

Heilskapleg formidling av kulturarven i Nordherad.

VÅGÅ KOMMUNE, OPPLAND. FORPROSJEKT 2017-2018.

Delrapport som omhandler vurdering av dagens skilting og tilrettelegging



skisser og beskrivelse av
nye tiltak for å lykkes med
en helhetlig formidling av
Nordherads kulturhistorie







Innhold

Innledning 7

1. Vurdering av dagens skilter og tilrettelegging utført i Nordherad	8
1.1 Om arbeidet	9
1.2 Generell vurdering	11
1.3 Skilttypene	11
1.4 Øvrige tilrettelegging	15
2. Vurdering av den grafiske profilen utviklet for Utvalgte kulturlandskap i Norge	16
2.2 forslag til forbedringer	19
2.2.1 Konsept	20
2.2.2 Farger	22
2.2.3 Typografi	23
2.2.4 Logo	24
2.2.5 Skiltsystem	25
3. Forslag til prinsipper for utvikling	28
3.1 God målsetning, tydelig hvorfor	29
3.2 Forslag til prinsipper for å lykkes med helhetlig formidling	29
3.2.1 Prioritere	29
3.2.2 Brukeren i fokus	29
3.2.3 Tilgjengelig for «alle»	29
3.2.4 God organisering	31
4. Forslag til tiltak med beskrivelser, skisser og kostnadsoverslag	32
4.1. Utvikle tydelige produkter	33
4.1.1 Ulvestigen	35
4.1.2 Vågåmo-Kvarberg-Lindalen	40
4.1.3 Scenic route	42
4.2 Infopunkt i Vågåmo sentrum	44
4.3 Utvikle og gjennomføre en kommunikasjons og markedsførings-strategi for Nordherad	46
4.3.1 Info og markeds-arbeid	46
4.3.2 Visitnordherad.no	47
4.3.3 Infomateriell	48
4.3.4 Markedsmateriell	49
5 Oppsummering	51



Innledning

Nordherad er et fantastisk område som nåværende og tidligere generasjoner har skapt og skjøtet på en imponerende måte. Resultatet av det arbeidet er at (hvis bygda selv vil) kan Nordherad utvikles til en attraksjon som når ett mye større publikum enn det gjør i dag.

Hvis Nordherad i samarbeid med fylke, direktorat, kulturminnevern og profesjonelle utviklingsaktører gjør de rette utviklingsgrepene kan det skapes attraksjoner og opplevelser med nok attraksjonsverdi til å bli ett betydelig turistmål i Vågå og Gudbrandsdalen.

Løwehjerte er av styringsgruppa gitt mandat til å se på den tilretteleggingen som allerede er gjort med fokus på hvordan den fungerer i forhold til publikum, om de ser verdiene, finner frem osv. Vårt arbeid bygger på hovedrapporten til Kjersti Tidemansen i tillegg til egne befaringer og arbeid med tilsvarende prosjekter.

Vi har i rapporten pekt på ting som kan bli bedre, men det er viktig at dette ikke leses som at alt som er gjort må gjøres om. Det vi påpeker og anbefaler fremover må betraktes som siste "finpuss" på et allerede godt fundament.

Vår fokus har vært å vise konkrete løsningsforslag med beskrivelser og skisser på tiltak som vi mener er nødvendige for å lykkes med en helhetlig kommunikasjon. Hensikt er å være så konkret at det skal være enkelt for det lokale Nordheradprosjektet å følge opp. Vår anbefaling er å bruke rapporten som et styringsdokument og "bestillingsliste", da får dere mye "gratis" utviklingsarbeid.

Lykke til og tusen takk for at vi har fått gi ett bidrag til kulturarven i Nordherad.

Vågå, 23.08.2018

Morten Stensland Løwe
grafisk designer i Løwehjerte

Løwehjerte design AS
www.lowehjerte.no

1.

Vurdering av
dagens skilter og
tilrettelegging
utført i
Nordherad

1.1 OM ARBEIDET

Som det fremgår av hovedrapporten er det lagt ned et imponerende arbeid med rydding, skilting og tilrettelegging av stier, kulturstier og infopunkt i Nordherad. Arbeidet er i stor grad utført av frivillige i Nordheradprosjektet og det vitner om et enormt engasjement og stolthet over bygda, naturen og den rike kulturarven.

All tilrettelegging og skilting som er utført i Nordherad er grundig dokumentert av Kjersti Tidemansen, se hovedrapport. Vi har basert våre vurderinger på dette arbeidet samt fysisk synfaring i en stor del av rutenettet.

Vi vurderer ikke den tekniske tilstanden osv, da dette også er grundig dokumentert i hovedrapporten. Vi har konsentrert arbeidet rundt vurdering av brukervennlighet og opplevelsesverdi for besøkende og stilt oss selv de samme spørsmålene som publikum har:

- hvor skal jeg kjøre og parkere?
- er det enkelt å finne frem når jeg går?
- hvor lang er turen?
- hvor lang tid kan jeg forvente å bruke?
- er det bratt?
- hva kan jeg oppleve underveis?

↓ En stor del av attraksjonsverdien i Nordherad er nærheten til dyr og natur.





1.2 GENERELL VURDERING

God kommunikasjon og helhetlig formidling oppnås kun når man har god kontroll på målgruppen det skal formidles til.

Slik skilting og tilrettelegging er utført i dag virker målgruppen å være lokalbefolkning, med unntak av Ulvestigen. Det er ingen ting galt i den målgruppen, det gjør området lett tilgjengelig og viktig for innbyggerne i Nordherad (Vågå), men gjør det ikke enkelt å bruke for publikum som ikke er "født og oppvokst i grenda".

1.3 SKILTTYPE

De ulike skilt- og infotypene er kartlagt og kategorisert i hovedrapporten og vi vurderer dem etter det samme systemet her.

«Nordheradsskiltet». Enkle treskilt med navn og retningsmarkør. Skiltene "sklir" godt inn i naturen med sin naturlige grå patina, men det er for liten kontrast mellom sort tekst og grått treverk. Typografien bør også forenkles med fokus på god lesbarhet. Den vandrende strekfiguren er en god ide. "Lauv" symbolet gir ingen liten verdi for publikum.

Ideen med å diskre fremheve Ulvestigen med røde retningspiler er god og en videreføring av dette er anbefalt.

Anbefaling: Det er lagt ned ett solid arbeid i å utvikle en nasjonal standard for turskilt. Arbeidet er grundig dokumentert i "Merkehåndboka" og vi ser det som naturlig at retningslinjene som er skissert der også brukes på turskilt i Nordherad. Se også forslag til komplett skiltsystem på side 25.

"Nordheradsskiltet"



- + "Glir" godt inn i naturen
- Enkle å produsere
- For dårlig lesbarhet
- Unødvendig ikonbruk
- Kort holdbarhet



- ← Eksempel på bruk av "Nordheradskilt" og infotavler, her ved startpunkt Ulvestigen.

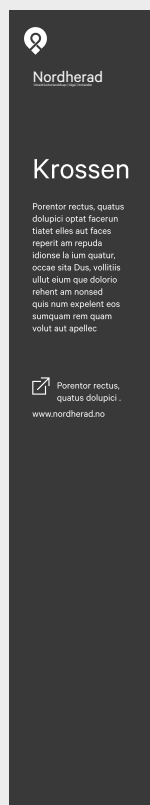


«Informasjonsskilt». Som det fremgår av hovedrapporten så finnes det 28 informasjonstavler av ulik størrelse og utforming. Innholdet på tavlene spriker en del fra ren opplysning, som husk på båndtvang, lukk igjen grunder osv til historiefortelling om Nordherad, kulturlandskapet, dyr og botanikk osv (full oversikt over temaene i hovedrapporten). Kvaliteten på informasjonen spriker fra svært god til ok og direkte vanskelig å forstå. Sistnevnte fordi informasjonen som formidles krever en del lokalkunnskap i forhold til personer som har bodd der tidligere osv.

Selve skiltkonstruksjonen er etter vår mening unøwendig komplisert og krever nok en del vedlikehold.

Anbefaling: Alle informasjonsskilt bør vurderes i forhold til om de har rett plassering og budskap. Noen skilt kan med fordel tas bort, mens andre kanskje kan slås sammen. Informasjonen på skiltene bør bruke de samme virkemidlene i forhold til historiefortelling og bruk av bilder og illustrasjon.

Vi anbefaler også at det utvikles en ny type informasjonsskilt, se nedenfor og også forslag til komplett skiltsystem på side 25. Denne løsningen er tenkt produsert i aluminium som gjør den vedlikeholdsfri og formen er laget utfra at den skal ha god leslighet og passe inn i naturen ved å være et tydelig skille til de naturlige fargene og formene.



