

PROSJEKTPLAN

Besøksstrategi for naturreservat i Åmli kommune



September 2018

1 INNHOLD

1.1	Introduksjon	3
1.2	Kva er ein besøksstrategi?.....	3
1.3	Målsetjing og forventing til prosjektet.....	3
1.3.1	Prosjekt mål	3
1.3.2	Forventingar	4
1.4	Målgruppa for besøksstrategien	4
1.5	Organisering av prosjektet	4
1.5.1	Prosjektansvarleg - Fylkesmannen i Aust- og Vest-Agder (FMAV)	4
1.5.2	Prosjektleder – Fylkesmannen i Aust- og Vest-Agder.....	4
1.5.3	Styringsgruppe	5
1.5.4	Prosjektgrupper.....	5
1.6	Kunnskapsinnhenting.....	5
1.6.1	Naturtypar, flora og fauna	5
1.6.2	Sårbare naturverdiar	5
1.6.3	Reiselivet i verneområda og randsona.....	5
1.6.4	Kulturminne	6
1.6.5	Den besøkande – lokalt, nasjonalt, og internasjonalt fokus	6
1.6.6	Annan relevant informasjon.....	6
1.6.7	Samanstilling og situasjonsanalyse	6
1.7	Formidlingssenter	6
1.8	Styrking av reiseoppleving gjennom digitale tenester	6
1.9	Kompetansebehov	7
1.10	Tidsplan	7
1.11	Oppfølging og kontroll.....	7

1.1 INTRODUKSJON

Åmli kommune har i dag 16 naturreservat, med eit samla areal på ca. 90 000 dekar. To av reservata har myr som verneføremål, medan resten er skogreservat. Fylkesmannen i Aust- og Vest Agder er forvaltingsstyresmakt for alle verneområda i kommunen.

Naturreservat er den strengaste forma for områdevern etter naturmangfaldlova. Dette er område som inneheld truga, sjeldan eller sårbar natur, representerer ein bestemt naturtype, er særleg viktig for biologisk mangfald, utgjer ei spesiell geologisk førekomst eller har særskilt naturvitskapleg verdi.

1.2 KVA ER EIN BESØKSSTRATEGI?

Besøksforvaltning er å leggje til rette for, og styre bruken, av eit verneområde slik at opplevinga for dei besøkande og den lokale verdiskapinga blir størst mogleg, forståinga for vernet blir auka og verneverdiane blir tatt vare på.

Ein besøksstrategi er ein plan for korleis forvaltingsstyresmakta vil gjennomføre besøksforvaltning for verneområdet.

Visjonen for besøksstrategien skal ha utgangspunktet sitt i å finne balansen mellom desse elementa:

- Bidra til gode opplevingar for den besøkande
- Bidra til lokal verdiskaping
- Bidra til å ta vare på og auke verneverdiane

Besøksstrategien skal syne kva for tiltak (informasjon, fysisk tilrettelegging, soneinndeling, oppsyn etc.) som er naudsynte for å balansere verneverdiar, besøkande og lokal verdiskaping i eit verneområde, slik at ein oppnår størst mogleg utbyte for alle tre elementa. Besøksstrategien inneheld mål, føringar, strategiar og tiltak for å sikre at alle som har lyst kan nyte godt av desse verneområda, og at verneverdien blir sikra for framtidige generasjonar.

Dersom det er motstridande målsetjingar mellom ivaretaking av verneverdiane, tilrettelegging for dei besøkande og lokal verdiskaping, skal ivaretaking av verneverdiane bli tillagt størst vekt.

1.3 MÅLSETJING OG FORVENTING TIL PROSJEKTET

Besøksforvaltning og besøksstrategi er nye omgrep innan forvaltning av verneområde. Dette er verktøy som forvaltingsstyresmakta kan bruke i ein strategisk og god forvaltning, der verneområda blir sett i samanheng med områda rundt. Besøksforvaltninga skal vera kunnskapsbasert, med eit langsiktig perspektiv.

