



# Mal for nettside er klar!

En fleksibel og brukervennlig webbløsning, tilpasset bruk av alle aktører under Norges nasjonalparker.



## Fleksibel design

Designet av de nye nettsidene for aktørene under Norges nasjonalparker tar høyde for stor variasjon i kommunikasjonsbehov og bruk. Nettsiden er designet med to hovedfokus; god brukervennlighet og økt tilgjengeliggjøring av naturen. Resultatet er en løsning med en tydelig og enkel navigasjon, ryddig presentasjon av innhold og bevisst bruk av gode bilder og enkle tekster som beskriver og inspirerer til bruk av naturen. Nettsiden er tilpasset alle flater fra nett til mobil og er bygget på Wordpress for at dere enkelt kan oppdatere og tilpasse – både nå og i årene fremover.

## Tydelige også på nett!

Med webdesign for merkevaren Norges nasjonalparker på plass blir vi nå også tydelig på web og

mobil. Den felles identiteten knytter aktørene sammen og virkeliggjør kundereisen fra inspirasjon på nett – til besøk i nasjonalparken eller besøksenter. Det er ingen plikt å lage nettside, men har du behov eller ønske om det, så er dette en svært god løsning.

Her kan du se webdesignet: <http://snohetta.prototype.com/nn-web/>

## Tilgjengelig for alle

Webdesignet er tilgjengelig i designmanualen og kan benyttes av alle aktørene under merkevaren. Aktørene må selv bekoste implementeringen av designet på egne nettsider, og står fritt til å velge leverandør. Snøhetta, som har utviklet designet på oppdrag fra Miljødirektoratet, tilbyr en fastpris på 75 000,- eks. mva. for standardløsningen.

Ta kontakt med [haraldaas@snohetta.com](mailto:haraldaas@snohetta.com) for et detaljert tilbud.



# Materialbruk og fundamentering

Dette er det de fleste av dere lurer på. Nå jobber vi med testing. Målet er å få gode løsninger på plass for pilotene, som dere alle kan dra nytte av. Her er litt informasjon om prosess og fremdrift.

## Metallet i platene, jern/stål – materialkvalitet?

Det er jern- eller stålplater S355 som skal brukes i skiltene (ikke cor-ten som har vært sagt tidligere), Det vil bli lagt ut en konkretisering av materialbruk i designmanualen om det skal være jern eller stål og i hvilken kvalitet. Det er meningen at metallet skal framstå som rent og IKKE som rustet (cor-ten er rustet). Da må platene overflatebehandles. Hvordan det skal gjøres testes nå.

Den ene testen skal sjekke om platene kan behandles med epoxy, og om de i så fall må forbehandles før epoxy påføres. I tillegg så tester vi om platene kan sprøytelakkeres med klarlakk. Det blir også testet hvordan skrift skal påføres platene på best mulig måte.

Når testene er utført, vil vi få anbefalinger om hvordan vi skal overflatebehandle metallet, hvordan vi påfører skrift og ev. også hvordan feste glassplater til metallplatene.

## Fundamentering og innfesting av platene til fundamentene

SINTEF er engasjert for å lage prinsippsskisser for fundamenteringen. Det vil også omfatte «oppskrifter» for enkle beregninger av krefter skiltene utsettes for, og hvordan vi best kan dimensjonere fundamentene ut fra de ulike grunnforholdene. Dette skal innarbeides i en enkel veiledning for forvaltere og andre som skal sette opp skilt. Snøhetta er engasjert for å lage skisser for festing av platene til fundamentene. Det er viktig at dette gjøres på en måte som ikke bryter med uttrykket skiltene forøvrig skal ha. Sognefjellet blir en testlab for fundamentering og innfesting av skiltene.

Med det som er omtalt ovenfor har vi tatt fatt i de løse trådene når det gjelder skilt. Vi får avklart hva slags metall det skal være i platene (jern, stål, kvalitet) og hvordan metallet skal overflatebehandles.

Vi får enkle "oppskrifter" for ikke-fagfolk for hvordan sette opp skiltene. De vil ta for seg hvordan vi skal dimensjonere fundamenter for skiltene og hvordan vi fester platene til fundamentene. De vil også gi enkle råd om hvordan vi kan anslå belastninger/krefter skiltene utsettes og hvordan vi skal sikre god fundamentering under forskjellige grunnforhold.

Vi har ikke svar på alle disse spørsmålene nå, men vi får det, og vi synes det er svært viktig å gjøre dette forarbeidet grundig slik at vi unngår trøbbel når dette skal implementeres over hele landet.