"Informasjonsskilt"



- + "Følger" den lokale byggeskikken
 - Enkelt å oppdatere med ny informasjon

- Komplisert konstruksjon
 - Stort behov for vedlikehold
 - Konstruksjonen glir ikke godt inn naturen, samtidig som den skiller seg lite ut
 - Mangler en konsekvent idé bak formidlingen av kunnskapen og bruk av virkemidler som foto, kart, farger og typografi
 - Uklart hvem som er målgruppen for informasjonen som formidles



1.4 ØVRIGE TILRETTELEGGING

Som dokumentert i hovedrapporten er det gjort en del grep for skilting og øvrig tilrettelegging i form av parkering ved Ulvestigen, grillplass ved Klevahaugen osv. Dette er gode tiltak som gjerne kan videreføres og forbedres. Se også mer om dette på side 43.

2.

Vurdering av den grafiske profilen utviklet for Utvalgte kulturlandskap i Norge

2.1 Generelt

Nordherad utvalgte kulturlandskap bør som andre utvalgte kulturlandskap følge designmalen for Utvalgte kulturlandskap utviklet av Miljødirektoratet (MD).

Men,

- den fungerer ikke godt nok i dag og MD må utvikle en pakke med konsept og visuell identitet for Utvalgte kulturlandskap
- det bør være et krav at nytt konsept og visuell identitet har samme kvalitet som, og fungerer godt sammen med Norges nasjonalparker sitt konsept og identitet.

↓ Faksimile av dagens profildokument.





Fjellgardane og seterdalane i Øvre Sunndal

MØRE OG ROMSDAL

Uptae est remporo et ml, omnistio to lam nos magnam accepim rorerupla sunt mo te et vidournt rest dem necto causet quid ut facin est ut har uptae cupramtula eiv tti blecti dis dolorrem que ipa sus. Uptae est remporo et ml, omnistio. Uptae est remporo et ml, omnistio.

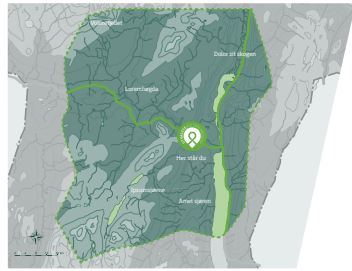
Skel og Skolesest omfattar totalt 5200 daa, inkludert ca. 3000 daa kystfyltellig og utvoren land som ik har ryping av skog. Bøending av lynn, belling og fotsarkag forma det åpe landskapet som ik fimerber. En issakik av mange ulike naturtyper fra kystfyltellig og myrer til blomsterrike enger. Villmarks og strålegenge på vevsida av Skolesest er verna på grunn av sitt rike fugleliv.

Langt Skolesest kultursti, som delvis har universell utforming (se kartet). Disse informasjonstener med informasjon om miljøverdiene i kulturlandskapet og om Lekas geologi.

Husdyr er en nødvendig forutsetning for å holde landskapet ved like og hindre gjengroing i Skolesest. Derfor det storle og sammenheng mellom utgangsaurene går ute året rundt. Store kalber som vidballe, menne og vater gammel nordkåa. Den har rarter tilbake til da husdyrene ble jartret i Norge for å bli brukte til ider. Casano lever et frost og godt liv og tjener nesten alle de trenger ute i marka året rundt.

Under lamminga i april/mai er de mest drbare. Av hensyn til dyrene bør vi åre om å holde god avstand i denne perioden. Av hensyn til husdyrene er det viktig å helle året i Skolesest.

Skolehytta i Værvika er åpen for besøkende. Har du spørsmål eller kommentarer, kontakt gjerne Lekas kommunne på e-post: post@lekas.kommune.no. Les mer på www.dirmat.no/utvalgte_kulturlandskap



Utvalgte kulturlandskap i jordbruket

Utvalgte kulturlandskap i jordbruket er et utvalg av Norges mest verdifulle kulturlandskap. Områdene er valgt ut fordi de har store biologiske og kulturhistoriske verdier. Disse særegne jordbrukslandskapene er skapt av mennesker i samarbeid med naturen gjennom mange generasjoner. Sierpreget i disse områdene kan bare ivaretas gjennom fortsatt

drift, skjøtsel og vedlikehold. Dette arbeidet er forantrert i frivillige avtaler med grunneierne. Alle fylker i Norge har minst ett område med denne statusen. Det er landbruks-, natur- og kulturministerforvaltningen i Norge som i fellesskap står bak satsingen. www.utvalgtekulturlandskap.no



2.2 forslag til forbedringer

Dagens konsept og visuelle identitet fungerer godt på noen områder og behøver ikke skrotes, men bør videreutvikles på følgende områder:

- konseptet **Utvalgt kulturlandskap**, hva er det, hvilken verdi gir det brukeren, hva kan oppleves, hva sitter man igjen med etter et besøk
- fargepalett og typografi
- logo, skilt- og merkesystem

← Ideen til skilt er et eksempel på noe av det beste med dagens profil.

2.2.1 KONSEPT

Hvilken historie skal fortelles og hva skal publikum sitte igjen med?

I det eksisterende profildokumentet er det beskrevet et konsept med tittelen **innsyn/utsyn**.

Konseptet er godt illustrert igjennom den gode skiltløsningen hvor man ser igjennom skiltet, men ellers er det dårlig beskrevet og det er laget få eksempler på hvordan konseptet kan brukes i markedsføring og kommunikasjon.



→ Eksisterende skiltkonsept beskrevet i profildokumentet.

Mulig nytt konsept

Konseptet **innsyn/utsyn** kan videreutvikles og fungere, men kanskje kan det også lages et nytt konsept som har større potensiale i marked- og kommunikasjonsarbeidet. En idé til nytt konsept kan være **urørt/rørt**. Hvor man setter opp den urørte naturen som finnes i Nasjonalparkene på den ene siden og den rørte naturen som kjennetegner kulturlandskap formet av mennesker og dyr i århundre.

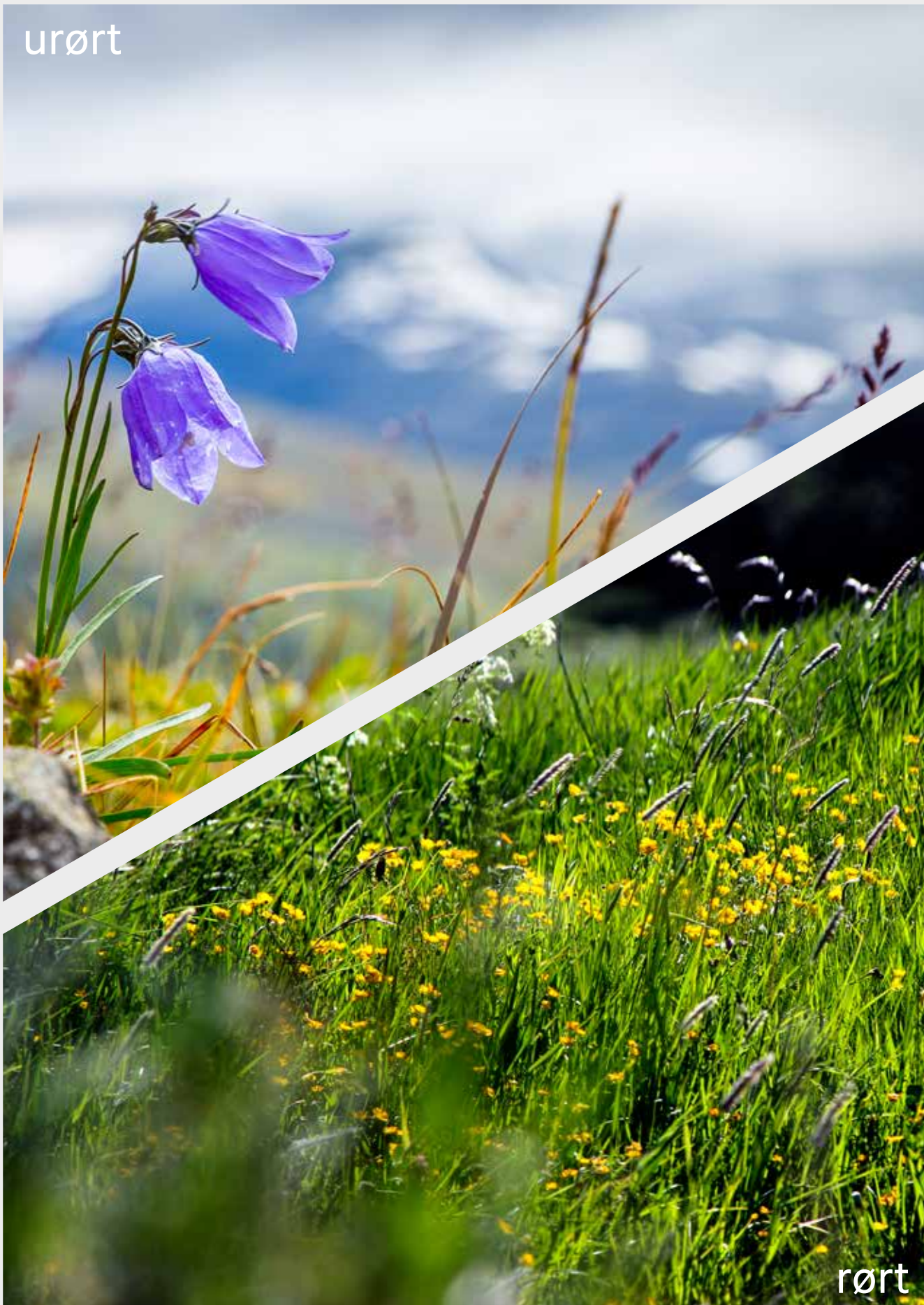
Konsept for urørt/rørt for utvalgte kulturlandskap

- arena til å formidle tidligere tiders levemåter satt opp som kontraster til nåtiden
- viser sosial utvikling og felles historie

Gir:

- mulighet til å lære med kroppen
- kunnskap og innsikt

urørt



rørt

2.2.2 FARGER

Eksisterende fargepalett



↑ Pantone 7488



↑ Pantone 7488

I eksisterende profildokument er det beskrevet to grønnfarger, Pantone 7488 og Pantone 3308. De står godt til hverandre, men oppleves i praktisk bruk i terrenget som lite heldige fordi de hverken "blender" inn eller skiller seg ut fra øvrig natur. Tekst skrevet i den Pantone 7488 er vanskelig å lese og de står ikke så godt til fargepaletten som er utviklet til Norges nasjonalparker.

