

# BESØKSSTRATEGI

## Varangerhalvøya nasjonalparkstyre

(26.06.2015)

---

### 1. Innledning

I 2014 ble Varangerhalvøya nasjonalpark valgt ut av Miljødirektoratet som en av fire nasjonalparker i Norge hvor det skulle gjennomføres pilotprosjekter på besøksforvaltning. Definisjonen på besøksforvaltning er:

*å legge til rette for og styre bruken i en nasjonalpark slik at opplevelsen for de besøkende og den lokale verdiskapingen blir størst mulig, forståelsen for vernet økes og verneverdiene ivaretas.*

Besøksstrategien er en plan for hvordan nasjonalparkstyret vil gjennomføre besøksforvaltning for sine verneområder.

#### 1.1. Besøksstrategiens formål

Besøksstrategien skal være et verktøy for å nå målene i forvaltningsplanen, og formålet med besøksstrategien er å:

- bidra til å ivareta verneverdiene og skape forståelse for vernet
- bidra til lokal verdiskaping
- bidra til gode opplevelser for de besøkende

Basert på det eksisterende kunnskapsgrunnlaget skal besøksstrategien 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. I tilfeller hvor det er motstridende målsettinger mellom de tre interessene, skal ivaretagelse av verneverdiene tillegges størst vekt.

Strategien skal blant annet definere hvor man skal ønske besøkende velkommen, og hvilke områder som bør skjermes for besøkende.

Våren 2015 lanserte Miljødirektoratet en ny merkestrategi for Norges nasjonalparker. Besøksstrategien skal være et viktig virkemiddel til å implementere den nye merkevaren.

## 1.2. Rammeverk for besøksstrategien

### 1.2.1. Verneplan og verneforskrift

Verneformålet og verneverdiene i nasjonalparken og de andre verneområdene er beskrevet i forvaltningsplanen kapittel 2.2, og de legger en del føringer for utformingen av besøksstrategien. Dette blir beskrevet nedenfor.

Vern av sårbare arter, som for eksempel fjellrev og våtmarksfugl, er en viktig del av formålet med nasjonalparken. Verneforskriftens § 2 sier dessuten at ivaretagelse av naturgrunnet innenfor nasjonalparken er viktig for samisk kultur og næringsutnyttelse, og at området skal kunne brukes til reindrift. Reinbeitedistrikt 6 er den største brukeren av nasjonalparken, og reindrift er en viktig næring på Varangerhalvøya. Bevaring av unike samiske kulturminner er også en del av verneformålet med nasjonalparken.

Hensynet til både sårbare arter, reindriften og kulturminner gir føringer for hvilke deler av nasjonalparken man ikke skal tilrettelegge og markedsføre for besøkende.

Forskriftens § 2 sier også at allmennheten skal gis anledning til naturopplevelse gjennom utøvelse av tradisjonelt og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging. Dette gir føringer som nasjonalparkstyret har fulgt opp ved at det ikke er etablert merkede stier, skilting eller andre former for tilrettelegging i de indre delene av nasjonalparken. I de ytre delene av nasjonalparken har det blitt gjennomført enkle tilretteleggings- og informasjonstiltak noen få steder.

Verneforskriften for nasjonalparken sier at organisert ferdsel er søknadspliktig, unntatt ferdsel til fots (evnt. på ski, truger etc.). I verneformålene for Syltefjorddalen naturreservat og Persfjorden - Syltefjorden landskapsvernområde er ikke friluftsliv nevnt. Som i nasjonalparken er organisert ferdsel som ikke skjer til fots søknadspliktig i landskapsvernområdet. I tillegg skal sykling og organisert bruk av hest i landskapsvernområdet bare tillates i områder definert i forvaltningsplanen.

I praksis vil ikke bestemmelsene i verneforskriftene legge noen vesentlige begrensninger på organiserte gruppers besøk i nasjonalparken. Hensikten med søknadsplikten for besøkende grupper som ikke går til fots er først og fremst at forvaltningsmyndigheten skal komme i dialog med slike grupper, og terskelen for å gi tillatelse er vanligvis lav.

