

► Besøksstrategi for Trolltunga



Oppdragsnr.: 5191178 Dokumentnr.: 1 Versjon: Dato: 09.07.2019

Oppdragsgjevar:	Hordaland fylkeskommune
Oppdragsgjevar sin kontaktperson:	Marta Rongved Dixon
Rådgjevar:	Norconsult AS
Oppdragsleiar:	Astrid Rongen, Norconsult AS
Fagansvarleg:	Astrid Rongen, Norconsult AS
Andre nøkkelpersonar:	Torill Olsson , MIMIR

Versjon	Dato	Omtale	Utarbeidd	Fagkontrollert	Godkjent
---------	------	--------	-----------	----------------	----------

Dette dokumentet er utarbeidd av Norconsult AS som del av det oppdraget som dokumentet omhandlar. Opphavsretten tilhører Norconsult AS. Dokumentet må berre nyttast til det formål som går fram i oppdragsavtalen, og må ikkje kopierast eller gjerast tilgjengeleg på annan måte eller i større utstrekning enn formålet tilseier.

**FØREORD**

Besøksstrategien for Trolltunga er ein langsiktig strategi for best mogeleg tilrettelegging av ein berekraftig bruk av turattraksjonen Trolltunga, slik at ein skaper gode opplevingar for dei besøkande, medverkar til lokal verdiskaping og tek vare på naturverdiane.

Besøksstrategien er utarbeidd på oppdrag frå Hordaland Fylkeskommune.

Arbeidet er finansiert av ASCENT, eit EU-prosjekt innanfor Northern Periphery and Arctic program (2016 – 2019). Prosjektet har bygging, vedlikehald og monitorering av turstiar i sårbar natur som føremål. Partnerar i prosjektet er Irland, Nord-Irland, Finland, Island og Noreg. Ascent si heimeside: www.ascent-project.eu

Konsulent for besøksstrategien for Trolltunga har vore Norconsult AS i samarbeid med MIMIR.

Styringsgruppe

Hordaland fylkeskommune	Marta Rongved Dixon
Trolltunga AS	Rolf Bøen/ Åse Marie Evjen
Ordførar Odda	Roald Aga Haug
Plansjef Odda kommune	Kristian Bondhus Jensen
Hordaland fylkeskommune	Snorre Waage
Fylkesmannen i Vestland	Øistein Aasland

Besøksstrategien er utarbeidd i nært samarbeid med ei referansegruppe sett saman av sentrale aktørar i Odda. I samband med kartlegginga er det gjennomført intervju og samtaler med eit tital personar både frå privat, offentlig og frivillig sektor. Det har også vore gjennomført eit innspelsmøte tidleg i prosessen og eit høyringsmøte rett før ferdigstilling for å få tilbakemelding på forslaget til strategi.

Framdrifta har vore som vist nedanfor :

Strategidokument	Veke nr 2019																																
	feb		mars					april					mai					juni					juli		Aug								
	06	09	10	11	12	13	14	15		17	18	19	20	21	22	22	23	24	25	26			31	32	33								
Underteikning avtale	08 02																																
Oppstartsmøte på Voss					22 03																												
Kartlegging dagens situasjonen -																																	
Prosessmøte 1 Innspelsmøte Odda											02 05																						
Utkast besøksstrategi																																	
Prosessmøte 2. Høyringsmøte Odda																																	
Ferdigstilling rapport																																	
Leverer rapport																																	
																									16 08								

Fig. 1 Framdriftsplan



SAMANDRAG

Besøksstrategien for Trolltunga er ein strategi for berekraftig besøksforvaltning av den unike, naturbaserte turistattraksjonen Trolltunga. Strategien legg til grunn at ein skal ta omsyn til naturkvalitetar, reiselivet og verdiskaping lokalt og i regionen, lokalbefolkninga og dei besøkande.

Innleiingsvis omtalar den rammeverket i lover og overordna mål og strategiar.

Kapittelet om kunnskapsgrunnlaget gjer greie for no-situasjonen, den store auken av besøkande dei seinare åra, slitasje på naturen og utfordringane ein har hatt med tilkomst, overnattingskapasitet og tilrettelegging for ein stor del utanlandske besøkande som har ulike føresetnadar for å meistra den krevjande fjellturen.

Strategien peikar på viktige mål og innsatsområde dei neste 3-5 åra som skal gi ei god utvikling for Trolltungaturismen.

Det er alt sett i gang og vidareført mange tiltak som har vore drøfta i prosessen. Dette gjeld mellom anna betre tilrettelegging av stien og tilkomsten, gode, trygge naturopplevingar som skal gjera Trolltungaturen til ei «oppleving for livet». Den besøkande sine behov og ønske skal stå i fokus. Opplevingane og kvalitetane ved opphaldet i Odda skal medverka til lokal verdiskaping utan at besøkstalet treng å aukast.

Vidare drøftar strategien den sårbare villreinstamma som kan bli uroa om dei besøkande i større grad trekkjer inn mot Hardangervidda som teltturistar og hytteturistar. Aktuelle verkemiddel for å avgrensa den auka mengda telt- og hytteturistar, er utarbeiding av ein juridisk bindande reguleringsplan og bruk av friluftsløva. Høg kvalitet på informasjonsmateriell og fjerning av skilt og merka stiar som fører inn på Vidda, er ein annan suksessfaktor for å kanalisera denne typen turisme til å fylgja den tilrettelagde stien til og frå Trolltunga.

Besøksstrategien skal auka forståinga for forvaltninga av ikonet Trolltunga og lyfte fram Trolltunga som ein unik naturattraksjon som vert forvalta på ein berekraftig måte slik at den kan kvalifisera til status som Nasjonal turiststi. Strategien er vurdert opp mot kriteria til Nasjonale turiststiar i kapittel 7. Det det står no att krav om utarbeiding av ein «sårbarheitsanalyse». Dette arbeidet er igangsett som eit eige prosjekt.

Besøksstrategien skal vera grunnlag for utarbeiding av ein meir detaljert handlingsplan, men denne inngår ikkje i dette oppdraget.

Innhald

2	KVA ER EIN BESØKSSTRATEGI?	9
2.1	Om Trolltunga	9
2.2	Bakgrunn	9
2.3	Utfordringar for lokal verdiskaping	9
2.4	Føremålet med besøksstrategien	10
3	RAMMEVERKET	11
3.1	Nasjonale mål og strategiar	11
3.1.1	<i>Nasjonal turiststi, kriterium</i>	11
3.1.2	<i>Berekraft og verdiskaping</i>	11
3.2	Regionale mål og strategiar	12
3.2.1	<i>Besøksstrategi for Hardangervidda</i>	12
3.2.2	<i>Hardangervidda nasjonalpark</i>	13
3.3	Lover og reglar	13
3.3.1	<i>Naturmangfaldlova</i>	13
3.3.2	<i>Allemannsretten (Friluftislova av 1957)</i>	13
3.3.3	<i>Rettleiarar</i>	13
4	KUNNSKAPSGRUNNLAGET	14
4.1	Naturkvalitetane	14
4.1.1	<i>Fjellområdet</i>	14
4.1.2	<i>Geologi og landskap</i>	15
4.1.3	<i>Nyare og påtenkte/moglege tiltak på stien</i>	15
4.1.4	<i>Skred</i>	15
4.1.5	<i>Kulturminne</i>	16
4.1.6	<i>Vegetasjon</i>	16
4.1.7	<i>Slitasje på vegetasjonen</i>	16
4.1.8	<i>Forsøpling og manglande toalettforhold</i>	17
4.1.9	<i>Telting</i>	18
4.1.10	<i>Villreinen</i>	19
4.1.11	<i>Flora og fauna</i>	20
4.1.12	<i>Menneskeskapte inngrep i området</i>	21
4.2	Reiselivet	21
4.2.1	<i>Overnattingsstatistikk for Odda</i>	21
4.2.2	<i>Odda kommune - Trolltunga AS</i>	22
4.2.3	<i>Andre reiselivsaktørar</i>	23
4.2.4	<i>Statskraft si rolle</i>	25
4.2.5	<i>Guiding til Trolltunga</i>	26
4.2.6	<i>Marknadsføring av Trolltunga</i>	26
4.2.7	<i>Andre attraksjonar</i>	27
4.3	Dei besøkande	29

4.3.1	<i>Kva forventningar har turistane?</i>	32
4.3.2	<i>Korleis kjem den besøkande seg til Trolltunga?</i>	32
4.3.3	<i>Parkeringskapasiteten</i>	33
4.3.4	<i>Med shuttle-buss</i>	34
4.3.5	<i>Stien til Trolltunga</i>	35
4.3.6	<i>Informasjon</i>	35
4.3.7	<i>Tryggleik på turen</i>	36
4.4	Samanstilling av kunnskap	38
4.4.1	<i>Trolltunga i eit brukarperspektiv</i>	38
5	MÅL OG OVERORDNA STRATEGISKE GREP	41
5.1	Mål	41
5.2	Overordna strategiske grep	41
5.3	Overordna strategiar på tvers av tema og mål	43
6	STRATEGISKE GREP ETTER MÅL OG TEMA	48
6.1	Strategisk grep naturverdiar	48
6.2	Strategisk grep reiseliv	48
6.3	Strategisk grep i høve til dei besøkande	49
7	VURDERING I HØVE TIL NASJONALE KRITERIUM	50

1 INNLEIING

Naturen og fossane rundt Odda var ein turistattraksjon som skapte ein gullalder for Oddasamfunnet på slutten av 1800-talet og i byrjinga på 1900-talet. Dei siste hundre åra gav fossekrafta grunnlag for dei store industriverksemdene i kommunen og turistane forsvann.

Som følge av den ikon-statusen Trolltunga har fått internasjonalt i det siste, er no turistane tilbake til Odda.

Turiststraumen har skapt nye utfordringar som slitasje på naturen, krav om god nok informasjon til dei besøkande på førehand og om heile reisa og kapasitet i Odda til å ta imot dei besøkande på ein god måte.

2 KVA ER EIN BESØKSSTRATEGI?

Ein besøksstrategi er her definert som ein heilskapleg og langsiktig planlegging som skal leggja til rette for berekraftig bruk av eit område, som skapar gode opplevingar for dei besøkande, medverkar til lokal verdiskaping og tek vare på naturverdiane.

2.1 Om Trolltunga

Trolltunga er ein av dei mest spesielle fjellformasjonane i Noreg. Kvart år trekkjer den til seg reisande frå heile verda, som ønskjer å ta bilde av den særeigne fjellhylla, med storslått utsikt over Ringedalsvatnet 700 meter nedanfor. Turen er 28 kilometer lang tur/retur Skjeggedal med ein høgdeskilnad på 800 meter. Vandringa tar 8-10 timer inkludert pausar og er for dei fleste svært krevjande både fysisk og mentalt.

Talet på besøkande var i 2018 88 000 personar, dei fleste frå utlandet. Det finst ikkje tal for årleg verdiskaping frå Trolltungaturismen. Det er ynskjeleg at dette vert gjennomført. Men basert på Innovasjon Norge sine gjennomsnittstal, kan turistkonsumet *stipulerast* til ein stad mellom 150-190 millionar kroner.¹ Vi presiserer at dette er svært usikre tall. Trolltunga har i tillegg medverka til auka lokal stoltheit.

2.2 Bakgrunn

Bakgrunnen for at ein ønskjer ein besøksstrategi for Trolltunga er fylgjande:

- Stor auke av turiststraumen til Trolltunga dei siste åra.
- Slitasje på naturen – konflikt med verneverdiar
- Tryggleik for dei besøkande
- utfordringar og mogelegheiter for lokalsamfunnet og næringsutvikling

Mange tiltak er gjennomført, men meir kan gjerast for å gjera reisemålet endå meir attraktivt for dei besøkande og lokalsamfunnet.

2.3 Utfordringar for lokal verdiskaping

Sett med reiselivsaugo er Trolltunga ein naturattraksjon som i laupet av få år har vakse fram til å verta ein av dei store ikona for norsk turisme. Dette har bidratt til ein stor auke i reiselivsrelatert omsetjing i Odda og elles i Hardanger. Samstundes har tilstrøyminga utløyst store behov for fellesgoder som skilting, merking, klopping², toalett, renovasjon, tryggleik og beredskap.

¹ Opphaldstida pr gjest i Odda er i gjennomsnitt 1,5 døger. I følge Innovasjon Norge er gjennomsnittlig konsum pr utenlandsk turist pr dag kr 1445,-. Dersom alt dette vert nytta lokalt, kan Trolltunga bety eit konsum på kr 190 mill kr for Oddasamfunnet og Hardanger. Fordi Trolltunga-turistane brukar det meste av tida si på fjellet, kan dagskonsumet i dette tilfellet vera lågare. Vurdert ut frå skjønn reknar ein derfor konsumet knytt til Trolltunga å vera mellom kr 150-190 mill kr

² Ei klopp er ein eller fleire treplankar eller steinheller lagt tvers over ein bekk eller ei myr.

Ei stor utfordring for denne typen naturbaserte attraksjonar er at det er mange aktørar med til dels svært ulike roller, som er involverte. Det er eit mål at besøksstrategien skal gi innspel til ei meir heilskapleg organisering som tek omsyn til natur, lokalsamfunn og ikkje minst at det vert sett på både inntekts- og utgiftssida. Som ein metafor kan ein tenkja seg ei organisering som er like saumlaus og effektiv som ein har rundt attraksjonar som tar inngangsbilletter som for eksempel ein fritidspark. Organisering gjennom eit partnerskap kan vera ein mogeleg modell som omtala i punkt 5.3.

Besøksstrategien held seg til ei tilnærming av reiseliv som seier at reiseliv ikkje er ein bransje i tradisjonell forstand, men eit sett av ulike aktørar som leverer produkt og tenester til folk som er på reise. Dette betyr at kven som er reiselivsaktørar, varierer etter kva type turisme som finns ved reisemålet. Ved å bruka ein slik marknadsorientert definisjon, vil strategien omfatta alle aktørane som er relevante for kunden, og som inngår i kundereisa. På Trolltunga betyr dette til dømes at både taxinæringa og Røde kors er viktige reiselivsaktørar. Dei må derfor involverast både i planlegging og gjennomføring av tiltak.

2.4 Føremålet med besøksstrategien

Besøksstrategien for Trolltunga skal gje eit heilskapleg bilete av no-situasjonen og ein ønska situasjon i eit 3-5 års perspektiv. Strategien skal peika på viktige innsatsområde for tiltak som skal gi ei god utvikling vidare frå no-situasjonen. Besøksstrategien skal gi klare kriterium for kva som er viktig å vurdere tiltak opp mot. Dette gjeld berekraftsprinsippa fordelt på miljø/klima, sosiale tilhøve og økonomisk berekraft. Besøksstrategien skal vera grunnlag for utarbeiding av ein handlingsplan - som ikkje inngår i dette oppdraget.

Det er dessutan eit mål at Trolltunga skal kvalifisera til status som Nasjonal turiststi, der det er krav om ein besøksstrategi som er i tråd med ei rekke definerte kriterium.

