet på de 4 dagene det ble observert¹. Dette utgjør 14% av trafikkmengden på Spranget i samme periode. Av de 107 som var innom var det 21 personer, eller 20%, som stoppet ved skiltene. På onsdagene ble det ikke registrert bilister som stoppet ved infopunktet. Dette skyldes antakelig det dårlige været.

Lørdag 7. august var det dugnad med å sette opp gjerde rundt Barthbua/infopunktet. Det er mulig at dette førte til at noen unnlot å stoppe ved infopunktet. Ser en kun på de tre første observasjonsdagene, stoppet 19 av 72 ved infopunktet, dvs. i alt 26%.

De fleste ser på alle de tre plakatene når de er bortom informasjonspunktet. 16 av 20 så på alle tre plakatene. Tida brukt på de tre plakatene var i snitt om lag den samme; 60-65 sekunder.

Tida brukt på infopunktet totalt varierte mellom 20 sekunder og 8 minutter (N=20). I snitt ble det brukt 160 sekunder, eller vel to og et halvt minutt totalt, på infopunktet blant de 20-25% som var innom punktet.

2 av 20 flerdagersvandrere stoppet ved infopunktet. 4 av 41 dagsturvandrere stoppet ved infopunktet. 9 av 27 bilister var innom infopunktet. Antall observasjoner er få, men tyder på at flere bilister enn turvandrere bruker infopunktet.

Informasjonspunktet hadde relativt lite besøk på de fire dagene det ble observert. Det ble observert at en del bilister senket farten da de passerte punktet og stirret bort på tavlene, men uten å stoppe. Det ble også registrert at noen stoppet og gikk opp mot Grimsdalshytta, og ikke nedom infopunktet. Infopunktet ligger like ved veien og er godt synlig, men det var

¹ De som lå i campingvogner på fjellcampen like ved og som passerte for å levere søppel el.l. er ikke med i disse registreringene.

sommeren 2010 ikke noe skilt ved Grimsdalsvegen som gjorde bilistene oppmerksom på at det her var informasjon om nasjonalparkene. Det er mulig at et slikt skilt ville ha ført til at flere bilister hadde stoppet. Et slikt visningskilt fra veien er antakelig også nødvendig i forhold til at det er en viss konkurranse om oppmerksomheten i området, med visningsskilt til Grimsdalshytta.

3.5 Oppsummering

Andelen som stopper ved skiltene på infopunktene ser ut til å være ganske stabil; mellom 25 og 30% av de som passerer/oppholder seg ved infopunktet.

Plasseringen av skiltene ser ut til å ha stor påvirkning på hvor mange som stopper. På Spranget stoppet det 8 ganger så mange ved det skiltet som hadde gunstigst plassering (på utsida av infopunktet) som ved det skiltet som var plassert lengst unna (skiltet for "Fosseråket").

Sammenligner en Spranget og Grimsdalen ser det ut til at mange skilt på samme sted virker negativt på hvor lenge folk stopper. I Grimsdalen så 16 av 20 på alle tre skiltene på infopunktet. På Spranget, med 6 skilt, leste tre fjerdedeler bare ett eller to skilt. Tida brukt på infopunktet totalt var også lengre i Grimsdalen; 160 sekunder mot 100 sekunder på Spranget.

Av plakatene "på innsida" av infopunktet på Spranget ble relieffet over fjelltoppene og kartet over nasjonalparken klart foretrukket framfor plakatene med mye tekst. Kartet/relieffet er en type informasjon som folk kan relatere direkte til sin tur/opplevelse der og da, og oppleves derfor sannsynligvis som mer interessant/relevant enn innholdet på de to andre plakatene.

Folk bruker kort tid på infopunktene. Tida brukt på den enkelte plakat var i snitt ett minutt, både på Spranget og i Grimsdalen. Unntaket var plakatene på Spranget for Sel kommune og nasjonalparkplakaten med verneverdier og -bestemmelser, som folk bare brukte 20-30 sekunder på.