I den kongelige resolusjonen (verneplanen) for verneområdene fra 2006, kapittel 5 («*Generelle merknader til verneforslaget*»), blir ulike tilretteleggingstiltak og muligheter for motorferdsel i forbindelse med turisme/reiseliv i verneområdene drøftet. I sine kommentarer er både Fylkesmannen i Finnmark, Direktoratet for naturforvaltning og Miljøverndepartementet tydelige på at vernebestemmelsene gir strenge begrensninger på tilrettelegging og motorferdsel. Så lenge reiselivet ikke ønsker å tilby produkter som krever motorisert ferdsel i verneområdene eller stor grad av teknisk tilrettelegging, legger imidlertid ikke vernebestemmelsene vesentlige begrensninger på mulighetene for å bruke verneområdene til turisme.

### 1.2.2. Merkestrategi for Norges nasjonalparker

Målsetningen med det nye merket er å få flere besøkende, bedre vern, og større verdiskaping. Prinsippet er at verneområder som tåler besøk kan ta ut full effekt av merket gjennom maksimal eksponering, mens mer sårbare verneområder tar ut en mindre effekt gjennom mer forsiktig eksponering. Effekten styres gjennom graden av eksponering på nettsider, skilting, infrastruktur, etablering av utkikkspunkt (eller ikke), markedsføring og redaksjonell omtale.

Det nye merket skal først og fremst henvende seg til dem som i liten grad bruker og besøker vernede områder, besøkssenter, nasjonalparklandsbyer og -kommuner.

Det er denne hovedmålgruppen som betegnes som *besøkende*, og gruppen omfatter:

- turister fra inn- og utland
- lokale barnehager og skoler
- tilfeldig forbipasserende
- den delen av lokalbefolkningen som ikke besøker verneområdene på eget initiativ

De besøkende skal møte merket gjennom informasjon og tilrettelegging. Det er definert tre hovedtyper fysiske tiltak hvor merket skal kommuniseres:

1) Utkikkspunkt, som skal tjene følgende formål:

- et tydelig utkikkspunkt å sende besøkende til
- et utgangspunkt for besøkende til å fortsette utforskingen av nasjonalparken på egenhånd og uten tilrettelegging
- et sted å søke informasjon om nasjonalparken

- en universelt utformet gangsti for besøkende med bevegelsesutfordringer
- et sted å oppleve nasjonalparken fra
- et utvalgt område som tåler økt besøk
- et kommunikasjonspunkt for å formidle verneverdiene og for å formidle hvordan besøkende kan ta del i vernet

Utkikkspunktene i nasjonalparkene skal ha tydelige og gjenkjennelige særtrekk fra merkevaren. Det kan være i utforming av infrastruktur som parkering, toaletter, skilt/pyloner, universelt utformede gangstier, kunstnerisk utformede artefakter og/eller landskapsutforming.

For at et utkikkspunkt skal oppfylle kvalitetskravene til merket må det være adkomstmulighet og parkering for bil og buss, synlighet fra hovedferdselsåre, tilgang til toaletter med daglig renhold og gode sanitære forhold.

Utkikkspunktet bør dessuten ha selvstendige kvaliteter som gjør det til et reisemål i seg selv.

## 2) Informasjonspunkt

- Enklere enn utkikkspunkt, uten sanitæranlegg etc.

## 3) Startpunkt

- Samme nivå som informasjonspunkt
- Sted hvor man kan starte utforskingen av en nasjonalpark/verneområde

## 2. Situasjonsanalyse

### 2.1. Oppsummering av kunnskapsgrunnlaget

#### 2.1.1. Sårbare naturverdier

Sårbare naturverdier er beskrevet i forvaltningsplanens kapittel 2.3. Utover det kunnskapsgrunnlaget som er nevnt i dette kapitlet, er kunnskapen som beskrives nedenfor særlig relevant med tanke på besøksforvaltning.