Mulig ny fargepalett

Vi anbefaler to nye farger hvor den turkise er hentet fra nasjonalparkene sin palett og så er det lagt til en mørk grå variant. Dette gir farger som fungerer godt i praktisk bruk på skilt, tavler og digitale flater og står godt til nasjonalparkene sin profil.



↑ RGB: 8, 146, 146



↑ RGB: 60, 60, 60



2.2.3 TYPOGRAFI

I eksisterende profildokument er det beskrevet Soho som typografi. Denne fungerer dårlig fordi den er vanskelig å lese, både i stor og liten størrelse.

Mulig ny typografi

Vi anbefaler at det brukes en enkel grotesk typografi som er god å lese i liten og stor størrelse på både analoge og digitale flater. Nasjonalparkene benytter fonten Calibre som fungerer veldig godt, kanskje kan den brukes også på Utvalgte kulturlandskap

BRØDTEKST - SKILTER

Ur, excea quassi commodisciis cus
imus mo con pliqui omniet estiore
hendio mi, et lab ium quodi beat
ressum arcium fuga. Obit volorum
receper ovidit idusant.
Xim ut asperrum quo berovident
quo ommodignati consequ aestrum
laut fugit volupid eliqui sum num
esto volest, ut estiatur rest venis
ditibusapel il mod quis re, quam ut
et ra dolluptis sum inulluptia planis
quis demporerum venditiam con
remquodis modionem unt a eaquam
quas moluptatum sunt, numquosto-
ta consed molorer esequis quat

↑ Eksisterende typografi, Soho Regular

BRØDTEKST - SKILTER

Ur, excea quassi commodisciis cus imus
mo con pliqui omniet estiore hendio mi,
et lab ium quodi beat ressum arcium
fuga. obit volorum receper ovidit idusant.
Xim ut asperrum quo berovident quo
ommodignati consequ aestrum laut fugit
volupid eliqui sum num esto volest, ut
estiatur rest venis ditibusapel il mod quis
re, quam ut et ra dolluptis sum inulluptia
planis quis demporerum venditiam con
remquodis modionem unt a eaquam quas
moluptatum sunt, numquosto- ta consed
molorer esequis quat

↑ Samme tekst satt med Calibre regular

2.2.4 LOGO

Dagens logo har en del av de samme utfordringene som øvrige grafisk profil. Det er vanskelig å lese alle detaljene og den tilfredsstillende ikke kravene til en god logo, som å fungere på alt fra små til store flater og fra analog til digital bruk, forholde seg til omgivelsene og fungere sammen med tilhørende profiler.

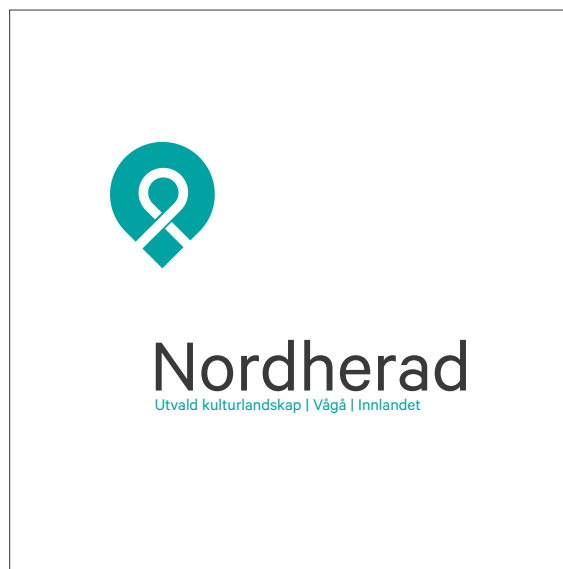
Symbolet fungerer godt og kan gjerne videreføres.

Mulig ny logo

Vi anbefaler en forenklet logo hvor symbolet videreføres og hvor det fokuseres på å fremheve stedsnavnet og kommune før fylke, siden det for publikum flest nok er mer relevant å forholde seg til.



↑ Eksisterende logo for Utvalgt kulturlandskap Nordherad.



↑ Skisse til ny logo hvor symbolet videreføres og kommunenavn er tatt inn.

2.2.5 SKILTSYSTEM

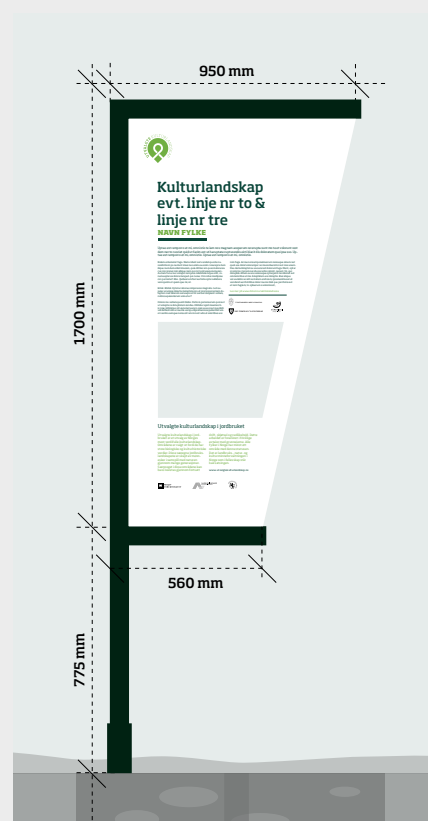
Skiltmalene i dagens grafiske profil fungerer veldig fint. Med unntak for beskrevet produksjonsmetoden som er uhensiktsmessig dyr og vi er gjort kjent med at flere utvalgte kulturlandskap som har ønsket å følge profilen ikke har hatt budsjetter til å følge skiltmalen. Det mangler også maler for små infoskilt som kan plasseres i terrenget, og skilter som viser retning osv på turstier.

Mulig nytt skiltssystem

Vi anbefaler et oppdatert skiltssystem hvor deler av dagens løsning videreføres samt at det tilføres noen nye elementer samt en rimeligere produksjon.



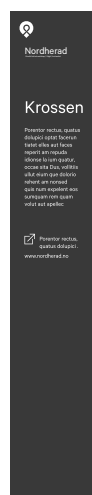
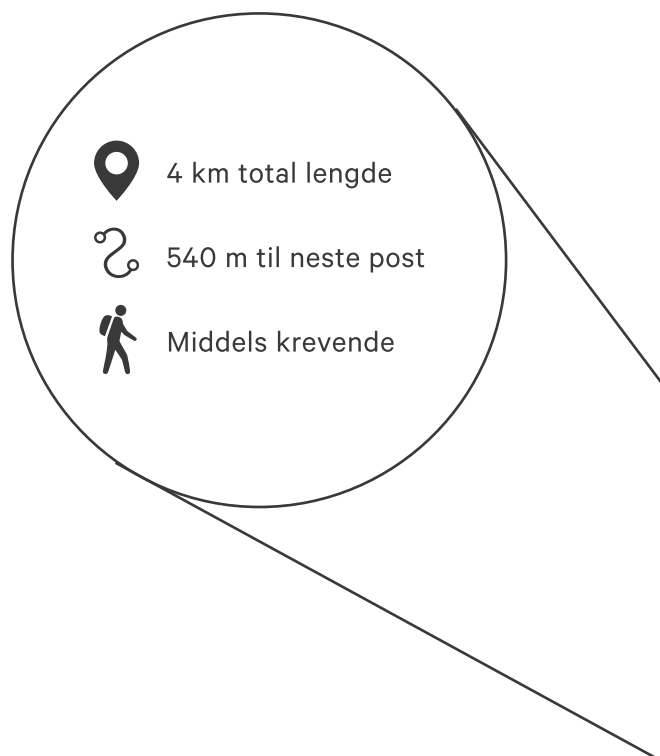
↑ Dagens skiltkonsept



→ Se forslag til nytt skiltssystem på neste side

2.2.6 SKILTSYSTEM

→ Eksempel på metainfo som bør tas inn i malverket.



