

Oppsummering fra høringsmøtet om mulighetsstudien i Otta Kulturhus 08.01.18

Dag Erik Pryhn ønsket velkommen og orienterte om bakgrunnen for mulighetsstudien.

Rondane nasjonalpark fikk i 2014 status som en av fire pilot-nasjonalparker. Disse nasjonalparkene er bestemt brukt som en spydspiss i markedsføring av Norge som turistmål. I dette ligger blant annet at et regime for informasjonsarbeid og tilrettelegging, såkalt besøksforvaltning, skal prøves ut. I brev fra miljødirektoratet heter det at besøksforvaltning knyttet til nasjonalparkene skal gi gode opplevelser for brukerne og bidra til lokal verdiskaping for bedre å ivareta naturverdiene. I besøksforvaltningen skal man finne gode avveininger mellom besøk av nasjonalparken og verneverdiene.

Status som pilot for Rondane nasjonalpark gjorde at man i 2015 vedtok en besøksstrategi, som er en plan for hvordan styret skal gjennomføre besøksforvaltningen og hvordan utvikle Rondane som besøkspark. Strategien viser at man skal bruke informasjonsarbeid, fysisk tilrettelegging, kanalisering av trafikk og sonering, samtidig som man skal skape balanse mellom verneverdiene, besøk og lokal verdiskaping. I besøksstrategien er det pekt ut 6 fokusområder hvorav ett er aksene Høvringen - Rondvassbu –Mysusæter; et område med mye besøk, stor attraktivitet og sterke verneverdier.

Rondane og Dovre nasjonalparkstyre tok i 2017 initiativ til at det skulle gjennomføres en mulighetsstudie. Rådgivingselskapet Mimir, som arbeider med opplevelsesbaserte reiselivet, ble engasjert til å utføre studien. Prosjektet er 100% statlig finansiert og rapport skal leveres 1. februar.

Sel kommune ble invitert med som bestiller, men satte som premiss for deltagelse at det skulle avholdes et åpent møte i forkant av innlevering av rapport der forfatter av rapporten orienterte om sitt arbeid og rapportens innhold - et høringsmøte.

Mulighetsstudien skal utrede mulige tiltak for å øke attraktivitet i og rundt Mysusæter og samtidig minke besøkstrykk innover mot kjernen av Rondane nasjonalpark. Bakgrunnen for dette er å se på muligheten for å reetablere reinstrekket på vestsiden av Rondanemassivet.

Et sentralt tema i mulighetsstudien er konsekvensene hvis parkeringsplassen på Spranget avvikles med eventuell ny tilrettelegging på Mysusæter. Dette skal vurderes ut i fra et nærings- og verdiskapingsperspektiv.

Ola Næperud redegjorde kort for mandatet til Mimir. I mulighetsstudien skal utredes to ulike alternativer. Hvilke effekter vil det ha å flytte parkeringsplassen for Mysusæter, Otta el Høvringen? Vil det komme færre besøkende? Hvilke grupper vil det bli færre av, og hvor viktige er de for næringslivet? Hvilke muligheter gir en flytting for ny næringsaktivitet på Mysusæter? Kan det utvikles aktivitet på Mysusæter for de som kun bruker Spranget som utkikkspunkt? Hva vil det koste? Hvordan harmonerer eventuelle tanker om dette med internasjonale trender innen turisme? Sist men ikke minst, hvilke forutsetninger må være på plass før man tenker flytting av parkeringsplass. Et viktig punkt for Sel kommune.

Konsekvenser skal vurderes ut i fra to alternativer:

Alternativ 1: Shuttlebuss fra Mysusæter til Rondevassbu

Alternativ 2: Ingen transport fra Mysusæter til Rondevassbu

Torill Olsson fra Mimir orienterte om oppdraget som hun beskrev som å se på de næringsmessige konsekvensene ved å flytte parkeringsplassen på Spranget ned til Mysusæter, samtidig som det settes opp shuttlebuss helt inn til Rondevassbu, alternativt ingen transportløsning i det hele tatt. Hvordan vil de ulike alternativene påvirke de besøkenes opplevelser og konkurransekraften til de ulike bedriftene i området.

Olsson beskrev Rondane som «smellvakkert». «Jeg er blasert og har reist i hele Norges land, men Rondane er smellvakkert. Det er som en kulisse når du kommer opp Tjønnebakken - som hentet fra en westernfilm. Dette er et fantastisk konkurransefortrinn». Baksiden av medaljen beskrev hun som opplevelsen besøkende har på Spranget en fin dag - helt kaotisk og mye biler. Sånn kan man ikke ha det hvis man skal utnytte Rondanes konkurransefortrinn.