## **Vegetasjon/slitasje**

Vi vet at mye av vegetasjonen på Varangerhalvøya er sårbar for slitasje, og at det tar lang tid før spor og slitasje gror igjen under sub-arktiske forhold. Vegetasjonen i tre utvalgte områder ble kartlagt etter «Naturtyper i Norge / NiN»-metoden av Ecofact Nord AS sommeren 2013. De tre områdene var Komagdalen, sone A i nasjonalparken og Syltefjorddalen naturreservat. Områdene ble valgt ut fordi de ble vurdert som særlig sårbare og/eller relativt mye brukt av besøkende. Data fra kartleggingen kan brukes til å vurdere hvor sårbare de ulike delene av disse områdene er for slitasje.

Ecofact Nord AS gjorde også en teoretisk sårbarhetsvurdering høsten 2014 av to områder nord for Vadsø som er relativt mye brukt, Nattfjelldalen og Frøkendalen. Sårbarhetsvurderingene baserte seg på flyfoto, bilder og opplysninger fra lokalkjente. Vurderingene må verifiseres i felt sommeren 2015, men de foreløpige drøftingene tyder på at man bør være bevisst på hvilke traséer man skal anbefale til besøkende for å unngå slitasje.

## **Fjellrev**

Norsk institutt for naturforskning (NINA) har avgrenset områdebruken til fjellreven etter de hiområdene som inngår i overvåkingsprogrammet for fjellrev og etter DNA-analyser av fjellrev-skit som er funnet i nasjonalparken. Fjellreven er særlig sårbar i forbindelse med pardanning og yngling, og forstyrrelser bør unngås i hiområdene mellom mars og september. Hiområdene fremgår av figur 1.

I lemenår hekker det snøugle på Varangerhalvøya, og både områdebruken og tiden hvor uglene er sårbare for forstyrrelser overlapper med fjellrev-områdene i ganske stor grad.



Figur 1: Sone A og hiområder for fjellrev i Varangerhalvøya nasjonalpark.

## 2.1.2. Reiselivet

Kartleggingen av reiselivet som ble utført høsten 2014 viser at reiselivsnæringen på Varangerhalvøya består av ca. 80 reiselivsbedrifter. De fleste av dem er relativt små bedrifter. Anslagsvis 30 bedrifter tilbyr overnatting/camping, og omlag 15 – 20 bedrifter tilbyr utendørs opplevelser/aktiviteter. Cirka 1/3 av disse igjen tilbyr opplevelser knyttet til fugleturisme. Det er bare to bedrifter som aktivt markedsfører at de tilbyr turer inne i nasjonalparken, men disse turene arrangeres ikke ofte.

Det regionale destinasjonsselskapet Destinasjon Varanger ble lagt ned ved utgangen av 2014, men Varanger næringscenter har overtatt en del av rollen som destinasjonsselskapet hadde. Næringscenteret står i spissen for etableringen av en natur- og kulturpark, etter modellen som

organisasjonen Norske parker har utviklet. Norske parker definerer regionalpark som en dynamisk, langsiktig og forpliktende samarbeidsplattform for lokalsamfunn, myndigheter og næringsliv med en interesse for å ivareta og videreutvikle natur- og kulturverdier i et definert landskaps- og identitetsområde. Regionalpark Varanger skal være en plattform for kultur- og naturbasert næringsutvikling i Varanger.

I tillegg til Varanger næringsssenter er det to andre viktige regionale utviklingsaktører på Varangerhalvøya; arkitekt/fuglekikkerbedriften Biotope i Vardø og Varanger Kite Club. Disse jobber aktivt på tvers av kommunegrensene for å utvikle og markedsføre henholdsvis fugleturisme og kiting.

Hovedproduktet for kiteklubben er det årlige langdistanseløpet «Varanger Arctic Kite Enduro (VAKE)» som blant annet går gjennom en tillatt trasé i de ytre delene av nasjonalparken fra vest til øst.

Fugleturismen er imidlertid det viktigste satsningsområdet for reiselivet på Varangerhalvøya, og flere bedrifter har spisset seg mot fugleturisme som produktkonsept. Et økt antall fugleturister de siste årene har gjort turistsesongen lenger på Varangerhalvøya (februar – september).