Skilting av turstier i henhold til Merkehåndboka



Infotavler i terrenget. Utført som folie på aluminium, to varianter.



Startpunkt skilt, utført i aluminium med treramme.



Markering/portal langs bilvei, skape oppmerksomhet om tilbudet

3.

Forslag til prinsipper
for utvikling

Nordherad utvalgte kulturlandskap har et stort potensiale for økt trafikk og budskapet om kulturlandskapet kan ved en helhetlig formidling nå ut til mange flere. Det utviklingsarbeidet bør gjøres av bygda i samarbeid med fylket og profesjonelle aktører på kommunikasjon, design og formidling. For at arbeidet skal bli så bra som mulig bør arbeidet følge noen klare prinsipper. Her er vårt forslag.

3.1 God målsetning, tydelig hvorfor

- Helhetlig formidling gir bedre formidling. Bedre formidling gir bedre opplevelser. Bedre opplevelser gir flere og mer fornøyde brukere.
- Flere og mer fornøyde brukere gir positive ringvirkninger for Nordherad som lokalsamfunn.

3.2 Forslag til prinsipper for å lykkes med helhetlig formidling

3.2.1 PRIORITERE

- Vi tar hensyn til natur, dyr og folk ved å fremheve enkelte områder/attraksjoner fremfor andre.

3.2.2 BRUKEREN I FOKUS

- Vi setter brukeren i fokus og ønsker å lage opplevelser som har en gjennomtenkt «kundereise» og brukerperspektiv.
- Formidlingen har som første prioritet å gjøre budskapet relevant for mottakeren i den situasjonen de befinner seg i.

3.2.3 TILGJENGELIG FOR «ALLE»

- Kulturarven i Nordherad skal være tilgjengelig for «alle»*, både fysisk i terrenget og digitalt.
- Det skal være enkelt å tilegne seg informasjon/kunnskap om tilbudet og planlegge og gjennomføre et besøk.
- Det skal ikke være vanskelig å finne frem, hverken til startpunkter, parkering eller underveis på turstier.
- Det skal være motiverende og engasjerende å tilegne seg

kunnskapen om kulturlandskapet, underveis på turene er det lett å forstå hvor langt man har kommet og dermed også vite hva som gjenstår.

- Alle turstier merkes i henhold til kravene utarbeidet i Merkehåndboka
- All trykt og digitalt materiell følger kravene til universell utforming

3.2.4 GOD ORGANISERING

Arbeidet med helhetlig formidling av kulturarven i Nordherad skal ikke føles som en byrde, men gi merverdi for lokalsamfunnet ved å:

- Legge til rette for og oppfordre til at innbyggere i Nordherad kan starte kommersielle tilbud med utgangspunkt i kulturlandskapet
- Vurdere om det kan kreves inn en «lisens» for bruk av kulturlandskapet. Lisensen betales av alle som tjener penger på det frivillige arbeidet som fellesskapet har lagt ned. Hvis det er mulig kan det gi inntekter som lokalsamfunnet kan bruke til fellesskapets beste.
- Verdsette den fantastiske kraften som ligger i dugnadsarbeidet, men ikke forvente at løpende oppgaver som krever spesiell fagkompetanse skal gjøres på dugnad.
- Bruk midler fra offentlig støtteordninger til å engasjere fagkompetanse på områder det er naturlig, som produksjon av skilt, utvikling av konsepter, informasjonsarbeid og markedsføring osv.

4.

Forslag til tiltak med
beskrivelser, skisser
og kostnadsoverslag

4.1. Utvikle tydelige produkter

Utvikle tydelige «produkter» som det er lett for brukeren å forstå, kjenne behov for og «kjøpe». I første omgang anbefaler vi følgende:



KULTURSTIEN ULVESTIGEN (4.1.1), SIDE 35

Essensen av Nordherad på historisk og vakker natursti



SENTRUMSNÆR FOTTUR (4.1.2), SIDE 40

Vågåmo-Ullinsvin-Jutulheimen-Kvarberg-Lindalen-Vanglandet



SCENIC ROUTE (4.1.3), SIDE 42

Opplev det beste av Nordherad på sykkel eller bil



4.1.1 ULVESTIGEN

En flott natursti som går igjennom noe av det vakreste landskapet Nordherad har. Det er gjort en god jobb med dagens sti og med noen grep kan attraksjonsverdien økes.

Attraksjonsverdi:

- perfekt anledning til å fortelle hele historien om Nordherad, kulturlandskapet og hvorfor det er som det er
- flere spennende historier underveis med ulvefella som høydepunkt
- parkering/start-stopp er et naturlig knutepunkt i Nordherad
- passe lang tur for familier
- vakker og godt tilrettelagt sti

Tiltak i terrenget

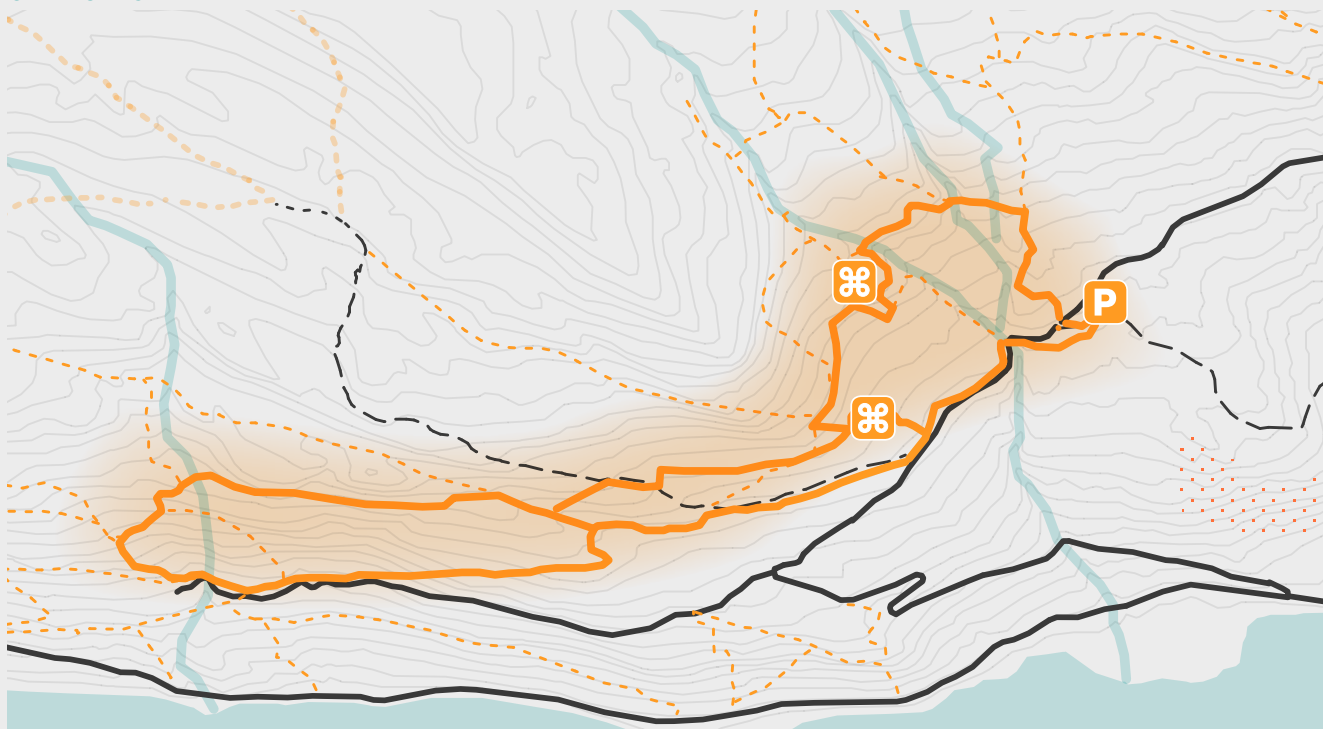
- bedre tilrettelegging av parkering, start- og slutt punkt med toalettmulighet og sitte/infopunkt
- nye infotavler ved parkering
- nye infotavler underveis
- forenkling av rutene?
- ny stimerking

ESTIMERT KOSTNAD:

- utvikling av innhold på skilt, design og produksjon: 150 000,- (uten servicebygg og øvrig grunnarbeid)

→ Se forslag til tiltak på de neste sidene.

