Møteinnkalling

Utvalg:	**Arbeidsutvalget i Rondane-Dovre nasjonalparkstyret**
Møtested:	E-post, E-post
Dato:	18.12.2020
Tidspunkt:	12:00

Eventuelt forfall må meldes snarest til xxx. Vararepresentanter møter etter nærmere beskjed.

Saksliste

Utvalgs-saksnr	Innhold	Lukket	Arkiv-saksnr
ST 5/2020	Dovre nasjonalpark - besøksstrategi - kommunikasjonsplan		2020/567
ST 6/2020	Uttale til høring. Besøksstrategi for Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark og øvrige verneområder i Dovrefjell		2020/13340

Rondane-Dovre
nasjonalparkstyre
Arbeidsutvalget

Saksframlegg

Arkivsaksnummer: 2020/567-122 **Saksbehandler:** Trond Stensby **Dato:** 09.12.2020

Utvalg	Utvalgssak	Møtedato
Arbeidsutvalget i Rondane-Dovre nasjonalparkstyret	5/2020	18.12.2020

Dovre nasjonalpark - besøksstrategi - kommunikasjonsplan

Innstilling fra forvalter

Med hjemmel i vedtektene for Rondane-Dovre nasjonalparkstyre pkt. 8.2 blir forslag til «Kommunikasjonsplan for Dovre nasjonalpark (kap. 4 i Besøksstrategi for Dovre nasjonalpark) som vedlagt saken, sendt til Miljødirektoratet for faglig godkjenning, og deretter sendt på høring til berørte myndigheter og parter.

«Kommunikasjonsplanen» blir sammenstilt med besøkstrategien til et høringsdokument.

--- slutt på innstilling ---

Dokumenter i saken

Vedlegg:

1 201211 Kommunikasjonsplan for Dovre nasjonalpark_07.12.2020 (002)

Saksopplysninger

Rondane-Dovre nasjonalpark gjorde i møte 30.11.20, styresak 54/20 bl.a. slik vedtak:

«Forslag til «Kommunikasjonsplan» blir tilsvarende lagt fram til behandling for AU-Rondane-Dovre nasjonalparkstyre.»

Informasjonsrådgiver Martine Hårstad har nå laget et utkast til kommunikasjonsplan som ligger til behandling i denne saken.

Fra forslaget til kommunikasjonsplan kan vi hente følgende:

- Formålet med kommunikasjonsplanen er å bidra til å nå målene i besøksstrategien gjennom å legge føringer for forvaltningens kommunikasjonsarbeid. … Den skal være et brukervennlig verktøy som bidrar til at kommunikasjonen både flyter og treffer bedre.

- Det overordnede målet med kommunikasjonsplanen er å legge føringer for hvordan vi skal nå målsetningene i besøksstrategien. Kommunikasjon er det viktigste verktøyet vi har for å ønske velkommen inn i tråd med disse.
- Den overordnede målgruppen for kommunikasjonen er alle som ønsker å besøke eller få besøk til verneområdene. Formidlingsarbeidet avhenger av at forvaltningen har en god og åpen dialog med flere målgrupper på ulike nivå.
- Se på muligheten for å bruke det kommersielle merket til merkevaren Norges nasjonalparker.
- Målgrupper
    - Gjesten
    - Reiselivet
    - Øvrig næringsliv
    - Lokalbefolkningen.
- Det er foreslått et bredt spekter av virkemidler:
    - Sosiale medier i samarbeid med Rondane nasjonalpark (Facebook, Instagram og samarbeid med influensere)
    - Besøksrettet nettside samarbeid med Rondane nasjonalpark
    - Ut.no
    - Destinasjonsselskapenes kanaler
    - Besøkssenter villrein, SNO
    - Informasjonspunkt ved innfallsportene
    - Brosjyrer
    - Bedriftsbesøk
    - Samarbeid med reiselivet
    - Bruk av kommersielt merke (Norges nasjonalparker)
    - Fagdager og kurs for reiselivet
    - Webinar/allmøter for det øvrige næringsliv og lokalbefolkningen
    - Arbeid mot presse
    - Magasiner og andre aktuelle interesseorganisasjoner
    - Vegskilting/vegvesenet/kartløsninger (google, norgeskart ol.)

Det er knyttet føringer og tiltak til de ulike virkemidlene.

Hjemmelsgrunnlag

Delegering

Miljøverndepartementet har i brev av 9. mars 2011 delegert forvaltningsmyndigheten for verneområdene til Rondane-Dovre nasjonalparkstyre i medhold av naturmangfoldloven § 62, jf. § 77.

I **vedtektene for nasjonalparkstyret** (2020) står det bl.a.:
(Pkt. 8.2 Skjøtsel og besøksforvaltning
… Plan for skjøtsel og eventuell tilrettelegging skal, jf. §§ 35 og 36 siste ledd, inngå i en forvaltningsplan godkjent av Miljødirektoratet.
…
Styret kan som forvaltningsmyndighet legge til rette for at verneområdenes potensial for verdiskapning utnyttes innenfor rammen av verneforskriftene og naturmangfoldloven. Dette skal skje gjennom konkrete forvaltnings- og skjøtselstiltak, fortrinnsvis i tråd med den delen av forvaltningsplanene som omhandler besøksstrategi.»

Verneformål – forskrift

Hovedformålet med opprettelsen av Dovre nasjonalpark er å:

- ta vare på et stort, sammenhengende og i det vesentlige urørt fjellområde,
- ta vare på et høyfjellsøkosystem med et egenartet og variert biologisk mangfold,
- ta vare på sentrale leveområder til villreinstammen i Rondane,
- bevare landskapsformer og særpregede geologiske forekomster,
- ta vare på verdifulle kulturminner.

Allmennheten skal fortsatt ha anledning til naturopplevelse gjennom utøving av tradisjonelt og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging.

Verneforskriften gir at området er vernet mot inngrep av enhver art, og det er bl,a, bestemmelser for ferdsel og motorferdsel.

Forvaltningsplan

Forvaltningsplanen har ingen føringer spesielt for besøksforvaltning, men trekker likevel opp retningslinjer for bl.a ferdsel, motorferdsel, infallsporter og informasjon.

Naturmangfoldloven

Saken må vurderes etter naturmangfoldlovens miljørettslige prinsipper i §§ 8-12 (kunnskapsgrunnlag, føre-var prinsippet, samlet belastning på økosystemet, kostnader ved miljøforringelse bæres av tiltakshaver samt miljøforsvarlige teknikker og driftsmetoder), jamfør § 7.

Vurdering

Nasjonalparkforvalteren legger til grunn at det er lagt fram et forslag til kommunikasjonsplan som er i tråd med Miljødirektoratet sin veileder, og prosjektplanen godkjent av nasjonalparkstyret 17.03.20, jf. også nasjonalparkstyret sitt vedtak 30.11.20.

Forslaget til kommunikasjonsplan gir et helhetlig bilde av målgrupper, virkemidler og tiltak. Sammen med besøkstrategien og sårbarhetsanalysen vil kommunikasjonsplanen danne et godt faglig og strategisk grunnlag for besøksforvaktning og informasjonsarbeid knyttet til Dovre nasjonalpark.

Konklusjon
Nasjonalparkforvalteren vil innstille på at forslag til «Kommunikasjonsplan for Dovre nasjonalpark (kap. 4 i Besøksstrategi for Dovre nasjonalpark) som vedlagt saken, blir sendt til Miljødirektoratet for faglig godkjenning, og deretter sendt på høring til berørte myndigheter og parter.

«Kommunikasjonsplanen» blir sammenstilt med besøkstrategien til et høringsdokument.

4 Kommunikasjonsplan

Formålet med kommunikasjonsplanen er å bidra til å nå målene i besøksstrategien gjennom å legge føringer for forvaltningens kommunikasjonsarbeid. Planen skal definere hvem vi skal kommunisere med, hvordan denne kommunikasjonen skal foregå og hvilke kanaler og virkemidler som skal benyttes. Den skal være et brukervennlig verktøy som bidrar til at kommunikasjonen både flyter og treffer bedre. Vi skal ønske «velkommen inn» på en inkluderende og forståelig måte, samtidig som vi bidrar til en økt forståelse for vernet.

4.1 Mål

Det overordnede målet med kommunikasjonsplanen er å legge føringer for hvordan vi skal nå målsetningene i besøksstrategien. Kommunikasjon er det viktigste verktøyet vi har for å ønske velkommen inn i tråd med disse. Det er tidligere presisert at vi må favne bredt og at kommunikasjonsarbeidet skal bidra til mer og bedre kommunikasjon til de besøkende. Vi ønsker å kanalisere og styre ferdselen samtidig som vi gir forutsigbare rammer til de næringsdrivende. Resultatet av dette vil optimalt sett være at flere får en bedre forståelse for vernet, og dermed tar større hensyn til villreinens leveområder og annen sårbar natur. Vår kommunikasjon skal si velkommen inn og gi gjesten kunnskap og selvtillit til å ferdes trygt og fornuftig i naturen.

4.2 Målgrupper

Den overordnede målgruppen for kommunikasjonen er alle som ønsker å besøke eller få besøk til verneområdene. Formidlingsarbeidet avhenger av at forvaltningen har en god og åpen dialog med flere målgrupper på ulike nivå. Vårt mål er derfor å kommunisere direkte med gjesten, reiselivet, øvrig næringsliv og lokalbefolkningen, og indirekte med gjesten via reiselivet, øvrig næringsliv og lokalbefolkningen. I tillegg ser vi viktigheten av å kommunisere og samarbeide godt med nærliggende nasjonalparker/nasjonalparker med like utfordringer og fjelloppsyn uten at de er tatt med som en egen målgruppe her.

1. Gjesten

Hovedmålgruppen for direkte kommunikasjon med gjesten er dagsturister med vekt på førstegangsbesøkende og gjester som har mindre kunnskap om området. Bakgrunnen for dette er NINAs minirapport 522 («Karaktertrekk ved de besøkende til innfallsporter i Rondane og Dovre nasjonalparker») som påpeker at det ved både Grimsdalshytta og Hageseter/Gautåseter bør satses på nettopp denne målgruppen, da de i større grad ønsker tilrettelegging og lar seg kanaliseres til aktiviteter i randsonene. Vi skal derfor framheve enkle og fortrinnsvis tilrettelagte aktiviteter og god veiledning som passer de fleste segment innenfor målgruppen. I tillegg skal vi legge opp til en god dialog via sosiale medier til gjester som kommer tilbake flere ganger, dette kan også være lokalbefolkningen.

Vi har ikke valgt å segmentere på bakgrunn av alder, kjønn eller nasjonalitet, men på interesse. I dette tilfellet målgruppen som har interesse for aktivitet i Dovre nasjonalpark og Grimsdalen

landskapsvernområde. Men i enkeltprosjekter kan det selvfølgelig være aktuelt å sikte seg inn mot mer spissede målgrupper.

2. Reiselivet

I arbeidet med besøksstrategien er det avdekt at det er et stort behov for informasjon. Ikke bare ved informasjonspunkt og innfallsporter, men også uttrykt hos den enkelte bedrift. Bedriftene kan derfor bli en viktig samarbeidspart for å nå ut med viktig informasjon om verneområdene. Målgruppen vi har kalt reiselivet innebefatter alle reiselivsbedrifter som har aktivitet i og rundt verneområdene. Det er disse bedriftene som har mest kontakt med gjestene og dermed har størst potensial med tanke på å spre budskapet vårt. Godt samarbeid, god informasjonsflyt og kunnskapsoverføring både mellom forvaltningen og reiselivet og mellom reiselivet og gjesten vil bli høyt prioritert. Vi ønsker at reiselivet skal støtte opp om forvaltningen, og har som mål å være felles avsender sammen med reiselivet i de tilfeller det er hensiktsmessig. Eksempler på dette kan være innhold til sosiale medier, utvikling av randsoneaktiviteter, arrangere fagdager/kurs i felleskap og lignende.

3. Øvrig næringsliv

Her ønsker vi å inkludere alle bedriftene som ligger i nærheten av verneområdene og er i kontakt med gjester. Eksempler på slike er: Dagligvarebutikker, bensinstasjoner og sportsbutikker. For å gi gjesten en god opplevelse er det viktig å gi service i alle ledd. Det optimale er at flest mulig som er i kontakt med gjestene kan svare på eventuelle spørsmål eller minimum henvise til noen som har den rette kunnskapen.

4. Lokalbefolkningen

Lokalbefolkningen i bygdene rundt verneområdene innebefatter alle lokale: Grunneiere, beitebrukere, rettighetshavere og brukere. Lokalbefolkningen kan være både vertskap og gjester, og er av våre viktigste ambassadører.

4.3 Kanaler og virkemidler

For å oppnå den graden av kommunikasjon som er ønskelig både direkte til gjesten og til de øvrige målgruppene må vi ta i bruk flere ulike kanaler og virkemidler. Vi har valgt en kombinasjon av tradisjonelle og moderne kanaler for å nå ut til flest mulig innenfor våre målgrupper.

- Sosiale medier i samarbeid med Rondane nasjonalpark (Facebook, Instagram og samarbeid med influensere)
- Besøksrettet nettside samarbeid med Rondane nasjonalpark
- Ut.no og DNTs kanaler
- Andre turapper
- Destinasjonsselskapenes kanaler
- Besøkssenter villrein, SNO
- Informasjonspunkt ved innfallsportene
- Brosjyrer

- Bedriftsbesøk
- Samarbeid med reiselivet
- Bruk av kommersielt merke (Norges nasjonalparker)
- Fagdager og kurs for reiselivet
- Webinar/allmøter for det øvrige næringsliv og lokalbefolkningen
- Arbeid mot presse
- Magasiner og andre aktuelle interesseorganisasjoner
- Vegskilting/vegvesenet/kartløsninger (google, norgeskart ol.)

4.3.1 Hvordan bruke de ulike kanalene og virkemidlene

Sosiale medier generelt (heretter kalt SoMe)

Vi har valgt å være aktive på henholdsvis Facebook og Instagram med felles konto for Dovre og Rondane nasjonalparker. For å kunne påvirke og nå ut med budskapet vårt i størst mulig grad er det viktig å bygge opp en solid følgerskare på begge disse kanalene. Dette skal gjøres ved å produsere og dele innhold med en god blanding av inspirasjon og informasjon. Innholdet må være så interessant og underholdende at den potensielle følgeren velger nettopp oss i jungelen av alle kontoene som finnes i dag. Vi skal svare på alle spørsmål som kommer i de ulike kanalene og by opp til dialog, men spørsmål som ikke går direkte på verneområdene kan sendes videre til den aktuelle bedriften eller destinasjonsselskapet. Her vil det også være hensiktsmessig å jobbe tett med destinasjonsselskapene og andre aktuelle samarbeidspartnere, både for å samarbeide om innhold og enkelt kunne krysspublisere.

- Instagram

Instagram skal brukes til å inspirere og komme med kort informasjon og enkle tips. Innholdet vil variere noe i løpet av året (egen plan skal utarbeides). Innholdet skal være en kombinasjon av egenprodusert stoff og deling av andres innhold. Sistnevnte er med på å bygge opp dialogen og felleskapet mellom forvaltningen og målgruppene.

- **Facebook**
  - Facebooksiden skal ha mye av den samme funksjonen som Instagram, men skal i større grad være en informasjonskanal. Det er likevel viktig å finne en god balanse mellom inspirasjon og informasjon for å opprettholde interessen til følgerne. Også her skal innholdet være en kombinasjon av egenprodusert stoff og deling av andres innhold, men med større andel av egenprodusert.
  - **Facebookgrupper** skal opprettes og brukes som et virkemiddel internt for å bedre kommunikasjonen mellom forvaltningen og reiselivet/på tvers av reiselivet via grupper, og kanskje på sikt også de øvrige målgruppene. I tillegg skal både forvaltere og informasjonsrådgiver følge med på hva som rører seg i eksisterende grupper som berører verneområdene og komme med konstruktive innspill der det er hensiktsmessig. Eksempel på en slik gruppe er «Toppturer i Jotunheimen, Rondane og Dovrefjell»

- **Samarbeid med influensere**

Samarbeid med influensere, i samarbeid med Rondane nasjonalpark, er en god måte å nå ut til målgrupper vi selv ikke klarer å treffe. Her bør vi se på muligheten til å knytte til oss relevante influensere som ønsker å identifisere seg med verneområdene våre. Her vil det i enkelte tilfeller være hensiktsmessig å samarbeide med reiselivet.

Besøksrettet nettside

Nettsiden for Rondane og Dovre nasjonalparker skal være besøksrettet og inneholde så mye og god informasjon at gjesten og de øvrige målgruppene står igjen med minimalt med ubesvarte spørsmål. Den skal ønske velkommen inn i de mindre sårbare områdene og randsonene samtidig som den skal inneholde tydelig og lettfattelig informasjon om regler og verneverdier. Siden skal være et verktøy som alle målgruppene våre kan bruke og dra nytte av. Det skal ikke være en reiselivsside, men det skal være mulig å planlegge opplevelsen med utgangspunkt i siden da vi skal lenke videre til destinasjonsselskapene og vice versa. For å få et best mulig resultat skal alle målgruppene involveres i arbeidet med siden, både via samarbeid med reiselivet og dialog med de øvrige både gjennom samtaler og sosiale medier. Vi ønsker i størst mulig grad å løfte de samme opplevelsene som reiselivet selv gjør så framt det ikke strider med vernet.

Tema for siden (denne er ikke endelig):

- Om nasjonalparken og verneområdene
- Villrein
- Ferdselsråd og regler
- Rondane og Dovre gjennom året
- Innfallsporter
- Opplevelser og aktiviteter
- Overnatting og reise

Ut.no/DNTs kanaler

Vi vet at DNT sine kanaler og særlig ut.no er svært viktige informasjonskilder for besøkende. Vi må derfor jobbe for å ha en god dialog og et godt samarbeid med DNT vedrørende alle deres plattformer. Det har i 2020 blitt lagt fram et forslag til en avtale om kvalitetssikring av innholdet på disse plattformene.

Andre turapper

Det finnes i dag mange ulike turapper, både nasjonale og internasjonale. Det er hensiktsmessig å ha oversikt over disse og opprette dialog med de ulike tilbyderne. Det er ønskelig å kunne kvalitetssikre flest mulig av disse.

Destinasjonsselskapenes kanaler

Disse kanalene er viktige informasjonskilder for gjesten både i planleggingsfasen og mens man er på tur. Per i dag er det stor variasjon i hvor mye informasjon de ulike destinasjonsselskapene har om verneområdene. Vi skal jobbe for å løfte denne informasjonen i disse kanalene, både direkte ved å ha et tett samarbeid med destinasjonskanalene og ved at det blir naturlig å lenke fra deres sider til vår besøksrettede nettside. Og som nevnt vil det være hensiktsmessig å jobbe tett med destinasjonsselskapene både for å samarbeide om innhold nettsider og SoMe, og for å enkelt kunne krysspublisere.

Besøkssenter villrein og SNO

Besøkssenteret på Hjerkinn er en viktig formidler av budskapet vårt og vi må jobbe for å vedlikeholde og videreutvikle det gode samarbeidet med besøkssenteret og fagmiljøet hos Norsk villreinsenter Nord. Naturveilederne informere både gjester som besøker attraksjonene (Fjellportalen og viewpoint SNØHETTA) og grupper de besøker om bakgrunnen for vernet. SNO og lokalt fjelloppsyn er våre ører og øyne i fjellet og kan gi oss svært nyttig innsikt om verneområdenes tilstand og hvordan besøkende ter seg i fjellet.

Informasjonspunkt

Informasjonspunktene som eksisterer per i dag er av varierende kvalitet og flere av de eksisterende punktene må rustes opp, i tillegg skal det etableres noen nye. Se tiltak nummer fire for oversikt over punkter som skal etableres/rustes opp.

Brosjyrer

Vi skal utarbeide en ny brosjyre som skal inneholde generell informasjon om verneområdene – innholdet skal være et kort sammendrag av informasjonen du finner på nettsiden.

Bedriftsbesøk

Det skal gjennomføres bedriftsbesøk der både informasjonsrådgiver og begge forvaltere deltar, det bør etterstrebes at alle tre bør gjennomføre flest mulig av besøkene sammen. Her må det utarbeides en egen plan som fordeler bedriftsbesøkene gjennom året, og er hensiktsmessig med tanke på bedriftenes sesongvariasjoner. Det er viktig å påpeke at vi ikke kan besøke alle hvert år, men at alle skal ha fått tilbudet i løpet av en gitt periode.

Samarbeid med reiselivet

For å opprettholde en jevnlig kommunikasjon ser vi det hensiktsmessig at forvaltning og reiselivet samarbeider om relevante prosjekter som gagner både vern og lokal verdiskaping. Dette kan både være i

samarbeid med enkeltbedrifter, en gruppe bedrifter eller destinasjonsselskap. Vi mener at dette er viktige tiltak for å få en god kommunikasjonsflyt, og at det å samarbeide om prosjekter der vi har felles mål vil styrke også den øvrige dialogen og samarbeidet.

Bruk av kommersielt merke – designmanualen for Norges nasjonalparker

Fastsetting av retningslinjer for bruk av kommersielt merke kan være et ledd i å få en god dialog med aktørene i og ved nasjonalparken. Dette kan blant annet gjøres ved at det stilles krav om oppmøte på kurs/fagdager og lignende.

Fagdager og kurs for reiselivet

Ved å innføre årlige faglige treffpunkter vil vi kunne heve kvaliteten på produktene reiselivet tilbyr og samtidig øke bevisstheten rundt vernet. Vi skal også se på muligheten for å bruke det kommersielle merket til merkevaren som et ledd i dette. Eksempler på tema for slike fagdager/kurs kan være: Villrein, kulturminner, lokalhistorie ++. Det er også viktig å flette inn reiselivsspesifikke tema i disse dagene/kursene, og sosiale medier, opplevelsesdesign ol. kan være eksempler på slike.

Webinarer og allmøter for øvrig næringsliv og lokalbefolkning

Dette vil i stor grad samsvare med punktet over og vi må sammen med reiselivet se på hvordan dette kan løses på best mulig måte.

Kontakt med pressen

Vi skal ha en god dialog med pressen, særlig lokalpressen og utnytte de mulighetene som byr seg, men også selv ta initiativ til saker for å få ut budskapet vårt.

Magasiner og andre aktuelle instanser

Magasiner og andre instanser som har målgrupper som er sammenfallende med våre kan være svært nyttige samarbeidspartnere. Et eksempel på dette kan være samarbeid om å nå ut med informasjon om sykling i verneområdene: Her vil det som et eksempel kunne være hensiktsmessig å spille på lag med magasinet Terrengsykkel og andre lignende instanser for å treffe målgruppa i større grad.

Vegskilting/kartløsninger

Riktig og konsekvent skilting er viktig for at gjestene skal få en god opplevelse når de besøker oss. Vi skal ha god dialog med vegvesenet og kartleverandører for å bidra til at skilting og kart er korrekte.

4.4 Hvordan kommunisere med de valgte målgruppene i de ulike kanalene

Vår kommunikasjon skal bidra til, og bygge opp under en følelse av fellesskap. Det skal ikke være oss og dem, verken når det gjelder forvaltning og næringsliv eller forvaltning og gjest, det skal være vi. Målet er at flest mulig skal få en forståelse for vernet og gjennom dette bygge opp en felles ansvarsfølelse for verneområdene.

4.4.1 Språkprofil

Hvordan vi uttrykker oss i de ulike kanalene og virkemidlene vil være avgjørende for hvor vellykket kommunikasjonen blir. Det er viktig å kommunisere på en måte som gjør at gjesten får en realistisk forventning til opplevelsen og er godt forberedt. Vi skal få dem på lag og må finne balansen mellom å opptre folkelig og profesjonelt. Vi skal være tilgjengelig og deltakende i felleskapet samtidig som vi skal være den instansen både gjestene og de øvrige målgruppene oppsøker og stoler på når det gjelder informasjon om verneområdene. All kommunikasjon skal derfor inneha en kombinasjon av folkelig tone og profesjonell substans. Hvordan de to faktorene vektes vil variere avhengig av kanal/virkemiddel. Tonen skal være mer folkelig i sosiale medier enn den skal være på nettsiden, i brosjyrer og informasjonspunkt. Uansett kanal/virkemiddel skal det etterstrebes at all tekst skal ha god flyt og være uten skrivefeil. Vi skal bruke emojier aktivt på sosiale medier, men bruken skal ikke overdrives.

4.4.2 Språk

Nettsiden skal være på minimum norsk og engelsk, tysk skal vurderes etter gjennomført brukerundersøkelse i 2021. På sosiale medier bør det vurderes å bytte fra norsk til en kombinasjon av norsk og engelsk i løpet av 2021.

4.5 Kommunikasjon med de ulike målgruppene

Gjesten

Kommunikasjonen med gjesten skal ideelt sett resultere i nye ambassadører for verneområdene. Det er vårt ansvar å produsere god og lettfattelig informasjon som bidrar til å kanalisere gjestene til gode opplevelser utenom de mest sårbare områdene, og samtidig øke forståelsen for vernet. For å lykkes med dette er det viktig å se på hvor og hvordan vi kan treffe gjestene både før, under og etter oppholdet. Vi har derfor beskrevet hvordan vi ser for oss kundereisen og vil bruke denne som et utgangspunkt for kommunikasjonsarbeidet.

1. Gjesten kommer over et fint bilde eller et nyttig tips på våre SoMe-kanaler, interessen for området vekkes og de begynner å følge våre kontoer.

2. Det fortsetter å komme nyttig, inspirerende og lærerikt innhold fra områdene og aktivitetene vi ønsker kanalisering til, interessen blir forsterket og gjesten følger en lenke som leder til nettsiden.
3. På nettsiden er det oversiktlig og enkelt å gjøre seg kjent med verneområdene. Her skal gjesten få nok informasjon til å kunne planlegge besøket, og ikke minst bli inspirert til at turen skal gjennomføres sporløst.
4. Gjesten ankommer bygda som ligger nærmest innfallsporten de har valgt seg og får god og inkluderende informasjon både fra servitøren på restauranten og de ansatte på bensinstasjonen.
   4.1. Deretter venter en hyggelig velkomst og et opphold med høy kvalitet hos den aktuelle overnattingsbedriften/aktivitetsbedriften hvor det gis god og faglig forankret informasjon om verneområdene som en del av produktet.
5. Velger gjesten å gå på tur på egen hånd skal kortfattede skilt og informasjonstavler ved innfallsportene og enkle brosjyrer gi nyttig informasjon og vise vei – repetisjon av den viktigste informasjonen fra hjemmesiden.
6. Underveis tar gjesten bilder og deler på SoMe fra aktiviteter og områder vi ønsker å kanalisere til. Gjennom informasjonen de har fått både før og under oppholdet har de blitt bevisst på hva som bør og ikke bør formidles for å bidra til å ta vare på naturen.
7. Besøket har bidratt til økt forståelse for vernet, gjesten har blitt glad i området og ønsker å bidra til at flere tar vare på det – gjesten har blitt en ambassadør som forteller andre om både området og viktigheten av vernet. I tillegg er de blitt en del av den mest dedikerte følgerskaren på SoMe og bidrar jevnlig i diskusjoner på de ulike plattformene, samt bidrar til selvjustis når det gjelder sporløs ferdsel i verneområdene.

