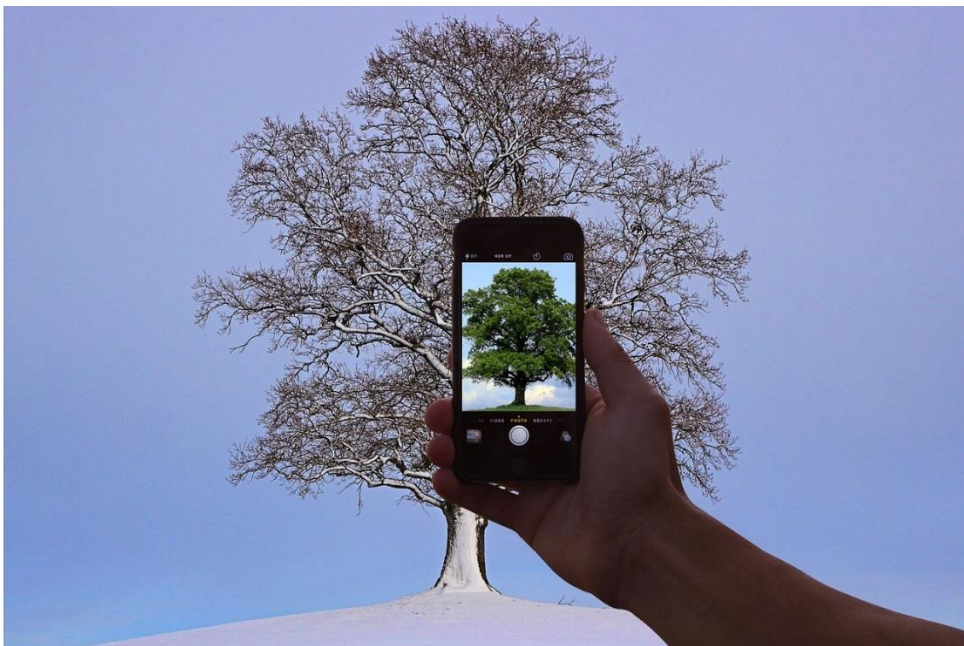


# DIGITAL TEKNIK FÖR NATURINFORMATION OCH NATURVÄGLEDNING – översikt och rekommendationer

Rapport till Naturvårdsverket



*Bild: Pixabay*

Centrum för naturvägledning

2017-01-20

## Innehåll

Sammanfattning.....	4
1. Inledning.....	6
1.1 Regeringsuppdrag digital information om naturområden.....	6
1.2 Urval och avgränsningar.....	6
2. Omvärldsanalys.....	8
2.1 Besökare i naturen.....	8
2.1.1 Varför besöker man naturen?.....	8
2.1.2 Vad/vilken natur besöker man och när?.....	8
2.1.3 Vilken information vill besökaren ha?.....	9
2.1.4 Utländska besökare och nyanlända.....	10
2.1.5 Personer med funktionsvariation.....	11
2.1.6 Proffsbesökare.....	11
2.1.7 Framtidens besökare.....	12
2.2 Förvaltare och naturturismarrangörer.....	12
2.3 Den digitala teknikens roll.....	13
2.3.1 Vad digital teknik kan tillföra.....	13
2.3.2 Risker med satsningar på digitalt baserad naturvägledning och information.....	14
2.3.3 Var besökaren söker information idag.....	14
2.3.4 Upp- eller avkopplat?.....	15
2.4 Goda exempel.....	15
2.4.1 De nationella plattformarna Utinaturen.fi och Utflyktskartan i Finland.....	16
2.4.2 Tillgänglig natur i Örebro län och kommun.....	19
2.4.3 Medborgarforskning.....	19
2.4.4 Uppmaning att leta platser – geocaching och andra utmaningar.....	20
2.4.5 Lokala Wifi-lösningar.....	22
2.4.6 Förstärkt verklighet.....	22
2.4.7 E-bläckskärmar – energieffektivt alternativ.....	23
2.5 Utvärdering av Naturkartan.....	24
2.6 Alternativ till Naturkartan.....	27
2.6.1 Basetool.....	27
2.6.2 Skyddad natur.....	29
2.6.3 En webblösning för allmänheten från länsstyrelserna: Din natur.....	29
2.6.4 Portalen för Sveriges nationalparker.....	30
2.6.5 Ytterligare exempel på plattformar för natur i en kommun eller i ett län.....	31

2.7 Nationell eller regional portal?.....	31
2.7.1 Utmaningar i arbete med en nationell portal .....	33
2.8 Databehov och dataförsörjning.....	34
2.8.1 Samordning av data från flera plattformar .....	35
2.8.2 Samordning av information om vandringsleder .....	35
2.8.3 Digitala plattformar och ägarskap.....	36
2.9 Kvalitetssäkring, uppföljning, uppdatering och utvärdering.....	36
2.9.1 Hur kan kvalitet i digitala lösningar säkras och vad betyder det?.....	36
2.9.2 Digital uppföljning, utvärdering och besökarstudier.....	37
2.10 Finansiering av digitala plattformar .....	39
3. Slutsatser och rekommendationer.....	40
3.1 Rekommendationer till beställare och utvecklare av digital naturvägledning och naturinformation.....	40
3.1.1 Planera för digital information och naturvägledning .....	40
3.1.2 Allmänna rekommendationer för digital information före, under och efter besöket .....	40
3.1.3 Rekommendationer för särskilt besöksvärda naturområden .....	42
3.2 Rekommendationer till Naturvårdsverket .....	43
3.2.1 En nationell plattform för digital information om natur.....	43
3.2.2 Grupp för nationell och regional samordning mellan turism och friluftsliv.....	45
3.2.3 Samordning av geodata.....	45
3.2.4 Finansiera satsningar på digital naturvägledning i kommuner och län.....	46
3.2.5 Satsning på geocaching i nationalparker.....	46
3.3 Rekommendationer till kommuner och länsstyrelser.....	46
3.3.1 Särskilda rekommendationer om val av samarbetspart (utvecklare) .....	46
3.3.2 Val av plattform för naturinformation i kommun eller län .....	46
4. Referenser .....	48
Publikationer .....	48
Övriga digitala källor.....	49
Telefon-, Skype- och e-postkorrespondens.....	49
Bilaga 1. Svenska exempel.....	52
Bilaga 2. Hur man bör planera och utvärdera naturvägledning.....	56

## Sammanfattning

Centrum för naturvägledning (CNV) har fått i uppdrag av Naturvårdsverket att bidra till länsstyrelsernas och kommunernas överblick, kunskaps- och beslutsunderlag om hur ny teknik kan användas vid tillgängliggörande av framförallt skyddad natur genom naturvägledning. Uppdraget redovisas i denna rapport. Dels ges en översikt över ny teknik för obemannad naturvägledning med exempel på några större satsningar som redan gjorts, dels en presentation av goda exempel. Enskilda friluftslivutövares och naturturismaktörers behov av och önskemål om information före, under och efter besöket i naturområdet ingår, däribland information om färdväg till området och aktiviteter, boende och mat i anslutning till besök.

Idag finns ett stort intresse för friluftsliv. Svenskarna uppskattar att vistas i naturen och man gör det med motiv som naturupplevelser, avkoppling, att få uppleva tystnad och för att utöva fysisk aktivitet. Den allt mer urbaniserade svenska friluftslivutövaren efterfrågar generellt information som bidrar till att spara tid och energi i planeringen och som ger en känsla av ökad trygghet och bekvämlighet. Information efterfrågas sammanfattningsvis i följande faser av besöket: känna till, hitta dit, hitta och fördjupa sig på plats samt förlänga besöket. För personer med funktionsvariation är särskilt informationen före besöket avgörande för om ett besök ska komma till stånd. Framtidens besökare ställer högre krav på tillrättläggande, kvalitet och unika upplevelser. Naturturismarrangörer behöver information om var de kan bedriva sin verksamhet och göra sina kunder nöjda.

Digital naturvägledning och information kan delvis göra samma saker som sin analoga motsvarighet. Den kan också bidra med nya lösningar för att öka tillgänglighet och fördjupa naturupplevelser. Innehållet kan uppdateras snabbt och tekniken bidra till ökad interaktivitet. Potentiella risker med satsningar på digital naturvägledning är stöldrisk, teknikstrul, risken att lösningarna snabbt blir omoderna samt att besökargrupper utan tillgång till eller vana av digitala hjälpmedel exkluderas. Idag söker de flesta friluftslivutövare sin information på internet. Sociala medier kommer förmodligen att spela en allt större roll i informationssökandet. Men man bör vara medveten om att vissa besökare hellre kopplar ifrån den digitala världen vid sin naturvistelse.

I rapporten presenteras några exempel på digitala lösningar för att möta användares behov. Vissa underlättar och lockar till besök i natur på nationell, lokal och regional nivå. Andra handlar om hur digital teknik kan öka intresset för att upptäcka natur genom observationer i natur, så kallad medborgarforskning. Vi beskriver också hur möjligheten att erbjuda spel och aktiviteter som *geocaching* kan locka besökare i gränslandet mellan digitala och platsbaserade utmaningar. Slutligen lyfter vi fram några exempel på förstärkt verklighet: hur man i skärmar kan lägga till helt nya element eller iscensättningar kopplade till platsen.

En utvärdering av den digitala plattformen *Naturkartan* har gjorts och presenteras i rapporten. Generellt sett uppskattas Naturkartan av de kommuner och länsstyrelser som valt den som plattform för sin digitala naturinformation. Även de friluftslivutövare som tar del av informationen via plattformen är enligt enkätsvar som redovisas mestadels nöjda. Flera nya funktioner efterfrågas varav en del kommer att förverkligas enligt företaget som ligger bakom Naturkartan. Naturkartan har jämförts med andra plattformslösningar. *Basetool* är en av dem som används inom besöksnäringen i södra och västra Sverige. Basetool som plattform erbjuder en tydligare koppling till lokal service för mat och boende, men har å andra sidan inte en lika tydlig koppling till friluftsliv och naturområden som Naturkartan.

Parallellt med att företag tagit fram plattformslösningar för kommunikation om naturområden enligt ovan, så har aktörer inom den offentliga naturvården arbetat med att själva samordna och utveckla verktyg för att digitalt tillgängliggöra information om natur. Ett sådant exempel är kartverktyget

*Skyddad natur*, som Naturvårdsverket har utvecklat. Ett annat exempel är *Din natur* som är ett förslag på en grundläggande informationskanal om skyddad natur riktad till allmänheten som länsstyrelsernas centrala it-enhet tar fram. Webben för Sveriges nationalparker är ytterligare ett exempel.

Diskussionen om och ambitionerna att skapa en nationell webbportal för natur har pågått i många år, och några försök till genomförande har också gjorts. Här presenteras en sammanfattning av arbetet med en uppföljning av vad som efterfrågas idag. Det finns ett starkt stöd på länsstyrelserna för en nationell plattform för skyddad natur. Även friluftsutövarna efterfrågar en sådan och då gärna för all besöksvärd natur. Möjligheter och utmaningar för ett arbete med en nationell portal diskuteras.

För att ta fram och uppdatera digitala plattformar behövs data, till exempel om hur leder går, gränser för skyddad natur, var faciliteter finns och naturbeskrivningar. Den största mängden data finns idag hos kommuner och länsstyrelser. Naturvårdsverket arbetar för att tillgängliggöra denna som så kallade *öppna data* som kan användas av enskilda personer eller för att utveckla och uppdatera digitala plattformar för natur för allmänheten i ideellt eller kommersiellt syfte. Allt mer data samlas in av allmänheten. Samordning av data från flera aktörer i en gemensam databas efterfrågas.

Exempel på hur digitala plattformar kvalitetssäkrar sin information presenteras. För plattformsägare som tillhandahåller information om kringservice som boende, guidningar och mat, är det viktigt att kunna bedöma vilka aktörer som ska lyftas fram. I exempel på lösningar som lyfts fram spelar avtal med lokala aktörer en viktig roll, men även bedömning av aktörernas kvalitet och engagemang.

Genom uppföljningar och utvärderingar av de digitala plattformarna kan man säkra att man möter de behov som friluftsutövare och naturturismaktörer har. En stor del av de satsningar på information och naturvägledning som görs idag utvärderas inte. I digitala lösningar finns en relativt stor möjlighet att bygga in möjlighet till interaktion med användare och direkt återkoppling från dem.

Satsningar på digital naturvägledning och information sker oftast i projektform. Finansiering av löpande underhåll och drift är ofta svårare att få fram.

I det avslutande kapitlet dras slutsatser och utifrån dem ges ett antal råd och rekommendationer. De riktas till följande grupper:

1. Alla som vill beställa eller själva utvecklar digital information om naturområden. Ett centralt råd är att lägga tid på att inventera och planera innan man väljer media och produkter. Här ges också rekommendationer om hur digital information bör utformas samt om val av kartunderlag.
2. Naturvårdsverket som samordnande och vägledande myndighet. Rekommendationer ges om inrättande av en nationell plattform för digital naturinformation och en samordningsgrupp för nationell och regional samordning mellan turism och friluftsliv, samordning av geodata, stöd till naturvägledning i kommuner och län samt geocacher i nationalparker.
3. Kommuner och länsstyrelser. Här ingår rekommendationer om grunder för val av samarbetspart och plattform för natur i en kommun eller i ett län.

## 1. Inledning

### 1.1 Regeringsuppdrag digital information om naturområden

Regeringen har gett Naturvårdsverket i uppdrag att utveckla förutsättningarna för användarvänlig information för olika digitala plattformar om naturområden, särskilt skyddade områden, för att allmänhetens tillgänglighet till dem ska öka samt för att främja friluftsliv och turism. Uppdraget genomförs tillsammans med Tillväxtverket och länsstyrelserna i Stockholms, Jämtlands och Örebro län. Regeringsuppdraget syftar till att underlätta friluftsmålens förverkligande.<sup>1</sup>

Centrum för naturvägledning (CNV) har fått i uppdrag av Naturvårdsverket att bidra till länsstyrelsernas och kommunernas överblick, kunskaps- och beslutsunderlag om lämplig teknik vid tillgängliggörande av framförallt skyddad natur genom naturvägledning. CNV ska bland annat

1. genom omvärldspaning utomlands och i Sverige redogöra för hur man kan arbeta effektivt med naturvägledning och tillgängliggörande genom ny teknik samt
2. i samverkan med ovan nämnda län utvärdera projekt där ny teknik används för tillgängliggörande av och naturvägledning i skyddade områden.

Uppdraget redovisas i denna rapport, som innehåller en översikt över ny teknik för obemannad naturvägledning med exempel på större satsningar som gjorts samt en presentation av goda exempel.

Behov och önskemål från enskilda friluftslivsutövare och naturturismaktörer om information före, under och efter besöket i naturområdet ligger till grund för genomgången. Utöver det behandlas också behov av information om färdsätt till området samt aktiviteter, boende och mat i anslutning till besök. Med friluftslivsutövare menas här de människor som utövar friluftsliv lokalt och turister från andra delar av Sverige eller från andra länder som besöker naturområden. Med naturturismföretagare avses företag eller andra organisationer som verkar inom naturturismsektorn. Baserat på detta ges rekommendationer om hur förutsättningar kan utvecklas för naturvägledning och tillgängliggörande av natur genom digital teknik.

### 1.2 Urval och avgränsningar

Omvärldsanalysen baseras på

- besökarundersökningar, utvärderingar, enkäter och rapporter
- litteratur, tidskrifter och hemsidor för svenska och utländska naturområden, organisationer för naturvägledare och naturturismaktörer samt museer
- forum på internet för naturvägledare och friluftslivsutövare, där användare och förvaltare skrivit om och utvärderat användningen av digital naturvägledning och information
- korrespondens med 52 aktörer och intressegrupper.

Inom ramen för studien har CNV bidragit till den enkät som företaget Outdoormap AB skickat till alla registrerade användare av tjänsten Naturkartan (3 200 personer).

---

<sup>1</sup> [www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Friluftsliv/Friluftsmalen/](http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Friluftsliv/Friluftsmalen/)

Denna rapport ger ingen total överblick men beskriver goda exempel på hur man effektivt kan arbeta för att tillgängliggöra natur med hjälp av ny teknik. Digital teknik är ett område som utvecklas snabbt. Denna rapport bygger på digital teknik som används för naturvägledning 2016.

## 2. Omvärldsanalys

För att kunna bedöma både vad som är bra digital naturvägledning generellt och för att ta ställning till vilken digital teknik som är bäst lämpad för ett visst ändamål behöver vi veta mer om vilka användarna är<sup>2</sup>, vilken typ av naturområden de besöker samt vilken information och funktionalitet de söker. Ett antal undersökningar har försökt ringa in vilka användarna är och hur behoven ser ut. Här i kapitel 2 följer en kort översikt.

### 2.1 Besökare i naturen

Idag finns ett stort intresse för friluftsliv och svenskarna uppskattar att vistas i naturen. Enligt en enkätundersökning, genomförd av Mittuniversitetet på uppdrag av Naturvårdsverket, är nöjes- och motionspromenader samt vistelser i skog och mark svenskarnas vanligaste friluftaktiviteter vid sidan av trädgårdsarbete. 83 procent av 8 400 svenskar i åldern 16–84 år svarade att man är ute i naturen ”ganska eller mycket ofta” vid längre ledigheter.<sup>3</sup>

#### 2.1.1 Varför besöker man naturen?

De vanligaste orsakerna till att besöka naturen är

- naturupplevelsen, naturens storslagenhet och att uppleva vackra vyer
- frisk luft, ren och oförorenad miljö
- att koppla av från ett stressigt vardagsliv
- upplevelser av ostördhet och tystnad
- att utöva fysisk aktivitet, vandring, cykling
- bär- och svamplockning, jakt, fiske och fågelskådning.<sup>4</sup>

Här kan tilläggas att yngre besökare i nationalparker söker äventyr, aktiviteter och socialt umgänge i större utsträckning än äldre. Utländska besökare anger samma motiv, men socialt umgänge rankas lägre.<sup>5</sup>

#### 2.1.2 Vad/vilken natur besöker man och när?

Både besökarkategorier och deras behov av information kan skilja sig beroende på när och var besök sker. Naturvårdsverkets studier visar att på **vardagar** är fysisk aktivitet det främsta motivet för aktiviteter i naturen och det är främst tätortsnära natur som besöks. På vardagar är

- kvinnor ute oftare än män
- äldre personer ute oftare än yngre
- personer bosatta på landsbygden ute oftare än de bosatta i storstäder
- personer utan hemmavarande barn ute oftare än personer med barn i samma ålder

---

<sup>2</sup> Med användare avses här besökare i naturen (till exempel friluftsutövare, turister, motionärer), förvaltare, myndigheter, markägare samt arrangörer av olika aktiviteter som nyttjar den digitala tekniken och via denna tar del av information och naturvägledning.