Denne strategien er vurdert opp mot krava til Nasjonal turiststi i kapitel 7

Strategien vil i tillegg vera ein nyttig reiskap for ny dagleg leiar for Trolltunga AS som vart tilsett våren 2019. Dagleg leiar sitt ansvarsområde er:

- Mål og strategisk planarbeid for Trolltunga. Dette i tett samarbeid med styret og innanfor rammene til politiske organ og myndigheiter
- Prosjektleiing/prosjektdeltaking, lokalt og nasjonalt
- Økonomiarbeid, herunder budsjettering og arbeid med å skaffa av midlar/inntekter
- Leggja til rette for godt samarbeidsklima mellom interessegrupper, offentlege og private aktørar i området
- Mediekontakt, informasjons- og presentasjonsarbeid

3 RAMMEVERKET

3.1 Nasjonale mål og strategiar

Miljødirektoratet sin definisjon av besøksforvaltning :

«å legge til rette for og styre bruken av et område slik at man optimaliserer:

- *Opplevelsen for de besøkende*
- *Lokal verdiskaping.*
- *Ivaretaking av naturverdiene»*

3.1.1 Nasjonal turiststi, kriterium

«Nasjonale turiststiar» er definert som område med svært stor attraksjonskraft og opplevingsverdi. Det er eit utval av stiar og turmål som toler høge besøkstal utan at natur-, kultur – og opplevingskvalitetane vert forringa. Det store besøkstalet skal også bidra til lokal verdiskaping.

Berre eit fåtal stiar får status som «Nasjonal Turiststi», maksimalt 15 stiar på landsbasis. Desse må fylla eit sett med kriterium utarbeidd av Miljødirektoratet. I tillegg vert det lagt vekt på variasjon i type natur og attraksjon, lengde og vanskegrad på turen og geografisk lokalisering. Stiane som vert autoriserte, vert prioriterte ved tildeling av midlar til tiltak.

Status som «Nasjonale turiststiar» skal medverka til at Noreg framleis kan vera eit attraktivt og berekraftig reisemål der ein tek vare på opplevings- og naturverdiane, medverkar til godt og førebyggjande beredskapsarbeid, lokal verdiskaping og god besøksforvaltning. For å løysa desse utfordringane krevst det heilskaplege grep.

Utfordringane i dag er særleg knytt til stiar med svært mange besøkande, der internasjonale turistar er i fleirtal. Problemstillingane det har vore jobba med i høve til Trolltunga, er slitasje på stiar og natur, søppelhandsaming, beredskap og behov for informasjon.

Denne besøksstrategien er vurdert i høve til kriteria for Nasjonal turiststi, kap 7

<http://www.miljodirektoratet.no/no/Tema/Friluftsliv/Nasjonale-turiststier/>

3.1.2 Berekraft og verdiskaping

Ein grunnleggjande premiss for all reiselivsutvikling er at den skal vere meir berekraftig. I dette ligg det at ein skal ta omsyn til både natur, kultur, miljø, lokalsamfunn og økonomi. Innovasjon Norge har med utgangspunkt i UNWTO sine berekraftsmål definert tre tema og ti prinsipp for eit meir berekraftig reiseliv, sjå fig.2.

Prinsipper for et bærekraftig reiseliv ⁽¹⁾



(1) "Making Tourism More Sustainable. A guide for policy makers." UNWTO/UNEP, 2005

innovasjon
norge

16

Fig. 2 Tre tema og ti prinsipper for et meir bærekraftig reiseliv (Innovasjon Norge)

Det å ta omsyn til både natur, samfunn og lønsemd er ein komplisert balansegang. Ofte er interessene også i direkte konflikt med kvarandre. Det krev kunnskap, refleksjon, nyansering og ikkje minst samarbeid for å finna dei løysingane som ivaretek desse omsyna best. Nettopp derfor ser ein at arbeidet for å verta meir bærekraftig også kan medverka til innovasjon og utvikling.

3.2 Regionale mål og strategiar

3.2.1 Besøksstrategi for Hardangervidda

Besøksstrategien for Hardangervidda er forvaltinga for verneområdet sin plan for korleis ein vil ta imot dei besøkande innafor Hardangervidda nasjonalpark med tilhøyrande verneområde. Høvet til lokalsamfunna rundt Hardangervidda er eit tema i strategien. Den skal leggja til rette for og styra bruken av verneområda slik at dei besøkande får ei best mogleg oppleving samstundes som den lokale verdiskapinga vert størst mogleg. Strategien skal og bidra til auka forståing for vernet og at verneverdiane blir tekne vare på. Vidare legg besøksstrategien føringar for korleis ein vil balansera verneverdiane, dei besøkande og den lokale verdiskapinga i verneområda i høve til kvarandre.

Besøksstrategien for Hardangervidda skal etter planen vedtakast i laupet av 2019, - men fagansvarleg har hatt tilgang til utkastet til denne under arbeidet med besøksstrategien for Trolltunga.

3.2.2 *Hardangervidda nasjonalpark*

Nærområdet til Trolltunga grensar opp mot Hardangervidda Nasjonalpark der arbeid med Besøksstrategi for Hardangervidda er i prosess, sjå omtale ovanfor i punkt 3.2.1. Omsynet til reinsdyr er ein viktig del av det arbeidet. Ein er dermed opptatt av at ferdselen i tilgrensande område, spesielt ved Trolltunga, ikkje får negative konsekvensar for verneområda og viktige leveområde for villreinen, aust for Trolltunga.

3.3 Lover og reglar

3.3.1 *Naturmangfaldlova*

Lova sitt føremål er å sikra at naturen med sitt biologiske, landskapsmessige og geologiske mangfald og økologiske prosessar vert tatt vare på ved berekraftig bruk og vern, men også slik at den gjev grunnlag for menneskeleg verksemd, kultur, helse og trivsel, no og i framtida.

3.3.2 *Allemannsretten (Friluftslova av 1957)*

Lova byggjer på ein viktig del av kulturarven vår; det å vere ute i naturen. Nordmenn har frå gammalt av hatt rett til å ferdast i skog og mark, etter elvane, på innsjøar, i skjergarden og til fjells – uavhengig av kven som eig grunnen.

Lova seier at alle kan hauste av naturen – ikkje berre saltvassfisk, bær, sopp og blomstrar, men òg inntrykk og opplevingar.

På den andre sida gjev friluftslova § 15 gjev heimel til å regulera ferdselen på område der utfarten er stor. Kommunen kan med samtykke frå eigaren eller brukaren fastsetja reglar for åtferd som alle som ferdast på området pliktar å følgja. Reglane skal særleg ta sikte på å oppretthalda ro og orden, verna dyre- og plantelivet og fremja helsetiltak og sanitære tilhøve. Kommunen sitt vedtak må stadfestast av fylkesmannen.

<http://www.miljodirektoratet.no/Documents/publikasjoner/M85/M85.pdf>

3.3.3 *Rettleiarar*

-*Miljødirektoratet (2019)* Har laga eit utkast til ei kortfatta oversikt/forslag til oppsett som viser kva som må vera ein del av ein besøksstrategi for ein nasjonal turiststi.

-*Miljødirektoratet (M-415/ 2015)* Veileder for besøksforvaltning i norske verneområder,

-*Direktoratet for naturforvaltning (Håndbok nr 27 2006)* Naturvennlig tilrettelegging for friluftsliv.

4 KUNNSKAPSGRUNNLAGET

4.1 Naturkvalitetane

Dette avsnittet tek føre seg dei naturverdiane som er sårbare for menneskeleg ferdsel og tilhøyrande aktivitet.

Området som vert omtala her, er Skjeggedal - Trolltunga og influensområdet mot nasjonalparkområdet på Hardangervidda.

Planstatus for området er:

- Gjeldande kommuneplan vedtatt 18.12.2007 viser hytteområdet ved Mågelitoppen som «fritidsbebyggelse» Området elles er vist som LNF område.
- Reguleringsplan for veg Mågeli frå Skjeggedal til Mågelitopp, PlanID: 1228T022. Vedtatt 12.03.2013

Odda kommune vil snart få utarbeidd ein reguleringsplan for Skjeggedal, Mågelitopp og arealet langs stien inn til Trolltunga.



Fig. 3 Kart som viser turstien til Trolltunga

4.1.1 Fjellområdet

Trolltunga ligg 1180 m over havet, ved utkanten av Hardangervidda, der fjellet stuper bratt ned mot Ringedalsvatnet som ligg 700 m lenger nede. Ringedalsvatnet er eit regulert vatn, med 90 meter differanse mellom høgaste og lågaste regulerte vasstand. Fleire kraftlinjer følgjer fjellandskapet.

4.1.2 *Geologi og landskap*

Trolltunga er ein del av det precambiansk grunnfjellet. Trolltunga vart til då isbreen på Hardangervidda nådde fjellkanten mot Ringedalsvatnet for om lag 10 000 år sidan. Der fraus smeltevatnet i fjellsprekkene og blokker losna for seinare å bli ført vidare med isbreen. Fjellet på Trolltunga er gneis og har djupe sprekker på sidene.

Langs stien til Trolltunga er det grunnfjell. Blankslipte fjellsider i bakgrunnen inneheld gneis. (Wikipedia)

4.1.3 *Nyare og påtenkte/moglege tiltak på stien*

Stien er også omtala i punkt 4.3.5 Her nemner ein kort tiltak som er gjennomført/vurdert for å redusera slitasje på naturen.

Stien til Trolltunga utbetra i område med stor slitasje, det er bygd steintrapper, lagt klopper³, bygd bruer og lagt plankar mm. Skilting og informasjonstavler er betra og er under fornying. To mindre nødbuer (2016) er oppførte langs stien. Desse er varsamt plassert i terrenget og kan fjernast utan å setja permanente spor etter seg. Ny bu for fjellvaktene ved Store Floren, er under oppføring.

Det er forbod mot bruk av droner ved sjølve Trolltunga på grunn av støy og at dei tek meksemda bort frå farlege parti på stien. Informasjon om dette finns på informasjonstavler ved Trolltunga, i Skjeggedal og på skilt i bussane. Nokon tar helikopter til Trolltunga, noko som også uroar den stille naturopplevinga.

Skilta på Trolltunga vil snart bli skifta ut slik at dei føl skiltemalar frå Merkehandboka.

Turistane vil og bli oppmoda om å vera meir effektive når dei tek foto ute på Trolltunga, slik at køen vert redusert.



Fig.4 Fotokø ved dagens informasjonsskilt på Trolltunga

³ Ei klopp er ein eller fleire treplankar eller steinheller lagt tvers over ein bekk eller ei myr.

4.1.4 Skred

Skred, steinsprang og snøskred kan førekoma. I fylgje NVE Skredatlas er det registrert 4 snøskred dei siste 250 åra i området ved Skjeggedal og Mågeli.

4.1.5 Kulturminne

Det er så langt ikkje registrert spesielle kulturminne langs stien, men det vil bli laga nye skilt som fortel om krafthistoria til Odda.

4.1.6 Vegetasjon

Lia mellom Skjeggedal og Mågelitoppen, der bilvegen slyngjer seg oppover, er skogkledd med lauvskog og furu. Frå Mågelitoppen og inn til Trolltunga går ein i hovudsak over tregre



Fig 5. Skilt som illustrerer krafthistoria til Odda



Fig. 6 T.v. Vegen mellom Skjeggedal og Mågelitoppen T.h . Stien på høgfjellet inn mot Trolltunga

4.1.7 Slitasje på vegetasjonen

Naturen er sårbar og jordsmonnet er tynt. I NVE Atlas er det kartlagt rundt 30 artar på strekninga med stor forvaltningsinteresse. Sjå pkt 4.1.11.

Med dei høge besøkstala ein fekk for nokre år sidan, vart stien svært nedsletten og sølete, spesielt når det regna. Dette gav synlege sår i landskapet.

For å bøta på dette er stiane no steinsette eller rydda ned på bert fjell, der det før var våte parti. Turistane vert ført inn på dei robuste stiane som er markert med «steingardar». Dei nedtrakke områda vert rehabilitert med stadeigen vegetasjon ved hjelp av gjødsling.

Sidan 2014 har utbetring, vedlikehald og rehabilitering av landskapet pågått systematisk og kontinuerleg i regi av Trolltunga AS og arbeidet vert finansiert av parkeringsavgiftene.

Stien er no vurdert å vera svært solid, slik at den tåler store menneskemengder.



Fig.7 Tiltak for å unngå slitasje på naturen

4.1.8 Forsøpling og manglande toalettforhold

Turen er lang, og det er sett opp informasjonsskilt om at ein må ta med seg eige søppel tilbake, og ein rår til at toalettbesøk vert gjort i Skjeggedal, då det er ingen toalettanlegg langs stien. Forsøpling og toalettbesøk langs stien skjer likevel og kan gje turen eit dårleg omdøme og kan medføre forureining av bekkar og vatn der folk hentar drikkevatn. Spesielt er toalettbesøk i naturen eit problem som føl med auka telting. I dag er det fjellvaktene som plukkar opp søppel og restar etter toalettbesøk. Det vert no prøvd ut ei ordning med å dela ut søppelposar som kan brytast ned, samstundes vert det oppmoda om å ta med seg søppel og restar etter toalettbesøk tilbake. Dette er ei ordning som også vert praktisert fleire stadar internasjonalt.

Det har vore vurdert å setja opp toalett og søppelspann langs stien. Enn så lenge har ein valt å ikkje gjera det, både pga utfordringar med tømning og reinhald og fordi det ikkje er ønskeleg å leggja til rette for meir telting. Jordsmonnet er dessutan svært grunt og septiktankløysingar og infiltrasjon er vanskeleg. Det vert likevel vurdert om det kan løysast ved Mågelitoppen og ved den nye fjellvaktbua.

Det er mogeleg å fylla flasker med drikkevatn fleire stader langs stien. Det vert no tatt prøver av drikkevatnet for å kartleggja om det er forureina. Det er drøfta å skilta område med reint vatn der det er trygt å fylla på drikkeflaskene. Målingar til no viser at det er reint, men då det er vanskeleg å garantera for at vatnet ikkje er forureina, har ein no i staden sett opp skilt med denne teksten:

«Your campsite and toilet visits must be downhill from trails and well away from streams.»



Fig. 8 Døme på forsøpling og spor etter toalettbesøk

4.1.9 Telting

Stadig fleire tar med seg telt og overnattar i nærleiken av Trolltunga for å få med seg soloppgangen, for å ta turen over to dagar, for å ha kortare dagsetappar, koma til Trolltunga før rushet, eller for å gå vidare inn over vidda i det sårbare villreinområdet. Telting medfører slitasje på vegetasjonen og forsøpling. Enkelte let også teltet bli ståande att.