Kundereisen	Hjemme før beslutning om reise	Hjemme etter beslutning om reise	Underveis og i randsonen	Innfallsport/ Opplevelses-bedrift	I verneområdene	Hjemme etter besøket
Fokus for den besøkende	Søker underholdning, inspirasjon og nyttige råd/tips	Søker informasjon om reisemål/reiserute/ aktiviteter. Planlegger turen	Daglig detalj-planlegging, organisering Søke lokale tips	Opplevelser	Opplevelser og deling/ formidling av egne opplevelser	Deling/ formidling av opplevelsene og ny kunnskap
Påvirkning i de ulike fasene	Påvirke til sporløs ferdsel. Kanalisere til mindre sårbare områder	– Påvirke valg av besøksmål (kanalisering). – Gi riktige forventninger – Gi tydelig oglettfattelig informasjon om hvordan du kan ta gode valg med tanke på verneverdiene – Gi god informasjon om hva som kan oppleves	– Påvirke valg av besøksmål med konkrete handlings-alternativ – Gi tydelig og lettfattelig informasjon om hvordan du kan ta gode valg med tanke på verneverdiene – Praktisk stedsspesifikk Informasjon om hva som kan oppleves – Tips og råd fra lokale aktører	– Kort, konkret og Stedsspesifikk Informasjon – Gi tydelig og lettfattelig informasjon om hvordan du kan ta gode valg med tanke på verneverdiene – Konkrete handlingsalternativ – Kunnskapsbasert guiding	– Konkret informasjon Om en bestemt lokalitet/aktivitet – Gi tydelig og lettfattelig informasjon om hvordan du kan ta gode valg med tanke på verneverdiene	– Lik bilder/ videoer som gjestene har lagt ut. Kommenter og by opp til dialog.
Aktuelle informasjons-kanaler	SoMe (Instagram og Facebook) Både egne kanaler, samarbeidspartner es kanaler og tidligere gjesters kanaler	SoMe og nettsider Både egne kanaler, samarbeidspartnere s kanaler og tidligere gjesters kanaler (ut.no er spesielt viktig)	– SoMe – Nettsider (ut.no er spesielt viktig) - Personalet på servicebedrifter – Skilting – Brosjyrer – Turistkontor – Besøkssenter	– Guider/ naturveiledere – SoMe – Nettsider (ut.no er spesielt viktig) – Skilting – Brosjyrer	- Guider/ naturveiledere - SoMe - Nettsider (ut.no er spesielt viktig) -Skilting - Brosjyrer	Dialog med gjesten via våre SoMe-kanaler. Dele gjestene sine innlegg i våre kanaler

Med utgangspunkt i modell av Marit Vorkinn, Fylkesmannen i Innlandet

Reiselivet

For å kunne gi gjesten god informasjon er det essensielt at det er god kommunikasjon og et godt samarbeid mellom forvaltningsmyndigheten og reiselivet/fagmiljøene i området. På samme måte som når vi skal kommunisere direkte med gjesten er det forvaltningens ansvar å legge til rette for at reiselivet skal ha god forståelse for vernet. Det er viktig at de har nok kunnskap til å kunne gi gjestene sine god og kvalitetssikret informasjon om verneområdene. Reiselivsaktørene er sammen med SNO våre viktigste kunnskapsformidlere. Organisert ferdsel kan derfor være en måte å ivareta verneverdiene, og bidra til økt lokal verdiskaping.

Et annet viktig punkt er rolleavklaring. Forvaltningen og reiselivet må avklare hvem som informerer gjesten om hva, og selv om det vil flyte litt inn i hverandre er det viktig å fastsette hva som er forvaltningsmyndighetens rolle og hva som er reiselivets rolle med tanke på informasjon og

kommunikasjon. Det er også viktig å fremheve at vi har felles mål, samtidig som det er viktig å dra nytte av disse ulike rollene og komplementere hverandre. Et spesifikt ønske fra forvaltningen er at vår informasjonsrådgiver har en felles kontordag med Nasjonalparkriket og eventuelle andre destinasjonsselskap/bedrifter som ønsker.

Til sist vil vi også påpeke viktigheten av enkel og tydelig kommunikasjon og informasjon i forbindelse med søknadsprosesser som gjelder aktivitet i verneområdene. Vi må arbeide for at det skal være lav terskel for å ta kontakt med forvaltningen og at det skal være et naturlig første steg i prosesser knyttet til verneområdene.

Øvrig næringsliv

For at gjesten skal få en god opplevelse i verneområdene er det viktig at hele reisen er positiv. Alle som har kontakt med gjester eller mulige gjester bør fungere som vertskap. Det er viktig å jobbe fram en felles stolthet for områdene.

Lokalbefolkningen

Lokalbefolkningen kan være både vertskap og gjester i verneområdene og er viktige ambassadører og kunnskapsformidlere. Vi vet at det er utfordringer både knyttet til vern og utøvelse av reiseliv, og må derfor jobbe for å involvere ulike grupper i lokalbefolkningen i størst mulig grad. Forvaltningen bør i størst mulig grad forankre prosesser tilknyttet verneområdene i denne gruppen.

Rondane-Dovre
nasjonalparkstyre
Arbeidsutvalget

Saksframlegg

Arkivsaksnummer: 2020/13340-2 **Saksbehandler:** Trond Stensby **Dato:** 08.12.2020

Utvalg	Utvalgssak	Møtedato
Arbeidsutvalget i Rondane-Dovre nasjonalparkstyret	6/2020	18.12.2020

Uttale til høring. Besøksstrategi for Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark og øvrige verneområder i Dovrefjell

Innstilling fra forvalter

AU Rondane-Dovre nasjonalparkstyre viser til mottatt høringsutkast til «Besøksstrategi for verneområdene på Dovrefjell».

Høringsutkastet er et gjennomarbeidet og utfyllende dokument som vil danne et godt grunnlag for en aktiv besøksforvaltning i verneområdene forvaltet av Dovrefjell nasjonalparkstyre.

For Rondane-Dovre nasjonalparkstyre er det positivt at det i hørinsgdokumentet er pekt på behovet for samordning med tilgrensende nasjonalparkstyrer: Rondane-Dovre og Reinheimen. For Rondane-Dovre sin del vil det særlig være tiltak knyttet til Dovrefjellaksen og Folldal som er aktuelle. Vi vil her peke på samarbeid om:

- Fysiske informasjonspunkt.
- Fagdager o.l.for reiselivet.
- Målretta bruk av besøksretta hjemmeider og sosiale medier.
- Felles informasjonsrådgiver og utvikling av fagmiljøet på Norsk Villreinsenter.

--- slutt på innstilling ---

Dokumenter i saken

Vedlegg:

1 2020-11 Besøksstrategi og kommunikasjonsplan (HØRING) komp

Saksopplysninger

Sekretariatet for Dovrefjell nasjonalparkstyre i brev datert 23.11.20 sendt følgende:

Nasjonalpark	Dovre, Rondane
Naturreservat	Flakktjørna, Grimsdalsmyrene, Hemmeldalen, Hovdsjømyrene, Kattuglehøi, Mesætermyre, Myldingi, Veslehjerkinntjønnin
Landskapsvernområde	Dørålen, Frydalen, Grimsdalen, Vesle Hjerkinn

«Besøksstrategi og informasjonsplan for verneområdene på Dovrefjell - høring, frist 31.12.2020

Besøksstrategi med kommunikasjonsplan sendes med dette på høring med frist 31. desember.

Dokumentenes omfang gjør at de sendes ut som lenke til publisering på vår hjemmeside www.dovrefjell.com og må leses / lastes ned der. Direkte lenke … Merk at kommunikasjonsplanen ligger etter besøksstrategien, i samme dokument.

1. Bakgrunn for prosjektet

Klima- og miljødepartementet setter i Stortingsmelding 18 (2015-2016) Friluftsliv- natur som kilde til helse og livskvalitet) et tydelig mål om at alle nasjonalparkene skal ha utarbeidet en besøksstrategi innen 2020. Miljødirektoratet har aktivt støttet utviklingen av besøksstrategier i nasjonalparkene med sikte på å nå målsettingen.

Følgelig vedtok Dovrefjell nasjonalparkstyre 18.12.2017 å utarbeide en besøksstrategi for verneområdene på Dovrefjell.

2. Målsetting og forventning til prosjektet

Nasjonalparkstyret vil utvikle en besøksstrategi for å utøve en langsiktig, strategisk og god forvaltning av bruk og besøk i verneområdene på Dovrefjell. Målet er å gi de besøkende gode opplevelser, å legge til rette for lokal verdiskaping, å øke forståelsen for vernet og samtidig ivareta verneverdiene særlig med hensyn til villrein. Nasjonalparkstyret vil også beskrive hvordan merkestrategien for Norges nasjonalparker er planlagt implementert i tilrettelegging og kommunikasjon av verneområdene på Dovrefjell, og hvordan vi skal kommunisere verneverdiene og ønsket oppførsel av de besøkende.

3. Besøksstrategi

En besøksstrategi er en plan for hvordan forvaltningsmyndigheten vil gjennomføre besøksforforvaltning for verneområdet. Besøksstrategien skal vise hvilke tiltak som er nødvendige for å balansere verneverdier, besøkende og lokal verdiskaping i et verneområde, slik at en oppnår størst mulig nytte for alle tre interesser. Strategiske valg i besøksstrategien skal være basert på kunnskap om:

- *den besøkende*
- *reiselivsnæringen*
- *verneverdiene*

Det ligger som prinsipp at dersom det er motstridende målsettinger mellom ivaretakelse av verneverdiene, tilrettelegging for de besøkende og lokal verdiskaping, skal ivaretakelse av verneverdiene tillegges størst vekt.

Besøksstrategien er en del av Forvaltningsplan for verneområdene på Dovrefjell og skal ha forankring i denne. Det er ingen prosess på gang med revidering av eksisterende forvaltningsplan og det er derfor naturlig å utarbeide besøksstrategien som et vedlegg til forvaltningsplanen. Som vedlegg til forvaltningsplanen skal besøksstrategien høres.»

Hjemmelsgrunnlag

Delegering

Miljøverndepartementet har i brev av 9. mars 2011 delegert forvaltningsmyndigheten for verneområdene til Rondane-Dovre nasjonalparkstyre i medhold av naturmangfoldloven § 62, jf. § 77.

Vedtekter for nasjonalparkstyret

Pkt. 8.2

…

Styret kan som forvaltningsmyndighet legge til rette for at verneområdenes potensial for verdiskapning utnyttes innenfor rammen av verneforskriftene og naturmangfoldloven. Dette skal skje gjennom konkrete forvaltnings- og skjøtselstiltak, fortrinnsvis i tråd med den delen av forvaltningsplanene som omhandler besøksstrategi. Styret skal ikke opptre som næringsaktør, men bør i denne sammenhengen innlede et samarbeid med lokalt reiseliv/øvrig reiseliv, samt det autoriserte besøkssenter.

…

Vurdering

Dovrefjell nasjonalparkstyre har sendt på høring et gjennomarbeidet og utfyllende dokument. Besøksstrategien dekker en gruppe med verneområder som til sammen dekker et svært stort areal i 10 kommuner.

I høringsdokumentet er det lagt fram et godt kunnskapsgrunnlag om villrein og andre verneverdier, om den besøkende og om reiselivet. Det er fastsatt prinispper, mål, strategier og tiltak for verneverdiene, for de besøkende og for reiselivet. Det er laget en egen kommunikasjonsplan som bekriver ulike kommunikasjonstiltak for brukergruppene. Det vil danne et godt grunnlag for en aktiv besøksforvaltning i verneområdene forvaltet av Dovrefjell nasjonalparkstyre.

For vår del er det positivt at det i hørinsgdokumentet er pekt på behovet for samordning med tilgrensende nasjonalparkstyrer: Rondane-Dovre og Reinheimen. For Rondane-Dovre sin del vil det særlig være tiltak knyttet til Dovrefjellaksen og Folldal som er aktuelle. Vi vil her peke på samarbeid om:

- Fysiske informasjonspunkt
- Fagdager o.l.for reislivet
- Målrettet bruk av besøksretta hjemmeider og sosiale medier.
- Felles informasjonsrådgiver og utvikling av fagmiljøet på Norsk Villreinsenter.

02/11/2020

Dovrefjell-
Sunndalsfjella
nasjonalpark

Besøksstrategi for verneområdene på Dovrefjell

HØRINGSUTKAST

Forord

Utkast til *Besøksstrategi for verneområdene på Dovrefjell* er skrevet i en periode på et og et halvt år. Prosessen har vært omfattende med involvering av næringsliv, kommuner og organisasjoner, og høring før godkjenning av Miljødirektoratet.

Dovrefjell nasjonalparkstyre er ansvarlig forvaltningsmyndighet. Arbeidet er organisert av nasjonalparkforvalterne for Dovrefjell- Sunndalsfjella nasjonalpark.Sekretariat og prosessledelse er ivaretatt av Asgeir Meland, Nasjonalparken Næringshage AS.

Besøksstrategiens kommunikasjonsplan er skrevet av Martine Hårstad, informasjonsrådgiver for Dovrefjell nasjonalparkstyre.

Dovrefjell nasjonalparkstyre takker de mange som har bidratt i utvikling av besøksstrategien. En særlig takk er rettet til Marit Vorkinn hos Fylkesmannen i Innlandet for faglige innspill og innspill til tekst.

Besøksstrategi for verneområdene på Dovrefjell er
vedtatt av Dovrefjell nasjonalparkstyre den *dato/mnd/år* og
endelig godkjent av Miljødirektoratet *dato/mnd/år*.

Ola Husa Risan
leder, Dovrefjell nasjonalparkstyre

Sidsel Pauline Rykhus
nestleder

Guri Ruste
medlem

Gry Sletta
medlem

Ståle Refstie
medlem

Per Egil Solli-Mork
medlem

Marit Bjerkås
medlem

Carl Johansen
medlem

Kristin Langtjernet
medlem

Aud Hove
medlem

Ola Engen
medlem

Innhold

1 Innledning ... 6

1.1 Bakgrunn for besøksstrategien ... 7

1.1.1 Besøksstrategien som del av forvaltningsplanen ... 7

1.1.2 Kart over verneområdene ... 8

1.1.3 Miljødirektoratets rammer for besøksstrategien ... 8

1.2 Miljødirektoratets definisjon av besøksforvaltning ... 10

1.2.1 Miljødirektoratets prinsipp for vektlegging av verneverdier ... 10

1.2.2 Besøksstrategiens kommunikasjonsplan ... 11

1.3 Sentrale dokumenter med føringer for besøksstrategien ... 12

1.3.1 Forskrift om vern av Dovrefjell- Sunndalsfjella nasjonalpark, øvrige verneforskrifter ... 12

1.3.2 Forvaltningsplan for verneområdene på Dovrefjell ... 12

1.3.3 Vedtekter for Dovrefjell nasjonalparkstyre ... 14

1.3.4 Fastsetting av nasjonale villreinområder ... 14

1.3.5 Kart over villreinområder i Norge ... 15

1.3.6 Regional plan for Dovrefjellområdet ... 15

1.4 Koordinering med nærliggende nasjonalparker ... 16

1.5 Rollefordeling mellom naturforvaltningen og reiselivet ... 17

1.6 Økonomiske rammer og tidsperspektiv ... 18

1.7 Virkemidler for gjennomføring av besøksforvaltningen ... 18

1.8 Erfaringer fra besøksforvaltning på Dovrefjell ... 19

1.8.1 Kartlegging av informasjonsstruktur for verneområdene på Dovrefjell ... 19

1.8.2 Eksempler på besøksforvaltning med kanaliserende effekt ... 19

2 Kunnskapsgrunnlag, målsettinger og tiltak ... 22

2.1 Kunnskapsgrunnlag med sentrale føringer for besøksforvaltningen ... 23

2.1.1 Den tilreisende besøkende som hovedsegment ... 23

2.1.2 Prioritering av sommersesong ... 23

2.2 Kunnskapsgrunnlag, målsettinger og tiltak for verneverdiene ... 24

2.2.1 Villrein ... 24

2.2.2 Fokusområder villrein ... 25

2.2.3 Knutshøstammen ... 27

2.2.4 Rovfugl ... 28

2.2.5 Fjellrev ... 28

2.2.6 Hovedutfordring for verneverdiene ... 29

2.2.7 Prinsipp for besøksforvaltningen ... 29

2.2.8 Tiltak for å nå mål for verneverdiene ... 30

2.3 Kunnskapsgrunnlag, målsettinger og tiltak for reiselivet ... 31

2.3.1 Dovrefjell som turistattraksjon 31
Moskus 32
viewpoint SNØHETTA 32
2.3.2 Merkevarebygging med utgangspunkt i attraksjonene 34
2.3.3 Reiselivsdestinasjoner rundt verneområdene 34
2.3.4 Markedsselskaper og tilbydersammenslutninger 36
2.3.5 Markedsselskapenes kommunikasjon av verneområdene 37
2.3.6 Reiselivsbedrifter med aktivitet i tilknytning til verneområdene 37
2.3.7 Den Norske Turistforening med regionale avdelinger 39
2.3.8 Informasjons- og opplevelsessentre 40
2.3.9 Kulturminneprosjekter på Dovrefjell 43
2.3.10 Viktige utviklingsprosjekter og kulturminneprosjekter 43
2.3.11 Hyttekonsentrasjoner nært verneområdene 44
2.3.12 Utfordringer og muligheter i samspill med reiselivet 45
2.3.13 Prinsipp for besøksforvaltningen 46
2.3.14 Mål for reiselivet 46
2.3.15 Tiltak for å nå mål for reiselivet 47
2.4 Kunnskapsgrunnlag, målsettinger og tiltak for de besøkende 48
2.4.1 Antall besøkende og besøkskonsentrasjoner 48
2.4.2 Hvem er de besøkende? 49
2.4.3 Utfordringer og muligheter i møtet med de besøkende 51
2.4.4 Prinsipp for besøksforvaltningen 52
2.4.5 Mål for de besøkende 52
2.4.6 Tiltak for å nå mål for besøkende 53

3 Sammenstilling av tiltak 54

4 Referanser 57

Kommunikasjonsplan for verneområdene på Dovrefjell er en del av besøksstrategien, og er løftet ut som et eget dokument

Aurstupet. (Foto: Terje Rakke/Visit Nordvest)

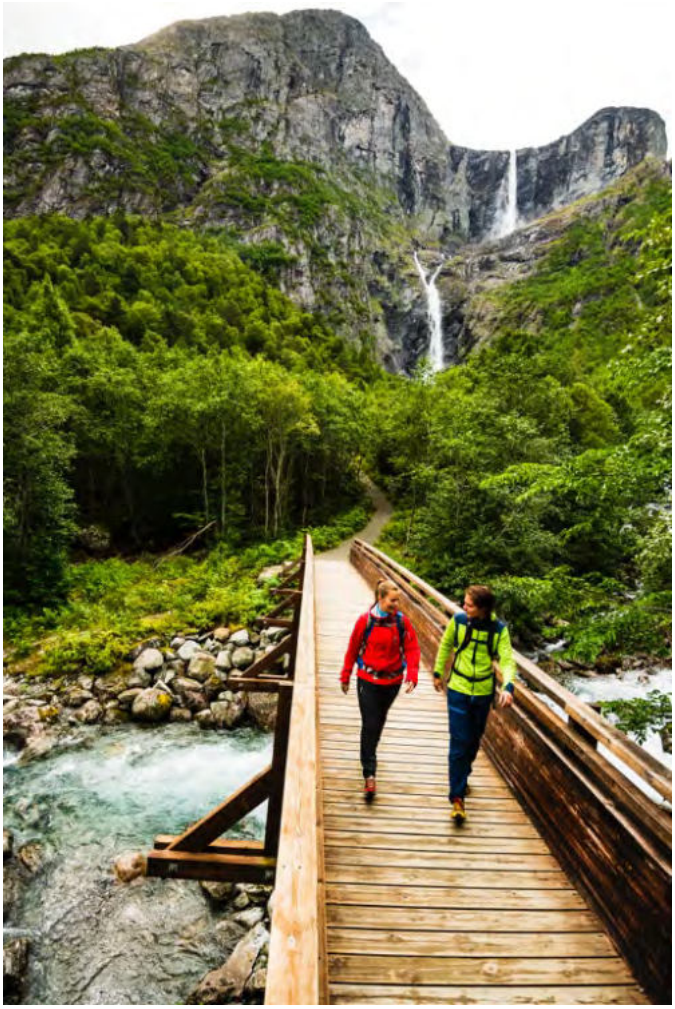
1 Innledning

Opplevelser i storslagen norsk natur har siden 1800-tallet vært selve grunnlaget for et reiseliv i Norge. For turisten har naturen vært kulisse og lekegrind for opplevelser, rekreasjon og selvrealisering. For folk lokalt har gjerne høsting av naturens overskudd vært viktig, men naturen har nok også vært et kjærkomment frirom fra hverdagslivet.

Så langt tilbake vi kjenner historien har naturen i og rundt Dovrefjell tjent som ferdselsårer, matauke og arena for overskuddspreget friluftsliv. Her går Pilegrimsleden og Gamle kongevei, her fisket britisk adel i elvene og klatret i fjellene, lokalbefolkningen jaktet villrein og turistforeningene trakk fotturistene til et velutviklet sti- og hyttenett gjennom seterdalene og opp i høyfjellet. Friluftslivet på Dovrefjell er tuftet på disse tradisjonene.

Selv om friluftslivet i dag har hatt en tilvekst av moderne og mer utstyrskrevende utfoldelse i naturen, så står det tradisjonelle friluftslivet kanskje sterkere enn noen gang. Fortsatt er den enkle fotturen favoritten både hos de vi kan kalle turister og blant lokale brukere av naturen.

Naturattraksjoner som Besseggen og Galdhøpiggen har alltid vært der. Det nye er at turmål med preg av masseturisme i dag oppstår stimulert av eksponering i sosiale medier, og blir for turisten del av en «bucket list» som gir turen en ny meningsdimensjon. «Alle» skal til Trolltunga, Kjerag eller Lofoten. Det er viktig å krysse av Snøhetta eller turen over Romsdalseggen, og for mange nesten enda viktigere å formidle bragden for omverden. Samspillet mellom sosiale medier og naturattraksjonene har endret motivene for folks aktivitet i natur, og samtidig blitt en sterkt kanaliserende driver for hvor man drar på tur. Selv om friluftsliv og turisme alltid har hatt gjensidig påvirkning og avhengighet, så ser vi nå en overgang der deler av friluftslivet og turisme er uadskillelige fenomener.



Tilrettelagt sti til Mardalsfossen.
(Foto: Mattias Fredriksson)

Internasjonalt gir begrepet nasjonalpark en lovnad om naturkvaliteter med betydelig opplevelsesverdi for turister. Nasjonalparkene er gjerne naturattraksjoner i seg selv. Også i Norge viser undersøkelser, særlig blant internasjonale turister, at nasjonalparkene er viktige reisemål og en selvsagt del av opplevelsen av Norge. Det er all grunn til å tro at nasjonalparkenes naturverdier vil ha enda større attraksjonsverdi i fremtiden.

Et jevnt økende besøk i verneområdene på Dovrefjell og tydelige attraksjoner er en mulighet for reiselivsnæringen til å skape langsiktig vekst. Men da må også natur- og opplevelsesverdiene forvaltes i et langt perspektiv. Overturisme og tydelige negative effekter av reiselivets virksomhet ødelegger på kort sikt opplevelsen, og på lengre sikt et miljøbevisst og kravstort marked. Derfor har verneområdeforvaltningen og reiselivsnæringen felles interesse i å finne en balanse som sikrer både verneverdiene og opplevelsesverdiene inn i fremtiden.

1.1 Bakgrunn for besøksstrategien

Da *Stortingsmelding nr. 18 (2015-2016) om Friluftsliv* ble politisk vedtatt, hadde Miljødirektoratet og Klima- og miljødepartementet, i samarbeid med Fylkesmannen i Oppland og noen få utvalgte nasjonalparker, forberedt rammene for besøksforvaltning i nasjonalparkene og andre verneområder. Herunder utviklet en merkestrategi for nasjonalparkene og en designmanual til bruk i besøksforvaltningen. Fra regjeringen var stortingsmeldingen marsjordren for utrulling av besøksstrategier og besøksforvaltning i nasjonalparkene innen 2020.

Stortingsmeldingen understreker viktigheten av arbeidet med forvaltningsplaner og besøksstrategier i nasjonalparkene. Besøksforvaltningen i det enkelte verneområde skal sikre en god balanse mellom friluftsliv og turisme på den ene siden, og ivaretakelse av verneverdiene på den andre. Innenfor rammen av vernet vil det ofte være rom for å finne helhetlige løsninger som ivaretar både verneinteressene og friluftsinteressene. Dette krever god kunnskap om både verneverdier og effekter av ulik friluftslivsaktivitet.

Regjeringens *Handlingsplan for styrket forvaltning* av verneområdene fra 2019 beskriver en tilstand der verneverdiene i 45% av nasjonalparkene er truet og der menneskelig aktivitet som forstyrrelser og terrengslitasje er de største utfordringene. Regjeringen peker på besøksstrategier som viktig verktøy for å styre menneskelig aktivitet i verneområdene.

1.1.1 Besøksstrategien som del av forvaltningsplanen

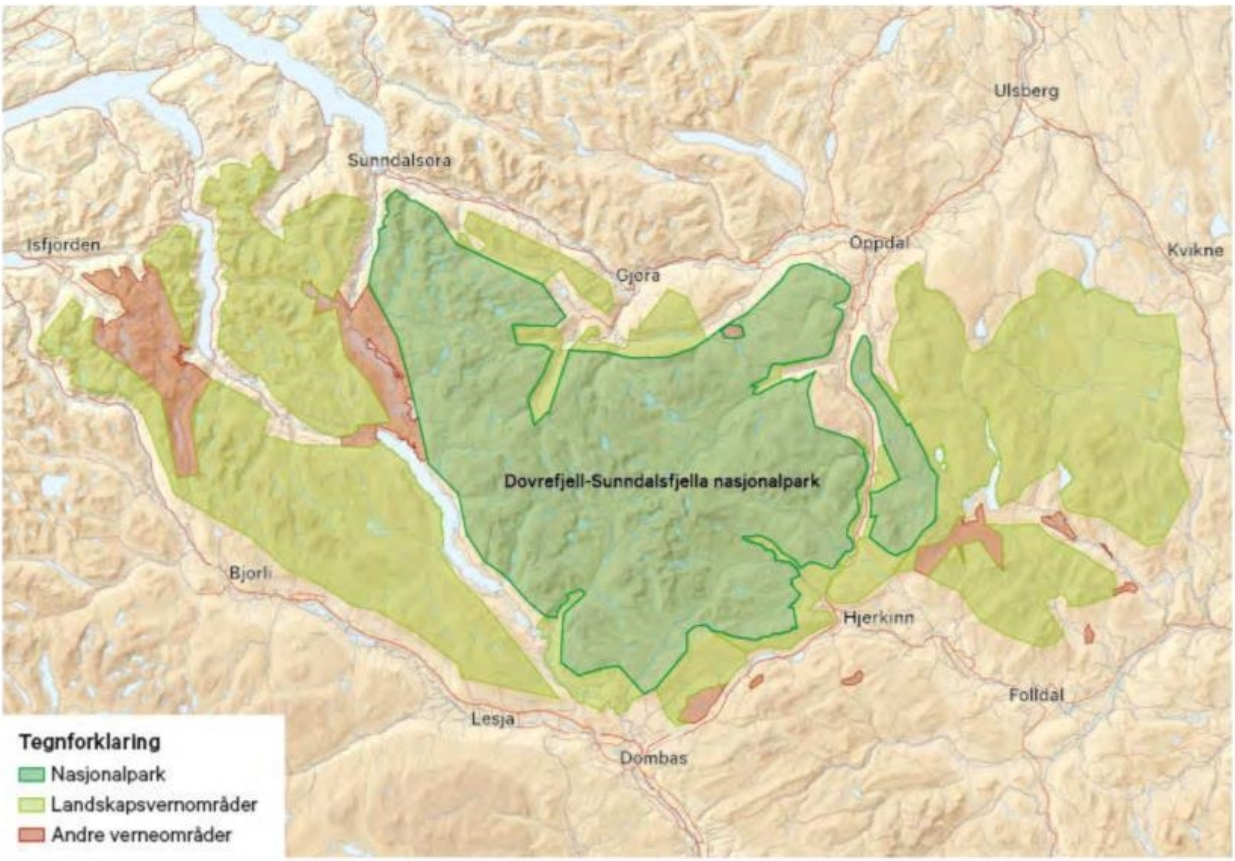
Besøksstrategien for verneområdene på Dovrefjell er del av *Forvaltningsplan for verneområdene på Dovrefjell* og er utarbeidet som et vedlegg til denne.

