

## Besøksstrategi for Hallingskarvet nasjonalpark.

«Stort, mektig og godt»



# Besøksstrategi for Hallingskarvet nasjonalpark

## 1 Innledning

«Natur har en viktig plass i den norske folkesjelen. Vi kjenner gleden av å bestige små og store fjell, oppleve stillhet og føle kraften fra det uberørte. Nasjonalparkene er det flotteste vi har av natur, og skal oppleves og bevares.» (Sitat hentet fra konseptet til Merkevarestrategi for Norges nasjonalparker.)

Det har i en årrekke vært fokus på at nasjonalparkene skal legge bedre til rett for besøkende og bidra til verdiskaping. På oppdrag fra Regjeringen startet Miljødirektoratet i 2013 arbeidet med å lage en merke- og kommunikasjonsstrategi for Norges nasjonalparker, besøkssenter, nasjonalparklandsbyer og kommuner.

Dette arbeidet har resultert i «Merkevarestrategi for Norges nasjonalparker», lansert 8. mai 2015. Denne merkevarestrategien legger opp til at nasjonalparkforvaltningen i større grad skal se på seg selv som vertskap i tillegg til det rene forvalterfokus. Vertskapsrollen og hvordan forvaltningen kan bidra til verdiskaping har tidligere ikke vært gjenstand for bevisst og systematisk planlegging. «Besøksstrategi for Hallingskarvet» tar mål av seg til nå å bevisstgjøre forvaltningen rundt disse spørsmål.

### 1.1 Besøksstrategiens formål

Formålet med en besøksstrategi er å gi forvaltningsmyndigheten en bevisst, målrettet og forutsigbar plan for hvordan møte besøkende. «Besøksstrategi for Hallingskarvet nasjonalpark» er Hallingskarvet nasjonalparkstyre sin plan for hvordan møte besøkende i nasjonalparken, og hvordan Hallingskarvet nasjonalpark framstår i lokalsamfunnene rundt nasjonalparken. Besøksstrategien skal legge til rette for, og styre, bruken i nasjonalparken slik at opplevelsen for de besøkende og den lokale verdiskapingen blir størst mulig. Besøksstrategien skal bidra til at forståelsen for vernet økes og verneverdiene ivaretas. Videre legger besøksstrategien rammer for å balansere verneverdiene, besøkende og lokal verdiskaping i verneområdet.

Besøksstrategien bygger på forvaltningsplanen, og er samtidig et likestilt tillegg til forvaltningsplanen. Besøksstrategien er bygd opp slik at den skal kunne stå på egne bein. Ved neste rullering av forvaltningsplanen, vil besøksstrategien bli innarbeidet som et eget kapittel i planen.

## 1.2 Kort om rammeverk

Verneforskriften, forvaltningsplanen og en rekke aktører legger rammer for de tiltak og strategier som forvaltningen kan gjennomføre. I dette kapitlet er det rammeverk som i størst grad påvirker en besøksstrategi, satt opp.

### 1.2.1 Verneforskrift for Hallingskarvet nasjonalpark og Verneforskrift for Finse biotopvernområde

Verneforskriftene gir rammene for forvaltningen av verneområdene. Formålsparagrafene for verneområdene er førende for besøksstrategien.

Hallingskarvet nasjonalpark:

#### § 2. Formål

Formålet med Hallingskarvet nasjonalpark er å bevare eit stort, særmerkt og tilnærma urørt fjellområde slik at landskapet og det biologiske mangfaldet med økosystem, arter og bestandar, mellom anna villrein, blir bevart. Vernet skal sikre eit karakteristisk landskapselement som er viktig for forståinga av den geologiske historia. Ålmenta skal ha høve til friluftsliv og naturoppleving gjennom utøving av tradisjonelt og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging. Vernet skal sikre verdifulle kulturminne.

Finse biotopvernområde:

#### § 2. Formål

Formålet med Finse biotopvernområde er å sikre eit viktig trekkområde for villrein og binde saman leveområde for villreinen på Hardangervidda og i Nordfjella.

### 1.2.2 Forvaltningsplan for Hallingskarvet nasjonalpark og Finse biotopvernområde.

Forvaltningsplanen gir føringer for hvordan verneforskriftene skal tolkes og praktiseres. Besøksstrategien bygger på forvaltningsplanen, og er samtidig et likestilt tillegg til forvaltningsplanen. Forvaltningsplanen inneholder en rekke retningslinjer som gir føringer for arbeidet med besøksforvaltning, blant annet:

- Forvaltninga skal skje etter en hovedregel om at brukerinteressene skal tilpasses verneverdiene.
- Det er et mål å bevare det urørte preget på landskapet i verneområdene, og sikre områdene mot små og store tekniske inngrep.
- Det er et hovedmål å bevare mangfoldet av dyrearter i verneområdene. Det er videre et mål at Hallingskarvområdet skal være et godt leveområde for villrein, og en skal sikre overlevelsen til de rødlisteartene som lever der.

- Utøving av friluftsliv er et delmål i nasjonalparken, og verneområda skal være til glede for et enkelt naturvennlig friluftsliv som bygger på norske tradisjoner, med lite teknisk tilrettelegging.
- Kanalisering av ferdsel etter stier og løyper er viktig for å gjøre det mulig med flerbruk av villreinområdene.
- Det blir ikke gitt tillatelse til nye løyper i området vest for løypa Haugastøl-Raggsteindalen. I området øst for denne løypa kan det bli gitt tillatelse til mindre endringer og utvidinger i eksisterende løypenett, men forvaltninga vil legge avgjørende vekt på å bevare uberørte områder for villreinen. Det vil uansett ikke bli gitt tillatelse til nye løyper nærmere selve Hallingskarvet enn eksisterende løyper.
- Hensynet til villreinen tilsier videre at det ikke blir gitt tillatelse til å merke nye stier i området vest for en linje mellom Geiteryggen og Lengjedalen.

### 1.2.3 Merkevarerstrategi for Norges nasjonalparker

Merkevarerstrategien er grunnlaget for visuell identitet, kommunikasjon og aktiviteter i alle Norges nasjonalparker. Den skal sørge for at alt man gjør understøtter en overordnet idé om hva man er, hvem man er til for og hvordan man vedlikeholder og utvikler en enkel og samlande identitet. Merkevarerstrategien omfatter merkevaren for Norges nasjonalparker, besøkssentre, nasjonalparklandsbyer- og kommuner. Merkevarerstrategien blir viktig for alle møtepunkter mellom besøkende og Hallingskarvet nasjonalpark, hvem vi henvender oss til og de forvaltningsgrep vi foretar oss.

### 1.2.4 Regional plan for Nordfjella.

Regionalplanen for Nordfjella villreinområde er vedtatt i medhold av plan og bygningsloven av Buskerud, Hordaland og Sogn og Fjordane fylkeskommune. Planen fastsetter en langsiktig arealforvaltning som balanserer bruk og vern for de aktuelle fjellområdene med influensområder. Planen er retningsgivende for kommunalplanlegging og gir føringer for statlig og fylkeskommunalplan sektorplanlegging. Hallingskarvet nasjonalpark ligger i sin helhet innenfor regional plan. For Hallingskarvet nasjonalparkstyre gir planen føringer ved skjønnsutøvelse innenfor nasjonalparken. Regional plan er i tillegg førende for tiltak i randområdene til nasjonalparken som er initiert av besøksstrategien for Hallingskarvet.

## 2 Situasjonsanalyse

### 2.1 Oppsummering kunnskap

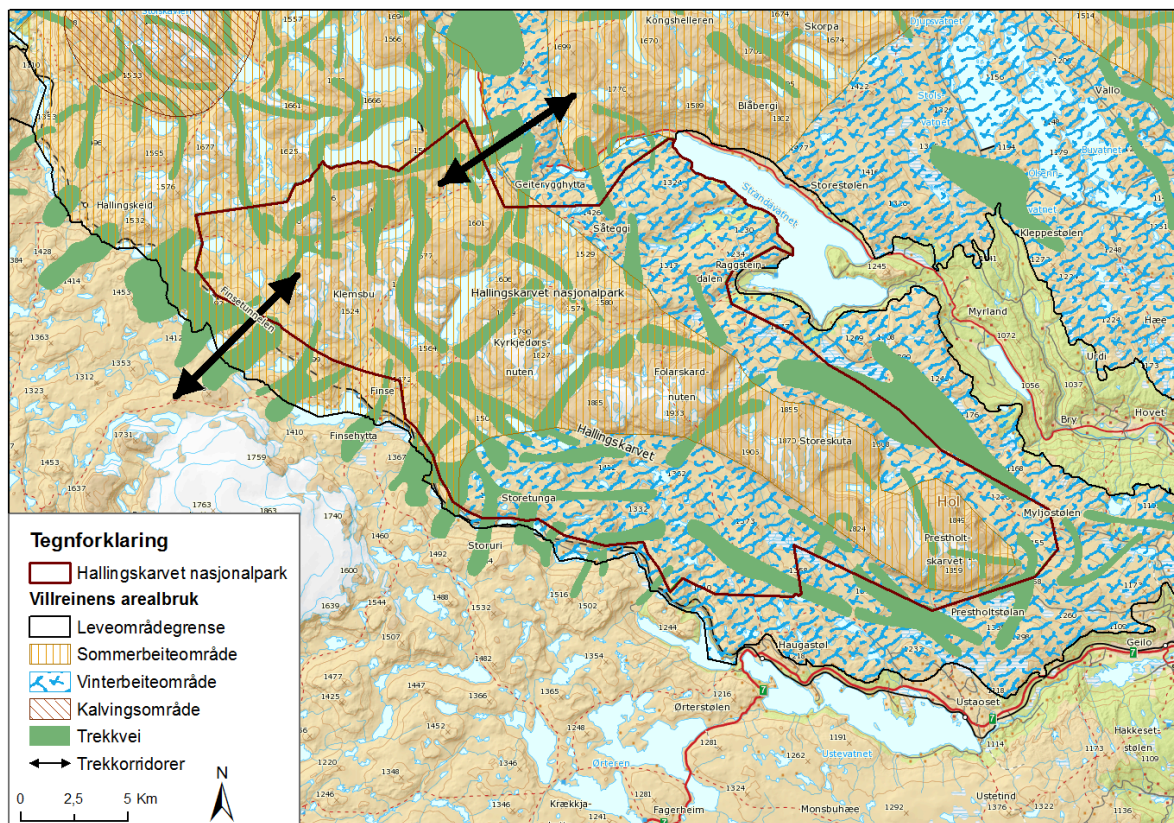
Besøksstrategien for Hallingskarvet skal bygge på et godt faglig grunnlag. Til grunn for strategien ligger flere forskningsrapporter og kartlegginger. Sammen med erfaringsbasert kunnskap utgjør dette grunnlaget for de mål, strategier og tiltak som ligger i besøksstrategien.



