



[Bildet er fra Steigen i Nordland.]

Takk for invitasjonen til seminar om økoturisme!

Vi har en fantastisk natur som besøkende verden over beundrer og kommer tilbake til for å besøke.

Ikke bare har vi fantastiske fjorder og fjell, vi har også en sterk kulturarv som norske og utenlandske turister ønsker å oppleve og å ta del i, ved å se, smake og oppleve.

Norsk natur blant verdens fremste reisemål



Å oppleve norsk natur i verdensklasse gir minner for livet.

Norge har figurert på en femteplass på CNNs kåring over steder man bør besøke i 2011.

Tidligere i år kåret *Rough Guide* Tromsø til ett av fem steder i verden man bør besøke før man dør.

Norske fjorder er satt opp som en selvskreven destinasjon på listen «De 20 beste reisemål i 2011» av National Geographic.

Det amerikanske reisemagasinet *National Geographic Traveler* plasserte i 2009 de norske fjordene på topp i sin destinasjonsmåling, en kåring av verdens best ivaretatte og forvaltede reisemål, utarbeidet i samarbeid med National Geographic Center for Sustainable destinations.

Dette er sjette gang den omfattende internasjonale kåringen gjennomføres, og tre ganger har **de norske fjordene** toppet listen.

Et uttrykk som kommer igjen hos mange turister i Norge er: «ekte vare».

Norsk natur gir opplevelser



Norsk natur gir opplevelser. Norge er mer enn fjorder, som blir godt markedsført i reiselivssammenheng.

Vi har fossefall, stille vann og vide vidder. Vi er Europas grønne lunge. Vi har verdier som vil bli mer og mer etterspurt, fordi de er mangelvare i mange land, nemlig urørt natur og attraktive kulturlandskaper som kilde til rekreasjon og opplevelse.

Vi har mye å være stolte av i Norge. Vi kan tilby naturopplevelser av mange slag, som for eksempel fiske, jakt, enkelt friluftsliv, ro og avkobling. De som liker ekstrem sport kan klatre i fjell og breer.

Dette forplikter oss også. Vakker norsk natur er ikke nødvendigvis en fornybar ressurs. Vi må derfor passe på den vi har.

Borgund stavkirke

En av verdens 10 vakreste kirker



4

Vi har også verdifull kulturarv.

I mai havnet Borgund Stavkirke i Lærdal på *Budget Travel* sin kåring over verdens 10 vakreste kirker.

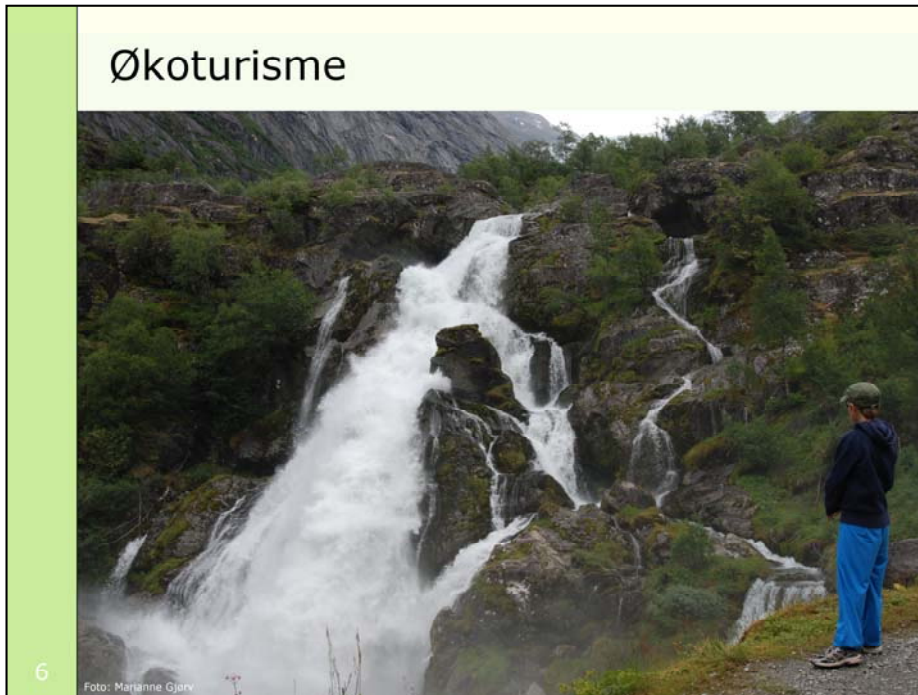
Norsk natur kan serveres bedre



Norsk natur er i verdensklasse! Det er imidlertid først nå i senere tid vi har begynt å bli mer bevisste på hvordan vi kan servere den bedre, noe prosjektet Nasjonale turistveier er et eksempel på.