3.5.1 Implikasjoner for skilting ved innfallsporter til nasjonalparkene

Det er nødvendig å prioritere hvilke budskap en ønsker å formidle

Den korte tida folk bruker pr. plakat viser at det er begrensa hvor mye informasjon en får formidlet ved innfallsportene. Anbefalingen fra skotske, new zealandske og amerikanske håndbøker om informasjon er entydige. Det anbefales maks. 200 ord pr. skilt. Standardplakatene for norske nasjonalparker (verneverdier og -bestemmelser) har gjerne 5 ganger så mye tekst som anbefalt. Forvaltningen må derfor prioritere hvilke budskap det er viktigst å få formidlet. For eksempel kunne en i Rondane valgt å fokusert sterkere på villreinen, og hvordan en skal oppføre seg for å skape minst mulig forstyrrelser.

Skilting ved innfallsportene er ikke tilstrekkelig for å kanalisere ferdselen i et område

Skilting ved innfallsporter synes ut fra obsevasjonsstudiene på Spranget å ha liten effekt i forhold til kanalisering av ferdsel. Bare 6% av de som var inne ved Spranget leste skiltet for "Fosseråket", stien framover fra Spranget, som er ment å kanalisere ferdsel mot de fremre

deler av fjellområdet. Dette er ikke overraskende. Flere undersøkelser blant besøkende til norske fjellområder viser at svært mange bestemmer seg for hvor de skal dra lang tid i forveien. Skal "Fosseråket" ha en kanalisierende effekt, er det derfor nødvendig at de besøkende får informasjon om denne *før* de kommer til området.

Antall skilt på et informasjonspunkt bør begrenses

Ut fra observasjonene ved Grimsdalen og Spranget ser det ut til at antall skilt pr. infopunkt bør begrenses for å unngå konkurranse mellom informasjonstavlene. Observasjonene i Grimsdalen tyder på at i hvert fall tre tavler på ett infopunkt fungerer greit. Seks tavler, som på Spranget, ser ut til å være for mange. Å begrense antall skilt på ett sted er for øvrig i tråd med utenlandske anbefalinger.

Hvor store ressurser skal brukes på informasjonstavler ved innfallsportene vs. andre informasjonstiltak?

Mange besøkende forventer å finne informasjonstavler ved de største innfallsportene. Mange vil nok også mene at forvaltningen har en informasjonsplikt på de største innfallsportene for å informere om regelverket. Med den begrensede effekten informasjonstavler ved innfallsportene synes å ha, bør imidlertid forvaltningen vurdere hvor store ressurser som skal brukes på informasjonstavler ute i terrenget vs. andre typer informasjonstiltak (internettsteder, skriftlig materiell på turistbedrifter og turisthytter, naturveiledning med mer). Det er også verdt å merke seg at prosjektet "Nasjonale turistveger" i regi av Statens vegvesen har blitt mer restriktive i forhold til bruk av store infotavler. Turistveiprojektet vurderer nå langt nøyere hvor en skal sette opp tavler og hvor omfattende informasjon som gis på det enkelte sted (pers. med. Helge Stikbakke, Statens vegvesen).

Nye infopunkter bør følges opp med observasjoner

Erfaringene fra Spranget er at det tar relativt kort tid å se hvordan informasjonspunktet fungerer, slik at en har mulighet for korrigeringer.

4. Har brune severdighetsskilt til nasjonalparkene en trafikkskapende effekt?

Reiselivet har i mange år ønsket bedre skilting, bl.a. såkalte "brune skilt" til severdigheter slik en har hatt i mange andre land. En ny skiltforskrift (iverksatt 1. juni 2006) og tilhørende skiltnormal (Håndbok 050, del 5, Statens Vegvesen 2009) åpnet for økt bruk av brune skilt, bl.a. til naturfredet område.

Effekten av slik skilt kan være flere. De kan være trafikkskapende ved at flere bestemmer seg for å besøke området det er skiltet til. Dette er særlig aktuelt ved gjennomfartsveger med stor trafikk. Skiltene kan også ha som effekt at det blir enklere å finne fram for de som allerede har bestemt seg for å besøke området. Dersom slike skilt har en stor trafikkgenererende effekt, vil forvaltningsmyndigheten for verneområder måtte vurdere hvilke innfallsporter som kan skiltes med brune skilt, i forhold til sårbarheten på områdene nær innfallsporten.

Sommeren 2010 ble det gjennomført en større brukerundersøkelse i Jotunheimen nasjonalpark, som grunnlag for å utarbeide en besøksstrategi for området. Samtidig tok Statens vegvesen kontakt med Fylkesmannen i Oppland for å skilte med brune skilt til nasjonalparkene i fylket. Dette gjorde det mulig å gjennomføre et pilotforsøk for å se på effekten av brune severdighetsskilt ved hovedveger.