## 2.1.1 Sårbare naturverdier

### Villrein

Hallingskarvet nasjonalpark ligger i sin helhet innenfor nasjonalt villreinområde for Nordfjell og Fjellheimen. I NINA rapport 634, Villreinen i Nordfjella – Status og leveområde, er platået av Hallingskarvet og de vestlige områdene definert som sommerbeiteområder. De lavereliggende bremmene rundt Hallingskarvet er definert som vinterbeiteområder (se figur 1). Viktige kalvingsområder ligger vest for nasjonalparken. Nordfjella er et fragmentert villreinområde. Infrastruktur og den markerte topografien i området bidrar til at det er flere trange trekkorridorer som er av stor betydning for villreinens tilgang til viktige funksjons- og beiteområde. Disse trekkorridorene utgjør særskilte utfordringer for arealforvaltningen i Nordfjella. Hallingskarvet nasjonalpark har to slike trekkorridorer i sitt område. Dette er ved Geitryggen og over Finsetunellen. Trekkorridoren over Finsetunellen er forvaltet gjennom Finse biotopvernområde.



Figur 1. Villreins arealbruk. (Kilde: Strand m.fl. 2011. NINA rapport 634. Kartframstilling: Norsk villreinsenter.)

### Fjellrev

Fjellreven var i tidligere tider, helt fra siste istid og frem til ut på 1900-tallet en svært vanlig art i fjellet. Som pelsvilt var fjellreven svært viktig for de som fanget og skjøt rev på slutten av 1800-tallet og helt frem til 1930 da den ble totalfredet i Norge. Imidlertid kan de se ut som om fjellreven ble fredet for sent. I 2010 ble de første valpene fra Sæterfjellet avlsstasjon satt ut i Finseområdet.

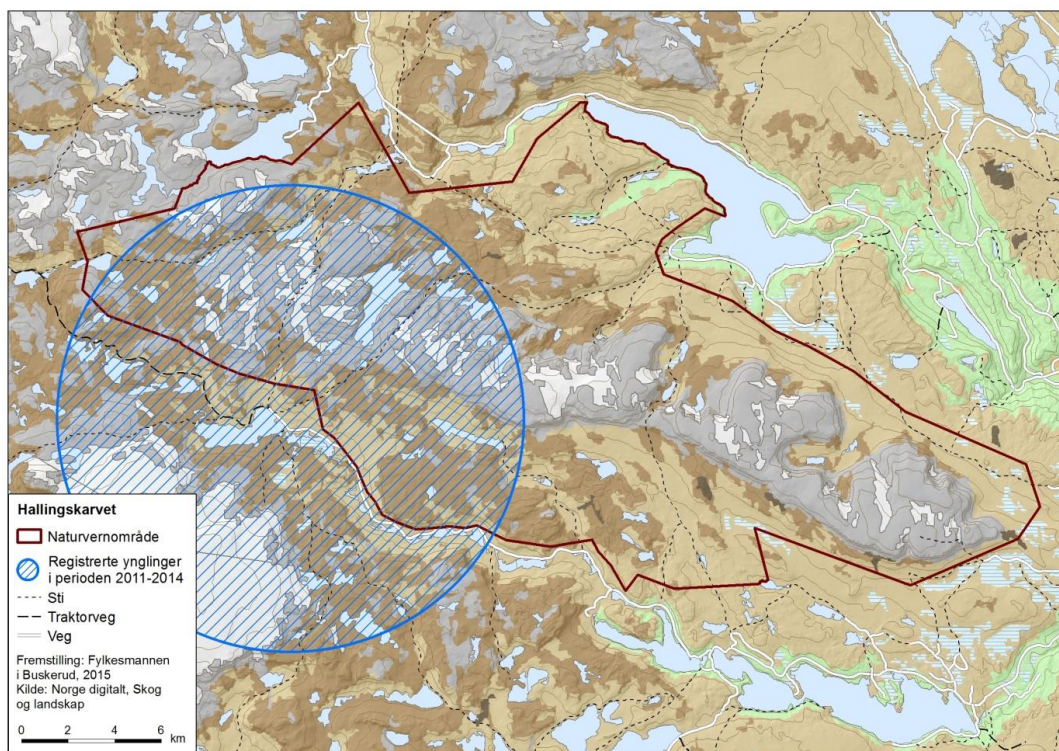
Årsaken var at reven var utryddet i hele Sør-Norge, og i erkjennelsen av at vi mennesker var en sterkt medvirkende årsak til dette forsøkes det nå å gjenetablere bestanden.

Prosjektet har så langt vist en svært positiv trend og siden 2010 er det satt ut til sammen 72 valper i området, samt at det er dokumentert nesten like mange som er kommet til verden i Finseområdet som følge av dette.

Fjellreven er en art som hos de aller fleste mennesker forbindes med positive ting. Utfordringen ved økt besøk og ferdsel er at den blir for vant til mennesker og trekker ned til folk for å finne mat. Dette i seg selv vil ikke true bestanden, men der det finnes folk er det farer som tog og biler etc. En del individer har i løpet av prosjektperioden omkommet i slike ulykker.

Potensialet for forstyrrelser av ikke ønsket karakter er størst i yngleperioden, som strekker seg fra begynnelsen av mai til slutten av juli. Det er relativt stor ferdsel i området rundt Finse spesielt i den siste tiden, og dersom et revepar blir forstyrret i for stor grad i denne perioden kan det føre til at de flytter til en annen lokalitet, noe som kan være farefullt for valpene.

Formålet med prosjekter er at det i 2018 når foringsregimet avsluttes skal være en så robust bestand at den skal klare seg sjøl. Smågnagerbestanden er den viktigste katalysatoren for dette.



Figur 2. Område med registrerte ynglinger av fjellrev. (Kartframstilling: Fylkesmannen i Buskerud.)

### Rovfugl

I 2014 ble det gjennomført kartlegging av rovfugl i regi av Naturvernforbundet i Buskerud («Rovfugl i Hallingskarvet nasjonalpark – rapport fra kartleggingsarbeid 2014», Lars Egil Furuseth og Per Furuseth). Undersøkelingsområdet dekket Hallingskarvet nasjonalpark og Finse biotopvernområde, totalt ca. 457 kvm. I tillegg er noe areal langs randsona mot Rallarvegen kartlagt. Dette gjelder

spesielt området mellom nasjonalparkgrensa og jernbanen mellom Vikastølen i øst og Hestebotn i vest.

Samtlige arter (foruten havørn og myrhauk) som inngikk i denne kartleggingen er, som hekkefugl, knyttet opp mot fjellvegger. Havørn er bare ansett som streiffugl selv om observasjoner av voksne fugler ble gjort i hekketiden. Myrhauk er utelukkende knyttet opp mot myrer og skrånede terreng bevokst med einer, vier og dvergbjørk. De to minste artene, tårnfalk og dvergfalk ble ikke prioritert i forbindelse med denne kartleggingen. Bakgrunnen for dette er at disse artene ikke er like sensitive for ferdsel i hekketiden.

Art	Sikker hekking	Mulig hekking	Obs. i hekketiden
Havørn			X
Kongeørn	1		X
Myrhauk			X
Fjellvåk	5	1	X
Tårnfalk		3	X
Dvergfalk			X
Jaktfalk	1		X

Tabell 1. Resultater etter kartlegging i 2014.

Fra tidligere og pågående kartlegging av rovfugl i Buskerud er det opparbeidet en viss kjennskap til hekkeplasser for rovfugl innenfor Hallingskarvet. Data hentet inn før 2014 er listet opp i tabell 2. Samtlige tidligere kjente lokaliteter ble også undersøkt i 2014. Tårnfalk og dvergfalk er ikke tatt med i denne oversikten.