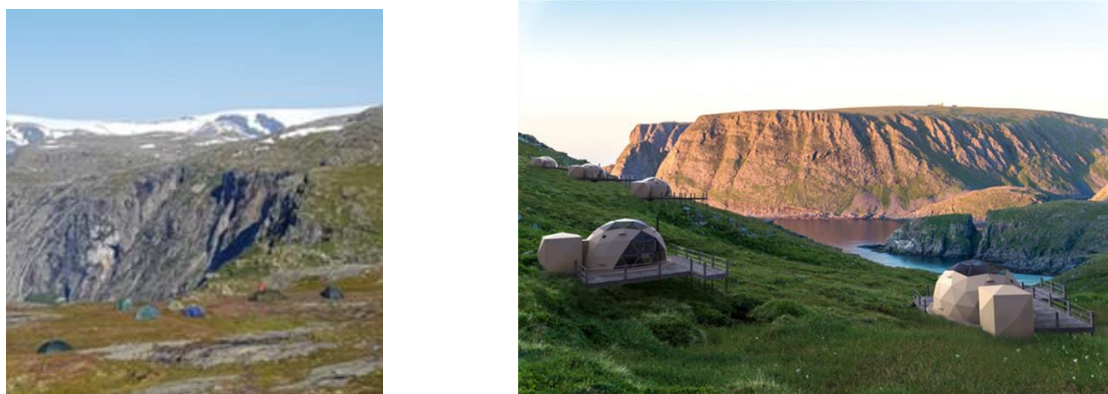


Fig.9 T.v. Telting ved Trolltunga T.h Døme på «Domar» i høgjellet plassert på plattingar.

Det har vore gjort tiltak for å redusere eller hindre telting i hytteområda og i Skjeggedal. Det er skilta der det ikkje er tillete å telte. Men dette er vanskeleg å handheva, då det er i strid med allemannsretten og fri ferdsel. Friluftslova § 15 kan rett nok gi heimel for å forby telting i sårbare område, men det må i tilfelle vedtakast av kommunestyret og stadfestast av fylkesmannen, j.fr. pkt. 3.3.2.

Trolltunga Active hadde i 2018 hatt eit prøveprosjekt med to «Domar», store telt, med plass til åtte personar i kvar. Desse vert brukt til overnatting også ut over sommarsesongen. Overnattingsturane er organiserte som guida turar og imøtekjem ønsket til mange om å forlenga turen og å oppleve overnatting i høgjellet. Domane vart plassert på vegen opp til Trolltunga, på ein platting som sparar vegetasjonen.

I 2019 er det gitt løyve til mellombels ved Endenut i perioden 21. mai - 28. oktober 2019. plassering av totalt 2 stk telt av typen Arctic Dome

Tiltaket skal evaluerast etter sesongen 2019, om tiltaket har medverka til redusert slitasje på naturområdet.

4.1.10 Villreinen



Fig.10 T.v. Reinsdyr på Hardangervidda

T.h. (Illustrasjon Anders Mossing/Norsk Villreinsenter)
Mørkegrønt= Nasjonalt villreinområde.
Stipla linje = Nasjonalpark

Villreinen har helde til på Hardangervidda sidan isen trekte seg tilbake for omlag 10 000 år sidan.

Villreinen har eit levestett som er knytt til marginale leveområde. Den er svært sårbar for forstyrringar som påverkar kalving, beiteområde og næringsopptak.

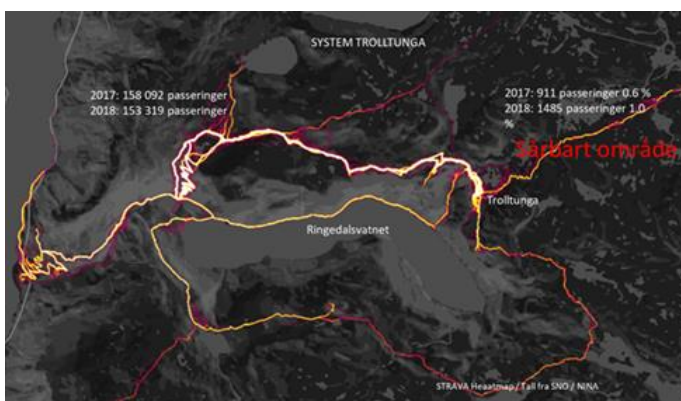


Fig.11 Tal på besøkande på Trolltunga og nær sårbart villreinområdet
T.h.

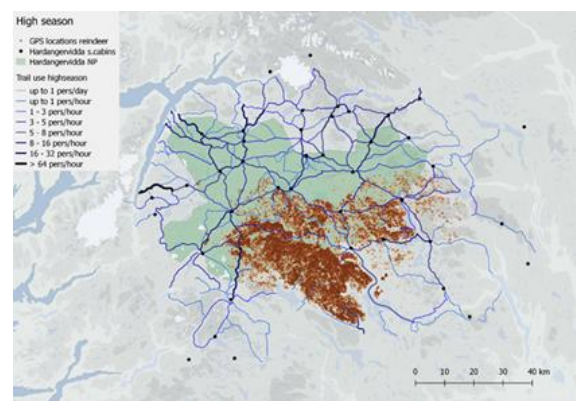


Fig 12 Registrerte GPS posisjon for villrein og ferdselstrasear 2001-2018

Karta ovanfor er produsert av NINA. Fig. 11 illustrerer både det store talet med besøkande på Trolltunga og nærleiken til villreinområda på Hardangervidda. Fig.12 viser GPS-posisjonar for villrein i høgsesong (15. juli – 19. august for åra 2001-2018) og ferdselsintensitet på ulike trasear på Hardangervidda i (NINA 2018).

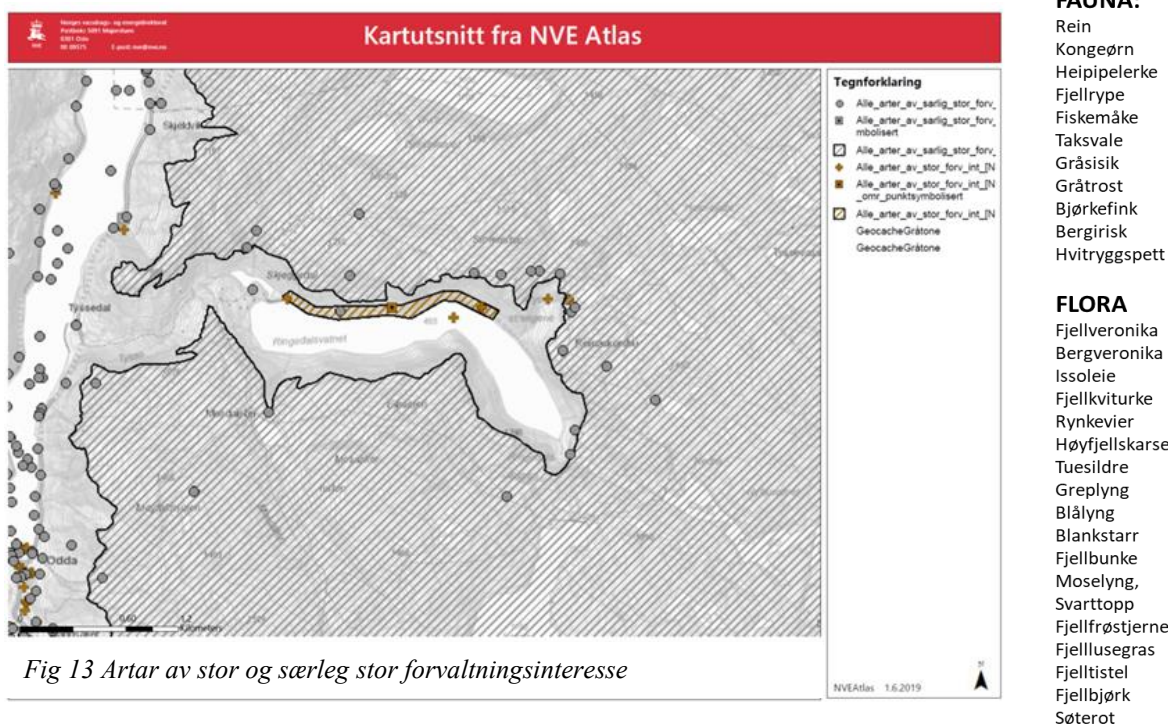
Dei siste hundre åra har villreinen og villreinen sine leveområde vorte meir og meir påverka av menneskeskapt aktivitet og infrastruktur. Menneskeleg ferdsel er no ein av dei største truslane mot ei berekraftig framtid for reinen.

Stien til Trolltunga ligg innafor nasjonalt villreinområde og er eit område der ein kan møte på reinsdyr. Dei viktigaste beiteområda for reinsdyra ligg lenger aust og er sårbare om ferdselen inn i området aukar.

Ut frå villreininteressene er det eit mål at Trolltunga-turismen vert strengt avgrensa til å gjelda Skjeggedal-Mågelitopp-Trolltunga. Tilrettelegging for telting langs stien til Trolltunga er lite ynskjeleg då det opnar for at mange held fram turen inn mot vidda og områda der reinsdyra held til. Prosess er på gang med å fjerna skilting og merking av turstiar som fører inn til turisthytter på vidda. Turisthyttene i nærleiken har pr i dag ikkje kapasitet til å ta i mot det talet på gjester som Trolltungeturismen fort kan føra med seg. Det vert vidare arbeid med å få tatt ut stiar som ligg inne på turkarta og på dei digitale karta ein finn på nettet.

4.1.11 Flora og fauna

Kartet nedanfor viser registrerte artar av særleg stor forvaltningsinteresse. Skravert område viser område for rein. Dei andre punkta viser kvar ein har registrert rein, fugleartar og plantar i området av særleg forvaltningsinteresse.



I området Skjeggedal Trolltunga er det registrert reinsdyr langs heile stien, rundt 30 ulike fugle – og planteartar. Kartet er henta frå NVE Atlas.

4.1.12 *Menneskeskapte inngrep i området*

Området rundt Trolltunga er brukt til kraftproduksjon, og deler av stien går langs ei kraftlinje. Ringedalsvatnet er regulert og er til tider sterkt nedtappa (90 m). Det går røyrgrater mellom Skjeggedal og Mågelitoppen og kraftlinjer og anleggsstiar innover fjellet.

Hytteområde ved Mågelitoppen, med ca 40 hytter, er lokalisert langs kraftlinje og eksisterande anleggsveg/sti nordover.

4.2 Reiselivet

4.2.1 *Overnattingsstatistikk for Odda*

Sesongen på Trolltunga har tradisjonelt vore 15. juni – 15. august, med ein topp i juli og august. I denne perioden rapporterer dei kommersielle anlegga at dei stort sett har fullt belegg. Sesongen er no utvida til 1.juni-30.september. I tillegg registrer ein aukande besøk for haust, vinter og vår. Det er tilbod om guida turar heile året. I vintersesongen går ein med truger.

Overnatting i Odda heile året

	2013 ⁴	2014	2015	2016	2017	2018	Endr. 2014-2018
Ialt	22 693	58 752	69 825	87 442	87 376	102 141	73,9 %

Tabell 01 Overnatting i Odda heile året mellom 2013.2018

Overnattingsstatistikken for Odda⁵ viser korleis Trolltunga har medverka til å endra Odda som reisemål. Odda kommune hadde gjennom heile året i 2018 rundt 100 000 kommersielle overnattingar i hotell, camping, bubil og hyttegrender. Dette er ein auke på rundt 74% frå 2014.

⁴ I tallene for 2013 er camping ikke tatt med.

⁵ Statistikken for Odda omfattar heile kommunen dvs også anlegg i Røldal

Overnatting i Odda i sommarsesongen

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2013-2018
Hotell	9333	11640	12488	17508	21466	29688	122%
Camping, bobil og hyttegrender ⁶	17990	26839	30195	44063	38809	49490	175%
Totalt	27323	38479	42683	61571	60275	70187	157%
Trolltunga	20 000	40 000	62 000	71 000	85 000	88000	340%

Tabell 02. Gjestedøgn i kommersielle anlegg, juni-august, Odda 2013-2018. Tal frå Statistikknett, bearbeidd av Trolltunga AS

Av gjestedøgn i 2018 er meir en 70% relatert til sommarmånadene juni-august. Vel 70% av gjestedøgn om sommaren 2018 var internasjonale gjestar, mot ca 60 % heile året.

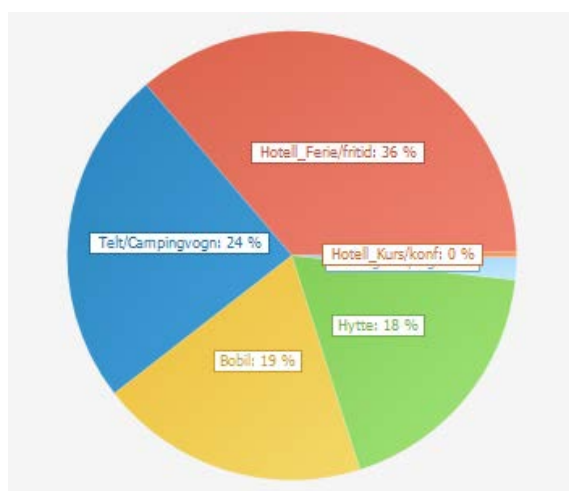


Fig. 14 Gjestedøgn i kommersielle anlegg i marknad som kan påverkast, fordelt på segment, Odda 2018. (Kjelde: Statistikknett)

Fig. 14. t.v. viser at ferie- og fritidstrafikken utgjør nesten 100% av det som vert kalla marknad som kan påverkast.

I tillegg til dei kommersielle anlegga finst det rundt 200 utleigeeiningar som primært vert leigd ut gjennom Airbnb, men også noko gjennom andre portalar som Home Away, ev begge. Ein del av disse ligg i Røldal og på fjellet mellom Odda og Røldal. 67% av einingane er heile hus. Det er viktig å vera klar over at også enkelte kommersielle aktørar leiger ut gjennom desse kanalane. Beleggsprosenten varierer mykje, men er på 87% i august.

Gjennomsnittsprisen pr døgn er kr 850, men ser ut til å vera vel kr 1 000 i høgsesongen.

4.2.2 Odda kommune - Trolltunga AS

Odda kommune har spelt ei viktig rolle i tilrettelegging og handsaming av Trolltungaturismen. Kommunen kanaliserte engasjementet gjennom det heileigde Trolltunga AS som driftar to av parkeringsplassane (P1 og P2) og står for tilrettelegging av stien til Trolltunga.

⁶ Eksklusiv sesongleige

Tal frå Trolltunga AS viser at årlege kostnader er på mellom kr 4-7 mill. Midlane går primært til fjellvakter, parkeringsvakter, vertar, bygging av nødbuer og fjellvakthytte, stiar, veg, parkeringsplassar, skilt og løn.

Parkeringsinntektene er ein viktig del av finansieringsgrunnlaget.

4.2.3 *Andre reiselivsaktørar*

Det er pr. i dag ei rekkje andre aktørar som er involverte i leveransen til dei besøkande på Trolltunga. Nokre av desse er kommersielle og knytt til sjølve opplevinga. Andre representerer grunnleggjande infrastruktur og tryggleik.

Tabell 3 gjev ei oversikt over aktørar som inngår i sjølve leveransen i utgreiingsområdet, dvs. på strekninga Tyssedal – Skjeggedal – Trolltunga.

