



**Jotunheimen
nasjonalpark**

Ny merkevare- og besøksstrategi for Norges nasjonalparker
Pilot Jotunheimen, Utkikkspunkt Sognefjellet

Nasjonalparkforvaltar Jotunheimen, Kari Sveen



Jotunheimen
nasjonalpark

Foto: Thor Østbye

Besøksstrategi Jotunheimen 2013-2017 behandla av nasjonalparkstyret 07.11.12

Norsk Fjellsenter, Lom
Besøkssenter og forvaltningsknutepunkt



Forvaltningsknutepunkt 2:
Luster kommune, Gaupne



Utladalen Naturhus, Årdal
Naturinformasjon

Besøksstrategi for Jotunheimen nasjonalpark og Utladalen landskapsvernområde 2013-2017



"En viktig del av varumärkesutvecklingen av Sveriges nationalparker är att välja väg och prioritera". Statens Naturvårdsverk



Jotunheimen
nasjonalpark

Mål og hovudstrategiar i den vedtekne besøksstrategien

1. Leggje til rette for å gje gjestene ei betre oppleving

Tilrettelegging på innfallsportane og heilskapleg informasjonsstrategi

2. Bidra til verdiskaping i lokalsamfunna rundt parken

Forvaltninga sitt bidrag til økonomisk verdiskaping er hovudsakleg *indirekte*, ved å sørge for at dei besøkande får ei god oppleving gjennom informasjon og tilrettelegging
Tiltak retta mot å auke opphaldstida – verdiskaping

Brukarundersøkingar: Nasjonalparken på ein time

3. Bidra til å ta vare på naturverdiane

Jotunheimen er eit robust område som toler bruk. Dei største utfordringene med bruk i forhold til å ivareta verneverdiene er:

- Slitasje/erosjon på enkelte stiar
- Villreinstammen i Vest-Jotunheimen
- Manglar utfyllande sårbarheitsanalyser – m.a. når det gjeld rovfugllokalitetar, utført for austsida – vestsida under arbeid