- Landskapsvernområdene Fokstugu
- Jora
- Dalsida
- Eikesdalsvatnet
- Åmotan-Grøvudalen
- Åmotsdalen, Knutshø
- Drivdalen/Kongsvoll/Hjerkinn
- Hjerkinn landskapsvernområde med biotopvern
- biotopvernområdene Sandgrovbotn-Mardalsbotn og Torbudalen
- samt naturreservatene Flåman, Bjørndalen, Nordre Snøfjelltjønn og Mardalen.

For en stor del forenklet som «Dovrefjell» videre i besøksstrategien.

Besøksstrategien revideres senest innen 10 år, fortrinnsvis i forbindelse med revidering av Forvaltningsplan for verneområdene på Dovrefjell. Besøksstrategiens tiltaksplan skal revideres årlig. Evaluering av etablerte tiltak skal settes i system og danne grunnlag for revidering av besøksstrategi og tiltaksplaner.

1.1.2 Kart over verneområdene



Kart: Norsk villreinsenter Nord

1.1.3 Miljødirektoratets rammer for besøksstrategien

Besøksstrategien er skrevet i henhold til rammene lagt i *Veileder for besøksforvaltning i norske verneområder* hvor Miljødirektoratet også gir begrepene besøksforvaltning og besøksstrategi innhold.

Besøksstrategien ivaretar føringene i *Merkestrategi for Norges nasjonalparker* for ekstern kommunikasjon, og elementene i *Designmanual for Norges nasjonalparker* for utforming av alt informasjonsmateriell og i tilrettelegging. I kommunikasjonsplanen, og til dels i tiltakskapittelet, er det utdypet hvordan merkestrategien og designmanualen blir innarbeidet i tilrettelegging og kommunikasjon av verneområdene på Dovrefjell i årene fremover.

Merkestrategien graderer innfallsporter med kriterier for innhold, kvalitet og omfang på tilrettelegging. Nivå 1, utkikkspunkt, er det høyeste nivået. Deretter følger nivå 2, startpunkt, og nivå 3, informasjonspunkt. Relatert til Dovrefjell tilfredsstiller viewpoint SNØHETTA alle krav til nivå 1 -

utkikkspunkt. I Norges øvrige nasjonalparker er det kun ved Sognefjellshytta i Jotunheimen det er etablert utkikkspunkt med samme kvalitet og attraksjonsverdi. Rundt Dovrefjell er det ikke etablert noen startpunkter som tilfredsstiller nivå 2, startpunkt.

Om forholdet mellom merkestrategien og besøksstrategiene sier Miljødirektoratet:

> *«Det er forskjell på hvor mye besøk de ulike verneområdene tåler. Det pågående arbeidet med besøksstrategier skal si noe om hvor man ønsker besøkende, og anslå et bærekraftig antall for besøkende i hver nasjonalpark. Anbefalingen fra besøksstrategien må derfor bli førende for hvor stor effekt hvert verneområde kan ta ut av den felles merkevaren. Effekten styres gjennom graden av eksponering på nettsider, skilting, infrastruktur, etablering av utkikkspunkt (eller ikke), markedsføring og redaksjonell omtale.»*

Portalskilt ved Tussheim. Utformet etter designmanualen i samarbeid med Reinheimen Nasjonalparkstyre. (Foto: Maria K. Kleiven)

1.2 Miljødirektoratets definisjon av besøksforvaltning

Miljødirektoratet definerer besøksforvaltning til å være: 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 og verneverdiene ivaretas.

En besøksstrategi er en plan for hvordan forvaltningsmyndigheten vil gjennomføre besøksforforvaltning for verneområdet. Besøksstrategien skal vise hvilke tiltak som er nødvendige for å balansere verneverdier, besøkende og lokal verdiskaping i et verneområde, slik at en oppnår størst mulig nytte for alle tre interesser. Strategiske valg i besøksstrategien skal være basert på kunnskap om:

- den besøkende
- reiselivsnæringen
- verneverdiene

Skoleeleven som er sitert i forskningsrapporten *Horisont Snøhetta* oppsummerer dette enkelt: *«Vi må finne en genial løsning på hvordan vi kan få det til for begge deler. Både turister og ville dyr».*

1.2.1 Miljødirektoratets prinsipp for vektlegging av verneverdier

Det ligger som prinsipp at dersom det er motstridende målsettinger mellom ivaretakelse av verneverdiene, tilrettelegging for de besøkende og lokal verdiskaping, skal ivaretakelse av verneverdiene tillegges størst vekt.

1.2.2 Besøksstrategiens kommunikasjonsplan

Kommunikasjonsplanen for verneområdene på Dovrefjell er et av de viktigste verktøy for å nå målsettingene i *Besøksstrategi for verneområdene på Dovrefjell.* Kommunikasjonsplanen er en del av besøksstrategien, men er løftet ut som et eget dokument. I besøksstrategien står ivaretakelse av verneverdiene, særlig med hensyn til villrein, økt forståelse for vernet i kombinasjon med gode opplevelser for besøkende, og tilrettelegging for lokal verdiskaping helt sentralt. Den beskriver hvor det er ønskelig å kanalisere ferdsel, hvilke områder som er ekstra sårbare for menneskelig ferdsel og hvorfor. Kommunikasjonsplanen definerer hvem vi skal kommunisere med, hvordan denne kommunikasjonen skal foregå og hvilke kanaler og virkemidler som skal benyttes. Vi skal ønske «velkommen inn» på en inkluderende og forståelig måte, samtidig som vi bidrar til en økt forståelse for vernet.

Fjellportalen på Villreinsenteret. (Foto: Martine Hårstad)

1.3 Sentrale dokumenter med føringer for besøksstrategien

Besøksstrategien skal forene målsettinger fra sentrale meldinger, planer og forskrifter i et operativt forvaltningsverktøy. I målsettinger, strategiske grep og tiltak klargjør besøksstrategien hvordan Dovrefjell nasjonalparkstyre vil bidra til å realisere noen av målene i de sentrale dokumentene.

1.3.1 Forskrift om vern av Dovrefjell- Sunndalsfjella nasjonalpark, øvrige verneforskrifter

Det er egne forskrifter for hvert område som beskriver formål med og vernebestemmelser for de enkelte verneområdene på Dovrefjell; nasjonalparken, landskapsvernområdene, biotopvernområdene og naturreservatene.

Formålet med *Forskrift om vern av Dovrefjell- Sunndalsfjella nasjonalpark* er å ta vare på et stort, sammenhengende og villmarkspreget naturområde som inneholder særegne og representative økosystemer og landskap og som er uten tyngre naturinngrep.

Fra forskriftens § 1 Formål er særlig disse relevante for besøksstrategien:

- å ta vare på et tilnærmet intakt høyfjellsøkosystem med det naturlige biologiske mangfoldet, herunder arter, bestander, naturtyper og geologi. Området utgjør et stort og tilnærmet intakt høgfjelløkosystem der arter som villrein, jerv, fjellrev, kongeørn og ravn har en nøkkelrolle (a)
- å ta vare på en viktig del av leveområdet til villreinen i Snøhetta og Knutshø villreinområder (d)
- Forskriften skal gi allmennheten anledning til å oppleve naturen uforstyrret gjennom naturvennlig og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging.

Det er forskriften som pålegger nasjonalparkforvaltningen å utarbeide en forvaltningsplan med retningslinjer for forvaltning, skjøtsel, tilrettelegging, informasjon mm. Forvaltningsplanen skal godkjennes av Miljødirektoratet.

1.3.2 Forvaltningsplan for verneområdene på Dovrefjell

Forvaltningsplanen for verneområdene på Dovrefjell presenterer verneverdiene og brukerinteressene i Dovrefjellområdet, og gjør avveininger mellom vern og bruk innenfor rammen av verneforskriften. I tilfeller hvor det er motstridende interesser mellom vern og bruk, skal brukerinteressene vike til fordel for verneformålet. Hovedformålet med verneområdene på Dovrefjell er å ta vare på den siste rest av villrein i Skandinavia, blant annet ved sikre et stort, uberørt sammenhengende fjellområde. Forvaltningsplanen trekker frem soneinndeling som verktøy for å ivareta verneformålet og samtidig åpne for brukerinteresser der dette kan skje uten negative konsekvenser for verneformålet.

Forvaltningsplanen oppsummerer formålet med vernet for alle verneområdene på Dovrefjell slik[1]:

Sikre villreinen og dens leveområder
Å sikre leveområdene for villreinstammene i Snøhetta og Knutshø er det felles hovedmålet for verneplanen.

Sikre andre verneverdier
Å sikre sammenhengende områder og naturverdier.

Kulturminner og kulturlandskap
Kulturminner er verneformål i nasjonalparken og i de fleste landskapsvernområdene.

Friluftsliv
Allmenheten skal ha adgang til naturopplevelse gjennom utøving av tradisjonelt og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging. I nasjonalparken er friluftsliv en del av verneformålet og da underordnet de andre verneformålene.

Reiseliv er ikke en del av verneformålet. Men er vektlagt i et eget kapittel i forvaltningsplanen hvor nasjonale myndigheters åpning for økt miljøtilpasset turisme og småskala landbrukstilknyttet reiseliv ligger til grunn. Dette innebærer turisme som ikke kommer i konflikt med verneformålet i nasjonalparkene.

Som en følge av verneforskriften er forvaltningsplanen tydelig på at tiltak i forbindelse med turisme skal vurderes på samme måte enten tiltaket er av kommersiell eller ikke-kommersiell karakter. Det er tiltakets innvirkning i forhold til verneformålet som skal være avgjørende, ikke om tiltaket har næringsmessig betydning. Organisert virksomhet er søknadspliktig i nasjonalparken og noen andre verneområder.

Villrein.
Foto: Per Jordhøy

[1] Dette tar utgangspunkt i forskriften fra 2002. I forskriften fra 2018 er formålet utvidet og mer detaljert, men i hovedtrekkene det samme.

1.3.3 Vedtekter for Dovrefjell nasjonalparkstyre

I *Vedtekter for Dovrefjell nasjonalparkstyre* står følgende om verdiskaping og besøksforvaltning:

Styret kan som forvaltningsmyndighet legge til rette for at verneområdenes potensial for verdiskapning utnyttes innenfor rammen av verneforskriftene og naturmangfoldloven. Dette skal skje gjennom konkrete forvaltnings- og skjøtselstiltak, fortrinnsvis i tråd med den delen av forvaltningsplanene som omhandler besøksstrategi. Styret skal ikke opptre som næringsaktør, men bør i denne sammenhengen innlede et samarbeid med lokalt reiseliv/øvrig reiseliv, samt det autoriserte besøkssenter.

Arbeidsbeskrivelsen for nasjonalparkforvalterne presiserer at det er verneforskriftene og naturmangfoldloven som skal ligge til grunn for deres arbeid og det de legger fram for nasjonalparkstyret.

1.3.4 Fastsetting av nasjonale villreinområder

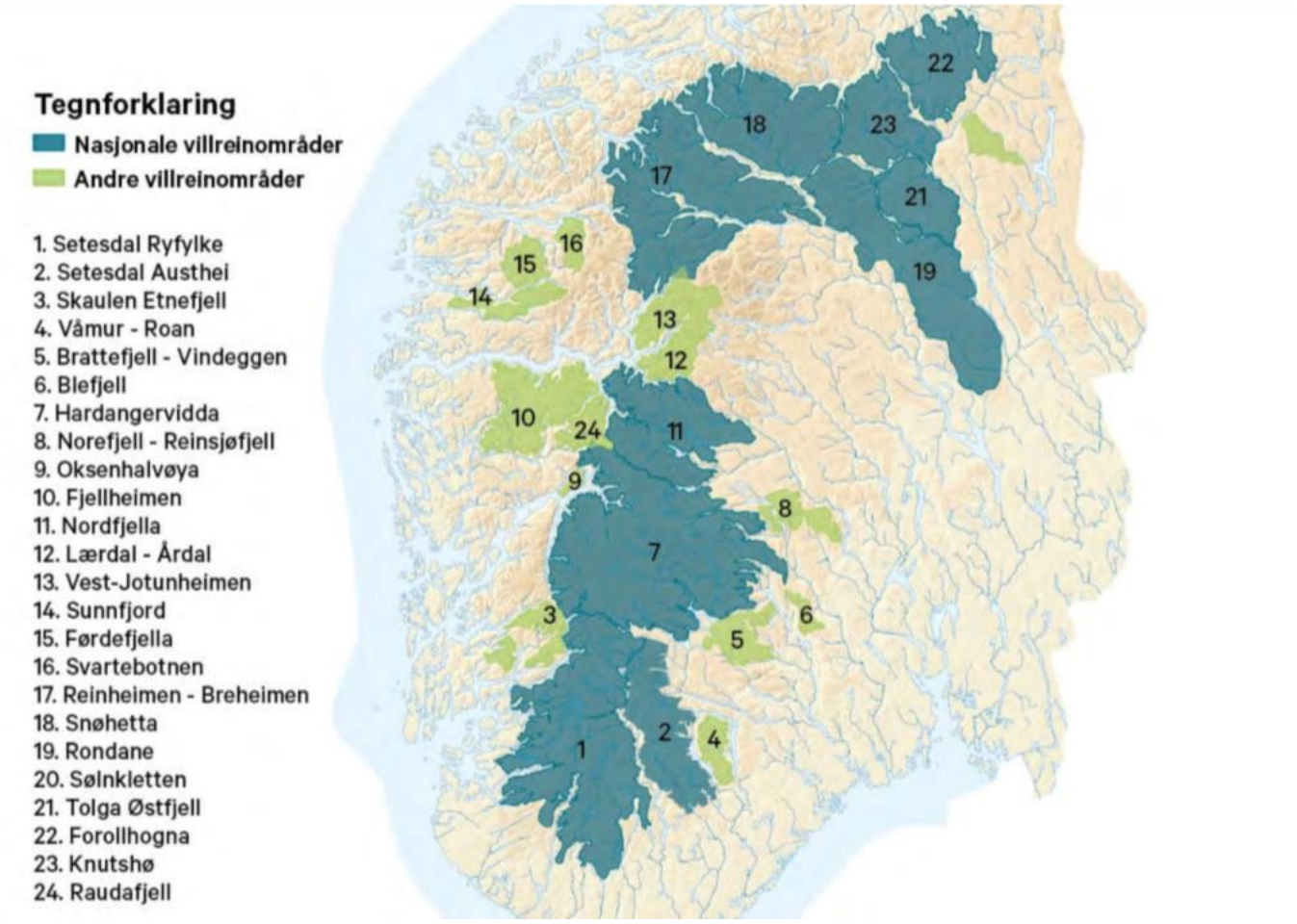
Stortingsmelding nr. 21.(2004-2005), Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand fastsetter villreinen som en norsk ansvarsart i europeisk sammenheng. I meldingen lanserer regjeringen at nasjonale villreinområder skal etablereres i områder som er spesielt viktige for artens framtid i Norge. Ordningen ble iverksatt i oppfølgende bestillingsbrev fra Miljøverndepartementet der 10 nasjonale villreinområder ble definert. Knutshø og Snøhetta ble hvert sitt selvstendige nasjonale villreinområde.

Fra bestillingsbrevet går det frem at formålet med nasjonale villreinområder er å sikre villreinens viktigste leveområder for å trygge artens framtid i Norge. Miljøverndepartementet legger til grunn at et nasjonalt villreinområde skal ha størrelse og kvalitet som kan sikre en villreinbestand over lang tid, dvs. en livskraftig villreinbestand. Dette innebærer bl.a. at området har tilstrekkelig forekomst av vinterbeiter, sommerbeiter, kalvingsplasser og nødvendige trekkveier for villrein. Naturgitte muligheter for utveksling av dyr mellom villreinområder innen samme region bør være ivaretatt. Områdets kvalitet omfatter også fravær av menneskelig aktivitet som virker forstyrrende på villreinen, for eksempel ferdsel på kritiske steder eller tidspunkt.

I bestillingsbrevet ber Miljøverndepartementet fylkeskommunene utarbeide fylkesdelplaner for en helhetlig forvaltning av de utvalgte nasjonale villreinområdene. Planene skal fastsette en langsiktig arealforvaltning som balanserer bruk og vern for de aktuelle fjellområdene med influensområder.

Nasjonale myndigheters bekymring for villreinens krevende betingelser på grunn av fragmentering av beiteområder og økte forstyrrelser på grunn av arealinngrep og ferdsel blir ytterligere forsterket i *Stortingsmelding nr. 25. (2006-2007), Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand*, *Melding til Stortinget nr. 14. (2015-2016) Natur for livet. Norsk handlingsplan for naturmangfold,* og ved fastsetting av *Miljøkvalitetsnorm for villrein*. Alle dokumentene påpeker Norges ansvar for å sikre villreinens sentrale plass i norsk fjellfauna gjennom regionale planer og etablering av europeiske og nasjonale villreinområder.

1.3.5 Kart over villreinområder i Norge



(Kart: Norsk villreinsenter Nord)

1.3.6 Regional plan for Dovrefjellområdet

Regional plan for Dovrefjell er fylkeskommunenes politiske planverk for planområde Dovrefjell, og svar på bestilling fra Miljøverndepartementet. De ansvarlige fylkeskommunene er Innlandet fylkeskommune, Møre- og Romsdal fylkeskommune og Trøndelag fylkeskommune. Målet med gjeldende regionale plan for Dovrefjellområdet er å sikre en bærekraftig og langsiktig areal- og ressursforvalting i planområdet. Dette innebærer å ivareta fjelløkosystemet med villreinen som nøkkelart, sikre inngrepsfrie naturområder, sikre kulturminner og kulturlandskap og legge til rette for et aktivt friluftsliv.

Det skal kunne legges til rette for bærekraftig næringsutvikling i planområdet som bidrag til å sikre livskraftige bygdesamfunn. Dette skal skje på en slik måte at det ikke reduserer verneverdiene.

Som delmål er det lagt opp til en bærekraftig næringsutvikling. Blant annet bedre utnytting av reiselivspotensialet knyttet til fjellområdet, seterdaler og levende bygder og profilering av Dovrefjell.

1.4 Koordinering med nærliggende nasjonalparker

Besøksstrategi for verneområdene på Dovrefjell bør utvikles med et blikk på forvaltning og reiselivsnæring i de nærliggende nasjonalparkene Dovre, Reinheimen og Rondane. Verneforskrifter og forvaltningsplaner har for en stor del felles mål, og områdene har ofte felles forvaltningsutfordringer. Reiselivsnæringen bruker de samlede kvalitetene i hele regionen både i produktutvikling og markedsføring. Flere konkrete reiselivsprodukter berører en eller flere av nasjonalparkene. Et eksempel på dette er sykkelproduktet Tour de Dovre som går langs E6 over Dovrefjell, men også mellom Dovre nasjonalpark og Rondane nasjonalpark gjennom Grimsdalen landskapsvernområde. I vest berører de store turiststrømmene randsonene både til Reinheimen og Dovrefjell. Turistene vil betrakte hele regionen som destinasjon for sitt besøk, og for dem er ensartet og forutsigbar informasjon og forvaltning viktig for gode opplevelser.

Besøksstrategiens mål og tiltak er derfor forsøkt koordinert med forvaltningsmyndighetene i de nærliggende nasjonalparkene Rondane, Dovre og Reinheimen.

Foto: Lasse Stadeløkken

1.5 Rollefordeling mellom naturforvaltningen og reiselivet

I besøksforvaltningen legger de nasjonale myndighetene vekt på samarbeid mellom verneområdeforvaltningen og næringslivet, og da særlig reiselivsnæringen. En forutsetning for godt samarbeid er forventningsavklaringer og tydelig rolleforståelse. Når verneområdeforvaltningen tar i bruk begrepet besøksforvaltning, kan det skape et inntrykk av en forvaltning som inntar en langt mer aktiv rolle i verdiskaping og næringsutvikling enn det som har vært vanlig. Gjennom større vekt på dialog, samarbeid og en målrettet besøksforvaltning er det til en viss grad grunnlag for en slik forventning. Men innføring av besøksforvaltning innebærer ikke at verneområdeforvaltningen nå har verdiskaping som et primært arbeidsområde. Det ligger fortsatt til reiselivsnæringens kompetanse og rolle å drive produktutvikling og markedsføring. Men samarbeid om verdiskaping er en god tilnærming fordi det kan bidra til å nå målsettinger både for reiselivsnæringen og verneområdeforvaltningen.

Kilde: Marit Vorkinn

Begrunnet i økonomiske, personalmessige, kompetansemessige og juridiske forhold er informasjon og tilrettelegging verneområdeforvaltningens viktigste virkemidler å ta med inn i et samarbeid om verdiskaping. Samtidig vil det i mange situasjoner ligge felles interesser i nettsider, profilering, kompetansetiltak, arrangementer, guiding med mer.

1.6 Økonomiske rammer og tidsperspektiv

Arbeidet med en besøksstrategi kan gi forventninger til umiddelbare resultater og tiltak i verneområdeforvaltningen. Men erfaringene med besøksstrategier så langt viser at ressurstilgang og finansieringsmuligheter ikke gir mulighet for en rask og kraftfull gjennomføring av alle tiltakene foreslått i strategiene. Særlig er infrastrukturtiltak både kostnads- og tidkrevende. Med dagens ressurstilgang er et estimat for gjennomføring av utvalgte infrastrukturtiltak i denne strategien 10-15 år. Dette innebærer at nasjonalparkstyret i besøksstrategien må prioritere mellom tiltakene, og videre konsentrere ressursene om enkelttiltak i en valgt rekkefølge i gjennomføringsfasen.

1.7 Virkemidler for gjennomføring av besøksforvaltningen

Dovrefjell nasjonalparkstyre vil benytte følgende virkemidler til gjennomføring av besøksforvaltningen:

- Samarbeid med reiselivsnæringen
- Sterke attraksjoner
- Tydelige innfallsporter
- Kommunikasjon og informasjon
- Sonering og kanalisering
- Infrastrukturelle tiltak
- Overvåking og justering

Turistforeningen la om stien ved Reinsvatnet i 2020 av hensyn til trekkruta til villrein. (Foto: Arnstein Salthammer Eide)

1.8 Erfaringer fra besøksforvaltning på Dovrefjell

Dovrefjell nasjonalparkstyre har erfaring fra besøksforvaltning helt tilbake til etableringen av verneområdene. Særlig er nasjonalparkstyrets erfaring og dokumentasjon fra informasjons- og kanaliseringstiltak et godt grunnlag for aktiv og utviklingsorientert besøksforvaltning i årene fremover.

1.8.1 Kartlegging av informasjonsstruktur for verneområdene på Dovrefjell

Basert på en grundig kartlegging av alle informasjonspunkter og annen informasjon om verneområdene på Dovrefjell, utarbeidet Dovrefjell nasjonalparkstyre og Rondane-Dovre nasjonalparkstyre i 2019 rapporten *Informasjon om verneområda i Dovrefjell og Rondane*. Rapporten beskriver status for informasjon i nasjonalparkene Dovrefjell- Sunndalsfjella, Rondane og Dovre, og er et konkret og nyttig verktøy for besøksstrategien og videre informasjonsarbeid.

Informasjonen om Dovrefjell-Sunndalsfjella er omfattende. Skilt med informasjon er spredd over store geografiske områder, brosjyrer er å finne på turistinformasjonene, og verneområdene er godt informert om av reiselivsaktører som for eksempel Nasjonalparkriket. Flere utfordringer i den eksisterende informasjonsstrukturen er likevel beskrevet i rapporten:

- utdatert informasjon på skilt og nettsidene til reiselivsaktører
- gamle og til dels ødelagte skilt
- utdaterte brosjyrer og utfordringer (økonomi, kapasitet) med ferdigstilling av nye
- lite skilting der en møter mange
- mye skilting på mindre sentrale steder
- nettsider er ikke besøksrettet
- ikke ressurser til nok dialog med reiselivsaktører og dokumentasjon av virksomhet i nasjonalparkene
- utdatert bildemateriale

Rapporten fastslår at behovet for nye informasjonsskilt er prekært, og den foreslår blant annet å styrke sentrale informasjonspunkter på steder der en når mange. Flere steder kan man vurdere å redusere antallet informasjonspunkt ute i verneområdet, og heller prioritere større punkt i randsonen.

1.8.2 Eksempler på besøksforvaltning med kanaliserende effekt

I og i randsone av verneområdene på Dovrefjell er det etablert flere avanserte tilretteleggingstiltak som på forskjellige måter har kanaliserende effekt.

viewpoint SNØHETTA

Brukerundersøkelser gjennomført av Norsk institutt for naturforforskning viser at viewpoint SNØHETTA er en attraksjon som virker som en «pull-faktor» som drar mange nye besøkende til

selve utsiktspunktet, uten at det fører til spesielt stor belastning andre steder i villreinområdet. Slik sett fungerer tiltaket etter hensikten, å beholde de besøkende i randsonen av området, slik at selve belastningen er på de arealene som okkuperes av de besøkende i området rundt Tverrfjellet. Det er likevel lite som tyder på at viewpoint SNØHETTA har fungert avlastende for mer sårbare arealer for villreinen, siden tellinger viser at bruken av mange av disse områdene også er økende. Det er dermed viktigere å betrakte viewpoint SNØHETTA som en attraksjon som har tiltrukket seg mange nye brukere som ellers ikke ville ha brukt området. Undersøkelsene viser også at viewpoint SNØHETTA skaper liten annen trafikk i Hjerkinnområdet, annet enn den kanaliserte turen inn med skyttelbussen til Snøheim og toppturen til Snøhetta.