Firma	Aktivitetar	Bruk av området
Trolltunga AS	Eigd av Odda kommune. Drift av parkeringsplassar (P 1 og P 2). Utbygging av sti og veg. Skilting, drift av toalett, nødbuer og fjellvakthytte. Vertskap, parkeringsvakter og fjellvakter.	Koordinerer drift, tilrettelegging og utvikling i området. Motor for utviklinga i området
Trolltunga Active	Guida turar til Trolltunga (dagsturar/overnatting, Dome i fjellet, butikk/cafe på Skjeggedal, Via Ferrata opp til Trolltunga, Zip-line ved Ringedalsvatnet. Deltar i Fjellvaktjenesta. Eigar Trolltunga hotell i Odda	Dagleg heile sesongen. Noko også haust, vinter, vår. Har Trolltunga som sitt kjerneområde
Trolltunga Adventures	Guida overnattingsturar. Telt.	Dagleg i sesongen. Har Trolltunga som sitt kjerneområde
Hardanger Experience	Guida turar med og utan overnatting.	Tilbyr også andre turar i Hardanger. Trolltungaturar i sommarsesongen og frå mars-mai.
Taxi Bus Odda	Transport mellom Odda og P1/P2	Dagleg i sesongen
Odda Taxi	Transport mellom Odda og P1/P2	Dagleg i sesongen
Trolltunga Road bus	Transport mellom Odda og P3. Transport mellom P2 og P3	Dagleg i sesongen
Røde kors Odda og Tyssedal	Redningsaksjonar	Ved aksjonar
Mågelia Utvikling	Eig veg mellom P2 og P3. Driv parkeringa på P3. Leiger ut løyve til shuttlebuss mellom P2 og P3.	Legg som grunneigar premissar for andre sin bruk. Selskapet er eigd av hytteeigarane i Topp Vel som sjølv brukar vegen for å koma til/frå egne hytter.

Tabell 3: Oversikt over verksemder med aktivitet i tilknytning til Trolltunga

Med det volumet av besøkende som er på Trolltunga i dag, er nesten heile Oddasamfunnet påverka. Dette betyr at alle overnattingsanlegg, serveringsstadar, butikkar mm er involverte i den besøkende si oppleving av Trolltunga, den såkalla kundereisa.

Turistinformasjonen i Odda opererer heller ikkje i området, men er ein viktig informasjonskanal for besøkende. Turistinformasjonen hadde i 2016 45 688 besøkende. På travlaste dagar er dei oppe i 1000 besøk pr.dag.

Det folk spør om er primært om Trolltunga og andre turmål, ting å gjera i Odda, kajakk, kano, fiske, båtturar, sykling, klatring, hest, symjing, museum og kultur, overnatting, stadar å eta, kommunikasjonar og vasking av kle.

Turistinformasjonen har dusj, toalett og utleige av turutstyr.



Fig.15. Turistinformasjonen i Odda

5.2.4 Statskraft si rolle

Ein annan viktig aktør i området er Statskraft som eig kraftstasjonar, leidningar, demningar og andre tekniske installasjonar frå Tyssedal og opp til Skjeggedal og langs heile stien. Statskraft er også ein stor grunneigar i området. I høve til turisttrafikken i området er Statskraft særleg opptatt av to ting: 1) å kunna koma raskt inn til installasjonar, også med store bilar ved behov. 2) turistane sin tryggleik i høve til oppdemma vatn, bekkar mm.

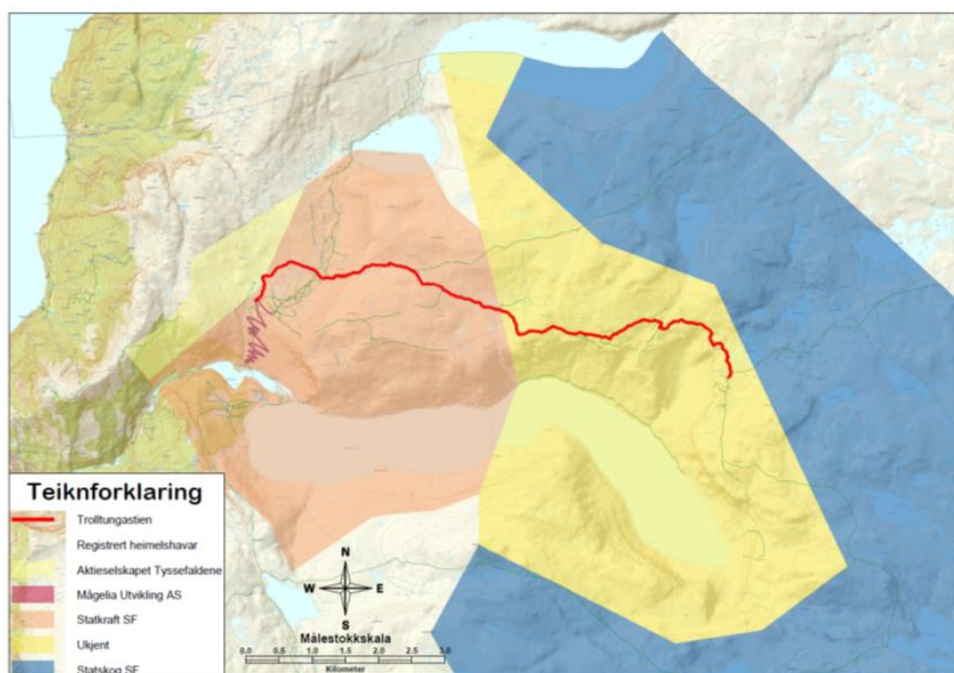


Fig.16 Eigningsforhold. Kartet viser eigningsforholda i området. Arealet langs Mågelivegen og stien er eign av Statskraft. Det gule området er umatrikulert grunn. Det blå er eign av Statskog

4.2.5 Guiding til Trolltunga

Som nemnt i punkt 4.3 er den delen av besøkande som går med guide til Trolltunga stipulert til å vera mellom 3-6%. Med ein så tøff tur og så stor del med internasjonale gjester og førstegangsbesøkande er dette lågt.

Det er i dag tre aktivitetsselskap/opplevingsleverandørar som opererer på Trolltunga; Trolltunga Active, Trolltunga Adventure og Hardanger Experience. Både Trolltunga Active og Hardanger Experience har tilbod heile året, mens Trolltunga Adventure førebels berre har prioritert den snøfrie sesongen. Aktivitetsselskapa har normalt P2 som base, men køyrer ofte gjestene med buss opp mot P3 til startpunktet for stien til Trolltunga.

Alle selskapa tilbyr guida turar med overnatting. Trolltunga Active tilbyr i tillegg dagsturar der ein går stien inn. Trolltunga Active har i 2018 og 2019 hatt eit prøveprosjekt med to Domar som vert brukt til overnatting også i vintersesongen.

Alle selskapa legg vekt på kompetanse hos guidane. Det er ikkje formelle krav til kompetanse for å guida i norske fjellområde.

4.2.6 Marknadsføring av Trolltunga

I reiselivet i dag er det vanleg å skilja mellom eigd, betalt og fortent marknadsføring. Eigd marknadsføring er kanalar som reiselivet sine aktørar sjølv styrer, som brosjyrer, heimesider, betalt marknadsføring og til dømes annonser og kampanjar der reiselivet kjøper seg plass i andre media. Den fortente marknadsføringa er den varepraten som skjer i sosiale media, nasjonal og internasjonal presse/magasin mm. Ein meir nisjeretta etterspurnad og framveksten av sosiale media, gjer at den fortente marknadsføringa vert stadig viktigare. Bodskap som gjestene deler seg i mellom har også større truverde enn det som aktørane sjølve legg ut. Dette betyr at marknadsføringa i større grad vert overtatt av dei besøkande, noko som gjer at tilbod med høg delingsverdi som til dømes Trolltunga oppnår ein eksplosiv etterspurnad.

Dette gjer på mange måtar at etterspurnaden lever sitt eige liv. Litt spissformulert kan ein seia at besøket på Trolltunga kan kome til å dobla seg frå dagens 90 000 til 180 000 besøkande, men også reduserast for eksempel til 30 000 utan at lokale aktørar kan gjera noko særleg med det. Dette viser at besøksstrategien må vera robust i høve til ulike scenarium, og at organisering raskt kan handsama endringar.

Ein må og samarbeida med dei andre organisasjonane som driv marknadsføring rundt Trolltunga. Dette er Visit Odda, Visit Hardangerfjord, Fjord Norge og Innovasjon Norge/Visit Norway, sjå figur 17.

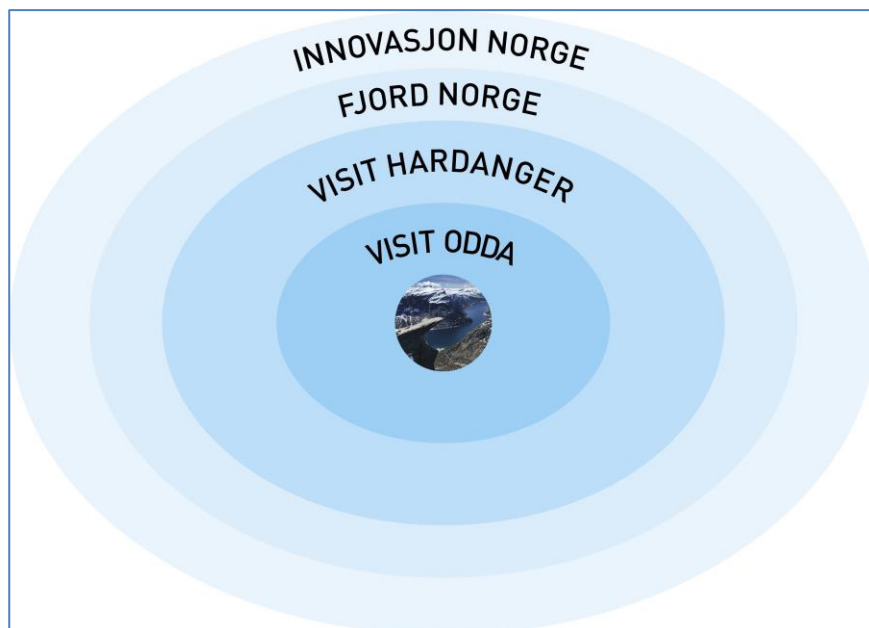


Fig.17. Organisasjonar som driv marknadsføring

Alle desse organisasjonane jobbar med marknadsføring og er viktige når det gjeld både å skapa forventningar og spreia informasjon. Det er viktig med samarbeid og konsistent budskap. Potensielle besøkande kan no koma inn på heimesidene til alle desse aktørane og enkelt finna oppdatert og relevant informasjon. Same innhald vert såleis vist på sidene til VisitOdda, Visit Hardangervfjord og Visitnorway. Ein jobbar for at også Fjord Norge inngår i dette.

Trolltunga vil få dessutan ei eiga internettside hausten 2019, der det vil vera meir utfyllande informasjon.

4.2.7 Andre attraksjonar

Andre attraksjonar og tilbod i regionen medverkar til å trekkja til seg besøkande til Hardanger og Trolltunga.

Hardangervidda Nasjonalpark og DNT

Den Norske Turistforeininga (DNT), har mange hytter og merka stiar i og rundt Hardangervidda nasjonalpark. Av omsyn til slitasje på naturen, villreinen og kapasiteten på hyttene i området, er ikkje gitt løyve til nye hytter nær Trolltunga. Trolltunga AS har også kome til semje med DNT om å fjerna skilting og merking av sti inn til Tyssevatn. Det er derfor lite relevant å samarbeida med dei andre reiselivsorganisasjonane rundt nasjonalparken med tanke på marknadsføring av Hardangervidda.

Preikestolen, Kjerag

Det er i dag vesentleg meir interesse for fotturar og andre naturbaserte aktivitetar enn for ti år sidan. Mange av dei som går til Trolltunga, går også til Preikestolen eller Kjerag. Desse tre attraksjonane, kvar for seg og saman, vert med reiselivsterminologi omtala som primærattraksjonar, dvs. at dei i seg sjølv er ein grunn til å reise til Noreg. Preikestolen, Kjerag og Trolltunga vert nytta i stor grad i marknadsføringa av Vestlandet og Noreg av destinasjonsselskapet for Vestlandet, Fjord Norge AS, og av Innovasjon Norge (Visit Norway).

Desse «Three Norwegian rock stars» er med på å påverka kva type turistar som kjem til Hardanger. Dette er også registrert hos Visit Hardanger.

Dronningstien

I tråd med etterspurnad etter meir aktive feriar, er det lagt opp fleire vandreruter rundt Odda og Hardanger. Dronningstien den mest kjente. Turen er på rundt 17 km, har rundt 1000 høgdemeter og vert også rekna for å vera ein krevjande tur. Turen er rekna som ein 4-6 timars tur, avhengig av tempo. Det føreligg også framlegg om å knyta saman Dronningstien og Trolltunga for å leia fotgjengarstraumen utanom meir sentrale deler av Hardangervidda, der hensynet til villreinstamma er viktigare.

Andre attraksjonar er Låtefoss, Buabreen, Folgefonna Nasjonalpark og Røldal Stavkyrkje.

Ringedalsvatnet, sykkel, Via Ferrata, ZipLine

Trolltunga Active har også ein Via Ferrata der ein sykklar inn langs Ringedalsvatnet og klatrar opp til eit punkt tre km frå Trolltunga, og ei ZipLine der ein sykklar inn langs vatnet, går opp til utgangspunktet for zip-lina og zippar ned mot vatnet.



Fig.18. Klatring til Trolltunga.

4.3 Dei besøkande

Ved hjelp av effektiv marknadsføring og bruk av sosiale media, har Trolltunga-turismen altså hatt ein eksplosiv vekst, frå ca 20 000 besøkande i 2013 til 88 000 i 2018⁷.

Det er gjennomført to brukarundersøkingar ved Trolltunga i 2017. Den eine vart gjennomført av NINA i 2017 i samband med arbeidet med besøksstrategi for Hardangervidda Nasjonalpark. Den andre undersøkinga vart gjennomført av Biotour sommaren 2017 som del av eit fireårig internasjonalt forskingsprosjekt, som vil gi ny kunnskap fram mot våren 2020. Begge undersøkingane hadde relativt låg svarprosent, men vert vurderte å vera representative og utfyller kvarandre.



Fig.19 Trolltunga. Foto: Sveinung Klyve / fjordnorway.com

NINA-rapport 1530 viser at Trolltunga har ein heilt annan type besøkande enn andre lokalitetar på Hardangervidda:

- over 90 % kjem frå utlandet
- nesten 90% er førstegangsbesøkande
- mange av dei besøkande er utan friluftserfaring, men berre ca. 5% går med guide

Dette er utfordrande, etter som turen er lang og krevjande. Den går høgt til fjells der veret fort kan skifta. Mange av dei besøkande er også utan friluftserfaring. Dette gjer at Trolltunga har behov for ei heilt spesiell tilrettelegging.

Også av omsyn til villreinen, gjer volumet at Trolltunga-området krev ein annan type besøksforvaltning enn dei andre lokalitetane på Hardangervidda.