# Hornøya - et naturreservat vi må ta ekstra godt vare på!



Tormod Amundsen © E

Fotoksjul på Hasselneset, med utsikt til Hornøya. Foto: Tormod Amundsen / [www.biotope.no](http://www.biotope.no)

## Store utfordringer knyttet til sårbarhet

I tillegg til de fire nasjonalparkpilotene følger vi også opp noen andre, slik som for eksempel Hornøya, som noen av dere sikkert har sett på NRK nå i sommer. Der er det helt andre problemstillinger og utfordringer vi står overfor når vi nå skal rulle ut i full skala der oppe. Her er det relativt store utfordringer knyttet til uønsket ferdsel, og et av våre mål er å nå de besøkende, både de til fots og til vanns, med god og faktabasert informasjon om ferdsel.

Området er svært sårbart på grunn av store sjøfuglkolonier. Vi samarbeider nå tett med lokal vernemyndighet og synes det er svært spennende å se hvordan et mindre verneområde kan ta ut merkevaren slik at vi oppnår det vi ønsker.

## Infopunkt for mindre verneområder

Det er sikkert mange av dere som allerede har skjønnet det, men det store infopunktet med et stort kart er mest egnet for landområder med store arealer; det vil si nasjonalparker og større landskapsvernområder. For et lite område vil det bli feil å prioritere kartet på samme måte. Det medfører at det for mindre områder er naturlig å ta i bruk temaplakatmalen, også når det skal lages et stort infopunkt.

Denne malen finnes i de samme formatene som den store kartplakaten, men har en annen vektlegging av de ulike modulene (boksene med innhold) i plakaten. Her kan du i større grad løfte fram enkelte svært sårbare arter eller naturtyper, ferdselsrestriksjoner eller andre spesielle ting knyttet til akkurat dette området. Vi har stor tro på å gi god og kunnskapsbasert faktainformasjon for å oppnå ønsket resultat.

I mindre verneområder kan dere med andre ord nedprioritere det store kartet og de tilhørende kartikoner til fordel for andre kommunikasjonsbehov. Det er fortsatt et ønske om at språk prioriteres likt, altså tre språk, enten det er standarden som er bokmål/nynorsk, engelsk og tysk, eller ulike samiske eller kvenske språkformer der dette er naturlig.



Fotoskjul på Hornøya. Foto: Tormod Amundsen / [www.biotope.no](http://www.biotope.no)

## Produksjon av nytt materiell

Fra nå av skal det kun designes og trykkes informasjonsplakater i tråd med ny merkestrategi.

Fylkesmannen er forvaltningsmyndighet for de fleste små verneområder, og antall områder er stort. Før det lages nytt materiell må dere vurdere behovet for ny informasjon samlet for "deres områder".

Noen eksempler på verneområder som bør prioriteres er de som:

- er bynære
- er mye besøkt
- tåler mer besøk
- har høyt konfliktnivå
- har helt unike verneverdier og/eller sårbar natur som det bør informeres om

Med dette som utgangspunkt bør det lages en forenklet besøksstrategi for aktuelle små verneområder, med utgangspunkt i veileder M-415 | 2015

## Leverandører av stål, glass og design

Vi oppfordrer alltid til lokal verdiskaping i produksjon. Dersom du ikke kjenner noen som kan levere det du trenger, ta kontakt med Miljødirektoratet.

Når det gjelder design så krever oppsetting av nye skilttavler innenfor de nye malene bistand fra noen som kan benytte profesjonelle verktøy for kartproduksjon og publisering. Disse må ha tilgang på alle farger, fonter, piktogrammer eller andre ting som kreves av designmanualen. Ut over dette gir ikke Miljødirektoratet noen føringer på hvilke firma som kan benyttes. Som veiledning gir vi likevel en oversikt over designere vi vet har nødvendig kompetanse. De kan ha ulike timepriser så det kan lønne seg å ta kontakt først for å få en totalpris for jobben:

**Design;**

[Guri Jermstad AS](#)

[Klipp og Lim](#)

**Stål:** [Tronrud engineering](#)

## Brevmal for styrene

Som i alle prosesser så finner vi ut saker og ting ved å prøve oss fram, og slike maler er erfaringsmessig en utfordring. Nå har vi kommet frem til en brevmal som skal være både funksjonell i bruk og samtidig se bra ut - og er utformet i samsvar med vår profil. Brevmalene må dere passe på å justere detaljene i selv, både adresse og kontaktdetaljer i topptekst, og verneområdene som skal settes inn i bunntekst. Malen er utviklet slik at den skal «snakke med» e-phorte, fylkesmennenes saksbehandlingsverktøy.