Art	Sikker hekking	Mulig hekking	Obs. i hekketiden
Havørn			X
Kongeørn	1		X
Myrhauk			X
Fjellvåk	9	1	X
Jaktfalk	4	1	X

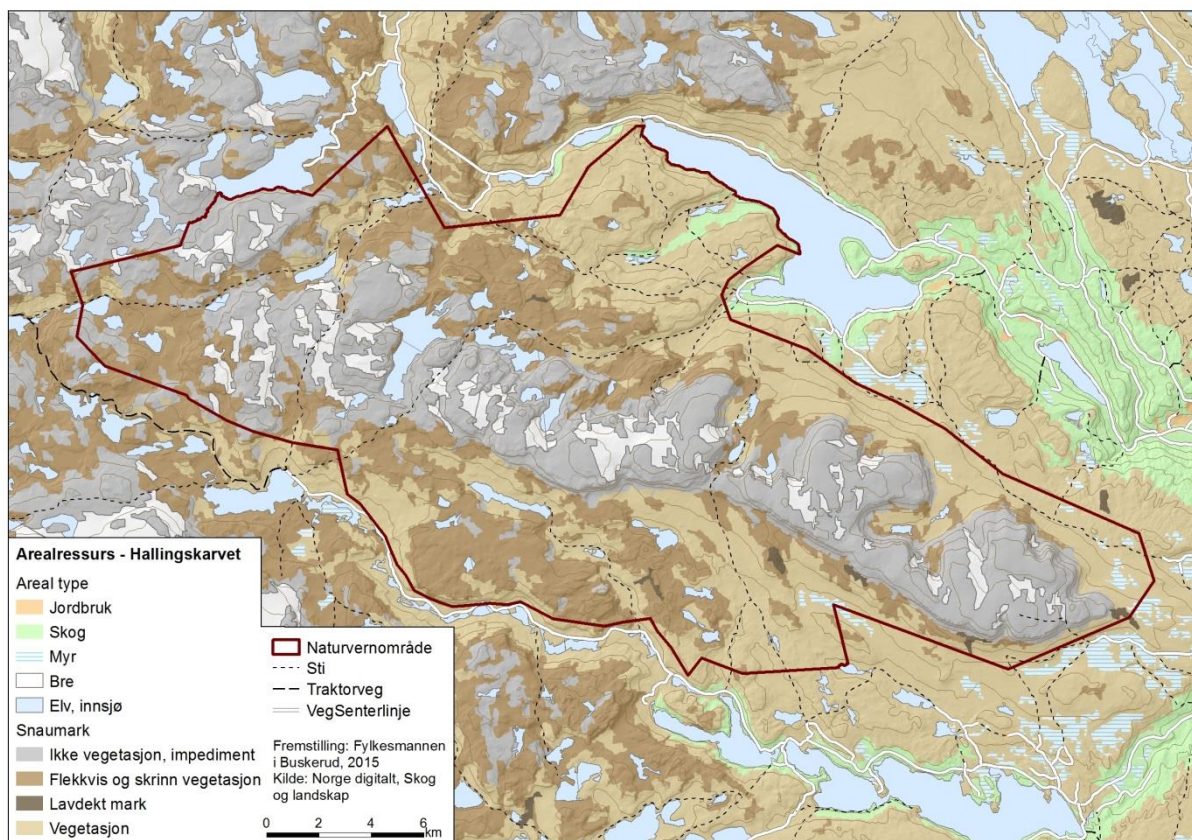
Tabell 2. Oversikt over observerte rovfugler fra eldre data.

Samtlige fjellvegger kan være potensielle hekkebiotop for rovfugler. De lavereliggende fjellveggene rundt Hallingskarvet er av klimatiske grunner best egnet som hekkebiotoper. I og med at mye av landskapet i Hallingskarvet nasjonalpark ligger høyt til fjells, begrenser dette noe tilgangen på gode rovfuglbiotoper.

### Vegetasjon

Det finnes ikke datasett over vegetasjonstyper i Hallingskarvet nasjonalpark. Den eneste heldekkende kartleggingen av vegetasjon er arealressurskartet AR50, utført av Skog og landskap (figur 3).





Figur 3. Arealressurskart. (Kartframstilling: Fylkesmannen i Buskerud.)

Slitasje på vegetasjonsdekket er i Hallingskarvet knyttet til stier. Figur 4, som viser ferdselsintensitet på stier, vil også representere de stiene med mest slitasje. Generelt vil slitasje være knyttet til antallet personer som bruker stien, og ikke at vegetasjonene er spesielt sårbar. Slitestyrken til vegetasjonen vil minke etter hvor høy man er over havet. På stier der vegetasjonen er slitt bort vil helningsgrad og topografi ha mye å si for hvor mye vannet eroderer. Prestholtsteien er et eksempel på en sti med en kombinasjon av høy ferdselsintensitet og høy vann erosjon. Denne stien ble i perioden 2011-2013, steinlagt og revegetert. Med det høye antall bruker man har i Hallingskarvet og randområdene til Hallingskarvet, kan man se for seg at flere stier vil kreve tiltak for å sikre vegetasjonen lokalt.

## 2.1.2 Reiseliv

Hallingskarvet nasjonalpark ligger i en av landets største reiselivsregioner. Markante og store destinasjoner som Geilo og Finse har lange reiselivstradisjoner som strekker seg tilbake til århundreskiftet 1800/1900.

Hallingskarvet nasjonalpark er lett tilgjengelig fra flere kanter. Nord for nasjonalparken går Fv50 mellom Hol og Aurland, sør for nasjonalparken ligger Rv7 mellom Geilo og Eidfjord. Til sammen representerer Rv7 og Fv50 en årsdøgntrafikk (ÅDT) på ca. 1300 biler i døgnet. I tillegg ligger nasjonalparken helt ned til Bergensbanen på store deler av strekningen mellom Haugastøl og Myrdal, med Finse som den høyest liggende jernbanestasjon i Norge (1222 moh.) Disse ferdselsårene er hovedferdselsårer mellom øst og vest, Oslo og Bergen.



Tall fra SSB viser at det i Hol kommune var et samlet tall i det kommersielle markedet på 413 410 overnattinger i perioden januar til november 2014. I tillegg er det i hele kommunen totalt ca. 1 500 000 private gjestedøgn. Finse med Finsehytta og Finse 1222 hadde i 2015 litt over 26 200 overnattinger.

Grunnstammen av bedrifter på tilbydersiden rundt Hallingskarvet består av overnattingsbedrifter. Dette er både hoteller, turisthytter, leiligheter og utleiehytter. Etter dette kommer detaljhandel og tilbydere av aktiviteter og opplevelser. Rundt nasjonalparken er det flere bedrifter som tilbyr aktiviteter og guiding. Eksempler på dette er Hardangervidda fjellguiding, Jøklagutane, Steinboligen/Stivkuling, Høve støtt Hallingdal, Geilo Hestesenter, Geilo Husky. Et fellestrekk ved alle disse leverandørene og produktene er at aktiviteten i hovedsak blir utøvd utenfor nasjonalparken. I den grad man benytter nasjonalparken er dette etter DNT sitt stinett og området Tvergastein og Prestholtseter.

Nasjonalparkstatusen til Hallingskarvet blir brukt for å markedsføre destinasjonene og arrangementer rundt Hallingskarvet. Ser man videre på de aktiviteter og den tilrettelegging som konkret blir tilbudt gjestene som kommer til området, er de vinklet mot naturen generelt og ikke mot nasjonalparken spesielt. På vinteren er det alpinanlegg og skiløyper som er grunnstammen i tilbudet til gjestene. På sommeren er det de mange turmulighetene som blir trukket fram. I tillegg kommer viktige attraksjoner som mat-, natur- og kulturopplevelser, spa og handel. Man kan også se at destinasjonene er aktive med å trekke til seg kunder gjennom ulike arrangement.

Generelt kan man si at Hallingskarvet nasjonalpark ikke er primærattraksjonen for turister som kommer til området. Det vil si at nasjonalparken ikke er hovedårsaken til at folk reiser til området. På den annen side er naturen, med Hallingskarvet som et viktig symbol, viktig for de som besøker randområdene. For det store flertallet av gjester som kommer til området er naturen primærattraksjonen. De mange aktiviteter og opplevelser som tilbys de besøkende vil være sekundærattraksjoner for de som kommer til området. Noen av aktivitetene er derimot så store at de er hovedformålet med reisen til området. Dette er aktiviteter som Rallarvegen, Prestholtrunden og Skarverennet.

Flere og flere vil bruke mer tid på det reisemålet de har valgt seg ut. Vi ser at publikummet velger seg et reisemål som base for andre utflukter, opplevelser og turer. I dag kan vi se at ved reisemål med naturskjønne omgivelser er baseferie økende, mens det i storbyene er i ferd med å bli kortere og kortere opphold. Denne trenden er også forventet å fortsette. Ved et økende antall baseturister kan man forventet at dagsturtrafikken på stier og løyper, og etterspørsel av aktiviteter vil øke. Dette kan igjen føre til et økt press på naturverdiene i nasjonalparken og randområdene.

## 2.1.3 Den besøkende

### Brukerne av nasjonalparken

Det er ved to anledninger gjennomført kartlegging av besøkende i nasjonalparken. Som en del av grunnlaget for Regionalplan for Nordfjella, ble det i 2011 gjennomført kartlegging ved Finse, Geiteryggen, Raggsteindalen, Haugastøl og Prestholtseter. I regi av Miljødirektoratet ble det i 2014 gjennomført bruker undersøkelser ved Hivjufossen, Budalen, Prestholtseter, Ustaoset og Haugastøl.

Begge undersøkelsene er gjennomført ved bruk av selvregistreringskasser, og arbeidet er utført av Norsk institutt for naturforskning (NINA).

Kartleggingen i 2014 viste at i overkant av ¼ av de besøkende er fra Norge. Ser vi nærmere på fordelingen av de besøkende på fylker, er det Hordaland (36 %) som står for den desidert største andelen etterfulgt av Oslo (19 %), Buskerud (15 %) og Akershus (14 %). Det er interessant å se at det er representanter fra alle fylkene i Norge i datamaterialet. Av de i overkant 24 % som var utenlandske besøkende i de 7 innfallsportene ble det totalt registrert 32 ulike nasjonaliteter. De fleste er fra Tyskland (33 %) og Nederland (22 %), og ellers en del fra Danmark (9 %) og Sverige (7 %).

Bostedanalysen viser at det er mange som kommer langveis fra, enten dette er Bergens- og Osloregionen i Norge, eller fra utlandet.