ULVESTIGEN



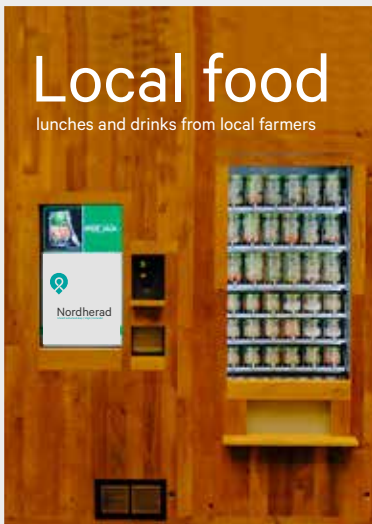
ADKOMST/PARKERING/STARTPUNKT OG INFOPUNKT

Tiltak:

- nytt skilt i henhold til skiltmalen
- oppgradert parkering
- vurdere å bygge servicebygg med toalett
- kan det inkluderes en automat med lokalmat?
- forbedret sitteplass i forbindelse med parkeringen
- erstatte dagens infotavler med nye infoskilt (lav type) i en sirkel rundt sitteplassen

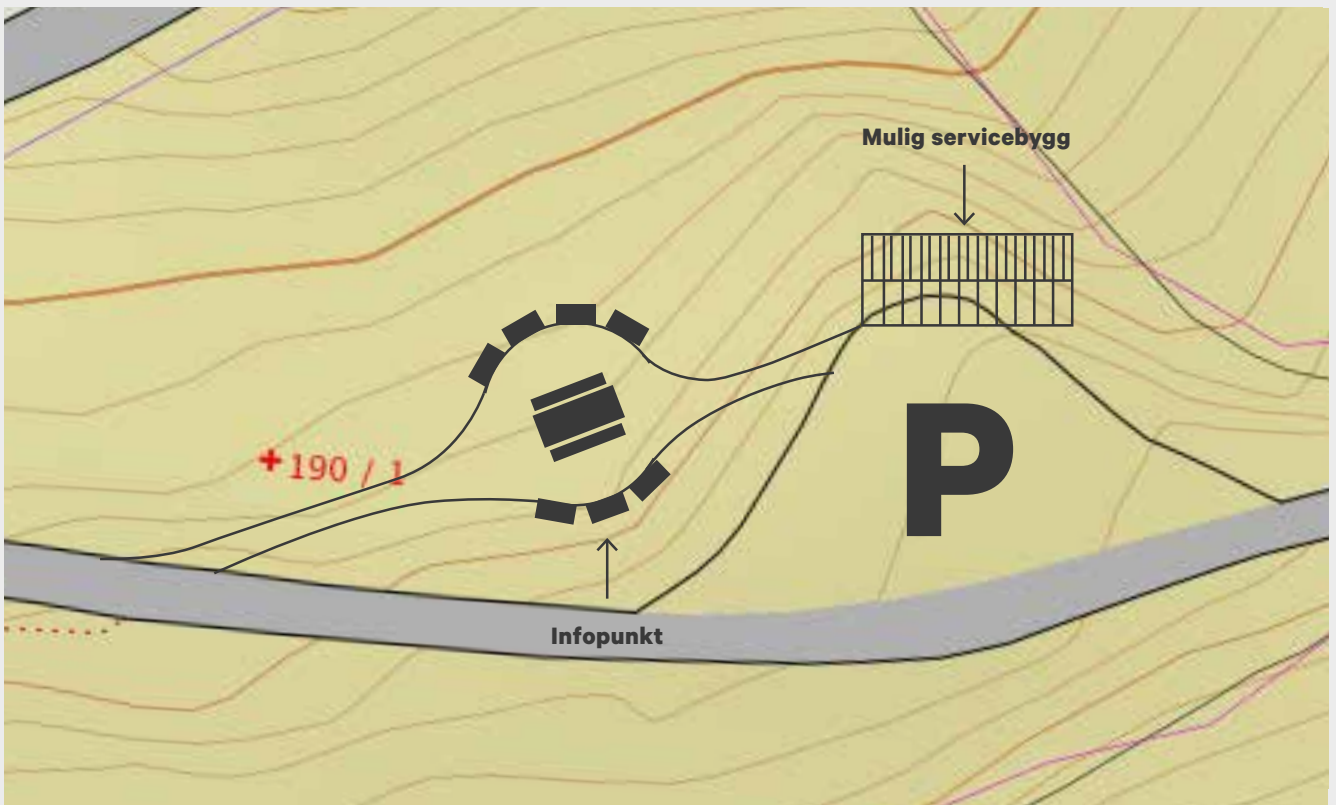
↓ Forslag til nytt adkomstskilt





← Servicebygget kan i tillegg til å inneholde toalett- og søppelfasiliteter også brukes til en enkel automat hvor det kan kjøpes lunsjmat produsert av bønder i nærhet.

↓ Infopunktet kan få skilter etter samme modell som Klimaparken 2469 har bygget langs sin adkomst.



↑ Dagens parkering ved Ulvestigen fungerer godt, men for å attraksjonsverdien samt legge enda bedre tilrette for ønsket adferd fra turistene bør dagens tavler tas ned, etablere ett nytt infopunkt og vurdere om det kan settes opp et servicebygg med toalett- og søppelfasiliteter.

STIMERKING

Tiltak:

- merke Ulvestigen i henhold til Merkehåndboka, gjøre det tydelig hva som er en del av naturstien og eventuelt utelate andre skilt



INFOTAVLER

Tiltak:

- nye infotavler som har brukerfokus på innholdet.

- ↓ Dagens start på Ulvestigen til venstre og en montasje som viser turskilt og infoskilt etter ny profil til høyre.



ESTIMERT KOSTNAD:

- utvikling av innhold på skilt, design og produksjon: 120 000,-

4.1.2 VÅGÅMO-KVARBERG-LINDALEN

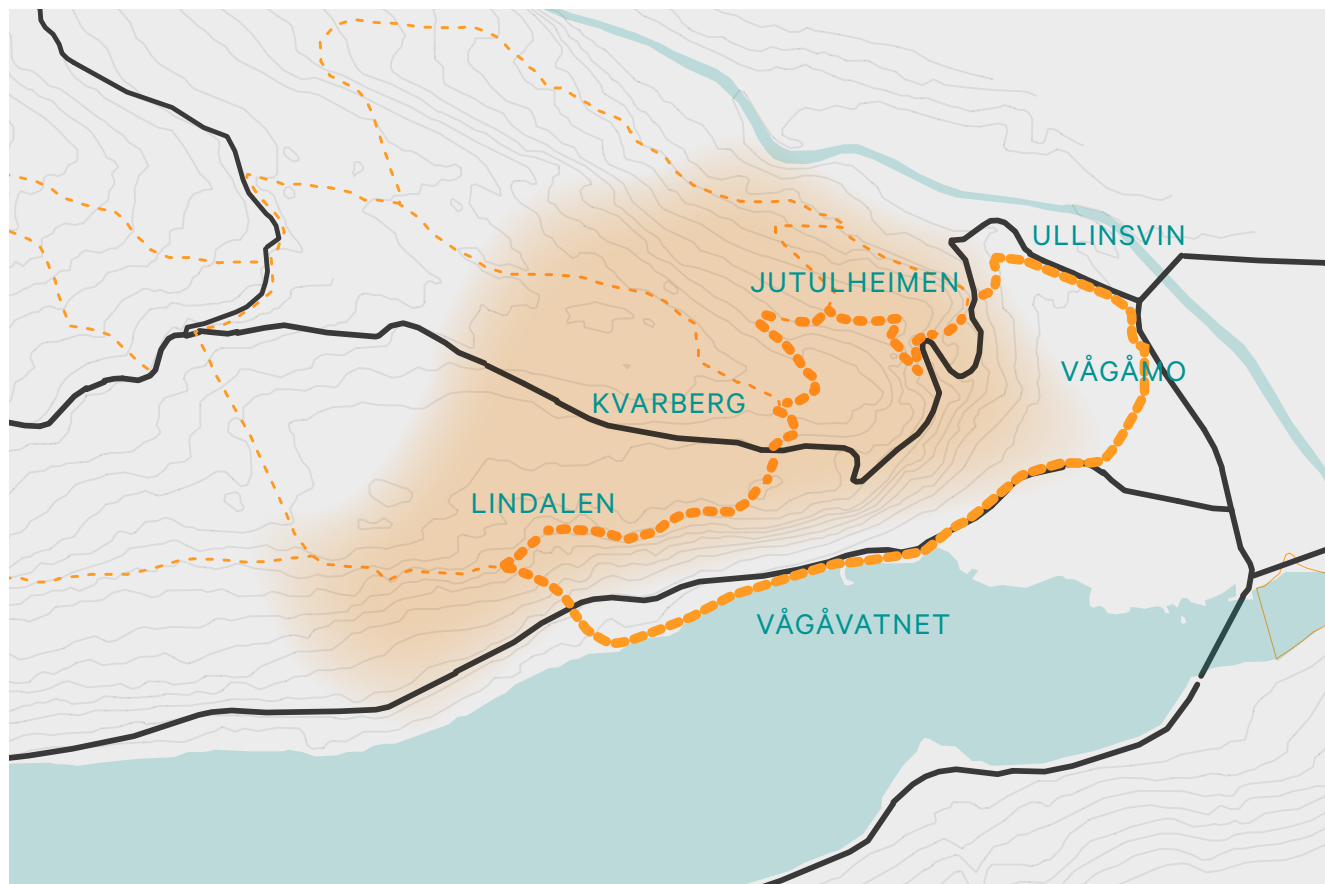
Attraksjonsverdi:

- Opplev Nordherad, Vågåvannet, Vågåmo sentrum, Munchvandring, Ullinsvin, Jutulheien og Kvarberg på en tur
- 5 km lengde, perfekt halvdags tur som passer de fleste
- Variert med flott natur i Lindalen og Vågåvannet, spennende historie på Kvarberg, bygdetun på Jutulheimen og Munch og hagen på Ullinsvin.
- Kulturell opplevelse med hørespillet på Munch-vandringen

Tiltak i terrenget:

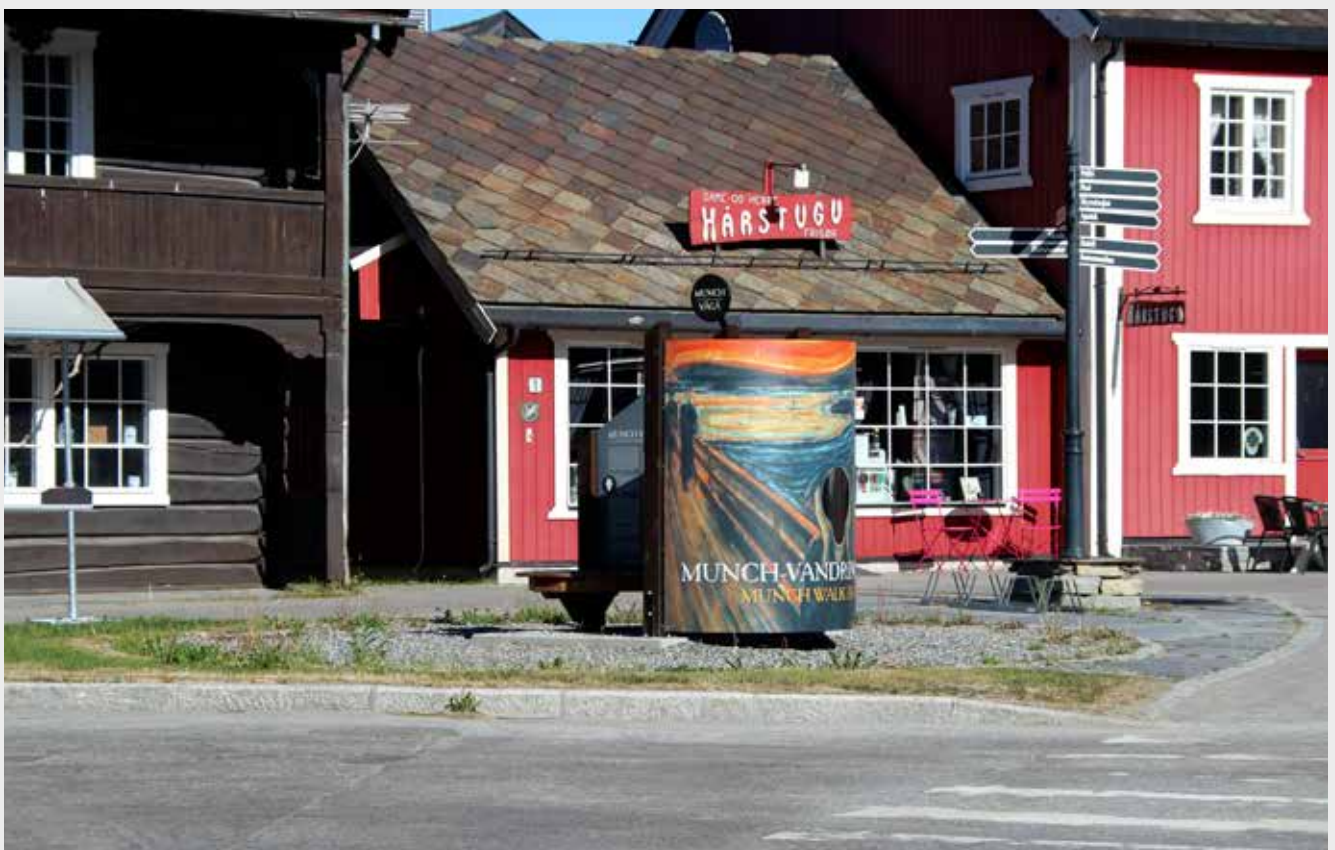
- bedre tilrettelegging av parkering, start- og slutt punkt ved Kvarbergåsen, sentrum og Vanglandet
- opparbeide/utbedre sti fra Lye til Vanglandet
- skilte anbefalt rute igjennom sentrum
- forbedring av eksisterende stinett og ny merking

VÅGÅMO-KVARBERG-LINDALEN





↑ Turstien Vågåmo-Kvarberg-Lindalen kan gå gås begge veier og med start/stopp flere steder underveis, blant annet på Vanglandet. Her kan det også skiltes og informeres om at man nå kjører inn i et Utvalgt kulturlandskap.



↑ Munchvandringen bør inngå som en del av turstien Vågåmo-Kvarberg-Lindalen.

ESTIMERT KOSTNAD:

- utvikling av innhold på skilt, design og produksjon: 120 000,-

4.1.3 SCENIC ROUTE

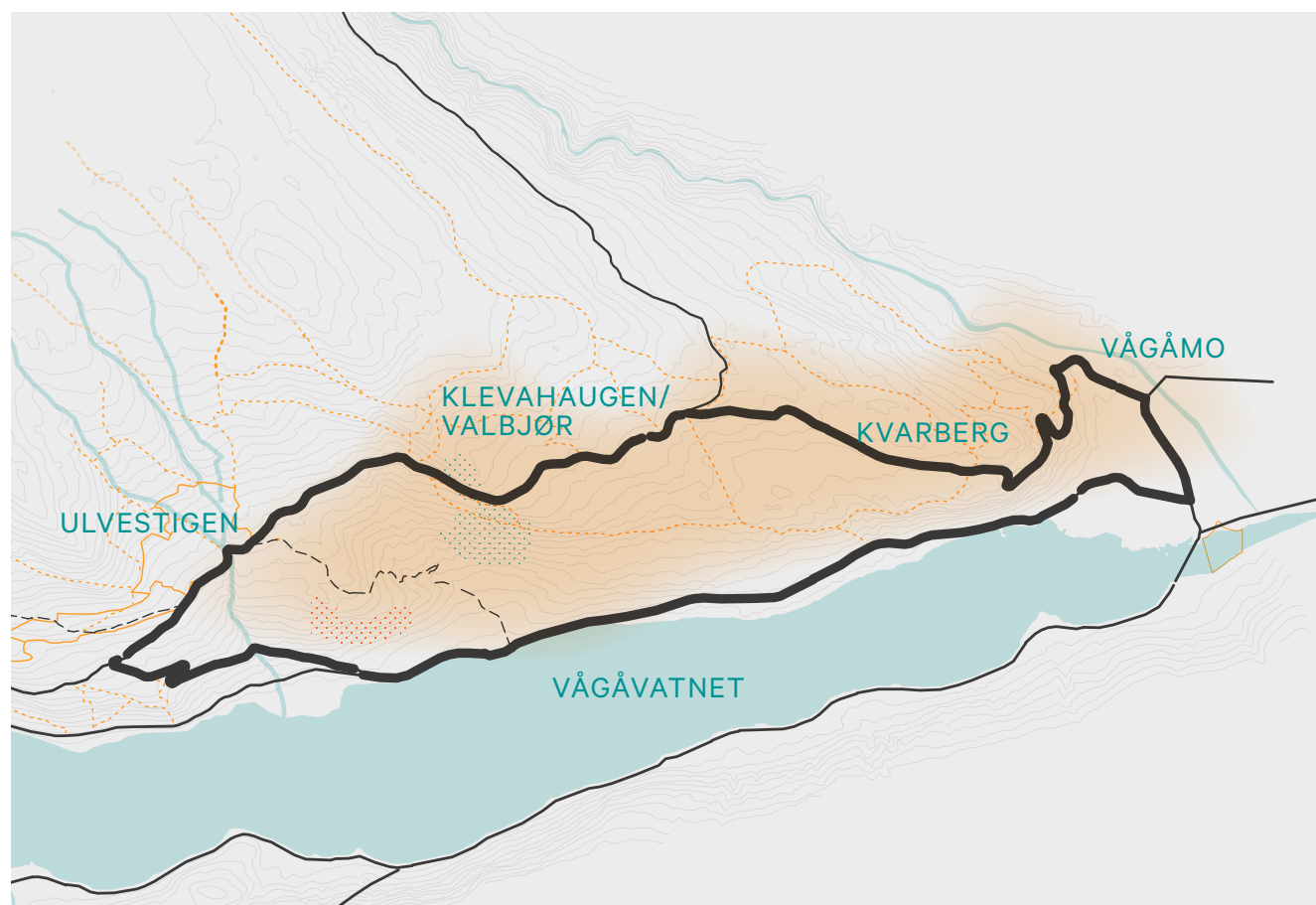
Attraksjonsverdi:

- det beste av Nordherad på en enkel måte hvis man kjører
- enda bedre med sykkel/elsykkel, bruk alle sanser og lukt, hør og føle kulturlandskapet på kroppen
- passe lang runde og med stopp underveis tar det omtrent en halv dag

Tiltak i terrenget:

- bedre tilrettelegging av parkering, start- og sluttpunkt
- skilte rundturen som en «Scenic route» med avstandsinfo osv
- utbedre naturlige stoppesteder/rasteplasser. Kanskje skal Klevahaugen tilrettelegges fremfor plassen ved Valbjør. Unngår gravhaug problematikk, finere utsikt mot fjellet, mer skjermet plass med vegetasjon rundt

SCENIC ROUTE NORDHERAD

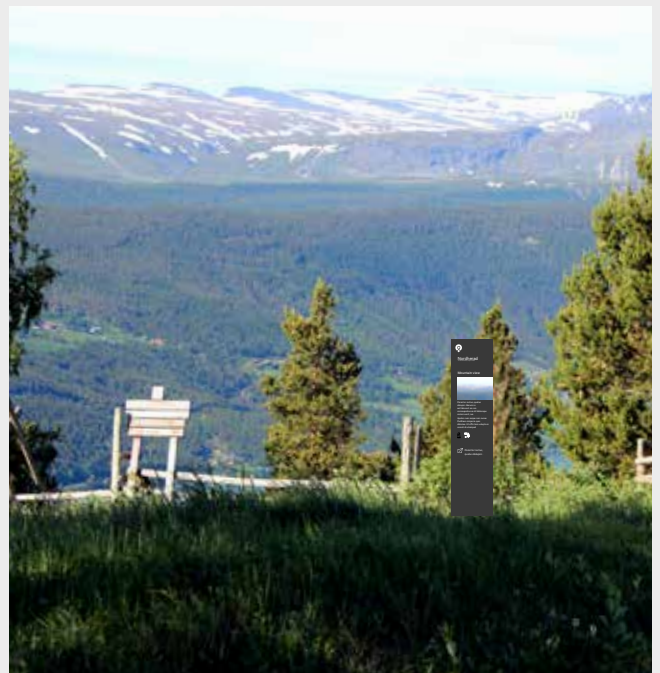




↑ Klevahaugen er høyeste punkt og et vakkert stoppested på Scenic route Nordherad. Bør oppgraderes og vedlikeholdes. Det kan være en utfordring med parkering her og kanskje kan parkeringen ved Valbjør videreføres som kun parkering og så kan infotavler osv flyttes til Klevahaugen.



↑ Scenic route må skiltes grundig og det bør være enkelt for bedrifter/gårder som ønsker besøk å skilte for dette.



↑ Infotavla på Klevahaugen, med bildet av fjellene man ser kan gjerne videreføres i grafisk profil.

4.2 Infopunkt i Vågåmo sentrum

Sted: i krysset ved Veistadhjørnet, Bokhandelen Café og Lie-hjørna

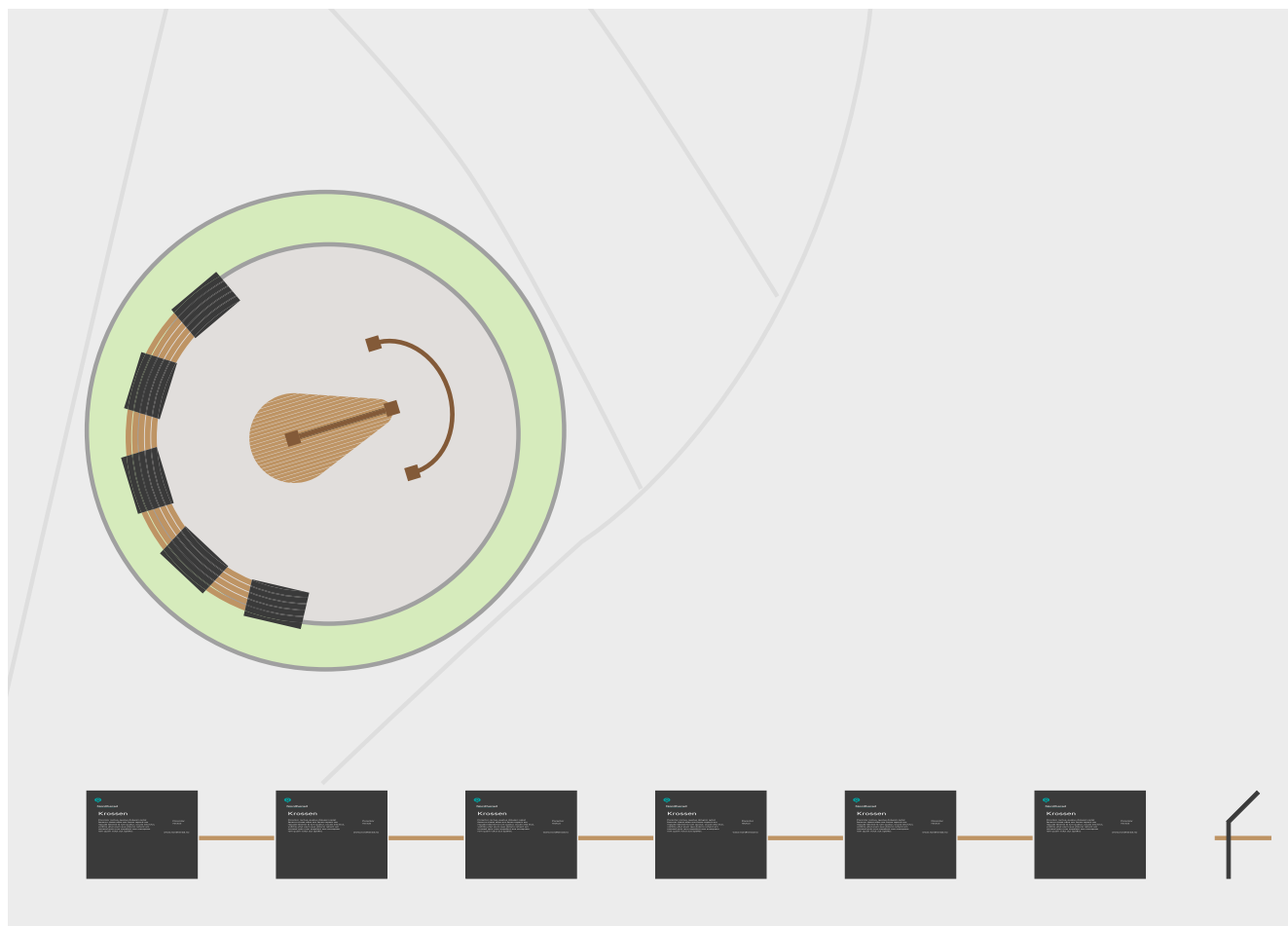
Hvordan: som en halvsirkel med infotavler og sittebenker plassert rundt eksisterende startpunkt for Munchvandring

Tiltakshaver: Vågå kommune i samarbeid med aktørene som omtales

Attraksjonsverdi:

- vise frem helheten i hva du kan oppleve i Vågå kommune.
- enkel informasjon med tydelige kart og linker til mer informasjon
- en offline og ubetjent turistinfo

INFOPUNKT VÅGÅMO SENTRUM





↑↓ Infopunktet bør bygges rundt dagens startpunkt på Munch-vandringen. Dette er den mest naturlige plasseringen i Vågåmo sentrum og det vil berike såvel Munch-vandringen som alle tiltakene det informeres om. Ambisjonen må være at infopunktet fungerer som et fullverdig offline og ubemannet turistkontor som fremhever de attraksjonene i Vågå med størst verdi for turistene. Tavlene i infopunktet kan designes etter innspirasjon fra tavlene på Klimapark 2469, se nedenfor.



ESTIMERT KOSTNAD

- Nordherad sin del av total utviklingskostnad: 20 000,-

ESTIMERT KOSTNAD

- Rammeavtale med 1 års varighet: 15 000,- per måned

4.3 Utvikle og gjennomføre en kommunikasjons og markedsføringsstrategi for Nordherad.

4.3.1 INFO OG MARKEDS-ARBEID

Tiltak

- utvikle samarbeid med destinasjonsselskap og mulige leverandører av kreative tjenester

Og i samarbeid med dem:

- sette sammen en pakke med profilbilder som brukes i markedsføringen av Nordherad
- utvikle tekstsett som tar utgangspunkt i konseptet til Utvalgte kulturlandskap, men gjør det spesifikt for Nordherad
- designe, trykke og distribuere nye turkart og flyere for de tre produktene Ulvestigen, Sentrumsrunden og Scenic route
- utvikle nytt nettsted www.visitnordherad.no (se neste side)
- starte opp et kontinuerlig arbeid med å markedsføre Nordherad og de tre utvalgte «produktene»
- i samarbeid med Statens vegvesen og Vågå kommune forsøke å få skiltet i henhold til skiltmal for Utvalgt kulturlandskap til Nordherad langs R15 og ved kryss Vågåvegen - Nedre Nordheradsveg og Nordheradsvegen.