Selv om det er kysten av Varangerhalvøya som har den største tiltrekningskraften på fugleturistene, har nasjonalparken også et spennende fugleliv som er tilgjengelig i de ytre delene av parken. Komagdalen er et eksempel på det. Dessuten finnes det spennende økologiske sammenhenger mellom fuglelivet i nasjonalparken og på kysten. Nasjonalparken kan derfor inngå i og bidra til fuglekikking som produktkonsept. Statens vegvesen med nasjonal turistveg Varanger har allerede gått inn i konseptet, gjennom sitt samarbeid med Biotope om utvikling av fugleskjul langs turistvegen som attraksjon for de reisende.

### **2.1.3. De besøkende**

Brukerundersøkelsen i nasjonalparken sommeren 2014 viste at 3 av 5 brukere er fra Øst-Finnmark, en femtedel fra resten av landet (utenom Finnmark) og den siste femtedelen er utlendinger. Av utlendingene er finnene den største gruppa med 35 %. I alt var 12 nasjoner representert i undersøkelsen.

Den klart viktigste aktiviteten er fottur som vel 2/3 krysset av for. Nest viktigst er fisketur (26 %). Fuglekikking var det 14 % som hadde markert, mens jakt er registrert med 7 %. Det er også noen få som hadde kryssa av for bær/sopp-tur, og for sykkelstur. Nær 70 % av de som svarte hadde vært i området før.

Nær halvparten av de som svarte sa at de setter pris på tilrettelegging. Den tilretteleggingen som blir framheva er skilting ved stistart/-kryss, stokklegging i våte parti, og stimerking, altså tiltak som i stor grad gjør det lettere/tryggere å gå og å finne fram dit en skal.

Tilrettelegging i form av hytter som tilbyr overnatting og matservering var mange motstandere av i undersøkelsen, og de aller fleste var veldig positive til det å kunne gå i «timevis» uten å møte et menneske. Utlendingene gav uttrykk for å sette mer pris på å besøke områder med lite tilrettelegging og lite folk enn det de norske gjorde.

#### **2.1.4. Annen kunnskap**

##### **Reindriften**

Reinbeitedistrikt 6 er den største brukeren av nasjonalparken, og reindriften er en viktig næring på Varangerhalvøya. Distriktsplanen som er datert 29. mai 2010 gir en kort oversikt over bruken av halvøya. Varangerhalvøya brukes som beiteområde fra ca. 20. april til utpå senhøsten. Kart fra Fylkesmannen i Finnmark sin reindriftsavdeling viser at kalvingen foregår over hele arealet, unntatt på de aller høyeste fjellpartiene. I kalvingsperioden (ca. 20. april – 1. juli), må reinen forstyrres minst mulig. Reindriftenes behov for å unngå forstyrrelser sammenfaller i ganske stor grad både i tid og rom med sårbare arter som fjellrev og snøugle.

##### **Kulturminner**

Sametinget har sammen med Finnmark fylkeskommune gjort et stort dokumentasjonsarbeid rundt fangstanlegg for villrein på Noidiidčearru / Kjøpmannskjølen de siste årene. Målsetningen er å få anlegget nominert til UNESCOs tentative verdensarvliste sammen med tre andre kulturminneområder i Varanger/Tana. Fangstanlegget ligger midt inne i de indre delen av nasjonalparken, og er sårbart for ferdsel på den måten at besøkende kan komme til å flytte på stein med eller uten vilje.



## **2.2. Sammenstilling av kunnskapsgrunnlaget**

Gjennom å sammenstille eksisterende kunnskap om sårbare naturverdier, reiselivet, de besøkende og annen kunnskap har man et godt grunnlag for å lage en besøksstrategi som best mulig sørger for balanse mellom verneverdiene, reiselivet og de besøkende.