<sup>3</sup> Naturvårdsverket, 2015a

<sup>4</sup> Naturvårdsverket, 2015a; Naturvårdsverket, 2015b; Naturvårdsverket, 2016.

<sup>5</sup> Naturvårdsverket, 2015b



- personer som vuxit upp i Europa oftare ute i naturen än personer som själva, eller vars far eller mor, växt upp utanför Europa.<sup>6</sup>

Naturområden belägna på större avstånd från hemmet, till exempel friluftsliv till havs, i skärgård eller till fjälls, besöks oftast under **helger och längre ledigheter**. Då har också avkoppling och social samvaro störst betydelse.<sup>7</sup>

Det är till rimligt att anta att behovet av information och naturvägledning påverkas av dessa parametrar, där till exempel en längre vistelse kräver mer planering och tillgång till information vad gäller transporter, boende, mat och aktiviteter. Kortare vistelser i närnatur kanske ställer högre krav på tillgänglighet, variation/uppdatering, faciliteter för fysisk aktivitet osv.

### 2.1.3 Vilken information vill besökaren ha?

Alla försök att kategorisera besökare blir förenklingar. Vi har här valt att lyfta fram och skilja på den "svenska" besökaren (yngre och äldre), utländska besökare och nyanlända samt besökare med funktionsvariationer. För samtliga finns en stor potential i digitala verktyg. Den digitala tekniken kan vara nog så angelägen för ett helt spektrum av besökare, från "purister" som med hjälp av digital information kan planera friluftsliv- och vildmarksliv bortom allfarvägarna, till de "urbanister" som söker miljöer som är mycket tillrättlagda vad gäller vägvisning och service.<sup>8</sup> Samtidigt bör en reservation göras för att somliga betraktar naturvistelser som en motvikt till livet bakom skärmarna. Naturen och naturupplevelsen ska enligt dem fredas för digitala verktyg. Detta understryker vikten av att själv kunna välja när man vill ta till sig den digitala informationen.

Den allt mer urbaniserade svenska friluftsutövaren efterfrågar generellt information som bidrar till att spara tid och energi och som ger en känsla av ökad trygghet och bekvämlighet.<sup>9</sup>

Besökare efterfrågar information i följande faser:

#### 1. Känna till

Hälften av befolkningen upplever en brist på kunskap om lämpliga platser för friluftaktiviteter.<sup>10</sup> De vill veta var man kan utöva friluftsliv. Att tillgängliggöra information om besöksvänliga naturområden är därmed en viktig uppgift. Då man har tillgång till information om områden vill man också veta vad man kan göra där: Finns det leder? Hur ser det ut på platsen? Finns det bokningsbara aktiviteter? Finns andra att utöva aktivitet med? Vilken kringsservice finns i form av till exempel boende, matserveringar/restauranger, platser att köpa livsmedel, bränsle och friluftsutrustning? Tillgång till information om boende och service har stor betydelse för beslutet att besöka ett område.

En digital plattform bör enkelt kunna tillhandahålla en överblick över tillgängliga naturområden som kan sorteras utifrån olika önskemål. Det finns idag i huvudsak följande sätt att sortera:

- utifrån typ av aktivitet, till exempel via undersidor eller med hjälp av kryssrutor

---

<sup>6</sup> Naturvårdsverket, 2015a

<sup>7</sup> Naturvårdsverket, 2015a

<sup>8</sup> Detta beaktas vid planering enligt den så kallade ROS-modellen (Recreation Opportunity Spectrum) där ambitionen är att möta olika besökares önskemål genom zonerings i ett områdes förvaltning (Emmelin *et al*, 2010)

<sup>9</sup> Tourism in Skåne, 2015

<sup>10</sup> Naturvårdsverket, 2015a

- med hjälp av alfabetisk lista
- geografisk sökning via en karta eller
- genom fritextsökning.

Under den här fasen av informationssökningen spelar bilder en viktig roll för inspiration.<sup>11</sup>

## 2. Hitta dit

När man hittat information om ett besöksvärt område vill man veta hur man tar sig dit: kollektivt, till fots, med bil, cykel eller kanske med helikopter.<sup>12</sup> Information om transportmöjligheter, tider samt vägbeskrivningar vill man hitta i det sammanhang (till exempel på internet) där naturområdet presenteras, men naturområdet måste också finnas som sökbar plats i kollektivtrafikens sökmotorer.<sup>13</sup>

## 3. Hitta och fördjupning på plats

På plats vill besökaren veta: Vad finns att se och göra här? Var finns leder och service? Var är toaletterna? Var kan jag fika? Vad får jag inte missa? Finns utställningar och skyltar eller annan naturvägledning? Kan jag gå med på en guidad tur? Vilka djur finns? Digital teknik används också för att få fördjupad kunskap om området och om arter, sevärdheter med mera man finner där. Den digitala tekniken gör det möjligt för besökaren att se (och förvaltaren att visa upp) sådant som man annars inte har möjlighet att se: ett skyggt lodjur, ett utlånat konstverk, en vattenfylld grottas inre. Man vill även kunna se var man befinner sig på en karta. De flesta besökare använder en smartphone under själva besöket för den typen av information.

## 4. Förlänga besöket

Att återuppleva och dela upplevelsen med andra också efter besöket är viktigt för många besökare, liksom att få mer information om den plats man besökt och kanske planera ett återbesök. I områden där återbesök görs ofta, kan information och naturvägledning behöva uppdateras och förnyas oftare än i områden som besöks vid enstaka tillfällen av samma besökare. Upprepade och täta återbesök görs framförallt i närnatur.<sup>14</sup>

### 2.1.4 Utländska besökare och nyanlända

Den internationella målgruppens behov, drivkrafter och krav varierar mellan olika nationer, marknader, besökargrupper och säsong.<sup>15</sup> Gemensamt är dock behovet av information och naturvägledning på andra språk än svenska och vikten av att lära känna sina målgruppers kulturella kontext för att undvika missförstånd. Ett exempel är hur nya svenskar i Örebro, som bott där i flera år, trodde att man inte fick gå på stigar som var markerade med rött.<sup>16</sup>

Att välja bild framför text i kommunikation kan underlätta vad gäller språkliga hinder. Oavsett om man är obekant med svensk natur eller har bott i Sverige i hela sitt liv, tittar man ofta bara kort på

---

<sup>11</sup> Smålandsleden, 2016

<sup>12</sup> ETOUR, 2015b; Naturvårdsverket, 2015a

<sup>13</sup> Se till exempel Skånetrafiken för alla besöksplatser i Vattenriket

<sup>14</sup> Naturvårdsverket, 2015a; Sandberg och Sannebro, 2003

<sup>15</sup> Visit Sweden, 2016

<sup>16</sup> Adils presentation på Mötesplats för skyddad natur 2016

informationstavlor. För de flesta är det lättare att registrera innehåll som förmedlas med bild än i skrift.<sup>17</sup>

Nyanlända efterfrågar ofta regler för området; var man får kasta sopor, elda eller tälta samt vilka växter man får plocka och vilka djur som finns i området. De vill gärna ha information på lätt svenska (oavsett medium).

#### 2.1.5 Personer med funktionsvariation

För personer med funktionsvariationer är informationen inför ett besök i ett friluftsområde oftast helt avgörande för om ett besök ska kunna ske.<sup>18</sup> Både personen med funktionsvariation och eventuella ledsagare behöver information, ibland på andra språk än svenska eller i till exempel text, genom en film och/eller syntetiskt tal. Man vill i förväg och med stor noggrannhet kunna visualisera hur det kommer att se ut och fungera på plats.

Informationsbehov kan, beroende på funktionsvariation, gälla

- fysisk tillgänglighet; var man kan gå eller ta sig fram
- dagsaktuella förhållanden på platsen och information till exempel om det är olämpligt att besöka området under vintern när det kan vara isigt
- faciliteter som toaletter, caféer, utsiktsplattformar
- om det finns någon som kan hjälpa på plats
- aktuella bilder och kartor
- ljud, video för att visualisera området
- telefonnummer dit man kan ringa för information muntligt.<sup>19</sup>

Information om tillgänglighet bör finnas på samma plattform som övrig information för besökare.<sup>20</sup> Naturvårdsverket arbetar för att det ska gälla för till exempel besöksinformation om nationalparker. [Tillgänglighetsdatabasen](#)<sup>21</sup> erbjuder viss information om naturområden i delar av landet, men mycket av den efterfrågade informationen saknas idag.<sup>22</sup>

Naturvårdsverket och Riksantikvarieämbetet i samarbete med Myndigheten för delaktighet (dåvarande Handisam) har utformat en handbok för att stötta förvaltare i arbetet med att tillgängliggöra natur och kulturområden vad gäller exempelvis information (skyltar, webb, digitala medier), framkomlighet (orienterbarhet, fysiska åtgärder), anläggningar och servicebyggnader (dass, bänkar, rastplatser m.m.).<sup>23</sup> Post- och telestyrelsen (PTS) har riktlinjer för hur man bör utforma webbsidor för bra tillgänglighet.<sup>24</sup>

#### 2.1.6 Proffsbesökare

Proffsbesökare, med specialintressen som till exempel fågelskådning, skiljer sig ofta från övriga besökare vad gäller besöksmönster osv.<sup>25</sup> Dessa grupper använder ofta digitala hjälpmedel för att få mycket specifik information om till exempel artobservationer.

---

<sup>17</sup> Korrespondens med Skärgårdsstiftelsen 2016

<sup>18</sup> Korrespondens med Myndigheten för delaktighet 2016.

<sup>19</sup> Korrespondens med DHR 2016.

<sup>20</sup> Korrespondens med DHR 2016.

<sup>21</sup> <http://www.t-d.se/sv/TD2/>

<sup>22</sup> Korrespondens med Naturskyddsföreningen i Stockholms län 2016.

<sup>23</sup> Naturvårdsverket, 2013

<sup>24</sup> Bättre tillgänglighet uppskattas ofta även av de som inte har funktionsvariation.

<sup>25</sup> Sandberg och Sannebro, 2003

### 2.1.7 Framtidens besökare

Hur ser då trenderna ut? Vilka är framtidens besökare? I en undersökning från 2013<sup>26</sup> förutspås besökaren

- sträva efter att uppleva nya platser och nya sammanhang
- vilja ha varit med om något nytt, unikt i samvaro och gemenskap med andra
- ha utrymme för gemensamma upplevelser, social samvaro, lugn och ro
- efterfråga en tillrättalagd frihet, med väl paketerade och tillrättalagda upplevelser som är kvalitetssäkrade och bekväma
- ha mindre tolerans för strul och större krav på information och naturvägledning som underlättar planering av vistelsen
- ha fortsatt intresse för träning, prylar och "nördifiering": skidorna måste datoranalyseras, liksom snökvaliteten
- ta hjälp av experter, som auktoriserade guider och reseledare eller vänner eller förebilder som har liknande profil som vi själva i sociala medier
- finna inspiration i bildbaserade sociala medier som Instagram, Youtube och bloggar.

Barnfamiljen kommer att vara en viktig målgrupp för arrangörer av friluftsturism. Genom att vända sig till familjer kan man säkra framtidens kunder. Aktiviteter som kan utföras tillsammans och som har element av edutainment<sup>27</sup> och/eller fysisk aktivitet är attraktiva för denna grupp.

## 2.2 Förvaltare och naturturismarrangörer

Besökare i alla dess former är målgrupp för naturvägledning. Förvaltare<sup>28</sup> och arrangörer av friluftaktiviteter och naturturism är de som vill nå besökarna. Förvaltarnas och arrangörernas behov behöver därför också belysas om vi ska förstå mer om vad den digitala vägledningen ska lösa och hur den ska utformas.

En förvaltare av ett skyddat naturområde vill oftast informera om

- hur området ser ut, till exempel med hjälp av en karta
- vad som är speciellt med området och varför det är skyddat
- vilka faciliteter som finns
- vilka förhållningsregler som gäller
- vem som förvaltar området och vem man ska göra en felanmälan till.

Ibland vill förvaltare även lyfta

- särskilda aktiviteter för besökare
- naturvärden och kulturhistoria
- aktuell information om till exempel arter, leder/spår och jakt
- att man gärna vill ta del av feedback och önskemål från besökare om till exempel skötselåtgärder och upplevelsen av området
- naturvistelsens positiva inverkan på hälsan
- naturvårds- eller miljöarbete som bedrivs i området eller generellt
- hur man arbetar för att uppnå friluftsmål och för att nå nya målgrupper.

Naturturismarrangörer brukar ha som huvudmål med sin kommunikation att nå fler kunder och öka omsättningen. Utöver att informera om hur arrangören kan bidra till en prisvärd upplevelse för den

---

<sup>26</sup> SCR och SLAO i samarbete med Kairos Future, 2013

<sup>27</sup> *Edutainment* är underhållning som skapats med, eller åtminstone används i, undervisande syften.

<sup>28</sup> Med förvaltare av skyddad natur menas i denna rapport länsstyrelserna, Förvaltningen Tyrestaskogen och Laponiatjuottjudus.

potentiella kunden, ingår ibland också information om hur arrangören själv bidrar till naturvård och vilket socialt och miljömässigt ansvar man utlovar. Man vill oftast förmedla en känsla av kvalitet och att aktiviteten kommer att bedrivas i en attraktiv naturmiljö. På plats i naturen vill man ge kunden/besökaren en så positiv upplevelse som möjligt i förhållande till förväntningarna. För sin verksamhet behöver naturturismarrangören information om var hen kan bedriva sin verksamhet – information både för att kunna planera verksamheten men också så att hen kan berätta om platsen för sina kunder och integrera kundens upplevelse i den lokala naturen. Informationsbehovet borde variera stort men vara avhängigt de behov och önskemål som kunderna har<sup>29</sup>, så att arrangören kan ge dem en bra upplevelse.

Ideella organisationer kan ha som mål att öka intresse och engagemang för friluftsliv, natur och naturvård.

## 2.3 Den digitala teknikens roll

### 2.3.1 Vad digital teknik kan tillföra

För att möta dagens och framtidens besökare i deras behov av information och vägledning är och kommer digital teknik att vara viktig. Digital naturvägledning och information kan delvis göra samma saker som sin analoga motsvarighet. Den kan dessutom bidra med en stor mängd nya lösningar för att öka tillgänglighet och naturupplevelser.

Den kan underlätta besök i naturen genom att ge svar på frågor som var det finns ett lämpligt område, hur man tar sig dit och var man kan bo och äta. Fördelen med digital teknik är att besökaren ofta bär med sig sin mobila enhet och kan både uppdatera och ändra sina planer snabbt. Planering och bokningar kan göras direkt. Man håller sig också uppdaterad om väderleksrapporter, information om aktuella förhållanden längs en led, vattenstånd och lavinsituationer osv.

Studier visar att utöver detta används digital teknik för att förstärka en naturupplevelse. Besökaren tar del av naturvägledning som fördjupar kunskapen om platsen och dess värden så att upplevelsen stärks: man kan använda applikationer<sup>30</sup> för mobiltelefoner (app) för att identifiera stjärnbilder, bestämma arter eller läsa spår i snön. Man kan använda internet för att söka fördjupad information.<sup>31</sup>

Digital teknik kan också användas för att förlänga ett besök: genom att dela bilder och filmer på sociala medier förlänger man upplevelsen och inspirerar andra till liknande aktiviteter. Besökare kan också återuppleva besöket eller fördjupa sin kunskap i efterhand genom att gå tillbaka till bilder man tagit, besöka webbsidor, appar och audioguider.

En fördel med digital information är att den kan uppdateras snabbt och på distans. En förvaltare kan uppdatera information i mobila enheter och på elektroniska skärmar i fält från sitt kontor.

Digital teknik kan bidra till ökad interaktivitet. Besökare kan ge direkt respons – även i realtid – till förvaltare och arrangörer, betygsätta besöket eller rapportera problem. Besökare kan också interagera med eller dela tips med andra besökare som de inte träffat på plats. Besökaren kan även delta i medborgarforskning (*citizen science*).<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Jämför besökares informationsbehov i avsnitten 2.1.3–2.1.6.

<sup>30</sup> Med applikation menas i denna rapport ett tillämpningsprogram på en smartphone eller en läsplatta.

<sup>31</sup> SCR och SLAO i samarbete med Kairos Future, 2013

<sup>32</sup> Läs mer om medborgarforskning i avsnitt 2.4.3.

### 2.3.2 Risker med satsningar på digitalt baserad naturvägledning och information

Möjliga problem med digitalt baserad naturvägledning inbegriper följande:

- Att tekniken inte fungerar som tänkt.
- Att de produkter man använder blir stöldbegärliga.
- Den snabba tekniska utvecklingen kan göra att produkter snabbt uppfattas som omoderna.
- Den snabba utvecklingen av plattformar gör att det relativt ofta krävs uppdatering av mjukvaror så att plattformarna ska fungera tillsammans med användares mobila digitala enheter.
- Svårighet för besökare att avgöra vem som ansvarar för informationen om ett område när många aktörer också kan bidra med sina perspektiv och bilder.
- Tillgång till kompetens om digital kommunikation inom myndigheter så att man blir alltför beroende av konsulter för löpande förvaltning av digitala lösningar.
- Då många besöker naturen för avkoppling från det ständigt uppkopplade samhället, kan det uppfattas som störande med digital kommunikation i naturen.
- Då inte alla besökare kan använda eller har med sig smartphone kan inte de ta del av naturvägledning som nås via smartphones.
- Att det är svårt att finna strömtillförsel till produkter ute i naturen.
- Att produkterna är utsatta för fukt.
- Att det blir för stor miljöbelastning vid tillverkning av produkterna.