4.1 Jotunheimen nasjonalpark, hovedveger og innfallporter

Jotunheimen nasjonalpark er på 1151 km² og det tilliggende Utladalen landskapsvernområde utgjør 314 km². Det går to hovedveier nord og sør for nasjonalparken (se figur 9). Sommerdøgntrafikken på rv. 55 over Sognefjellet har variert mellom 840 og 900 biler pr. døgn i juni, juli og august fra 2002-2009. Trafikken er om lag det dobbelte over Valdresflya, med en sommerdøgntrafikk på mellom ca. 1500-1700 biler pr. døgn.

Før sommersesongen 2010 ble det satt opp brune severdighetsskilt til Jotunheimen ved hovedvegen inn mot tre innfallsporter; Spiterstulen, Glitterheim og Gjendesheim. Fra før var det skiltet med brunt skilt til Galdhøpiggen ved Galdesand (rv.55).



Figur 8. Brunt severdighetsskilt ved rv. 51 gjennom Sjudalen

4.2 Metode

Sommeren 2010 (fra ca. 1. juli til siste halvdel av september) ble det utplassert selvregistreringskasser ved 8 hovedinnfallsporter til parken: Sognefjellet, Leirvassbu, Gjendeosen, Veodalen, Utladalen, Visdalen, Turtagrø og Mjølkedalen (se figur 9). I tillegg ble det lagt ut selvregistreringskort på frontuta på biler som hadde parkert ved Juvassshytta. På selvregistreringskortene ble de passerende bl.a. bedt om å oppgi mail-adresse for deltakelse i en nettbasert etterundersøkelse, som ble gjennomført på høsten 2010. I alt ble det registrert 9.110 personer over 15 år i selvregistreringskassene sommeren 2010. På kortene var det registrert 2.247 gyldige mail-adresser, hvorav 69% svarte på det tilsendte spørreskjemaet.



Figur 9. Jotunheimen nasjonalpark og Utladalen landskapsvernområde

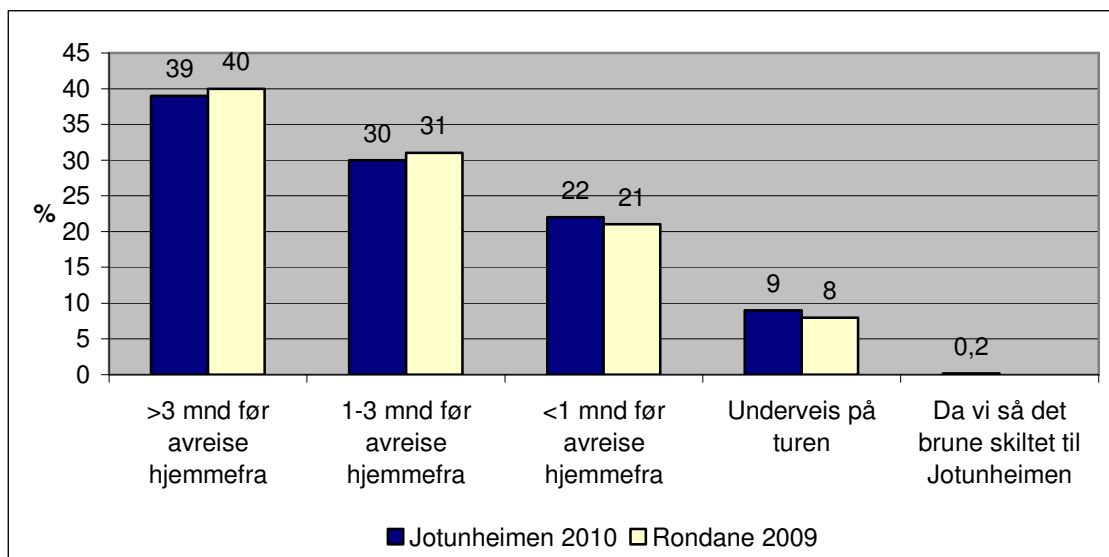
- Selvregistreringskasser sommeren 2010

4.3 Resultater

For å se på hvilken effekt de brune skiltene hadde på turistenes adferd, ble det i den oppfølgende undersøkelsen spurt om *når* de som hadde besøkt Jotunheimen hadde bestemt seg for dette (Spørsmålet om når de besøkende tok beslutningen om å besøke Jotunheimen ble kun stilt til de som kun var på ett besøk i løpet av 2010, fordi det var vanskelig både å registrere beslutningstidspunktet for alle besøk, og fordi folk på flere besøk ville kunne ha