Skyttelbussen til Snøheim

I sin sluttrapport for forskningen på ferdsel i Snøhettaområdet konkluderer Norsk institutt for naturforskning med at:

«ordningen med skyttelbuss fra Hjerkinn til Snøheim gir en mer håndterbar mulighet av de besøkende og også mindre belastning på områder viktig for villreinens rotasjonstrekk. Resultatet blir generelt mindre opphold og trafikk langs Snøheimvegen, mindre konsentrasjon av folk på viktig trekkområde ved nasjonalparkgrensa, og det blir redusert ferdsel i de viktige områdene mellom Stroplsjødalen og Snøheimvegen.»

Videre sier NINA at: *«skyttelbussregimet forutsetter at det blir restriksjoner på annen ferdsel langs Snøheimvegen, med bil, sykkel eller til fots. Skyttelbuss vil gi forvaltningen kontroll over situasjonen, også med den økte trafikken som forventes i framtida, og man kan styre ferdselen med å regulere skyttelbussen med hensyn avgangstider, stoppesteder, antall personer, samtidig som man kontrollerer den ikke trafikkerte ferdselen langs veitraseen.»*

Moskusstien

Moskusstien ble åpnet i starten av sommersesongen 2017. Målet var å etablere rundturer fra de stedene folk starter fra i håp om å se moskus, slik at de ikke fortsetter inn over Stroplsjødalen i konflikt med kryssende villreintrekk. I samarbeid med NINA og SNO har det vært plassert ut ferdselstellere for å registrere omfanget av ferdselen.

Masteroppgaven *Moskusstien som forvaltningstiltak på Dovrefjell* fra 2020 viser en økning av turister til de ytreområdene, mens det ikke er påvist samme økning inn i Stroplsjødalen og viktige trekkområder. Videre konkluderer oppgaven med at mange turister holder seg i randsonen og går langs moskusstien eller i andre områder nær E6. I de tre årene Moskusstien har eksistert har den trolig bidratt til en endring i ferdselen med mindre turister i sårbare områder. Om lag 65% av informantene i undersøkelsen oppgir at det er svært viktig eller viktig å se moskus, men 70% av dem ikke så moskus. De fleste er fornøyd med naturopplevelsen de får langs Moskusstien, både de som så moskus og de som ikke så moskus. I oppgaven er det foreslått forbedringer ved tydeligere merking og bedre informasjon samt å utvide stien i mindre sårbare områder mot Nystuggudalen.

Moskusstien er et tiltak for å hindre ferdsel inn i Stroplsjødalen. (Foto: Martine Hårstad)

Romsdalseggen

Romsdalseggen skiller seg fra de øvrige ved at det er reiselivsnæringen som har gjennomført konseptutvikling og tilrettelegging. Som opplevelse og produkt forsvarer Romsdalseggen sin status som en av landets fremste naturattraksjoner, men først og fremst er suksessen et resultat av en lang periode med planmessig tilrettelegging og markedsføring. I den forstand fungerer Romsdalseggen som et forvaltningstiltak med en sterk kanaliserende effekt på regionale turiststrømmer. Det er en lokal oppfatning at Romsdalseggen genererer aktivitet til andre opplevelser i området, som den etablerte via ferrataen og de nærmeste fjelltoppene. For videre besøksforvaltning vil det være nyttig å vite om Romsdalseggen virker avlastende på verneområdene, og om den skaper mer besøk i randsoner andre steder rundt og i verneområdene.

2 Kunnskapsgrunnlag, målsettinger og tiltak

Dovrefjell har siden slutten av 1800 tallet virket som en magnet på forskningsmiljøer fra en rekke fagområder. Kulturhistorie, botanikk, revegetering, rovfugl, ferdsel, friluftsliv, turisme mm. Verneområdene på Dovrefjell står sammen med noen få andre områder i en særstilling når det gjelder mengden forskningsbasert kunnskap, og har et særskilt stort tilfang av forskningsartikler og rapporter på villrein. Denne kunnskapstilgangen er det beste grunnlag for god forvaltning av verneområdene.

Det naturbaserte reiselivet omkring verneområdene har selvsagt stor betydning for strategiske valg i besøksstrategien. Det er gjort noe forskning på verneområdenes betydning for reiselivet, men generelt er det ikke stort tilfang på forskningsbasert kunnskap om reiselivets virksomhet i eller utenfor verneområdene. For å beskrive aktiviteten og dens betydning er reiselivets egne strategier og rapporteringer tatt i bruk som pålitelige informasjonskilder, sammen med førstehånds informasjon fra møter med reiselivsnæringen.

Kombinert med forskningen på villrein er det på Dovrefjell gjennomført en rekke prosjekter på ferdsel og bruk som gjør at forvaltningen kjenner brukerne av området godt. Parallelt med utviklingen av besøksforvaltning i nasjonalparkene er det gjennomført brukerundersøkelser og komparative analyser som gir verdifull kunnskap om de besøkende og deres preferanser.

Målsettingene og de strategiske valgene i besøksstrategien er utarbeidet i møtet mellom de naturfaglige kunnskapsfeltene, kunnskap om de besøkende og god kjennskap til reiselivsaktørene og attraksjonene rundt verneområdene.

Naturrestaurering i Hjerkinn skytefelt. (Foto: Svein Solli / Forsvarsbyg)g

2.1 Kunnskapsgrunnlag med sentrale føringer for besøksforvaltningen

2.1.1 Den tilreisende besøkende som hovedsegment

Besøksstrategien er forvaltningens svar på muligheter og utfordringer i kjølvannet av nasjonale og internasjonale reiselivstrender der naturen, nasjonalparker og naturattraksjoner er arena for selvrealisering, aktivitet og opplevelse i ferie og fritid. Det er i den tilreisende besøkende vi finner 90% av alle besøkende i Dovrefjellområdet, og det er her det er forventet en økning i årene fremover. Utviklingen innebærer nye muligheter for verdiskaping, men også økt trykk på verneverdier på Dovrefjell.

Den tilreisende besøkende er imidlertid ikke ei fullt ut homogen gruppe. Fra brukerundersøkelser i Jotunheimen vet vi at det finnes en gruppe tilreisende besøkende som gjerne benytter fjellområdene flere ganger i året, og som kan stå for en prosentvis stor andel av ferdselen og rekreasjonsdagene i indre deler av verneområdet. En nyansering i strategier og tiltak er derfor nødvendig for å treffe de respektive delsegmentene.

Besøksstrategien må derfor rette seg mot den tilreisende besøkende som reiser til verneområdene på Dovrefjell for rekreasjon og opplevelse i en kortere periode. Enten som førstegangsbesøkende eller som en mer regulær besøkende.

Lokale brukere utgjør ikke mer enn 10% av alle besøkende i verneområdene på Dovrefjell. Selv om de lokale brukerne relativt sett er få i antall, er de ikke desto mindre viktige ambassadører for fjellområdene. Langsiktig og god forvaltning av verneområdene er avhengig av at lokalbefolkningen har et nært forhold til fjellet gjennom aktiv bruk og gode opplevelser. Derfor har forvaltningsplanen og forvaltningens praksis vært med å sikre lokalbefolkningens tradisjonelle bruk av fjellet. I besøksstrategien er det lagt vekt på å støtte lokale utviklingsprosjekter i utvalgte innfallsporter og attraksjoner rundt verneområdene, samt å støtte lokale reiselivsaktører med aktivitet i tilknytning til verneområdene. Samtidig vil den lokale brukeren ha glede av tilretteleggings- og informasjonstiltak som i utgangspunktet er rettet mot den tilreisende besøkende. I kommunikasjonsplanen er det lagt vekt på kommunikasjon direkte med lokalbefolkningen som målgruppe.

2.1.2 Prioritering av sommersesong

Horisont Snøhetta viser at de aller fleste brukerne beveger seg inn i fjellet på sommerstid. Sommermånedene juli, august og september er ved hjelp av tellere anslått å stå for 75% av alle passeringer inn i verneområdene. Med unntak av en sterk økning på vinter i forbindelse med moskusturisme fra Grønbakken og Kongsvoll mot Høgsnyta er ferdselen lav ellers i året.

Besøksstrategien er derfor i hovedsak innrettet mot forvaltning av ferdsel i sommermånedene juli, august og september.

2.2 Kunnskapsgrunnlag, målsettinger og tiltak for verneverdiene

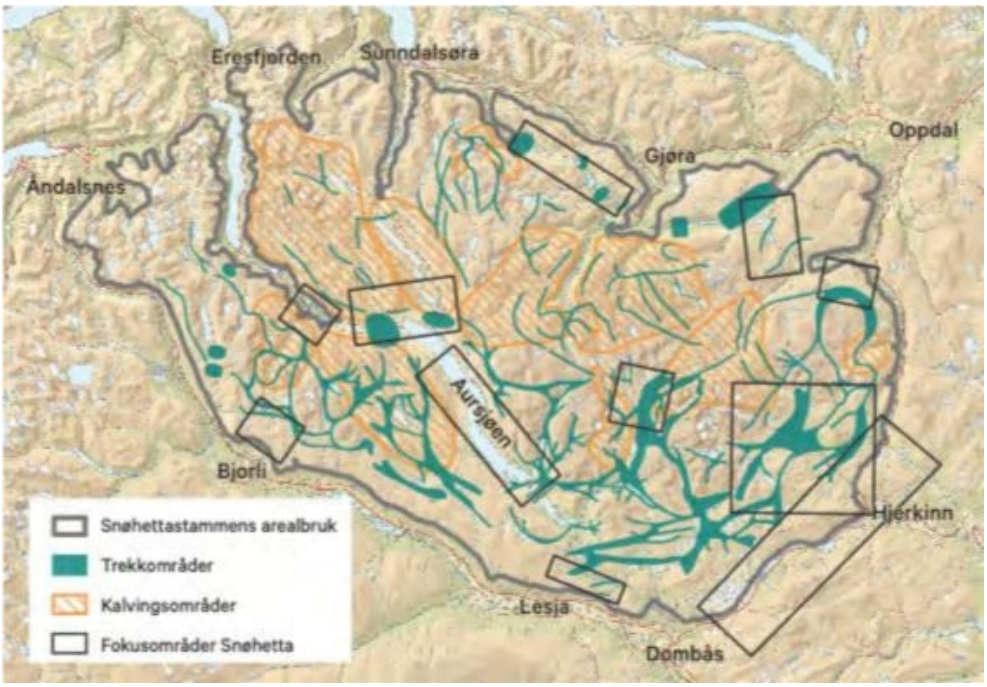
Dovrefjell nasjonalparkstyre har hatt kontinuerlig naturfaglig forskning å bygge sine vedtak på. Mange rapporter beskriver forvaltningsmessige utfordringer og foreslår løsninger på disse. Dette avsnittet oppsummerer de sentrale funnene som bakteppe for valg av mål og tiltak for verneverdiene.

2.2.1 Villrein

Etter mange års tverrfaglig forskning oppsummerer rapporten *Horisont Snøhetta* konklusjonene av forskning på villreinen i verneområdene på Dovrefjell:

> *«Nasjonalt initierte utbygginger som E6 og jernbane over Dovrefjell og vannkraft-utbygginger langs aksen Dalsida–Torbudalen har stengt villreinens trekkmuligheter mellom viktige funksjonsområder. Det å gjenåpne sesongtrekket mellom sommer-beiter i vest og vinterbeiter i øst er et overordnet mål, og det er viktig at potensielle trekkområder skjermes mot nye irreversible utbygginger som kan hindre en framtidig gjenåpning av trekket. En gjenåpning av det regionale trekket vil potensielt kunne løse flere av utfordringene knyttet til arealpress i de andre fokusområdene. Villreinen i Snøhetta øst har opprettholdt et rotasjonstrekk rundt Snøhetta som en form for suboptimalt sesongtrekk. Dette fører til at reinen årlig må krysse de to mest brukte ferdselsårene i området – Snøheimvegen og den T-merka stien gjennom Stroplsjødalen. Selv om dette trekket fortsatt er intakt, gir dataene klare indikasjoner på at trekket kan opphøre eller forsinkes med ytterligere økning i ferdselsintensitet. Vi har gjennomført en analyse av stiintensitet og krysning av rein på tvers av villreinområder og identifisert to terskelnivåer: mer enn 30 passeringer per dag på sti gjør det vanskeligere for reinen å krysse stien, og mer enn 220 passeringer gir full barriere.»*

Topografi, aktuell skyhet i villreinstammen og andre faktorer kan gi noe variasjon, men hovedpoenget er at ferdsel utgjør en hel- eller delvis barriere, avhengig av omfanget.



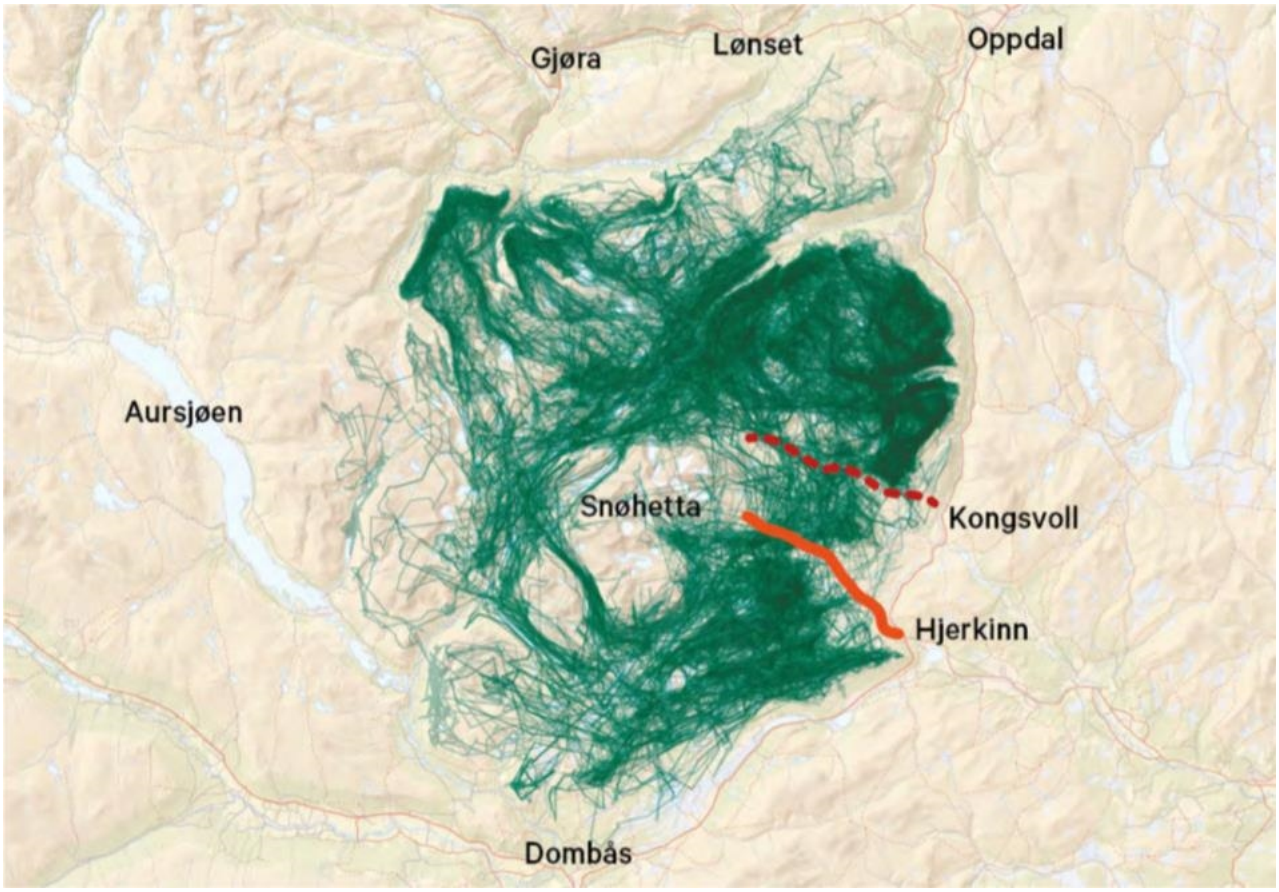
(Kart: Norsk villreinsenter Nord)

2.2.2 Fokusområder villrein

Horisont Snøhetta forklarer hvordan menneskelig infrastruktur og aktivitet er barrierer i villreinens leveområder og for trekkruter. Særlig relevant for besøksforvaltningen er definerte fokusområder hvor beskrivelsen av utfordringene i møtet mellom mennesker og villrein er direkte retningsgivende for strategiske grep og tiltak.

Stroplsjødalen og Snøheimvegen

Gjennom en årssyklus beiter villreinen i Snøhetta i et rotasjonstrekk rundt Snøhettamassivet. I en forenklet beskrivelse lever dyra mot Åmotsdalen og Drivdalen i nord om våren og på forsommeren, for så å trekke til platået øst for Snøhetta og til det gamle skytefeltet for sensommer-, høst- og vinterbeiter. For å opprettholde funksjonell bruk av villreinområdet rundt Snøhetta er det vurdert avgjørende å opprettholde trekkveier øst for Snøhetta.



Rotasjonstrekk rundt Snøhetta. (Kart: Norsk villreinsenter Nord)

Når villreinen i løpet av sommeren trekker over mot høst- og vinterbeitene, møter den betydelig ferdsel langs stier fra Kongsvoll og Grønnbakken. Ferdselen i Stroplsjødalen innebærer en hindring for villreinen, og forskningen antyder at ferdselen i dalen i august representerer et kritisk høyt nivå for å opprettholde trekkvegen. Erfaring og forskning, bl.a. GPS-merkinga, viser at trekket mot sør over Stroplsjødalen er forsinket med anslagsvis to uker de seinere åra. Denne utviklinga har vært observert som økende de siste 30 år. Ferdselen i Stroplsjødalen blir nærmere beskrevet i kunnskapsgrunnlaget for reiselivet og for de besøkende.

Ordningen med skyttelbuss og periodevist sykkelforbud avverger at Snøheimvegen virker som en barriere for villreinen på samme måte som Stroplsjødalen. Uten disse forvaltningsgrepene har Snøheimvegen tradisjonelt et aktivitetsnivå som i stor grad er i konflikt med de viktigste trekkveiene for villrein i august og september.

En betydelig del av ferdselen i Stroplsjødalen er knyttet til moskusturisme, inntil 12 000 personer årlig. Moskusstien fra Kongsvoll og Grønnbakken er etablert for å kanalisere moskusturistene bort fra indre deler av Stroplsjødalen og heller styre ferdselen opp til Høgsnyta. Samtidig har moskusstien både et sikkerhetsaspekt og et opplevelsesaspekt.

Tidligere Hjerkinn skytefelt

Området er en viktig del av leveområdet for villreinen med særlig betydning for sensommer-, høst- og vinterbeite. Å unngå ferdsel eller lineære inngrep som gir barrierer eller vesentlig negativ innvirkning på trekkorridorer og vandringsrom er viktig for villreinens rotasjonstrekk rundt Snøhettamassivet. Videre forvaltning av området må ses i sammenheng med at Snøheim allerede gir aktivitet og ferdsel som krever aktive forvaltningsgrep av hensyn til villreinens rotasjonstrekk.

Viewpoint SNØHETTA ligger i utkanten av dette området. Området er vinterbeite for reinen og samtidig øker presset for å besøke viewpoint SNØHETTA også i vintersesong.

Aursjødammen og Torbuhalsen

Etter reguleringen av Aura- Litledalsvassdraget er Torbuhalsen og vestsiden av Aursjødammen de gjenværende trekkveiene og forbindelsene mot villreinområdene i vest. Horisont Snøhetta vektlegger disse to trekkveiene og viser positive antydninger til at villreinen i større grad enn tidligere beveger seg over Torbuhalsen på vinteren og inn i de nordvestlige deler av opprinnelig leveområde.

Aursjødammen, utsikt nord-vest fra Storhorrungen. (Foto: Maria K. Kleiven)

Reinsvatnet

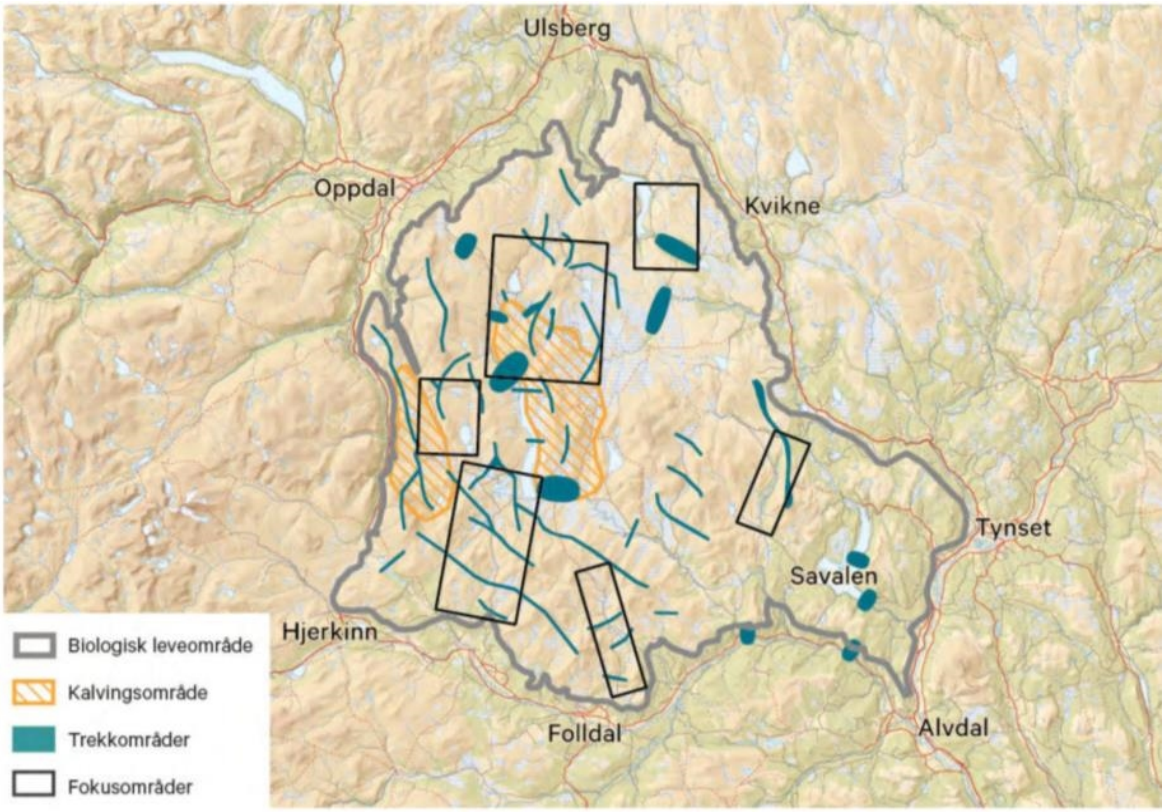
Reinsvatnet er et viktig trekkområde for villreinen i Sunndalsfjella utover mot Vikebotn. Særlig ser det ut til at området sør for Reinsvatnet er viktig. Samme område har noe ferdsel knyttet til bruken av Reinsvassbu. For å bedre mulighetene for et uforstyrret trekk på sørsiden, har det vært tema å flytte Reinsvassbu til nordsiden av vannet for på den måten å forskyve ferdsel til nord for vannet.

Lesjøtelet

Lesjøtelet og de indre deler av Snøhettaområdet har relativt sett beskjeden ferdsel, og er særlig viktige funksjonsområder for villreinen i form av beitekvaliteter, som viktig trekkområde mellom øst og vest og som et forholdsvis skjermet område for villreinen. Konflikten villrein-ferdsel i området er primært knyttet til rotasjonstrekket og at villreinen står på gode beiteområder i august og videre utover høsten. En økning av ferdselen i Kjelsungdalen og Mjogsjødalen og videre inn i fjellet kan ha forstyrrende effekt på trekket.

2.2.3 Knutshøstammen

Også i Knutshøområdet peker forskningen på punkter hvor møtet med menneskelig aktivitet påvirker villreinens atferd og som kan utgjøre barrierer. I hovedsak skyldes det at besøkstrykket er mindre og mye mer spredt enn i Snøhettaområdet. Fokusområdene er ikke like definerte og fremstår både i forskningen og i den praktiske forvaltningen i større grad som punkter hvor det er nødvendig med ekstra oppmerksomhet. Kunnskapen om villreinens beiteområder og trekkruter er omfattende også i Knutshøområdet og er et godt grunnlag for å forvalte eksisterende bruk av området og til å håndtere eventuelle endringer i bruksmønster.



Villreinens arealbruk i Knutshø. (Kart: Norsk villreinsenter Nord)

2.2.4 Rovfugl

Det er gjennomført en omfattende kartlegging av hekkeområder for rovfugl og våtmarksfugl. Rapporten er unntatt offentlighet da rovfuglforekomster er utsatt for reirplyndring. Rapporten beskriver grad av sårbarhet for hver lokasjon og drøfter ferdsel og tilrettelegging innenfor en definert sårbarhetssone for hver lokasjon. Rapporten er et godt verktøy for praktisk forvaltning knyttet til hver lokasjon. Rapportens konklusjoner er ivaretatt både i valg av strategiske grep og tiltaksrekken uten at besøksstrategien beskriver hvor og hvordan for ikke å avsløre hekkelokaliteter.

2.2.5 Fjellrev

Det nasjonale avlsprogrammet er et tiltaksbasert FoU prosjekt for å bidra til bevaring av den sterkt utryddingstrua fjellreven i Norge. Med avlsstasjonen på Sæterfjellet har Dovrefjell en sentral rolle i prosjektet. Dovrefjell er utvalgt som område for utsetting av avlsdyr, og prosjektets overvåkingsprogram viser tilnærmet årlige ynglinger. «Forskrift for fjellrev» utpeker fjellreven som en prioritert art som ikke skal forstyrres på noen måte. Overvåkingsprogrammet gir god oversikt over hi med mulige ynglinger, hvilket gjør det fullt mulig å hensynta fjellreven i besøksstrategien.

Fjellrev. (Foto: Arne Johs Mortensen)

2.2.6 Hovedutfordring for verneverdiene

Villreinen er utsatt for et tungt arealpress, og ferdsel kombinert med infrastruktur knyttet til turisme er tydelige barrierer for villreinens trekksykluser mellom beiteområdene. En ekstra oppmerksomhet på gode løsninger i fokusområdene i Horisont Snøhetta er nødvendig for å opprettholde en livskraftig villreinbestand i et villmarkspreget naturområde med representative økosystemer. Samtidig må besøksforvaltningen være et verktøy som bidrar til å forebygge ytterligere fragmentering av villreinens leveområder i form av ny infrastruktur og økt aktivitet inne i verneområdene.

2.2.7 Prinsipp for besøksforvaltningen

Besøksforvaltningen skal forebygge og redusere fragmentering av villreinens leveområder forårsaket av infrastruktur og menneskelig aktivitet inne i verneområdene.