### **Indre deler av Varangerhalvøya**

Nasjonalparkstyret forvalter verneområder med sårbare naturverdier. De sårbare naturverdiene som krever størst hensyn finnes generelt i de indre delene av verneområdene. Hiområder for fjellrev og sjeldne våtmarksfugler i sone A er eksempler på dette. Dessuten hekker det snøugle og andre rovfugler i de indre områdene, særlig i smånagerår. I tillegg er de indre områdene viktige kalvingsområder for reindriften, og de mest verneverdige kulturminnene finnes også i de indre delene av nasjonalparken.

Antallet besøkende i de indre delene av nasjonalparken er lavt. Dette henger nok mye sammen med at man bør være fjellvant, godt utrustet, og i god fysisk form for å gå helt inn i de indre områdene. Dagens antall besøkende vurderes ikke som noen trussel for verneverdiene, og en liten økning vil sannsynligvis heller ikke utgjøre noen trussel.

### **Ytre deler av Varangerhalvøya**

Brukerundersøkelsen i 2014 viste at fotturer var den mest vanlige aktiviteten i nasjonalparken, og flertallet (65 %) var på dagstur. Rekkevidden til fots i løpet av en dag er begrenset, så det betyr at de fleste bruker de ytre delene av nasjonalparken mest. Selv om det også finnes sårbare naturverdier i de ytre delene, tåler disse områdene et større antall besøkende. Man må imidlertid være bevisst på hvilke traséer og områder man skal anbefale til besøkende, for å minimalisere sjansen for slitasje og forstyrrelser.

Brukerundersøkelsen viste også at 14 % av de besøkende i nasjonalparken hadde fuglekikking som hovedaktivitet. Reiselivskartleggingen viste dessuten at fugleturisme er det viktigste satsningsområdet for reiselivet på Varangerhalvøya, og at nasjonalparken kan inngå i og bidra til fuglekikking som produktkonsept.

Fugleturistene kjører i all hovedsak langs bilveiene for å kikke på fugl, og de fleste av dem har nok i utgangspunktet ikke planlagt å besøke verneområdene. Disse er dermed i hovedmålgruppen for den nye merkevaren, og det er store muligheter for å treffe dem med merkevaren langs nasjonal turistveg Varanger.

Langs nasjonal turistveg vil man treffe mange av de besøkende på sørsiden av Varangerhalvøya, både fugleturister og andre besøkende. På nordsiden av halvøya er det mange besøkende som oppsøker Syltefjorddalen. Båtsfjord kommune ønsker å utvikle reiselivet i Syltefjord-området, og har blant annet asfaltert veien helt ned til Nordfjorden/Syltefjorden. I tillegg til sentrumsområdet i Båtsfjord, er Syltefjord det største turistmålet kommunen på sommerstid, med flere bedrifter som tilbyr mat, overnatting og aktiviteter. Det betyr at man kan treffe mange av de besøkende på nordsiden av Varangerhalvøya med merkevaren i dette området.

### **3. Mål**

Ut i fra kunnskapsgrunnlaget, og ut i fra ønsker for utviklingen i og rundt verneområdene, har nasjonalparkstyret definert en målsetning for hver av de tre elementene i besøksstrategien:

#### **3.1. Mål for verneverdiene**

- *Verneområdene skal bevares som områder med liten grad av tilrettelegging, hvor verneverdiene ikke påvirkes negativt av besøkende.*

#### **3.2. Mål for reiselivet**

- *Verneområdene skal tiltrekke seg flere besøkende og skape vekst og positiv utvikling for det lokale næringslivet.*

#### **3.3. Mål for de besøkende**

- *De besøkende, både tilreisende og fastboende, skal få gode opplevelser i møte med verneområdene. De gode opplevelsene skal gi mer kunnskap, forståelse og stolthet for verneområdene, og økt innsikt i samisk bruk av naturen.*

### 3.4. Strategiske hovedgrep

For å nå de tre målene må det velges noen strategiske hovedgrep som bygger på en sammenstilling av det eksisterende kunnskapsgrunnlaget.