I periodar har Trolltunga fleire besøkande enn alle dei andre lokalitetane på Hardangervidda til saman. Dagsrekorden for talet på besøkande vart sett 26. august 2017 med 2 352 besøkande på ein dag.

På mange måtar er besøket på Trolltunga meir å samanlikna med gjestestrukturen på besøkssenteret på Nordkapp enn med andre typiske turistfjell som Besseggen, Romsdalseggen, Reinebringen osv.

⁷ Tal frå Trolltunga AS

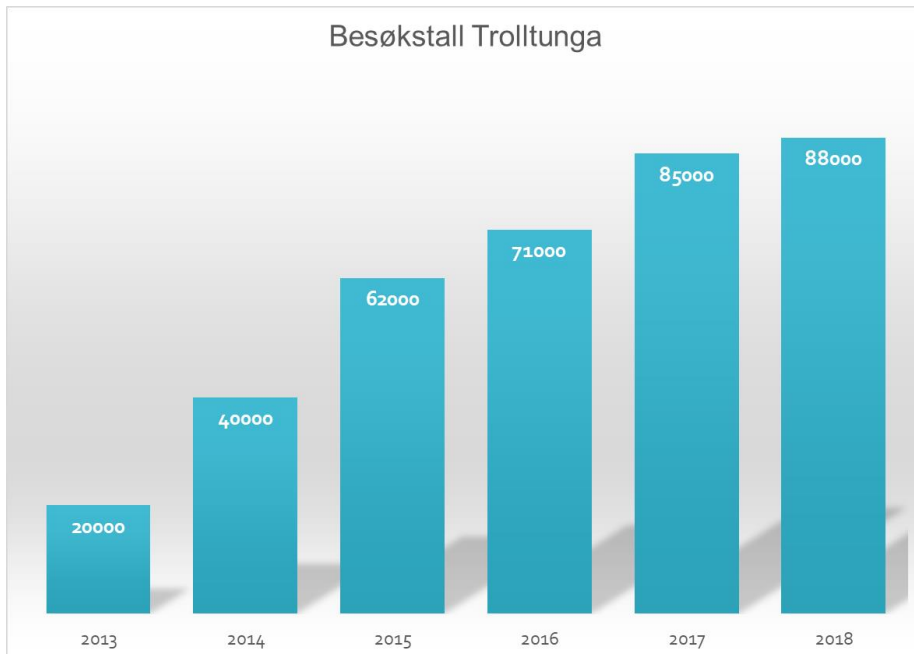


Fig. 20 Utvikling av besøkstal Trolltunga. Tal frå SNO (Statens Naturoppsyn)/Trolltunga AS

NINA-rapporten viser at 64% av dei besøkande var på dagstur og 36% på to-dagarstur. Det er på ein dag registrert opp til 60 telt i området. Den delen som er på to-dagarstur og som teltar rundt Trolltunga, vert vurdert å vera aukande. Som nemnt i punkt 4.1 gjev dette utfordringar i høve til søppel, manglande toalettforhold og slitasje på den sårbare naturen. Teltinga aukar også faren for at dei besøkande går vidare inn mot villreinområdet.



Fig 21 BA 31.aug 2016 : På den siste turen for sesongen, tok guidane frå Trolltunga Adventures bilete av folk som gjekk den krevjande turen med mindre eigna utstyr. Bileta er gjengitt med løyve. Foto: Trolltunga Adventures.

Berre 3% av respondentane i NINA-undersøkinga, går med guide. I BIOTOUR-undersøkinga var det 6%. I følgje guideselskapa i området, kjem dei største nasjonalitetane som går på organisert tur, frå USA, Storbritannia og Australia, men også nokre nordmenn og mellom-europearar. Det er markert få asiatar som går med guide. Det er heller ikkje mange tyskarar og aust-europearar, sjølv om BIOTOUR-undersøkinga viser at desse er blant dei viktigaste nasjonalitetane på Trolltunga. I følgje lokale aktørar er mange av Trolltunga-turistane typiske backpackarar på lågbudsjettferie. Mange kjem også med fly og leigebil, fleire av desse bur på hotell, noko som tilseier ein høgare betalingsvilje.

NINA-rapport 1530 viser også at nesten alle dei besøkande til Trolltunga følgjer stiar.

Til tross for store investeringar dei seinare åra, er framleis rundt 30% misnøgde med tilrettelegginga. Samstundes definerer heile 13% seg som puristar, dvs. besøkande som ikkje ønskjer tilrettelegging eller å møte andre. Paradokset i desse svara kan skuldast kulturelle skilnader, dvs. ulik definisjon av omgrepet tilrettelegging. Det kan også ha noko med at det gjennom marknadsføringa er skapt ei forventning om å vera åleine i naturen, noko ein sjeldan er på Trolltunga.

Også på Tripadvisor ser ein enkelte kommentarar på at Trolltunga er blitt ei turistfelle, med for mange folk, søppel og for store naturinngrep. TripAdvisor har likevel veldig bra score med 5,0 i snitt (1.242 tilbakemeldingar) Ein seier «Amazing, but...» Totalt sett er dei aller fleste veldig nøgde, og brukar omgrep som «Heilt rå», «Eventyr» og «Episk». Ein seier det slik «Antakelig som å føde eit barn, veldig vondt, men for eit vakkert barn!» Dette indikerer at Trolltunga i stor grad både gjev meistring og gode naturopplevingar for dei fleste gjestene, men at det er kvalitetsutfordringar som må løysast for å sikra framtidig attraksjonskraft i marknaden.

Kombinasjonen av ein tøff tur i vill natur og mange besøkande utan kunnskap om norsk friluftsliv førte i dei første åra til ei rekke uhell og redningsaksjonar. Lokalsamfunnet har jobba godt med tilrettelegging og sikkerheit og har bl.a. etablert ei eiga fjellvaktteneste. Tilbakemeldingane viser at gjesteopplevingane generelt er svært gode. Talet på redningsaksjonar er også redusert vesentleg, og aksjonane er i dag primært knytt til at dei besøkande blir slitne.

4.3.1 *Kva forventningar har turistane?*

Målet eller det som er «reason to go» til Trolltunga er for dei aller fleste å koma ut på sjøve Trolltunga og få ta det ikoniske bildet. Dette gjer at det til tider er ein foto-kø som på dei travlaste dagane kan vare opp til 3,5 timar. I følge lokale aktørar ser det ut til å vera aksept for kø på opp til 1,5 time, ettersom dei besøkande nyttar ventetida til å kvila og eta.



Fig. 22 Foto-kø på Trolltunga. 26.08.2017. 2325 turistar på ein dag

4.3.2 *Korleis kjem den besøkande seg til Trolltunga?*

Til Odda

Dei besøkande frå utlandet kjem til Odda gjerne med fly til Bergen, Stavanger eller Oslo. Derifrå kjem dei med leigebil, buss eller tog / buss via Voss. Odda har dagleg fleire gode samband til/frå Voss, Bergen

Til og frå startpunktet for fotturen

Dei fleste overnattar i Oddaområdet for å kunna starta turen tidleg. Frå Odda tar ein bil, taxi eller buss til startpunktet for fotturen i Skjeggedal eller ved Mågelitoppen.



Fig. 23 Kart over stien til Trolltunga

Med bil

Dei fleste som skal til Trolltunga, nyttar eigen bil til Skjeggedal (65% i 2018). Dei som nyttar bil, kører rv. 13 til Tyssedal, 6 km frå Odda sentrum. Frå Tyssedal følgjer ein skilta til Trolltunga/Skjeggedal. Ein kan parkera på 3 ulike plassar:

	Lokalisering	Tal p-plassar	Pris kr 2019	Avstand til Trolltunga t/r	Høgdeskilnad	Estimert gangtid t/r
P1	Ved Idrettsanlegget i Tyssedal	220	300	40 km	Ca 2000m	15 t
P2	I Skjeggedal	180	500	28 km	Ca 1200m	8-12t
P3	Ved Mågelitoppen*)	30 plassar	600	20 km	Ca 800 m	7-10 t

Tabell 5

*) Parkeringsbillett til Mågelitoppen kan som eit prøveprosjekt tingast på førehand, frå 01.07.2019 på trolltunganorway.com/no, eller kjøpast på billettkontoret i Skjeggedal. Førehandstinging er tilrådd.

Tilkomstvegen

Tilkomstvegen Tyssedal - Skjeggedal

Vegen frå Tyssedal og til Skjeggedal er eigd av Odda kommune.

Vegen er smal og nokre stadar med låg standard. I byrjinga går den gjennom eit bustadområde. Mange stadar er det berre plass til ein bil i breidda, og det er relativt få møteplassar.

Tilkomstvegen Skjeggedal - Mågelitoppen

I 2015 vart det bygd ein privat veg frå Skjeggedal og opp til Mågelitopp. Vegen er regulert og tener som tilkomst til Statskraft sine anlegg og til ca. 40 hytter på Mågelitoppen. Desse ligg langs ei kraftlinje mot nord. Vegen er no ein privat bomveg som er eigd av hytteeigarane gjennom «Mågeli utvikling». Vegen er 3,7 km, og er enkelte stadar svært bratt.

4.3.3 Parkeringskapasiteten

Parkeringsplassen ved Mågelitoppen har 30 plassar, som kan frå 01.07.2019 bestillast på førehand. Vegen er stengt med bom og vert opna for dei med reservert parkeringsplass.

Kapasiteten på parkeringsplassen ved Skjeggedal er vurdert å vera tilstrekkeleg. På store utfartsdagar kan det likevel bli

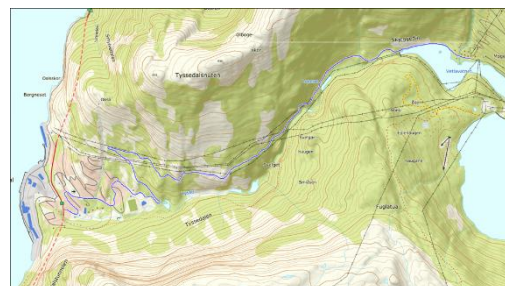


Fig. 24 Vegen frå Tyssedal til Skjeggedal

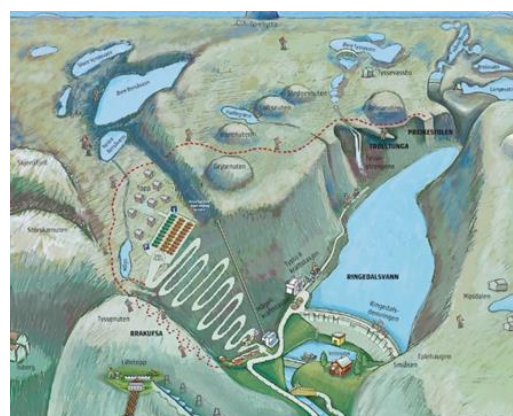


Fig. 25 Vegen frå Skjeggedal til Mågelitoppen

fullt. Då vert det sett opp skilt om dette ved Tyssedal og vegen vert stengt for å hindra unødvendig køyring opp og ned på den smale vegen. Transportselskapa vert varsla og det vert sett opp shuttlebuss.



Fig. 26 Parkeringsplassen ved Skjeggedal

4.3.4 Med shuttle-buss

Fleire shuttlebuss selskap og taxiselskap transporterer Trolltungaturistar til og frå Skjeggedal.

Frå Odda vert Shuttlebuss-ruta operert av to ulike selskap, Odda Taxi og Taxi/bus Odda. Bussane går dagleg frå 1.juni-30.september. Shuttlebussane går frå Odda sentrum (420 p-plasser) via Tyssedal (P1) og til Skjeggedal (P2). Totalt sett er det 4 avgangar om morgon og 6 tilbake om ettermiddagen/kvelden. Det at det er to selskap som står for transporten, skapar av og til unødvendig ventetid for dei reisande om dei har kjøpt billett på førehand. Utanom shuttlebuss, er det mogeleg å ta taxi til Skjeggedal.

Frå Skjeggedal til Mågelitoppen kan ein nytta Trolltunga shuttle bus.

Mellom 13. mai og 1. november går det dagleg shuttlebuss mellom Kinsarvik og Skjeggedal.



Fig. 27. Shuttlebuss frå Odda

4.3.5 Stien til Trolltunga

Stien til Trolltungaturen er bratt og lang, og definert som «Krevjande» i fotturisme-sammenheng. Trolltunga ligg på cote 1180. Om ein startar ved parkeringsplassen ved Skjeggedal på kote 415 er det 28 km tur /retur Trolltunga. Frå Skjeggedal kan ein enten gå Mågelivegen, ca 4 km, eller ein sti kalla «Brakhufsa», men den vert lite brukt.

Frå parkeringa ved Mågeli som ligg på kote 860, er det 20 km tur/retur.

Stien til Trolltunga er no godt tilrettelagt og merka med raude T-ar. Det er skilt som viser kor langt dei besøkande har gått og kor langt det er att. Landskapet er nokre stadar så vidt og opent at det kan vera vanskeleg å få tydeleg nok merking. Dette gjeld først og fremst når det er skodde og dårleg sikt.

Stien er og omtala i pkt 4.1 om naturkvalitetane.

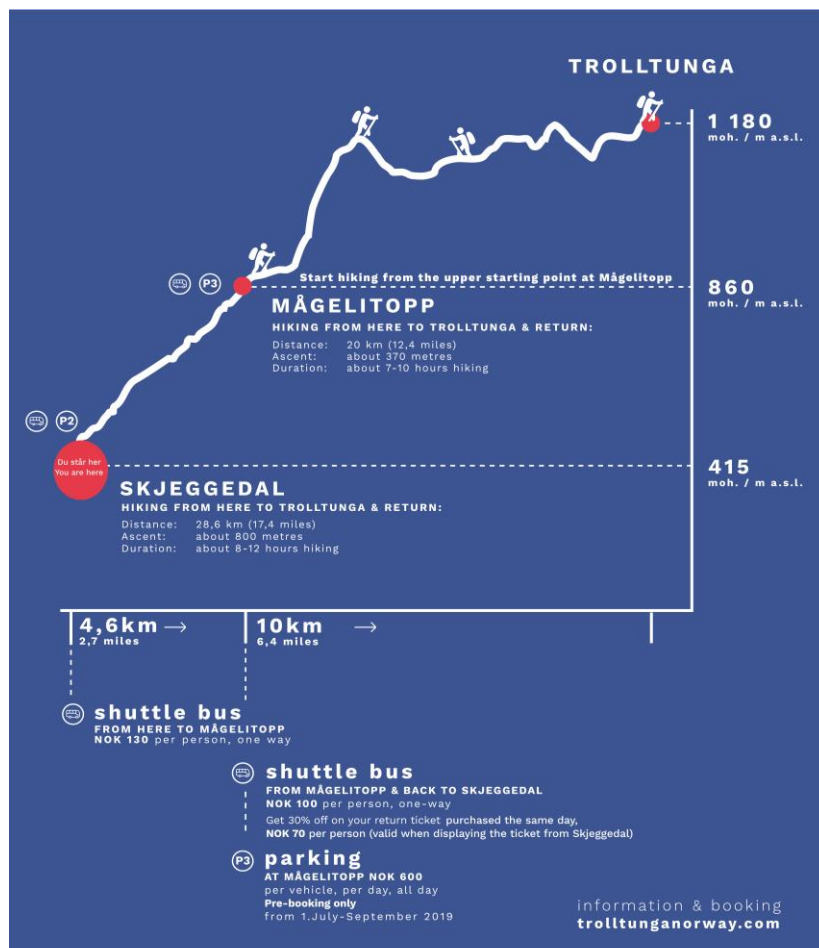


Fig.28 Informasjonstavle om Trolltungaturen 2019

Nede ved Mågelitoppen er det sett opp stikker med refleksar slik at det skal vera lettare å finna vegen ned att med hovudlykt, om det er blitt mørkt. Dette for at folk ikkje skal bli villeia av lys frå hyttene. Som ein test sommaren 2019 er det er bestilt 4 lytkter for å lyssetja stien når det er blitt mørkt.