Bildet viser et utkikkspunkt på toppen av den populære Trollstigen i Møre og Romsdal, med et spektakulær og luftig utkikkspunkt med utsikt over dalen. Herfra kan turistene kjøre videre til Geiranger, der det på den samme veien er et tilsvarende flott utkikkspunkt over Geirangerfjorden. På denne strekningen er det nå god informasjon og tilrettelegging for turister, og veien har fått status som nasjonal turistvei.

Økoturisme



I tillegg til å se norske fjorder, kommer mange turister til Norge for å delta på turer og aktiviteter ute i naturen. De er ofte kvalitetsbevisste og er villig til å betale for guider som er flinke til å formidle natur- og kulturverdier.

I den sammenhengen har Norsk økoturisme noe å tilby norsk reiseliv. Økoturisme er en egen nisje innenfor det natur- og kulturbaserte reiselivet. Økoturisme skal gi berikende natur- og kulturopplevelser, og være tilrettelagt av ansvarlige reiselivsbedrifter med omsorg for sine gjester, miljøet og det lokalsamfunnet de er en del av.

Det er **sju grunnleggende prinsipper** for **Norsk økoturisme**:

1) Er natur og kulturbasert og har økoturisme som grunnfilosofi for hele sin virksomhet.

2) Bidrar aktivt til natur- og kulturvern, har god kjennskap til egen miljøpåvirkning og utøver alltid en føre-var-holdning.

3) Etterstreber en mest mulig bærekraftig drift, som balanserer økologiske, kulturelle, sosiale og økonomiske hensyn.

4) Bidrar positivt i lokalsamfunnet, bruker lokal arbeidskraft, lokale tjenester og produkter, jobber for økt samarbeid og utøver et generelt samfunnsansvar.

5) Bidrar til å ta vare på verneverdige bygg og har stedstilpasning, lokal byggeskikk og særpreg som et generelt mål i valg av materialer og løsninger.

6) Stiller spesielt høye krav til vertskap og guider. Formidling og læring er en sentral del av produktet.

7) Tilbyr minneverdige opplevelser og skaper møteplasser som gir medarbeidere og gjester innsikt i lokalkultur, -samfunn og miljø.



Bildet viser nettsidene til noen av de bedriftene som har blitt godkjent av Norsk økoturisme:

Matsafari tar med gjestene på en kombinasjon av mat- og naturopplevelser i nærområdet rundt Stavanger

Turgleder: Turgleder holder til på Rena og tilbyr blant annet villmarksturer, ulvesporing, padling og naturkurs på innlandet for de som vil lære mer om friluftsliv.

Hardangervidda Fjellguiding består av tre spreke og kunnskapsrike damer som guider fjellturer med Geilo og Dagali som utgangspunkt.

Nå har vi 19 økoturismebedrifter i Norge. Vi vil gjerne ha flere!

Å bli sertifisert som økoturismebedrift er et kvalitetsstempel. De må tilfredsstille mer enn 100 krav. Det er bærekraftig reiseliv i praksis.



16. november i år ble økoturisme-bedriften **Høve Støtt** fra Geilo i Hallingdal, kåret til årets reiselivsaktør i 2011.

Reiselivsprisen går til en person eller bedrift som har introdusert en ny og innovativ reiselivsopplevelse eller videreutviklet en eksisterende. Opplevelsen skal ha bidratt til reiselivsbedriftens suksess og hatt en positiv innvirkning på Norge som reisemål.

Dette skriver Høve Støtt om seg selv på sine nettsider:

"Høve Støtt er det naturlige valget når du skal arrangere noe med bevegelse i på Geilo. Vi tilbyr til en hver tid ulike arenaer, produkter, opplevelser og aktiviteter. Mange kaller oss et event-byrå, men vi er mer enn det. Vi er en opplevelsesprodusent!"

Gratulerer til Høve Støtt, og lykke til med videre arbeid!

Økoturisme og miljø



Miljøverndepartementet vil jobbe for:

- økt bevissthet om hva økoturisme er,
- at økoturisme skal være miljømessig spydspiss i næringen,
- å utvikle potensialet for økoturisme blant småskala naturbaserte reiselivsbedrifter i distriktene,
- å sikre at nødvendige rammebetingelser, informasjon og forvaltning er på plass,
- økt kunnskap om verneverdier i næringen, hos lokalbefolkning og hos turister,
- økt bevissthet om naturen som et unikt reiselivsprodukt,
- fokus på næringens ansvar for å ivareta naturen og verneverdiene.