Mål	Strategiske grep
Opprettholde en livskraftig villreinbestand som bruker hele leveområdet sitt.	1. Etablere gode løsninger på utfordringer i fokusområder definert i Horisont Snøhetta. 2. Kanalisere besøkende på Dovrefjell til attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonen til verneområdene. 3. Etablere et tett samarbeid med turistforeningene for infrastrukturelle tiltak og kommunikasjon med brukere av turistforeningens sti- og løypenett inne i verneområdene. 4. Sikre rotasjonstrekket rundt Snøhettamassivet. 5. Sikre muligheten for villrein til å trekke nord-sør over Stroplsjødalen. 6. Sikre muligheten for villrein til å bruke hele det tidligere skytefeltet som beiteområder. 7. Forbedre muligheten for villrein til å trekke langs Reinsvatnet i Snøhetta Vest. 8. Opprettholde trekk vest for Aursjødammen og over Torbuhalsen. 9. Overvåke utvikling i fokusområder og effekt av kanaliserende tiltak.
Opprettholde Dovrefjell som et intakt høgfjells økosystem.	1. Skjerme kjente hekke- og yngleområder og områder med sårbart planteliv for økt aktivitet.

2.2.8 Tiltak for å nå mål for verneverdiene

Tiltakene er prioritert fra 1 til 3 innenfor hvert av målområdene. Prioriteringen gjenspeiler den rekkefølge nasjonalparkstyret ønsker å legge ressurser i tiltakene.

Opprettholde en livskraftig villreinbestand som bruker hele leveområdet sitt	Prioritet
Iverksette prosjekt med omfattende kvalitetsheving på informasjon og opplevelser ved utvalgte innfallsporter og attraksjoner i randsonen til verneområdene i tråd med merkestrategi for Norges nasjonalparker og rapporten Informasjon om verneområda i Dovrefjell og Rondane 2019. Med prioritet på: • Startpunkt Kongsvoll • Forsterking Moskusstien • Norsk villreinsenter Nord/ Hjerkinn • Norsk Tindesenter/ Vengedalen/ Romsdalseggen • Car-Walks Fokstugu /Hjerkinnskollan / Tingsvaet • Mardalsfossen • Tur- og utkikkspunkt Tussheim • Åmotan/ Sunndalsporten	1
Styrke og gjøre permanent stilling som informasjonsmedarbeider (50/50 Norsk Villreinsenter Nord/ Dovrefjell og Rondane-Dovre nasjonalparkstyrer).	1
Forsterke Moskusstien som opplevelse og kanaliserende tiltak.	1
Etablere besøksrettet nettside som styrer besøkende mot attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonen til verneområdene. Herunder bidra til at flere moskusturister benytter guide.	1
Videreutvikle sosiale medier til å styre besøkende mot attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonen til verneområdene.	1
Opprettholde dagens busstilbud Hjerkinn- Snøheim og begrense øvrig trafikk mest mulig. Gjennomføre jevnlig evaluering av ordningen.	1
Stisystemet i Stroplsjødalen vurderes ut fra et samlet kunnskapsgrunnlag med tanke på å samle og redusere ferdselen gjennom revisjon av stisystemet og andre tiltak	1
I samarbeid med DNT Romsdal kartlegge effekten av flytting av Reinsvassbu med tanke på villreintrekket og eventuelt finansiere og prosjektere flytting.	1
Etablere Kongsvoll som startpunkt på nivå 2 som kanaliserende tiltak med vektlegging av informasjon om villreinens sårbarhet knyttet til ferdsel i Stroplsjødalen.	2
Sikre at sykling langs Snøheimvegen kun skjer i perioden 1. juni-15.juli.	2
Ingen kapasitetsutvidelser på hytter inne i fjellet (DNT, fjellstyrer, private).	3
Ingen utvidelse av sti og løypenett med unntak av i randsonene om det kan gjøres uten konflikt med verneverdier	3
Fortsatt holde viewpoint SNØHETTA stengt utenom sommersesong	3

Opprettholde Dovrefjell som et intakt høgfjells økosystem	Prioritet
Fortsette å kanalisere ferdsel bort fra kjente hekke- og yngleområder og områder med sårbart planteliv.	2

2.3 Kunnskapsgrunnlag, målsettinger og tiltak for reiselivet

Verneområdeforvaltningen har generelt ikke økonomi til selv å etablere betydelige attraksjoner og opplevelser. Den omfattende tilretteleggingen ved Sognefjellshytta i Jotunheimen er et unntak der Miljødirektoratet øremerket ekstra midler for å skape et godt eksempel på et utkikkspunkt med implementering av ny merkestrategi for nasjonalparkene. Viewpoint SNØHETTA er egentlig også et slikt unntak, selv om det her var Norsk villreinsenter Nord som fikk bevilget ekstraordinære midler, og ikke nasjonalparkstyret. I den daglige forvaltningen ligger muligheten for å bidra til verdiskaping i å samarbeide med reiselivsaktørene, og ved å støtte etablerte utviklingsprosjekter. En god tilnærming er derfor inngående kjennskap til prosjekter og satsinger som bidrar til å nå målsettinger i besøksstrategien og forvaltningsplanen, og som forvaltningsgrep bidra til forsterking av prosjektene i et samspill med utviklingsinteressene. Et slikt samspill er avhengig av at nasjonalparkforvaltningen kjenner reiselivsorganisasjoner, bedriftssammenslutninger og til dels enkeltaktører som har interesser eller opererer i randsone eller i verneområdene.

Dovrefjell- Sunndalsfjella nasjonalpark er en av de nasjonalparkene i landet med et etablert reiseliv som i noen grad benytter verneområdene i markedsføring, som produkt og som område for sin aktivitet. Av den grunn har forvaltningen av verneområdene på Dovrefjell hatt et visst samspill med reiselivsnæringen, og i perioder også et spesielt søkelys på hvordan forvaltningen og reiselivsnæringen kan samarbeide til felles beste. Særlig var sertifiseringsprosessen i henhold til The European Charter, i regi av Europarc, en bevisstgjøring av godt samspill mellom forvaltning og næring som mulighet for både god forvaltning og verdiskaping. Europarc krever resertifisering hvert 4. år, noe som er nesten like omfattende som førstegangs sertifisering. Mens Dovrefjellrådet hadde prosjektmidler til sertifiseringen, hadde ikke nasjonalparkstyret tilsvarende, og resertifisering ble derfor oppgitt.

Generelt er organiseringen av reiselivet i Norge svært fragmentert og for eksterne kan sammenhengene, konstellasjonene og interessene være krevende å forstå. Dette kjennetegner også reiselivsnæringen rundt Dovrefjell, slik at et fullstendig og absolutt korrekt bilde av relevante reiselivsaspekter er nærmest umulig å etablere. På den annen side er det neppe noen andre, heller ikke reiselivet selv, som med utgangspunkt i Dovrefjell har systematisert informasjon om reiselivsnæringen i den grad det er gjort her.

Videre i avsnittet er Dovrefjell som attraksjon og reiselivets organisering, omfang og aktivitet oppsummert som bakteppe for valg av mål og tiltak for reiselivet.

2.3.1 Dovrefjell som turistattraksjon

Brukerundersøkelser viser at blant annet Nasjonalparkene Rondane og Jotunheimen er noe mer attraktive eller mer kjent enn Dovrefjell – Sunndalsfjella nasjonalpark, mens Reinheimen nasjonalpark er mindre kjent. Med et nasjonalt perspektiv kan det diskuteres hvorvidt Dovrefjell er en primærattraksjon, dvs. at nasjonalparken som sådan er hovedårsak til at folk reiser dit og dermed er trafikkskapende. Snarere har verneområdene med randsoner flere selvstendige attraksjoner som for noen besøkende er primærattraksjoner og for andre er medvirkende årsak til turen i området. Noen av attraksjonene har særegne kvaliteter som bidrar til å skille verneområdene på Dovrefjell som attraksjon fra andre nasjonalparker og verneområde.

Hovedattraksjonene er:

- Moskus
- Snøhetta
- viewpoint SNØHETTA
- Romsdalseggen
- Mardalsfossen
- Åmotan

Moskus

Den unike moskusstammen på Hjerkinnplatået er blitt en ikonart med internasjonal oppmerksomhet i form av markedsføring, TV-produksjoner og et høyt antall turister som vil oppleve dyret. Opptil 10 firmaer har dispensasjon til å drive moskusguiding, og årlig benytter 3000 og 3500 internasjonale og norske turister tilbudet. Men de aller fleste tar turen uten guiding, og i 2014 ble det beregnet at 10-11 tusen personer besøkte området for å oppleve moskus. Basert på ferdselstellinger fra 2017 kan det tyde på at veksten i antall besøkende ikke har økt nevneverdig. Et anslag viser ca. 11 800 passeringer inn i området. Som ikonart på Dovrefjell tåler moskusen sammenligning med isbjørnen på Svalbard. Moskusen er den attraksjonen som virkelig skiller Dovrefjell- Sunndalsfjella fra andre nasjonalparker.

viewpoint SNØHETTA

Attraksjonsverdien i det helt spesielle møtet mellom arkitektur og natur i viewpoint SNØHETTA blir bekreftet i NINA rapporten Sårbarhetsvurderinger av ferdselslokaliteter på Hjerkinn fra 2019. Studien viser at naturen og opplevelsen av den er de viktigste motivene for å gå turen opp. Men samtidig mente over 70% av respondentene at den tilrettelagte infrastrukturen, altså stedet viewpoint SNØHETTA var et svært viktig motiv. 60% mente også at arkitekturen var et svært viktig motiv. Utallige arkitekturpriser og oppslag i bransjemagasiner understreker attraksjonsverdien. Årlige besøkstall på 30 000 bekrefter at god tilrettelegging trekker og kanaliserer turiststrømmer. I høysesong blir opplevelsen forsterket med naturveiledere fra Norsk villreinsenter Nord. Kombinasjonen viewpoint SNØHETTA og Norsk villreinsenter Nord er et unikt tilbud i norsk sammenheng.

Viewpoint SNØHETTA.
(Foto: Martine Hårstad)

Romsdalseggen

I vest er Romsdalseggen, som ligger like inntil verneområdene, etablert som en av de aller største naturattraksjonene i landet. I besøksstrategien for Romsdalseggen er det oppgitt at 25 000 personer gikk over normalruta i 2018. Men Romsdalseggen består etter hvert av en hel rekke turer og aktiviteter som Romsdalstrappa, Rampestreken, Via ferrata Romsdalsstigen og Litlefjellet samt toppturer på vinteren til Blånebba og Hurrungen. Samlet besøk på alle disse aktivitetene var i 2019 om lag 65 000 gjester. I norsk reiselivssammenheng fremstår Romsdalseggen med Norsk Tindesenter som en opplevelsespakke på øverste hylle.

Romsdalseggen.. Foto: Mattias Fredriksson

Snøhetta

Og selvsagt er Snøhetta midt inne i kjerneområdet av nasjonalparken en viktig driver for besøk i nasjonalparken. Toppturen er for så vidt ikke unik for verneområdene i Norge, men busstilbudet og etableringen av DNT hytta Snøheim er blitt et konsept som trekker et stadig økende antall turister inn i de indre områdene av nasjonalparken. I 2017 ble det registrert 12878 passeringer på turen fra Snøheim til Snøhetta.

Mardalsfossen

Med anslagsvis 10 – 12 000 besøkende er Mardalsfossen over mange år etablert som en av de viktige attraksjonene i området. Turen til Mardalsfossen blir gjerne kombinert med biltur over Aursjøvegen. Her har lokale og regionale interesser i flere tiår tilrettelagt for enkel tilgang og gode

opplevelser og drevet en systematisk markedsføring av Mardalsfossen og Eikesdalen. Nå er innsatsen rettet mot god formidling av norsk krafthistorie og naturvernhistorie, med utgangspunkt i Aurautbyggingen og Mardølaaksjonen. Mardalsfossen er beskrevet som en av hovedattraksjonene i Molde kommunes reiselivsstrategi.

Åmotan

Åmotan i Sunndal har på samme måte vært et satsingsområde for reiselivsinteressene i regionen. Et anslag på 6- 7 000 besøkende årlig viser at Åmotan er en populær opplevelse for turister på reise i Oppdal og på Nordmøre.

Åmotan i Sunndal. Foto: Oddgeir Visnes

2.3.2 Merkevarebygging med utgangspunkt i attraksjonene

Besøksstrategien med kommunikasjonsplan tar utgangspunkt i at det er den enkelte attraksjon og summen av disse som er «merkevaren» Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark. En slik innretning av kommunikasjonen er i tråd med markedsselskapenes kommunikasjon av verneområdene på Dovrefjell.

2.3.3 Reiselivsdestinasjoner rundt verneområdene

For turister som ikke har nasjonalparken som hovedgrunn til reisen er det god grunn til å tro at destinasjonene rundt verneområdene stimulerer til besøk gjennom markedsføring og organisering av tilbud og opplevelser tilknyttet verneområdene. Et godt eksempel her er moskusturisme som gjerne blir solgt fra Dombås og Oppdal.

Av reiselivsdestinasjonene rundt verneområdene er det særlig Åndalsnes som har lykkes i å skape et reiseliv med høyt volum. Tall fra 2016 gir i overkant av 800 000 dagsbesøk i Rauma. Dette i tillegg til

87 000 cruiseturister. Suksessen er bygd opp rundt naturkvalitetene og tydelige attraksjoner som Trollveggen, Romsdalseggen og Trollstigen. I sammenheng med besøksstrategien er særlig konseptet rundt Norsk Tindesenter, Romsdalseggen og Romsdal.com med 350 000 brukere interessant. Åndalsnes er i prosess for status som bærekraftig reisemål i regi av Innovasjon Norge.

Betraktet som destinasjon har også regionen nord i Gudbrandsdalen naturkvaliteter som historisk sett har lokket natursøkende turister. Her har reiselivsnæringen utnyttet den implisitte «lovnaden» om naturkvaliteter som særlig et internasjonalt marked forbinder med begrepet nasjonalpark. Regionen har i dag et betydelig naturbasert reiseliv delvis bygd på nasjonalparkene, herunder Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark.

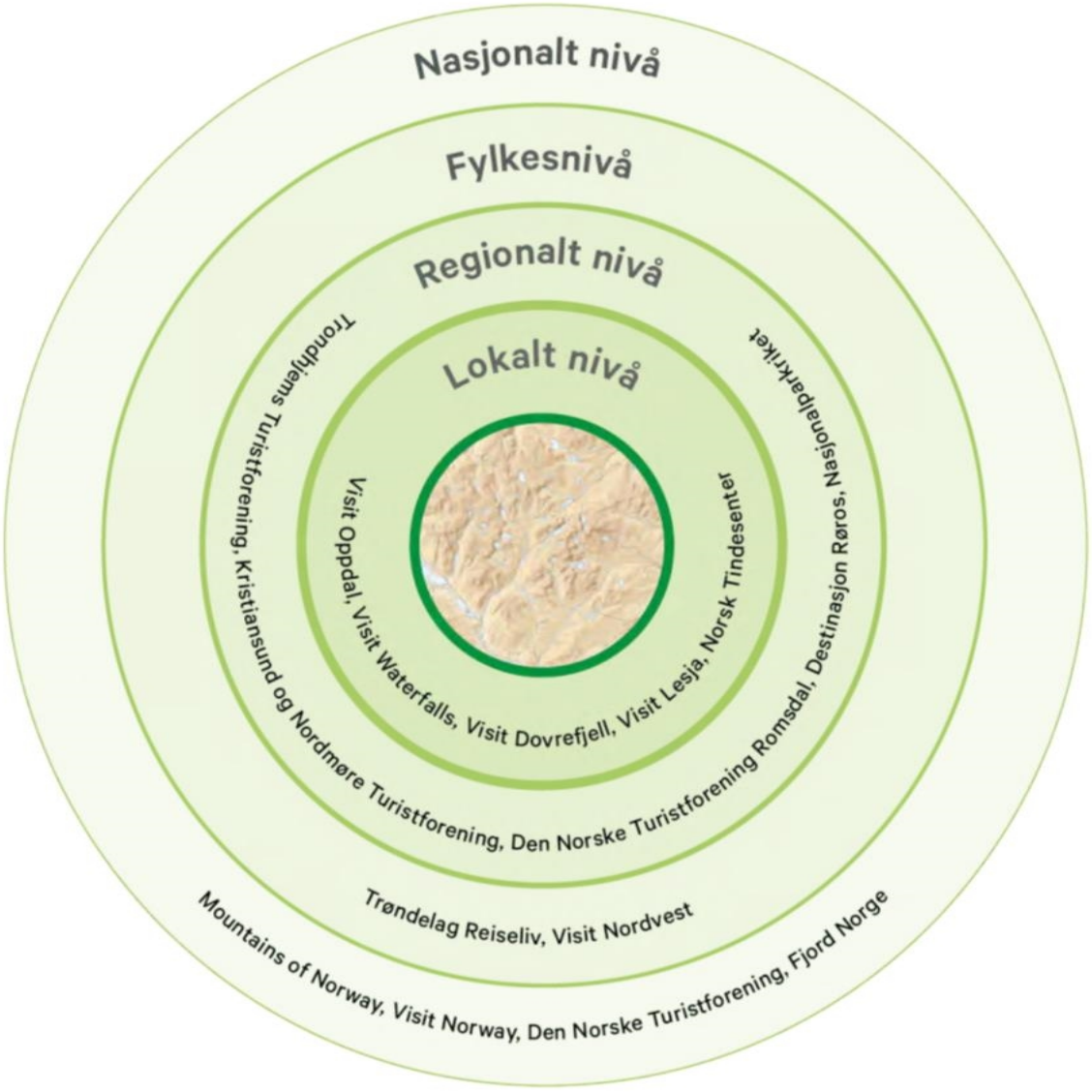
Oppdal har, med sine 180 000 gjestedøgn i 2019 ikke samme turistvolum som de forannevnte destinasjonene, men har likevel en helårsturisme der både internasjonale og nasjonale gjester i stor grad oppsøker naturkvaliteter i Oppdal og regionen ellers.

Med helårsturisme på Savalen som fyrtårn satser Tynset på en betydelig økning av kommersielle gjestedøgn fra 160 000 i 2018 til 230 000 innen 2030. Utviklingen skal skje med et hovedfokus på kultur- og naturturisten. Tynset har i sin reiselivsstrategi fra 2020 vedtatt å jobbe for status som bærekraftig reisemål.

Moskussafari er populært. (Foto: Lasse Stadeløkken)

2.3.4 Markedsselskaper og tilbydersammenslutninger

Når et internasjonalt turistmarked velger å legge ferien til Norge er gjerne Innovasjon Norges markedskanal Visit Norway første treff i planleggingen. De største regionale markedsselskapene rundt verneområdene på Dovrefjell administrerer kommunikasjonsplattformer linket til Visit Norway og har dermed tilgang til et enormt internasjonalt nedslagsfelt. Det er imidlertid ikke slik at alle de regionale markedsselskapene vektlegger verneområdene i sin kommunikasjon, mens andre igjen har gjort verneområdene til et hovedelement i markedskommunikasjonen. De sistnevnte markedsfører først og fremst attraksjoner og opplevelser i randsonene av verneområdene, og har dermed en kanaliserende effekt på ferdsel som potensielt kan være et av de viktigste verktøyene for god besøksforvaltning. Dette betinger imidlertid et systematisk og godt samarbeid mellom markedsselskapene og verneområdeforvaltningen. Figuren under visualiserer markedsselskapene med en tilknytning til verneområdene på Dovrefjell. Tilknytning i denne sammenheng innebærer markedsføring av attraksjoner og opplevelser på Dovrefjell og/ eller geografisk tilhørighet. I tillegg er turistforeningen lagt inn da de gjennom sine kommunikasjonsplattformer når viktige brukergrupper på Dovrefjell.



2.3.5 Markedsselskapenes kommunikasjon av verneområdene

Blant markedsselskapene står Nasjonalparkriket i en særstilling ved at markedsføringen løfter frem tilbydere, opplevelser og attraksjoner i tilknytning til verneområdene nord i Gudbrandsdalen. Utover Nasjonalparkriket har markedsselskapene begrenset innretning mot verneområdene som sådan. Det er bare enkeltstående opplevelser, attraksjoner og tilbydere i sammenheng med verneområdene som er markedsført, og når det skjer er attraksjonen frontet uavhengig av den geografiske tilhørigheten til verneområdene.

Markedsselskap	Nasjonalparkrelatert kommunikasjon
Nasjonalparkriket	Så godt som all markedsføring har utgangspunkt i nasjonalparkene nord i Gudbrandsdalen. Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark: Moskus, Tour de Dovre, Viewpoint Snøhetta, Snøhetta, Ridning, Pilegrimsleden
Trøndelag Reiseliv	Moskus
Visit Norway	Viewpoint Snøhetta, Moskus, Ridning, Sykkel
Fjord Norge	Romsdalseggen, Mardalsfossen, Aursjøvegen
Visit Nordvest	Romsdalseggen, topptur på ski i Sunndalsfjella/ Eikesdalen
Destinasjon Røros	Lite fokus på verneområdene. Knutshø landskapsvernområde er så vidt nevnt.
Mountains of Norway	Tour de Dovre, Moskus
Visit Oppdal	Lite fokus på verneområdene, noe moskus og viewpoint SNØHETTA
Visit Waterfalls	Åmotan
Visit Dovrefjell	Moskus, Snøhetta og viewpoint SNØHETTA, ridning, hundekjøring og Pilegrimsleden
Visit Lesja	Friluftsliv, jakt og fiske i Dalsida landskapsvernområde

2.3.6 Reiselivsbedrifter med aktivitet i tilknytning til verneområdene

Verdiskaping basert på verneområdene må skje gjennom reiselivsbedriftene. Sammenlignet med mange av de andre nasjonalparkene har Dovrefjellområdet et levende reiseliv som tilbyr produkter med utgangspunkt i verneområdene. For verneområdeforvaltningen er bedriftene en informasjonskanal, de er innholdsprodusenter for opplevelser i randsone, de kan være en samarbeidspart for kanalisering av besøkende og de sikrer at turister opptrer forsvarlig både med tanke på miljøvern og sikkerhet. Noen av bedriftene som driver moskussafari tjener som gode eksempler på dette. Oversikt over, og dialog med, reiselivsbedriftene er nødvendig for å drive en god besøksforvaltning.

Firma	Aktiviteter	Bruk av verneområdene
Dovrefjell Adventures	Sykkel, elgsafari	Sykkelrute over Dovrefjell
Hjerkinn fjellstue og fjellridning	Ridning og moskussafari	Hjerkinnplatået
Trolltun gjestegård/ Dombås fjellskole	Moskussafari, kano, fjell- og topptur	Gamle Kongevei, Hjerkinnplatået, Snøhetta

Firma	Aktiviteter	Bruk av verneområdene
Kvistli islandshester	Ridning	Randsone Folldal- Hjerkinn
Furuhaugli turisthytter	Overnatting og moskussafari	Moskusguiding Hjerkinnplatået
Hageseter turisthytte	Overnatting og moskussafari	Moskusguiding Hjerkinnplatået
Hjerkinnhus vandrerhjem	Overnatting	Utgangspunkt for turer til viewpoint SNØHETTA, Besøkssenter villrein og Snøheim/ Snøhetta
Mountain Experience	Moskus- og elgsafari	Hjerkinnplatået og randsone
Funkibator	Skreddersydde turer og event	Hjerkinnplatået og randsone
Dahlen husky	Hundekjøring	Aktivitet i randsone Folldal
Folldal gruver	Museum, opplevelser og servering	Museum med naturutstilling
Fokstugu fjellstue	Overnatting på bestilling	Randsone Fokstugu
Kongsvold Fjellstue	Overnatting	Utgangspunkt for turer inn Stroplsjødalen
Dovre og Lesja Aktiv	Moskussafari	Hjerkinnplatået
Høyt og lavt Bjorli	Klatrepark	Randsone Bjorli
Savalen opplevelser og eventyr	Vandring, sykling, padling og ridning	Randsone Savalen
Savalen hestesenter	Ridning	Randsone Savalen
Savalen Fjellhotell og Spa	Overnatting, vandring, sykkel, båt og kano, skiløyper	Skiløyper i Knutshø LVO, ellers randsone
Orkelbogen Friluftssenter	Overnatting	Randsone Kvikne
Contrast Adventure	Toppturfestivalen Sunndal Ski Session	Sunndalsfjella og Eikesdalen
DID adventure	Ski- og fotturer	Sporadiske turer, primært i Sunndalsfjella og Eikesdalen
Phillipshaugen	Overnatting og topptur	Sunndalsfjella
Visit Waterfalls	Traktorsafari og turer	Åmotan og fjellgardene
Brubæk	Seteropplevelser og osteproduksjon	Torbudalen
Inner Gammelsetra	Seterkurs og opplevelser, salg seterprodukter, servering	Grøvudalen
Uvsætra	Seteropplevelser, servering	Dindalen
Oppdal safari	Fotosafari, elgsafari og moskusguiding	Hjerkinnplatået og randsone
Opplev Oppdal	Padling, juving, villmarksleir	Randsone Oppdal
Åmotsdalen gard	Servering og aktiviteter	Åmotsdalen
Fjellsentralen	Klatring	Snøhettatraversen
Romsdal Aktiv	Padling og skreddersydde opplevelser	Randsone Romsdal
Romsdal Lodge	Overnatting, topptur og klatring	Randsone Romsdal
Villa Vengetind	Overnatting, topptur og klatring	Randsone Romsdal
Hotell Aak	Overnatting, topptur, klatring, sykling, padling	Randsone Romsdal
Friluftslek	Topptur og padling	Randsone Romsdal
Tinder og banditter	Topptur og klatring	Randsone Romsdal
Guide Romsdal	Topptur, klatring, padling	Randsone Romsdal
Norsk Fjellfestival	Topptur, klatring, fjelløp, padling	Randsone Romsdal
Jotunheimen Arrangement	Klatring og skiturer	Snøhettatraversen og Storskrymten
Fuglehundklubbenes forbund	Fuglehundprøver8 (jaktprøver) samt dommeropplæring	Ytre Stroplsjødalen, Knutshølia, Ytre Hjerkinnplatået

Foto: Odd Geir Visnes.

Foto: Maria K. Kleiven

2.3.7 Den Norske Turistforening med regionale avdelinger

Den Norske Turistforening (DNT) er Norges største friluftsorganisasjon med 300 000 medlemmer. DNT har en rolle som tilrettelegger av viktig infrastruktur av hytter og ruter i fjellet som har stor betydning for å ivareta friluftslivsverdier og ferdsel på en naturvennlig måte. Medlemsmassen er kjent for sin dugnadsinnsats og har en dynamisk og oppdatert dialog med foreningen gjennom DNTs gode kommunikasjonsplattformer som hjemmesider, UT.no og magasinet Fjell og Vidde. Det sier seg selv at sti- og hyttenettet og den direkte kommunikasjonen med medlemmene gjør DNT med regionavdelinger til den viktigste driveren av besøk og aktivitet inne i de større verneområdene i Norge. Så også i verneområdene på Dovrefjell. Her har DNTs lokalforeninger til sammen 17 hytter i eller like utenfor verneområdene. 16 av hyttene hadde til sammen 12 654 overnattinger i 2017 (Venjedalsbu etablert i 2019). Her er det verdt å merke seg at Snøheim alene sto for 5 123 av overnattingene. Med dette forvalter turistforeningene en betydelig infrastruktur og aktivitet inne i verneområdene. Legger vi til turistforeningens gode kommunikasjonsflater gjør dette turistforeningene til en viktig samarbeidspart for nasjonalparkstyret i besøksforvaltningen. Både med tanke på å nå store brukergrupper med informasjon og for å kunne kanalisere brukere både geografisk og i sesonger.