1.3.1 Prosjektmål

- Ta vare på verneverdiane og auke kunnskapen om føremålet med vern.
- Auke forståinga og respekt for vern og verneverdiane hjå innbyggjarar, reiselivsaktørar og besøkande.
- Invitere fleire fastbuande og tilreisande inn i naturen og verneområda.
- Leggje til rette for betre samhandling lokalt og regionalt mellom reiselivsaktørar, destinasjonsselskap og forvaltingsstyresmakt.
- Implementere den nye merkevarestrategien.

- Skape ei rikare oppleving for besøkande, som kastar ljøs over denne spesielle samanhengen mellom menneske og naturen i verneområde.

1.3.2 Forventingar

- Besøkande til verneområde i Åmli vil få ei spesiell oppleving med høg kvalitet og godt gjennomtenkt besøksstrategi og kommunikasjonsplan.
- Besøksstrategien vil byggje opp ei felles forståing og verdsetjing, og dermed oppmuntre til felles ivaretaking.
- Besøksstrategien vil sikre at bruken av områda er berekraftig for framtidige generasjonar.
- Besøksstrategien vil vise dei sosiale, økonomiske og kulturelle fordelane av verneområda for lokalsamfunnet.

1.4 MÅLGRUPPA FOR BESØKSSTRATEGIEN

Besøksstrategien har viktige aktørar både i det private og i dei offentlege sektorane. Utviklinga av besøksstrategien og sluttproduktet blir sterkare med fleire som kjenner eigarskap, dersom prosessen med utarbeiding tar vare på ulike synspunkt av alle interessentar. Målgruppa for arbeidet omfattar:

1. Grunneigarar i eksisterande og planlagde verneområde med randsoner
2. Reiselivsorganisasjonar, destinasjonsselskap og turistforeiningar – lokalt og regionalt
3. Næringsverksemdar - lokalt og regionalt
4. Lokale innbyggjarar
5. Norske og utanlandske turistar, inklusive personar med nedsett funksjonsevne
6. Frivillige organisasjonar innan friluftsliv, naturvern, jakt og fiske, og velforeiningar
7. Forskings- og andre faginstitusjonar
8. Åmli kommune og interkommunale samarbeid
9. Fylkesmannen og Fylkeskommunen i Aust- og Vest Agder

Besøksstrategien reflekterer ein visjonær og aktiv tilnærming, med formål om å auke talet på besøkande og verneverdien for framtidig bruk. Eit grunnleggande prinsipp for å lukkast, er at alle interessentar bidrar med partnerskap og har ei samarbeidsvillig tilnærming. Prosjektplanen for besøksstrategien er bygd på samarbeid mellom to prosjektgrupper som skal bidra aktivt i heile prosessen. Desse to prosjektgruppene representerer grunneigarar, reiseliv, næring, turistforeiningar, frivillige organisasjonar, natur- og miljøvernorganisasjonar og andre organisasjonar.

1.5 ORGANISERING AV PROSJEKTET

1.5.1 Prosjektansvarleg - Fylkesmannen i Aust- og Vest-Agder (FMAV)

Mandat: FMAV er eigar og juridisk ansvarleg for prosjektet, med hovudansvaret for prosess og utarbeiding av besøksstrategien. FMAV har overordna ansvar for å sikre gjennomføring av prosjektgruppene og styringsgruppa sine mandat, og for å identifisere moglege brukarkonfliktar mellom besøksstrategien og ivaretaking av verneverdiane. Fylkesmannen er òg økonomisk ansvarleg.

1.5.2 Prosjektleder – Fylkesmannen i Aust- og Vest-Agder

Mandat: FMAV er ansvarleg for planlegging, gjennomføring og utarbeiding av besøksstrategien. FMAV er administrativt ansvarleg for tidsplan, og er sekretær for styringsgruppa.

1.5.3 Styringsgruppe

I styringsgruppa er det eitt medlem frå kvar prosjektgruppe, representantar frå Åmli kommune (ÅK), fylkeskommunen, Statens naturoppsyn (SNO) samt FMAV som har hovudrolla som sekretær. Medlemene frå prosjektgruppene vil ha ansvar som leiar for kvar si gruppe, og vil ha hovudansvar for kommunikasjon mellom si prosjektgruppe og styringsgruppa.

Mandat: Å samle inn resultatane frå prosjektgruppene sine arbeid og ta med inn i utarbeiding av besøksstrategien.

