

# Nasjonalparkkommune

En nasjonalparkkommune har områder som er vernet som nasjonalpark. Kommunen skal aktivt legge til rette for besøkende som vil oppleve nasjonalparkene og områdene rundt, samtidig som natur- og verneverdier blir tatt vare på.

Det finnes 36 av dem.



Norges  
nasjonalparkkommuner

# Norges nasjonalparkkommuner i besøksforvaltningen



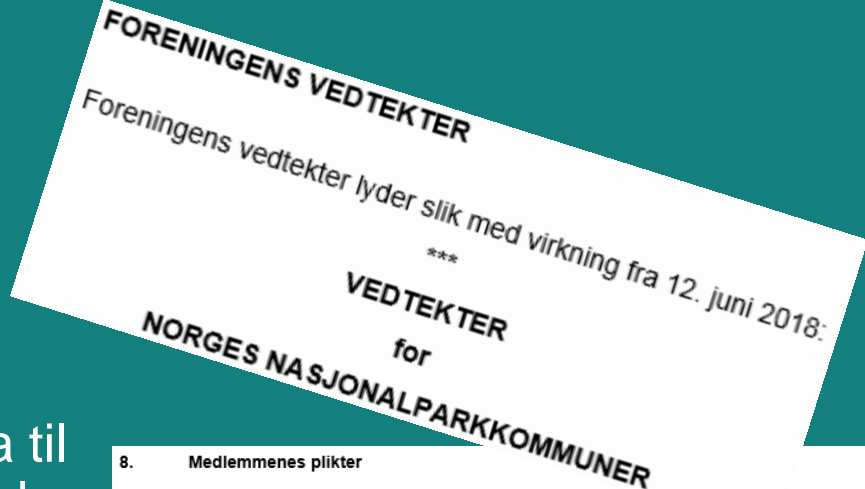
Norges  
nasjonalparkkommuner

## FORMÅL NORGES NASJONALPARKKOMMUNER

Foreningens formål er å stimulere og bidra til lokal verdiskaping og næringsutvikling med grunnlag i merkevaren Norges nasjonalparker.

Nasjonalparkene gir mulighet for økonomisk, kulturell, sosial og miljømessig verdiskapning. Foreningen skal samle og koordinere ressursene og innsatsen slik at medlemmene som aktører under merkevaren Norges nasjonalparker kan bidra til at merkevarens intensjoner og muligheter blir oppfylt.

Foreningen skal ikke delta i forvaltningen av nasjonalparkene.



### 8. Medlemmenes plikter

Hvert medlem skal:

- a) betale kontingent;
- b) ha ressurs og bære kostnadene med ansvar for å oppfylle kommunens oppgaver som følge av statusen NPK og NPL;
- c) lojalt og aktivt støtte opp om Foreningens virksomhet;
- d) følge opp gjeldende planer, vedtak og henvendelser fra Foreningen;
- e) implementere Foreningens visjon og strategi i sin virksomhet;
- f) aktivt markedsføre seg som NPK og NPL i tråd med merkevaren Norges nasjonalparker; og
- g) delta på møter og samlinger organisert av Foreningen.
- h) Implementere kriteriene for nasjonalparkkommuner for å være aktør under merkevaren Norges nasjonalparker**
- i) **Ta i bruk merkevaren og designmanualen med retningslinjer i kommunens visuelle profil og i profilering av kommunen.**



Norges  
nasjonalparkkommuner

# STRATEGIER/ OVERORDNA MÅL

- Styrke merkevaren Norges nasjonalparker nasjonalt og internasjonalt
- Være en synlig aktør under merkevaren Norges nasjonalparker
- Skape en felles identitet blant medlemmene
- Bidra til lokal verdiskaping og næringsutvikling i samsvar med verneformålet
- Tett dialog med strategiske samarbeidspartnere
- Jobbe for et bærekraftig reiseliv



Litsikt fra Hallingskarvet. Fotograf Emile Høiba.