Ut i fra dagens kjente kunnskap, vurderer nasjonalparkstyret at det ikke eksisterer noen akutte forvaltningsutfordringer knyttet til besøkende. Innenfor «føre var»-prinsippet kan man derfor fokusere sterkere på lokal verdiskaping og på gode opplevelser for de besøkende enn man kunne gjort hvis strategien måtte løse akutte forvaltningsutfordringer som truet verneverdiene.

#### Indre deler av Varangerhalvøya

Selv om besøksstrategien ikke må løse akutte forvaltningsutfordringer, taler kunnskapsgrunnlaget likevel for at det er ønskelig å holde antall besøkende i de indre områdene lavt også i fremtiden. I praksis betyr dette at man ikke markedsfører disse områdene, og følgelig ikke merker, skilter eller tilrettelegger på annen måte i de indre delene. Dette er også i tråd med nasjonalparkens formålsparagraf som sier at allmennheten skal gis anledning til naturopplevelse gjennom utøvelse av tradisjonelt og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging.

De som er spesielt interessert i å besøke de indre delene av nasjonalparken kan imidlertid tilbys GPS-tracklogg for en rute som går på nordsiden av høydedraget «Kjølen», og følger traséen til den gamle telegraflinjen mellom Kongsfjordfjellet og Komagvær. Langs ruta ligger det fire åpne hytter («linjehyttene»), og ruta går gjennom noen av de minst sårbare områdene i de indre delene av nasjonalparken.

Tilbud om GPS-tracklogg vil være en form for kanalisering som øker sannsynligheten for at de mer sårbare delene av de indre områdene blir skjermet. Samtidig vil det være et tilbud til de som setter pris på å bevege seg «i timevis» uten å møte et menneske, slik brukerundersøkelsen viste at mange var interessert i.

Per dags dato er det flere aktuelle steder å starte på ruta mellom Kongsfjordfjellet og Komagvær, og flere av traséene inn til «Kjølen» går gjennom de nordligste delene av sone A i nasjonalparken, hvor særlig våtmarksfugl er sårbare for forstyrrelse på sommerstid. For å kanalisere de besøkende bort fra sone A, og lette adkomsten til ruta langs «Kjølen» og den vestligste linjehytta («Helheim») vil det være gunstig å bygge en bro over Syltefjordelva i nærheten av utløpet av Ordovann. Broa kan bygges i kombinasjon med et startpunkt i tråd med den nye merkestrategien.

## Ytre deler av Varangerhalvøya

Brukerundersøkelsen viste at 3 av 5 besøkende i nasjonalparken var fra Øst-Finnmark, og at 70 % hadde vært i området før. Fotturer var den mest vanlige aktiviteten, og flertallet (65 %) var på dagstur.

Dette taler for å tilrettelegge for lokale/regionale besøkende som går på dagsturer til fots i det samme området gang etter gang. Ordo-området er et område som hovedsakelig brukes av lokal-/regionalbefolkningen. Bru over Syltefjordelva i kombinasjon med et startpunkt vil være et tiltak som imøtekommer behovene til disse besøkende. Etablering av en bro vil sannsynligvis øke bruken av de ytre delene av nasjonalparken i Ordo-området, utenfor sone A, og føre til at flere får økt forståelse for vernet og verneverdiene. Antallet besøkende som går hele ruta langs «Kjølen» til Komagvær vil sannsynligvis øke noe, men fortsatt holdes på et relativt lavt nivå. Grunnen er at den turen stiller større krav til kompetanse, utstyr og fysisk form, og traséen skal heller ikke merkes eller skiltes.

Det er også to andre steder i de ytre delene av nasjonalparken, eventuelt rett utenfor nasjonalparken, hvor det er aktuelt å oppgradere startpunkt. De to stedene er området nord for Vadsø by, hvor man kan gå inn til Nattfjelldalen og/eller Frøkendalen, og i enden av bilveien på vestsiden av Komagelva. Brukerundersøkelsen og besøkstellere sommeren 2014 viste at disse to stedene var populære punkter å starte turen inn i nasjonalparken på, ikke minst for lokale/regionale besøkende. Begge disse områdene er kartlagt etter NiN-metoden, og disse dataene bør legges til grunn for å kanalisere besøkende til de traséene som tåler tråkk og slitasje best.