### 2.3.3 Var besökaren söker information idag

Internetbaserad information är viktig och blir allt viktigare i vårt informationssökande. De flesta planerar och bokar resor på internet. Hela 70 procent av de svenska fjällturisterna, med en något högre andel bland de utländska besökarna, anger att merparten av informationen om deras vistelser i fjällen kommer från internet via sökmotorer, specifika webbsidor, intresseforum och resebloggar.<sup>33</sup> Till viss del används även kommuners och länsstyrelsers webbsidor för informationshämtning. I svenska nationalparker är internet dock en mindre vanlig informationskälla. Endast 23 procent av besökarna i Sveriges nationalparker uppgav i en studie 2014 i alla nationalparker att de fått information via internet, inklusive sociala medier<sup>34 35</sup>. Det bör noteras här att vid studiens tillfälle hade det gått mindre än ett år sedan [nationalparkswebben](#)<sup>36</sup> lanserades.

#### Sociala medier

Facebook, Tripadvisor, Instagram och Twitter dominerade bland de sociala medier och communities där friluftsutövare sökte information om natur på under 2015.<sup>37</sup> Släkt och vänner är en också en viktig informationskanal, många gånger delas informationen via sociala medier.

---

<sup>33</sup> ETOUR, 2014

<sup>34</sup> Naturvårdsverket, 2015b. Liknande låga siffror visade också en studie i Femundsmarka och Gutulia nationalparker i Norge, där 38 procent av besökarna använt sig av internet, inklusive bloggar, som informationskälla inför besöket (Fylkesmannen i Oppland, 2016).

<sup>35</sup> Då 23 procent är betydligt lägre än siffran ovan för svenska fjällturister på 70 procent är det värt att notera att det endast var runt 10 procent av alla svarande i undersökningen som besökte nationalparker i fjällen.

<sup>36</sup> [www.sverigesnationalparker.se](http://www.sverigesnationalparker.se). Läs mer om nationalparkswebben i avsnitt 2.6.4.

<sup>37</sup> ETOUR, 2015b

Besökare i svenska nationalparker utmärker sig även här, enbart 3 procent uppger att de har fått information om nationalparken via sociala medier. Även fjällbesökare använder sociala medier i relativt begränsad utsträckning vid planering av fjällupplevelse.<sup>38</sup> Ett undantag är unga fjällbesökare där sociala medier är en viktig informationskanal.<sup>39</sup> De studier som har granskats fokuserar på resor till fjällen eller nationalparker. För de flesta i Sverige innebär det längre resor.

#### 2.3.4 Upp- eller avkopplat?

Det är lätt att uppfatta det som att den digitala teknikens möjligheter innebär att alla vill vara uppkopplade hela tiden. För vissa är det en självklarhet, medan andra är mer tveksamma. Å ena sidan uppskattar man att få lättillgänglig information och inspirerande naturvägledning direkt i mobilen. Av säkerhets-/trygghetsskäl är man också mån om att ha uppkoppling/täckning på mobilen. Å andra sidan finns en önskan om att, väl ute i naturen, få pausa från den digitala uppkopplingen<sup>40</sup> och (ur vuxnas perspektiv) inte minst barn och ungdomar ska slita sig från skärmen en stund, för att uppleva naturen och ägna sig åt fysiska aktiviteter.

Denna tudelade attityd finns även bland ungdomar och unga vuxna. Många förväntar sig total digital närvaro vilket ställer stora krav på turistnäringen. Den turistföretagare som inte tillhandahåller information och bokningsmöjligheter online "finns inte".<sup>41</sup> Samtidigt framgår det av en undersökning som Svenska turistföreningen (STF) gjort att ungdomar som besöker fjällvärlden inte vill ha internetuppkoppling i fjällmiljön.<sup>42</sup>

Många besökare vill alltså själva välja om de ska använda sin mobiltelefon eller ens bli påmind om att möjligheten finns vid ett naturbesök.<sup>43</sup> Samtidigt går trenden mot mer naturvägledning med hjälp av digital teknik.

Exempel på lösningar för att tillmötesgå de ibland motstridiga önskemålen vad gäller digitala hjälpmedel är många: appar som gör att mobiltelefoner på ljudlöst vibrerar när besökaren närmar sig en plats där det finns något att berätta, att ha ett naturnära ljud som notisljud<sup>44</sup> eller att möjliggöra för besökaren att ladda ner information via wifi vid entrén för att sedan kunna vara off-line. Gratis wifi vid entréer till naturområden kan underlätta för besökare vid risk för dålig täckning och höga kostnader för att ladda ner data – värdefullt inte minst för besökare med utländska mobilabonnemang.

### 2.4 Goda exempel

Här följer ett antal exempel på digitala lösningar som svarar mot och erbjuder nya lösningar för att möta användares behov. Vi lyfter fram dels exempel som underlättar för människor och lockar till att hitta ut i natur – både på nationell nivå, som finländska utinaturen.fi, och på lokal och regional nivå,

---

<sup>38</sup> Naturvårdsverket, 2016; ETOUR, 2014; ETOUR, 2015b

<sup>39</sup> Svenska turistföreningen, 2014

<sup>40</sup> Svenska turistföreningen, 2014

<sup>41</sup> SCR och SLAO i samarbete med Kairos Future, 2013

<sup>42</sup> Wallström *et al.*, 2016; Svenska turistföreningen, 2014

<sup>43</sup> Naturvårdsverket, 2007

<sup>44</sup> I den österrikiska nationalparken [Gesäuse](#) har man till exempel valt att låta ett naturnära ljud, korpens kraxande, signalera när appen har något att berätta.

som i Örebro län och kommun – dels exempel på hur digital teknik kan öka intresset för att upptäcka natur genom till exempel artobservationer i medborgarforskning. Interaktionen mellan besökare och forskare och/eller förvaltare kan också utvecklas genom projekt som danska Naturtjek där besökare uppmanas att rapportera artobservationer. Slutligen beskriver vi hur möjligheten att erbjuda spel och aktiviteter som *geocaching* kan locka besökare i gränslandet mellan digitala och platsbaserade utmaningar. Vi lyfter fram några exempel på *förstärkt verklighet*, det vill säga hur man i skärmar kan lägga till historiska eller framtida iscensättningar kopplade till platsen eller hur helt nya element kan läggas till – som i spelet Pokémon Go.

#### 2.4.1 De nationella plattformarna utinaturen.fi och Utflyktskartan i Finland

En av utgångspunkterna för arbetet med digital information i Sverige är diskussionerna om en nationell plattform som visar vägen till skyddad natur. Ett av de intressantaste exemplen på detta kommer från Finland. Forststyrelsen (Metsähallitus) tillhandahåller här de två plattformarna utinaturen.fi [www.utinaturen.fi](http://www.utinaturen.fi) och Utflyktskartan [www.utflyktskarta.fi](http://www.utflyktskarta.fi). Båda plattformarna finns på finska, svenska och engelska. Varje dygn registreras cirka 10 000 besök på Utflyktskartan.

På utinaturen.fi finns information om nationalparkerna, Forststyrelsens övriga utflyktsmål och deras service. Forststyrelsen planerar nu att utveckla plattformen så att även andra områden ska omfattas. Sidan har en sökfunktion där man kan söka utflyktsmål utifrån typ av skyddsområde, aktivitet, utflyktens längd, boende, tillgänglighet, kollektivtrafik, naturtyp och kulturhistorieplats. Valmöjligheterna kan kombineras genom kryssrutor och antalet tänkbara områden truttas ner allteftersom. Från kartan länkas man vidare till mer specifik information om varje område, med utskrivbar karta/broschyr och information om företag att anlita. På utinaturen.fi finns det även information om aktiviteter, hur man engagerar sig ideellt, allemansrätten, att laga mat ute och friluftsutrustning under samlingsnamnet *Friluftslivets ABC*. Här finns också en nyhets sida.

På Utflyktskartan finns Forststyrelsens jakt- och fiskeställen samt ytterligare platser och service för friluftsliv. Här finns både statliga och kommunala utflyktstjänster. Kommunernas områden hämtas till Utflyktskartan från den så kallade Lipas-databanken för idrottsplatser. Från kartan länkas man vidare till mer specifik information om varje område. Till kartan hör en informativ bruksanvisning till hjälp för besökaren. Här kan man också få information om till exempel naturum, informationstavlor, övernattningsmöjligheter, utsiktsplatser, källor, parkeringsplatser, hamnar, geologiska sevärdheter, leder, skyddad natur samt fiske- och jaktställen. Som bakgrundskarta kan man välja mellan en terrängkarta och Lantmäteriverkets orto-flygbilder. Terrängkartmaterial används som bakgrundskarta och går att skala ned till skala 1:5 000. Flygbilder finns för skalorna 1:50 000-1:2500 och kan vara i antingen färg eller svartvitt och de ligger på ett externt system som kartan kopplar till. Man kan klicka på symboler för målområden och serviceutrustning samt streck för leder för att få upp en ruta med information. Det finns också ett verktyg för att mäta avstånd och arealer samt för att ladda ner en planerad rutt till sin GPS eller smartphone. Man kan välja vilka objekt man vill se på kartan, till exempel olika typer av leder eller en viss typ av service. Det går att söka bland utflyktsmål, namngivna platser och koordinater inom de kategorier man valt. Det finns en utskriftsfunktion för



kartorna. Utflyktskartan finns även i [en responsiv<sup>45</sup> version för mobiltelefoner<sup>46</sup>](#). När mobilversionen lanserades 2014 ökade årsbesöken på Utflyktskartan med 70 procent.

Utflyktskartan är tio år gammal och Forststyrelsen ser ett behov att uppdatera och förnya den med mera text och bilder från utflyktsmålen. Genom att låta utinaturen.fi och Utflyktskartan närma sig varandra kan kartorna på utinaturen.fi blir bättre och information om platserna förbättras på karttjänsten. Möjligen slås också webb- och mobilversionerna ihop på sikt ihop. Man vill också göra det möjligt att använda sidorna off-line, vilket inte går idag.<sup>47</sup>

På utinaturen.fi lyfter Forststyrelsen fram samarbetspartners i området. De har valt ut aktörer som tillhandahåller boende, mat och guideade turer och som dessutom tillämpar [principerna för hållbar naturturism](#).<sup>48</sup> Vissa småföretagare har uppgett till Forststyrelsen att upp till 40 procent av deras kunder nås via utinaturen.fi.<sup>49 50</sup>

Interaktion med och mellan besökare är funktioner som inte möjliggörs på Utinaturen.fi och på Utflyktskartan. Friluftsutövare kan inte på plattformarna kommentera sitt besök eller lägga upp egna rutter eller områden. Man har istället upprättat Facebook-sidor för varje nationalpark där Forststyrelsen för en diskussion med besökare om aktuella frågor.

Utflyktskartan är en *tiled web map service*<sup>51</sup>, vilket även Google Maps är. Det finns kartor för hela landet i 13 olika skalor vilket är relativt omfattande. Utflyktskartan kan länkas till och användas direkt av olika nätsidor, som utinaturen.fi och jakt- och fiskesidorna ([eraluvat.fi](#)<sup>52</sup>). Forststyrelsen har andra datasystem där till exempel alla geodata finns och sedan gör de länkar mellan systemen.

De största kostnaderna för Forststyrelsens digitala naturtjänster är lönekostnader kopplade till uppdatering och utveckling. Det är motsvarande cirka fyra helårstjänster som arbetar med uppdateringar men uppdelat på ca 50–100 personer. Det tekniska underhållet kostar cirka 300 euro per månad plus moms. Informationen om företagen hanteras manuellt och går igenom en gång per år om förändringar inte anmäls däremellan.

Utinaturen.fi har inte utvärderats i sin nuvarande form.

Utvecklingen av tjänsten Utflyktskarta.fi har skett med stöd av Europeiska regionala utvecklingsfonden (Eruf) och NTM-centralen i Nyland.

CNV ser följande fördelar med utinaturen.fi och Utflyktskartan:

- Båda plattformarna finns på flera språk, inklusive engelska.

---

<sup>45</sup> En responsiv webbsida anpassar sig till skärmens storlek och ses ofta som ett fullgott alternativ till mobilappar om det finns bra mobiltäckning.

<sup>46</sup> [www.retkikartta.fi/mobile/?lang=se](http://www.retkikartta.fi/mobile/?lang=se)

<sup>47</sup> Korrespondens med Forststyrelsen 2016 och 2017

<sup>48</sup> [www.metsa.fi/web/sv/hallbarturism](http://www.metsa.fi/web/sv/hallbarturism)

<sup>49</sup> Korrespondens med Forststyrelsen 2016 och 2017

<sup>50</sup> Läs mer avsnitt 2.9.1 om kvalitetssäkring kring lokala aktörer som lyfts fram.

<sup>51</sup> *Tiled web map service* är en karttjänst där mindre kartdelar visas och sätts ihop utifrån de användarens behov. Jämförs med föregångaren *Web Map Service* där en enda stor karta används och är öppen hela tiden.

<sup>52</sup> <http://www.eraluvat.fi/se>

- Tillsammans täcker de det mesta en besökare kan efterfråga: alla Forststyrelsens skyddade områden, alla styrelsens jakt- och fiskeställen, friluftsområden, Lapplands vildmarksområden, historiska objekt, rutter och leder m.m.<sup>53</sup>
- På utinaturen.fi kan man som användare sortera *utflyktsmål* utifrån vad man vill göra och vilka behov man har. Tjänsten blir lättanvänd genom att man kan kryssa för olika parametrar och sålla fram de områden som motsvarar ens egna önskemål.
- Efter en kort introducerande information på utinaturen.fi länkas man vidare till respektive förvaltares hemsida.
- På Forststyrelsens sida finns information om företag som föreslås anlitas för kringsservice.
- På Utinaturen.fi finns grundläggande information om hur man utövar olika aktiviteter och om utrustning.
- Utflyktskartan har en bra bruksanvisning.
- Utflyktskartan erbjuder detaljerade kartor som man kan skriva ut.
- Utflyktskartan finns också i responsiv mobilversion.
- Varje nationalpark har en egen Facebooksida, där Forststyrelsen kommunicerar med besökarna.

#### Nackdelar:

- Två separata plattformar.
- Ganska sparsmakad information om utflyktsmålen.
- Inga bilder visas i karttjänsterna.
- Informationen kan inte nås off-line.
- Friluftsutövare kan inte kommentera sitt besök eller lägga upp egna rutter eller områden.
- Kommunikationen med besökarna hänvisas till Facebook istället för att det sker på utinaturen.fi eller Utflyktskartan. Det innebär att de som inte använder Facebook utesluts från den typen av interaktion. Önskvärt hade varit om kommunikation kunde ske på utinaturen.fi eller i Utflyktskartan istället.
- Den relativt stora kostnaden för drift och uppdatering.
- Om man gör en uppdatering ska samma info finnas på finska, svenska och engelska, (luontoon.fi, utinaturen.fi, outdoors.fi). Det gör uppdateringen tungrodd och leder till att man drar sig för att göra uppdateringar. Det är lättare att göra uppdateringar på Facebook, men problemet är ju då att det inte når alla besökare.

#### Humboldt County

Ett kompletterande gott exempel för en nationell plattform för nationalparker är Humboldt County i USA: [www.visithumboldt.com](http://www.visithumboldt.com). Friluftsutövaren kan inledningsvis se bilder och filmer från olika delar av området och kan under visningstiden lägga till platser och aktiviteter till en önskelista genom att klicka på skärmen. Med hjälp av önskelistan och svar på frågor om hur man ska ta sig dit presenteras därefter ett besöksförslag. Ett liknande upplägg skulle kunna fungera som ett alternativ eller komplement till ingång för en plattform liknande utinaturen.fi och väga upp några av de nackdelar som presenteras ovan.

---

<sup>53</sup> Bland dessa områden ingår både skyddade och icke-skyddade områden.

## Ut.no

När det gäller kartval kan den norska sajten ut.no fungera som ett kompletterande exempel för en nationell plattform för natur. Den norska turistföreningen (DNT) tog tillsammans med NRK<sup>54</sup> fram plattformen som idag är den mest använda plattformen för friluftslivsutövare i Norge. DNT tycker att det som fungerar bäst på ut.no är kartan.<sup>55</sup> Ut.no använder en egenkonstruerad karta över hela Norge<sup>56</sup> som tar utgångspunkt i friluftslivsutövarens behov: stigar, leder, vattendrag och stugor har gjorts viktigare än bilvägar och städer. Ytterligare en tidigare bra aspekt av ut.no var att man på plattformen, tack vare samarbetet med NRK som upphörde för ett år sedan, kunde få ta del av inspirerande filmer om naturområdena.<sup>57</sup>

### 2.4.2 Tillgänglig natur i Örebro län och kommun

Både Örebro kommun och Länsstyrelsen i Örebro län är goda exempel på hur kommuner och länsstyrelser kan arbeta med att tillgängliggöra information om natur och naturvägledning. Kommunen har tagit fram appen *Natur- och kulturguide*.<sup>58</sup> I appen lyfter kommunen fram några besöksvärda platser i kommunen. Informationen i den är anpassad för att underlätta för de som har en syn-, hörsel- eller kognitiv nedsättning. Det finns bland annat teckenspråksfilmer, lättlästa texter och bildspråk. Flera av de rekommenderade stigarna har också hög fysisk tillgänglighet.

Länsstyrelsen i Örebro län har en bra [sammanfattande webbsida om sina mest lättillgängliga naturreservat och nationalparker](#).<sup>59</sup> De har även en [webbsida där man erbjuds välja bland områden utifrån aktivitet och naturtyp](#)<sup>60</sup>, vilket kan vara lämpligt ur tillgänglighetsperspektiv.