<p>Regjeringens reiselivsstrategi</p> <p>Hovedmål: Økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen</p> <p>Levedyktige distrikter gjennom flere helårs arbeidsplasser innenfor reiselivsnæringen</p> <p>Norge – et bærekraftig reisemål</p> <p style="text-align: right;">10</p>	 <p>NÆRINGS- OG HANDELSDEPARTEMENTET</p>
	<p style="text-align: center;">Regjeringens reiselivsstrategi</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Verdifulle opplevelser Nasjonal strategi for reiselivsnæringen</p> 

Regjeringens reiselivsstrategi fra 2006 har følgende hovedmål:

- Økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen
- Levedyktige distrikter gjennom flere helårs arbeidsplasser innenfor reiselivsnæringen
- Norge – et bærekraftig reisemål

I forordet til strategien står det at

”Det er fortsatt vår særegne natur som trekker besøkende til Norge, og vi ser en stadig sterkere dreining mot opplevelser. Regjeringens innsats rettes inn mot visjonen «*verdifulle opplevelser*». ”

Naturen er Norges viktigste reiselivsprodukt.

I innledningen til strategien står det:

” Strategien skal stimulere til økt lønnsomhet og verdiskaping i norsk reiselivsnæring. Verdiskapingen må skje på en bærekraftig måte slik at miljøhensyn ivaretas og natur- og kulturarven brukes som et konkurransefortrinn.”

Erfaringer med reiselivsstrategien



Miljøverndepartementet og Direktoratet for naturforvaltning samarbeider om å utvikle naturbasert reiseliv i Norge for å markedsføre natur som et viktig reiselivsprodukt. I den sammenhengen er det avgjørende med god forvaltning og bevaring av natur- og verneverdiene.

I forbindelse med en revidert reiselivsstrategi, er det viktig med en diskusjon rundt den helhetlige tenkingen om bærekraftig reiseliv. Ikke alt naturbasert reiseliv er bærekraftig. Strategien synliggjør naturen som "produkt", men har ikke nok fokus på bærekraft.

Revidert reiselivsstrategi



Vi trenger økoturisme, sertifiseringsordningen, bedriftene og bedriftsnettverket for å vis hva bærekraftig reiseliv egentlig er. Dere har eksemplene vi skal bygge på og vise til når revidert reiselivsstrategi skal legge forsterket vekt på bærekraftig reiseliv og ha bærekraft som overordnet prinsipp.

På en innspillskonferanse til revidert reiselivsstrategi nylig, sa nærings- og handelsminister Trond Giske at revidert reiselivsstrategi skal ha bærekraft som overordnet prinsipp.

På samme konferanse ble det vist et billedspill med tittelen **Norway - powered by Nature**. Minst halvparten av bildene viste verneområder eller fredede kulturminner. Ikke ett bilde viste kraftledninger, vindmøller, demninger eller oppdrettsanlegg. Miljøverndepartementet jobber hver dag for at vi fremdeles skal ha slik natur- og kulturarv som "ressurs" vi kan vise fram i Norge. Vi kjemper med andre sektorer for å bevare landskap og naturmangfold. Her har vi en felles interesse med økoturisme-bedriftene. Vi skal sørge for at "varen" dere selger fortsatt eksisterer også i framtida.

Når innspillene fra innspillskonferansen er bearbeidet, vil det være en intern prosess i regjeringen om revidert reiselivsstrategi.

Miljøverndepartementet vil fremme økoturismesertifiseringen i forbindelse med revidering av regjeringens reiselivsstrategi.

Norsk forvaltning av verdensarven

Turistene på Vega har lengre besøk og bruker mer penger der enn tidligere

13



Reiselivsstrategien er hele regjeringens, og vi er ikke ferdige med den reviderte strategien ennå. Jeg skal nå gi en smakebit av hva Miljøverndepartementet driver med på vårt ansvarsområde som kan være relevant for økoturisme bedriftene.

Norsk forvaltning av verdensarven er et tema som er relevant både for arbeidet med reiselivsstrategien og for dere som bedrifter.

Bildet viser Vegaøyane i Nordland, det eneste verdensarvstedet i Norge som er innskrevet under kriteriet kulturlandskap. Vega er et eksempel på et sted der samspillet mellom natur og kulturarv er viktig.

Vega er godt kjent som reiselivsmål, både på grunn av sin status som verdensarvområde, og gjennom tv-serien Himmelblå.

Vegaøyane har hatt et stabilt antall besøkende de siste årene. Det har ligget på ca 30 000 personer siden 2007. Den store økningen i besøkende skjedde de første par årene etter at området fikk status som verdensarv. Turistene på Vega legger nå igjen mer penger og besøkene deres varer lengre enn tidligere. Antall overnattinger har også gått opp. Det var imidlertid litt nedgang i passasjertrafikken, men det skyldtes at kafé og overnatting på Himmelblå-øya Ylvingen var stengt i en periode i juli.