Hun beskrev den generelle utviklingen innen internasjonal turisme. Dette beskrev hun som bevegelse fra turisme versjon 1.0 til versjon 2.0 - fra å se til å delta, fra volum til verdi, fra iscenesatt til autentisk.

Denne utviklingen utgjør et bakteppe som gjør at man bør ta noen grep for å etablere et bærekraftig reiseliv som tar hensyn til natur, kultur, lokalsamfunn og stedets egenart. Tiltak må være økonomisk levedyktige. Man må finne løsninger som balanserer alle disse hensynene på en god måte. Turistene ønsker i dag i langt større grad og ta del i ekte naturopplevelser og naturvern- opplevelser de kan kjøpe med god samvittighet.

Momenter

- 14000 passeringer i bommen på Tjønnebakken hvert år (*2.8 person i hver bil)
- Mange ulike brukergrupper på Spranget med svært ulike motiv (sightseeing, hytteeiere, campingturister og toppturister)
- For mange besøkende på Spranget med for liten næringsmessig effekt (fra volumtenking til verditenkning)
- 20 kr betalt i bommen (billig) gjør at du kommer rett inn til en av Norges turistattraksjoner.
- Mysusæter er i dag svært underutviklet - oppleves synlig og utydelig. (Rondevassbu har vært svært dyktige på å utvikle den type reiseliv turistene ønsker).
- Skal man jobbe med bærekraftig reiselivsutvikling i området er det passivt og ikke ta tak i situasjonen rundt parkeringen på Spranget.

En løsning uten transport fra Mysusæter til Rondevassbu er et svært dramatisk tiltak. En distanse på 10 km inn til Rondevassbu er langt for mange. Det vil være til hinder og gjøre at mange turister vil velge andre alternativer.

Løsningen med shuttlebuss vil for mange oppleves litt plundrete, og vil kanskje i størst grad påvirke de spontane turene negativt. Dessuten vil Rondevassbu bli veldig tilgjengelig. En annen type turister vil besøke Rondevassbu - førstegangsturister og mer urbane gjester og muligens færre lokale besøkende. Tilbudet på Rondevassbu må oppdateres i forhold til nye grupper besøkende (lunsjbesøkende). Det bør også tenkes gjennom signaleffekt av å kjøre så langt inn i nasjonalparken. Dette kan bli negativt mottatt. Kundeopplevelsen vil bli påvirket av dette. Velger man en slik løsning må tilbudet være markedstilpasset, både rutetider og muligheten til å ta med seg turutstyr av ulik størrelse. En klar forutsetning er at eierforhold og vedlikehold av veien og drift av bussen må være avklart, samtidig som parkeringsplass på Mysusæter må oppgraderes.

Hybridløsning med buss til Spranget med tillegg av egen transport til fots eller på sykkel videre innover, er ingen god løsning. Det var fornuftig å ta dette ut av oppdraget til Mimir.

Mimir synes ingen av disse alternativene av de nevnte alternativer som gode, og lanserer derfor et tredje alternativ. Dette går på å utvikle Mysusæter og avlaste parkeringen på Spranget.

Foreslåtte tiltak for å lykkes med denne løsningen:

- Utvikling av alternative stier (opp til Ranglarhø og langs Ula) samtidig som man utvikler Mysusæter til å bli et knutepunkt som er utgangspunkt for et godt stinett på Mysusæter.

Dette vil avlaste Spranget ved at noen grupper vil velge Mysusæter som utgangspunkt for sine aktiviteter.

- Heve bompris og parkeringsavgift. Gjøre det dyrere å komme til Spranget (avskalling av gjester som ikke legger igjen penger).
- Tilrettelegging på Spranget gjennom parkeringsforbud langs veien er hensiktsmessig. Skilting/info om at parkeringsstatus på Spranget (sanntidsinfo) nede på Mysusæter for sent ankommende gjester vil være et fornuftig tiltak.
- Forbud mot camping

Samtidig vil det være viktig å utvikle Mysusæter gjennom god informasjon og gode aktivitetstilbud, samtidig som man gir Mysusæter en tydelig knutepunktsfunksjon. Dette skal være de besøkendes første møte med nasjonalparken. Her må også historien om villrein og vern kommuniseres. Man må tenke helhetlig reisemålsutvikling - fjellet er hovedattraksjonen, Mysusæter er knutepunktet og villreinen er en del av historien. Man må utvikle Mysusæter med fokus på oppholds- og aktivitetsturisme, ikke sightseeing. Når det gjelder det reiselivsmessige, er det viktig å ha fokus på kundeopplevelsen. Samtidig må man etablere et bredt samarbeid mellom aktørene i området, både offentlig og private aktører.

/Gulla