Gentemot naturturismföretagare erbjuder länsstyrelsen webbsidan [Naturliga möjligheter – företagens guide till naturreservaten](#)<sup>61</sup>, där man presenterar vilka reservat som är lämpliga för företagare som vill erbjuda aktiviteter i natur. Fördelen med den typen av sida är att naturturismföretag känner sig välkomna och lättare kan bedriva kommersiell verksamhet i naturområdena samt att de inte behöver vara osäkra på vilka regler som gäller där.

### 2.4.3 Medborgarforskning

Digitala plattformar har öppnat nya möjligheter för friluftslivsutövare att bidra till den samlade kunskapen om naturen genom så kallad medborgarforskning. Artportalen<sup>62</sup> på SLU är en viktig ingång i Sverige till medborgarforskning om naturen. Det finns många appar som hjälper besökaren att lära känna och artbestämma fynd: *Fågelguiden*, *Grodguiden* och *Fisknyckeln* är några exempel. Som förvaltare kan man uppmana besökare att använda dem för att hitta och ”kryssa” arter i

---

<sup>54</sup> Norges rikskringkasting (NRK) tillhandahåller Norges public service via radio och TV.

<sup>55</sup> Korrespondens med DNT under 2016 och 2017.

<sup>56</sup> Både skyddade och icke-skyddade områden ingår på kartan.

<sup>57</sup> <https://artikkel.ut.no/artikkel/1.11692253/>

<sup>58</sup> <https://www.orebro.se/kultur--fritid/natur--parker/natur--och-kulturguide-i-din-smartphone.html>

<sup>59</sup> <http://www.lansstyrelsen.se/orebro/Sv/djur-och-natur/skyddad-natur/naturreservat-och-nationalparker/utflyktsguide/Pages/reservat-tillgangliga-for-personer-med-funktionsnedsattningar.aspx>

<sup>60</sup> <http://www.lansstyrelsen.se/orebro/Sv/djur-och-natur/skyddad-natur/naturreservat-och-nationalparker/utflyktsguide/Pages/Index.aspx>

<sup>61</sup> [www.lansstyrelsen.se/orebro/naturturism](http://www.lansstyrelsen.se/orebro/naturturism)

<sup>62</sup> <https://www.artportalen.se/>

naturområdet. Så gör man i Tyresta nationalpark där besökaren [via webbsidan](#)<sup>63</sup> uppmuntras att rapportera arter man observerat, systematiskt uppdelade på organismtyper. Ett annat exempel är Svenska fenologinätverkets [Naturens kalender](#)<sup>64</sup>, där deltagare rapporterar in observationer av årstidsväxlingar i naturen. I engelska *New Forest* har besökare och volontärer med läsplattor gjort fältkontroller av satellitbilder av arkeologiska fynd. Inrapporterade data har använts för att rekonstruera och visualisera fynden i 3D på webbsidor och i utställningar.<sup>65</sup> I appen *iNaturalist* laddar användare världen över upp bilder på djur, växter och svampar som de hittar i naturen. Alla användare kan delta i diskussioner om vad det är för art. Appen liknar ett spel och en tävling där målet är att artbestämma djur och växter.

**Naturtjek** (naturkoll på svenska) är en app som uppmuntrar deltagare över hela Danmark att finna 30 utvalda växt-, djur- och svamparter. Man kan också välja tio platser där man sitter stilla och registrerar allt man ser. Resultaten delas via sociala medier. Deltagare uppmanas även att dela med sig av en intressant berättelse om någon av de arter man är intresserad av, antingen genom att berätta för andra eller göra en liten utställning.<sup>66</sup>

Naturtjek ingår i projektet *Biodiversitet Nu* som drivs av Naturfredningsforeningen i Danmark 2014–2020. Marknadsföringssatsningen, som finansieras med projektmedel på 15 miljoner danska kronor under fem år, har visat sig framgångsrik: Hittills har 30 000 danskar rapporterat in uppgifter om de 30 arterna. Nu genererar projektet 150 000 registreringar om året, tillräckligt många för att visa på hur det står till med mångfalden i varje kommun. Dessutom ger appen ett bra underlag för påverkansarbete mot regering och kommuner. Med hjälp av humoristiska kortfilmer har appen marknadsförts i sociala medier. En av filmerna har setts 600 000 gånger. Naturkontakten stimuleras och en uppföljning av Naturtjek visar att 93 procent av användarna vill fortsätta sitt rapporterande.

En svaghet med Naturtjek är att man till skillnad från andra medborgarforskningsprojekt inte har en strikt valideringsprocess för att bedöma tillförlitlighet i observationerna.

#### 2.4.4 Uppmaning att leta platser – geocaching och andra utmaningar

Jakten på arter med digital rapportering, enligt ovan, är ett sätt att locka fler att besöka natur. Man kan också stimulera till fler besök i naturområden till exempel i ett län eller inom ett naturreservat, genom någon form av utmaning. Ett sätt kan vara att vända sig till dem som besöker ett naturområde för att locka dem till ett annat nästa gång. Utformningen kan vara enkel, till exempel en krysslista. Genom att fylla i en kod som finns på platsen eller med hjälp av GPS i mobilen kan man bevisa att man varit där. För att öka motivationen kan man erbjuda priser för dem som har klarat av utmaningen. Väl på plats kan besökaren möta digital naturvägledning, som nås till exempel via en skylt med QR-kod. Exempel på utmaningar är apparna [STF i fjällen](#)<sup>67</sup> och [Zagreb be there](#)<sup>68</sup>. Appen [Nationalpark Gesäuse](#)<sup>69</sup>, Österrike, uppmanar besökare att uppsöka och fotografera platser som presenteras genom bilder som är några decennier gamla. Besökarna uppmuntras således både att uppsöka nya platser och att lära sig mer om deras utveckling över tid.

---

<sup>63</sup> <http://www.tyresta.se/observationer/>

<sup>64</sup> <https://www.naturenskalender.se/>

<sup>65</sup> Journal of the Association for Heritage Interpretation, 2016

<sup>66</sup> Se <http://www.biodiversitet.nu/vaer-med/spejdere/aktivitetspulje/naturformidling-1>,

<http://www.biodiversitet.nu/vaer-med/spejdere/aktivitetspulje/naturformidling-2>

<sup>67</sup> <https://www.svenskaturistforeningen.se/ny-app-oppnar-fjallen/>

<sup>68</sup> <https://itunes.apple.com/se/app/zagreb-be-there/id887419916?mt=8>

<sup>69</sup> <https://itunes.apple.com/se/app/nationalpark-gesause/id882220379?mt=8>

Genom utmaningar kan man även få besökarna att testa olika sätt att uppleva platser i naturområdet. Ett framgångsrikt exempel är [Acadia Quest](#)<sup>70</sup>, där besökare i lag ska testa olika sätt att uppleva Acadia National Park i USA. Aktiviteterna varierar från år till år och utmaningen utvecklas med hjälp av ett platsbaserat spel i en app, där man även får ta del av interaktiva media. Lagen kan dela bilder och berättelser med varandra. Som morot används digitala och fysiska priser (till exempel presentkort). Idag finns 250 lag från hela världen. Appens "check-in"-funktion visar att den används i betydligt större utsträckning än jämförbara appar i andra nationalparker i USA.<sup>71</sup>

Med geocaching<sup>72</sup>, eller "skattjakt med GPS", kan man både locka till besök och förmedla information om platser. Man kan leda folk till en plats (vanlig geocache) eller flera i följd (multicache). Det finns även möjlighet att låta en person lösa uppgifter mellan olika punkter via funktionen *Where I Go*<sup>73</sup>.

Det finns flera exempel på leder och i skyddad natur där geocaching ingår i naturvägledningen. Två exempel:

- [Linnéstigarna i Uppsala](#)<sup>74</sup> låter vandrarna svara på frågor och fylla i svar i på skattkarta. Tips på svaren samt mer information om naturen får man genom att ringa upp Linné från stolpar längs stigarna. Skatten hittar man i form av en geocache.
- [Parks Canadas Xplore](#)<sup>75</sup> är en uppsättning små broschyrer med utmaningar och karta för varje nationalpark i Kanada. Det görs nya varje år med barn i 6–12-årsåldern som målgrupp. Barnen uppmuntras att uppleva nationalparkerna genom aktiviteter. En återkommande utmaning är att leta efter en geocache.

Geocaching kan även användas för att få besökare att samla platsbesök inom ett större område. Det kan till exempel handla om att besöka alla naturreservat i ett län. [Geotour](#)<sup>76</sup> är ett sätt att knyta ihop flera geocacher till ett upplevelsepaket. Det finns [en sådan i Bergslagen](#)<sup>77</sup>. I delstaten Washington, USA, producerades *The Washington State Parks Centennial GeoTour* i samband med parkernas 100-årsjubileum. Med en geocache i varje park uppmuntrades besökarna att samla på besök i parker. Geotouren finns inte kvar längre men den blev väldigt populär och resulterade i många nya besök i parkerna.

Fördelen med att använda geocaching för att locka besökare är att det är en redan väletablerad plattform som många använder. Om man vill att geocacherna ska fungera som information och naturvägledning är det bäst om de utformas på ett sätt så att användaren måste ta del av informationen för att kunna hitta själva geocachen. Genom informationen om området leds man till rätt koordinater för geocachen. Detta skiljer sig från de flesta av dagens geocacher där man redan från början får de rätta koordinaterna och egentligen inte behöver ta del av någon information för att hitta geocachen.

Fördelarna med att satsa på utmaningar där besökare ska samla på olika platser är flera och man talar om *spelifiering* som en trend. Att samla saker och tävla mot (och tillsammans med) varandra är något som de flesta människor tycker om att göra. Det har även visat sig att föräldrar gärna antar

---

<sup>70</sup> <http://friendsofacadia.org/events/acadia-quest/>

<sup>71</sup> Korrespondens med Friends of Acadia 2016.

<sup>72</sup> [www.geocaching.com](http://www.geocaching.com), [www.geocaching.se](http://www.geocaching.se)

<sup>73</sup> [https://www.geocaching.com/about/cache\\_types.aspx](https://www.geocaching.com/about/cache_types.aspx)

<sup>74</sup> <http://www.linnestigarna.se>

<sup>75</sup> <http://www.pc.gc.ca/eng/voyage-travel/xplorateurs-xplorers.aspx>

<sup>76</sup> <https://www.geocaching.com/play/geotours>

<sup>77</sup> <http://www.theheartofsweden.com/geotour>

utmaningar i naturen tillsammans med sina barn.<sup>78</sup> Att delta i ett spel innebär också att besökaren behöver vara aktiv, vilket ger goda förutsättningar för att besökare verkligen ska ta del av information och naturvägledning. En studie visar att föräldrar engagerar sig mer i naturvägledning som riktas till barn om det ingår spel som en del av naturvägledningen.<sup>79</sup>

Vill man basera information och naturvägledning på spel behöver man vara uppmärksam i utformningen av spelen så att

- belöningar och återkopplingar blir tydliga<sup>80</sup>
- det inte blir för stort fokus på skärmen i ett smartphonebaserat spel, och att uppmärksamhet därmed riktas bort från naturen och tid att reflektera över naturen man upplever.<sup>81</sup>

#### 2.4.5 Lokala wifi-lösningar

Om man vill att besökarna ska kunna använda digital information och naturvägledning i områden med bristfällig täckning, eller om man har många utländska besökare<sup>82</sup>, kan man använda sig av lokala wifi-lösningar. *Laterna Guide*<sup>83</sup> och *Info Point*<sup>84</sup> erbjuder lokalt trådlöst wifi som drivs med solceller. Via wifi-punkter kan besökare ladda ner en app eller annan information som de kan använda i naturområdet, utan att det kostar dem något. Ett exempel på ett naturområde där man erbjuder gratis wifi vid entrén så att man kan ladda ner en app för besöksmålet är den för *Göteborgs botaniska trädgård*.

#### 2.4.6 Förstärkt verklighet

Förstärkt verklighet (*augmented reality*) är en teknik som ger möjlighet att via en smartphone eller läsplatta lägga till digitala element i det man ser genom kameran. Ett exempel där man lagt på texter och bilder är appen *Nationalpark Gesäuse*<sup>85</sup>, där användaren med hjälp av tekniken kan se bergens namn som ett lager över kamerabilden av bergen. Man använder även tekniken för att besökaren ska kunna se var intressanta sevärdheter finns i nationalparken. Det fungerar på samma sätt i appen *Naturtipset*, där man kan se olika naturområden och avståndet till dem genom att vrida telefonen åt olika håll.

Med hjälp av tekniker som virtuell och förstärkt verklighet kan man visa hur ett landskap eller byggnader såg ut förr. Tekniken är speciellt lämplig i appar om historiska platser, som till exempel *Street Museum*<sup>86</sup> och *Londinium*<sup>87</sup> för London och appen *Mdina Through Time*<sup>88</sup> för staden Mdina på Malta. Appen *Augmented History*<sup>89</sup> kan bland annat användas i Gamla Uppsala för att på plats se och virtuellt gå in i byggnader så som de förmodligen såg ut på vikingatiden. Tekniken öppnar också möjligheter att visa hur landskapet har förändrats över tid och att göra scenarier för framtiden.

---

<sup>78</sup> Svenska turistföreningen, 2015

<sup>79</sup> Waern och Rosqvist, 2016

<sup>80</sup> Waern och Rosqvist, 2016; Svenska turistföreningen, 2015

<sup>81</sup> Sjöblom, 2016

<sup>82</sup> Att surfa på internet med ett utländskt mobilabonnemang kan medföra höga kostnader.

<sup>83</sup> <http://wp.laternavox.com/index.php/laternaguide/>

<sup>84</sup> <https://www.info-point.eu/content/outdoors.html>

<sup>85</sup> <https://itunes.apple.com/se/app/nationalpark-gesause/id882220379?mt=8>

<sup>86</sup> <https://itunes.apple.com/app/id369684330>

<sup>87</sup> <https://itunes.apple.com/us/app/streetmuseum-londinium/id449426452?mt=8>

<sup>88</sup> <https://itunes.apple.com/cz/app/mdina-through-time/id1016893932?mt=8>

<sup>89</sup> [www.disirproductions.se](http://www.disirproductions.se)

Sådana tillämpningar kan vara utmärkta utgångspunkter för reflektion och diskussion om hur landskapet förändras över tiden.

Det går även att lägga på ljud och rörelse med hjälp av förstärkt verklighet. Man kan till exempel uppmana besökare i ett naturområde att hålla upp sin mobiltelefon mot ett träd för att se livet inne i trädet och höra en röst som berättar om det. Ett exempel på en liknande app är [Skin & Bones](#)<sup>90</sup>.

Man kan också erbjuda besökaren att jaga virtuella objekt med sin mobiltelefon i en miljö av förstärkt verklighet. Ett välkänt exempel är *Pokémon Go*, där spelaren uppmanas att jaga små virtuella figurer som syns i omgivningarna genom en app i smartphonen. De finns lite överallt men framförallt där det finns andra spelare. Spelet blev på kort tid otroligt populärt 2016 och många museer och nationalparker världen över har lockat besökare genom att uppmana folk att komma och fånga *pokémons* hos just dem. Två exempel är Grand Canyon och Naturhistoriska riksmuseet. I Grand Canyon guidar man Pokémonjägarna och tar tillfället i akt att berätta om nationalparken för dem. Det går också att hålla i tävlingsevenemang där man bjuder in Pokémon-jägare till ett visst tillfälle.<sup>91</sup> Ett annat exempel på en app som integrerat naturvägledning i jakten är [Mission Butterfly](#)<sup>92</sup>, där man med hjälp av en app med förstärkt verklighet jagar och samlar fjärilar på Aberbargoed Grasslands National Nature Reserve and Markham i Wales samtidigt som man kan lära sig om de olika arterna och upptäcka naturreservatet.

Fördelarna med förstärkt verklighet är stora, då det nästan enbart är fantasin som sätter gränser för vad man rent tekniskt kan göra. Man kan visa besökare saker som man annars, till exempel av tillgänglighetsskäl, inte kan se. En nackdel är att det kostar en hel del att utforma plattformar för tekniken och att den kräver mycket kraft från batterier i mobiltelefonen.

#### 2.4.7 E-bläckskärmar – energieffektivt alternativ

Digitala lösningar utvecklas nu också som alternativ till de klassiska skyltarna i utomhusmiljöer. En e-bläckskärm är en digital skylt som drar väldigt lite ström. Det finns varianter av sådana som kan stå utomhus och kan uppdateras trådlöst. En fördel med sådana både för besökare och förvaltare skulle självklart vara möjligheten att de lätt kan uppdateras och att man kan göra det på distans. Det finns även e-bläckskärmar med touchfunktion, vilket gör att användaren kan byta bild och därmed få tillgång till hela skärmens yta på valbart språk, fördjupning inom ett visst ämne eller förbättrad tillgänglighet genom till exempel större bokstäver, mer ljus, uppläst text, teckenspråk. Tekniken brukar på engelska samlas under namnet *electronic paper display*. Vid *Sandby Borg* på Öland håller Riksutställningar på att testa hur de fungerar som en del i en digital satsning. [Läs mer om e-bläckskärmar hos Riksutställningar](#).<sup>93</sup>

Då skärmarna inte är fullt utvecklade för detta användningsområde är eventuella nackdelar ännu inte kända – erfarenheter finns dock att dra från de städer där de används som digitala tidtabeller för kollektivtrafik. Priset kan bli ganska högt och de kanske därmed blir stöldbegärliga. Ytterligare en nackdel är att de kan vara svåra att läsa när det är dåligt ljus, då de inte erbjuder så mycket bakgrundsljus.

<sup>90</sup> <http://naturalhistory.si.edu/exhibits/bone-hall/>

<sup>91</sup> Se exempel på det här [www.mobilestorytelling.se/project/stena-line-pokemon/](http://www.mobilestorytelling.se/project/stena-line-pokemon/).