Om vinteren er stien merka med kvistar. Om våren, i snøsmeltinga, når kvistane dett ned og dei raude T-ane er dekt av snø, kan merkinga vera dårleg.

Det er 4G- dekning med Telenor-nettet store delar av turen.

4.3.6 Informasjon

Ved dei tre startpunkta er det informasjonsskilt som fortel om tilrådd utstyr og sjølve turen.

Utstyr kan leigast i Skjeggedal og på turistkontoret i Odda. Ved Mågelitoppen er det skilt om område med teltforbod. Langs stien er det som nemnt ovanfor skilt med informasjon om avstandar. Ved Trolltunga er det oppslag om forbod mot droner, søppel og anna.



Fig. 29 Informasjonstavle om turen til Trolltunga

4.3.7 Tryggleik på turen

Det har vore ein del redningsaksjonar på grunn av at folk har vore dårleg kledd, hatt for lite trening og lite mat med seg. Informasjonen om turen på førehand på nettet, ved turistinformasjonen i Odda og ved startpunktet for turen er dei seinare åra blitt mykje betre og talet på redningsaksjonar har gått ned.

Etablering av god fjellvaktteneste og fjellvaktbuer gjer turen tryggare for dei besøkande.

Takka vera desse tiltaka er talet på redningsaksjonar redusert frå 42 i 2016 til 15 i 2018. Det er få alvorlege skadar. Aksjonane no er primært knytt til fysisk og psykisk utmatting.

**Tal på redningsaksjonar**

År	Tal
2016	42
2017	21
2018	15

Kjelder: SNO sine teljingar

Kjelde : SNO (Statens Naturoppsyn) sine teljingar

Fig 30. Frå redningsaksjon på stien til Trolltunga

4.4 Samanstilling av kunnskap

Føreliggjande gjesteundersøkingar viser at den typiske Trolltungaturisten er ung, utanlandsk, førstegangsbesøkande, utan særleg friluftserfaring og at han/ho nesten alltid går utan guide. Turen til Trolltunga går gjennom sårbar natur. Sjølv om lokale aktørar har jobba godt og har auka tilrettelegging i naturen, er det framleis behov for vidare tilrettelegging, både når det gjeld fysisk infrastruktur, servicetilbod og ikkje minst informasjon på førehand og undervegs.

Fordi Trolltungaturen er lang og krevjande, har dei fleste til no starta om lag på same tid, tidleg om morgonen. Ein smal og bratt veg, knappheit på parkeringsplassar og eit uoversiktleg shuttlebuss-system har derfor vore eit stort smertepunkt.

Betre organisering no, gjer det mogeleg å booka parkering på førehand på P3 Mågelitopp. Køen i Skjeggedal om morgonen er derfor borte og det er også blitt betre spreing av trafikken ut over dagen. Flinke parkeringsvakter stengjer P2 når den er full. Det vert sett opp skilt ved P1 i Tyssedal om at P2 og P3 er fulle. Shuttlebussar vert sett inn med ein gong frå P1. Det er stor auke i førehandstinging av plass på bussar.

Sesongen vert evaluert ved slutten av kvart år der ein ser på mogelege forbetringar.

Stadig fleire tar turen over to dagar og teltar inne ved Trolltunga. Dette er lite ønskjeleg både av omsyn til natur og villrein. Med heimel i Friluftsløva § 15 kan kommunen vedta å forby telting i sårbare område, men dette må godkjennast av fylkesmannen.

For å auka den lokale verdiskapinga er det viktig å auka opphaldstida i Oddaområdet. Dei som besøker Trolltunga oppheld seg i snitt 1,5 netter i området, men mange er på dagstur. Tilrettelegging for heilårsturisme vil også vera eit ønska grep.

4.4.1 *Trolltunga i eit brukarperspektiv*

Oppsummerer ein kunnskapen inn i ei såkalla «brukar- eller kundereise» kan ein få ei betre forståing av kvar ein bør setja inn innsatsen. Ofte vert slike kundereiser framstilt som ein dramaturgisk kurve som omtalar høgdepunkt og «nedturar» slik kunden opplever det. For ei oppleving eller ei reise er det vanlig å bruka følgjande omgrep på dei ulike fasane:

- Synlegheit - informera og vekkja brukaren si interesse
- Tilkomst - reisa til og det første møtet med tilbodet
- Opphald - der forventningane skal innfriast, det som er «reason to go»
- Avreise - evaluering av opplevinga og retur til utgangspunkt/heimstad

Element i kundereisa som fungerer dårleg i forhold til brukaren sitt emosjonelle og funksjonelle behov, er såkalla «smertepunkt», medan element som fungerer bra, er såkalla «hjartepunkt».

For dei besøkande til Trolltunga vil naturen kunna vera både hjartepunkt og smertepunkt, alt avhengig av fysisk form, utstyr og ikkje minst veret. Sjølve Trolltunga vil naturleg nok vera høgdepunktet i opplevinga. Det å stå i lang kø for å komma ut for å få tatt det ikoniske bildet, vil derfor kunna oppfattast som eit smertepunkt.

Fleire tiltak er gjennomført for å redusera fotokøen:

Odda Taxi har sett opp ein ekstra bussavgang kl. 0500, for å fordela trafikken til Trolltunga over eit lengre tidsrom.

Det er lagt ut informasjon på internett (Visitnorway, Visit Hardangerfjord og VisitOdda) og på Trolltunga Trail Information der turistane vert bedne om å redusera talet på poseringar ute på Trolltunga til maks to.

Det kjem også snart nye informasjonstavler på Trolltunga som vil sei det same.

Trolltunga AS vurderer også å setja inn ein person til å styra køen på travle dagar.

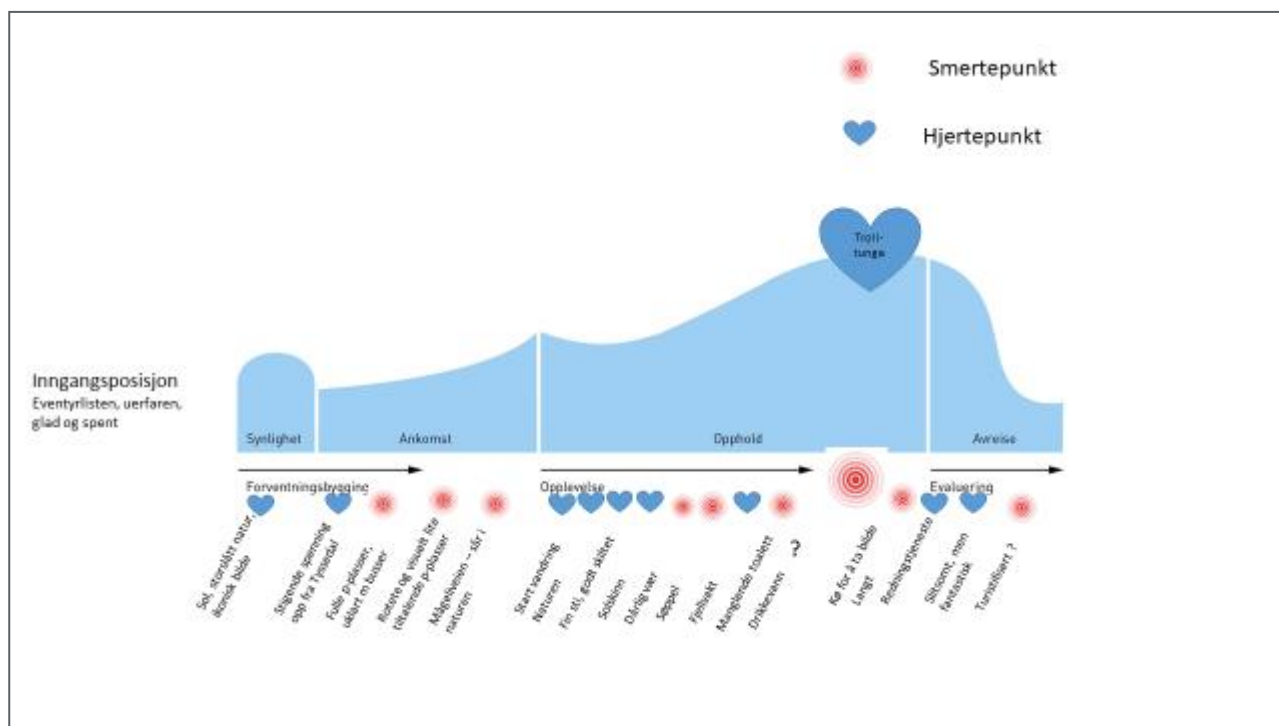


Fig 31 : Hjartepunkt og smertepunkt i kundereisa til Trolltunga

Tenkjer ein på fasane i kundereisa inn mot Trolltunga, vil brukaren sine forventningar truleg stiga med ein gong ein kjem inn i det trange dalføret som fører opp til Skjeggedal. Skjeggedal og vegen opp til Mågelitopp vil vera viktige rom for oppleving i tilkomstfasen for å stadfesta at brukaren er på veg inn i eventyret. Typiske smertepunkt i kundereisa har til no vore forseinkingar fordi ein ikkje kunne parkera der ein hadde tenkt eller ikkje når bussen og må venta på neste buss og/eller må gå

opp Mågelivegen. Men fleire tiltak er no sett inn for å redusera desse smertepunkta dette jfr. Pkt 4.4.

Det er viktig å sjå at brukaropplevinga i stor grad er prega av kva forventningar brukaren har, dvs. kor god og realistisk informasjon han eller ho har fått. Forventningane er saman med forhold som fysisk form, tidlegare referansar, kontekst (for eksempel reisefølgje og kva slags type reise) ein del av det vi kallar kunden sin inngangsposisjon. Forventningane og dermed også inngangsposisjonen kan påverkast gjennom god førehandsinformasjon og marknadsføring, for eksempel gjennom gode heimesider. Det er viktig å ha med seg at ulike kulturar har ulik referansar og at kommunikasjonen og tilrettelegginga må tilpassast dette.

5 MÅL OG OVERORDNA STRATEGISKE GREP

5.1 Mål

1. Mål for naturverdiane:

- Sikra sårbar natur, herunder hindra ferdsel inn i villreinområdet

2. Mål for reiselivet

- Sikra Trolltunga som eit nasjonalt ikon som skapar lokale verdier

3. Mål for dei besøkande

- Syta for at Trolltunga vert ei «Oppleving for livet»

Mål for besøksstrategien:

- Oppnå status som Nasjonal turiststi

5.2 Overordna strategiske grep

Trolltunga sin posisjon som ein naturbasert attraksjon med høgt besøkstal, mange internasjonale gjester og der mange ulike aktørar er involvert i sjølve leveransen, gjer at ein må ha ei organisering som sikrar god og heilskapleg informasjon, tilrettelegging og drift på ein heilt annan måte enn t.d. for nasjonalparkar og andre naturbaserte attraksjonar.

For å ivareta natur og opplevingskvalitet, må ein akseptera høg grad av fysisk tilrettelegging og service. Tiltaka må være av god kvalitet og representera norsk naturforvaltning på sitt beste. Det er ikkje konflikthar med beitebruk, men besøksstrategiane må ivareta omsynet til villreinen og sårbar natur. I tillegg må ein ta omsyn til lokalsamfunnet og aktørar som hytteeigarar og Statkraft sine interesser.

Strategien må derfor vera å tenkja slik ein gjer rundt kommersielle attraksjonar som t.d. fornøynelsesparkar, der ein har ei god organisering som byggjer opp under kundeopplevinga og kva type kundar ein har. I dette ligg at besøksstrategien har kunden som felles dreiepunkt, og at både forvaltning, kommersielle aktørar og andre definerer rolla si ut frå det.

I utvikling av reiseliv og opplevingar brukar ein ofte samanlikninga med eit teater for å illustrera heile planleggingsprosessen som ligg før premieren og alle dei aktørane som under førestillinga er i sving bak scena for at dei besøkande skal få ei optimal oppleving av det dei ser på scena. Det viktigaste strategiske tiltaket er altså å finna ei organisering som sikrar at denne heilskapen vert ivaretatt.

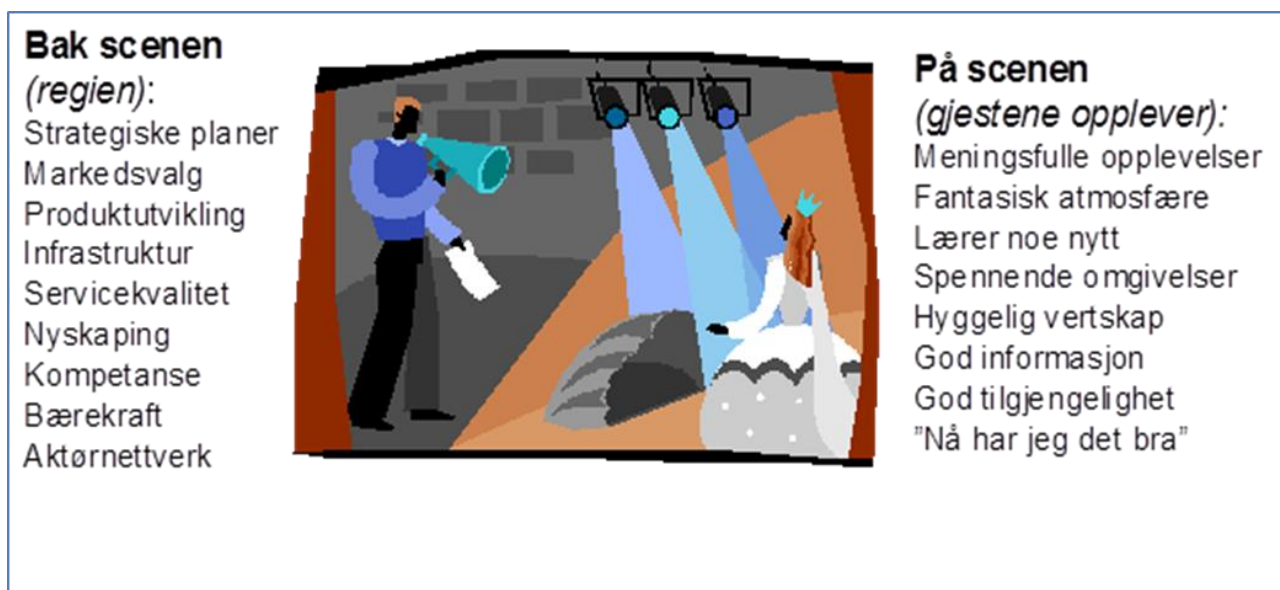


Fig32 Illustrasjon reiselivet på og bak scenen

I dag er Trolltungaopplevinga knytt til strekninga Tyssedal-Skjeggedal-Mågelitopp-Trolltunga. Både transport, tilrettelegging og beredskap er lagt opp i høve til dette. Det er derfor i alle si interesse å halda turiststraumen på denne strekninga. I tillegg er det viktig å styrka koplinga mot Odda for å auka den lokale verdiskapinga.