Fugleturismen er et satsningsområde i Varanger. Det taler for å søke samarbeid med andre aktører som jobber med fugleturisme, og finne steder hvor man kan etablere felles attraksjoner og informasjon. Ved å delta i samarbeid og spleiselag om tiltak vil man få tiltaksmidlene til å strekke lengst mulig, og kvaliteten på tiltakene vil ofte bli høyere. Statens vegvesen er en naturlig samarbeidspartner, siden de har både fugleturisme og nasjonalpark som en del av sitt konsept for nasjonal turistveg Varanger mellom Varangerbotn og Hamningberg.

Statens vegvesen har engasjert Biotope for å prosjektere og produsere fugleskjul på utvalgte steder langs nasjonal turistveg Varanger. På flere av disse stedene finnes det spennende økologiske sammenhenger mellom fuglelivet i nasjonalparken og på kysten. Et eksempel på et slikt sted er Kiberg, hvor arter som hekker i de indre delene av nasjonalparken kan observeres på stranda ved utløpet av Kibergselva. Her er det allerede avtalt samarbeid med nasjonal turistveg Varanger om bygging av et fugleskjul med informasjon om både fuglelivet og

nasjonalparken. Fugleskjulet skal ligge bare 100 meter fra forvaltningsknutepunktet for nasjonalparkstyret, hvor det er etablert en innendørs utstilling om nasjonalparken. Utstillingen/lokalene ble tilrettelagt før den nye merkevaren kom, og det trengs en oppgradering for å oppfylle kravene i den nye merkestrategien.

I tillegg til Kiberg, er det aktuelt å samarbeide med Statens vegvesen om flere punkter langs nasjonal turistveg, uten at andre punkter er endelig bestemt foreløpig. Det trengs en grundigere vurdering / mulighetsstudie for å avklare hvilke punkter som vil fungere best. Det virker imidlertid naturlig å etablere et punkt i Varangerbotn, hvor nasjonal turistveg starter, og hvor besøkende med bil kan få sitt første møte med nasjonalparken. Her kan man informere om de ulike attraksjonene og opplevelsene i verneområdene, og dermed motivere de besøkende til å oppsøke de andre stedene på Varangerhalvøya hvor de kan møte den nye merkevaren.

Langs nasjonal turistveg vil man treffe mange av de besøkende på sørsiden av Varangerhalvøya. Siden Syltefjord er en av hovedattraksjonene for mange besøkende på nordsiden av halvøya, vil det være naturlig å etablere et informasjonspunkt her for å treffe disse besøkende.

Det er et politisk mål både lokalt og nasjonalt at verneområdene skal være attraksjoner som kan tiltrekke seg flere besøkende og bidra til økt verdiskaping. For å nå målet om økt verdiskaping bør en del av tilretteleggingen skje i nærheten av eksisterende næringsvirksomhet, som ofte ligger et stykke unna de vernede områdene. Tilbud om varer og tjenester av god kvalitet vil gi de besøkende enda større utbytte av sitt opphold i og rundt verneområdene. Tilbud om guidede turer er et eksempel på dette, som i tillegg vil gi direkte verdiskaping basert på vernet natur. Nasjonalparkstyret ønsker derfor å veilede og samarbeide med bedrifter som ønsker å starte opp med guiding i og rundt verneområdene.

Det kan bli aktuelt at bedrifter med produkter knyttet til verneområdene, som holder en høy kvalitet, kan få benytte den nye merkevaren. Miljødirektoratet jobber med å finne en ordning for dette.

For å oppnå større verdiskaping og større forståelse for vernet, ønsker nasjonalparkstyret også å delta i samarbeidet om etableringen av en regional natur- og kulturpark i Varanger.