4.3.2 VISITNORDHERAD.NO

- designet så det er enkelt bruke nettsiden til å besøke og tilegne seg kunnskap om Nordherad
- bruker kart som metode til å formidle kunnskap og informasjon
- responsiv og følger kravene til universell utforming, tospråklig

ESTIMERT KOSTNAD:

- design og utvikling:
120 000,-



↑ Utforsk en klikkbar prototyp på <https://xd.adobe.com/view/7e704e80-ba88-4578-63ed-934dc3dcd5f-0841/?fullscreen&hints=off>

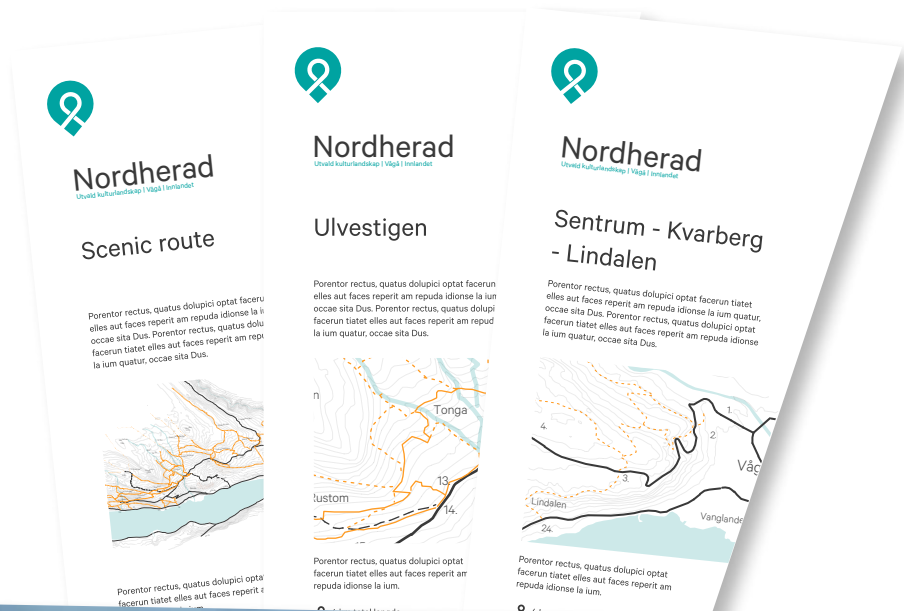
ESTIMERT KOSTNAD:

- 30 000,- for design og trykk av 10 000 eks

4.3.3 INFOMATERIELL

- Turkart, folder med turkart over hele Nordherad, der de tre anbefalte rutene står frem. Generell informasjon om bygda, kulturlandskap og øvrig tilbud.
- Produktark/flyere for hver av de tre anbefalte rutene

→ Skisser på produktark/flyere for de tre hovedproduktene i Nordherad



→ Skisse på nytt turkart.

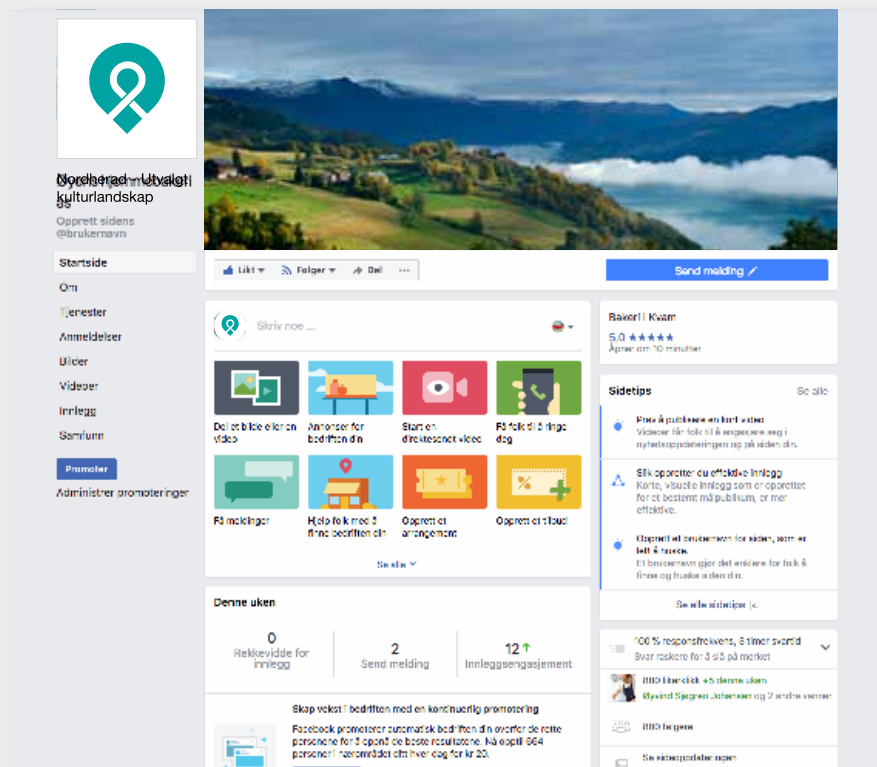
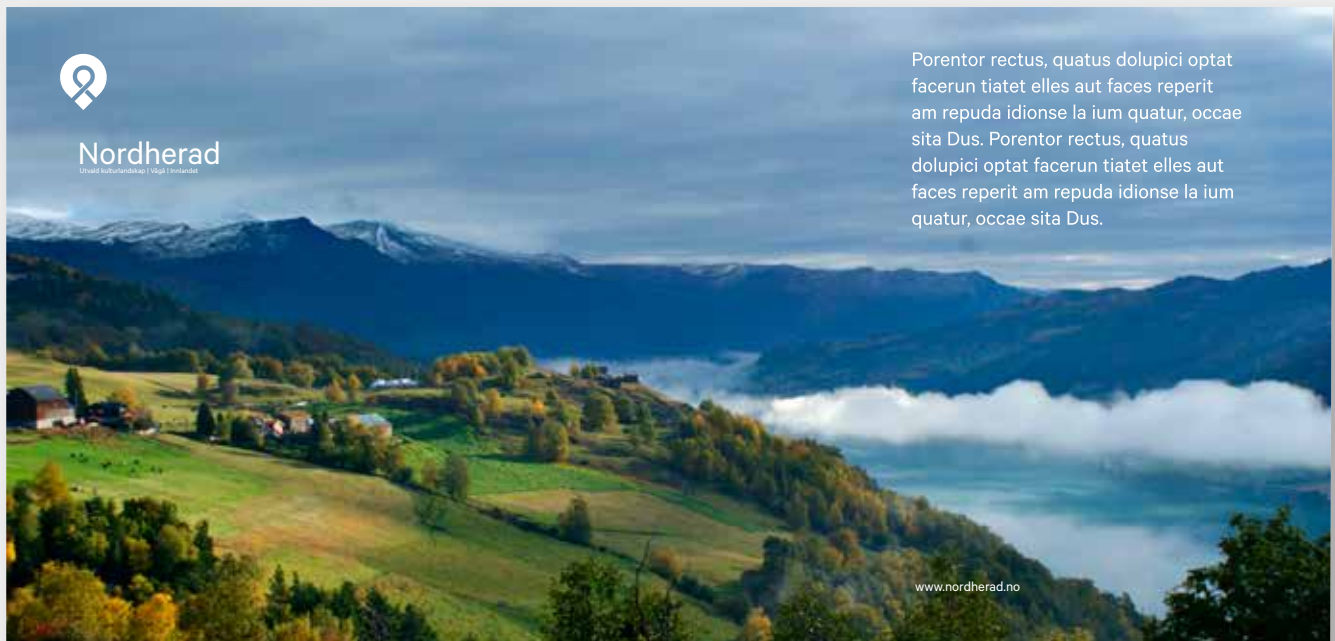


4.3.4 MARKEDSMATERIELL

- Plakater til bruk på turistinfo, butikker osv
- Bannere til bygdesentrene og utvalgte butikker og møteplasser
- Grafikk til sosiale medier og annonsering på digitale flater

ESTIMERT KOSTNAD:

- design og produksjon: 15 000,-



↑ Det bør utvikles et sett med materiell (plakater, roll-up osv) for offline markedsføring.

← Det er naturlig at Nordherad Utvalgt kulturlandskap har sin egen tilstedeværelse på sosiale medier.



5 Oppsummering

Nordherad kan ved helhetlig formidling og profesjonell kommunikasjon:

- Oppnå økt besøk og bruk og at gjestene sitter igjen med kunnskap som setter spor.
- Bli en attraksjon på linje med eksisterende attraksjoner i fjellet.
- Bli en betydelig verdiskaper i Vågå kommune.
- Gi tilbake til grenda i form av inntekter og anerkjennelse og på den måten blir helhetlig formidling et verktøy for å fortsette å kultivere kulturlandskapet og skape ei levende og attraktiv bygd.

Utarbeidet av Løwehjerte design AS

For spørsmål og/eller kommentar ta kontakt på:
www.lowehjerte.no | hei@lowehjerte.no