1.5.4 Prosjektgrupper

Prosjektgruppe 1 – Grunneigarar, reiselivs- og næringsaktørar

Prosjektgruppe 2 – Lag og foreiningar (Aust-Agder turistforening, historielaget m.fl.), Friluftsrådet Sør, Turistforum

Kvar prosjektgruppe peikar ut sin sekretær.

Mandat: Å representere interessene til kvar si gruppe og leggje fram mål, strategiske hovudgrep og tiltak for besøksstrategien, slik at alle interessantar er representerte på ein balansert måte.

1.6 KUNNSKAPSINNHEITING

Fylkesmannen er ansvarleg for kunnskapsinnhenting, og koordinerer og bestiller tenester der det er behov for det. Kommunen og andre involverte bidrar etter kapasitet.

Kunnskapsinnhenting inkluderer kartlegging av fylgjande:

1.6.1 Naturtypar, flora og fauna

- Innhenting av eksisterande kunnskap og identifisering av mangel på kunnskap.
- Totaloversikt over sensitive artar og viktige funksjonsområde (hekke- og ynglelokalitetar, oppvekstområde).

1.6.2 Sårbare naturverdiar

- Viktig at det blir lagt til rette for friluftsliv i samspel med naturmiljøet. Følgje med på korleis naturverdiane utviklar seg over tid.
- Identifisere kva for naturverdiar som er spesielt sårbare for friluftsliv og ferdsel. Kor sårbart eit område er, heng saman med både eigenskapen til ein naturressurs og korleis påverknaden går føre seg.
 - Ein art kan til dømes vera sårbar i hekke- og yngletida, men ikkje resten av året.
 - Tilsvarande kan ein vegetasjonstype vera spesielt sårbar dersom det er mykje ferdsel i området i fuktige periodar.
- Analysere kunnskapen – sårbare område, sesongvariasjonar og framtidsscenario.
- Det er forskjell på kor mykje besøk dei ulike verneområda toler. Det pågåande arbeidet med kunnskapsinnhenting skal seie noko om kor ein ønskjer besøkande, og estimere eit berekraftig tal på besøkande. På bakgrunn av dette kan ein planlegge kanalisering og avgrensing av ferdsel, og fylgje opp dette over tid.

1.6.3 Reiselivet i verneområda og randsona

- Oversikt over næringa sine aktivitetar, planar og prosjekt – dialog med næringa.

- Organisasjonskart som viser reiselivsorganisasjonar og verksemder rundt.
- Sentrale reiselivsverksemder og deira aktivitetar, planar og prosjekt knytt til området.
- Kunnskap om reiselivsstrategiar, regionale planar, prosjekt med målsetjingar og tiltak som rører verneområda.
- Kartleggje verneområdet som turistattraksjon. Å forstå verneområda si attraksjonskraft og posisjon i det lokale reiselivsproduktet er heilt avgjerande i utviklinga av besøksstrategien.

1.6.4 Kulturminne

- Kulturminne kan ha stor attraksjonsverdi, men samstundes vera sårbare for bruk og slitasje (sårbarheitsanalyse).
- Historisk bruk av områda – bilete og skriftleg dokumentasjon må bli henta inn for bruk i kommunikasjonsplanen.
- Samkøyring med oppstarta arbeid med kulturminneløyper i kommunen .

1.6.5 Den besøkande – lokalt, nasjonalt, og internasjonalt fokus

- Dei som bruker områda i fritidssamanheng, samt tilreisande som vitjar verneområda.
- Besøksregistrering med brukarundersøking (sjølvregistreringskasser og ferdselsteljarar): talet på besøkande, kven dei er, kvar kjem dei frå, aktivitetsinteresser, kva dei ønskjer, kva slags turistopplevingar ønskjer dei, utfordringar med å besøke verneområda (tenester, tilrettelegging, m.m.)
- Dei lokale innbyggjarane som ikkje vitjar områda – finne ut kvar utfordringane ligg

1.6.6 Annan relevant informasjon

1.6.7 Samanstilling og situasjonsanalyse

Etter at sluttrapportane er ferdige frå kunnskapsinnhentinga, skal det gjerast ei samanstillings- og situasjonsanalyse. Dette blir kombinert med sluttrapportane frå kvar prosjektgruppe.