Samstundes er det ei stor utfordring at etterspurnaden etter å besøka Trolltunga i stor grad vert styrt av marknadsføring som skjer mellom dei besøkande og utanfor dei lokale aktørane sin kontroll. Det betyr at besøkstalet raskt kan gå både opp og ned, begge delar på ein måte som får negative effektar for både naturen og Odda-samfunnet. Ein kan også sjå for seg at nye kommersielle aktørar ønskjer å etablere seg i området. Det er derfor nødvendig med ei organisering med godt kunnskapsgrunnlag, som kan tilpassa seg ulike scenaria og som både disponerer verktøy for å dempa trafikken eller skapar reiselyst.

Det strategiske grepet i besøksstrategien er derfor å skapa best mogeleg heilskap, eit mest mogeleg føreseieleg tilbod og ei god gjennomføringsevne i forvaltninga av Trolltunga. Ei organisering som sikrar heilskapen er også i tråd med krava i Nasjonal turiststi.

5.3 Overordna strategiar på tvers av tema og mål

På bakgrunn av overordna strategisk grep rår ein til 6 overordna strategiar på tvers av måla.

I kap 6 viser ein koplinga mellom måla og strategiar for dei ulike tema og peikar meir konkret på moglege tiltak.

OVERORDNA STRATEGIAR PÅ TVERS AV TEMA OG MÅL

- 1) Organisering som sikrar berekraftig forvaltning og gjennomføringskraft**
- 2) Tilrettelegging med høg kvalitet**
- 3) Juridisk regulering av arealbruk**
- 4) Større oppleving for kunden og auka verdiskaping gjennom betre vertskap**
- 5) Betra logistikken og sikra kontroll**
- 6) P2 som base og knutepunkt**

1) Organisering som sikrar berekraftig forvaltning og gjennomføringskraft

For å ivareta heilskapen både når det gjeld investeringar og drift, vil ein rå til at det vert etablert eit «Team Trolltunga», ein partnerskap av alle involverte partar – både kommune, kommersielle aktørar og frivillig sektor, og der Trolltunga AS er motor og koordinator. Årlege fellesgodeinvesteringar (dvs. tilrettelegging, tryggleik mm) må setjast opp i eit budsjett og må finansierast etter ein føreseieleg og langsiktig modell. Ein slik partnerskap vil innebera ikkje berre forpliktingar, men også fordelar for dei som er involvert. Juridisk sett er det ikkje mogleg å nekta nye aktørar å etablere næring rundt Trolltunga. Men gjennom å utforma eit forpliktande rammeverk, vil aktørane som er i området i dag, gje eit «moralsk kompass» for berekraftig forvaltning av ein felles ressurs - nye aktørar er forventa å slutte seg til.

2) Tilrettelegging med høg kvalitet

Trolltunga er ein naturbasert attraksjon, som ideelt sett skulle vore helt utan tilrettelegging. Talet på og type besøkande gjer at ein likevel må leggja til rette. Kunnskapen om dei besøkande gjev signal om nokre paradoks som vi ser også ved andre naturbaserte attraksjonar: Draumen om å vera åleine i vakker natur kombinert med ønskje eller behov for høg grad av tilrettelegging.

Gjennom tilrettelegging med gode kvalitetar kan ein sikra dei besøkande gode opplevingar, utan å koma i konflikt med sårbar natur og ikkje minst medverka til auka lokal verdiskaping. Samstundes registrerer ein signal om at Trolltunga er blitt for turistifisert.

For å sikra framtidig attraksjonskraft, er det viktig å finna ein god balansegang mellom tilrettelegging og vern av urørt natur. Gjennom å byggja sterkare opp under opplevinga av heile

turen, naturen, slitet og meistringa, vil ein kunna gjera Trolltunga til noko meir enn akkurat augneblinken ute på sjølv tunga.

3) Juridisk regulering av arealbruk

Friluftsløva med Allemannsretten representerer ofte utfordringar på område med stort besøkstrykk. Det er viktig med juridiske verkemiddel som regulerer og gir klare rammer.

Odda kommune ynskjer å få utarbeidd ein reguleringsplan for området Skjeggedal, Mågelitopp og arealet langs stien inn til Trolltunga. Denne vil vera viktig for å avklara handlingsrommet til eksisterande og nye aktørar som ønskjer å etablere seg i området. Ein reguleringsplan kan fastleggja rammer for sikring av naturkvalitetar i høve til ferdsel og ev nye tiltak i området. I tillegg til å stilla krav om visuelle og arkitektoniske kvalitetar ved nye bygg og anlegg i Skjeggedal og i høgfjellet, kan den leggja føringar for telting, skilting, toalett løysingar, søppelhandsaming, transport og parkering.

Av omsyn til den sårbare naturen langs stien og villreinen på Vidda, bør dei som ynskjer å nytta allemannsretten til fri ferdsel og gratis telting, kanalisert til andre område. I tillegg til plan og bygningslova er Friluftsløva §15 er eit aktuelt verkemiddel for å unngå ferdsel inn i villreinområdet. Dette krev avtale med grunneigarar og brukarar, vedtak i kommunen som må stadfestast av fylkesmannen.

For å auka verdiskaping større deler av året, kan ein leggja til rette for Domar/camp-områder for kommersielle aktørar. Slik vil ein kunna imøtekomme ønskje frå dei som ønskjer å overnatta i naturen, oppleve soloppgangen på Trolltunga og unngå fotokøen midt på dagen. Ein føresetnad for å nytta eit slikt område, bør vera krav til sporlaus ferdsel og rapportering. Om mogeleg bør ein og stilla krav om at aktørar som får løyve, er ein del av fellesskapet Team Trolltunga.

4) Større oppleving for kunden og auka verdiskaping gjennom betre vertskap

Den besøkande si forventning til Trolltunga er truleg knytt til opplevinga av urørt og spektakulær natur, og med besøket ut på sjølv Trolltunga som det absolutte høgdepunktet. Ut frå kommentarar på Tripadvisor snakkar mange om ei «oppleving for livet». For at Trolltunga-opplevinga skal vera god for dei besøkande, er strategien så langt som mogeleg basert på å bruka små og positive verkemiddel (såkalla «nudging») framfor forbod.

Ideelt sett skulle alle som går til Trolltunga brukt guide. Dette ville vore positivt både for kvaliteten på opplevinga, naturen, tryggleiken og lokal verdiskaping. Å få fleire til å gå med guidar – og ha guidar som jobbar etter prinsippa for berekraftige opplevingar heile året, bør vere eit viktig felles mål. Målet må vera å auka verdiskapinga gjennom heile året og ikkje talet på besøkande i toppsesongen.

I moderne opplevingsproduksjon snakkar ein om å «retteleia» ikkje guida dei besøkande. I dette ligg det at dei besøkande sjølv skal vera ein deltakar, ikkje berre få opplevinga presentert. Dette er ei

viktig moglegheit om ein ønskjer å gjera Trolltunga til ei «oppleving for livet» og ikkje berre eit namn på den besøkande si bucketliste.

I tillegg til guidane, er den besøkande på Trolltunga i kontakt med ei rekke ulike aktørar: turistinformasjonen, hotellet/campingen, buss-/taxisjåføren, parkeringsvakter, fjellvakter osv. Alle desse er i praksis ein del av vertskapet på Trolltunga. Gjennom å bevisstgjera og læra opp alle aktørane i denne viktige vertskaps- eller rettleiarrolla, vil ein både kunna auka kundeopplevinga og evna til å opptre på ein god måte i norske fjell.

Ein vil også gjennom auka dialog kunna få til ønska kanalisering og gi informasjon om andre tilbod i området som kan vera av verdi for gjesten og som gir auka lokal verdiskaping. Ikkje minst vil ein få inn ny innsikt som ein kan bruka til å utvikla nye og attraktive konsept.

5) *Betra logistikken og sikra kontroll*

Transporten inn til Trolltunga er i denne rapporten karakterisert som eit smertepunkt. Samstundes gir den ei viktig moglegheit til å få kontroll med tilstrøyminga og dermed også unngå dårlege kundeopplevingar på grunn av overturisme. God framkomelegheit er også viktig i høve til tryggleik og for Statkraft sin tilgang til sine anlegg i området.

Dei tre aktørane som jobbar med transport inn og ut av området i dag, må samarbeida om å finna ei kollektivløysing som vert opplevd som forståeleg og saumlaus for dei besøkande. Gjennom ei betre transportløysing kan ein også bidra til å fordela talet på personar som går ut i naturen og dermed også redusera køen ut til sjølve Trolltunga. Parkeringsinntektene og inntektene frå busstransporten må utformast slik at bidraget til finansieringa av fellesgoda vert ivaretatt.

6) *P2 som base og knutepunkt*

P2 ved Skjeggedal er eit område som turistane truleg oppfattar som eit viktig punkt. I tillegg til parkering og toalett for dei besøkande, base for aktivitetsselskapa omfattar området private bustadar/fritidsbustadar, ein kraftstasjon og restar av den gamle Trallebanen. Området er også prega av trafikken til/frå P3. Alt dette gjer at området framstår som uoversiktleg.

Gjennom å rydda opp i arealbruken og oppgradera dei visuelle og historieforteljande kvalitetane som ligg i nærleiken til vatn, kraftstasjon, trallebane og demning, vil ein kunna utvikle P2 til ein tydeleg base med opplevingskvalitet og som eit viktig og attraktivt punkt på vegen til Trolltunga.

I denne utviklinga må ein også ivareta dei praktiske behova til aktørane som jobbar med og på Trolltunga. Trolltunga Active har alt eit bygg med butikk, utleige av utstyr, kafé mm. Andre, Trolltunga Adventure, markerer møtestad med flagg, men har behov for ein fastare installasjon etterkvart. Det same gjeld sikkert også andre aktivitetsselskap. Redningsmannskapa har meldt inn behov for garasje og oppbevaringsrom i området. Det kan også vera nyttig å setja av eigne parkeringsplassar for desse aktørane. Denne type behov må kartleggast og ivaretakast.

Hovudpunkta i strategien er oppsummert i illustrasjonen på neste side.

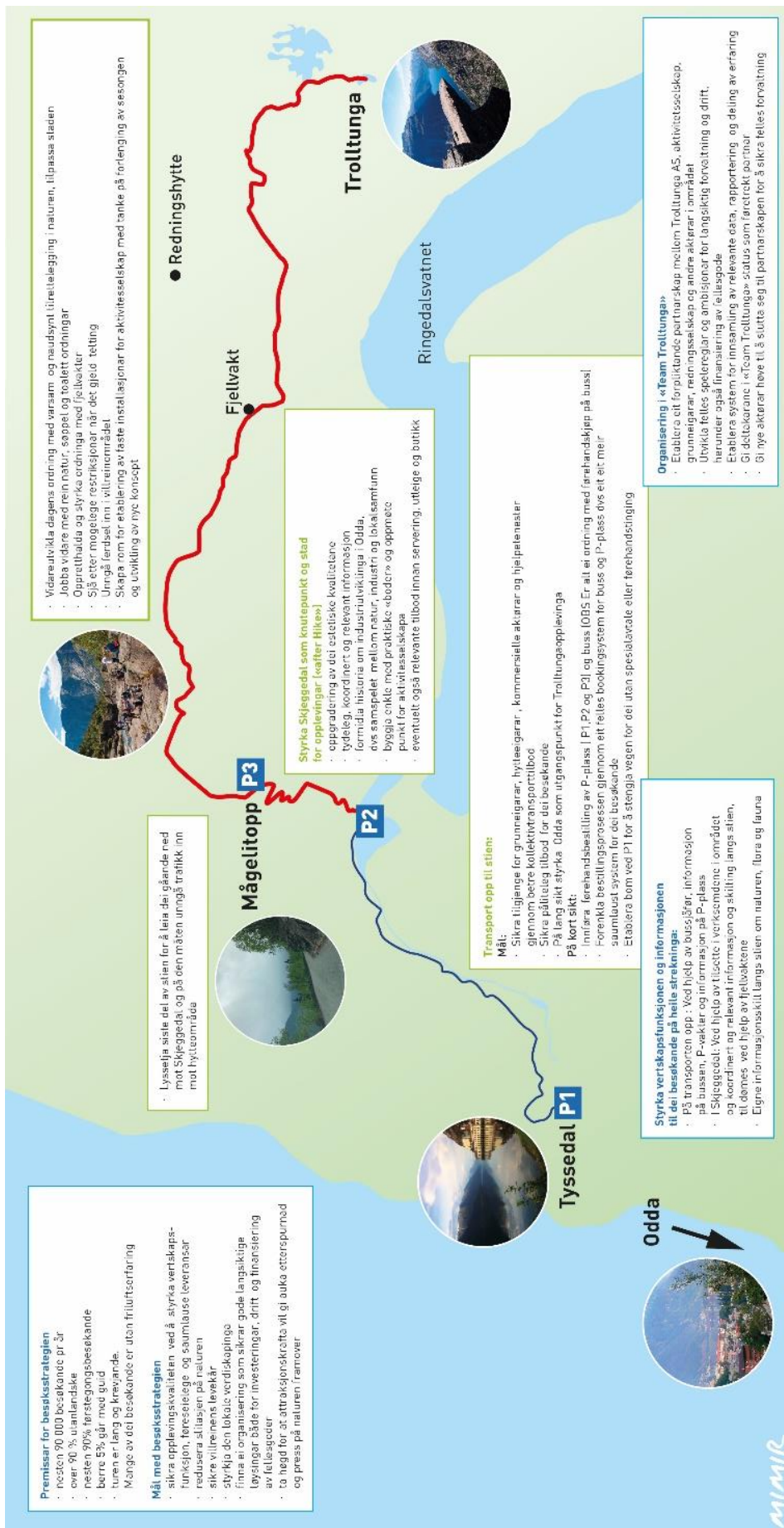


Fig.33. Illustrasjon av strategien

6 STRATEGISKE GREP ETTER MÅL OG TEMA

Mål for naturverdiane:

- Sikra sårbar natur, herunder hindra ferdsel inn i villreinområdet

6.1 Strategisk grep naturverdier

- Nødvendig og god tilrettelegging med høge kvalitetar i tråd med ambisjonen om å vera eit nasjonalt ikon
- Bruka friluftsløva § 15 til å forby telting i område langs stien til Trolltunga for å unngå slitasje på naturen, forsøpling og at folk trekkjer inn på vidda og forstyrrar reinsdyra.
- Utarbeida juridisk forpliktande reguleringsplan for å styra arealbruken og utforming av tiltak langs stien (bygningar, vegar, stiar, ev plattingar for telting, ol)
- Opna for overnatting i «domar». Gi løyve til utvalde aktørar som treng teltleirar for å nå viktige mål om å spreia trafikken, eller auka trafikk haust, vinter og vår – og som samstundes er ein del av partnerskapen
- Dela ut søppelposar (som ein alt har begynt med)
- Utgreia mogeleg toalettøysing ved Mågelitoppen og fjellvaktbua
- Testa ut merking og lys som leier dei besøkande ned mot parkeringa og ikkje inn til hytteområdet og naturområdet på heimturen når det er blitt mørkt.
- Kontinuerleg overvaking av naturen og vasskvaliteten

Mål for reiselivet

- Sikra Trolltunga som eit nasjonalt ikon som skapar lokale verdier

6.2 Strategisk grep reiseliv

- Etablera eit partnerskap, «Team Trolltunga», med offentlege og private aktørar som sikrar heilskapleg utvikling og drift av Trolltunga som attraksjon og norsk ikon.
- Utgreia mogelegheita for bom ved P1 i Tyssedal og såleis skapa ein betre og føreseieleg tilkomst for dei besøkande gjennom å etablera buss frå sentrum eller frå P1 som hovudtransport til Trolltunga. Krevja bomavgift i staden for p-avgift, auka prisen på buss og krevja førehandsbestilling på P2 og P3
- Utvikla Skjeggedal som ein attraktiv base og utgangspunkt for Trolltunga-opplevinga for dei besøkande og med funksjoner som er føremålstenlege for aktørane som jobbar med Trolltunga
- Buss-skur i Skjeggedal og Mågelitopp, ev. kombinert med toalett
- Kontinuerleg gjennomføring og innsamling av gjestedata
- Jobba for å få fleire til å gå med guide, jf viktig både for natur, miljø og verdiskaping

- Auka etterspurnaden haust, vinter og vår gjennom spesielle konsept t.d. overnatting i Dome
- Vidareutvikla Skjeggedal som ein attraktiv og vakker basecamp med relevant service

Mål for dei besøkande

- Syta for at Trolltunga vert ei «Oppleving for livet»

6.3 Strategisk grep i høve til dei besøkande

- Kontinuerleg fokus på å betra informasjonen til dei besøkande både i forkant og når dei kjem til Odda
- Laga meir kundetilpassa og enkel løysning for transport, sjå over
- Betra opplevinga for dei besøkande gjennom betre rettleiing og betre kvalitet på vertskapsrolla til alle som er involverte i Trolltunga-opplevinga
- Vidareføra og eventuelt forsterka ordninga med fjellvakter
- Jobba vidare med tiltak for å redusera fotokøane til sjølve Trolltunga ved å spreia trafikken, få jamnare fordeling mellom «early bird»-avgangar, soloppgangsvandringar, og ev seinare avgangar og lata utvalde organiserte aktørar få etablera campar i fjellet (Domar)
- Laga køyrereglar for meir effektiv fotografering

7 VURDERING I HØVE TIL NASJONALE KRITERIUM

«Nasjonale turiststiar» er definert som område med svært stor attraksjonskraft og opplevingsverdi. Det er eit utval av stiar og turmål som toler høge besøkstal utan at natur-, kultur – og opplevingskvalitetane vert forringa. Det store besøket skal også medverka til lokal verdiskaping.

Berre eit fåtal stiar får status som «Nasjonal Turiststi», maks. 15. Desse må fylla opp eit sett med kriterium utarbeidd av Miljødirektoratet. I tillegg vert det lagt vekt på variasjon i type natur og attraksjon, lengde og vanskegrad på turen og geografisk lokalisering. Stiane som vert autorisert vert prioriterte ved tildeling av midlar til tiltak.

Status som «Nasjonale turiststiar» skal medverka til at Noreg framleis kan vera eit attraktivt og berekraftig reisemål der ein tek vare på opplevings- og naturverdiane, medverkar til godt og førebyggjande beredskapsarbeid, lokal verdiskaping og god besøksforvaltning. For å løysa desse utfordringane krevst det heilskaplege grep.

Utfordringane i dag er særleg knytt til stiar med svært mange besøkande, der internasjonale turistar er i fleirtal. Problemstillingane kan vera slitasje på stiar og natur, søppelhandsaming, beredskap og behov for informasjon.

KRITERIESETT

Nasjonale Turiststier er dagsturar i ulik lengde og vanskegrad, spreidd over heile Noreg. Stiane skal visa fram variert landskap med høg opplevingsverdi. Ein del omgrep i autorisasjonskriteriene er definerte i Merkehandboka.

For å bli autorisert som Nasjonal Turiststi, må det svarast ja på følgjande punkt:

1.0	FORANKRING:	JA	
1.1	Det er inngått nødvendige skriftlige avtaler med alle berørte grunneiere.	Ja	
1.2	Status som Nasjonal Turiststi er forankret i politiske vedtak med sikte på innarbeiding i kommuneplanens areal- og strategidel.	Ja	
1.3	Status som Nasjonal Turiststi er forankret i områdets reiselivsstrategi. Visit Hardangerfjord AS arbeider med ny reiselivsstrategi. Her vil status som Nasjonal Turiststi bli forankra.	Ja	
1.4	Dersom turiststien går inn i et verneområde, eller i randsonen, er verneområdeforvaltningen (styret, kommune eller fylkesmann) involvert i arbeidet. Stien til Trolltunga går ikkje gjennom verneområde – men ligg i ein avstand på ca 10 km frå Nasjonalparken for Hardangervidda. Nasjonalparken har ikkje reglar for fotturistar / telt, men har under arbeid ein egen besøksstrategi for verneområda på Hardangervidda.	Ja	

	Fylkesmannen , ordfører i Odda, representant for villreinnemnda for Hardangervidda sit i styringsgruppa for besøksstrategien		
1.5	Dersom ikke kommunen er søker, skal berørt(e) kommune(r) støtte en søknad om autorisering	Ja	
2.0	BESØKSFORVALTNING		
2.1	Stien har et høyt antall besøkende, der internasjonale turister utgjør en stor andel.* I fylgje NINA Rapport 1530, 2017 er ca 90% av dei besøkjande frå utlandet.	Ja	
2.2	Det er utarbeidet en helhetlig besøksstrategi. Skal vera ferdig august 2019	Ja	
2.3	Det er foretatt en brukerundersøkelse, der det avdekkes hvem de besøkende er og hva de ønsker. NINA Rapport 1530: Brukarundersøking i Hardangervidda nasjonalpark sommaren 2017. BIOTOUR gjennomførte ei spørjeundersøking 2017 som del av eit internasjonalt forskingsprosjekt Det er utført studentoppgåver med dette som tema. Reisemål Hardangerfjord gjennomfører ein gjesteundersøking for heile Hardanger, sommaren 2019.	Ja	
2.4	Det er installert ferdselsteller for å kunne dokumentere/rapportere antall årlige besøkende. SNO (Statens naturoppsyn) har installert elektronisk teljar i sommarsesongen	Ja	
2.5	Det er gjort en vurdering av om et høyt antall besøkende påvirker naturkvalitetene i området.* Sårbarhetsanalyse er ikkje utført, men under planlegging. Det er gjort registreringar av terrengslitasje som følgje av telting og ulike stival. Området si tålegrense er vurdert i besøksstrategien. Faktorar som kan påverka besøkstalet er 1) fotokø/ ventetid ved sjølve Trolltunga, 2) slitasje og kapasitet på stien, 3) tilgjenge til Skjeggedal (talet på parkeringsplassar, busstransport)	Det skal utarbeidast sårbarhets-analyse	
2.6	Slitasje overvåkes for å kunne vurdere tiltak. Trolltunga AS står for drift og vedlikehald	Ja	
2.7	Besøkstilpasset informasjon om turiststien er lett tilgjengelig på flere språk, og er tilpasset digitale flater. Trolltunga AS skal no også lage ny heimeside som samlar all relevant informasjon på ein stad	Ja	
2.8	Det finnes informasjon om stiens beskaffenhet, anslått tidsbruk, behov for utstyr, fysiske minstekrav for gjennomføring av turen, turens lengde og andre relevante forhold.	Ja	

	Dette finns på internett, ved turistinformasjonen og på plakatar på bussar og ved Skjeggedal.		
2.9	Toalett er tilgjengelig i nærheten av startpunkt, og det er gjort en vurdering av om det er nødvendig med toalett og eventuelt andre sanitære fasiliteter langs stien. Det er toalett ved Skjeggedal. Eventuelt toalett ved Mågelitoppen vert drøfta i besøksstrategien. Telting langs stien medfører auka behov for toalett . Då ein i utgangspunktet ikkje ønskjer telting langs stien, vert det ikkje lagt til rette for toalett langs stien. Jordsmonnet er svært grunt og ligg ikkje til rette for septiktankløyser og infiltrasjon i grunnen.	Ja	
3.0	SKILTING/MERKING/TILRETTELEGGING:		
3.1	Skilting, merking, rydding og tilrettelegging av stiene følger retningslinjene i Merkehandboka og i Miljødirektoratets veileder "Naturvennlig tilrettelegging for friluftsliv". Ikkje alle skilt føl malen enno , men skal skiftet ut.	Ja	
3.2	Det framgår tydelig på stien ut fra skilting og merking at dette er en Nasjonal Turiststi. Dette kjem på plass når autorisasjonen eventuelt er klar	Manglar	
3.3	Dersom turiststien går inn i et verneområde eller i randsonen til et verneområde, er det tydeliggjort hva som er tillatt utenfor og innenfor verneområdet. Stien og Trolltunga ligger utanfor Hardangervidda nasjonalpark. Pga villrein er det ikkje ønskeleg å knyta Trolltunga mot dette området. Det vert jobba med informasjon, fjerning av skilt og merking inn mot vidda.	Vert jobba med tiltak	
3.4	Skilting ved og i tilknytning til stien formidler området særegne natur- og kulturverdier	Vert jobba med saka	
3.5	Det er utarbeidet informasjonsmateriell som formidler områdets særegne natur og kulturverdier.	Vert jobba med saka	
4.0	PARKERING/TRANSPORT		
4.1	Det er utarbeidet en plan for å øke andelen besøkende som ankommer med offentlig transport/fellestransport. Det er tre transport-selskap som køyrer shuttlebuss fra Odda til Skjeggedal og eit buss-selskap som har minibussar fra Skjeggedal til Mågelitopp. Ca. 57.000 personar - 65 %, brukte privatbil og ca. 31.000- 35 % , brukte felles transport/drosje/eller gjekk til fots: Når parkeringsplassen ved Skjeggedal er full, vert vegen stengt ved Tyssedal og shuttle-bussar overtar.	Ja	
5.0	SIKKERHET/BEREDSKAP/VERTSKAP PÅ STIEN		

5.1	Det vurderes årlig om det er behov for enten fjellvaktteneste eller vertskap i høysesong/utferdsdager.* Det er etablert eiga fjellvaktordning i perioden 1.6.-30.9.	Ja	
5.2	Det er utarbeidet en strategi med en nullvisjon for redningsaksjoner	Manglar	
5.3	Det er utarbeidet en beredskapsplan med risikovurdering. Formell plan manglar, men stadig betre førehandsinformasjon på nettet, ved turistinformasjonen og på informasjonstavler bidrar saman med beredskapen til Røde Kors, fjellredningstenesta, fjellvakttenesta og to redningsbuer langs stien til å ivareta sikkerheita til dei besøkande.	Manglar	
6.0	INFRASTRUKTUR/TILTAK:		
6.1	Alle tiltak har arkitektonisk og håndverksmessig god kvalitet, herunder tilrettelegging av sti, toalett med mer.*	Ja	
6.2	Alle tiltak har god landskapstilpasning, tar hensyn til naturverdier og opplevelseskvaliteter, og anlegges med minst mulig omfang og synlighet.*	Ja	
6.3	Det foreligger skriftlige avtaler for eierskap, ansvar, drift- og vedlikehold av stien og tilhørende fasiliteter (herunder toalett, søppelhåndtering, oppsyn av stien med mer).	Ja	
6.4	Alle tiltak har nødvendige tillatelser i forhold til offentlige planer og bestemmelser, grunneiere med mer.	Ja	
6.5	Det foreligger en plan for hvordan utrangerte tiltak skal bli fjernet. Nødbuer og fjellvaktbu er bygd på pålar slik at dei kan flyttast/rivast.	Ja	
6.6	Gjennomførte tiltak er tilpasset lokale klimatiske forhold. *	Ja	
7.0	KUNNSKAPSDELING		
7.1	Autorisasjonshaverne stiller ressurser til rådighet for å dele erfaringer, og for å stille på samlinger for erfaringsutveksling/ kompetanseoverføring	Ja	
	* Beskriv nærmere hva du legger i ditt svar for punktene under:		
2.1	* Stien har et høyt antall besøkende, der internasjonale turister utgjør en stor andel. Stien til Trolltunga er karakterisert som den mest anstrengende masseturismesti i Noreg og hadde i 2018 88.000 besøkende der dei fleste var frå utlandet. NINA si undersøking frå 2017 viser at ca 90% var fra utlandet.	ja	

2.5	*Det er gjort en vurdering av om et høyt antall besøkende påvirker naturkvalitetene i området. Stien er utbetra til å tåla eit høgt tall med besøkande. Besøksstrategien har gjort ei vurdering i høve til villreinen på Hardangervidda. Auka telting er vurdert som uheldig p.g.a manglande toalett og søppelhandsaming og slitasje på vegetasjonen, samt at dette opnar for at fleire kan bevege seg inn i områder som er sårbare for villreinen. Sårbarheitsanalyse er på gang	Ja ,	
5.1	*Det vurderes årlig om det er behov for enten fjellvaktjeneste eller vertskap i høysesong/utferdsdager. Det er etablert fast fjellvaktordning og ny fjellvakthytt vert bygd sommaren 2019 Det er også vertskap og parkeringsvakter i perioden 1.6.-30.9.	Ja	
6.1	*Alle tiltak har arkitektonisk og håndverksmessig god kvalitet, herunder tilrettelegging av sti, toalett med mer. Det er brukt arkitekt til teikning av fjellvakthytta. Toalettanlegget i Skjeggedal var på plass før den store auken i Trolltungaturismen. Tilrettelegging med toalett ved Mågelitoppen er drøfta. Det er eit ønske om å heva dei visuelle og arkitektoniske kvalitetane ved bygningsmassen i Skjeggedal for å gi den er meir einskapleg og attraktiv identitet.	Ja	
6.2	*Alle tiltak har god landskapstilpasning, tar hensyn til naturverdier og opplevelseskvaliteter, og anlegges.	Ja	