<sup>92</sup> <http://audiotrails.co.uk/mission-butterfly>

<sup>93</sup> <https://www.riksutställningar.se/content/spana/flexibel-skyltning-f%C3%B6r-kulturarvsmilj%C3%B6er-0?language=sv>

## 2.5 Utvärdering av Naturkartan

Många länsstyrelser och kommuner har sökt efter lämpliga sätt att digitalt tillgängliggöra naturreservat och andra naturområden som svarar mot behov och förväntningar hos dagens digitala konsumenter. Flera har de senare åren använt sig av tjänsten Naturkartan, en digital och kollaborativ<sup>94</sup> plattform som ägs av företaget Outdoormap AB. Företaget arbetar utifrån en värdegrund som handlar om att få ut fler människor i naturen för att de ska få en bättre känsla och relation till naturen och man vill göra det genom att skapa inspirerande, interaktiva och vägledande guider och gemenskaper för webb och mobiltelefoner.

Kunder hos företaget får tillgång till ett publiceringsverktyg med vilket de kan skapa digitala Naturkarta-guider för mobiltelefon och webb där de kan informera om naturområden och leder samt om nyheter och evenemang i områdena. Appen finns både för Android och iOS. De friluftsutövare som vill använda appen och webbsidan kan utan kostnad registrera sig som användare<sup>95</sup> och får tillgång till de sociala och interaktiva funktionerna. De kan då markera att de vill besöka områden och att de varit där. Man kan också få hjälp att hitta till området och navigera på plats.

På [www.naturkartan.se](http://www.naturkartan.se) framgick, i november 2016, att följande aktörer anslutit sig:

- 11 kommuner i Jönköpings, Stockholms, Södermanlands och Östergötlands län. Totalt kommer 22 kommuner snart att ha anslutit sig enligt Outdoormap AB.
- 4 län – Jämtlands, Stockholms, Västerbottens och Västmanlands län. Ytterligare en länsstyrelse kommer snart ha anslutit sig enligt Outdoormap AB.
- 1 nationalpark – Tyresta
- Ingångar till några av Stockholmsregionens *Gröna kilar*
- Riksförbundet HjärtLungs *Hälsans stigar* runt om i landet
- Svenska Orienteringsförbundets *Hitta orientering*: orienteringsklubbar och -kartor runt om i landet
- *Undervattenskartan i Norrköping*: filmer och information om hur det ser ut under vattnet längs kusten.

Naturkartan presenterar idag runt 4 000 platser, leder och områden i landet, bland annat 700 naturreservat. 14 000 bilder finns kopplade till platserna. Tjänsten har laddats ned ca 40 000 gånger.<sup>96</sup>

Varje kund har en app för Naturkartan för sitt geografiska område<sup>97</sup> och flera av kundernas appar överlappar varandra geografiskt. För att låta alla kunder ta del av varandras innehåll utan att behöva ladda ner ytterligare en app planerar Outdoormap att under 2017 lansera en nationell app/version som är en gemensam guide och plattform för alla intressenter om hela landets natur och friluftsliv. Företaget kommer att lägga till de mest besöksvärda naturreservaten i tjänsten och de vill att Naturvårdsverket, länsstyrelser, kommuner och besökare ska samverka mer kring information om

---

<sup>94</sup> Plattformen är utvecklad för samarbete mellan olika intressenter.

<sup>95</sup> Man kan registrera sig som användare antingen via sin Facebook-profil eller genom att ange namn och e-postadress.

<sup>96</sup> Korrespondens med Outdoormap AB 2016 och 2017.

<sup>97</sup> De flesta kunder, som är kommuner, har en guide till natur och friluftsliv med geografisk avgränsning motsvarande sin kommun, men de kan om de vill utforma guiden för ett större geografiskt område.



skyddad natur. För användare finns det inte heller någon fördel med att ha många appar om natur i sin mobiltelefon och även de efterfrågar samordning.

Naturkartan använder många olika ikoner som gör att besökaren kan se skillnad på punkter av intresse utan att behöva klicka sig fram. Det finns möjlighet för en kund att tillfälligt dölja leder och information om punkter.

Man ser för närvarande bara en led i taget och de visas som en symbol tills man klickar på dem. Det går att koppla ihop leder, men då är det svårt att identifiera vilken led som är vilken om man har fler än en led sammankopplade. Alla underordnade leder får samma färg.

Det finns för närvarande ingen funktion för att växla mellan olika språk. Flera av kunderna efterfrågar en sådan funktion. Kringsservice, som boenden och restauranger i och vid naturområdena, finns inte heller med på Naturkartan.

Som en del i arbetet med denna rapport har frågor ställts till Naturkartans kunder (främst länsstyrelser och kommuner) och en enkät har skickats till de användare som Outdoormap AB har e-postadress till. Svaren visar att kunderna tycker att Naturkartan är en bra kanal för att nå ut med information om naturområden, men de saknar information om hur deras Naturkarta-guider används och om den uppskattas av användarna eller naturturismaktörer. De spontana reaktioner som kunderna fått från användare av Naturkartan är dock överlag positiva.

Enkäten som gick till 3 200 användare 2016 besvarades av 224 personer. De som svarat är i stort sett nöjda med Naturkartan som tjänst.<sup>98</sup> 86 procent av de användare som svarade använder Naturkartan mest inför ett besök i naturen och då för att leta efter naturområden, planera sitt besök, kolla tillgänglighet, läsa om området och för att se hur de kan komma dit. 11 procent av de som svarat använder Naturkartan mest under själva besöket för att få hjälp med navigering och avgöra hur långt det är kvar till olika platser. 5 procent använder den mest efter besöket och då för att lära sig mer om det som de sett och upplevt. 70 procent brukar inte dela med sig av sina egna upplevelser via Naturkartan. 15 procent använder funktionen att markera områden de vill besöka och var de varit. 14 procent lämnar kommentarer eller delar information i sociala media.

Gällande interaktivitet och delning tycks de användare som svarat mer intresserade av att hämta än att dela information och interagera med andra via Naturkartan. Outdoormap AB själva kommenterar detta med att nästan 30 procent av användarna markerar eller delar information, trots att funktionerna ännu är ganska outvecklade, och ser det som en indikation att dessa funktioner har utvecklingspotential.<sup>99</sup>

De kunder som svarat är samstämmiga i att de får snabb och bra respons från Outdoormap AB när de har frågor eller utvecklingsförslag. Företaget har mer än fyra års erfarenhet av samarbete med cirka 100 redaktörer runt om i landet. Då de arbetat nära de anslutna kommunerna, länsstyrelserna och organisationerna anser de sig idag ha god kunskap om vilka hinder som finns för att nå ut med information och hur mycket arbete det krävs för att få fram denna (både vad gäller indata och urval) samt hur man tekniskt bygger en attraktiv lösning som guidar folk ut i naturen, kan uppdateras och som fungerar även om mobiltäckning saknas.

---

<sup>98</sup> Viktigt att notera här är dock att av de 3 200 användare som fick enkäten via epost, så var det endast 448 som besökte enkätsidan och 224 som svarade.

<sup>99</sup> Outdoormap AB planerar att låta Naturkartan bli alltmer av ett socialt medium.

Outdoormap AB vill att Naturkartan ska vara en rik och heltäckande guide till själva friluftaktiviteten. Men även om några användare efterfrågar mer specifik information om vissa typer av aktiviteter vill de inte satsa på sådan, eftersom man anser att det inte går att konkurrera med mer specifika plattformar och forum för aktiviteter som till exempel fiske eller klättring. Outdoormap AB kommer inte att vidareutveckla Naturkartan enbart efter användarnas önskemål och tror inte att allt som användarna efterfrågar kan finnas i en enda lösning. De menar att de kommer att säga nej till att lägga till funktioner som de inte tror på som del i kartan. Ett exempel är att många efterfrågar en funktion som gör att man digitalt kan logga den rutt man har färdats (färdspår), men en sådan är för närvarande alltför dyr att utveckla och kan aldrig bli bättre än till exempel *Strava*<sup>100</sup> eller att använda egna GPS-mätare<sup>101</sup>.

Outdoormap AB vill nu utveckla möjlighet att dela bilder och lägga upp leder på Naturkartan. De leder som synliggörs behöver hålla hög kvalitet även i verkligheten vilket innebär behov av samordning och kvalitetssäkring i naturvårdsförvaltningen. Algoritmer kan sortera information och göra vissa leder mer framträdande. Företaget har även pratat om att användaren själv ska kunna markera och skriva om platser samt kunna koppla till annat som är tillgängligt på webben. Med en koppling till Facebook skulle man till exempel kunna se om ens Facebook-vänner är i området eller har varit där tidigare.

Lantmäteriets kartor kommer att läggas till i Naturkartan, så att det blir heltäckande för landet. Leder, vindskydd med mera som kan kompletteras med länkar och bilder lyfts fram.

Naturkartan arbetar nu med Länsstyrelsen i Västmanlands län för att utveckla en funktion som möjliggör att spela upp ljudfiler och lägga till audioguider i appen. Det ska fungera även utan mobiltäckning. Alla kunder kommer att få tillgång till lösningen.

På lång sikt vill Outdoormap AB ha fem lager i Naturkartan:

1. Natur och leder, vilket man hittills arbetat mest med.
2. Koppling till boende, service, fika och resor. Men de vill inte koppla plattformen till ett bokningssystem.
3. Evenemang och aktiviteter, till exempel aktuella guidningar i naturen.
4. Användarnas tankar och egna smultronställen. Naturkartan skulle vilja ha samma engagemang på Naturkartan som på [Sörmlandsledens Facebookgrupp](#)<sup>102</sup> och gärna fånga upp de bästa guiderna/bilderna/svaren och placera ut dem på en karta, så att de är tillgängliga när man söker efter informationen.
5. Förslag på lämpliga tur- och utflyktsförslag för en eller en halv dag.

Flera av Naturkartans kunder efterfrågar funktioner kring tillgänglighet. Naturkartan ställde upp i Post- och telegramsstyrelsens innovationstävling. Som [en av vinnarna](#)<sup>103</sup> kommer de, i samarbete med företaget Daytona<sup>104</sup> och föreningen Skogstur<sup>105</sup>, i mars 2017 att lansera en ny funktion som ska bidra till att göra natur- och friluftslivet mer tillgängligt för personer med funktionsvariationer.

---

<sup>100</sup> Strava är en digital tjänst som används för att spåra aktiviteter som cykling och löpning via GPS.

<sup>101</sup> Outdoormap AB menar att man kommer ta fram en sådan funktion om det visar sig det är nödvändigt för att Naturkartan ska upplevas som en bra guide till friluftslivet.

<sup>102</sup> <https://www.facebook.com/groups/116335305043866/?fref=ts>

<sup>103</sup> <http://www.outdoormap.com/naturkartan/2016/6/3/naturkartan-vinnare-av-17-msek-i-pts-innovationstvling-aktiv-fritid>

<sup>104</sup> <http://www.daytona.se>

<sup>105</sup> [www.skogstur.info](http://www.skogstur.info)

Senare under våren lanseras en guide till tio tillgängliga utflykter i Stockholmsområdet som de byggt tillsammans med Skogstur.

Outdoormap AB betonar ofta behovet av en långsiktig finansiering för vidareutveckling. De anser att de har lyckats skapa en hållbar affärsmodell som både finansierar deras löpande utveckling och support samt företagets engagemang för att fortsätta förbättra tjänsten. Varje kund betalar för sin naturkarta men medfinansierar samtidigt vidareutvecklingen av den del av plattformen som är gemensam för alla kunder. Alla stora digitala tjänster som Facebook, Google och Instagram vidareutvecklas kontinuerligt. Naturkartan ser det som en självklarhet att jobba på ett liknande sätt. Dels måste man lägga till funktioner som fortsätter att engagera användare, dels pågår en konstant utveckling av hård- och mjukvara som plattformar behöver anpassa sig till för att fungera optimalt. Så snart nya operativsystem kommer, när telefoner blir större med mer högupplösta skärmar eller när förändringar sker i Facebook så måste man uppdatera tjänsten.

## 2.6 Alternativ till Naturkartan

Enligt Outdoormap AB själva finns det i princip inte några konkurrenter till Naturkartan på marknaden idag. Mullsjö kommun har dock jämfört Naturkartan med några alternativa lösningar som erbjuds av Access Nature Norr AB, Affärsdesign AB och Turistsupport i Sverige AB. Kommunen konstaterar att ingen av tjänsterna är perfekt för ändamålet men att Basetool, som Turistsupport i Sverige AB utvecklat, och Naturkartan är de mest utvecklade.<sup>106</sup> I vårt arbete med denna rapport gjordes försök att kontakta samtliga plattformsalternativ som jämförts av Mullsjö kommun.<sup>107</sup>

### 2.6.1 Basetool

Företaget Turistsupport i Sverige AB har tagit fram den digitala plattformslösningen Basetool.<sup>108</sup> Jämfört med Naturkartan används plattformen för bredare turistinformation men den inkluderar också vägvisning till och i naturområden. På plattformen kan man för det aktuella företaget (till exempel ett hotell) eller området (till exempel en kommun) få information om var man kan bo, äta, vad man kan göra och om evenemang. Basetool kan möjliggöra att till exempel en kommun kan samordna renodlad turistservice med information om friluftslivsmöjligheter.

Företaget började med plattformen [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com) och den är byggd på Basetools plattformslösning. Tjänsten används idag bland annat i Väster- och Östergötland, Sörmland, Uppland och Halland. Deras fyra ben är besöksnäringen, kultur med evenemang, näringsliv och medborgarservice. Ledord är inspiration, attraktion och att locka besök till en destination. Turistsupport i Sverige AB:s vision är att plattformen ska bli en nationell standard för besöksinformation och ett nationellt verktyg och "skyltfönster" för myndigheter, kommuner och organisationer där de kan visa upp vandringsleder och naturområden. Företaget arbetar nu med ett

---

<sup>106</sup> Korrespondens med Mullsjö kommun 2016 och 2017.

<sup>107</sup> Vi inte fick svar från Access nature Norr AB och Affärsdesign AB.

<sup>108</sup> Basetool är en databas, samverkansplattform och ett administrationsverktyg. Företag och organisationer administrerar innehåll i Basetool för att presentera det på kanaler byggda med kopplingar till Basetool, som webbplatser, appar och webbappar.

projekt för att förverkliga de tankarna och man undersöker möjligheterna att koppla an till hållbara företag i projektet för att se på vilket sätt de kan bidra till ekoturism.

80 organisationer och 11 000 företag använder Basetool. De lägger själva upp information om sin verksamhet, bilder och om de vill även om omgivande besöksmål, filmer, ljudguider, närliggande busshållplatser etc. Basetool är partner till Tripadvisor och en koppling dit finns integrerad i plattformen. Turistrådet Västsverige använder Basetool och tycker att plattformen fungerar bra eftersom information om boende, restauranger, sevärdheter, aktiviteter, bilder och filmer hänger ihop. Turistrådet ser dock potentiella problem med kvalitetssäkring och styrning av de leder som olika kunder lägger upp på plattformen i samma geografiska område. De efterfrågar samordning i regi av kommunen eller någon turistorganisation.<sup>109</sup>

Mariestads kommun är ett exempel där man genom Basetool-plattformen presenterar både naturreservat och närliggande boende, restauranger och hur man tar sig dit med kollektivtrafik.<sup>110</sup> Ytterligare exempel på platser och leder som använder Basetool är Kulturväg Skaraborg med besöksmål längs vägen, Östgötaleden, Pilgrimsleder på Orust, Marstrand och Tanums världsarv.

Man kan ha olika symboler på Basetool-kartan, till exempel för vindskydd, rastplats och parkering, och man kan se en kort rubriktext för de olika intressepunkterna. Alla leder är synliga vilket gör att man ser hur de hänger samman. De markeras med olika färger och går därmed att skilja åt. Leder och intressepunkter kan även slås på/av, vilket ger besökaren stort inflytande över vad som visas. Även administratören kan visa/dölja intressepunkter och leder, vilket kan vara önskvärt till exempel vid en temporär omläggning av leden eller om en service bara är tillgänglig viss tid på året.

Man lägga in olika språk på Basetool-plattformen och flera av kunderna har både svenska, engelska och tyska som valbara språk.

Basetool-plattformen kan kompletteras med en modul där evenemang presenteras.

Turistsupport i Sverige AB beskriver Basetool som en decentraliserad plattformslösning, då de företag och organisationer som presenteras på deras sidor själva uppdaterar information och att kvalitetsgranskning av information sker lokalt. De två konkurrenter som Turistsupport i Sverige AB ser inom plattformar för besöksnäringen jobbar mer centraliserat: Visit technologies/City break och New mind.

Företaget vill att Basetool utvecklas genom att använda terrängkartan och att besökare både ska kunna lämna kommentarer till ansvariga för en led och dela kommentarer till andra användare.

Enligt Turistsupport i Sverige AB tycker hotellen att det är bra att de på Basetool har möjlighet att lägga ut digital information om närliggande leder.<sup>111</sup>

### Jämförelse mellan Naturkartan och Basetool

---

<sup>109</sup> Korrespondens med Turistrådet Västsverige 2016.

<sup>110</sup> <http://www.vastsverige.com/mariestad/se--gora/naturreservat>

<sup>111</sup> Korrespondens med Turistsupport i Sverige AB 2016 och 2017.

GPS-spår för leder samt intressepunkter och bilder har samma format i Basetool och i Naturkartan, vilket skulle göra det relativt enkelt att byta plattform vid behov. Några skillnader mellan Basetool och Naturkartan utifrån Mullsjö kommuns analys:

- Naturkartan har ett tydligt fokus på friluftsliv och naturområden, medan Basetool arbetar med ett bredare fokus på besöksnäringen och turism där friluftsliv endast är en del.
- Basetool är inte en app<sup>112</sup>, utan lägger funktionerna på internet. Fördelen är att Basetool fungerar i en standardwebbläsare och användaren slipper ladda ner en app. Naturkartan kan man använda både i webbläsare och i en app utan mobiltäckning.