Norges  
nasjonalparkkommuner  
og nasjonalparklandsbyer

Strategidokument for  
Norges nasjonalparkkommuner  
og nasjonalparklandsbyer 2017–2021



**Norges  
nasjonalparker**



# Norges nasjonalparker

«Merkevaren Norges nasjonalparker har som målsetning at nasjonalparkene skal trekke flere besøkende og at verneområdene skal få et bedre vern, noe som igjen skal føre til større verdiskaping».

Verdiskapingen skjer hovedsakelig utenfor nasjonalparkgrensa, der det bor folk, der det selges varer og tjenester.



Regjeringen.no

## Ny merkevare- og kommunikasjonsstrategi for Norges nasjonalparker

Nyhet | Dato: 13.04.2015 | Klima- og miljødepartementet  
(<http://www.regjeringen.no/no/dep/kld/id668/>)

Klima- og miljøministeren lanserer en ny merkevare- og kommunikasjonsstrategi for Norges nasjonalparker. Målet er at flere skal besøke nasjonalparkene.



Gjennom en enhetlig profil blir merkevaren "nasjonalpark" sterkest mulig Foto: Øivind Haug



Fra

«HIT, MEN IKKE LENGER»

til

Norges  
nasjonalparker

«VELKOMMEN  
INN!»







Øystre Slidre kommune

Trondheim, 03.07.2019

Deres ref.:

Vår ref. (bes oppgitt ved svar):  
2019/5611

Saksbehandler:  
Reidar Dahl

## Nasjonalparkkommuner som aktører under merkevaren "Norges nasjonalparker" Invitasjon til kommunene om å søke status som nasjonalparkkommune – ny og revidert versjon

I 2015 lanserte regjeringen merkevaren "Norges nasjonalparker". Målet er flere besøkende, bedre vern og større verdiskaping. Merkevaren innebærer en helhetlig visuell profil som skal gjøre nasjonalparkene mer gjenkjennelige og tilgjengelige. Nasjonalparkkommunene skal bruke merkevaren i profileringen av nasjonalparkene og av kommunen. Kommuner med nasjonalparkareal på land større enn 1km<sup>2</sup> er søknadsberettigede og inviteres til å søke om status som nasjonalparkkommune. I særlige tilfeller kan også andre kommuner søke om statusen.

Miljødirektoratet inviterte i brev av 15.05.2018 96 kommuner til å søke om status som nasjonalparkkommune og bli en aktør under merkevaren. Pr 1.6.2019 har 11 kommuner fått status som nasjonalparkkommune og aktør under merkevaren. Behandlingen av søknadene har avdekket behov for noen klargjøringer og justeringer, særlig kravene for å være søknadsberettiget. Omtalet av dette i søknadsprosedyrene (vedlegg 3) er justert tilsvarende. Dette brevet er en revidert versjon av invitasjonen og erstatter brev med vedlegg av 15.5.2018.

Denne invitasjonen går til de 102 kommunene som har nasjonalparkareal på land større enn 1 km<sup>2</sup> (nye beregninger januar 2019). Brevet går også til orientering til kommunene som allerede har fått status som nasjonalparkkommune uten at brevet har konsekvenser for disse.

### Merkevaren "Norges nasjonalparker" og nasjonalparkkommunene

Miljødirektoratet er ansvarlig for implementeringen av merkevaren og har en koordinerende rolle på nasjonalt nivå. Den praktiske gjennomføringen av strategien er det nasjonalparkstyrene, nasjonalparkkommunene, nasjonalparklandsbyene, besøkssentrene og forvaltningssmyndighetene for andre verneområder, de såkalte "aktørene under merkevaren", som vil stå for. For å sikre et godt resultat, kreves et målrettet arbeid fra aktørene og et utstrakt samarbeid dem imellom.