Sluttrapportane blir bruka av styringsgruppa for å utvikle besøksstrategien.

1.7 FORMIDLINGSSENTER

Åmli har Elvarheim museum sentralt plassert i kommunen. Museet er alt knytt tett opp til fagmiljø som vil vera relevante i besøksforvaltning av verneområda i kommunen. I 2018 har museet i tillegg fått innvilga to prosjektsøknader som er knytt opp mot biologisk mangfald og museumsutstillingar, med fokus på bever.

Kommunen har tidlegare sett på ei mogleg utviding av Elvarheim museum, og det er naturleg å tenkje eit formidlingssenter for verneområda i kommunen saman med dette. Eit formidlingssenter vil vera sentralt for å presentere verneområda i kommunen, og kan sette fokus på verneverdiar, biologi og historisk bruk av skogen.

1.8 STYRKING AV REISEOPPLEVING GJENNOM DIGITALE TENESTER

Tilrådinga frå Snøhetta er at merkevara bør ha si eiga nettløysing, som kan bli utvikla spesielt for målgruppene, med ein budskap som inviterer til besøk og som er tilrettelagt både med besøksinformasjon og faktainformasjon.

Med støtte frå reiselivsaktørar og destinasjonsselskap, kan opplevinga byrje med planlegging av turar på nettet, bruk av mobile applikasjonar for å rettleie besøkande, og deling av opplevingar via sosiale medium.

Ein del av denne planen blir å kople til andre aktivitetar og attraksjonar i nærleiken. Ved hjelp av digital plattform, kan ein saman med reiselivstenester by på eit spekter av opplevingar.

Bruk av kart gjev god oversikt over geografisk plassering av avstandar. Ei nettside kan òg gjeva klare referansar til losji, transport, og andre aktivitetar i nærleiken. Digitale løysingar eignar seg godt for fortløpande oppdateringar.

1.9 KOMPETANSEBEHOV

Kunnskapsinnhenting: Ein må vurdere undervegs kva behov det er for tenestekjøp for kartlegging og datainnsamling om t.d.

- Friluftsliv
- Reiseliv
- Naturtypar og sårbarheit

Brukarundersøking: Ferdselsteljar og sjølvregistreringskasse med spørjeskjema vil bli plassert ut i eitt eller fleire utvalde område, i fyrste omgang Rjukanfossen i Årdalen naturreservat.

1.10 TIDSPLAN

Ferdselsteljar og sjølvregistreringskasse er plassert ut i Årdalen naturreservat våren 2018, for å kartlegge Rjukanfossen som turmål. Det er eit mål å ha ferdig besøksstrategi i løpet av 2019.

KVEN	KVA	NÅR
FMAV	Setja opp ferdselsteljar og besøkskasser ved Rjukanfossen	Juni 2018
	Redigere prosjektplan og sende til kommunen for politisk handsaming	September 2018
	Sende ut informasjonsskriv til grunneigarar og andre interessentar	Oktober 2018
	Innhente konsulent til å sjå på reiseliv, friluftsliv, evt. biologiske kartleggingar	Oktober 2018
	Etablering av styringsgruppe	Oktober 2018
	Oppstartsmøte/allmøte	November 2018
	Etablering av prosjektgrupper	November 2018
ÅK	Politisk handsaming av arbeidet med besøksstrategi	Oktober 2018
	Kunnskapsinnhenting om kulturminne og samanstill dette	November 2018

Tidstabell: Kven gjer kva når?

1.11 OPPFYLGING OG KONTROLL

Fylkesmannen, som prosjektleiar, har ansvaret for planlegging av møte for styringsgruppa og samordning av innkomne bidrag. Leiarane av prosjektgruppene er ansvarlege for planlegging av møte for si gruppe og innlevering av skriftlege bidrag.

Eit viktig prinsipp i arbeidet med besøksstrategien er at dersom det er motstridande målsetjingar mellom ivaretaking av verneverdiane, tilrettelegging for dei besøkande og lokal verdiskaping, skal ivaretaking av verneverdiane bli tillagt størst vekt. Alle som er involvert i utvikling av besøksstrategien må sørge for at dette prinsippet blir oppretthalde i arbeidet.