Till jämförelsen kan tilläggas att Basetool är en mer decentraliserad plattformslösning genom att kunderna själva, som kan vara lokala turismföretag, tar ett stort ansvar för uppdatering och innehåll. Basetool stöder mer än ett språk till skillnad från Naturkartan.

Mullsjö kommun har testat både Basetool och Naturkartan. Man har använt exempel med samma tre leder med tillhörande intressepunkter och bilder. Av fem testpiloter som inte jobbat med plattformarna föredrog samtliga Basetool. Huvudanledningen var att de upplevde det som att man fick en bättre översikt om och hur leder samverkar.<sup>113</sup>

## 2.6.2 Skyddad natur

Parallellt med att företag tagit fram plattformslösningar för kommunikation om naturområden enligt ovan har aktörer inom den offentliga naturvården själva arbetat med att samordna och utveckla verktyg för att digitalt tillgängliggöra information om natur. Ett sådant exempel är kartverktyget *Skyddad natur*<sup>114</sup>, som Naturvårdsverket har utvecklat. Där hittar man detaljerad information om alla skyddade områden i Sverige och Sveriges Natura 2000-områden. Där finns även andra områden med höga naturvärden som ingår i nationella planer för skydd eller är utpekade i internationella konventioner. Informationen i kartverktyget kommer från databasen VIC Natur.<sup>115</sup>

Kartverktyget är tänkt som ett stöd för alla som arbetar med naturvårdsfrågor eller planering av mark och vatten i Sverige, men ambitionen är att även natur- och friluftintresserade kan ha glädje av det. Kartverktyget visar gränser för de skyddade områdena och man kan få upp en textruta för varje område med information om till exempel storlek, skyddsform, tillträdesförbud, naturtyper och arter. Det finns även en sökfunktion där man till exempel kan få fram i vilka skyddade områden som en viss art finns. En hel del information som besökare kan vara intresserade av saknas, till exempel om leder, parkeringsplatser, raststugor och tips om vad man kan utöva för aktivitet i området. *Skyddad natur* länkar inte vidare till andra webbsidor. Kartverktyget blir därmed mest intressant för den friluftsutövare som letar efter specifika arter, naturtyper eller vill besöka en viss typ av skyddat område.

## 2.6.3 En webblösning för allmänheten från länsstyrelserna: Din natur

Länsstyrelserna arbetar gemensamt med ett förslag på en grundläggande informationskanal om skyddad natur riktad till allmänheten, jämfört med *Skyddad natur*<sup>116</sup> som framförallt är tänkt som ett stöd för alla som arbetar med naturvårdsfrågor eller planering av mark och vatten. Förslaget på den nya informationskanalen kallas för *Din natur*. Länsstyrelsernas centrala it-enhet beskriver arbetet så

---

<sup>112</sup> Basetool kommer också att ta fram en app så att användaren kan gå off-line (Smålandsleden, 2016).

<sup>113</sup> Korrespondens med Mullsjö kommun 2016 och 2017.

<sup>114</sup> <http://skyddadnatur.naturvardsverket.se>

<sup>115</sup> VIC Natur är ett IT-paket med gemensamma databaser för skyddade fastigheter i Sverige. SkötselDOS ingår i det. VIC Natur är ett gemensamt handläggningsstöd för länsstyrelserna, Lantmäteriet och Naturvårdsverket.

<sup>116</sup> Se avsnitt 2.6.2

här: Arbetet har initierats av naturvårds- och strategiska chefer på länsstyrelserna. Din natur är tänkt att täcka de grundläggande "visa"-behoven hos länsstyrelserna och vara användarvänlig. Den ska vara billig att ta fram och förvalta. De länsstyrelser som vill ha en mer utvecklad lösning kommer att hänvisas till att använda en annan plattform, till exempel Naturkartan.

Lösningen ska fungera oberoende av plattform. Man kommer att ha en responsiv webblösning som ska fungera även i mobiltelefoner. Man tar inte fram någon app för mobiltelefoner.

Det kommer finnas en enkel sökfunktion för att hitta statliga och kommunala naturreservat. Det kommer att gå att klicka sig vidare till information om länsstyrelsens reservat på länsstyrelsens webbplats. Det kommer inte att finnas någon koppling till information om kommunala reservat.

Idag finns inga ambitioner för Din natur vad gäller funktioner som Naturkartans, till exempel möjligheten att visa aktuella aktiviteter och interaktion med och mellan användare.

Data till Din natur kommer att hämtas automatiskt från VIC Natur.<sup>117</sup>

#### 2.6.4 Portalen för Sveriges nationalparker

I syfte att lyfta fram och locka till besök i Sveriges nationalparker inrättade Naturvårdsverket 2014 en nationell webbportal, [www.sverigesnationalparker.se](http://www.sverigesnationalparker.se). Portalen innehåller besöksinriktad information om alla Sveriges nationalparker och deras växter, djur och andra sevärdheter samt om tillgänglighet, stigar och vad man kan göra i parkerna.

Naturvårdsverket följer upp antalet besök på portalen och hur den har använts. Man har även en enkät på portalen som besökarna uppmanas fylla i. En jämförelse mellan 2015 och 2016 visar att besöksantalet har ökat, både avseende antal sidor som varje person surfat in på vid webbplatsbesöket (60 procent ökning) och hur många användare som besökt webbplatsen (56 procent ökning). En klar majoritet av besökarna kommer till webbplatsen via Google och den vägen har ökat med 90 procent sedan 2015, förmodligen som ett resultat av insatser för att sökoptimera sidorna. Endast någon enstaka procent kommer via sociala medier. Ca 60 procent av besökarna på webbplatsen är där för att söka information om en specifik nationalpark, 17 procent för att hitta information om en eller flera nationalparker, 10 procent för att veta mer om Sveriges nationalparker generellt. 5 procent av besökarna använde webbplatsen när de befann sig i en nationalpark. De siffrorna har inte ändrats så mycket sedan 2015.

2016 upplever något färre jämfört med året innan att de hittar den information de söker på webbplatsen. Många av dem som inte hittat det som de sökte besöker webbplatsen från en mobil, vilket Naturvårdsverket tolkar som att mobilmenyn behöver bli bättre. 92 procent av besökarna på webbplatsen ser det som mer troligt att de efter webbplatsbesöket kommer att besöka en nationalpark.<sup>118</sup>

---

<sup>117</sup> Korrespondens med länsstyrelsernas centrala it-enhet 2016.

<sup>118</sup> Korrespondens med Naturvårdsverket 2016.

## 2.6.5 Ytterligare exempel på plattformar för natur i en kommun eller i ett län

Följande exempel beskrivs här kort för att ge en överblick över de ytterligare exempel på plattformar och plattformsutveckling för natur i en kommun eller i ett län som vi har kommit i kontakt med under arbetet med denna rapport. Mer detaljerade beskrivningar av en del av dem ges i bilaga 1.

Appen [Naturguide Härnösand](#)<sup>119</sup> visar besöksplatser i kommunen inom olika kategorier. Det finns en filtreringsfunktion. Man kan gilla platser på Facebook samt spara en plats som favorit. Man kan samla medaljer från platser. Appen har tagits fram av kommunen och uppdaterades senast 2015.

Med appen [Upptäck Stockholm](#)<sup>120</sup> kan man hitta besöksvärd natur inom olika kategorier. Man kan markera om man redan har besökt platsen eller vill göra det senare. Appen har tagits fram av Stockholms stad och uppdaterades senast 2014.

Appen [Upptäck Växjö](#)<sup>121</sup> erbjuder självguide vandrings- och cykelturer till kultur och natur i kommunen. Appen har tagits fram av Softwerk AB och uppdaterades senast 2011.

[Ale kommuns sidor för Natur- och kulturguide](#)<sup>122</sup> är ett exempel på en geodataplattform för webbsidor som några kommuner i Västsverige, med Göteborg i spetsen, arbetar med att utveckla. Den är inte färdigutvecklad.<sup>123</sup>

Företaget [Appanero](#) har tagit fram apparna *Naturguide Lund*, *Upplandsleden* och *Naturtipset*. Appanero ingår idag i [Malvacom](#), som har tagit fram en app för Skärgårdsstiftelsen. Malvacom arbetar nu med att ta fram en plattform med Calazo-förlag.<sup>124</sup>

Ånge kommun rekommenderar appen [Access Nature](#) som omfattar Ljungandalen och har tagits fram av företaget [Access Nature Norr AB](#) år 2016. Via appen uppmanas man att dela med sig av sin naturinformation och sina platser till andra personer. Man kan kommentera och betygsätta platser.

## 2.7 Nationell eller regional portal?

Diskussionen om och ambitionerna att skapa en nationell portal för natur har pågått i många år och några försök till genomförande har också gjorts. Kan det utvecklade digitala landskapet och behov i omvärlden ligga till grund för nya beslut och samarbeten idag? Det finns flera fördelar med att samla mycket information på ett ställe, men samtidigt riskerar man att det blir svårt att hitta i den. En nationell plattform för natur kräver en del samordnings- och redaktörsarbete.

Regionala lösningar uppfattas sannolikt som mer intressant för besökarna/friluftsutövarna än för kommuner. För en kommun riskerar information om de lokala naturområdena att drunkna i information om länets eller hela landets. Men en kommun kan också se det som en möjlighet att få hjälp av ett län att lyfta fram sin natur. Outdoormap AB har i sin kontakt med kommuner uppfattat det som att de flesta vill att deras länsstyrelse ska gå före med en lösning som till exempel

---

<sup>119</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=se.osynlig.naturguiden&hl=sv>

<sup>120</sup> <https://itunes.apple.com/se/app/upptack-stockholm/id433409869?mt=8>

<sup>121</sup> <https://itunes.apple.com/se/app/rundturer-i-vaxjo/id438924855?mt=8>

<sup>122</sup> <http://ale.se/bygga-bo--miljo/natur/natur--och-kulturguide.html>

<sup>123</sup> Korrespondens med Uddevalla kommun 2016 och 2017.

<sup>124</sup> Korrespondens med Malvacom 2016.

Naturkartan så att de kan samverka kring informationen om natur.<sup>125</sup> För en friluftsutövare kan det också vara intressant att lyfta blicken till åtminstone läns- eller nationell nivå när man söker efter utflyktsmål eller naturområden att besöka.

Redan 2003 föreslog en studie utförd av Länsstyrelsen i Stockholms län att information om naturreservat bör samlas på en nationell webbportal.<sup>126</sup> Naturvårdsverket och Sveaskog diskuterade möjligheter att skapa en gemensam nationell digital plattform för natur. En av de viktigaste anledningarna att man inte fick till stånd en sådan var att de två parterna inte var överens om och hur man skulle lägga in information om kommersiella aktörer som bedrev verksamhet i eller intill de skyddade områden som skulle beskrivas på plattformen.<sup>127</sup> Arbetet med plattformen togs över av Sveaskog och tjänsten *iNatur* lanserades 2007.<sup>128</sup> På [www.inatur.se](http://www.inatur.se) kan man söka, boka och betala naturnära boende och naturbaserade aktiviteter, till exempel jakt, fiske, viltsafari och paddling, i hela landet.

År 2011 tog naturvårdscheferna vid länsstyrelserna ett initiativ för att få till stånd en gemensam nationell digital tjänst för skyddad natur. Man vände sig till Naturvårdsverket, som lät göra en förstudie i samverkan med bland annat länsstyrelserna.

Förstudien, *Din Natur – en samlad digital lösning för Sveriges naturområden*, togs fram av Creuna och presenterades 2012. Förstudien föreslog att en nationell plattform för digital kommunikation skulle tas fram. I de föreslagna målen för arbetet ingick att plattformen skulle inspirera och engagera med bilder, fakta, berättelser och möjlighet till interaktion samt vara ett uppskattat och tillförlitligt stöd inför, under och efter ett besök. Dessutom skulle den sänka trösklarna för barn och ungdomar, personer med funktionshinder och personer som är ovana att vara ute i naturen.<sup>129</sup>

Förslagen från förstudien togs emot positivt av naturvårdscheferna på länsstyrelserna. Men Naturvårdsverket hade vid den tiden varken resurser och kompetens att driva ett sådant projekt och föreslog att näringslivet skulle kunna ta en större roll. Naturvårdsverket ville istället koncentrera sig på att tillhandahålla öppna data om skyddad natur och på att ta fram en webbplattform för kommunikation om nationalparkerna, Man hade redan satt fokus på nationalparkerna genom identitetsprojektet för Sveriges nationalparker.

Naturvårdsverket lanserade 2014 sajten [sverigenationalparker.se](http://sverigenationalparker.se), med en utvecklingsidé om att man skulle kunna bygga på plattformen med naturreservat i hela landet. Naturvårdsverket har även lanserat webbplatsen och kartverket *Skyddad natur*<sup>130</sup>, som främst riktar sig till alla som arbetar med naturvårdsfrågor eller planering av mark och vatten men även kan användas av allmänheten. Länsstyrelsernas centrala it-enhet håller på till att ta fram en tjänst för att göra länsstyrelsernas webbinformation om skyddad natur mera tillgänglig för mobila plattformar. Arbetet beskrivs ovan i avsnitt 2.5.4 och kallas för *Din natur*. Flera länsstyrelser har trots dessa satsningar saknat en mer besöksvänlig plattform om skyddad natur som passar dem och några har under de senaste åren istället valt Naturkartan för sin digitala naturinformation.<sup>131</sup>

---

<sup>125</sup> Korrespondens med Outdoormap 2016 och 2017.

<sup>126</sup> Sannebro & Sandberg, 2004

<sup>127</sup> Korrespondens med Tyresta nationalpark och Länsstyrelsen i Skåne 2016 och 2017.

<sup>128</sup> Korrespondens med Sveaskog under 2017.

<sup>129</sup> Creuna, 2012

<sup>130</sup> Läs mer om Skyddad natur i avsnitt 2.5.3.

<sup>131</sup> Korrespondens med Outdoormap AB 2016 och 2017; Korrespondens med Länsstyrelsen i Stockholms län 2016 och 2017.



Det finns i dag ett fortsatt starkt stöd på länsstyrelserna för en nationell plattform för skyddad natur – både hos naturvårdscheferna som ville fullfölja förstudien *Din Naturs* förslag och hos naturinformatörerna. Vid ett möte på Naturvårdsverket för länsstyrelsernas naturinformatörer i november 2016 ansåg samtliga närvarande att en nationell plattform vore önskvärd för att kommunicera om skyddad natur i landet.<sup>132</sup>

Länsstyrelserna är dock inte överens om vilken lösning som är den bästa. Vid mötet 2016 framkom att det råder delade meningar om hur man ska fortsätta nu. En länsstyrelse som valt att inte gå med i Naturkartan vill hellre se en nationell lösning än separata för varje län. Den och en annan länsstyrelse som inte är kund till Naturkartan tycker att den webblösning som länsstyrelsens centrala it-enhet tar fram är att föredra, då all information där hämtas från en central databas, vilket gör att länsstyrelserna slipper uppdatera på flera ställen. Två av de länsstyrelser som använder Naturkartan betonar just att det är arbetskrävande att behöva uppdatera information både på Naturkartan och på länsstyrelsens webbsidor. Länsstyrelserna kan inte använda Naturkartans webb (som uppdateras samtidigt som appen) som enda informationskanal, då det finns krav på att alla länsstyrelser ska ha samma webbplatsutseende.

De kunder (länsstyrelser och kommuner) som redan anslutit sig till Naturkartan vill att fler kommuner och länsstyrelser ska ansluta sig till dem. Då de satsat på Naturkartan som plattform önskar de att den ska fungera som en nationell plattform för naturinformation. Trots att de enligt ovan inte följt upp hur Naturkartan fungerar för användarna tycks de nöjda med och tror på denna lösning.

88 procent av de av Naturkartans användare som svarat på enkäten (enligt ovan) tycker att det är viktigt eller mycket viktigt att få tillgång till fler områden, leder och platser. 70 procent av användarna tycker det är viktigt eller mycket viktigt att de via en mobilapp kan få tillgång till all information om Sveriges natur och friluftsliv.<sup>133</sup> Naturkartans kunder poängterar att användarna inte bryr sig om kommungränser när de letar naturområden för sitt friluftsliv. Ur ett användarperspektiv är kommungränsen oftast ointressant. De flesta av kunderna vill att användarna ska kunna söka efter information om besöksvärd natur i ett större område och gärna över hela landet. Outdoormap AB själva skulle vilja se Naturkartan som den självklara guiden och inspirationskällan till friluftsliv i Sverige. Turistsupport i Sverige AB har liknande ambitioner för Basetool för besöksnäringen med natur- och kulturturism.<sup>134</sup>

### 2.7.1 Utmaningar i arbete med en nationell portal

I brist på en gemensam nationell portal har det nu tagits fram olika plattformar runt om i landet. Ju längre man väntar med att ta fram en nationell portal, desto svårare blir det att få olika aktörer att ansluta sig till den. Anledningen är att aktörer runt i landet alltmer bygger in sig i sina egna lösningar. STF anser att ett eventuellt beslut om en nationell satsning därmed behöver fattas så snart som möjligt.<sup>135</sup>

Om en nationell portal för natur tas fram så krävs det att man planerar långsiktigt för hur den utvecklas och hur arbetet ska finansieras. För att kunna vidareutveckla en portal krävs löpande

---

<sup>132</sup> CNV deltog på mötet.

<sup>133</sup> Enligt enkätstudie som presenteras i avsnitt 2.5.

<sup>134</sup> Korrespondens med Turistsupport i Sverige AB under 2016 och 2017.

<sup>135</sup> Korrespondens med STF under 2016.

kontakt med användarna och en övergripande bevakning av hur den digitala omvärlden förändras. Det kommer finnas ett kontinuerligt behov av uppdateringar. Ett beslut om en nationell portal skulle innebära att det blir tydligt för alla aktörer vad de ska satsa tid och pengar på för att lägga ut information om natur, kommunicera om naturen och söka bland naturområden för friluftaktiviteter.