Ordningen med nasjonalparkkommuner ble etablert i 2008 og i perioden fram til 2012 fikk 34 kommuner status som nasjonalparkkommuner. Kriteriene som ble brukt ved tildeling av statusen var

# INVITASJON FRA MILJØ- DIREKTORATET TIL 102 KOMMUNER OM Å SØKE STATUS SOM NASJONALPARK- KOMMUNE OG SOM AKTØR UNDER MERKEVAREN NORGES NASJONALPARKER



Norges  
nasjonalparkkommuner  
og nasjonalparklandsbyer

Besøksadresse  
Brattørkaia 2  
2656 Lom

Postadresse  
Postboks 5  
2680 Lom

Kontakt  
Sentral +47 61 21 12 00  
Direkte +47 61 22 461  
post@npk.no  
Organisasjonsnummer 914 689 375

Norges nasjonalparkkommuner og nasjonalparklandsbyer  
alt. Medlemmene

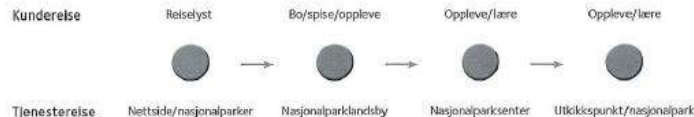
Dato: 2. mai 2017

## Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren Norges nasjonalparker

Nasjonalparkene er det flotteste vi har av natur, og skal oppleves og bevares. For å synliggjøre nasjonalparkene som attraktive turmål, skal det implementeres en merkevare- og kommunikasjonsstrategi for nasjonalparkene. Formålet med denne er å gjøre nasjonalparkene enda mer attraktive som friluftslivsområder og reisemål, og bidra til tettere samarbeid mellom alle relevante aktører. En enhetlig profilering og kommunikasjon om nasjonalparkene er en del av strategien, slik at nasjonalparkene fremstår som en enhetlig merkevare. Etablering av informasjonspunkter, utviklingspunkter og tilrettelegging for at personer med lite friluftslivserfaring kan gå kortere turer i områdene, er viktige elementer i strategien. Merkevaren Norges nasjonalparker skal bidra til økt besøk på en bærekraftig måte. Fokusområdene for merkevaren er verdiskaping, besøksforvaltning og vern.

Nasjonalparkene, besøkssentrene, nasjonalparklandsbyene, nasjonalparkkommunene og lokalt næringsliv skal være vertskap for opplevelser og vise omsorg for de besøkende og naturen. Denne oppgaven må løses av aktørene i fellesskap.

Merkestrategien legger opp til et utstrakt samarbeid mellom aktørene. Kunderreisen starter når den besøkende finner informasjon på nettet, og fortsetter via besøk i for eksempel nasjonalparklandsbyen med reiselivsaktører og besøkssenter til startpunkt, utviklingspunkt eller informasjonspunkt ved nasjonalparken. Hensikten er å gjøre alle aktørene mer tilgjengelige for besøkende, men ikke minst legge til rette for at besøk hos en aktør fører til besøk hos en annen.



Kunderreisen betinger høy kvalitet i alle ledd og hos alle aktører, og merkestrategien skal bidra til å sikre denne kvaliteten. Det er i kvaliteten på kunderisen vi som vertskap kan innfri merkeverdens lønndom og gode opplevelser. Samtidig kan vi påvirke gjestenes bruk av nasjonalparken og området rundt for å ivareta verneverdiene. Ikke alle verneområder har en kunderreise som beskrevet over, men i et samarbeid med reiselivsaktører vil alle verneområder ha sin egen kunderreise.



Norges  
nasjonalparkkommuner

# KRITERIER FOR NASJONALPARKKOMMUNER

## 1.0 Kommuneplan

Nasjonalparkkommunen skal forankre sin status som aktør under merkevaren Norges nasjonalparker i sitt planverk.

## 2.0 Kundereisen

Nasjonalparkkommunen skal som aktør under merkevaren Norges nasjonalparker være med å innfri merkevarens målsetting om mer besøk, økt verdiskaping og bedre vern.

## 3.0 Kompetanse

Økt kompetanse skal sikre god lokal kunnskap om nasjonalparkkommunen, verneområdene og god service til gjestene.