Når det gjelder demografi er gjennomsnittsalderen for begge kjønn 45 år. Dette indikerer at det er mange godt voksne som besøker nasjonalparken. Det er en overraskende høy andel som har med barn under 15 år i følget (30 %). Dette er den høyeste andelen som er registrert i denne type undersøkelse. For eksempel er tilsvarende andel 16 % i Rondane nasjonalpark.

Når det gjelder andre karaktertrekk ved de besøkende, viser det seg at det er en lav andel som er på organisert tur (3 %). De aller fleste besøker området for å gå en fottur (96 %) og de er på dagstur (83 %). Andelen som er på fottur er høy til tross for at respondentene hadde flere valg på hovedformål med turen. Varigheten på dagsturen varierer mye, men hele 50 % går en kort dagstur med varighet på 3 timer eller mindre. Korte flerdagersturer dominerer totalt for de som er på flerdagerstur.

En stor andel (71 %) av de registrerte hadde vært i området tidligere. 29 % av de besøkende er med andre ord førstegangsbesøkende. Hele 64 % hadde brukt området sommerstid, mens 55 % hadde vært der om vinteren tidligere. Det er stor forskjell mellom utlendinger og nordmenn når det gjelder førstegangsbesøkende. Hele 73 % av utlendingene er førstegangsbesøkende, mens tilsvarende tall for nordmenn kun er 15 %.

I alt 78 % oppgir at de hovedsakelig går på merkede/tydelige stier i nasjonalparken, og bare 2 % oppgir at de går hovedsakelig utenfor tydelige stier. Vi kan si at det er en betydelig andel, 20 %, som går både på og utenfor merkede/tydelige stier. Hallingskarvet er et område der forholdsvis mange går utenfor stisystemet. Kun 13 % av de besøkende oppgir at de går alene. Hallingskarvet nasjonalpark er typisk et sted man besøker sammen med andre.

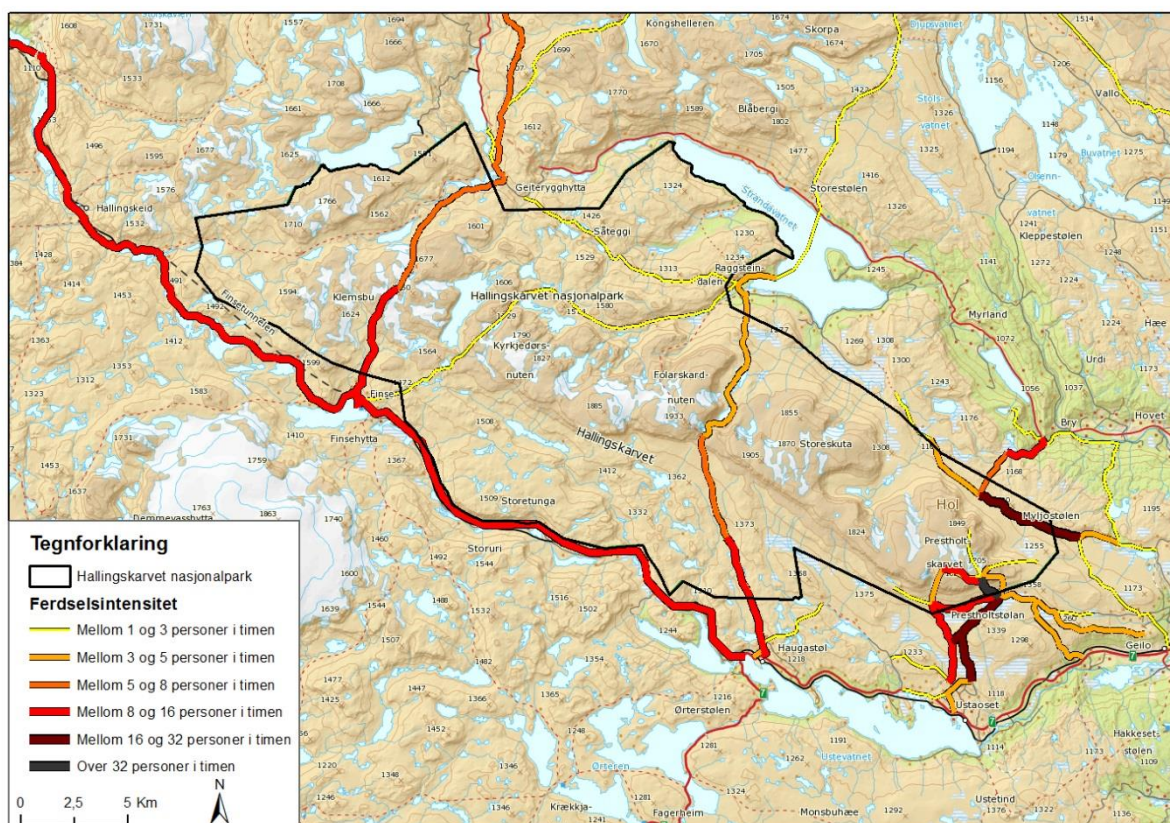
Når det gjelder informasjonsinnhenting for besøket er det kategorien «alltid visst om» som har høyest frekvens, etterfulgt av bekjente/venner og turistinformasjon.

Når det gjelder purisme og ønske om tilrettelegging ser vi at de besøkende til Hallingskarvet på generelt basis ønsker noe mindre grad av tilrettelegging enn det som for eksempel er tilfelle i Rondane nasjonalpark. På lik linje med for eksempel Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark, er det en forholdsvis stor andel av de besøkende som ønsker lite tilrettelegging og som gjerne går utenfor merkede stier.

Datamaterialet viser at de som besøker Hallingskarvet er veldig fornøyd med besøket, og at idealområdet for turbesøk i stor grad samsvarer med det de finner i Hallingskarvet. Gjennomsnittskår for om Hallingskarvet samsvarer med «idealområdet» er 4,165 (N=1670, std. avvik 0,8577),

og hele 40 % oppgir at det er fullt samsvar (verdi 5). (Kilde. *NINA Rapport 1109. Brukerundersøkelser i Hallingskarvet og Varangerhalvøya nasjonalparker, sommeren 2014*, Odd Inge Vistad, Vegard Gundersen og Line C. Wold.)

Kartet under (figur 4) viser bruksintensitet av de ulike stiene i Hallingskarvet nasjonalpark sommerstid. Datagrunnlaget er hentet fra ferdselstellere og brukerundersøkelser i 2011 og 2014. Kartet viser de stier med mest ferdsel. Stier med ferdsel under 1 person i timen er ikke vist i figur 4. Kartet med ferdselsintensitet har også med bruken av Rallarvegen. Finse biotopvernområde er vernet for å sikre en viktig trekkorridor over Finsetunellen. Ferdsele langs Rallarvegen øst for Finse har derfor betydning for hvor godt denne korridoren fungerer.



Kartbakgrunn: Kartverket. Kilde ferdselsintensitet: NINA-rapport 634 og NINA-rapport 1109. Kartframstilling: Norsk Villreinsenter

**Figur 4. Ferdseleintensitet stier i Hallingskarvet. (Kilde: NINA rapport 634 og NINA rapport 1109. Kartframstilling: Norsk Villreinsenter.)**

### Undersøkelse i randområdet til nasjonalparken.

Visit Geilo gjennomførte sommeren 2014 en undersøkelse ved å intervju personer på ulike steder i randsonen til Hallingskarvet Nasjonalpark. Mål med undersøkelsen var å lære mer om besøkende, og deres kunnskap om Hallingskarvet. Respondentene svarte på spørsmål muntlig, eller ved å fylle inn i digitalt skjema på stedet. Det ble foretatt 127 intervjuer totalt. Undersøkelsene ble gjennomført ved (prosentandel av svar i parentes) Prestholt (42,3 %), Storestølen (17,9 %), Hagafoss (14,6 %), Geilo sentrum (13 %), Haugastøl (11,4 %) og Raggsteindalen (0,8 %).

Besvarelsene er fordelt på 50,2 % nordmenn og 49,8 % utenlandske turister. Av de norske besvarelsene var 15 % fra regionen rundt Geilo/Hallingdal.



Av de som besvarte undersøkelsen kom 59,5 % til Geilo med tog, 26,4 % svarte at de kom hit til Geilo med egen bil, 5,0 % med Bobil og 6,6 % svarte at de kom hit med motorsykel / MC. Kun 1,7 % svarte at de kom hit med buss (offentlig transport).

Vi ser andelen som kommer hit med tog er stor. Toget er altså en viktig faktor for folk som kommer til regionen og skal ut i nasjonalparkene. Andelen «egen bil» er høy, men kanskje noe lavere enn forventet. At 1,7 % kommer hit med buss i offentlig rute er jo også et lite varsku, om at det er litt å gå på i forhold til tilrettelegging der.

Undersøkelsen viste at kunnskapen om og kjennskapen til Hallingskarvet er lav. Her var det jevnt over dårlig kjennskap. På en skala fra 1 til 7 (1- liten grad, 7- stor grad) svarte hele 42,1 % kategori 1 - liten kjennskap. Av de 6,6 % som svarte kategori 7 – stor kjennskap, var dette nordmenn. Av de internasjonale respondentene var det ingen som hadde svart 5, 6 eller 7 på spørsmålet om kjennskap.

Vi ser av svarene at utenlandske gjester orienterte seg på Turistinformasjon og via internett. Nordmenn er størst representert i svaret «Bekjente / venner». Det kan være verdt å merke seg det tydelige skillet mellom «sosiale medier» og «internett». «Internett» har en skår på 43,1 %, mens «sosiale medier» ligger nede på 5,7 %.

På spørsmålet om hvor lett det var å finne informasjon, svares det jevnt over hele spekteret (skala fra 1 til 7). Vanskelig å finne noe tydelig svar på dette, men ifølge svarene var det enklere for nordmenn å finne informasjonen enn tilreisende fra land utenfor Norge.