## **Informasjon og formidling**

For å skape forståelse for vernet og verneverdiene må det også satses på andre former for formidling og informasjon enn fysiske tiltak rundt verneområdene. Brukerundersøkelsen viste at den viktigste informasjonskilden om nasjonalparken for de regionale besøkende er venner og bekjente. Lokal- og regionalbefolkningen er en viktig målgruppe, og resultatet fra undersøkelsen tyder på at informasjon og formidling i samarbeid med barnehager, skoler og andre organisasjoner vil spres effektivt i folks bekjentskapskrets. Derfor er det viktig å satse på dette.

Fullfordistribusjon til alle husstander i Øst-Finnmark av brosjyrer/kart produsert etter den nye merkestrategien vil gi en rask og effektiv informasjon og profilering ovenfor regionalbefolkningen, og føre til en bevisstgjøring om verneområdene.

Når det gjelder ikke-regionale besøkende, er internett/app den viktigste informasjonskilden, i følge brukerundersøkelsen. Det betyr at man må ha god og målrettet informasjon på nett/app som en del av kundereisen, spesielt for de besøkende som bor lenger unna verneområdene.

For å gjøre de besøkende oppmerksomme på at de er i et område med nasjonalpark og andre verneområder, og for at de lett skal finne frem til de ulike attraksjonene og opplevelsene, må det skiltes godt langs veinettet på Varangerhalvøya. Et nært samarbeid med Statens vegvesen vil være et godt utgangspunkt for å lage en god og helhetlig skiltplan.

Akkurat som ved etablering av fysiske tiltak, vil deltakelse i samarbeid og spleiselag om informasjon og formidling føre til at kvaliteten på tiltakene blir høyere, og man får tiltaksmidlene til å strekke lengst mulig.

#### 4. Tiltak

I tråd med de strategiske hovedgrepene skal den prioriterte tiltaksrekken nedenfor iverksettes for å nå målene i strategien, Tiltakene skal settes inn i en samletabell som vedlegg til forvaltningsplanen, sammen med andre forvaltningstiltak som blir bestemt i forvaltningsplanen.

***- Etablere/oppgradere innendørs og utendørs utkikkspunkter / informasjonspunkter / startpunkter med høy kvalitet og attraksjonskraft.***

(Nøyaktig plassering og utforming av hvert punkt bør avklares gjennom en mulighetsstudie).

- 1) Etablere et informasjonspunkt i Varangerbotn som gir et første møte med verneområdene og viser veien videre til andre attraksjoner og opplevelser i og rundt verneområdene.
- 2) Etablere/oppgradere informasjonspunkter/startpunkter i Vadsø, Komagdalen og Syltefjord-/Ordo-området.
- 3) Etablere felles utkikks-/informasjonspunkter med Statens vegvesen langs nasjonal turistveg Varanger
- 4) Oppgradere innendørs informasjonspunkt i Kiberg slik at det tilfredsstillere kravene i merkestrategien

***- Skilting***

- 5) Lage en skiltplan i samarbeid med Statens vegvesen som grunnlag for å sette opp offisielle veiskilt om verneområdene, og for å sette opp offisielle veivisningsskilt til utkikks-/informasjons-/startpunkter langs hovedveiene

***- Tilrettelegging***

- 6) Bygge bru over Syltefjordelva i nærheten av utløpet av Ordo-vann, i tilknytning til et startpunkt.

***- Samarbeid***

- 7) Videreutvikle og utvide samarbeidet med næringslivet, med særlig fokus på at reiselivsbedrifter skal utvikle tilbud om å guide besøkende, og med tanke på å få etablert en regional natur- og kulturpark i Varanger.

- 8) Videreutvikle og utvide samarbeidet med barnehager, skole, muséer, turistinformasjoner, bedrifter og andre om informasjon og formidling om verneområdene.

**- Informasjon**

- 9) Påse at god og nyttig informasjon om verneområdene er tilgjengelig på internett for de besøkende
- 10) Sørge for at det produseres GPS-løyper av utvalgte stier inne i eller i nærheten av verneområdene, som skal gjøres tilgjengelig for besøkende på internett / app.
- 11) Sende ut brosjyrer, kart og informasjonsskriv om verneområdene til alle husstander i Øst-Finnmark