En av de frågor som måste beaktas vid ett nytt ställningstagande om en nationell portal är den satsning som många länsstyrelser redan gjort på Naturkartan. Man behöver även försöka undvika behov av dubbelarbete mellan länsstyrelsernas egna webbsidor och externa lösningar. Man måste också ta ställning hur samordning med andra aktörer ska ske. Hur det ska finansieras? Hur ska datagenerering och redaktörskap hanteras?

Ytterligare en dimension att beakta i diskussionen om nationella eller regionala portaler är vilken typ av natur som ska ingå – bara skyddad eller också allemansrättsligt tillgänglig. För en friluftsutövare som vill besöka natur är det sällan avgörande om området är nationalpark, naturreservat, världsarv eller om området är allemansrättsligt tillgängligt. Det viktigaste är oftast vad som går att göra och uppleva där. Beslutet om vilka naturområden som ska tas med handlar mer om vilken rådighet man som förvaltare har över områden, och ibland även vilka områden man vill kanalisera besökare till. På kommunal nivå kan det vara intressant att inkludera även områden som inte är formellt skyddade, till exempel friluftsområden och parker.

## 2.8 Databehov och dataförsörjning

Det behövs data för att ta fram och uppdatera digitala plattformar. Till exempel data om hur leder går, gränser för skyddad natur, var det finns faciliteter och beskrivningar av natur. Den största mängden data finns hos kommuner och länsstyrelser.

Naturvårdsverket arbetar med att få in mer data för friluftsliv och naturvård till SkötselDOS<sup>136</sup> via länsstyrelser och kommuner för att tillgängliggöra dem som *öppna data*. *Öppna data för friluftsliv* kommer att tas i produktion under våren 2017 och finnas på [Miljödataportalen](#)<sup>137</sup>. Där kommer det att finnas data om statliga leder i fjällen samt anordningar och leder inom skyddade områden som är intressanta för friluftslivet. Innan data blir tillgängliga som öppna data kommer de att kvalitetsgranskas och godkännas av handläggare.

*Öppna data för friluftslivet* är till för dem som vill hämta hem data för eget bruk eller använda data för att utveckla och uppdatera digitala plattformar för natur som är tillgängliga för allmänheten i ideellt eller kommersiellt syfte.

Öppen och standardiserad datatillgång välkomnas av flera av dem som intervjuats i denna översikt. Outdoormap AB har tidigare upplevt brist på användbara data i sina samarbeten med länsstyrelser och kommuner, men det borde förändras framöver som ett resultat av Naturvårdsverkets arbete med att samla in data för friluftsliv och naturvård. I arbetet med Naturkartan har företaget självt tagit fram digitala data genom att be kunder själva leta efter bilder, texter och GIS-filer. I de få fall där de

---

<sup>136</sup> SkötselDOS är en databas för lagring och uttag av data över alla Sveriges skyddade områden. Databasen är ett arbetsverktyg för förvaltare. SkötselDOS ingår i IT-paketet VIC Natur och tillhandahålls av Naturvårdsverket.

<sup>137</sup> <http://mdp.vic-metria.nu/miljodataportalen/>

funnits GIS-information om leder har man behövt ”pussla ihop” vandringslederna. Informatörer hos kunderna har inte alltid kunskap om hur GIS-information kan hanteras. Ibland har ekologer och informatörer själva fått gå ut och dokumentera vandringsleder och rastplatser med GPS-utrustning och kamera. Informationsinsamlingen är arbetskrävande och ett hinder för många kommuner och länsstyrelser för att ansluta sig till plattformslösningar som Naturkartan.

En växande trend är att data samlas in av allmänheten, till exempel om arter som påträffas i naturen.<sup>138</sup> Utifrån besökarnas data kan man ta fram aktuell digital naturinformation och naturvägledning för andra besökare. Friluftsvårdare kan också bistå med information om beskrivningar av eller status på en led eller andra faciliteter och anordningar i ett naturområde.

### 2.8.1 Samordning av data från flera plattformar

Samkörning av data från olika plattformar kan ha stora fördelar men kräver samordningsarbete. Flera företag, kommuner och intresseorganisationer arbetar med egna plattformar för natur och friluftsliv och samlar in egen information om leder och friluftsmål. En nationell samordning av data från flera olika aktörer i en gemensam databas för alla de plattformarna skulle möjliggöra för fler aktörer att använda informationen.<sup>139</sup> I en samlad lösning skulle man även behöva säkra att informationen hålls uppdaterad så att den är relevant och tillförlitlig för dem som ska använda den. Det är särskilt angeläget för svensk naturturism som ska locka besökare, och återbesökare, från andra länder, då ett besök i svensk natur generellt sett innebär en större kostnad.

### 2.8.2 Samordning av information om vandringsleder

Uddevalla kommun, som arbetar med Bohusleden, ser stora brister i att det i många fall inte finns något tydligt långsiktigt ansvar för webbinformation om leder och anser att man behöver förtydliga och samla ansvar för regionala vandringsleder och deras geodata. Offentlig samordning efterfrågas som en viktig insats kring vandringsleder så att man vid planering av byggnationer och infrastrukturprojekt tar hänsyn till vandringsleders läge och så att man kan planera för andra sträckningar.<sup>140</sup> Det är ett förfarande som man använder vid annan viktig infrastruktur.

Det finns potentiella problem med att kartor på digitala plattformar byggs från register. Att bygga kartor från register innebär att man använder en befintlig karta och till exempel lägger ut en vandringsled på den och kopplar på punkter. Resultatet är en fungerande karta men utan officiell status, vilket innebär att den inte kommer att finnas i samhällets grundläggande kartdatabaser. Både Basetool Maps<sup>141</sup> och Naturkartan är byggda utifrån registerdata. Alternativet skulle vara att kartor som görs för digitala plattformar byggs på geodata. De skulle då kunna vara till nytta för fler aktörer i samhället.<sup>142</sup>

I samband med en samordning av insamling och förvaltning av geodata bör man även se till att förtydliga skillnaderna mellan olika sorters leder. Tjänstemannen på Uddevalla kommun anser att Lantmäteriet skulle behöva göra det för leder på sina kartor, så att till exempel dåligt skyltade leder

---

<sup>138</sup> Läs mer om medborgarforskning i avsnitt 2.4.3.

<sup>139</sup> Korrespondens med Outdoormap AB 2016 och 2017; Korrespondens med Uddevalla kommun 2016 och 2017.

<sup>140</sup> Korrespondens med Outdoormap AB 2016 och 2017; Korrespondens med Uddevalla kommun 2016 och 2017.

<sup>141</sup> Basetool Maps är en webbapp som baseras på innehåll från Basetool och som presenterar kartinnehåll.

<sup>142</sup> Korrespondens med Uddevalla kommun 2016 och 2017.

inte får samma dignitet som bättre skyltade regionala leder. Lantmäteriet kan behöva ställa upp kriterier för de geodata som kommuner får leverera beträffande regionala leder/låglandsleder och lokala leder.

### 2.8.3 Digitala plattformar och ägarskap

En risk som lyfts fram av företrädare både för kommuner och länsstyrelser är att ägaren av en digital plattform, till exempel Naturkartan, avvecklar sin verksamhet. Det är därför viktigt att i avtalet med en plattformsägare förtydliga vad det skulle kosta kunden att flytta sin plattform till en ny utvecklare och hur överlämning skulle hanteras. Det är särskilt viktigt att vara tydlig med vem som äger källkoderna vid ett sådant scenario.

När det gäller Naturkartan så är det Outdoormap AB som äger källkoden. Informationen på tjänsten (geografiska data etc.) äger däremot rättighetsinnehavaren (dvs. den som äger rätten till informationen och/eller data i fråga), vilket ofta är upphovsmannen. Rättighetsinnehavaren kan fritt förvalta och exportera sin information. Vill man inte längre samarbeta med en särskild plattform kan man flytta den.

En möjlig lösning som föreslagits av tjänstemannen på Uddevalla kommun<sup>143</sup> skulle vara att lägga alla data om service, boenden och liknande för en region eller hela landet på en separat server som alla mobila plattformar kan anropa<sup>144</sup>. Med ett sådant förfarande skulle det bli lättare att byta plattformslösning för till exempel en offentlig aktör. Annars skulle alla uppgifter behöva läggas in igen på den plattform man byter till. Som jämförelse kan nämnas att man i Norge har en nationell databas<sup>145</sup> där all information om *hytter* och turer ligger. Informationen hämtas därifrån till bland annat ut.no.<sup>146</sup>

## 2.9 Kvalitetssäkring, uppföljning, uppdatering och utvärdering

### 2.9.1 Hur kan kvaliteten i digitala lösningar säkras och vad betyder det?

Besökare efterfrågar allt oftare kvalitetssäkrade utomhusupplevelser och digitala lösningar blir en allt viktigare del av utomhusupplevelsen.<sup>147</sup> För en potentiell besökare kan det kännas tryggt att få reda på att leder, naturturismarrangörer eller hela besöksmålet är kvalitetssäkrat på ett sätt som besökaren känner igen. Naturens Bästa kvalitetssäkrar ekoturism-arrangemang. Det finns även exempel på kvalitetssäkrade leder<sup>148</sup>, till exempel enligt Europeiska vandrarföreningens kriterier för *Leading Quality Trail*, vilket innebär en kvalitetssäkring av ledens fysiska standard liksom upplevelser och service kring leden.

Data som användare bidrar med kan också behöva kvalitetssäkras. En teknisk möjlighet är att besökarna själva bidrar mer till basinformationen. Det skulle bidra till att hålla den uppdaterad, men det går inte att lita till besökare som ansvariga för uppdateringar, någon måste se till att uppdatering faktiskt sker och att inflödet är kvalitetssäkrat genom att ta bort olämpliga inlägg eller redigera dem. En administratör för plattformen eller ackrediterade användare kan fylla den funktionen. För den

---

<sup>143</sup> Korrespondens med Uddevalla kommun 2016 och 2017.

<sup>144</sup> Jämför med avsnitt 2.8 om hur man arbetar med *Öppna data för friluftsliv*.

<sup>145</sup> Nasjonal Turbase – [www.nasjonalturbase.no](http://www.nasjonalturbase.no)

<sup>146</sup> Korrespondens med DNT 2016 och 2017.

<sup>147</sup> SCR och SLAO i samarbete med Kairos Future, 2013.

<sup>148</sup> Exempelvis Värmlandsleder: <http://varmlandsleder.se/sv> och Kullaleden <http://kullaleden.se>.

norska friluftslivssajten [www.ut.no](http://www.ut.no) har man gett i uppdrag till dem som är ansvariga för de mer officiella lederna i närområdena att granska de leder och sevärigheter som användare kan lägga upp på sajten. DNT har på grund av brist på rutiner, verktyg och resurser svårt att garantera kvaliteten på material som användarna lägger upp.<sup>149</sup> En alternativ lösning är att inte kontrollera den information som användare bidrar med och att istället ge dem allmänna rekommendationer om hur informationen bör utformas, men att samtidigt kräva att de ska ingå ett avtal om att man har rätt att publicera bilder och texter. Så gör man när en användare av appen [Tidsmaskinen](#)<sup>150</sup> vill bidra till innehållet genom att skapa digitala rundvandringar till den.

Plattformsägare som har information om kringsservice, som boende, guidningar och mat, behöver ta ställning till vilka aktörer de ska lyfta fram. I Sverige har naturturismaktörer drivit att offentliga aktörer som visar vägen till natur ska tillhandahålla information också om företag som säljer tjänster med anknytning till naturområdet. De offentliga aktörerna har tvekat eftersom de dels inte sett det som sin roll, dels haft svårt att sätta upp kriterier för vilka naturturismaktörer de i så fall ska välja. När det gäller nationalparker så finns det på [www.sverigesnationalparker.se](http://www.sverigesnationalparker.se) information om externa aktörer som har verksamhet inom nationalparken. Under 2017 kommer de aktörer som blir certifierade samarbetspartners till en nationalpark att erbjudas att finnas med på [www.sverigesnationalparker.se](http://www.sverigesnationalparker.se). För att bli certifierade samarbetspartner behöver de genomgå en utbildning och genomföra arrangemang som kännetecknas av Sveriges nationalparker kärnvärden: naturupplevelse, kvalitet och kunskap.<sup>151</sup>

Ekoturismföreningen föreslår att det är engagerade, hållbara naturturismföretag med kvalitetssäkrad verksamhet som bör lyftas fram i informationskanalerna för svenska nationalparker.<sup>152</sup> Man föreslår också att alla de aktörer som synliggörs ska åta sig att informera besökaren om nationalparken som besöksmål, länka till nationalparkens och naturumets webbsidor och tillhandahålla trycksaker om parkens natur- och kulturvärden, aktuella utställningar och programverksamhet. Ett sådant arbetssätt ligger nära det sätt som finländska Forststyrelsen Finland tillämpar i de områden som finns med på [utinature.fi](http://utinature.fi).<sup>153</sup>

Det går också att luta sig mot andra typer av informationskanaler för kringsservice, till exempel [booking.com](http://booking.com) och [Tripadvisor](http://Tripadvisor), men då tappar man möjligheten att kvalitetssäkra och därigenom styra urvalet av aktörer som lyfts fram.

### 2.9.2 Digital uppföljning, utvärdering och besökarstudier

Genom uppföljningar och utvärderingar av och via de digitala plattformarna kan man avgöra om man har uppnått sina mål och skapa förutsättningar för att förbättra sin verksamhet och möta de behov som friluftsutövare och naturturismaktörer har. En stor del av de satsningar på information och naturvägledning som görs utvärderas dock inte. Som del i denna undersökning har samtliga länsstyrelser kontaktats med frågor om de har utvärderat digital information eller digital naturvägledning. Få har gjort mer än att ha besöksräknare i naturområden. De flesta som svarade på frågorna uttrycker att de borde jobba mer med uppföljning och utvärdering av informationskanaler

---

<sup>149</sup> Korrespondens med DNT 2016 och 2017.

<sup>150</sup> <https://itunes.apple.com/se/app/tidsmaskinen/id892739697?mt=8>

<sup>151</sup> Naturvårdsverket, 2015c

<sup>152</sup> Ekoturismföreningen, 2015

<sup>153</sup> Läs mer om det i avsnitt 2.4.1.

inklusive digitala sådana. En stark fördel med digitala lösningar för information och naturvägledning är att de erbjuder möjligheter att bygga in direkt interaktion med och utvärderingar för användare/besökare i högre grad än till exempel vid användning av skyltar och foldrar.

För webbsidor följs ofta hur många besökare man har haft på sina sidor och hur de har klickat sig runt på dem. Det är relativt enkelt att få den typen av data. Utifrån analyser av informationen kan man göra vägval i sina kommunikationssatsningar. Ett annat sätt att utvärdera en webbplats är att koppla enkäter till den.

Ett framgångsrikt exempel på en kommunikationssatsning som gjorts utifrån utvärdering av en webbplats är ut.no, då den byggde på de erfarenheter man dragit från hur tjänster på DNT:s sidor användes och de användarbehov som fanns. Idag, åtta år efter lanseringen, har man under högsäsong över 100 000 unika användare av plattformen per vecka och man bedömer att plattformen är den mest naturliga ingången för friluftslivsutövare i Norge.<sup>154</sup>

Många aktörer använder sociala medier som skyltfönster för andra digitala informationskanaler. Med hashtaggar<sup>155</sup> kopplade till naturområdet kan man söka på de sociala kanalerna för att ta del av de taggade inläggen. Man kan räkna inläggen, se när de gjordes och analysera innehållet.

Även för en app går det att få fram data om hur och när den har använts. Har man e-postadresser till användarna så kan man kontakta dem för att be dem delta i en utvärdering.

I flera svenska naturum använder man metoden *Tankelisting* för kvalitativ utvärdering som handlar om att reflektera över tankar som besökare uttrycker efter att ha varit i kontakt med naturvägledning främst genom guidningar och utställningar. Metoden kan också användas för naturvägledning i digital form. Metoden är beskriven i CNV:s skrift *Besökarnas tankar*<sup>156</sup>.

Ett alternativ kan i viss mån vara att observera hur den digitala naturvägledningen används – lyssnar deltagarna på audioguider och så vidare.

Observationerna kan även göras genom att låta användare av en app (eller annan digital naturvägledning) spela in sig själva med en videokamera, till exempel på huvudet. Då kan man till exempel se hur användarna interagerar med varandra och tekniken, hur de navigerar tekniken och berättar för varandra om det som pågår.

Ett exempel på en mer omfattande inventering av besökares behov inför utveckling av en app är den som STF gjorde 2014 och 2015 där unga vuxna och barnfamiljer fick besöka fjällen på föreningens bekostnad mot att de före, under och efter besöket svarade på frågor. Resultatet från de studierna har STF använt när de tog fram appen *STF i fjällen*.<sup>157</sup>

Generella besökarundersökningar görs ibland i skyddad natur. Här kan frågor om digitala plattformar integreras.

---

<sup>154</sup> Korrespondens med DNT 2016 och 2017.

<sup>155</sup> En hashtag består av "staketsymbolen" # och ett ord (symbolen placeras före ordet). Med en hashtag bidrar man till att strukturera olika ämnen och kategorier i ett digitalt sammanhang.

<sup>156</sup> Centrum för naturvägledning, 2014.

<sup>157</sup> Korrespondens med STF 2016.

Fördjupade utvärderingar och undersökningar kan utformas i samarbeten med till exempel forskare inom friluftsliv. Sådana kan svara på frågor om efterfrågan och behov av information, samt hur den kan tillhandahållas digitalt.

## 2.10 Finansiering av digitala plattformar

Enligt tjänstemannen på Uddevalla kommun saknas sällan projektfinansiering när det gäller satsningar på digital naturvägledning och information.<sup>158</sup> För kommunernas del spelar LONA-medel en stor roll. Behovet av projektfinansiering ligger helt i linje med det inte finns någon nationell eller regional samordning, till exempel genom en nationell portal, som beaktar även kommuner och andra lokala aktörers behov. I nuläget behöver kommuner och de lokala aktörerna ta fram egna plattformslösningar, vilket ofta kräver projektfinansiering.