problemer med å huske beslutningstidspunktet for alle sine besøk). Kun to personer svarte at de hadde bestemt seg for å besøke Jotunheimen når de så det brune skiltet til Jotunheimen ved hovedvegen. En av disse hadde kjørt til Juvasshytta. Juvasshytta har imidlertid ikke brunt skilt til Jotunheimen, men til Galdhøpiggen. Den andre respondenten som hadde bestemt seg når han så skiltet, oppga ikke hvilken innfallsport han hadde brukt. I alt hadde 718 personer brukt en av innfallsportene som hadde brune skilt, vegen til Juvasshytta inkludert. Dvs. at 0.3% av de som brukte innfallsporter med brune skilt bestemte seg når de så skiltet ved hovedvegen.

Spørsmålet om når folk bestemmer seg for å besøke et område, ble stilt i en tilsvarende undersøkelse i Rondane året før (her er det ikke oppsatt brune severdighetsskilt). Sammenligner en de besøkende til de to fjellområdene, ser en at tidspunktet for beslutning om besøk er svært likt i de to områdene (figur 10). I begge områder er det 90% som har bestemt seg for å besøke området før de dra hjemmefra.



Figur 10 De som var på ett besøk i Jotunheimen/Rondane: Når bestemte de seg for å besøke Jotunheimen/Rondane? (N=1022)

Resultatene er i samsvar med en undersøkelse blant bilister i Jostedalen i 1996. Nesten to tredjedeler av turistene til Jostedalen hadde bestemt seg for å besøke Jostedalen før de dro hjemmefra. Bare 5% bestemte seg da de så det brune severdighetsskiltet til Nigardsbreen ved Gaupne (v. rv. 55)¹.

¹ Vorkinn, M. & Vistad, O.I. 1997. Naturinformasjonssentra: Reiselivsattraksjon og verktøy for miljøforvaltning. ØF-rapport 1997/22

4.4 Diskusjon

Resultatene fra Jotunheimen og andre undersøkelser tyder på at brune severdighetsskilt til nasjonalparker plassert ved hovedveger rundt parken har liten trafikkskapende effekt. En viktig årsak til dette er at beslutningen om besøk i nasjonalparken tas på et tidligere tidspunkt enn når bilistene passerer vegskiltet (ca. 90% bestemmer seg før avreise hjemmefra). Resultatene tyder på at dersom en ønsker å påvirke hvor folk drar, er mulighetene for å påvirke størst hvis informasjonspåvirkningen skje før de kommer til området, helst i hjemmesituasjonen (jfr. avsnitt 2 om at det må informeres på riktig tid i beslutningsprosessen dersom informasjon skal være effektiv). Dette gjelder både for markedsføring innen reiselivet og i forhold til kanalisering av ferdsel i forvaltningsøyemed.

Når brune severdighetsskilt har såpass liten trafikkskapende effekt inn til nasjonalparkene som her er vist, betyr det også at de forvaltningsmessige utfordringene med å skilte til sårbare områder er mindre enn de ville ha vært dersom skiltene hadde generert trafikk av en viss betydning.

Dagens brune severdighetsskilt inn til nasjonalparkene består av navnet på parken og fellessymbolet for naturfredet område (figur 8). Dvs. at betegnelsen "nasjonalpark" ikke er med på skiltet. For å øke informasjonsverdien hadde det vært ønskelig om nasjonalparkbetegnelsen hadde vært med på skiltet, fordi symbolet for naturfredet område sannsynligvis er lite kjent. Det kan også i forbifarten lett forveksles med andre symboler, som symbolet for nasjonale turistveger. Når det for Nasjonal turistveg Rondane brukes samme skiltutforming som for skiltene som ble brukt i Jotunheimen, er det bare selve symbolet som skiller de to skilttypene (teksten vil bli den samme; "Rondane"), slik at skiltene blir svært like og lett kan forveksles.



Figur 11. Symbol for nasjonal turistveg