Det ble spurt om hvilken tilrettelegging respondenten mente var viktig i randsonen til Hallingskarvet nasjonalpark. På disse svarene er det tydeligst fra nordmenn at de ønsker tilrettelegging rundt kart, og flest internasjonale gjester som synes det er viktig med godt merkede stier og gode utsiktspunkt. Spørsmålet om hva som var viktigst for respondenten for å velge en tur til Hallingskarvet nasjonalpark, bygger opp under samme preferanser. Internasjonale gjestene var tydelige på at for å velge en tur til Hallingskarvet så er det utsiktspunkt, kart og merkede stier som er viktig. Nordmenn er ikke like opptatt av utsiktspunkt, men var opptatt av god informasjon om nasjonalparken. (Kilde: Rapport undersøkelse i Hallingskarvet Nasjonalpark, Spørreundersøkelse utfør av Visit Geilo, *Pål Knutsson Medhus*, upublisert.)

#### 2.1.4 Kulturminne

De mange kulturminner i Hallingskarvet nasjonalpark vitner om at området har vært benyttet av mennesker langt tilbake i tid. Det er gjort funn av redskap av flint og kvarts fra steinalderen og spydspisser, pilspisser og fangstgroper fra jernalder, vikingtid og middelalder. Sleper, drifteveier, heller og lægre er spor etter storstilt fedrift fra Vestlandet til Østlandet som foregikk på 16- 17- og 1800-tallet. Lægrene ble brukt som tilholdssted under beiting om somrene, før dyra ble ført til Østlandet for salg. På slutten av 1800-tallet ble det bygd flere lordehytter i området. Den mest kjente er Lordehytta i Folarskardet som ble bygd omkring 1880. Hyttene var tilholdssted for engelske lordar som brukte området til rekreasjon, jakt og fiske. I randområdet til Hallingskarvet er det gjort omfattende registreringer av nyere tids kulturminne. De mange steinbuer, og tufter etter steinbuer, vitner om omfattende bruk også i nyere tid. Steinbuene blir knyttet til jakt, beitebruk og støler, men også fast bosetning.

Det er ikke gjennomført systematisk kartlegging av kulturminner innenfor Hallingskarvet nasjonalpark. Det er heller ikke foretatt en samlet vurdering av de kulturminner som man kjenner til i nasjonalpark. (Kilde: Verneplan for Hallingskarvet, Kulturminner, Rapport nr. 5-2003)

### 2.1.5 Annen relevant kunnskap

I dag er Hallingskarvet nasjonalpark synlig på flere arenaer og det blir gjennomført ulike tiltak for å informere om nasjonalparken. De fleste tiltakene som blir initiert av forvaltning blir gjennomført av Statens naturoppsyn (SNO). I tillegg gjennomfører SNO informasjonsoppgaver i egen regi.

#### Naturveiledning

Innen naturveiledning driver Statens naturoppsyn (SNO) to store prosjekter. Dette er «Skarveskolen» og «Prosjekt rekrutt».

«Skarveskolen» er et program som går over en hel uke der 6.trinn i skolen er målgruppe. Målsetting med dette er å gi elvene kunnskap om fjelløkologi i en kontekst der stølsliv og matproduksjon er sentralt, samt en hel dag om jakt og fangstkulturen gjennom tidene. I tillegg er det en dag med rallarkulturen og byggingen av Bergensbanen som tema.

«Prosjekt rekrutt» retter seg mot 9.trinn og har som hovedmålsetting å skape gode opplevelser for ungdommer som ikke nødvendigvis har vært mye ute i naturen. Det er fokus på enkelt friluftsliv med overnatting i telt, matlaging over åpen varme, bruk av båt og fiskeredskap, samt behandling av fisk og nedlegging av rakafisk.

Tanken bak begge prosjektene er at en gjennom en slik tilnærming skaper gode relasjoner til nasjonalparken spesielt og naturen generelt. Holdningsskapende arbeid ansees som en av de viktigste grepene som kan gjøres lokalt.

#### Nasjonalparkfilm

I 2010 startet arbeidet med å utvikle en veilednings- og informasjonsfilm for Hallingskarvet nasjonalpark. Det var SNO som var leder for prosjektet som i samarbeid med turistnæring og Hol kommune sørget for å lage en film på 7 minutter og 12 sekunder på tre språk. Filmen er vist for et stort antall personer siden premieren i oktober 2012. Det antas at et sted mellom 20 000 og 30 000 personer har sett filmen.

#### Kurs for innbyggere, «e veit litt meir»....

Hol kommune tilbyr en kursrekke som blir kalt «e veit litt meir», «e veit endå litt meir» og «e veit nesten alt». Kursene er rettet mot innbyggere i kommunen. Kursene er fasilitert av Hol kommune gjennom turistsjefen, men med støtte fra SNO ved foredrag og innspill. Målet med kursene er økt bevissthet, samt økt kunnskap om naturen rundt oss og spesielt om Hallingskarvet nasjonalpark. Oppstart av kursene var en direkte følge av statusen Hol kommune har som nasjonalparkkommune og Geilo som nasjonalparklandsby.

#### Foredrag og orienteringer for hoteller og andre reiselivsbedrifter.

Gjennom flere år har SNO og etter hvert forvalter for nasjonalparken bygget opp en «standard» presentasjon som nyttes i forbindelse med at hoteller og andre har et stort antall sesongarbeidere. Gjennom orienteringer sørger vi for at de ansatte i lokale bedrifter har kunnskap om verneområdene og naturverdiene, og kan formidle dette videre til sine gjester.

## **2.2 Sammenstilling av kunnskap (muligheter/utfordringer)**

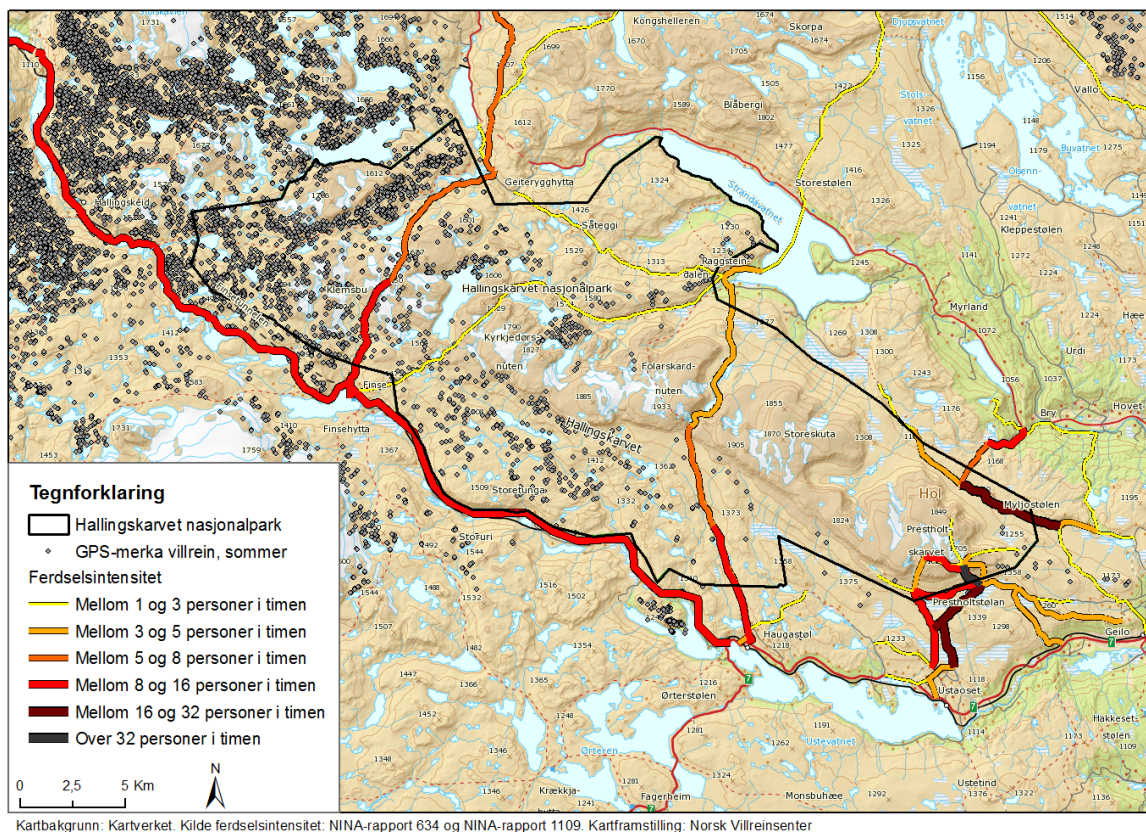
Basert på det kunnskapsgrunnlaget vi har, og fokuset på besøkende, er det gjort en sammenstilling av kunnskap på to områder. Dette er Villrein og ferdsel og Besøkende og informasjon. Utvalget er basert på at disse temaene både har muligheter og utfordringer med tanke på å utvikle en besøksstrategi. Bakgrunn for at villrein er valgt som art, er fordi det er denne som er mest sårbar for menneskelig ferdsel, og fordi villrein er en art som har et ekstra forvaltningsfokus.

### **2.2.1 Villrein og ferdsel**

I to kart under (figur 5 og 6) er det satt sammen plott fra arealbruken til GPS-merka villrein og ferdselsintensiteten på stier og løyper i og rundt nasjonalparken. Ut ifra at nasjonalparken blir besøkt både sommer og vinter, er det laget et kart for hver sesong for å belyse situasjonen best mulig. I reiselivskartleggingen kom det fram at natur med stier og løyper er en primærattraksjon for turister som kommer til regionen. I tillegg til å vise ferdselsintensiteten på stier i nasjonalparken, representerer de områder med stier med høy ferdselsintensitet også de områder som er viktigst for turistnæringen.