Jotunheimen
nasjonalpark

Tiltak i vedtatt strategi

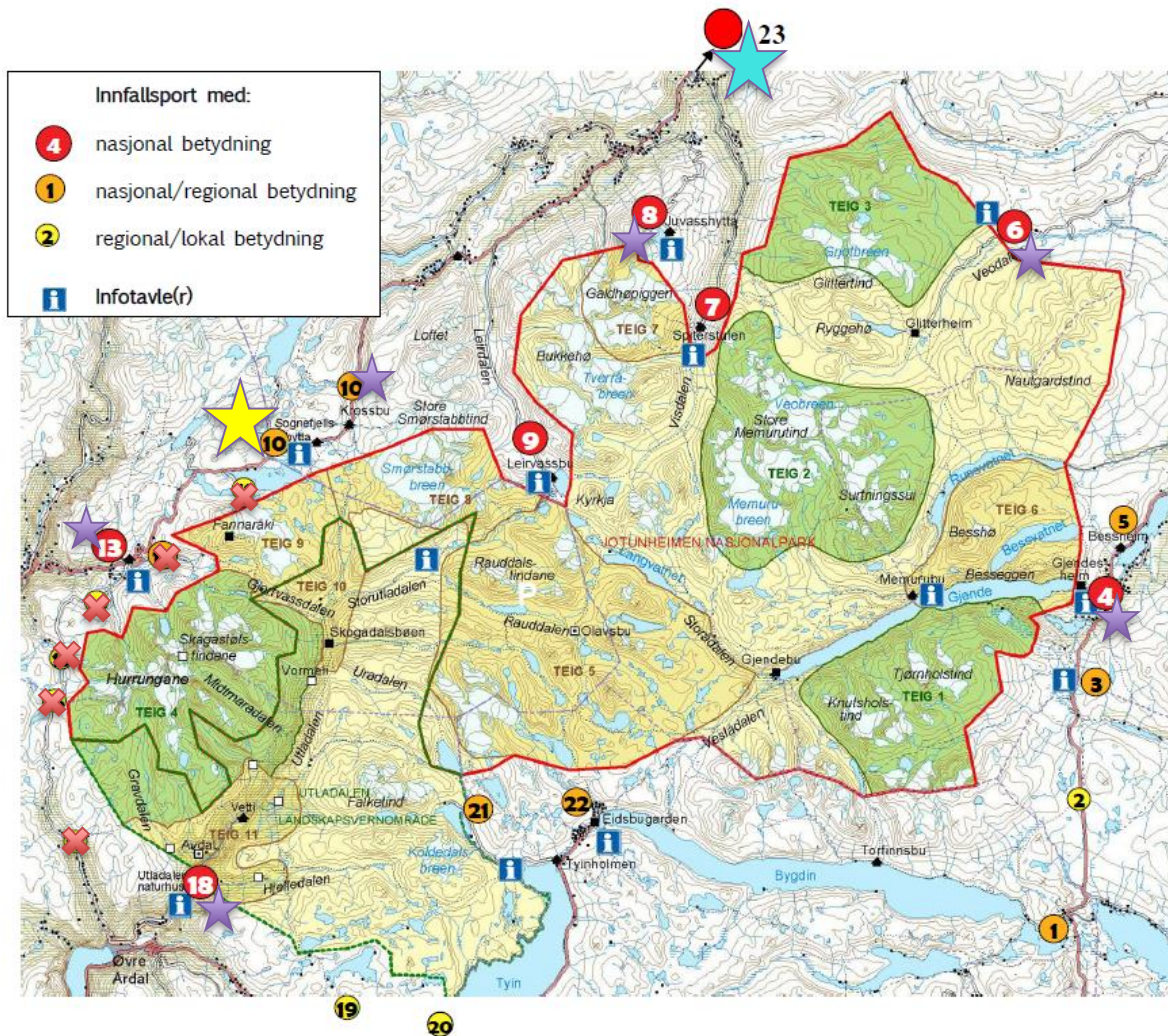
2013	Internettportal
2012- 2013	a. Gjennomgang av skilting b. Bestemme prototype for skilt og stativ
2013- 2017	a. Tilrettelegge for timesopplevingar ved Turtagrø, Gjendesheim og Utladalen
	b. Tilrettelegge for dagsopplevingar ved Juvvatnet, Utladalen og Gjendesheim
	c. Fornyning og eventuell utviding av utstillingar ved nasjonalparksenteret



Jotunheimen
nasjonalpark

Behov for revisjon av besøksstrategien

- Vedlegg til forvaltningsplanen, som er under revisjon
- Oppdatering i tråd med ny mal
- Brukarundersøking 2019-2020
- Sårbarheitsvurdering og utvikling av strategiar/tiltak for å hindre skader/slitasje på sårbare artar og område
- Utforme mål / strategiske grep, og prioritere konkrete tiltak
- Tal innfallsportar må reduserast og definerast



Figur 11 Innfallsporter

1. Bygdin
2. Valdresflya UH
3. Vargebakken
4. Gjendeosen
5. Bessheim
6. Veodalen
7. Spiterstulen
8. Juvflye
9. Leirvassbu
10. Krossbu/Sognefjellshytta
11. Prestesteinsdammen
12. Helgedalen
13. Turtagrø
14. Ringsdalen
15. Soleiebotnen
16. Berdalen
17. Fardalen
18. Utladalen
19. Sletterust
20. Tyinosen
21. Koldedalen
22. Eidsbugarden
23. Lom Nasjonalparklandsby og Norsk Fjellmuseum

Forvaltning
etter
sonedeling.

Streng
praksis i
grøne soner.

Kan ikkje
tilrettelegge
informasjons-
punkt på alle
desse, må
prioritere.