Verneområdene som reiselivsmål



Galdhøpiggen i
Jotunheimen nasjonalpark

Foto: Marianne Gjørv

Verneområdene og
andre verdifulle
naturområder er
en viktig ressurs
for reiselivet

14

Verneområdene og andre verdifulle naturområder er en viktig ressurs for reiselivet.

I Nord-Gudbrandsdalen tjener de 769 millioner i året på turisme. (kilde Statistisk sentralbyrå).

Av dette er 25% (192 millioner kr) knyttet til nasjonalparker, dvs. opphold , aktiviteter, salg av mat og varer som skyldes nasjonalparkene og besøk i disse.

55 % av inntektene (419 millioner kr) er knyttet til natur generelt.

Dette viser at nasjonalparkene bidrar til verdiskaping, selv om de er gratis å oppsøke.

Hvordan markedsføre norsk natur?



15

Foto: Rigmor Solem

Informasjon blir et viktig virkemiddel for å synliggjøre og markedsføre norsk natur og hvilke verdier den byr på for reiselivet.

Bildet viser informasjonsskilt ved Eidsbugarden, som er innfallsporten til Jotunheimen nasjonalpark i sør. Skiltet er satt opp av Statens naturoppsyn i samarbeid med Vang kommune.

Kommunen har sin informasjon på den ene skifertavlen og naturoppsynet har informasjon om nasjonalparken på tavla ved siden av.

Miljøverndepartementet og Direktoratet for naturforvaltning arbeider med å gjøre informasjonen om verneområder enda mer enhetlig og gjenkjennelig.

Nasjonalparklandsby og -kommuner



Simashaugen gård,
Vingelen nasjonalparklandsby

16

Foto: Hege Hovd

En av måtene å gjøre informasjonen om verneområder enda mer enhetlig og gjenkjennelig på, er opprettingen av nasjonalparklandsbyer og nasjonalparkkommuner.

Prosjektet skal styrke verdiskapingen i kommuner og lokalsamfunn med utgangspunkt i nasjonalparkenes verdi som kvalitetsstempel på villmarksnatur.

31 kommuner har status som nasjonalparkkommuner. Hovedkriteriet for tildeling av status som nasjonalparkkommune, er at kommunen skal ha nasjonalparkareal på minimum 30 % av kommunearealet, 300 km² eller en hel nasjonalpark innenfor sine grenser.

Ved valg av nasjonalparklandsby, ble det lagt vekt på at tilreisende skal føle at de kommer til et livskraftig samfunn som har en naturlig kontakt og beliggenhet til nasjonalparken.

De fem stedene som har fått tildelt status som nasjonalparklandsbyer er Fossbergom i Lom kommune, Geilo i Hol kommune, Jondal i Jondal kommune, Storslett i Nordreisa kommune og Vingelen i Tolga kommune.

Nasjonalparkkommunene og nasjonalparklandsbyene får benytte en varemerkebeskyttet logo som bevis på sin status.

På bildet ser vi gården Simashaugen i Vingelen nasjonalparklandsby i Tolga kommune i Hedmark. Her har kulturminnevernet bidratt til nasjonalparklandsbyens særpreg og opplevelsesverdi.

Nasjonalpark- og naturinformasjonssentre



Her ser vi Nordland nasjonalparksenter, som er knutepunkt for fire nasjonalparker.

Det er viktig at det bygges opp miljøfaglige fellesskap og forvaltningsknutepunkt i geografisk nærhet til verneområdene.

Sentrene utvikles til knutepunkt for naturformidling og naturveiledning. Det kan være en fordel med samlokalisering av bl.a. nasjonalparkforvalter, Statens naturoppsyn, naturveiledere og andre fagpersoner med tilknytning til verneområdet.

Synergieffekten må utnyttes. Faglig samlokalisering vil legge grunnlag for en kunnskapsbasert forvaltning og utvikle viktige kompetansemiljøer i lokalsamfunnene.

Naturarven som verdiskaper



God forvaltning av den norske naturarven bidrar til verdiskaping på flere områder:

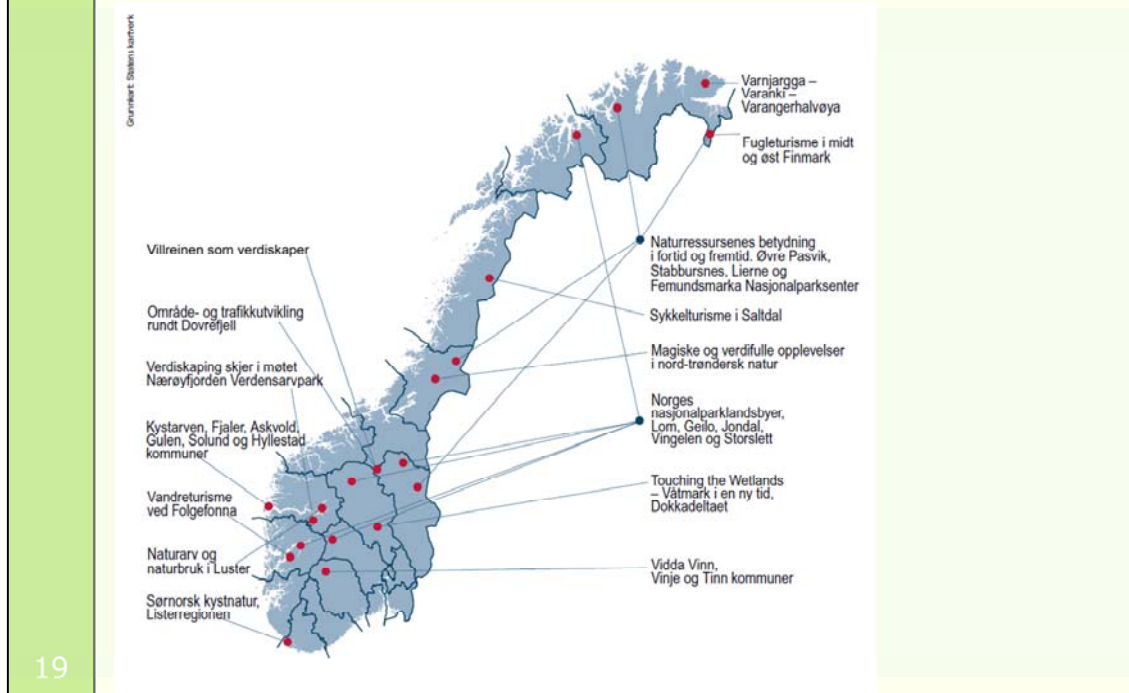
Miljømessig verdiskaping: gjennom helhetlig planlegging og forvaltning, mindre forurensning, bevaring av naturmangfold, forvaltning som bedrer naturkvaliteten, vern, pleie, restaurering og skjøtsel.

Kulturell verdiskaping: gjennom å løfte fram lokal identitet og stolthet. Naturmiljøer kan gi opplevelseskvaliteter og dybde til et sted og tilføre stedet symbolsk betydning. Storslagne eller særpregede landskap, en flott utsikt eller å se sjeldne dyr eller planter er en stor opplevelse for de fleste.

Sosial verdiskaping: gjennom å løfte fram lokal bevissthet og engasjement rundt naturområdene, bidra til lokal stolthet og at lokalbefolkningen får øynene opp for vernets muligheter.

Økonomisk verdiskaping: de økonomiske ringvirkningene kan innebære bl.a. økning i antall besøkende til området, flere guidede turer, lengre opphold, flere overnattinger i randsonene, mer omsetting av lokal mat og mer besøk til lokale kulturtilbud.

Verdiskapningsprogrammet for naturarven



19

Verdiskapningsprogrammet for naturarven er et samarbeid mellom Miljøverndepartementet og Kommunal- og regionaldepartementet som går over fem år, fra 2009 og ut 2013.

Programmet satser på lokale krefter som vil vise fram natur uten å ødelegge den. Det skal legge grunnlaget for ny næringsvirksomhet i distriktene, støtte innovasjon, ideer og nyskaping av opplevelsesprodukter og bygge ned barrierer mellom sektorer.

Det er 15 prosjekter i programmet. På dette kartet ser dere hvor i landet disse er. Et av prosjektene er et rent nasjonalparksenterprosjekt.

13 prosjekter har nasjonalparksenter sentralt med i prosjektet.

Programmet har fått 25 millioner kroner i støtte i 2010 og 2011.

Rovdyropplevelser



Som en del av verdiskapningsprogrammet for naturarven, får flere aktører i Nord-Trøndelag støtte fra Miljøverndepartementet til fellesprosjektet "Magiske og verdifulle opplevelser i nord-trøndersk natur".

"Rovdyropplevelser" er et av tre delprosjekter som får støtte. I dette prosjektet samarbeider Lierne nasjonalparksenter med Namsskogan familiepark om å gjøre dagens rovdyrutfordringer i Indre Namdal til en opplevelsesnæring. Denne skal gi økonomisk vekst og bedre livsvilkår for menneskene, uten å ødelegge naturressursene og miljøet. Indre Namdal er det eneste stedet i Norge der alle de fire store rovdyrene går fritt i naturen (bjørn, gaupe, jerv, streifdyr av ulv). Prosjektet skal hjelpe regionen til bli den beste i Norge på å tilrettelegge for rovdyropplevelser og formidle kunnskap om rovdyr.