Villreindata på sommerkartet (figur 5) viser villreinens bruk fra 1. juli til og med 30. september. Første posisjon 1.7.2007. Siste posisjon: 30.9.2013. Villreindata på vinterkartet (figur 6) viser villreinens bruk fra 1. januar til og med 30. april. Første posisjon 22.3.2007. Siste posisjon: 9.4.2014.



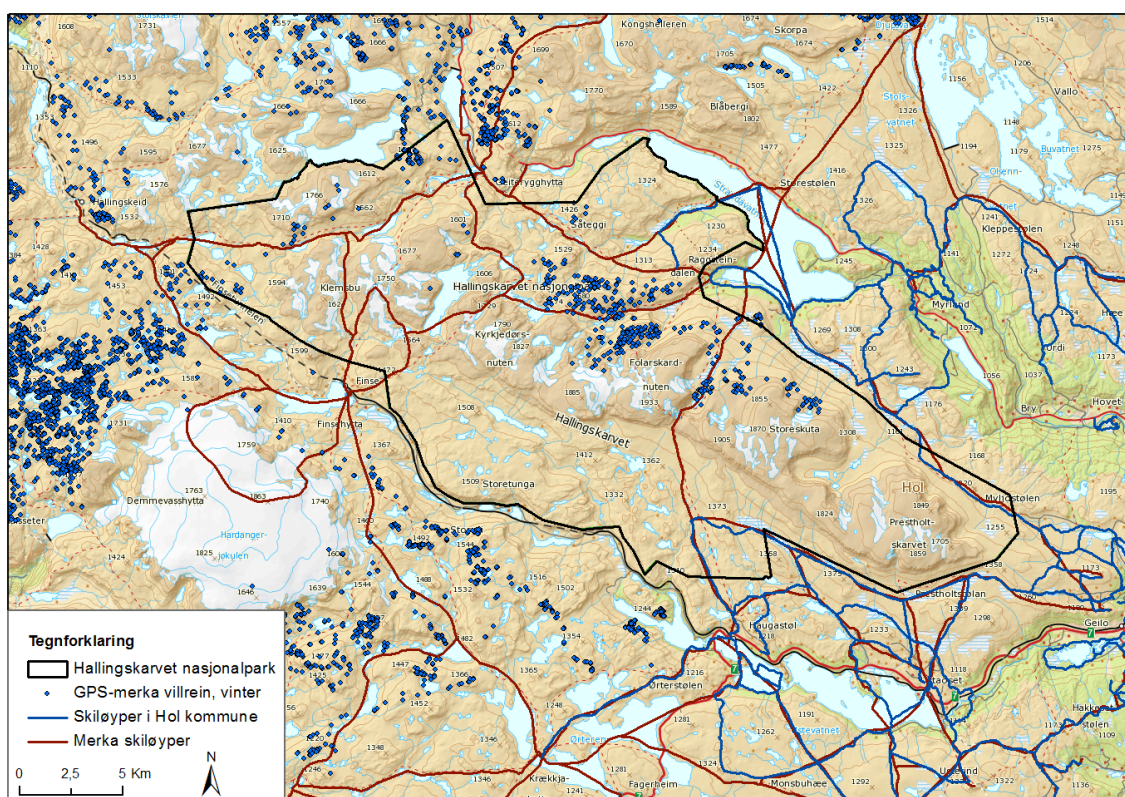


Figur 5. Villrein og ferdsel, sommerkart. (Kilde: NINA rapport 634 og NINA rapport 1109. Kartframstilling: Norsk Villreinsenter.)

Ser man på sommerkartet (figur 5) er det et skille etter stien mellom Haugastøl og Raggsteindalen. Øst for dette skillet er området bare sporadisk brukt av villreinen på sommeren. Jo lenger øst man kommer, blir også ferdselsintensiteten høyere. I NINA Temahefte 51, Horisont Snøhetta, er det gjort et estimat på sammenhengen mellom ferdselsintensitet og i hvilken grad de enkelte stiene fungerte som en barriere for reinsdyra. Effekten på villreinkryssinger var relativt konstant opp til en ferdselsintensitet som tilsvarte ca. 30 passeringer per dag. Ved større ferdselsintensitet økte denne effekten og det ble ikke registrert reinsdyr som krysset stier dersom den daglige ferdselsintensiteten var større enn 220 registreringer per dag. Stiene ut fra Haugastøl, Ustaoset og Prestholt har en høy ferdselsintensitet. Ut fra Haugastøl og på stien Ustaoset-Eima-Prestholt er det estimert over 80 registreringer per dag (8 i timen x 10 timersdag). Stien over Eimeheia har mer enn 160 passeringer per dag, og Prestholtstien mer enn 320 passeringer per dag. Her vil både stiene som linjere barrierer, men også tettheten av stier, være faktorer som påvirker villreinsens bruk av område, og man vil lengst øst ha stier med full barriere effekt.

Også andre moment kan være med på å forklare hvorfor villreinen i lite grad bruker de østlige bremmene rundt Hallingskarvet. Ser en av figur 1 er de østlige bremmene rundt Hallingskarvet definert som vinterbeiteområder. Ser en hele villreinområde under et, kan man si at de østlige delene av Hallingskarvet er et endefjell. Området er ikke sentralt når villreinen skal forflytte seg mellom vinterbeite, sommerbeite og kalvingsområder. Dette kan påvirke villreinsens motivasjon for å gå inn i et område med mye ferdsel.

Vest for stien mellom Haugastøl og Raggsteindalen er ferdselsintensiteten lavere. Ferdselen er i stor grad knyttet opp mot DNT sitt stinett på strekningen Finse-Geiteryggen og Finse-Raggsteindalen. De vestlige områdene av Hallingskarvet nasjonalpark er definert som sommerbeite. Selv med relativt mye ferdsel på DNT sitt stinett, spesielt på stien mellom Finse og Geiteryggen (mer en 80 passeringer om dagen) kan man se en større overlapping av ferdsel og villreins bruk i dette området. Dette kan ha sammenheng med at dette er et sommerbeiteområde, og at det i tillegg er et utvekslingsområde mellom ulike beiter og funksjonsområder. Dette kan medføre at villreinen har større motivasjon for å krysse området. Områdene vest for stien mellom Finse og Geiteryggen er det området i nasjonalparken som er mest brukt av villrein. Dette er et område som også har lav ferdselsintensitet. Dette samsvarer med undersøkelser som viser at villreinen sin første reaksjon på menneskelig aktivitet er å trekke til områder som er mindre brukt av mennesker.



Kartbakgrunn: Kartverket. Kilde villreindata: Norsk institutt for naturforskning. Kartframstilling: Norsk Villreinsenter

**Figur 6. Villrein og ferdsel, vinterkart. (Kilde: NINA rapport 634 og NINA rapport 1109. Kartframstilling: Norsk Villreinsenter.)**

De østlige bremmene rundt Hallingskarvet har gode vinterbeiter. Bare deler av disse blir utnyttet i dag. Figur 6 viser villreins arealbruk på vinteren, sammen med løypenettet til DNT og løypenettet hentet fra Hol kommune sin sti- og løypeplan. Vi har ikke tall for ferdselsintensiteten på disse løypene. Stinettet på sommeren og løypenettet på vinteren er i stor grad sammenfallende. Det samme kan man anta om fordelingen av ferdsel mellom øst og vest.

På figur 6 kan man se at villreinen i liten grad bruker området mellom Finse og Geiteryggen på vinteren. Dette er definert som et sommerbeiteområde (figur 1). Den lave bruken kan også ha sammenheng med ferdselen etter DNT sin kvistløype og utfart ut fra Finse og til Klemsbu. Kartet viser at vinterbeitene på bremmen nord for Hallingskarvet blir benyttet av villreinen. Nyere data viser