**Jotunheimen
nasjonalpark**

Sortering i type innfallsport og prioritere eventuell tilrettelegging

INFORMASJONSPUNKT



- aktuelt i tilknytning til alle nasjonalparker
- ofte i tilknytning til andre aktørers stoppesteder (rasteplasser, utsiktspunkt, ved bom, infotorg mv)
- brukergrupper; alle
- skilt og tavler (evt benker)
- informasjon/budskap avklart i en informasjonsplan
- investering: opp til 0,25 mill + årlige driftsutgifter

STARTPUNKT



- aktuelt for nasjonalparker med etablert stinett
- avklart i forvaltningsplanen
- det beste utgangspunktet for turgåeren
- ligger ofte langt unna hovedferdselsåre og er nødvendigvis ikke et attraktivt eller egnet område for opphold
- parkering og informasjon
- informasjon rettet mot turgåer
- investering: fra 0 - 1 mill + årlige driftsutgifter

Turtagrø, Krossbu, Leirvassbu,
Spiterstulen, Veodalen,
Eidsbugarden, Bygdin

Gjendesheim, Utladalen,
Juvasshytta

UTKIKKSPUNKT



- aktuelt for nasjonalparker med høyt besøksgrunnlag og høy attraksjonsverdi
- store krav til tomt
- bredt tilbud til alle grupper av besøkende skal være en attraksjon og et besøksmål i seg selv
- visuell profilering av merket med alle elementer
- investering: fra 2 - 5 mill + driftsutgifter

Sognefjellshytta



Jotunheimen
nasjonalpark

Pilotforsøk på besøksforvaltning i 4 nasjonalparker

Oppdrag
Jotunheimen –
INNFALLSPORT /
Utkikkspunkt



Vi skal velja ein plass for utvikling av
ein innfallsport til nasjonalparken

Vil profileringa av innfallsporten
trekke til seg fleire besøkande til
parken?

Kvar vil vi ha meir besøk?

Kvar kan vi ha meir besøk og
samtidig ta omsyn til verneverdiane?



Jotunheimen
nasjonalpark

Før:



Foto Råmund Mundhjeld

Vart det slik vi tenkte?



