

Enkel besøksstrategi for "navn på verneområdet/verneområdene"  
"Navn på forvaltningsmyndighet"

## Mal for enkel besøksstrategi



Viewpoint Snøhetta, Hjerkin Foto: Glen Musk

[Besøksforvaltning og implementering av ny merkevare henger nøye sammen. God kommunikasjon og visuell profil er viktig for å skape en felles identitet for verneområder.

I mange verneområder er det få og relativt enkle problemstillinger knyttet til besøk. Da er det unødvendig å lage omfattende strategier, jf. veileder for besøksforvaltning ([M-415](#)). Det er likevel nyttig å planlegge systematisk hvordan man vil ta imot de besøkende på en god måte, og slik at det ikke går ut over naturverdiene. Det er ikke størrelsen på området som avgjør hvor omfattende strategien blir, men kompleksiteten i utfordringene.

I dette dokumentet brukes samme oppsett som malen for besøksstrategi i veilederen (Side 14). Her forklarer vi hva som kan reduseres, eventuelt kuttes helt ut, der det er få og enkle problemstillinger knyttet til verneområdet. Disse er merket med teksten "- ved behov". **Det som må være med, er markert med grønt.** Ut over dette må forvaltningsmyndigheten selv vurdere om det er nyttig å ta i bruk flere verktøy fra veilederen

Strategien kan lages for ett enkelt område, eller en gruppe verneområder, f.eks. områder med samme tema/utfordringer, som ligger nær hverandre etc.]

Enkel besøksstrategi for "navn på verneområdet/verneområdene"  
"Navn på forvaltningsmyndighet"

## Sjekkliste for arbeidet med å lage en enkel besøksstrategi.

[Sjekklista er kun for å planlegge arbeidet, og skal ikke tas med i strategidokumentet]

For 2017 viser Miljødirektoratet til brev til fylkesmennene om behov for tiltaksmidler og bestilling av tjenester fra SNO, med føringer knytta til besøksforvaltning og implementering av ny merkevare. Målet med disse føringene er primært å:

- etablere gode rutiner for å lage informasjon og tilrettelegging i tråd med merkevaren for "Norges nasjonalparker"
- øke oppmerksomheten om den besøkende, samtidig som sårbare naturverdier beskyttes

Noen ganger kan "behov" og "produkt" forenkles mye, f.eks. til å gjelde hvilken informasjon som trengs, aktuelle informasjonspunkt, typer informasjon etc. På sikt er målet at besøksstrategier faller på plass innenfor den ordinære forvaltningen av verneområde. For områder der det lages forvaltningsplan, bør strategien innarbeides i en slik plan.]

Veileder for besøksforvaltning ([M-415](#)) har en tredelt oppbygging knyttet til det å planlegge, lage og å gjennomføre en besøksstrategi. Denne inndelingen kan også være nyttig for enklere oppgaver:

### Planlegging

Avgrens arbeidet:

- Bør noen problemstillinger drøftes med andre interessenter (Eks.: grunneiere, naturoppsyn, reiselivsaktører, interesseorganisasjoner etc.)?
- Lag et kort dokument som beskriver utfordringene og hva man vil oppnå, jf. mal for "enkel besøksstrategi" (se under).
- Formuler konkrete behov og hvilke "produkter" som trengs.

Avklar behov for kompetanse tidlig, og gjør avtaler om:

- grafisk formgiving
- kart/kartografi
- leverandør av: trykk, plakater, tavler, tekniske løsninger, fundamentering etc.

### Utforming

Utforme produkter:

- tekst/budskap
- kart
- bilder
- andre ting ...

### Gjennomføring

Det som skal gjøres med det som produseres:

- Fundamentering, montering og utplassering
- åpne eller lansere noe
- andre ting ...

Enkel besøksstrategi for "navn på verneområdet/verneområdene"  
"Navn på forvaltningsmyndighet"

## Mal for enkel besøksstrategi

*(Støttetekst i kursiv slettes i endelig dokument)*

### 1. Innledning

*[Skriv kort om hva du vil oppnå og hva som ev. skal lages for å bidra til dette.]*

---

*[Dersom det er flere og/eller "kompliserte" problemstillinger kan det være lurt å omtale dette bredere i egne underkapittel]*

#### 1.1 Formål - ved behov

#### 1.2 Kort om rammeverk - ved behov

*[Rammene for arbeid med besøksforvaltning er naturmangfoldloven, verneforskriften, eventuelle forvaltnings-/skjøtselsplaner for verneområdet. Der myndigheten er lagt til et nasjonalpark-/verneområdestyre er også vedtektene en del av rammeverket.]*

### 2. Kunnskapsgrunnlaget

*[Skriv kort om verneverdiene. Ta utgangspunkt i ting som nevnes i verneforskrift, omtale av området i Naturbase og eventuelle forvaltnings-/skjøtselsplaner. Kunnskapsmangler nevnes også her, eventuelt i aktuelle underkapittel. Bruk gjerne bilder og kart for å beskrive dette. Få også fram kunnskap om bruk av og ferdsel i området]*

---

#### 2.1 Sårbare naturverdier

*[Dette skal alltid være med. Hvis forvaltningsmyndigheten mener dette ikke er relevant å ta opp, skal avgjørelsen likevel forklares og begrunnes.]*

---

#### 2.2 Reiselivet - ved behov

*[Kan utelates dersom slike aktører ikke er aktuelle eller relevante, og dersom det heller ikke er noe mål om å tiltrekke seg slike aktører.]*

---

Enkel besøksstrategi for "navn på verneområdet/verneområdene"  
"Navn på forvaltningsmyndighet"

### 2.3 Den besøkende

*[Beskriv hvem som er hovedmålgruppen: lokale innbyggere ifm. fritidsbruk eller næringsvirksomhet, tilreisende, eller kombinasjoner av dette. Beskriv eventuelt hva som er, eller antas å være den/de viktigste opplevelsen(e) i området.]*

---

### 2.4 Annen relevant kunnskap - ved behov

---

### 2.5 Sammenstilling og situasjonsanalyse av kunnskapen - ved behov

---

## 3. Mål [og strategiske grep - ved behov]

### 3.1 Mål med besøksforvaltning

*[Beskriv hva vil du oppnå, fordelt på disse elementene:*

- *mål for verneverdiene*
- *[mål for reiselivet - dersom aktuelt/relevant]*
- *mål for de besøkende*

*Målene skal være konkrete og realistiske. Bruk gjerne bilder og kart for å beskrive dette. Utgangspunktet for denne vurderingen trenger kun å være at noen besøker eller bruker området. Spørsmålet er da hvordan forvaltningsmyndigheten ønsker å håndtere dette. En besøksstrategi trenger mao. ikke å bety at det skal være noe eget mål å tilrettelegge for at flere skal besøke området.]*

---

Enkel besøksstrategi for "navn på verneområdet/verneområdene"  
"Navn på forvaltningsmyndighet"

### 3.2 Strategiske grep - ved behov

## 4. Tiltaksplan

[Tiltakene må være konkrete og gjennomførbare. Eksempler:

- møter eller annen dialog med interessenter i området
- informasjon/informasjonsmateriell/temaplakater
- informasjonspunkt/utkikkspunkt
- tilrettelegging
- kanalisering
- annen veiledning

Listen er ikke uttømmende.

Det er en fordel å sette opp dette i tabellform. Det er også nyttig å skissere en tidsplan. Alle søknader om midler og gjennomføring av tiltak, skjer likevel på årlig basis etter innmelding av behov for midler til tiltak i verneområder og bestilling av tjenester fra SNO.]

---