I Namsskogan familiepark er det mulig å se både bjørn, ulv, gaupe og fjellrev.



Bildet viser et fugletårn i Pasvik i Øst-Finnmark.

“Fugleturisme i Midt- og Øst-Finnmark” er et annet prosjekt i verdiskapningsprogrammet for naturarven.

For Finnmark er fugleturisme en av aktivitetene som tiltrekker turister, både fra Norge og fra utlandet. Hvert år kommer turister fra hele Europa for å studere og fotografere den unike fuglefaunaen. Utenlandske operatører dominerer den fugleturismen som i dag er tilrettelagt for tilreisende grupper.

Bioforsk Svanhovd vil bygge opp kompetanse lokalt, slik at lokale turistbedrifter kan drive bærekraftig og naturbasert. Målet er at turistbedriftene får kompetanse til å håndtere fugleturistenes behov, og kan bidra til at de får rike opplevelser i gode fuglelokaliteter.

"Vidda vinn"-prosjekt med steinsetting av Solstien på vei til Hardangervidda

Sherpaer fra Nepal har steinsatt "Solstien" for å forhindre slitasje på naturen



22

Foto: Marianne Gjørsvik

Sist sommer jobbet sherpaer fra Nepal med å steinsette "Solstien", som går videre opp mot Hardangervidda.

Tilsvarende populære stier i fjellet som er steinsatt for å unngå slitasje på naturen, finner vi på starten av turen over Besseggen i Jotunheimen og opp på Skålatårnet i Sogn og Fjordane.

"Solstien" er en del av prosjektet "Vidda vinn", som inngår i et av femten nasjonale hovedprosjekter i verdiskapningsprogrammet for naturarven.

Historien om villreinen



Villreinen har en lang historie, noe hulemalerier av villrein i Dordogne i Sør-Frankrike viser.

Villreinen er tilpasset et kaldt klima. Det gjorde at den var blant de første dyrene som koloniserte Nord-Europa mot slutten av siste istid.

Villreinen ser ut til å ha vært en nøkkelressurs i tidlig europeisk kultur. Dette dyret var også næringsgrunnlag for de første menneskene som kom til Norge. Helt fram til for 500 år siden, fantes det villrein i de fleste fjellområder i Skandinavia. Nå finnes Europas siste villrein fjell i Sør-Norge.

Reinen følger fortsatt gamle trekk som veidefolket visste å utnytte sine sinnrike fangstsystemer. [klikk] Fangstsystemene ligger fortsatt intakte i mange områder, som for eksempel på dette bildet fra Jotunheimen.

Historien om villreinen (ikke safari på selve reinen), og dens samspill med mennesket, bør utnyttes bedre som reiselivsattraksjon i fjellområdene. Dette kan danne grunnlag for opplevelse og verdiskaping i distriktene.

På globalt nivå regnes villreinen som livskraftig på grunn av vid sirkumpolar utbredelse og antatt store bestander. Arten står heller ikke på den norske rødlista, men Norge er det eneste landet i Europa som har intakte høyfjellsøkosystemer med bestander av villrein. Vi har derfor et spesielt ansvar for å ta vare på villreinen og de leveområdene den er avhengig av.

Norsk villreinsenter sør



Foto: Per Jordhay

Kunnskap om natur og kulturopplevelser gir turen en rikere dimensjon



Foto: Brita Hornfeldt Lohne

24

Villreinsentrene er viktige for spredningen av informasjon om villreinen. Her ser vi bildet av "Norsk villreinsenter Sør" på Skinnarbu på Hardangervidda.

Som en del av verdiskapningsprogrammet for naturarven, samarbeider villreinsenteret med prosjektet "Vidda vinn" om å lage stier som går utenfor villreinens leveområder.

Kulturopplevelser kan gi turen en rikere dimensjon, og mye kulturhistorie kan knyttes til villreinen. En utfordring er å se natur og kultur i sammenheng. Vi må bli flinkere til å vise hvordan natur- og kulturarven sammen danner grunnlag for lokal verdiskaping.

I forbindelse med de regionale planene for villreinfjellene, sees det nærmere på hvilken betydning villreinfjella har for verdiskaping og reiseliv.

Norsk villreinsenter nord: Utsikt mot innsikt – Snøhettas villreinpaviljong



“Norsk villreinsenter nord” ligger på Hjerkin. Som en del av senteret ble det i fjor laget en utsiktspaviljong, tegnet av arkitektfirma Snøhetta. Det er et fint sted å lære om villreinen.

Paviljongen ligger idyllisk til, med “utsikt til innsikt”, for å si det med Villreinsenterets egne ord, siden man en klar dag kan se rett mot det majestetiske fjellmassivet Snøhetta. Paviljongen fikk nylig en pris for å være Nordens flotteste byggverk.