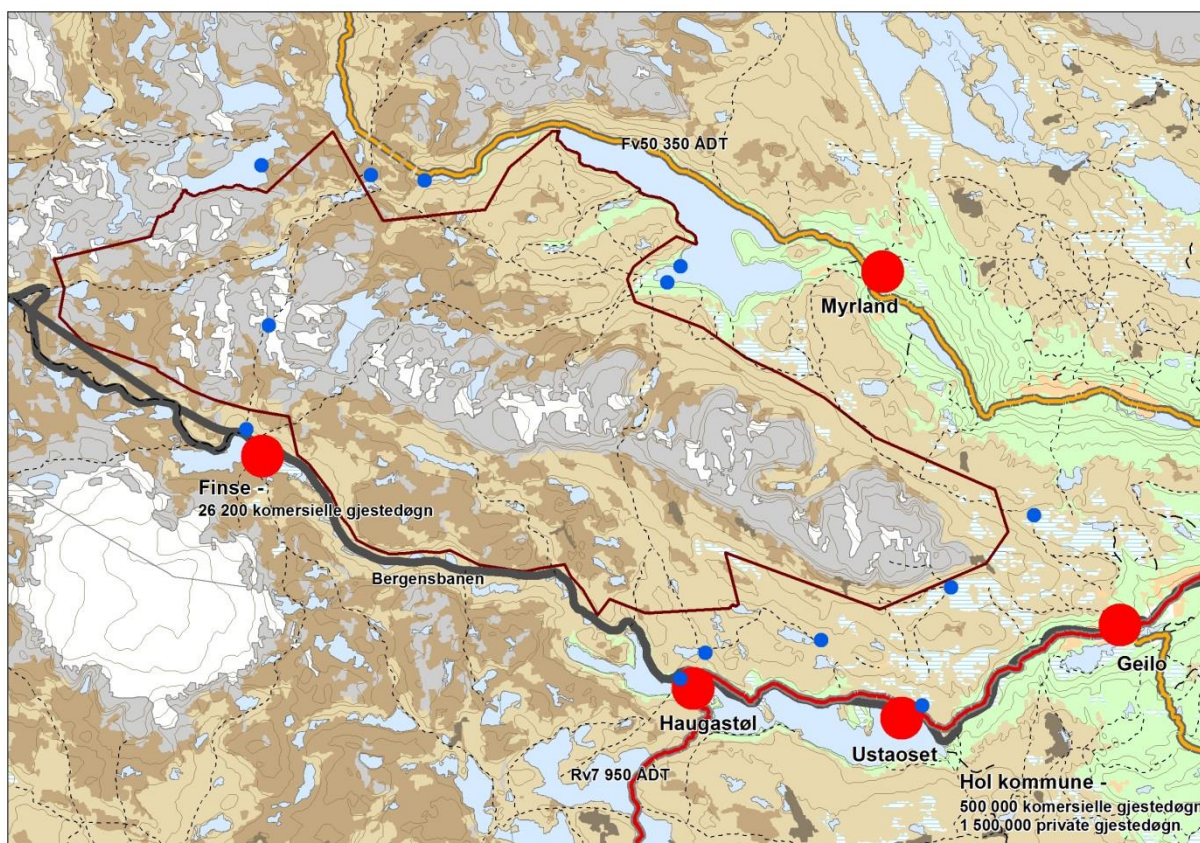


at det gjennom hele vinteren 2015 også har stått villrein på bremmen sør for Hallingskarvet mellom Finse og Raggemyran. Bakgrunn for at reinen trekker lengre øst på vinteren sammenlignet med sommeren kan være at det generelt er mindre ferdsel i fjellet på vinteren. I tillegg kan det se ut som reinen blir mindre påvirket av ferdsel om vinteren sammenlignet med sommeren (NINA Rapport 551, Ferdsel i villreinens leveområde). Bremmene rundt de østlige delene er også definert som vinterbeiter, man kan anta at dette er med på å øke villreinens motivasjon for å bruke området.

Hvordan villreinen blir påvirket av ferdsel er sammensatt av mange faktorer. Figur 5 og 6 er ment som et bilde på hvilke områder villreinen bruker i dag, og ferdselstrykket på ulike stier og områder. Om man ønsker mer detaljert kunnskap om hvordan villreinen blir påvirket av ferdselen vil dette kreve mer detaljert undersøkelser og analyser enn det som er gjennomført her.

## 2.2.2 Besøkende og informasjon.

I figur 7 er det satt sammen tall for trafikkarer rundt nasjonalparken, tall fra gjestedøgn på de store destinasjonene, og de punktene nasjonalparkforvaltningen har informasjonstavler. Formålet med denne sammenstillingen er å synliggjøre hvor og hvordan forvaltningen informerer i dag, samt vise hvor potensialet ligger for å treffe flere mennesker med informasjon om Hallingskarvet.



Figur 7. Besøkende og informasjon. Figuren viser informasjonstavler som blå punkt, de største turistdestinasjonene som røde punkt, samt Rv7, Fv50 og Bergensbanen. (Kart framstilling: Fylkesmannen i Buskerud.)



Informasjonspunktene som er vist på kartet er nasjonalparkens informasjonstavler. Disse er fordelt på «stistarter» og enkelte turistbedrifter rundt nasjonalparken. Dette er standard plakater, og informerer generelt om verneområdet. Det er store variasjoner i hvor mange som besøker stedene informasjonstavlene står plassert. Den informasjonen som er satt ut i dag retter seg mot de som er på vei inn i nasjonalparken. Disse vil vi anta har en viss kunnskap om området de skal inn i.

Det er et stort antall personer som er besøkende på destinasjoner rundt nasjonalparken. Finse hadde i 2014 i overkant av 26 200 kommersielle gjestedøgn, og Hol kommune hadde ca. 500 000 kommersielle gjestedøgn. Og i Hol kommune er det stipulert med ca. 1 500 000 private gjestedøgn i året. I tillegg er det store trafikkarer med Rv7 (950 ÅDT), Fv40 (350 ÅDT) og Bergensbanen tett inn på nasjonalparken.



Undersøkelser gjort blant disse besøkende viser at en stor andel av disse har lav bevissthet om at de er i nærheten av en nasjonalpark. Det ligger således et stort potensiale i å øke kunnskapen om nasjonalparken i disse gruppene med besøkende. Merkevarestrategien for Norges nasjonalparker rette seg mot de som ikke har stor kjennskap til verneområder. Sammenstillingen viser at Hallingskarvet har et stort antall personer som ligger i målgruppen for merkevarestrategien for Norges nasjonalparker. For å nå denne målgruppen bør det informeres og tilrettelegges på destinasjonene og etter hovedferdselsårene rundt nasjonalparken.

### 3 Mål og strategier.

#### 3.1 Hovedmål

Besøksforvaltningen til Hallingskarvet nasjonalpark skal sikre og ivareta verneverdiene i nasjonalparken. Innenfor denne rammen skal besøksforvaltningen gi gode opplevelser til besøkende, bidra til lokal verdiskaping og forståelse for verneverdiene i Hallingskarvet.

Delmål:

- Sikre og ivareta verneverdiene i et langsiktig perspektiv.
- Gi besøkende gode opplevelser gjennom høy kvalitet på innfallsporter, utkikkspunkt og naturinformasjonssenter.
- Utvikle tilrettelagte utkikkspunkt og attraksjoner.
- Gi besøkende mulighet til å oppleve stillhet og ro i Hallingskarvet.
- Sette Hallingskarvet og randområdene til Hallingskarvet i stand til å motta et høyt antall besøkende uten at dette over tid forringer verneverdiene.

- Bidra til økt verdiskaping i lokalsamfunnene rundt nasjonalparken gjennom gode opplevelser for besøkende og forbedret omdømme til Hallingskarvet.
- God samhandling med reiselivet, brukergrupper og kommuner i randområdene og i nasjonalparken.

## 3.2 Strategier og tiltak

Hallingskarvet nasjonalpark skal nå besøksstrategiens mål gjennom:

- Kanalisere ferdsel til områder som kan tåle høyt ferdselstrykk.
- Utvikle en høy kvalitet på alle møtepunkt mellom besøkende og nasjonalparken.
- Øke informasjonen og synligheten av Hallingskarvet nasjonalpark.

### 3.2.1 Kanalisere ferdsel til områder som kan tåle høyt ferdselstrykk.

I Hallingskarvet nasjonalpark er det overlappende arealbruk mellom folk og villrein. I områder med høyt ferdselstrykk av personer vil dette føre til at villreinen i mindre grad bruker området. Dette gjelder spesielt de østlige delene av Hallingskarvet og etter DNT stien mellom Finse og Geiterygghytta. For å sikre villreinen tilgang på beiter og å opprettholde trekkveiene mellom sommer- og vinterbeite og kalvingsområdet, er det viktig at ferdselen ikke øker i områder som i dag har lavt ferdselstrykk. I tillegg er det viktig å ikke stimulere til økt bruk av stier i områder som villreinen bruker i dag. Dette gjelder spesielt i de vestlige områdene, der økt ferdsel kan føre til en fragmentering av villreinens leveområde.

Hallingskarvet ligger i en region med stor turistaktivitet. I tillegg er Hallingskarvet et attraktivt turmål for hytteeiere og lokalbefolkningen i regionen. En stor andel av de besøkende ønsker å følge tilrettelagte stier og løyper. Erfaringer fra Prestholtstien, der tilrettelegging medførte en økning fra 6 000 til 27 000 besøkende på 3 år, har vist at nærområdene til Hallingskarvet responderer på tilrettelegging og markedsføring. Dette gir forvaltningen mulighet til å styre mye av trafikken i og rundt Hallingskarvet nasjonalpark.

Det høye antall besøkende på populære turstier tilsier at forvaltningen må gjøre aktive valg for å styre ferdsel. For å sikre og ivareta verneverdiene i nasjonalparken vil det å legge til rette for attraktive turer og attraksjoner til områder som kan tåle et høyt ferdselstrykk, være med på å skjerme større deler av nasjonalparken. Å skjerme deler av nasjonalparken for økt trafikk vil i tillegg til å sikre leveområdene for villreinen, gi et tilbud til besøkende som ønsker å oppleve mindre tilrettelagt natur, samt stillhet og ro.

Kanaliserings av ferdsel handler ikke kun om fysisk tilrettelegging. Hva som blir kommunisert ut til besøkende, reiselivsnæring og lokalbefolkning, er også viktige grep for å kanalisere ferdsel. Hvilke stier og områder som blir trukket fram, og hvilke områder som ikke blir kommunisert, er viktige tiltak i kanalisering av ferdsel. I tillegg vil informasjon og kunnskap om sårbarheten til viktige verneverdier være med på å øke forståelsen for at enkelte områder blir skjermet.

#### 3.2.1.1 Tiltak

- Utvikle attraksjoner, utkikkspunkt og turer utenfor nasjonalparken
- Støtte opp om arbeidet med å etablere nasjonalparksenter/naturinformasjonssenter
- Gjennom informasjon, styre besøkende til områder som tåler høyt ferdselstrykk
- Tilrettelegge utvalgte stier innenfor nasjonalparken til å tåle et høyt ferdselstrykk.

*Effekten av tiltakene skal være å:*

- *kanalisere ferdsel til turer og attraksjoner utenfor nasjonalparken*
- *gi besøkende en opplevelse av Hallingskarvet nasjonalpark uten nødvendigvis å være innenfor nasjonalparken*
- *Kanaliserer den ferdsel som er innenfor nasjonalparken til områder med stor ferdsel i dag*
- *skjerme områder med lite ferdsel slik at besøkende som ønsker stillhet og ro har gode turmuligheter*
- *skjerme områder med villrein for økt ferdsel*

### **3.2.2 Utvikle en høy kvalitet på alle møtepunkt mellom besøkende og nasjonalparken.**

Gode opplevelser for den besøkende er et mål i besøksstrategien. Merkevarestrategien for Norges nasjonalparker gir et god og velfundert beskrivelse av hvordan vi kan framstå ovenfor besøkende. Ved å implementere Merkevarestrategien for Norges nasjonalparker i møte mellom besøkende og Hallingskarvet, vil kommunikasjonen vi har ovenfor besøkende være av høy kvalitet, og samtidig være gjenkjennelig i forhold til andre nasjonalparker og profilering gjennom Innovasjon Norge.