Foto Råmund Mundhjeld



Jotunheimen
nasjonalpark



VEILEDER

M-417/2015

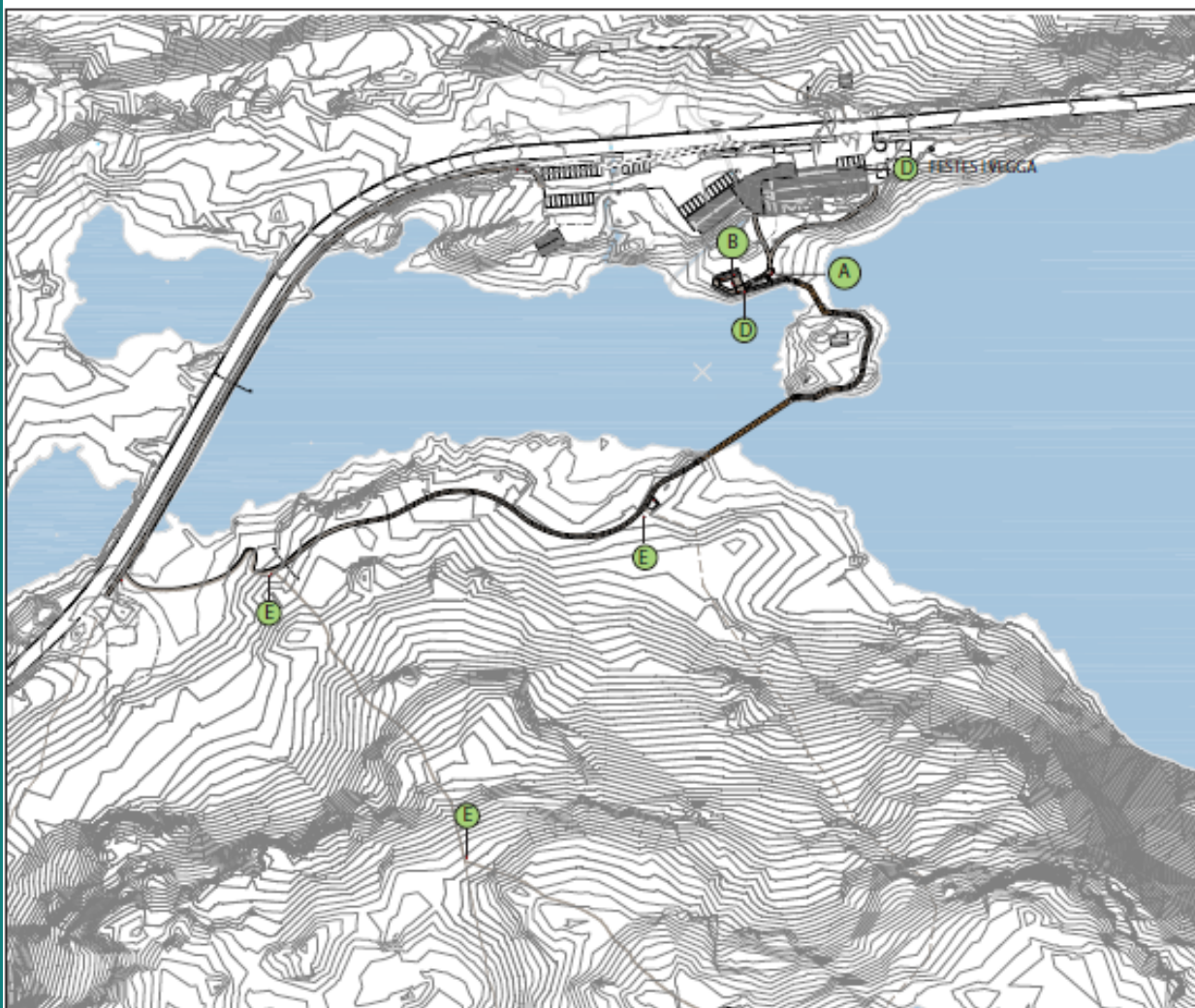
Innfallsporter

Informasjonspunkt, startpunkt og utkikkspunkt



Organisering av innfallsporten

Den besøkende skal oppleve at innfallsporten er enkel å orientere seg i. Bevegelsen fra parkering og fram til starten av en sti som fører ut i nasjonalparken skal på en uanstrengt, logisk, praktisk og pedagogisk måte lede gjesten videre. Universell utforming skal vektlegges.



A PORTALSKILT STORT



B INFORMASJONSPUNKT MEDIUM



C PORTALSKILT LITE



D INFORMASJONSPUNKT, ANVISNING,
UNIVERSELL UTFORMING



E INFORMASJONSPUNKT, ANVISNING,
UTEN UNIVERSELL UTFORMING





Jotunheimen
nasjonalpark

Utkikkspunkt Sognefjellet





Jotunheimen
nasjonalpark

Merkevaren *Norges Nasjonalparker*: Positiv tilrettelegging
Styre besøkende mot bestemte område og innfallsportar





Ferdsestelling / SNO

Stimerking og tilrettelegging for kanalisering av ferdsel





Lite portalskilt – langs
stien mot Fannaråken
og Skogadalsbøen







Foto: Live Andrea Sulheim





Jotunheimen
nasjonalpark

Men besøkande kjem også til område der auka ferdsel kan vera belastning på verneverdiane

*(For stor trafikk, på sårbar
årstid, uønska oppførsel)*



Jotunheimen
nasjonalpark

Ta vare på villreinen
– den første
fjellvandraren!

Protect wild reindeer –
they were the first to roam
our mountains!



Foto: Kjell Nyegård

Då isen drog seg tilbake for 10-12000 år sidan, trekte villreinen etter brekanten. Menneska følgde etter. Noreg har den siste villreinen i Europa, og det gjev oss eit særleg ansvar for at dei overlever.