## 1.0 Kommuneplan

### **Nasjonalparkkommunen skal forankre sin status som aktør under merkevaren Norges nasjonalparker i sitt planverk.**

- 1.1 Nasjonalparkkommunens ansvar og rolle under merkevaren Norges nasjonalparker skal beskrives i kommuneplanen.
- 1.2 I kommuneplanens samfunnsdel beskrives mål og strategier for kommunen som nasjonalparkkommune.
- 1.3 I handlingsdelen beskrives konkrete tiltak og hvordan de skal gjennomføres i kommunal virksomhet og ved medvirkning fra andre offentlige organer, frivillig organisasjoner og private aktører.
- 1.4 I kommuneplanens arealdel skal det tas hensyn til verneområdene og verneverdiene i områdene. Det må komme fram hvordan kommunen gjør dette ved bruk arealformål og eventuelt hensynssoner.
- 1.5 **Nasjonalparkens plass som attraksjon og satsingsområde skal beskrives i kommuneplanen. Kommuneplanen skal støtte opp om besøksstrategien for nasjonalparken(e) og de øvrige verneområdene i kommunen og slik bidra til en funksjonell overgang mellom verneområdene og områdene utenfor.**
- 1.6 Nasjonalparkkommunen skal gjennom et aktivt og kontinuerlig arbeid vurdere behov for endringer og forbedringer som bidrar til merkevarens målsetting om mer besøk, økt verdiskaping og bedre vern. Forslag til forbedringer tas opp under den årlige revisjonen av handlingsdelen.
- 1.7 Nasjonalparkkommunene skal gjennomgå status på kriteriene hvert fjerde år i forbindelse med rullering av kommuneplanen. Statusen sendes NPKL.

## 2.0 Kundereisen

### **Nasjonalparkkommunen skal som aktør under merkevaren Norges nasjonalparker være med å innfri merkevarens målsetting om mer besøk, økt verdiskaping og bedre vern.**

- 2.1 Nasjonalparkkommunen er forpliktet til å delta i de arenaene nasjonalparkstyrene har etablert som faglig rådgivende utvalg og administrativt kontaktutvalg.
- 2.2 Nasjonalparkkommunen skal ha minst en naturlig innfallsport til nasjonalparken i form av et tettsted. Tettstedet skal ha grunnleggende servicefunksjoner som dekker primære behov i et kundereiseperspektiv, herunder; informasjon, overnatting, matservering og dagligvarehandel.
- 2.3 Nasjonalparkkommunen skal ha en stedsutviklingsplan for tettstedet/tettstedene som er valgt som innfallsport til nasjonalparken.
- 2.4 Nasjonalparkkommunen skal ha turmuligheter og merkede stier.
- 2.5 Nasjonalparkkommunen skal legge til rette for stedsnære aktivitets-, friluftslivs- og opplevelsestilbud.
- 2.6 Nasjonalparkkommunen skal, i tett samarbeid med sitt respektive verneområde-/nasjonalparkstyre, informere om de nærliggende verneområdene og tilbudene i randsonen til disse. Dersom det skal informeres under merkevaren skal kommunens nasjonalparkkommunelogo benyttes, ikke respektivt kommunevåpen og det tilhørende malverket. All informasjon skal være i henhold til Designmanual for Norges nasjonalparker og holdes oppdatert.
- 2.7 Nasjonalparkkommunen skal være en aktiv pådriver og tilrettelegger for å høyne kvaliteten på alle punktene i kundereisen, innenfor sitt nedslagsfelt. Dette medfører tett dialog med kommersielle og ikke-kommersielle aktører.

### **3.0 Kompetanse**

**Økt kompetanse skal sikre god lokal kunnskap om nasjonalparkkommunen, verneområdene og god service til gjestene.**

- 3.1 Nasjonalparkkommunen skal gjennomføre eller bidra til tiltak som styrker kompetansen innen verdiskaping, besøksforvaltning, vern og vertskapsfunksjon i egen kommune.**