Mange skoler har benyttet seg av tilbudet som Norsk villreinsenter nord har å tilby.

Wild life tourisme



Fjorder, fjell og midnattssol er primærattraksjon for de fleste turister sommertid. I tillegg finnes egne nisjer der naturen er viktig som opplevelsesrom og arena for aktivitet

Nasjonalparker vil kunne være sekundærattraksjoner. Det er attraksjoner som ofte er viktigere for internasjonale gjester, viktigere ved spesifikke naturbaserte aktiviteter og som varierer med tilgjengelighet, tilrettelegging og markedsføring.

Reiselivet internasjonalt vokser med 4-5% årlig og interessen for «Wild life tourism» antas å øke tilsvarende.

Den internasjonale organisasjonen for økoturisme (TIES) anslår at 20-40% av alle internasjonale reisende er interessert i «Wild life watching» i en eller annen form. Den type turisme stiller større krav til variasjon i tilbudet ; fra dyrepark til naturvandring, men den er også blitt viktig for sysselsetting og omsetning i mange regioner.

Villrein som reiselivsressurs



27

Et forprosjekt om villrein som reiselivsressurs, som Miljøverndepartementet har gjort sammen med villreinplanområdene, har trukket fram følgende internasjonale vurderinger, hentet fra Innovasjon Norges utekontorer:

I Frankrike og Tyskland er det sterke assosiasjoner til rein og samisk kultur. I Storbritannia og Nederland er det først og fremst oppmerksomhet knyttet til julenissen og finsk Lappland. Rein er generelt også lite kjent i Frankrike, tross hulemaleriene i Dordogne. Kort oppsummert kan man si at villrein kan øke attraksjonskraften i naturområder, at den er for spesielt naturinteresserte målgrupper i Europa, og det bør satses på god tilrettelegging og gode konsepter.

Tilbakemelding fra 12 destinasjonsselskaper eller samarbeidspartnere til destinasjonsselskaper, viser at det er få henvendelser spesifikt på villrein, og at gjestene ikke vet forskjell på villrein og tamrein. Destinasjonsselskapene er enige om at det vil styrke attraktiviteten til området om villreinen tas med i markedsføringen, men de er redde for å lage for høye forventninger i forhold til å få oppleve dyret. Noen har det heller «som en godt bevart hemmelighet». Kort sagt kan vi nok si at der villrein har vært produkter, har det vært lite etterspørsel, men også lite markedsføring.

Av hensyn til bærekraftelementet og sårbarheten til villreinen, kan man ikke basere seg på å se villreinen i naturen, men oppleve den i villreinsentrene og i møte med lokalbefolkningen og i bedriftene.

Dette stemmer godt med visjonene i "Villreinen som verdiskaper", der det blir lagt vekt på å dokumentere og videreformidle den immaterielle kulturarven knyttet til villreinen gjennom å tilrettelegge noen lokaliteter/knutepunkt som kan være base for formidlingen og bruke moderne teknologi i formidlingen gjennom kunnskap og undervisningstilbud.

Naturveiledning



28

Foto: Brage Honnefeld Lohne

Historien om villreinen egner seg godt i naturveiledning. Bildet viser jaktkurs for ungdom; "Fra pil og bue til kuler og krutt". Bildet er tatt ved fangstgrav for villrein på Hardangervidda. Naturveileder Tina Dahl fra Statens naturoppsyn på Skinnarbu viser fangstgropen på kartet.

Naturveiledningen til Statens naturoppsyn må også sees i sammenheng med satsingen ellers på nasjonalparksentre, naturinformasjonssentre, andre knutepunkt og verdiskaping. Det er mange spennende utfordringer.

En utfordring er balansegangen mellom det arbeidet naturveilederne i Statens naturoppsyn gjør, og samtidig bidra til å gjøre f eks guider som jobber i reiselivet enda bedre og mer naturvennlige, men uten å "gå i matfatet deres".

Natur og kultur - Klimapark 2469



Et sted for unike opplevelser som kobler informasjon om naturarv og kulturarv, er "Klimapark 2469" ved Juvfonna i Jotunheimen, ikke så langt fra Galdhøpiggen. Der tar naturveiledere med grupper ut i felt, et tilbud som er så populært at de har ventelister for å få plass.

På et av bildene ser dere Espen Finstad fra Klimaparken som viser oss en "skremmepinne" som nylig har smeltet ut av Juvfonna. Den ble brukt i jakten på villrein i vikingtiden.

På grunn av dagens varme klima, smelter det nå slike og andre arkeologiske funn ut av is og snø. Både klimaendringene og kulturhistorien knyttet til slike funn, kan man lære mer om ved å besøke en istunnel i Juvfonna, som dere også ser på et av bildene.