Hytter	Overnattinger 2017	Forening	Kommune
Snøheim	5123	Oslo og omegn turistforening	Dovre
Reinheim	1635	Oslo og omegn turistforening	Oppdal
Dindalshytta	291	Trondhjems Turistforening	Oppdal
Orkelsjøhytta	157	Trondhjems Turistforening	Oppdal
Åmotsdalshytta	1192	Kristiansund og Nordmøre Turistforening	Oppdal
Vangshaugen	1064	Kristiansund og Nordmøre Turistforening	Sunndal
Aursjøhytta	266	Kristiansund og Nordmøre Turistforening	Sunndal

Hytter	Overnattinger 2017	Forening	Kommune
Raudbergshytta	287	Kristiansund og Nordmøre Turistforening	Sunndal
Grøvudalshytta	552	Kristiansund og Nordmøre Turistforening	Sunndal
Gammelsetra	560	Kristiansund og Nordmøre Turistforening	Sunndal
Loennechenbua	144	Kristiansund og Nordmøre Turistforening	Sunndal
Reinsvassbu	199	DNT Romsdal	Sunndal
Brandstadbu	170	DNT Romsdal	Sunndal
Vasstindbu	255	DNT Romsdal	Molde
Hoemsbu	558	DNT Romsdal	Molde
Svartvassbu	201	DNT Romsdal	Rauma
Overnattinger totalt	**12 654**		
Venjedalsbu (etablert 2019)	445 (tall fra 2020)	DNT Romsdal	Rauma

Snøheim turisthytte. Foto: Maria K. Kleiven

2.3.8 Informasjons- og opplevelsessentre

Verneområdeforvaltningen har to viktige støttespillere i Norsk villreinsenter Nord på Hjerkinn og Norsk Tindesenter på Åndalsnes. Sentrene representerer spennende fagmiljøer innen naturforvaltning og natur- og kulturbasert reiselivsutvikling. Begge sentrene har opplevelses- og

informasjonskvaliteter som trekker et høyt antall besøkende, og de er viktige informasjonskanaler for verneområdeforvaltningen.

Norsk villreinsenter Nord

Norsk villreinsenter Nord tar sikte på være villreinens ombud på et rent villreinfaglig grunnlag, og skal tilgjengeliggjøre all relevant kunnskap om villreinen og dens leveområder til bruk både nasjonalt og internasjonalt. Målet er å være det naturlige henvendelsespunktet når det gjelder kunnskap om villreinen og villreinfjellet.

I forbindelse med den nasjonale merkestrategien for nasjonalparkene ga Klima- og miljødepartementet Norsk villreinsenter Nord status som Besøkssenter villrein. Hovedattraksjonen til besøkssenteret er utkikkspunktet viewpoint SNØHETTA. Utkikkspunktet har i snitt 30 000 besøkende årlig. I stien opp til attraksjonen er den 10 000-årige historien til villrein og mennesker meislet inn i skiferheller. Hele barmarksesongen er en naturveileder tilgjengelig for alle besøkende, og det er ikke uvanlig å se moskus fra viewpoint SNØHETTA. Av og til kan også villreinen trekke forbi på teleskopavstand. Sommeren 2021 vil det meste av Besøkssenter villrein sin nye attraksjon Fjellportalen komme på plass. Her kan de besøkende lære om villrein, både om biologien, historien og utfordringer i dagens samfunn. Informasjon om turer i området blir en del av tilbudet.

Norsk villreinsenter Nord tilbyr kursing til reiselivsbedrifter som selv vil guide på attraksjonene, og har utarbeidet guidehefter med informasjon om Dovrefjell generelt, viewpoint SNØHETTA og Besøkssenter villrein. Heftene er tilgjengelig for alle som vil guide i området.

Norsk villreinsenter Nord er samlokalisert med Statens Naturoppsyn, verneområdeforvaltningen for Dovrefjell, verneområdeforvaltningen for Rondane og Dovre samt Pilegrimssenter Dovrefjell og prosjektet Kongeveien over Dovrefjell. Sammen har de status som forvaltningsknutepunkt.

Norsk Tindesenter

Norsk Tindesenter er et informasjons- og kompetansesenter for bratt friluftsliv og norsk tindehistorie, lokalisert i Åndalsnes.

Senteret består av Norsk Tindemuseum, en innendørs klatrevegg, Romsdalsstigen Via ferrata, Spiret Spiseri samt en næringshage for fjellkompetanse. I næringshagen sitter senterets administrasjon, Statens Naturoppsyn, Guide Romsdal, nasjonalparkforvalter for Reinheimen med flere. Senteret har også opprettet en helårs turinformasjon i samarbeid med DNT. Norsk Tindesenter har forvaltningsansvaret for turstien over Romsdalseggen i samarbeid med DNT Romsdal.

Norsk Tindesenter ligger ved foten av Reinheimen nasjonalpark og verneområdene på Dovrefjell. En stor andel av de besøkende på Norsk Tindesenter er brukere av fjellet og klatrere. Senteret er derfor et naturlig sted for naturinformasjon.
Senteret er strategisk plassert i forhold til turisttrafikken i fylket, med cruisebåthavn, togstasjon og skysstasjon for buss og taxi rett utenfor dørene. Senteret er helårsåpent og har over 140 000 besøkende innom i løpet av et år. Hovedparten av de besøkende etterspør naturinformasjon som fotturer i fjellet, informasjon om Romsdalstrappa, Romsdalseggen, Trollveggen, Trollstigen så vel som turer og opplevelser på Dovrefjell, gjerne viewpoint SNØHETTA og moskussafari, og opplevelser knyttet til Reinheimen.

Senteret har siden før oppstart jobbet målrettet for å oppfylle alle autorisasjonskrav som besøkssenter nasjonalpark, men har ennå ikke fått nødvendig status som besøkssenter av nasjonale myndigheter.

Norsk Tindesenter. (Foto: Matti Bernitz)

2.3.9 Kulturminneprosjekter på Dovrefjell

Et rikt mangfold av kulturminner er ofte trukket frem som en av Norges kvaliteter i reiselivssammenheng. Dovrefjell er et norsk kulturhistorisk identitetsmerke fra norrøn mytologi, via pilegrimstradisjoner, litteraturhistorie, villreinfangst og gruvedrift til Eidsvoll- eden «enig og tro til Dovre faller» i 1814. Disse tradisjonene er viktige både for forståelsen og opplevelsen av Dovrefjell, og dermed også viktige i verdiskapingssammenheng.

Arbeidet med Pilegrimsleden som opplevelse og reiselivsprodukt startet i 1994 basert på tradisjonen for å dra på pilegrimsvandring til Nidaros og bygd på kulturminner fra middelalderen og Olavstradisjonen. Pilegrimsleden over Dovrefjell ga i 2019 nesten 9000 overnattingsdøgn over Dovrefjell.

Prosjektene Villreinløypa og Kongeveien over Dovrefjell er kulturminneprosjekter i en startfase, men skal på sikt formidle henholdsvis fangsthistorie og historien om Kongeveien over Dovrefjell.

Plantelivet i Drivdalen og i fjellene rundt har lokket botanikere helt siden 1700 tallet. For turisten er Fjellhagen på Kongsvold fjellstue et konsentrert møte med fjellbotanikken og et fysisk uttrykk for den lange naturvitenskapelige tradisjonen på Dovrefjell. Et prosjekt for bevaring av Fjellhagen er under utvikling.

2.3.10 Viktige utviklingsprosjekter og kulturminneprosjekter

I tillegg til Norsk Tindesenter, Mardalsfossen, og Åmotan er utviklingsprosjekter og kulturminneprosjekter med betydning for besøksforvaltningen i verneområdene på Dovrefjell listet i tabellen under.

Prosjekt	Ansvar	Formål
Pilegrimsleden	Nasjonalt Pilegrimssenter	Pilegrimsarbeidet skal bidra til verdiskapning og positiv utvikling langs St. Olavsvegene til Trondheim. Det skal ha en tydelig kirkelig forankring og samtidig være åpen og inkluderende for mennesker med ulik tro, kultur og tradisjon.
Nasjonalparkveien - sykkelvei over Dovrefjell	Dovre kommune	Med støtte fra ulike samarbeidspartnere har prosjektet opparbeidet ny tur- og sykkelvei over hele Dovrefjell mellom Dombås og Hjerkinn . Dette er blitt en flott og svært populær sykkeltur som kan gjennomføres i sin helhet eller der en kan sykle deler av vegen. Vegen er godt merket og tilrettelagt. Nasjonalparkvegen er del av sykkelproduktet Tour de Dovre.
Villreinløypa	Gudbrandsdalsmusea	Prosjektet skal skape et sterkt reiselivsprodukt for å sikre økonomisk verdiskaping for de næringsdrivende langs løypa. Videre øke kompetansen om villrein hos de næringsdrivende og sikre god og kunnskapsbasert informasjon om villrein, fangst og verneområder.
Moskusstien	Dovrefjell nasjonalparkstyre	Etablert for å: kanalisere besøkende vekk fra villreinens trekkveier gi moskusturister informasjon og gode opplevelser
Kongeveien over Dovrefjell	Statens vegvesen region øst	Formidle kunnskap om kulturminnet Kongeveien over Dovrefjell og dens kulturhistorie. Delprosjekt på tilrettelegging og verdiskaping.

Prosjekt	Ansvar	Formål
Tussheim	Lesja kommune/ Nordveggen AS	Tilrettelagt sti opp til utsiktspunkt med hytte. Informasjon om villrein og verneområder (Primært Reinheimen, også Dovrefjell).
Fjellhagen ved Kongsvold Fjellstue		Lokalt initiativ for bevaring av den botaniske hagen - Fjellhagen. Ses i sammenheng med Pilegrimsleden, Kongeveien over Dovrefjell, Moskusstien og drift av Kongsvold Fjellstue.
Fokstumyra naturreservat	Dovre kommune	Tilrettelagt sti med fugletårn. Etablert for å kanalisere besøkende i naturreservatet og gi mulighet for å observere det rike fuglelivet.

Tussheimbue. (Foto: Maria K. Kleiven)

2.3.11 Hyttekonsentrasjoner nært verneområdene

Flere av kommunene rundt verneområdene har satset på hytteutvikling som næringsvei. Imidlertid er det ikke mange større hyttekonsentrasjoner med beliggenhet nært verneområdene som i særlig grad skaper konflikter mellom hytteskapt ferdsel og verneverdier. En undersøkelse blant hytteeiere i Rondane viste at en stor andel av friluftslivsutøvelsen var konsentrert til nærområdet og et par dagsturområder rundt hytta. Det er å anta at hytteeierne i Rondane og Dovrefjell har et noenlunde likt aktivitetsmønster når de er på hytta.

En analyse fra *Regional plan for Dovrefjellområdet* viser at det i 2012 var 5453 fritidsboliger i planområdet. En GIS-analyse gjennomført for arbeidet med besøksstrategien viser en økning til 7542 hytter innenfor planområdet i oktober 2020. Fritidsboligene ligger spredd over hele planområdet,

men med konsentrasjoner langs plangrensa. Analysen viser også at det store volumet av nye hytter er konsentrert til enkelte områder som Bjorli, Savalen og Grødalen. Inne i verneområdene ligger ca. 730 fritidsbygg.

Den klart største hyttedestinasjonen er Bjorli med 1400 hytter og en brukerfrekvens mellom 30 og 50 døgn i året. Hyttefolket benytter i stor grad alpinanlegg, langrennsløyper, blant annet ei populær langrennsløype som kjøres opp innover fjellet fra toppen av alpinanlegget, og sommerstid turstier nært destinasjonen. Trolig drar hyttefolk på turer inn i Dalsida landskapsvernområde både sommer og vinter. Det er likevel antatt at dette skjer i beskjedent omfang.

Med totalt ca. 800 hytter er det gjennomført en betydelig hyttesatsing inn mot Knutshø landskapsvernområde. Hyttene er fordelt med rundt 450 hytter på Savalen, inntil 180 på Kvikneskogen og i underkant av 130 på Kvikne. Hyttesatsingen gir noe ferdsel inn mot vernegrensene, men ferdsel fra hyttene og inn i selve verneområdet har ikke gitt nevneverdige forvaltningsutfordringer. Fra Kvikneskogen blir det etter dispensasjon fra Dovrefjell nasjonalparkstyre kjørt noen skiløyper inn i landskapsvernområdet.

Grødalen i Sunndal har ca. 400 hytter. Mye av hytteeiernes friluftslivsaktivitet foregår nede i dalen, og dermed utenfor verneområdene. Samtidig er hyttene omkranset av verneområder, og flere av de naturlige turmålene ligger både i Åmotan- Grøvudalen landskapsvernområde og i Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark. Det prepareres en skiløype inn i landskapsvernområdet, med dispensasjon fra nasjonalparkstyret.

Langs Aursjøvegen ligger det tre hyttekonsentrasjoner, Langvatnet, Torbudalen og Aursjøen med til sammen 170 hytter. De to førstnevnte er omsluttet av Torbudalen biotopvernområde og alle tre ligger tett inntil både nasjonalparken og Eikesdalsvatnet landskapsvernområde og Dalsida landskapsvernområde. Turmålene ligger for en stor del inne i de samme verneområdene, men med så få enheter utgjør ikke dette stor ferdsel.

Øst i verneområdene gir hyttene ved Orkelsjøen og Marsjøen noe turaktivitet inn mot Knutshø landskapsvernområde.

Av mindre hytteansamlinger er det verdt å nevne spredte hytter langs veien mot Gautsjøen, og hytteklyngene ved Snøfjellstjønna mellom Dindalen og Åmotsdalen og Tjønnglupen. De to sistnevnte ligger inne i selve nasjonalparken.

2.3.12 Utfordringer og muligheter i samspill med reiselivet

Med forskjellige roller kan det naturlig nok oppstå interessemotsetninger mellom nasjonalparkforvaltningen og reiselivsnæringen. Imidlertid er næringen i Dovrefjellområdet, det være seg markedsselskaper, reiselivsbedrifter eller turistforeninger, preget av seriøsitet når det gjelder sitt ansvar for langsiktig forvaltning av naturen som selve råvaren for egen virksomhet. Reiselivsnæringen og turistforeningene er ambassadører for naturen, og kan i sin virksomhet bidra til å ivareta verneverdier gjennom kommunikasjon, veiledning i naturvennlig ferdsel og ved å kanalisere gjester geografisk og i tid. Et godt og systematisk samarbeid med reiselivsnæringen og turistforeningene er nødvendig i besøksforvaltningen.

I randsonen rundt verneområdene ligger flere godt etablerte attraksjoner, og flere er under utvikling. Med de begrensede midler verneområdeforvaltningen har er støtte til forsterking av attraksjonene en mulighet for nasjonalparkforvaltningen til både å støtte opp om lokalt næringsliv og lokale prosjekter, og samtidig med positiv kanalisering å styre besøksstrømmer dit det er ønsket.

2.3.13 Prinsipp for besøksforvaltningen

De besøkende skal ønskes velkommen i randsonene til verneområdene ved hjelp av attraksjonsbygging og høy kvalitet på innfallsporter, opplevelser, tilrettelegging strategisk kommunikasjon og informasjon i samarbeid med reiselivsnæringen og turistforeningene.

Besøksforvaltningen skal bidra til å gi de besøkende en positiv opplevelse og derigjennom gi et grunnlag for lokal verdiskaping.

(Foto: Oddgeir Visnes)

2.3.14 Mål for reiselivet

Mål	Strategiske grep
Bidra til positiv utvikling for regionens reiseliv	1. Etablere tett samarbeid og dialog med reiselivsnæringen og turistforeningene. 2. Forsterke etablerte verdiskapingsprosjekter som bidrar til å nå målsettingene i besøksstrategien. Gjennom faglig støtte, kommunikasjon, og tilrettelegging. 3. Kvalitetssikre tilrettelegging, attraksjonsbygging og opplevelser med destinasjonsselskapene og turistforeningene.

	4. Forsterke produkter, opplevelser, og attraksjoner langs Hjerkinnaksen. Primært gjennom markedsføring, men også med infrastruktur. 5. Søke omforent budskap i reiselivets og turistforeningenes markedsføring og forvaltningens kommunikasjon. 6. Bidra til økt kunnskap og kompetanse i næringen om verneverdiene på Dovrefjell.

2.3.15 Tiltak for å nå mål for reiselivet

Tiltakene er prioritert fra 1 til 3 innenfor hvert av målområdene. Prioriteringen gjenspeiler den rekkefølge nasjonalparkstyret ønsker å legge ressurser i tiltakene.

Hva	Prioritet
Iverksette prosjekt med omfattende kvalitetsheving på informasjon og opplevelser ved utvalgte innfallsporter og attraksjoner i randsonen til verneområdene i tråd med merkestrategi for Norges nasjonalparker og rapporten Informasjon om verneområda i Dovrefjell og Rondane 2019. Med prioritet på: • Startpunkt Kongsvoll • Forsterking Moskusstien • Norsk villreinsenter Nord/ Hjerkinn • Norsk Tindesenter/ Vengedalen/ Romsdalseggen • Car-Walks Fokstugu / Hjerkinnskollan / Tingsvaet • Mardalsfossen • Tur- og utkikkspunkt Tussheim • Åmotan/ Sunndalsporten	1
Styrke og gjøre permanent stilling som informasjonsmedarbeider (50/50 Norsk Villreinsenter Nord/ Dovrefjell og Rondane-Dovre nasjonalparkstyrer).	1
Etablere besøksrettet nettside som styrer besøkende mot attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonene til verneområdene. Herunder bidra til at flere moskusturister benytter guide.	1
Videreutvikle sosiale medier til å styre besøkende mot attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonen til verneområdene.	1
Etablere dialog mellom informasjonsmedarbeider og reiselivsaktører/ turistforeninger i det daglige.	2
Fast årlig koordineringsmøte med destinasjonsselskaper, turistforeninger og næringsaktører.	2
Innrette kommunikasjonen slik at en større andel av turistene benytter guide på tur inn i verneområdene. Særlig knyttet til moskusturisme.	2
Fastsette retningslinjer for å tildele bedrifter med aktivitet i området rett til å bruke nasjonalparklogo.	2
Forsterke strategisk viktige utviklings- og kulturminneprosjekter ved faglig støtte, informasjon og markedsføring, og tilrettelegging. Med prioritet på prosjekter i tabell 3.	2
Forenkle søknadsordninger/ meldingsordninger som berører reiselivsbedriftene.	3
Jobbe for at kommunikasjon mellom forvaltere og reiselivsaktører skal inneha både en folkelig tone og profesjonell substans.	3
Utvikle og gjennomføre kurs for næringsaktører.	3

2.4 Kunnskapsgrunnlag, målsettinger og tiltak for de besøkende

En forutsetning for god besøksforvaltning er inngående kunnskap om de besøkende. Her er forvaltningen av verneområdene på Dovrefjell i en heldig stilling. Det er gjennom årene gjort flere brukerundersøkelser, tellinger og GPS intensitetsmålinger for Dovrefjell- Sunndalsfjella nasjonalpark. Til stor nytte er også sammenstillinger av resultater fra brukerundersøkelser i en rekke nasjonalparker og naturattraksjoner utført av Fylkesmannen i Innlandet.

Generelt har forvaltningen god kunnskap om de besøkende i og i umiddelbar nærhet til nasjonalparken, mens i randsonene er tall og annen kjennskap til de besøkende i større grad basert på anslag og erfaringer fra relevante aktører. Hovedvekten av referansene i kapittelet er derfor hentet fra den omfattende forskningen knyttet til selve nasjonalparken og de omkringliggende landskapsvernområdene.

Avsnittet oppsummerer sentrale funn som bakteppe for valg av mål og tiltak for de besøkende.

2.4.1 Antall besøkende og besøkskonsentrasjoner

De største konsentrasjonene av besøkende er helt klart i de vestlige randsonene med turer og opplevelser rundt Vengedalen og Romsdalseggen. De siste årene er det beregnet at ca. 65 000 besøkende drar ut på tur i området hvert år. Når det kommer til besøkende i umiddelbar nærhet til selve nasjonalparken, trer Hjerkinnplatået i øst frem som det absolutt mest besøkte området. I rapporten *Horisont Snøhetta* er det totale antallet turer inn i Nasjonalparken beregnet til å ligge et sted mellom 34- 40 000 i løpet av et år. I tillegg kommer årlige 30 000 besøkende på viewpoint SNØHETTA. Inne i nasjonalparken er det Snøheim og Snøhetta som utgjør konsentrasjonen av besøkende med rundt 13 000 personer på tur til Snøhetta hvert år. Et eksakt besøkstall i landskapsvernområdene, sidedalene og i randsone ellers er så langt ikke presentert, men attraksjoner som viewpoint SNØHETTA, Romsdalseggen, Mardalsfossen og Åmotan, der et forsiktig anslag på totalt rundt 70 000 besøkende, mer enn indikerer besøkstall mange ganger det vi ser inne i nasjonalparken.

Tallene fra forrige avsnitt avslører også to hovedtrekk i den geografiske fordelingen av de besøkende. De store besøksstrømmene i randsonene i vest, og besøkstrykket inn i nasjonalparken fra Hjerkinnplatået. Så mye som 70% av den målte ferdselen i verneområdene foregår på Hjerkinnplatået i aksen mellom Kongsvoll, Reinheim, Snøhetta og Grønnbakken. Der turen fra Snøheim til Snøhetta med 12- 13 000 personer, og ikke minst turer innover Stroplsjødalen representerer de største konsentrasjonene av besøkende. Tellingene blir bekreftet av intensitetsmålinger som viser at store deler av ferdselen i Dovrefjell- Sunndalsfjella området går i tilknytning til Hjerkinn- Snøhetta. Det innebærer igjen andre og store arealer med lav ferdselsintensitet.

Forskningen har tidligere vist at lokaliteter inne i verneområdene med lokal bruk og dagsturlokaliteter for hyttefolk har tyngdepunktet i midtre og vestlige deler av verneområdene. Dette blir imidlertid noe nyansert i Ruralis rapporten *Lokalbefolkningen rundt Dovrefjell og Sunndalsfjella* fra 2018. Det kan virke som Snøhettaområdet er blitt det mest besøkte området også

for lokalbefolkningen, men som i tidligere forskning er Aursjøen, Grøvudalen, Åmotsdalen og Dalsida også her populære områder blant lokalbefolkningen.

Kartlegginger utført av Norsk villreinsenter Nord og Dovrefjell nasjonalparkstyre støtter opp under at ferdselen i verneområdene foregår med utgangspunkt i disse veldefinerte innfallsportene.

Ved viewpoint SNØHETTA. (Foto: Martine Hårstad)

2.4.2 Hvem er de besøkende?

Nesten halvparten av de besøkende på Dovrefjell er førstegangsbesøkende. Kongsvoll, Snøheim og viewpoint SNØHETTA er typiske lokaliteter med høyt antall førstegangsbesøkende. Når det gjelder besøkende på viewpoint SNØHETTA, så har mer enn 50% aldri vært i området før, og 8 av 10 besøker selve utkikkspunktet for første gang. Denne førstegangsbesøkende er brukeren vi gjerne forbinder med den tilreisende turisten. Brukerundersøkelser fra andre nasjonalparker viser at førstegangsbesøkende gjerne følger eksisterende tilrettelegging og infrastruktur, at de leser tilgjengelig informasjon, og at de er mottagelige for budskap og anbefalinger.

Imidlertid er det ikke nødvendigvis slik at den tilreisende turisten er en homogen gruppe. Ut fra NINA rapporten Ferdsel i Snøhettaområdet – Del 1. Dokumentasjonsrapport fra 12 spørreundersøkelser fra 2013 er en gruppe på nesten 40% av alle besøkende tilreisende som benytter området flere ganger i løpet av året. I utgangspunktet vil en nok anta at tilreisende med flere besøk er både regionale besøkende uten overnatting og hyttefolk. De kan også tenkes å stå for en prosentvis stor andel av ferdselen og rekreasjonsdagene i indre deler av verneområdet. Ser en til

den nye rapporten Bruk og brukere i Jotunheimen 1991-2019 sto en tilsvarende gruppe regulære brukere for hele 45% av rekreasjonsdagene i Jotunheimen. Det er grunn til å mene at gruppen av regulære brukere står for en mindre prosentandel av rekreasjonsdagene i verneområdene på Dovrefjell, men at de likevel utgjør en såpass stor andel at dette må gjenspeiles i målrettede tiltak i besøksstrategien. Med bakgrunn i gruppens erfaring fra og kunnskap om området, er en mer personlig, kontinuerlig og inngående dialog og oppfølging, blant annet gjennom sosiale medier, verdt å prøve for å oppnå relasjon og påvirkning.

Ved siste måling i 2013 utgjorde nordmenn, ikke overraskende, hoveddelen av de besøkende med 63%. Flertallet av disse kommer fra de nærliggende regionene i Trøndelag og Nord-Vestlandet. Allerede i perioden 1999 til 2009 viste imidlertid jevnlige brukerundersøkelser at Dovrefjell-Sunndalsfjella området gradvis ble en internasjonal destinasjon med en utvikling fra 15 nasjonaliteter i starten av perioden til 32 i utgangen av perioden. I 2013 var 37% i Dovrefjell- Sunndalsfjellaområdet utenlandske turister. NINA-rapporten Sårbarhetsvurdering av ferdselslokaliteter på Hjerkinn fra 2019 viser at hele 44,3% av de besøkende på viewpoint SNØHETTA var utlendinger. De representerte 31 land hvorav tyskere etterfulgt av nederlendere utgjorde de to største andelene. De samme to nasjonalitetene dominerer også for nasjonalparken generelt. Selv om det er store variasjoner mellom verneområdene og naturattraksjonene i Norge, så bekrefter oppdaterte brukerundersøkelser «internasjonaliseringen» av turiststrømmene i norsk fjellnatur.

Brukergruppenes turpraksis

Turistene besøker lokaliteter med spesielle attraksjoner, god tilrettelegging og som har lett tilgang med bil eller annen kommunikasjon. Denne gruppen kan kanskje kalles høydepunktsturister. Det er også verdt å merke seg at minst 80% av de besøkende på Dovrefjell følger T- merka stier.

Lokalbefolkning utgjør som tidligere beskrevet i underkant av 10% av totalantallet besøkende i Dovrefjellområdet. Disse er ofte gjengangere og ferdes ofte utenfor merka stisystem og høster ofte av naturen med jakt, fiske, plukking og sanking. Hyttefolket, og spesielt de med hytter nede i bygda, har sine faste utfartssteder i enkelte lokaliteter.

Det er en klar trend i Dovrefjellområdet at turene blir kortere. Den typiske turen er en dagstur med varighet på rundt 4 timer. Den stedlige utviklingen fra flerdagsturer i fjellet til kortere dagsturer er helt i samsvar med de generelle utviklingstrendene i norsk friluftsliv.

Likevel er det god grunn til tro at det i gruppen med tilreisende på flere besøk og tidligere erfaring fra området er en relativt stor andel som beveger seg langt inn i fjellet, gjerne på turer som er lengre enn 4 timer.