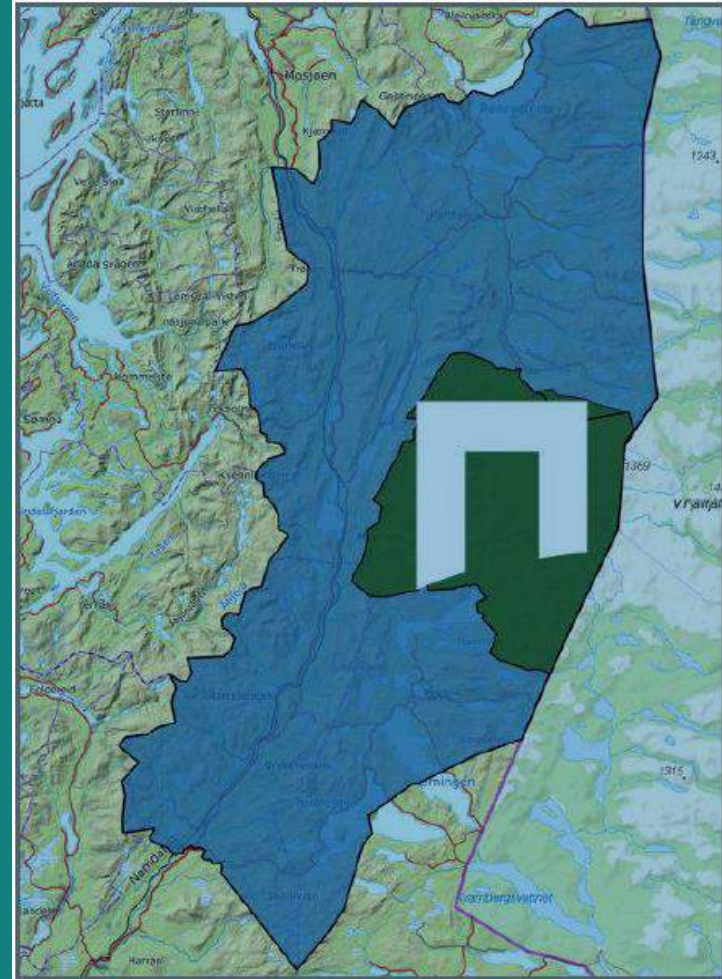


Norges  
nasjonalparkkommuner

**Kommuner med felles nasjonalparkareal bør samarbeide om nasjonalparkinformasjon, tilrettelegging og reiseliv. Dette vil sikre bedre opplevelser for de reisende og bidra til bedre trivsel og folkehelse.**

**Samarbeidet mellom nasjonalparkkommunen, verneområdestyret og næringsaktørene skal sikre den sømløse overgangen mellom verneområdet og områdene utenfor.**

**Stordriftsfordeler som økt kompetanse, flere ressurser til disp. og bedre ressursbruk. Arealet utenfor vernegrensene tåler mer besøk og har infrastruktur som er nødvendig for god besøksforvaltning. Styr trafikken dit.**



**Kommunene rundt Børgfjell kan samarbeide som nasjonalparkkommuner med Børgfjell nasjonalpark som fellesnevner**



Norges  
nasjonalparkkommuner

## Fra besøksstrategien til Børgefjell nasjonalpark

### 3.1.1 Nasjonalparkkommuner

Et viktig strategisk grep for å nå målene er god samhandling med kommunene rundt Børgefjell gjennom nasjonalparkkommune-statusen.

Ved å arbeide for at alle kommunene blir nasjonalparkkommuner under merkevaren Norges nasjonalparker vil en arbeide med de samme verdiene som ligger i kriteriene. Kommunene vil gjennom statusen ha felles mål om flere besøkende, bedre vern og økt lokal verdiskaping gjennom merkevaren.

## Besøksstrategi

Børgefjell/Byrkije nasjonalpark og Austre Tiplingan/Luvlie  
Diehpell landskapsvernområde



**SYRETEST**





Norges  
nasjonalparkkommuner

# Formålet med verneområdets vedtekter er å legge til rette for en helhetlig og kunnskapsbasert forvaltning av de verneområder styret har ansvar for.

## Folkevalgt med forvaltningsansvar

Verneområdestyret **skal** oppnevne et rådgivende utvalg.