De store konsentrasjonene av besøkende oppholder seg i områdene rundt nasjonalparken, på Geilo, Hol, Finse og etter de store ferdselsårene Rv7, Fv50 og Bergensbanen. På sammen tid ligger disse konsentrasjonene i geografiske områder som ligger inn under det nye merke for Norges nasjonalparker (Hol nasjonalparkkommune, Geilo nasjonalparklandsby og Finse helt i grensa til nasjonalparken). Dette gjør at vi kan ta ut en stor del av Merkevaren for Norges nasjonalparker, og at hovedtyngden av denne profileringen kan gjøres utenfor nasjonalparken.

Ved å utvikle destinasjonsnære utkikkspunkt, turer, attraksjoner og naturinformasjonssenter vil vi kunne gi opplevelser av natur og Hallingskarvet for nye grupper som ikke er så kjent med natur og nasjonalparker. Innenfor grensene til nasjonalparken skal fokuset for tilrettelegging rette seg mot tradisjonelle turgåere.

Lykkes besøksforvaltningen med å gi besøkende gode opplevelser vil dette være et viktig bidrag til lokalt næringsliv. Gjennom gode opplevelser og forbedret omdømme, vil dette gjøre det attraktivt for næringsaktører og arrangement å bruke Hallingskarvet i sin markedsføring og produkt utvikling. Ved å kunne tilby autoriserte guider vil lokalsamfunnet kunne øke denne verdiskapingen ytterligere.

#### **3.2.2.1 Tiltak**

- Implementere merkevarestrategien for Norges nasjonalparker på alle møtepunkt mellom besøkende og nasjonalparken.
- Iverksette et prosjekt som kartlegger og avklarer hvilke tilretteleggingstiltak som skal gjennomføres på eksisterende møteplasser mellom nasjonalparken og besøkende. I tillegg skal prosjektet kartlegge og avklare plassering og utforming på nye møteplasser mellom besøkende og nasjonalparken. Prosjektet skal omfatte både stistarter, utkikkspunkt, informasjonspunkt og naturinformasjonssenter.
- Bidra med kunnskap og rammefaktorer i forhold til å utvikle konseptet «nasjonalparkguiden», i et nært samarbeid og under ledelse av reiselivsnæringen selv.

*Effekten av tiltakene skal være å:*

- *ønske besøkende velkommen i møter med Hallingskarvet nasjonalpark*
- *øke opplevelsen og omdømmet til nasjonalparken*
- *gjennom å bli «ønskt velkommen» og et godt omdømme, gjøre det attraktivt for næringsaktører og arrangement å bruke Hallingskarvet i sin markedsføring og produkt utvikling.*
- *Øke verdiskaping i og ved nasjonalparken i forbindelse med guidede turer.*

### 3.2.3 Øke informasjon og synligheten av Hallingskarvet nasjonalpark.

Reiselivskartleggingen viser at Hallingskarvet nasjonalpark i liten grad blir brukt som arena for å utøve kommersiell virksomhet. Samtidig ser man at nasjonalparkstatusen i høy grad blir brukt for å markedsføre destinasjonene og arrangementer rundt Hallingskarvet. Gjennom besøksforvaltningen ønsker vi å bygge videre på dette. Ved tilby bilder og film som kan profileres på arrangement og ved destinasjonene er vi med på å forbedre omdømmet til Hallingskarvet. En aktiv rolle i informasjonsarbeidet gjør at forvaltningen selv sikre budskapet i kommunikasjonen av nasjonalparken.

Brukerundersøkelsen i randområdet til Hallingskarvet viste at det var lav kunnskap om at respondenten var i et område med nasjonalparker. Ved å gå inn i et samarbeide med Geilo nasjonalparklandsby og Hol nasjonalparkkommune og Visit Geilo, om en felles plan for profilering og utrulling av merket for Norges nasjonalparker, vil dette kunne gi oss en mulighet til å samordne informasjon som blir gitt under merkevaren. En samordning av informasjon gir oss mulighet til å samkjøre budskapet om nasjonalparken. Ved at alle aktører trekker i samme retning og samme budskap blir formidlet fra alle aktører, styrkes mulighet for å nå både kommersielle mål og målene for besøksforvaltningen.

Økt kunnskapen om naturverdier generelt og verneverdiene i Hallingskarvet spesielt er viktige grep for å verne om naturen. Rundt forvaltningen av Hallingskarvet er i dag flere tiltak som styrker bevisstheten om naturen rundt oss (se kap. 2.1.5). Disse tiltakene er rette mot lokalbefolkning, reiselivsaktører og skole. Støtte opp om det pågående arbeidet, samt videreutvikle kunnskapsformidlingen, vil være viktige tiltak for å fremme stolthet, forståelse for vern og verneverdier i Hallingskarvet.



### 3.2.3.1 Tiltak

- Økt synlighet på arrangement og i medier.
  - Bygge opp en pool av film og bilder.
  - Gå aktivt inn for å plassere informasjon om Hallingskarvet og merket for Norges nasjonalparker i medier og på arrangement.
- Utvikle en felles handlingsplan med Hol nasjonalparkkommune, Geilo nasjonalparklandsby og Visit Geilo for bruk og utrulling av ny merkeprofil for Norges nasjonalparker.
- Kurs om naturverdier for lokale reiselivsbedrifter og lokalbefolkning.

*Effekten av tiltakene skal være å:*

- *økt besøkendes bevissthet om at de er i område med nasjonalpark*
- *økt kunnskapen til besøkende om nasjonalparken*
- *gjøre det attraktivt for næringsaktører og arrangement å bruke Hallingskarvet i sin markedsføring og produkt utvikling*
- *skape lokalt stolthet og engasjement for naturverdiene i Hallingskarvet nasjonalpark.*

## 4 Tiltaksplan

For å lykkes med besøksforvaltningen i Hallingskarvet nasjonalpark vil dette kreve en aktiv forvaltning. Hvilke type tiltak som skal settes inn hvor, og når, vil være i endring. Behov kan endre seg, også rammevilkår som tilgang på økonomiske ressurser og ikke minst kunnskap om virkemidlene vil være i endring. Det er derfor viktig at arbeidet med de konkrete tiltak kan følge en dynamisk plan som kan endres med endrede behov og rammebetingelser.

Hallingskarvet nasjonalparkstyre ønsker å se tiltakene som avledes fra besøksstrategien sammen med det øvrige tiltaksbehovet i nasjonalparken. Konkrete tiltak som avledes av Besøksstrategien for Hallingskarvet, vil derfor bli ført videre inn i det årlige arbeidet med Tiltaksplan for Hallingskarvet nasjonalpark. Tiltaksplan for Hallingskarvet nasjonalpark er igjen grunnlaget for Bestillingsmøte med Statens naturoppsyn og søknad om tiltaksmidler gjennom Elektronisk søknadssenter (ESS).

Hallingskarvet nasjonalpark  
Geilo, 18.12.15

Trond Erik Buttingsrud  
Nasjonalparkforvalter

## Litteraturliste:

*Kartlegging av reiselivet i og rundt Hallingskarvet nasjonalpark, 2015.* Trond Erik Buttingsrud, upublisert.

*Merkevarestrategi for Norges nasjonalparker.* Snøhetta design – designmanual.norgesnasjonalparker.no

*NINA Rapport 551, Ferdsel i villreinens leveområde,* Olav Strand, Vegard Gundersen, Manuela Panzacchi, Oddgeir Andersen, Tobias Falldorf, Roy Andersen, Bram Van Moorter, Per Jordhøy, Kirstin Fangel

*NINA Rapport 634. Villreinen i Nordfjella - Status og leveområde,* Olav Strand, Per Jordhøy, Anders Mossing, Per Aksel Knudsen, Lars Nesse, Harald Skjerdal, Manuela Panzacchi, Roy Andersen og Vegard Gundersen

*NINA Rapport 850. Friluftsliv og turisme i Nordfjella villreinområde,* Line Camilla Wold, Vegard Gundersen, Ingrid Nerhoel, Olav Strand, Manuela Panzacchi, John Gunnar Dokk, Oddgeir Andersen

*NINA Rapport 1013, Villrein og ferdsel i Rondane. Sluttrapport fra GPS-merkeprosjektet 2009–2014.* Olav Strand, Vegard Gundersen, Per Jordhøy, Roy Andersen Ingrid Nerhoel, Manuela Panzacchi og Bram Van Moorter

*NINA Rapport 1109. Brukerundersøkelser i Hallingskarvet og Varangerhalvøya nasjonalparker, sommeren 2014,* Odd Inge Vistad, Vegard Gundersen og Line C. Wold

*NINA Temahefte 51, Horisont Snøhetta.* Olav Strand, Frode Flemsæter, Vegard Gundersen og Katrina Rønningen

*Rapport undersøkelse i Hallingskarvet Nasjonalpark, 2015.* Spørreundersøkelse utfør av Visit Geilo, Pål Knutsson Medhus, upublisert.

*Rovfugl i Hallingskarvet nasjonalpark – rapport fra kartleggingsarbeid 2014,* Lars Egil Furusest og Per Furusest. Unntatt offentlighet.

*Verneplan for Hallingskarvet, Kulturminner, Rapport nr. 5-2003,* Hilde Roland og Anne Merete Knutsen