Toleranse for tilrettelegging og informasjon

Ved en segmentering av brukergruppene i verneområdene på Dovrefjell, oppgir grupper tilsvarende 80% av de besøkende at de ønsker tilrettelegging, service og informasjon. Særlig brukergruppene:

- de som tar en kort stopp
- de som går dagstur
- de som tar dagstur med overnatting i nærområdet
- og de som tar langtur langs merket sti.

Det er da også grunn til å mene at disse lar seg påvirke av forvaltningstiltak. En studie fra Rondane antyder en slik tendens ved at etablert bruk av en sti over tid går ned etter at stimerking er fjernet.

Dette er nyansert, men i et forsøk på å generalisere kan man si at brukergrupper som søker en form for villmarksopplevelse, som f.eks. jegere, sankere, fiskere og de som er på langtur hovedsakelig utenfor sti har en tilbøyelighet til negative holdninger rettet mot tilrettelegging, infrastruktur og menneskelig aktivitet. Disse er få, men bruker til gjengjeld store arealer og søker gjerne dypt inn i fjellet. Når forvaltningen ønsker å påvirke denne gruppen brukere er det trolig nødvendig med andre virkemidler enn tradisjonelle informasjonskanaler som skilting og brosjyrer.

Hvor og når søker de besøkende informasjon?

Horisont Snøhetta viser at de tilreisende, særlig de førstegangsbesøkende og de utenlandske turistene, gjerne vil lese den informasjonen som finnes og lett ta inn over seg anbefalinger og pålegg som forvaltningen beskriver i sine informasjonskanaler. Internett og lokale turistinformasjoner er de viktigste kildene utenfor området, mens i lokaliteten er informasjonstavler og brosjyrer i kasse viktigst.

Fylkesmannen i Innlandet har gjennomført flere komparative analyser av brukerundersøkelser fra nasjonalparkene i Norge. De finner at de tilreisende søker informasjon på to nivåer. Før avreise leser de nettbasert informasjon om de områdene de skal besøke, og når de står fysisk ved området er informasjonstavler ved parkeringsplass eller innfallsport den foretrukne form for informasjon.

2.4.3 Utfordringer og muligheter i møtet med de besøkende

E6 aksen og Hjerkinnplatået er både en forvaltningsmessig utfordring og en strategisk mulighet. Attraksjoner som Snøheim, Snøhetta, moskus, Besøkssenter villrein, og viewpoint SNØHETTA trekker mange besøkende og skaper stor aktivitet i et område som møter villreinens beiteområder og rotasjonstrekk rundt Snøhettamassivet. Aktiviteten er i stor grad konsentrert om attraksjonene. Dette er betraktet som et godt utgangspunkt for å kanalisere de besøkende både gjennom kommunikasjon, informasjon og tilrettelegging, både geografisk og i tid.

Vestsiden av verneområdene med Åndalsnes som motor er det nærmeste vi kommer masseturisme basert på spektakulær natur i områdene rundt Dovrefjell. Norsk Tindesenter og tydelige attraksjoner som Romsdalseggen og Trollstigen gir forvaltningen en mulighet til å møte svært mange med informasjon om verneområdene. At reiselivsaktivitetene i relativt liten grad påvirker villreinens leveforhold, er en tilleggsdimensjon som utgjør en strategisk mulighet i besøksforvaltningen. Attraksjonene i vest berører randsonene av verneområdene både i Reinheimen og på Dovrefjell. Det gir mulighet for tilrettelegging og informasjon med høy kvalitet gjennom forent ressursbruk fra de to nasjonalparkstyrene.

De aller fleste besøkende er tilreisende og av disse er nesten 50% førstegangs besøkende. Rundt 40% er utenlandske turister. Disse segmentene er overveiende positive til tilrettelegging og mottakelig for informasjon. Den mest effektive kommunikasjonen rettet mot de besøkende på Dovrefjell er nettbaserte løsninger og sosiale medier, samt informasjonsskilt ved startpunkt for fottur inn i verneområdene.

2.4.4 Prinsipp for besøksforvaltningen

Besøkende skal ønskes velkommen i randsonene til verneområdene ved hjelp av attraksjonsbygging og høy kvalitet på innfallsporter, opplevelser, tilrettelegging strategisk kommunikasjon og informasjon i samarbeid med reiselivsnæringen og turistforeningene.

Opplevelsesverdiene og det høye antallet turister vest for verneområdene skal forsterkes for å gi turister gode opplevelser og kanalisere besøkende til områder som i liten grad påvirker verneverdiene.

Attraksjoner, innfallsporter og opplevelser på Hjerkinnplatået skal forsterkes for å gi turister gode opplevelser og kanalisere besøkende til områder som i liten grad påvirker verneverdiene.

2.4.5 Mål for de besøkende

Mål	Strategiske grep
Besøkende skal få gode opplevelser og økt kunnskap i møte med Dovrefjell.	1. Prioritere ressurser på utvalgte strategisk innfallsporter med høy opplevelses- og informasjonskvalitet. Nivå 2 startpunkt og nivå 3 informasjonspunkt. • Kriterier for prioritering: • sikre mål for verneverdier • områder med høyt besøkstrykk • områder med flest førstegangsbesøkende og internasjonale besøkende • bygge på og forsterke eksisterende tjenester, infrastruktur og attraksjoner 2. Forsterke produkter, opplevelser, og attraksjoner langs Hjerkinnaksen. Primært gjennom markedsføring, men også med infrastruktur. 3. Kanalisere besøkende på Dovrefjell til attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonen til verneområdene. 4. Innpasse merkestrategien Norges nasjonalparker i all informasjon og tilrettelegging. 5. Styrke opplevelsesverdien langs Hjerkinnaksen/ E6 primært med kvalitet i informasjon, men også med tilrettelegging og opplevelser. 6. Sikre oppdatert kunnskap om besøkende i verneområdene på Dovrefjell med regelmessige brukerundersøkelser.

2.4.6 Tiltak for å nå mål for besøkende

Tabellene beskriver tiltak for å nå mål for verneverdiene, for reiselivet og for de besøkende.

Tiltakene er prioritert fra 1 til 3 innenfor hvert av målområdene. Prioriteringen gjenspeiler den rekkefølge nasjonalparkstyret ønsker å legge ressurser i tiltakene

Besøkende skal få gode opplevelser og økt kunnskap i møtet med Dovrefjell	Prioritet
Iverksette prosjekt med omfattende kvalitetsheving på informasjon og opplevelser ved utvalgte innfallsporter og attraksjoner i randsonen til verneområdene i tråd med merkestrategi for Norges nasjonalparker og rapporten Informasjon om verneområda i Dovrefjell og Rondane 2019. Med prioritet på: • Startpunkt Kongsvoll • Forsterking Moskusstien • Norsk villreinsenter Nord/ Hjerkinn • Norsk Tindesenter/ Vengedalen/ Romsdalseggen • Car-Walks Fokstugu / Hjerkinnskollan / Tingsvaet • Mardalsfossen • Tur- og utkikkspunkt Tussheim • Åmotan/ Sunndalsporten	1
Styrke og gjøre permanent stilling som informasjonsmedarbeider (50/50 Norsk Villreinsenter Nord/ Dovrefjell og Rondane-Dovre nasjonalparkstyrer).	1
Gå gjennom eksisterende infoskiltplasser og oppgradere, sanere eller etablere nye punkt jf. Rapporten Informasjon om verneområda i Dovrefjell og Rondane 2019.	1
Etablere besøksrettet nettside som styrer besøkende mot attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonene til verneområdene. Herunder bidra til at flere moskusturister benytter guide.	1
Videreutvikle sosiale medier til å styre besøkende mot attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonen til verneområdene.	1
Gjennomføre regelmessige brukerundersøkelser som grunnlag for videre utvikling av besøksforvaltningen.	1
Videreutvikle Norsk Villreinsenter Nord/ Hjerkinn som forvaltningsknutepunkt, besøkssenter, hovedattraksjon, og arnested for kunnskapsformidling.	2
Støtte status som besøkssenter nasjonalpark ved Norsk Tindesenter.	2
Utvikle en helhetlig plan for et mottak av besøkende på Hjerkinn.	2
Etablere sykkelparkering ved Hjerkinn og ved bilparkering viewpoint SNØHETTA.	3

3 Sammenstilling av tiltak

Tabellen beskriver i en samlet oppstilling besøksstrategiens tiltak for å nå mål for verneverdiene, for reiselivet og for de besøkende. Tiltakene er prioritert fra 1 til 3. Prioriteringen gjenspeiler den rekkefølge nasjonalparkstyret ønsker å legge ressurser i tiltakene.

Tiltak	Prioritet
Iverksette prosjekt med omfattende kvalitetsheving på informasjon og opplevelser ved utvalgte innfallsporter og attraksjoner i randsonen til verneområdene i tråd med merkestrategi for Norges nasjonalparker og rapporten Informasjon om verneområda i Dovrefjell og Rondane 2019. Med prioritet på: • Startpunkt Kongsvoll • Forsterking Moskusstien • Norsk villreinsenter Nord/ Hjerkinn • Norsk Tindesenter/ Vengedalen/ Romsdalseggen • Car-Walks Fokstugu / Hjerkinnskollan / Tingsvaet • Mardalsfossen • Tur- og utkikkspunkt Tussheim • Åmotan/ Sunndalsporten	1
Styrke og gjøre permanent stilling som informasjonsmedarbeider (50/50 Norsk Villreinsenter Nord/ Dovrefjell og Rondane-Dovre nasjonalparkstyrer).	1
Gå gjennom eksisterende infoskiltplasser og oppgradere, sanere eller etablere nye punkt jf. Rapporten Informasjon om verneområda i Dovrefjell og Rondane 2019.	1
Forsterke Moskusstien som opplevelse og kanaliserende tiltak.	1
Etablere besøksrettet nettside som styrer besøkende mot attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonen til verneområdene. Herunder bidra til at flere moskusturister benytter guide.	1
Videreutvikle sosiale medier til å styre besøkende mot attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonen til verneområdene.	1
Opprettholde dagens busstilbud Hjerkinn- Snøheim og begrense øvrig trafikk mest mulig. Gjennomføre jevnlig evaluering av ordningen.	1
Stisystemet i Stroplsjødalen vurderes ut fra et samlet kunnskapsgrunnlag med tanke på å samle og redusere ferdselen gjennom revisjon av stisystemet og andre tiltak	1
Gjennomføre regelmessige brukerundersøkelser som grunnlag for videre utvikling av besøksforvaltningen.	1
I samarbeid med DNT Romsdal kartlegge effekten av flytting av Reinsvassbu med tanke på villreintrekket og eventuelt finansiere og prosjektere flytting.	2
Etablere Kongsvoll som startpunkt på nivå 2 som kanaliserende tiltak med vektlegging av informasjon om villreinens sårbarhet knyttet til ferdsel i Stroplsjødalen.	2
Sikre at sykling langs Snøheimvegen kun skjer i perioden 1. juni-15.juli.	2
Etablere dialog mellom informasjonsmedarbeider og reiselivsaktører/ turistforeninger i det daglige.	2
Fast årlig koordineringsmøte med destinasjonsselskaper, turistforeninger og næringsaktører.	2
Fast årlig møte med intensjon om koordinering av reiselivsnæringens, turistforeningenes og forvaltningens kommunikasjonsplaner.	2
Innrette kommunikasjonen slik at en større andel av turistene benytter guide på tur inn i verneområdene. Særlig knyttet til moskusturisme.	2

Fastsette retningslinjer for å tildele bedrifter med aktivitet i området rett til å bruke nasjonalparklogo.	2
Forsterke strategisk viktige utviklings- og kulturminneprosjekter ved faglig støtte, informasjon og markedsføring, og tilrettelegging. Med prioritet på prosjekter i tabell 3.	2
Fortsette å kanalisere ferdsel bort fra kjente hekke- og yngleområder og områder med sårbart planteliv.	2
Videreutvikle Norsk Villreinsenter Nord/ Hjerkinn som forvaltningsknutepunkt, besøkssenter, hovedattraksjon, og arnested for kunnskapsformidling.	2
Utvikle en helhetlig plan for et mottak av besøkende på Hjerkinn.	2
Støtte status som besøkssenter nasjonalpark ved Norsk Tindesenter.	2
Ingen kapasitetsutvidelser på hytter inne i fjellet (DNT, fjellstyrer, private).	3
Ingen utvidelse av sti og løypenett med unntak av i randsonene om det kan gjøres uten konflikt med verneverdier.	3
Fortsatt holde viewpoint SNØHETTA stengt utenom sommersesong	3
Forenkle søknadsordninger/ meldingsordninger som berører reiselivsbedriftene.	3
Utvikle og gjennomføre kurs for næringsaktører.	3
Jobbe for at kommunikasjon mellom forvaltere og reiselivsaktører skal inneha både en folkelig tone og profesjonell substans.	3
Etablere sykkelparkering ved Hjerkinn og ved bilparkering viewpoint SNØHETTA.	3

Utsikt inn i Stroplsjødalen, Snøhetta i horisont. (Foto: xaviergrzebyk / Flickr)

4 Referanser

Berglund, B. 2018. **Plan reiseliv. Molde & Aukra 2030.** 2469 Reiselivsutvikling.

Berglund, B; Hansen, B.R. 2020. **Sammen for Tynset mot 2030. Reiselivsplan for Tynset.** 2469 Reiselivsutvikling.

Bjurstedt, C.S. m.fl. 2006. **Forvaltningsplan for verneområdene på Dovrefjell.** Dovrefjellrådet.

Buckley, A.V. 2018. **Besøksstrategi for Romsdalseggen.** Norsk Tindesenter.

Dovrefjell nasjonalparkstyre. 2015. **Vedtekter for Dovrefjell nasjonalparkstyre.**

Enger, A; Berglund, B. & Kildal Iversen, E. 2013. **Strategi for utvikling av reiseliv og handel i Åndalsnes og Rauma.** Menon business economics. Menon- publikasjon nr. 26/2013.

Enger, A; Bøgh Holmen, R & Kildal Iversen, E. 2013. **Ringvirksanalyse av reiselivsnæringen i Oppdal 2011, og scenario 2018.** Menon business economics. Menon- publikasjon nr. 7/2013.

Fjelle, M. 2020. **Hiking in Rondane Wild Reindeer Range: Human Trail Use and the Effect of Removing Trail Marks.** Norges miljø- og biovitenskapelige universitet.

Gundersen, V. m.fl. 2013. **Ferdsel i Snøhettaområdet – Del 1. Dokumentasjonsrapport fra 12 spørreundersøkelser.** Norsk institutt for naturforskning. NINA Rapport 933.

Gundersen, V; Nerhoel, I; Wold, L.C. & Mortensen, A.J. 2012. **Ferdsel i Snøhettaområdet - Del 2. Fokusområder og lokaliteter.** Norsk institutt for naturforskning. NINA Rapport 934.

Gundersen, V; Nerhoel, I; Strand, O. & Panzacchi, M. 2013. **Ferdsel i Snøhettaområdet - Sluttrapport.** Norsk institutt for naturforskning. NINA Rapport 932.

Gundersen, V; Hagen, D; Eide, N.E. & Rød Eriksen, L. 2019. **Sårbarhetsvurdering av ferdselslokaliteter på Hjerkinn. Tverrfjellet/viewpoint SNØHETTA, Geitberget og nærliggende stier.** Norsk institutt for naturforskning. NINA Rapport 1754.

Høitomt, G. 2019. **Dovrefjell – Sunndalsfjella nasjonalpark og tilliggende verneområder. Sårbarhetsvurderinger av viktige fuglelokaliteter.** Unntatt offentlighet.

Jansson, M. 2019. **Pilegrimsleden- St. Olavsvegen til Trondheim. Statistikk Gudbrandsdalsleden og St. Olavsleden 2019.** Nasjonalt Pilegrimssenter.

Klima- og miljødepartementet. 2016. **Melding til Stortinget nr. 14. (2015-2016) Natur for livet. Norsk handlingsplan for naturmangfold.**

Klima- og miljødepartementet. 2016. **St.meld.nr. 18. (2015-2016). Friluftsliv- Natur som kilde til helse og livskvalitet.**

Klima- og miljødepartementet. 2019. **Handlingsplan for styrket forvaltning av verneområdene.**

Kjørstad, M. m.fl. 2017. **Miljøkvalitetsnorm for villrein. Forslag fra ekspertgruppe.** Norsk institutt for naturforskning. NINA Rapport 1400.

Landa, A. m.fl. 2018. **Avlsprogrammet for fjellrev. Årsrapport 2018.** Norsk institutt for naturforskning. NINA Rapport 1685.

Løge, T. H. 2017. **Rapport gondol Åndalsnes- forretningsplan.** Menon Economics.

Miljødirektoratet. 2015. **Veileder for besøksforvaltning i norske verneområder.** M-415/2015.

Malvik, P.H. m.fl. 2018. **Strategi for reiselivssatsing i Sunndal 2019-2022.**

Miljøverndepartementet. 2005. **St.meld.nr. 21. (2004-2005). Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand.**

Miljøverndepartementet. 2007.**St.meld. nr. 26. (2006-2007). Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand.**

Nergaard Todnem, A.M.E. 2020. **Moskusstien som forvaltningstiltak på Dovrefjell.** Norges miljø- og biovitenskapelige universitet.

Nærings- og fiskeridepartementet. 2017. **St.meld. Nr. 19. (2016-2017). Opplev Norge- unikt og eventyrlig.**

Oppland fylkeskommune; Hedmark fylkeskommune; Sør- Trøndelag fylkeskommune; Møre og Romsdal fylkeskommune. 2017. **Regional plan for Dovrefjellområdet.**

Rangbru, B. & Seljevoll, K.V. 2017. **Forvaltningsplan for moskusbestanden på Dovrefjell**. Fylkesmannen i Sør-Trøndelag, Miljøvernavdelingen, Rapport Nr. 4- 2017.

Snøhetta. 2015. **Merkestrategi for Norges nasjonalparker.** Miljødirektoratet.

Steinsland, G. 2011. **Nasjonalfjellet- myte og symbol.** Kronikk Aftenposten.

Steinsland, G. 2014. **Dovrefjell i tusen år. Mytene, historien og diktningen.**

Strand, O. m.fl. 2010. **Ferdsel i villreinens leveområder.** Norsk institutt for naturforskning. NINA Rapport 551.

Strand, O; Flemsæter, F; Gundersen, V. & Rønningen, K. 2013. **Horisont Snøhetta**. Norsk institutt for naturforskning. NINA Temahefte 51.

Strand, R.N. 2019. **Informasjon om verneområda i Dovrefjell og Rondane.** Dovrefjell nasjonalparkstyre.

Toftedahl, H; Krogstad, E. & Bergsgard, F. 2019. **Utviklingsplan for Bjorli – en snøsikker destinasjon.** Vista analyse Rapport 2019/22.

Ulvund, K. m.fl. 2020. **Fjellrev i Norge 2019. Resultater fra det nasjonale overvåkingsprogrammet for fjellrev.** Norsk institutt for naturforskning. NINA Rapport 1737.

Vorkinn, M. 2015. **Reiselivets bruk av Hjerkinn skytefelt**. Fylkesmannen i Oppland. Rapport nr. 3/2015.

Vorkinn, M. 2016. **Bruk og brukere i Femundsmarka og Gutulia sommeren 2015.**

Vorkinn, M. 2019. **Brukerundersøkelser- et «nytt» forvaltningsverktøy.** Foredrag for SNO.

Vorkinn, M. 2020. **Bruk og brukere i Jotunheimen 1992-2019.** Fylkesmannen i Innlandet Rapport Nr. 5/2020.

Vorkinn, M. & Ericsson, B. 2020. **Besseggen – been there, seen that, done that?** Fylkesmannen i Innlandet/ Østlandsforskning. Fylkesmannen i Innlandet Rapport Nr. 1/2020.

Zahl-Tanem, A; Flemsæter, F. 2018. **Lokalbefolkningen rundt Dovrefjell og Sunndalsfjella. Betydningen av fjellet og holdninger til forvaltningen.** Institutt for rural- og regionalforskning. Ruralis rapport nr. 3/2018.

Designmanual for Norges Nasjonalparker https://designmanual.norgesnasjonalparker.no/

European charter for sustainable tourism in protected areas https://www.europarc.org/library/europarc-events-and-programmes/european-charter-for-sustainable-tourism/

Forskrift om fjellrev https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2015-01-23-60

Forskrift om verneplan for Dovrefjell [forskrifter for alle verneområdene, unntatt Hjerkinn LVO m/BV]
https://lovdata.no/sok?q=Forskrift+om+verneplan+for+Dovrefjell

Forskrift for Hjerkinn landskapsvernområde med biotopvern
https://lovdata.no/forskrift/2018-04-20-608

Fylkesdelsplaner for bruk og vern av prioriterte verneområder- fastsetting av nasjonale villreinområder
https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/md/vedlegg/planlegging/regional-planlegging/bestillingsbrev_villrein.pdf

Nasjonalparker som turistattraksjoner http://www.umb.no/statisk/ina/seminarer/Reiseliv/Haukeland_nasjonalparker.pdf

Besøksstrategi for Verneområdene på Dovrefjell

Vedtatt XX.XX.2020

Kontaktinformasjon

Telefon:	61 26 62 07/ 61 26 62 08
E-post:	fminpost@fylkesmannen.no
Nett:	nasjonalparkstyre.no/Dovrefjell/
Post:	Postboks 987, 2626 Lillehammer
Besøksadresse:	Hjerkinnhusvegen 33, 2661 Hjerkinn

02/11/2020

Dovrefjell-
Sunndalsfjella
nasjonalpark

Kommunikasjonsplan for verneområdene på Dovrefjell

HØRINGSUTKAST

Foto: Martine Hårstad

Innhold

1 Innledning ... 3

2 Mål – hva skal vi formidle ... 4

2.1 Målgrupper ... 4

3 Kanaler ... 6

3.1 Hvordan bruke de ulike kanalene og virkemidlene ... 7

4 Hvordan kommunisere med de valgte målgruppene i de ulike kanalene ... 10

4.1 Tone of voice: ... 10

4.2 Språk ... 10

4.3 Kommunikasjon med de ulike målgruppene ... 10

Kundereisen ... 11

5 Tiltak 2021 ... 13

1 Innledning

Kommunikasjonsplanen for verneområdene på Dovrefjell er en del av «Besøksstrategi for verneområdene på Dovrefjell».

I Besøksstrategien står ivaretakelse av verneverdiene, særlig med hensyn til villrein, økt forståelse for vernet i kombinasjon med gode opplevelser for besøkende, og tilrettelegging for lokal verdiskaping helt sentralt. Den beskriver hvor det er ønskelig å kanalisere ferdsel, hvilke områder som er ekstra sårbare for menneskelig ferdsel og hvorfor. Formålet med kommunikasjonsplanen er å bidra til å nå målene i besøksstrategien gjennom å legge føringer for forvaltningens kommunikasjonsarbeid. Planen skal definere hvem vi skal kommunisere med, hvordan denne kommunikasjonen skal foregå og hvilke kanaler og virkemidler som skal benyttes. Den skal være et brukervennlig verktøy som bidrar til at kommunikasjonen både flyter og treffer bedre. Vi skal ønske «velkommen inn» på en inkluderende og forståelig måte, samtidig som vi bidrar til en økt forståelse for vernet.

Kommunikasjonsplanen er skrevet av informasjonsrådgiver for Dovrefjell nasjonalparkstyre og forankret i lokalsamfunnene via representanter fra lokale/regionale destinasjonsselskap, Statens naturoppsyn og Norsk villreinsenter Nord. Alle disse har kommet med nyttige innspill i prosessen og vil være viktige samarbeidspartnere i det videre arbeidet. I tillegg vil vi takke Marit Vorkinn, seniorrådgiver for Fylkesmannen i innlandet for gode faglige kommentarer.

Dovrefjell nasjonalparkstyre (sammen med Rondane-Dovre NPS) er i en særstilling med en informasjonsrådgiver i 25 % stilling i perioden 2020-2022. Dette gir rom for mer aktiv kommunikasjon i dette tidsrommet, samtidig som det krever at kommunikasjonsplanen blir revidert innen utgangen av 2022.

2 Mål – hva skal vi formidle

Det overordnede målet med kommunikasjonsplanen er å legge føringer for hvordan vi skal nå målsetningene i besøksstrategien. Kommunikasjon er det viktigste verktøyet vi har for å ønske velkommen inn i tråd med disse.

Hovedmål	Vi skal informere om steder, turer og aktiviteter utenfor de mest sårbare områdene og gjerne i randsonene, samtidig som vi er tydelige på hvilke regler som gjelder. Det er vårt ansvar å utstyre gjestene med de riktige verktøyene så de kan ta gode valg. Vi skal gjøre det enkelt i form av at gjestene skal slippe å lure på hva som er lov og ikke. Vår kommunikasjon skal si velkommen inn og gi gjesten kunnskap og selvtillit til å ferdes trygt og fornuftig i naturen.
Delmål	Bidra til lokal verdiskaping ved å kanalisere gjestene til randsonene, guider og aktiviteter som er omforent med besøksstrategiens budskap.

Foto: Martine Hårstad

2.1 Målgrupper

Den overordnede målgruppen for kommunikasjonen er alle som ønsker å besøke eller få besøk til verneområdene. Formidlingsarbeidet avhenger av at forvaltningen har en god og åpen dialog med flere

målgrupper på ulike nivå. Vårt mål er derfor å kommunisere direkte med gjesten, reiselivet, øvrig næringsliv og lokalbefolkningen, og indirekte med gjesten via reiselivet, øvrig næringsliv og lokalbefolkningen. I tillegg ser vi viktigheten av å kommunisere og samarbeide godt med nærliggende nasjonalparker/nasjonalparker med like utfordringer og fjelloppsyn uten at de er tatt med som en egen målgruppe her.

1. Gjesten

Hovedmålgruppen for direkte kommunikasjon til gjesten er besøkende som reiser til verneområdene på Dovrefjell for rekreasjon og opplevelse i en kortere periode, med spesielt vekt på førstegangsbesøkende. Vi skal framheve enkle og fortrinnsvis tilrettelagte aktiviteter og god veiledning som passer de fleste segment innenfor denne målgruppen. I tillegg skal vi legge opp til en god dialog via sosiale medier til gjester som kommer tilbake flere ganger, dette kan også være lokalbefolkningen.

Vi har ikke valgt å segmentere på bakgrunn av alder, kjønn eller nasjonalitet, men på interesse. I dette tilfellet målgruppen som har interesse for aktivitet i Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark og i de tilliggende verneområdene. Men i enkeltprosjekter kan det selvfølgelig være aktuelt å sikte seg inn mot mer spissede målgrupper.

2. Reiselivet

Målgruppen vi har kalt reiselivet innebefatter alle reiselivsbedrifter, inkludert Besøkssenter villrein, som har aktivitet i og rundt verneområdene. Det er disse bedriftene som har mest kontakt med gjestene og dermed har størst potensial med tanke på å spre budskapet vårt. Godt samarbeid, god informasjonsflyt og kunnskapsoverføring både mellom forvaltningen og reiselivet og mellom reiselivet og gjesten vil bli høyt prioritert. Vi ønsker at reiselivet skal støtte opp om forvaltningen, og har som mål å være felles avsender sammen med reiselivet i de tilfeller det er hensiktsmessig. Eksempler på dette kan være innhold til sosiale medier, utvikling av randsoneaktiviteter, arrangere fagdager/kurs i felleskap og lignende.