Verneområdestyret **bør** oppnevne et administrativt kontaktutvalg bestående av representanter fra administrativt nivå i de ulike kommunene. (Hvem skal det være?)

Styret **kan** legge til rette for at verneområdenes potensial for verdiskaping utnyttes i tråd med besøksstrategien. Styret bør i denne sammenhengen innlede et samarbeid med lokalt reiseliv/øvrige reiseliv, samt det autoriserte besøkssenter.



## Folkevalgt med verdiskapingsansvar

Nasjonalparkkommunen er **forpliktet** til å delta i de arenaene nasjonalparkstyrene har etablert som rådgivende utvalg og administrativt kontaktutvalg.

I kommuneplanens arealdel **skal** det tas hensyn til verneområdene og verneverdiene i områdene.

Nasjonalparkkommunen **skal**, i tett samarbeid med sitt respektive verneområde-/nasjonalparkstyre, informere om de nærliggende verneområdene og tilbudene i randsonen til disse.



Norges  
nasjonalparkkommuner

# VEIVALG

**Implementeringen av merkevaren «Norges nasjonalparker» med sine tre fokusområder kan bare løses av merkevareaktørene, næringsaktørene og andre nødvendige ressurser i fellesskap.**

**Alle kommuner med areal i samme nasjonalpark søker status som nasjonalparkkommune. Det utgjør grunnmuren for det regionale samarbeidet som er nødvendig for å løfte merkevaren til høyt nok nivå. Da kan man henvende seg til og samarbeide med andre aktører som regionalt destinasjonsselskap/landsdelsselskap, fylkeskommune, fylkesmannen (landbruk og mat), friluftsråd m. fl.**



**Staten må investere i sine egne gode idéer og se at dette er et fyrtårn i den grønne omstillingen/økonomien.**

**102 samorganiserte nasjonalparkkommuner som snakker med felles tunge vil ha betydelig politisk kraft og kan hjelpe staten i riktig retning.**

**Kjensgjerning:**

**«For hver krone vi investerer i en nasjonalpark får vi 10 tilbake.»**

**Dette er erfaringer fra Finland, Europarc Federation og USA.**



Klima- og  
miljødepartementet

Handlingsplan

## Handlingsplan for styrket forvaltning av verneområdene

# FRAMOVER



Regjeringen.no

## Vil ha lønnsomme arbeidsplasser i hele landet

Pressemelding | Dato: 04.09.2019 | Nærings- og fiskeridepartementet  
(<http://www.regjeringen.no/no/dep/nfid/id709/>), Kommunal- og moderniseringsdepartementet  
(<http://www.regjeringen.no/no/dep/kmd/id504/>)

Næringslivet går godt i mange distrikter, regjeringen ønsker vekst i hele landet. Nytt utvalg skal vurdere hvilken betydning privat næringsliv har for levende og bærekraftige lokalsamfunn.

- Næringslivet bidrar til å skape bærekraftige lokalsamfunn. Vår jobb som politikere på ulike nivåer handler om å legge til rette for at næringslivet kan skape verdier og lønnsomme arbeidsplasser i hele landet, sier næringsminister Torbjørn Røe Isaksen (H).

Regjeringen setter ned et nytt utvalg som skal utrede betydningen privat næringsliv har for levende og bærekraftige lokalsamfunn, og vurdere muligheter og hindringer for å utvikle lønnsom næringsvirksomhet i distriktene.

- Folk bor der verdiene er og skapes, det gjør sterke bedrifter og levende lokalsamfunn til et konkurransefortrinn for Norge. Det private næringslivet kan være en del av løsningen på mange utfordringer i distrikts-Norge, men vi trenger mer kunnskap om hva som hemmer og fremmer næringsutvikling, sier kommunalminister Monica Mæland (H).



Norges  
nasjonalparkkommuner

Takk for at dere  
fulgte med!

Bjørn Åge Jenssen  
Daglig leder  
Tlf. 61 21 12 00  
@: [post@npkl.no](mailto:post@npkl.no)  
[www.npkl.no](http://www.npkl.no)