When the ice melted 10-12000 years ago, reindeer followed, soon accompanied by man. Norway is the only country in Europe having wild reindeer and therefore we have a special responsibility for their survival.

Villreinen er tilpassa eit liv i høgjellet, og vandrar over store område for å finne beste beitet. Villreinen er den arten som best kan nytte næringsi i lav. Om våren og sommaren følgjer villreinen snøsmeltinga, på leit etter dei forskaste vekstene, som gjev verdifull opplagsnæring til vinteren. For å unngå insektplåger er det viktig at reinen har uhindra tilgang til snøformer og beiar på varme somrardagar, og samtidig ha kort veg ned i terreng med god tilgang på beiteplanter.

Reindeer are adapted to living in the high mountains and trek wide areas to find the best grazing lands. They are the species that best can make use of the nourishment in lichen. In spring and summer reindeer follow the melting of snow, seeking as fresh plants as possible to give them necessary food reserve for the coming winter. To escape insects reindeer need free access to snowfields on hot summer days, and at the same time stay a short way from good grazing grounds.

Menneska har jakta på villrein i fleire tusen år og dyra er derfor veldig sky. Om vinteren er villreinen spesielt sårbar, og dersom ein skiløpar skremmer flokken brukar reinen dyrbar energi på flukt. Stadige forstyringar kan blokkere trekkruiter og hindre simlene å kome til kalvingsområda. Dersom du møter på villrein er det derfor viktig at du held god avstand. Følg aldri etter flokken!

Man has hunted reindeer for thousands of years, therefore they are extremely shy. In winter reindeer are vulnerable and if frightened, they use up much energy to run away. Hikers may block their trekking routes and prevent female reindeer from finding their calving areas. If you meet reindeer, keep a good distance and do not follow them!

Villreinstammen i Vest-Jotunheimen har om lag 300 villrein i vinterflokk. Om vinteren står dei på dei avblåste ryggane i Hurrungane, og om våren trekker dei fleste simlene sarvestover mot kalvingsområdet Bukkane toler meir forstyring, og om våren kan du sjå dei beite ved Turtagna.

The wild reindeer flock in Western Jotunheimen count about 300 animals. In winter they roam the naked ridges in Hurrungane. When spring comes, most of the females trek to their calving areas further southwest. Male reindeer are not so easily disturbed and in spring they may be seen grazing near Turtagna.

Skyeste dyret utøver fullstendig for alle flokken når dei vert ubestøtt for forstyring. I vestlige fjellene.
Meitig dyr tilpassa liv i høgjellet. I vestlige fjellene.
Kalkene treng no. I vestlige fjellene.

The shyest animal releases a flight reaction for all the flock when they are disturbed.
Powerful animals adapted to life in high mountains.
Show consideration.



Jotunheimen
nasjonalpark

Turtagrø – startpunkt, endra



Kanalisering og informasjon
om sårbar natur - villrein



Jotunheimen
nasjonalpark

Krossbu

Startpunkt,
nytt





Jotunheimen
nasjonalpark

Gjende – startpunkt, samlokalisering med Nasjonale Turistveger





Jotunheimen
nasjonalpark

Kvalitetskrav:

Samlokalisering med andre aktører forutsetter at merkets visuelle profil eller budskap ikke forsimples eller framstår som utydelig.

Forvaltningsmyndighetens informasjon på tavler jf. skiltstandard skal framstå som samlet, tydelig og stå adskilt fra andre avsendere.





Jotunheimen
nasjonalpark

Har arbeidet med
pilotprosjektet styrka
oppslutninga om vern
av naturarven lokalt?





Foto Live Andrea Sulheim

Merkevaren er eit synleg og positivt element - der det blir tilrettelagt

Men merkevaren synest å vera lite synleg utanfrå – blir oppdaga først når du kjem til ein plass med fysisk tilrettelegging?



Jotunheimen
nasjonalpark

To som har
forstått kva
portalskiltet
skal brukast til!