3. Øvrig næringsliv

Her ønsker vi å inkludere alle bedriftene som ligger i nærheten av verneområdene og er i kontakt med gjester. Eksempler på slike er: Dagligvarebutikker, bensinstasjoner og sportsbutikker. For å gi gjesten en god opplevelse er det viktig å gi service i alle ledd. Det optimale er at flest mulig som er i kontakt med gjestene kan svare på eventuelle spørsmål eller minimum henvise til noen som har den rette kunnskapen.

4. Lokalbefolkningen

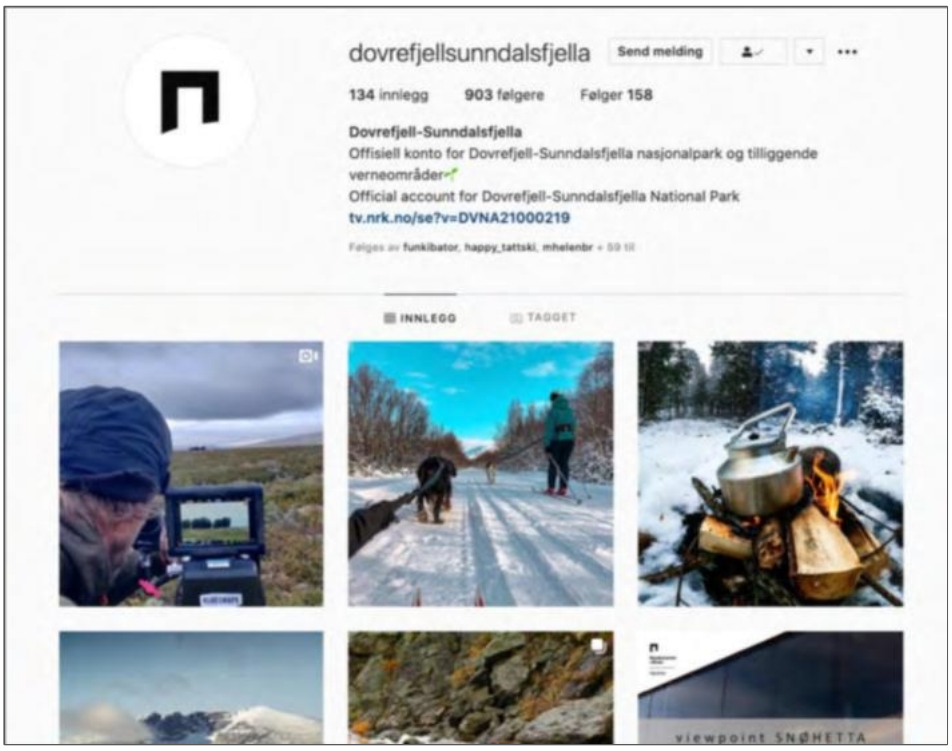
Lokalbefolkningen i bygdene rundt verneområdene. Lokalbefolkningen kan være både gjester og våre viktigste ambassadører, og utgjør derfor en svært viktig målgruppe.

3 Kanaler

For å oppnå den graden av kommunikasjon som er ønskelig både direkte til gjesten og til de øvrige målgruppene må vi ta i bruk flere ulike kanaler og virkemidler. Vi har valgt en kombinasjon av tradisjonelle og moderne kanaler for å nå ut til flest mulig innenfor våre målgrupper.

Kanaler og virkemidler

- Sosiale medier (Facebook, Instagram og samarbeid med influensere)
- Besøksrettet nettside
- Ut.no
- Destinasjonsselskapenes kanaler
- Besøkssenter villrein, SNO
- Informasjonspunkt ved innfallsportene
- Brosjyrer
- Bedriftsbesøk
- Forpliktende samarbeid med reiselivet
- Fagdager og kurs for reiselivet
- Webinar/allmøter for det øvrige næringsliv og lokalbefolkningen
- Arbeid mot presse
- Magasiner og andre aktuelle interesseorganisasjoner
- Vegskilting/vegvesenet/kartløsninger (google, norgeskart ol.)



Fra Instagram.

s

3.1 Hvordan bruke de ulike kanalene og virkemidlene

Sosiale medier generelt (heretter kalt SoMe)

Vi har valgt å være aktive på henholdsvis Facebook og Instagram. For å kunne påvirke og nå ut med budskapet vårt i størst mulig grad er det viktig å bygge opp en solid følgerskare på begge disse kanalene. Dette skal gjøres ved å produsere og dele innhold med en god blanding av inspirasjon og informasjon. Innholdet må være så interessant og underholdende at den potensielle følgeren velger nettopp oss i jungelen av alle kontoene som finnes i dag. Vi skal svare på alle spørsmål som kommer i de ulike kanalene og by opp til dialog, men spørsmål som ikke går direkte på verneområdene kan sendes videre til den aktuelle bedriften eller destinasjonsselskapet. Her vil det også være hensiktsmessig å jobbe tett med destinasjonsselskapene og andre aktuelle samarbeidspartnere, både for å samarbeide om innhold og enkelt kunne krysspublisere.

- **Instagram**

Instagram skal brukes til å inspirere og komme med kort informasjon og enkle tips. Innholdet vil variere noe i løpet av året (egen plan skal utarbeides). Innholdet skal være en kombinasjon av egenprodusert stoff og deling av andres innhold. Sistnevnte er med på å bygge opp dialogen og felleskapet mellom forvaltningen og målgruppene.

- **Facebook**
  - **Facebooksiden** skal ha mye av den samme funksjonen som Instagram, men skal i større grad være en informasjonskanal. Det er likevel viktig å finne en god balanse mellom inspirasjon og informasjon for å opprettholde interessen til følgerne. Også her skal innholdet være en kombinasjon av egenprodusert stoff og deling av andres innhold, men med større andel av egenprodusert.
  - **Facebookgrupper** skal opprettes og brukes som et virkemiddel internt for å bedre kommunikasjonen mellom forvaltningen og reiselivet/på tvers av reiselivet via grupper, og kanskje på sikt også de øvrige målgruppene. I tillegg skal både forvaltere og informasjonsrådgiver følge med på hva som rører seg i eksisterende grupper som berører verneområdene og komme med konstruktive innspill der det er hensiktsmessig. Eksempler på slike grupper er «Toppturer i Jotunheimen, Rondane og Dovrefjell» og «Moskus på Dovrefjell».

- **Samarbeid med influensere**

Samarbeid med influensere er en god måte å nå ut til målgrupper vi selv ikke klarer å treffe. Her bør vi se på muligheten til å knytte til oss relevante influensere som ønsker å identifisere seg med verneområdene våre. Her vil det i enkelte tilfeller være hensiktsmessig å samarbeide med reiselivet.

Besøksrettet nettside

Denne skal være besøksrettet og inneholde så mye og god informasjon at gjesten og de øvrige målgruppene står igjen med minimalt med ubesvarte spørsmål. Den skal ønske velkommen inn i de mindre sårbare områdene og randsonene samtidig som den skal inneholde tydelig og lettfattelig informasjon om regler og verneverdier. Siden skal være et verktøy som alle målgruppene våre kan bruke og dra nytte av. Det skal ikke være en reiselivsside, men det skal være mulig å planlegge opplevelsen med utgangspunkt i siden da vi skal lenke videre til destinasjonsselskapene og vice versa. For å få et best mulig resultat skal alle målgruppene involveres i arbeidet med siden, både via samarbeid med reiselivet og dialog med de øvrige både gjennom samtaler og sosiale medier. Vi ønsker i størst mulig grad å løfte de samme opplevelsene som reiselivet selv gjør så framt det ikke strider med vernet.

Tema for siden (denne er ikke endelig):

- Om nasjonalparken og verneområdene
- Villrein

- Moskus
- Ferdselsråd og regler
- Dovrefjell gjennom året
- Innfallsporter
- Opplevelser og aktiviteter
- Overnatting og reise

Ut.no/DNTs kanaler

Vi vet at DNT sine kanaler og særlig ut.no er svært viktige informasjonskilder for besøkende. Vi må derfor jobbe for å ha en god dialog og et godt samarbeid med DNT vedrørende alle deres plattformer.

Destinasjonsselskapenes kanaler

Disse kanalene er viktige informasjonskilder for gjesten både i planleggingsfasen og mens man er på tur. Per i dag er det stor variasjon i hvor mye informasjon de ulike destinasjonsselskapene har om verneområdene. Vi skal jobbe for å løfte denne informasjonen i disse kanalene, både direkte ved å ha et tett samarbeid med destinasjonskanalene og ved at det blir naturlig å lenke fra deres sider til vår besøksrettede nettside. Og som nevnt vil det være hensiktsmessig å jobbe tett med destinasjonsselskapene både for å samarbeide om innhold nettsider og SoMe, og for å enkelt kunne krysspublisere.

Besøkssenter villrein

Besøkssenteret på Hjerkinn er en viktig formidler av budskapet vårt og vi må jobbe for å vedlikeholde og videreutvikle det gode samarbeidet med besøkssenteret og fagmiljøet hos Norsk villreinsenter Nord. Det eksisterer allerede skriftlig informasjon om verneområdene i attraksjonen «Fjellportalen», og naturveilederne informere både gjester som besøker attraksjonene (Fjellportalen og viewpoint SNØHETTA) og grupper de besøker om bakgrunnen for vernet. SNO er våre ører og øyne i fjellet og kan gi oss svært nyttig innsikt om verneområdenes tilstand og hvordan besøkende ter seg i fjellet.

Informasjonspunkt

Informasjonspunktene som eksisterer per i dag er av svært varierende kvalitet og de fleste må enten rustes opp, byttes ut eller saneres. Dette må gjøres i tråd med merkevareprofilen til Miljødirektoratet og det bør gjøres et grundig forarbeid med tanke på hvilken informasjon som skal prioriteres på de ulike punktene. I besøksstrategien er det utpekt åtte startpunkt/områder som skal prioriteres først:

- Startpunkt Kongsvoll
- Forsterking Moskusstien
- Norsk villreinsenter Nord/ Hjerkinn
- Norsk Tindesenter/ Vengedalen/ Romsdalseggen
- Car-Walks Fokstugu /Hjerkinnskollan / Gammalholet
- Mardalsfossen
- Tur- og utkikkspunkt Tussheim
- Åmotan/ Sunndalsporten

Utover disse åtte startpunktene/områdene vil rapporten «informasjon om verneområda i Dovrefjell og Rondane» av R.N. Strand fra 2019 sammen med nye vurderinger danne grunnlaget for videre prioriteringer. Denne rapporten beskriver samtlige informasjonspunkt i verneområdene med videre anbefalinger, og en av konklusjonene er at antall punkt bør reduseres. For at informasjonspunktene skal være i tråd med besøksstrategien og merkevaren er det viktig at innfallsportene hvor det er ønskelig at gjestene skal komme inn via blir prioritert, samtidig som det også kan være viktig å styrke informasjonen ved innfallsporter ved sårbare områder som er så godt etablert at de uansett vil bli benyttet.

Brosjyrer

Vi skal utarbeide en ny brosjyre som skal inneholde generell informasjon om verneområdene – innholdet skal være et kort sammendrag av informasjonen du finner på nettsiden.

Bedriftsbesøk

Det skal gjennomføres bedriftsbesøk der både informasjonsrådgiver og begge forvaltere deltar, det bør etterstrebes at alle tre bør gjennomføre flest mulig av besøkene sammen. Her må det utarbeides en egen plan som fordeler bedriftsbesøkene gjennom året, og er hensiktsmessig med tanke på bedriftenes sesongvariasjoner. Det er viktig å påpeke at vi ikke kan besøke alle hvert år, men at alle skal ha fått tilbudet i løpet av en gitt periode (egen plan).

Forpliktende samarbeid med reiselivet

For å opprettholde en jevnlig kommunikasjon ser vi det hensiktsmessig at forvaltning og reiselivet forplikter seg til å gjennomføre noen felles prosjekter i løpet av året. Dette kan både være i samarbeid med enkeltbedrifter, en gruppe bedrifter eller destinasjonsselskap. Vi mener at dette er viktige tiltak for å få en god kommunikasjonsflyt, og at det å samarbeide om prosjekter der vi har felles mål vil styrke også den øvrige dialogen og samarbeidet.

Fagdager og kurs for reiselivet

Vi har fått signal fra reiselivet om at det er ønskelig med en form for sertifisering når det kommer til guiding i fjellet og da spesielt med tanke på moskussafari. Per i dag kan det ikke pålegges krav om sertifisering og vi må derfor finne gode løsninger innenfor de rammene vi har. Et virkemiddel er å arrangere fagdager og kurs for bransjen og andre interesserte, og sammen kanalisere gjestene til bedriftene som deltar på disse samlingene. Ved å innføre årlige faglige treffpunkter vil vi kunne heve kvaliteten på produktene reiselivet tilbyr og samtidig øke bevisstheten rundt vernet. Vi skal også se på muligheten for å bruke det kommersielle merket til merkevaren som et ledd i dette. Eksempler på tema for slike fagdager/kurs kan være: Villrein, moskus, fjellrev, kulturminner, lokalhistorie ++. Det er også viktig å flette inn reiselivsspesifikke tema i disse dagene/kursene, og sosiale medier, opplevelsesdesign ol. kan være eksempler på slike.

Webinarer og allmøter for øvrig næringsliv og lokalbefolkning

Dette vil i stor grad samsvare med punktet over og vi må sammen med reiselivet se på hvordan dette kan løses på best mulig måte.

Arbeid mot presse

Vi skal ha en god dialog med pressen, særlig lokalpressen og utnytte de mulighetene som byr seg, men også selv ta initiativ til saker for å få ut budskapet vårt.

Magasiner og andre aktuelle instanser

Magasiner og andre instanser som har målgrupper som er sammenfallende med våre kan være svært nyttige samarbeidspartnere. Et eksempel på dette kan være samarbeid om å nå ut med informasjon om sykling i verneområdene: Her vil det være hensiktsmessig å spille på lag med magasinet Terrengsykkel og andre lignende instanser for å treffe målgruppa i større grad.

Vegskilting/kartløsninger

Riktig og konsekvent skilting er viktig for at gjestene skal få en god opplevelse når de besøker oss. Vi skal ha god dialog med vegvesenet og kartleverandører for å bidra til at skilting og kart er korrekte.

4 Hvordan kommunisere med de valgte målgruppene i de ulike kanalene

Vår kommunikasjon skal bidra til, og bygge opp under en følelse av fellesskap. Det skal ikke være oss og dem, verken når det gjelder forvaltning og næringsliv eller forvaltning og gjest, det skal være vi. Målet er at flest mulig skal få en forståelse for vernet og gjennom dette bygge opp en felles ansvarsfølelse for verneområdene.

4.1 Tone of voice:

Hvordan vi uttrykker oss i de ulike kanalene og virkemidlene vil være avgjørende for hvor vellykket kommunikasjonen blir. Det er viktig å kommunisere på en måte som gjør at gjesten får en realistisk forventning til opplevelsen og er godt forberedt. Vi skal få dem på lag og må finne balansen mellom å opptre folkelig og profesjonelt. Vi skal være tilgjengelig og deltakende i felleskapet samtidig som vi skal være den instansen både gjestene og de øvrige målgruppene oppsøker og stoler på når det gjelder informasjon om verneområdene. All kommunikasjon skal derfor inneha en kombinasjon av folkelig tone og profesjonell substans. Hvordan de to faktorene vektes vil variere avhengig av kanal/virkemiddel. Tonen skal være mer folkelig i sosiale medier enn den skal være på nettsiden, i brosjyrer og informasjonspunkt. Uansett kanal/virkemiddel skal det etterstrebes at all tekst skal ha god flyt og være uten skrivefeil. Vi skal bruke emojier aktivt på sosiale medier, men bruken skal ikke overdrives.

4.2 Språk

Nettsiden skal være på minimum norsk og engelsk. På sosiale medier bør det vurderes å bytte fra norsk til en kombinasjon av norsk og engelsk innen utgangen av 2020. Årsaken til dette er at i et vanlig år er antallet utenlandske gjester økende. I besøksstrategien vises det til at antallet utenlandske gjester i 2013 var på 37 %.

4.3 Kommunikasjon med de ulike målgruppene

Gjesten

Kommunikasjonen med gjesten skal ideelt sett resultere i nye ambassadører for verneområdene. Det er vårt ansvar å produsere god og lettfattelig informasjon som bidrar til å kanalisere gjestene til gode opplevelser utenom de mest sårbare områdene, og samtidig øke forståelsen for vernet. For å lykkes med dette er det viktig å se på hvor og hvordan vi kan treffe gjestene både før, under og etter oppholdet. Vi har derfor beskrevet hvordan vi ser for oss kundereisen og vil bruke denne som et utgangspunkt for kommunikasjonsarbeidet.

1. Gjesten kommer over et fint bilde eller et nyttig tips på våre SoMe-kanaler, interessen for området vekkes og de begynner å følge våre kontoer.
2. Det fortsetter å komme nyttig, inspirerende og lærerikt innhold fra områdene og aktivitetene vi ønsker kanalisering til, interessen blir forsterket og gjesten følger en lenke som leder til nettsiden.
3. På nettsiden er det oversiktlig og enkelt å gjøre seg kjent med verneområdene. Her skal gjesten få nok informasjon til å kunne planlegge besøket, og ikke minst bli inspirert til at turen skal gjennomføres sporløst.
4. Gjesten ankommer bygda som ligger nærmest innfallsporten de har valgt seg og får god og inkluderende informasjon både fra servitøren på restauranten og de ansatte på bensinstasjonen.
   4.1. Deretter venter en hyggelig velkomst og et opphold med høy kvalitet hos den aktuelle overnattingsbedriften/aktivitetsbedriften hvor det gis god og faglig forankret informasjon om verneområdene som en del av produktet.
5. Velger gjesten å gå på tur på egen hånd skal kortfattede skilt og informasjonstavler ved innfallsportene og enkle brosjyrer gi nyttig informasjon og vise vei – repetisjon av den viktigste informasjonen fra hjemmesiden.
6. Underveis tar gjesten bilder og deler på SoMe fra aktiviteter og områder vi ønsker å kanalisere til. Gjennom informasjonen de har fått både før og under oppholdet har de blitt bevisst på hva som bør og ikke bør formidles for å bidra til å ta vare på naturen.
7. Besøket har bidratt til økt forståelse for vernet, gjesten har blitt glad i området og ønsker å bidra til at flere tar vare på det – gjesten har blitt en ambassadør som forteller andre om både området og viktigheten av vernet. I tillegg er de blitt en del av den mest dedikerte følgerskaren på SoMe og bidrar jevnlig i diskusjoner på de ulike plattformene, samt bidrar til selvjustis når det gjelder sporløs ferdsel i verneområdene.

Kundereisen	Hjemme før beslutning om reise	Hjemme etter beslutning om reise	Underveis og i randsonen	Innfallsport/ Opplevelses-bedrift	I verneområdene	Hjemme etter besøket
Fokus for den besøkende	Søker underholdning, inspirasjon og nyttige råd/tips	Søker informasjon om reisemål/reiserute/ aktiviteter. Planlegger turen	Daglig detalj-planlegging, organisering Søke lokale tips	Opplevelser	Opplevelser og deling/ formidling av egne opplevelser	Deling/ formidling av opplevelsene og ny kunnskap
Påvirkning i de ulike fasene	Påvirke til sporløs ferdsel. Kanalisere til mindre sårbare områder	– Påvirke valg av besøksmål (kanalisering). – Gi riktige forventninger – Gi tydelig oglettfattelig informasjon om hvordan du kan ta gode valg med tanke på verneverdiene – Gi god informasjon om hva som kan oppleves	– Påvirke valg av besøksmål med konkrete handlings-alternativ – Gi tydelig og lettfattelig informasjon om hvordan du kan ta gode valg med tanke på verneverdiene – Praktisk stedsspesifikk Informasjon om hva som kan oppleves – Tips og råd fra lokale aktører	– Kort, konkret og Stedsspesifikk Informasjon – Gi tydelig og lettfattelig informasjon om hvordan du kan ta gode valg med tanke på verneverdiene – Konkrete handlingsalternativ – Kunnskapsbasert guiding	– Konkret informasjon Om en bestemt lokalitet/aktivitet – Gi tydelig og lettfattelig informasjon om hvordan du kan ta gode valg med tanke på verneverdiene	– Lik bilder/ videoer som gjestene har lagt ut. Kommenter og by opp til dialog.
Aktuelle informasjons-kanaler	SoMe (Instagram og Facebook) Både egne kanaler, samarbeidspartneres kanaler og tidligere gjesters kanaler	SoMe og nettsider Både egne kanaler, samarbeidspartneres kanaler og tidligere gjesters kanaler (ut.no er spesielt viktig)	– SoMe – Nettsider (ut.no er spesielt viktig) - Personalet på servicebedrifter – Skilting – Brosjyrer – Turistkontor – Besøkssenter	– Guider/ naturveiledere – SoMe – Nettsider (ut.no er spesielt viktig) – Skilting – Brosjyrer	- Guider/ naturveiledere - SoMe - Nettsider (ut.no er spesielt viktig) -Skilting - Brosjyrer	Dialog med gjesten via våre SoMe-kanaler. Dele gjestene sine innlegg i våre kanaler

Reiselivet

For å kunne gi gjesten god informasjon er det essensielt at det er god kommunikasjon og et godt samarbeid mellom forvaltningsmyndigheten og reiselivet/fagmiljøene i området. På samme måte som når vi skal kommunisere direkte med gjesten er det forvaltningens ansvar å legge til rette for at reiselivet skal ha god forståelse for vernet. Det er viktig at de har nok kunnskap til å kunne gi gjestene sine god og kvalitetssikret informasjon om verneområdene. Reiselivsaktørene er sammen med SNO våre viktigste kunnskapsformidlere, og det er et mål at en størst mulig andel av gjestene skal benytte seg av organisert aktivitet, både fordi det har størst potensial med tanke på kunnskapsoverføring og kanalisering, men også fordi det i større grad fører til lokal verdiskaping.

Et annet viktig punkt er rolleavklaring. Forvaltningen og reiselivet må avklare hvem som informerer gjesten om hva, og selv om det vil flyte litt inn i hverandre er det viktig å fastsette hva som er forvaltningsmyndighetens rolle og hva som er reiselivets rolle med tanke på informasjon og kommunikasjon. Det er også viktig å fremheve at vi har felles mål, samtidig som det er viktig å dra nytte av disse ulike rollene og komplementere hverandre. Et spesifikt ønske fra forvaltningen er at vår informasjonsrådgiver har en felles kontordag med Nasjonalparkriket og eventuelle andre destinasjonsselskap/bedrifter som ønsker.

Til sist vil vi også påpeke viktigheten av enkel og tydelig kommunikasjon og informasjon i forbindelse med søknadsprosesser som gjelder aktivitet i verneområdene. Vi må arbeide for at det skal være lav terskel for å ta kontakt med forvaltningen og at det skal være et naturlig første steg i prosesser knyttet til verneområdene.

Øvrig næringsliv

For at gjesten skal få en god opplevelse i verneområdene er det viktig at hele reisen er positiv. Alle som har kontakt med gjester eller mulige gjester bør fungere som vertskap. Det er viktig å jobbe fram en felles stolthet for områdene.

Lokalbefolkningen

Lokalbefolkningen kan være både vertskap og gjester i verneområdene og er viktige ambassadører og kunnskapsformidlere. Forvaltningen bør i størst mulig grad forankre prosesser tilknyttet verneområdene i denne gruppen.

5 Tiltak 2021

Tema/prosjekt	Ansvarlig/samarbeid	Tidsfrist
Utarbeide plan for SoMe	Informasjonsrådgiver	Januar 2021
Opprette interne facebookgrupper for reiselivet i de ulike geografiske områdene.	Informasjonsrådgiver	Desember 2020
Utarbeiding av plan for bedriftsbesøk	Informasjonsrådgiver, forvaltere og styreleder	
Sette sammen prosjektgruppe og utarbeide plan for Informasjonspunkt	Informasjonsrådgiver og forvaltere i samarbeid med reiselivet, SNO, kommunene og eventuelle grunneiere. Styreleder er med på første møtet.	Frist for første møte: januar 2021 Frist for første utkast til plan: mars 2021
Sette sammen en prosjektgruppe og utarbeide plan for årlige kurs/fagdager for reiselivet, men også spesielt interesserte øvrige.	Informasjonsrådgiver i samarbeid med reiselivet og SNO. Styreleder er med på første møtet.	Frist for første møtet: februar 2020
Besøksrettet nettside	Informasjonsrådgiver med innspill fra reiseliv og SNO.	Februar 2021
Planlegge og gjennomføre minimum to konkrete prosjekt sammen med destinasjonsselskapene Nasjonalparkriket, Visit Northwest og Visit Oppdal (enten i felleskap eller med hvert enkelt/kombinasjon)	Informasjonsrådgiver og destinasjonsselskapene	Frist for første møtet: Januar 2021
Utarbeiding av generell brosjyre og plakat.	Informasjonsrådgiver og forvaltere	Februar 2021
Se på muligheten for samarbeid med influensere og andre relevante aktører	Informasjonsrådgiver	Mars 2021
Planlegge og gjennomføre vertskapskurs for næringslivet	Informasjonsrådgiver, destinasjonsselskap, Besøkssenter villrein, SNO og styreleder	Frist for første møtet: april 2021
Planlegge og arrangere ett webinar/allmøte for lokalbefolkningen	Informasjonsrådgiver, destinasjonsselskapene, Besøkssenter villrein, SNO og styreleder	Frist for første møtet: april 2021
Samarbeid med Besøkssenter villrein, bl.a. verneområdeinfo i Fjellportalen og på nett	Informasjonsrådgiver og forvaltere	Løpende
Årlig fellesmøte med alle destinasjonsselskap.	Informasjonsrådgiver	(rolig tid på året)
Følge opp forslag fra reiselivsbedriftene	Informasjonsrådgiver og forvaltere	Løpende
Felles kontordag med Nasjonalparkriket og andre som ønsker	Informasjonsrådgiver	En dag i måneden
Kontakte turlag/DNT i planleggingsfasen av turprogrammer for å unngå søknadspliktige turer, ev. få dem til å søke hvis de likevel vil gjennomføre.	Informasjonsrådgiver og forvaltere	Løpende
Faste møtepunkt mellom alle aktørene med kontor på Norsk villreinsenter	Informasjonsrådgiver	Når det er hensiktsmessig
Samarbeid på tvers av relevante verneområder/nasjonalparkstyrer	Informasjonsrådgiver, forvaltere og styreleder	Når det er hensiktsmessig

Kommunikasjonsplan for verneområdene på Dovrefjell

Vedtatt XX.XX.2020

Kontaktinformasjon

Telefon:	61 26 62 07/ 61 26 62 08
E-post:	fminpost@fylkesmannen.no
Nett:	nasjonalparkstyre.no/Dovrefjell/
Post:	Postboks 987, 2626 Lillehammer
Besøksadresse:	Hjerkinnhusvegen 33, 2661 Hjerkinn