## Powerpointmal

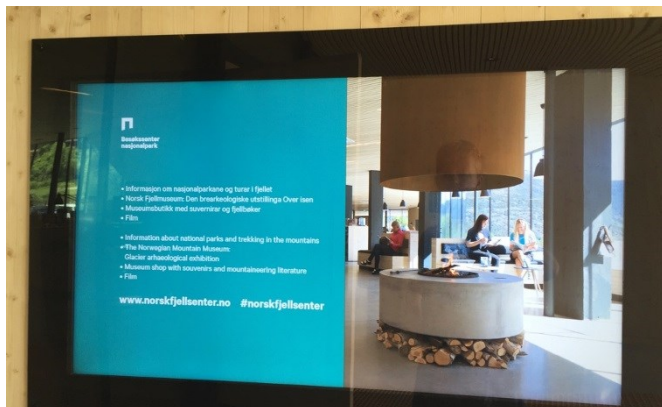
Powerpointmalen er også utbedret siden forrige versjon. Vi har laget færre sider og økt brukervennligheten. Dere må fortsatt sette inn egen logo, men det ligger nå ved en skikkelig oppskrift på hvordan dette enkelt kan utføres, og det er også tatt høyde for forskjellene på Mac og PC og Office 2010 og 2013. Vi har lagt vekt på å bruke en kombinasjon av logo, bilder og farger for å få frem hele profilen.



Miljødirektoratets Bente Rønning på tur i Lom. Foto: familiemedlem

## Kundereisen starter i Lom!

Prosesen med å etablere en fullstendig kundereise innenfor merkevaren er i gang. Tar du turen fra Lom til Turtagrø, så vil du se eksempler .



Informasjonsskjerm i Besøksenter nasjonalpark Jotunheimen, Reinheimen og Breheimen, i Lom . Foto: Mai Bakken

Det er svært morsomt å se bildene strømme inn fra hele landet. Implementeringen av merkevaren går sin gang, og vi setter stor pris på å få bilder fra dere. Flaggene har alle fått, og noen få har også begynt med skilting utenfor sentre, eller i felt. Først og fremst er det jo pilotene som skal ta det i bruk, slik at vi kan få testet materialbruk og gjøre oss noen erfaringer knyttet til fundamentering.

## Hva er høy kvalitet?

Kvalitet i denne sammenhengen betyr at det vi setter opp skal være gjennomtenkt, robust og at plasseringen skal reflektere forvaltningsplan og besøksstrategi.

Det betyr at hvis du allerede har et skiltstativ, en vegg eller annen infrastruktur som er pent, bestandig og tåler å bli brukt igjen, så er det greit. Det medfører også at det som ikke holder mål når det kommer til materiale, plassering og design skal byttes ut.



Flaggene hos Besøksenter nasjonalpark i Lom . Foto: Mai Bakken

## Viktige verktøy i arbeidet

Vi har ulike publikasjoner som skal hjelpe dere å planlegge arbeidet fremover.

- Merkevere: [Norges nasjonalparker](#)
- Skiltsystemet: [Designmanual](#)
- [M-415 | 2015](#)  
Veileder for besøksforvaltning i norske verneområder
- [M-457 | 2015](#)  
Sårbarhetsvurdering i verneområder
- [M-416 | 2015](#)  
Planlegging og gjennomføring av brukerundersøkelser
- [M-417 | 2015](#)  
Innfallsporter
- [M-481 | 2015](#)  
Opprettelse av verneområder etter naturmangfoldloven

## Prioritering av kart

Kart er en viktig del av den ny merkevaren Norges nasjonalparker og vil bli brukt aktivt, både for å dekke et informasjonsbehov, men også for å ta besøksstrategiske grep. Informasjon vil være et verktøy for å lede folk inn i områder som tåler det, og vekk fra de områdene som ikke tåler det, basert på eksisterende eller ny kunnskap om området.

Når du produserer kart er det viktig at du tar stilling til hvilket utsnitt du skal ha. Høyde og bredde på kartet skal defineres i designmanualen under de ulike skiltene/plakatene.

Forvaltningen skal i samråd med en designer utarbeide et kart som reflekterer besøksstrategien for området. Her henviser vi til pilotene som alle har kommet langt i denne prosessen.

## Hvem hører inn under merkevaren Norges nasjonalparker?

- Nasjonalparker og øvrige verneområder.
- Besøksentre for nasjonalpark, rovdyr, villrein, verdensarv og våtmark.
- Nasjonalparklandsbyer.
- I tillegg ser vi på hvilke kriterier som må ligge til grunn for at nasjonalparkkommunene kan ta i bruk merkevaren.

## Alt du trenger å vite om merkevaren:

Alle elementer av merkevaren for Norges nasjonalparker ligger tilgjengelig [her](#)

Alle henvendelser i forbindelse med merkevaren skal gå til [merkevare@miljodir.no](mailto:merkevare@miljodir.no)



**Norges  
nasjonalparker**