Dette stedet er et levende klasserom, som forteller om historie, nåtid og framtid.

Verdiskapingsprogrammet på kulturminneområdet



Foto: Vest-Agder fylkeskommune

Porto Franco
i Kristiansand



Foto: Thomas Brekke, Høgskolen i Vestfold

Hammerdalen
i Larvik



Foto: Gode sirklar

Fjell festning i
Hordaland

30

Fra 2005 til 2010 har vi også hatt et verdiskapingsprogram på kulturminneområdet. På bildene ser dere tre av de elleve pilotprosjektene i programmet.

Til venstre ser vi skuta Porto Franco i Kristiansand. I dette prosjektet har vi fått erfaring med bruk av kulturhistoriske fartøyer og den maritime kulturhistorien i utviklingen av Kristiansand.

I midten ser vi Hammerdalen i Larvik. Dette området utvikles til en ny bydel med grunnlag i den gamle industrihistorien med sine kulturminner.

Til høyre ser vi Fjell festning. Denne festningen inngår i prosjektet "Perler i Nordsjøløypa" i Hordaland.

Målet med Verdiskapingsprogrammet på kulturminneområdet har vært å:

- ta kulturminner i bruk i utviklingen av lokalsamfunn og lokalt næringsliv og
- å spre kunnskap om hvordan bærekraftig bruk av kulturminner fremmer næringsutvikling og styrker lokalsamfunn og regioner.

Flere erfaringer fra programmet har blitt brukt i Verdiskapingsprogrammet for naturarven. Kultur- og naturverdier må ses i sammenheng, da de forsterker hverandre. Kulturminnene blir mer interessante når de formidles i en historisk og landskapsmessig sammenheng.

Pilegrimsleden

Pilegrimsleden er turveier som bindes sammen av natur- og kulturminner med religiøs tilknytning til middelalderen, samt minner knyttet til Olavstradisjonen

31

Foto: Mari Kollandsrud, © Riksantikvaren

I 2006 ble Pilegrimsleden valgt ut som et av Riksantikvarens prosjekter i Verdiskapningsprogrammet på kulturminneområdet. Prosjektet fortsatte ut 2010, og har vært basert på et samarbeid mellom Sør- og Nord-Trøndelag, Oppland og Hedmark fylkeskommuner samt Bispedømmerådet i Nidaros. I 2011 har prosjektet blitt videreført av det Nasjonale Pilegrimssenteret.

Pilegrimsleden i Norge er turveier basert på tradisjonen om å dra på pilegrimsvandring. Leden bindes sammen av natur- og kulturminner med religiøs tilknytning til middelalderen, samt minner knyttet til Olavstradisjonen.

Turer langs pilegrimsleden bringer oss gjennom et mangfold av Sør-Norges natur- og kulturlandskap. Fra de rike jordbruksbygdene på Østlandet og i Trøndelag, gjennom nordlige edelløvsoger og barsoger, til et belte med fjellbjørkeskog og over høyfjellet. Over Dovre går pilegrimsleden i åpent fjellterreng og traseen faller sammen med den gamle kongeveien.

Mens friluftslivstradisjonene i Norge i hovedsak knytter seg til ferdsel i utmark i skogen og på fjellet, åpner pilegrimsleden for ferdsel gjennom kulturlandskapet. Deler av pilegrimsleden går gjennom innmark og gir en unik mulighet til å oppleve varierte deler av norsk kulturlandskap.

Pilegrimsleden går over både offentlig og privat grunn. Dette krever respekt og forplikter brukerne.

Natur- og kulturreisen



“Kultur- og naturreisen” er et forprosjekt med tre pilotprosjekter i Bø/Sauherad i Telemark, på Dovre og Akerselva i Oslo. Prosjektet er etablert i samarbeid mellom Riksantikvaren, Direktoratet for naturforvaltning, Statens Kartverk og Norsk Kulturråd. Det ble satt i gang i august 2011 og skal slutføres i desember 2013.

På en busstur i Sauherad i Telemark fikk vi via bussens skjermer og høyttaleranlegg se og høre historier om natur- og kulturverdier som vi passerte på vår vei.

En av historiene var om elvemuslingen i Bøelva. I Bø er det lange tradisjoner for å bruke perlemor fra denne muslingen til å smykke ut halsen til hardingfeler, slik dere ser på et av disse bildene.

Denne typen informasjonstjeneste er et av de tekniske hjelpemidlene prosjektet “Natur- og kulturreisen” er i ferd med å utvikle.

Lykke til med det videre arbeidet!



33

Foto: Marianne Gjerv

Da gjenstår det bare å ønske dere til lykke til med det videre arbeidet!