Det gick åt mycket resurser när man skulle bygga upp den norska nationella plattformen ut.no, som de första sex åren drevs av DNT och NRK. Som mest var man två projektledare, fyra utvecklare och tre journalister från de två organisationerna som arbetade med att bygga upp ut.no. Idag sköts plattformen med 20 procent av en heltidstjänst och en budget på en miljon norska kronor till extern drift och utveckling.<sup>159</sup>

Finansiering av löpande underhåll och drift är ofta svårare att få fram.<sup>160</sup> Projekt startas upp och behöver ibland lägga ner på grund av att resurser för drift och underhåll saknas.<sup>161</sup> Projektmedel som finansieringskälla för plattformar som byggs i syfte att fungera långsiktigt bör kompletteras med en plan för hur förvaltningen ska ske och samordnas med andra initiativ.

Flera kommuner har varit med och finansierat appar för natur. Ett exempel är Lunds kommun och deras app *Naturguide Lund*. Ibland stöttar kommuner också lokala turismaktörer i arbetet med att ta fram digitala plattformar. Ett exempel på det är Göta kanalbolagets app som Mariestads kommun varit med och finansierat genom ett samverkansprojekt för kanalen.<sup>162</sup>

---

<sup>158</sup> Korrespondens med Uddevalla kommun 2016 och 2017.

<sup>159</sup> Korrespondens med DNT 2016 och 2017.

<sup>160</sup> Korrespondens med Uddevalla kommun 2016 och 2017.

<sup>161</sup> Ett exempel på app som lagts ner på grund av bristande finansiering för drift och underhåll är *Scandinavian Trails*, som drevs genom ett samarbete mellan Skåneledens huvudman och aktörer i Danmark och Norge (Skåneleden, 2016); Korrespondens med Uddevalla kommun 2016 och 2017.

<sup>162</sup> Korrespondens med Mariestads kommun 2016 och 2017; [www.gotakanal.se/sv/official-partner-gota-kanal/samverkan-gota-kanal](http://www.gotakanal.se/sv/official-partner-gota-kanal/samverkan-gota-kanal)

### 3. Slutsatser och rekommendationer

Tillgång till digital teknik skapar nya förväntningar och möjligheter både för förvaltare av skyddad natur och för besökare i naturområden. För att öka tillgängligheten för allmänheten och för att främja friluftsliv och turism på ett resurseffektivt sätt krävs samordning och strategisk planering. I detta kapitel har vi samlat ett antal rekommendationer för information om naturupplevelser och naturområden genom digitala plattformar och teknik.

#### 3.1 Rekommendationer till beställare och utvecklare av digital naturvägledning och naturinformation

Här följer några allmänna rekommendationer vid utveckling av digital information om naturområden utifrån slutsatser i denna studie.

##### 3.1.1 Planera för digital information och naturvägledning

Planering är viktigt för framtagandet av all naturvägledning och information, både när man planerar för enskilda naturvägledningsprodukter och när man planerar för större satsningar, som till exempel en nationell plattform för digital information om natur.

Den viktigaste principen för planering är att inventera resurser och behov och planera arbetet utifrån det innan man väljer media (till exempel digital teknik) och produkter. Valet av medium ska utgå från och bidra till det man vill berätta, och för att det ska underlätta kommunikationen så måste sammanhang i tid och rum samt besökares behov beaktas. Vi rekommenderar planering i fem steg:

1. Definiera platsen/området.
2. Inventera platsen/området, dess värden och sammanhang.
3. Analysera och planera utifrån syfte.
4. Utforma produkter för information/naturvägledning – välj media.
5. Planera för genomförande och utvärdering.

En mer utförlig beskrivning finns i bilaga 2.

##### 3.1.2 Allmänna rekommendationer för digital information före, under och efter besöket

Gör det lätt för friluftsutövaren att finna den information som efterfrågas och använd så få kanaler som möjligt. Länka vidare från appar och hemsidor till sajter där det finns relevant information om området och aktiviteter man kan utöva.

Digitala medier är särskilt lämpliga för att redan innan besöket ge en så tydlig bild som möjligt av hur naturområdet kommer att upplevas. Bilder, filmer, webbkamera och länkar till naturvägledning som finns på plats kan med fördel tillgängliggöras digitalt, något som är relevant för alla men särskilt för besökare med funktionsvariationer.<sup>163</sup>

Möt de krav som dagens användare har när det gäller att det ska vara enkelt att använda digitala plattformar och lätt att hitta information på dem. Informationen behöver vara uppdaterad och attraktivt utformad.

Eftersträva att göra det lätt för besökaren att ta del av information om området på väg dit och under besöket, till exempel genom att tillhandahålla en app eller information som går att ladda ned eller

---

<sup>163</sup> Se avsnitt 2.1.5.



skriva ut via webben. Se gärna över möjligheten att göra det digitala materialet tillgängligt även om det inte finns täckning.

På plats i naturområdet bör man prioritera följande information:

- Förhållningsregler (utifrån skötsel föreskrifter) eller allemansrätten
- Distans (tid), vägvisning och ledernas karaktär
- Förvaltningsåtgärder, störningar och slitage längs leder eller i området
- Hänvisning till sådant som finns att uppleva i anslutning till leder/i området, speciellt det som anses som extra sevärt i området.

Överväg också möjligheten att inkludera evenemangskalender, nyhetsbrev, artiklar, dialogfunktion med besökare, språkval och off-line-funktion.<sup>164</sup>

För alla naturområden dit besökare kommer bör någon form av naturvägledning finnas, för att underlätta för besökaren att skapa en relation till naturområdets natur- och kulturvärden. Det gäller särskilt aspekter av värden som de inte skulle uppmärksamma utan naturvägledning. Sträva gärna efter att besökaren ska kunna uppleva området med alla sinnen.

Medborgarforskning är populärt och bidrar både till fler besök och ökad kunskap om och engagemang i ett naturområde – uppmana gärna till det och länka till befintliga plattformar.<sup>165</sup>

Avsätt medel inte endast för framtagande av, utan även för underhåll och uppdatering av den digitala tekniken.

För att minimera miljöpåverkan bör man välja digital teknik utifrån bästa miljöval, vilket inkluderar att den bör hålla under en relativt lång tid.

### Om val av kartunderlag

Välj kartor till plattformen:

- Lantmäteriets terrängkarta i skala 1:20 000–1:50 000 fungerar bra som underlag för vandring och vägvisning i naturområden med många detaljer och platsnamn. För större överblick kan man använda Vägkartan och Sverigekartan.
- Orienteringskartor är mycket detaljerade och har bra skala för vandring. De finns dock endast för vissa områden och saknar ofta platsnamn, vilka kan vara bra som referenspunkter.
- Google Maps och Apple Maps är lättillgängliga och en kostnadseffektiv lösning, men är inte särskilt lämpliga för information om vandring eller information om naturområden, då kartorna har få detaljer och nästan inga platsnamn.
- Google satellitvy är ett bra komplement till kartor. Den gör att man lätt kan läsa av landskapet till exempel genom att man kan se skillnad på olika typer av skog eller hur en strandkant ser ut.

Ovanpå kartan kan man som plattformsägare behöva lägga på egna lager med symboler, leder och platsnamn. Följande bör prioriteras: startpunkt för leder, vindskydd/rastplats, sevärdhet, badplats, utsikt, dricksvatten, toalett, skyddad natur och tips vid olyckor. För att undvika för mycket information och symboler i kartvyn kan det vara lämpligt att styra vad som ska visas i olika skalor.

---

<sup>164</sup> Smålandsleden, 2016

<sup>165</sup> Se avsnitt 2.4.3.

Erbjud ett genomtänkt menysystem där användaren kan välja funktioner och vilken typ av information man vill se eller prenumerera på. Om det finns både webbsida och mobilapp kan val i den ena speglas i den andra genom inloggning om ett konto kan öppnas.<sup>166</sup>

### 3.1.3 Rekommendationer för särskilt besöksvärda naturområden

För särskilt besöksvärda naturområden bör följande beaktas när det gäller naturvägledning, information och tillgänglighet:

- Underlätta besökarens val inför besök genom att (i samarbeten med lokala företag) digitalt erbjuda eller synliggöra upplevelsepaket eller inriktningar för upplevelsen – sådan service efterfrågas alltmer.<sup>167</sup> Paketerna kan till exempel vara indelade utifrån hur mycket tid man har att disponera i området<sup>168</sup>, vilka aktiviteter man vill utöva eller hur mycket pengar man kan tänka sig att spendera. Exempel på paket som kan presenteras på en plattform:
  - Vandra flera dagar mellan boenden med dagsturpackning utifrån en ledbeskrivning.<sup>169</sup>
  - En kombination av aktiviteter, som vandring ena dagen och kajakpaddling nästa.
  - Upplevelser med teman som ro och andlighet, fysisk eller mental utmaning eller matupplevelser.<sup>170</sup>
  - Paket för barnfamiljer, med utmaningar som skattjakter.
- Bered plats på plattformen för att lyfta fram aktörer som står för kringsservice och naturturismaktiviteter, men basera urvalet på kvalitetssäkring och aktörernas engagemang för att synliggöra sin verksamhet i anslutning till naturområdet. Om det inte finns resurser för att samla, uppdatera och kvalitetssäkra information om kringsservice kan man länka till det lokala eller regionala turistorganet eller till internationella plattformar som booking.com eller Tripadvisor. Koppla till information om kollektivtrafik, vädertjänster och aktuell status för leder och skidspår. En mobilapp bör kunna ge information om närmaste hållplats och tidtabell.
- Om det är dålig täckning i området eller om ni har en betydande andel utländska besökare, överväg att ordna wifi-lösning och en solcellsdriven laddningsmöjlighet vid entrén till området.
- Vi rekommenderar att man använder digitala audioguider som komplement till texter och bilder i naturvägledningen.
- Inkludera digitala lekar, spel och utmaningar särskilt i naturvägledning för barn och ungdomar.<sup>171</sup>

---

<sup>166</sup> Smålandsleden, 2016

<sup>167</sup> Tourism in Skåne, 2015

<sup>168</sup> Abisko nationalpark gör det på ett bra sätt på [sin webbplats \(www.sverigesnationalparker.se/park/abisko-nationalpark/se-och-gora\)](http://sin.webbplats(www.sverigesnationalparker.se/park/abisko-nationalpark/se-och-gora), där man kan få förslag på turer på alltifrån en halvtimme till en heldag.

<sup>169</sup> Se till exempel sådana erbjudanden på Bohusleden, *Hans Jakobs väg* i Tyskland (Tourism in Skåne, 2015).

<sup>170</sup> Pilgrimsvandringar och meditativa vandringar plockar upp trenden att vi nu fokuserar mer på hjärnans prestationsförmåga, löpningskoncepten svarar mot träningstrenden och matvandringarna mot vår längtan efter äkta och genuina upplevelser. (Tourism in Skåne, 2015)

<sup>171</sup> Se avsnitt 2.4.4.

- Tekniken *förstärkt verklighet* kan användas i appar för mobiltelefoner som verktyg för att synliggöra saker som besökaren annars inte ser.<sup>172</sup> Till exempel hur landskapet förändrats över tiden eller som hjälpmedel för att namnge berg eller andra företeelser i området.
- Om ett mål med naturvägledningen är att besökaren ska lära sig om naturområdet kan någon form av underhållande kunskapstest erbjudas vid besökets slut.
- Uppmuntra besökaren att dela med sig av sina bilder och tankar från platsen, till exempel via sociala medier och genom att använda en hashtag för området. Digitala kanaler ger stora möjligheter till återkoppling från den enskilda besökaren både till förvaltare och andra besökare. Detta är värdefullt även ur marknadsföringssynpunkt.

## 3.2 Rekommendationer till Naturvårdsverket

### 3.2.1 En nationell plattform för digital information om natur

En nationell plattform för digital information om natur har efterfrågats på bred front under många år. Flera initiativ har tagits utan att det blivit verklighet. Många av de cirka 30 svenska aktörer som har kontaktats i denna studie anser att Naturvårdsverket borde ha ett övergripande ansvar och ta ledningen i denna fråga – ingen har uttalat sig emot en nationell lösning.

Det som talar för en nationell lösning är att friluftsutövaren erbjuds en tydlig överblick och ingång till information om natur, vilket underlättar sökandet efter besöksvärda områden<sup>173</sup> och information om dem. En gemensam ingång skulle också göra det lättare för förvaltare och naturturismaktörer att veta var de ska lägga resurser och hur de kan tillhandahålla den typ av information som efterfrågas utan att själva behöva skraddarsy digitala plattformar. Nackdelen är att det är resurskrävande – det krävs samordning, långsiktig finansiering samt en plan för hur man ska inkludera befintliga regionala och lokala plattformar.

Ett eventuellt beslut om en nationell satsning behöver fattas så snart som möjligt så att det blir relativt lätt för aktörer runt om i landet att ansluta sig till den. Aktörer bygger alltmer in sig i de plattformslösningar som de har tagit fram i brist på en gemensam nationell portal.

Flera länsstyrelser har idag valt tjänsten Naturkartan för kommunikation om naturområden, även andra företag kan komma att erbjuda sina tjänster i framtiden.

Några länsstyrelser är tveksamma till det löpande dubbelarbete som det innebär att använda en tjänst som ligger utanför den egna webben. En del länsstyrelser ser den länsstyrelsegemensamma lösningen som byggs idag (Din natur) som ett fullgott alternativ då den erbjuder samordning av kartfunktioner och grundläggande information om skyddade områden – information baserat på data som uppdateras automatiskt från VIC Natur – men har en enklare utformning och erbjuder färre möjligheter i kommunikationen med friluftslivsutövare.

På kommunal nivå används flera plattformslösningar.<sup>174</sup> Kommunerna kan vara tveksamma till gemensamma regionala lösningar om de inte anpassas till deras behov.

Ur friluftslivsutövarens perspektiv finns det inte mycket som talar för flera digitala plattformar med överlappande information och kommunikation om natur. I möjligaste mån bör länsstyrelserna

<sup>172</sup> Se avsnitt 2.4.6.

<sup>173</sup> Framförallt skyddade områden men även besöksvärda oskyddade områden, till exempel tätortsnära friluftsområden, om länsstyrelser och kommuner vill lägga upp dem på plattformen.

<sup>174</sup> Se avsnitt 2.6.5.

samordna sina plattformar nationellt så att deras funktion blir tydlig gentemot kommunerna. Naturvårdsverket bör bistå i en sådan samordning.

Vi rekommenderar att resurser tillgängliggörs för länsstyrelserna för att arbeta med en digital plattform med fler funktioner än vad som idag erbjuds med *Din natur* från länsstyrelsernas it-enhet. Om det inte går att få till de resurserna bör två nivåer av digitala plattformar tas fram och samordnas. Nivå 1 motsvarar *Din natur*<sup>175</sup> enligt dagens ambitionsnivå. Nivå 2 bör Naturvårdsverket samordna, genom en nationell upphandling av en digital plattform som också ställs till länsstyrelsernas förfogande. Efter en upphandling kan de länsstyrelser och kommuner som vill använda nivå 2 göra det.

I en nationell upphandling av lösningen för en nationell digital plattform för skyddad natur för nivå 2 rekommenderas att följande krav ställs:

- a. Utvecklaren ska ha insyn i den fortlöpande utvecklingen på området och löpande vidareutveckla plattformen så att den fungerar tillsammans med andra plattformar, mobiltelefoner och sociala medier, samt med dataförsörjning från VIC Natur.
- b. Plattformen ska kunna användas av samtliga länsstyrelser och de kommuner<sup>176</sup> som så önskar.
- c. Plattformen ska erbjuda en mobilapplikation för hela landet, som fungerar både på Android och på iOS.
- d. Tydliga och valbara ingångar behövs där friluftsutövaren söker sin information, så att hens val kanaliseras ner till några få valbara naturområden. På plattformens webb ska det finnas kryssrutor motsvarande de som finns på utinaturen.fi där man kan välja naturområden utifrån preferenser.
- e. För de län och kommuner som inte använder digitala plattformslösningar för nivå 2 ska man hänvisas vidare till *Din natur*.
- f. Plattformen ska vara lätt att uppdatera för dem som äger informationen.
- g. Den information om naturområden som hämtas från VIC Natur ska automatiskt kunna uppdateras därifrån<sup>177</sup> så att informationen hålls aktuell.
- h. Funktioner som stöder friluftsutövarna både före, under och efter besöket ska erbjudas.<sup>178</sup>
- i. Det ska vara möjligt för användarna att kommentera och tipsa andra om naturområden via plattformen och det ska finnas kopplingar till sociala medier.
- j. Plattformen bör minst vara tvåspråkig – svenska och engelska.
- k. Den ska minst möta den lägsta tillgänglighetsnivå som Förbundet för ett samhälle utan rörelsehinder (DHR) och Post- och telestyrelsen rekommenderar.
- l. Information om leders distans, terräng, underlag, höjdskillnader samt eventuell svårighetsgradering ska finnas med.
- m. Kringsservice<sup>179</sup>, till exempel via regionala turistorganisationers webbsidor och *visit*-sidor, ska kopplas till tjänsten.
- n. Det ska byggas in möjligheter att lägga in information också om allemansrättsligt tillgängliga områden.
- o. Det ska vara möjligt att skriva ut en sammanfattning av informationen med en användbar karta från webben.

---

<sup>175</sup> Se avsnitt 2.6.3.

<sup>176</sup> Länsstyrelser och kommuner kallas för *kunder* nedan.

<sup>177</sup> Se avsnitt 2.6.2 om VIC Natur.

<sup>178</sup> Se avsnitt 2.1.3.

<sup>179</sup> Se avsnitt 2.13 om kringsservice.

- p. Det ska finnas information om lämpliga entréer till naturområdet. En lämplig startpunkt ska kopplas till en karttjänst som ger information om hur man kommer dit med till exempel kollektivtrafik.
- q. Utvecklaren av plattformen behöver kunna visa en långsiktig modell för vidareutveckling samt en plan för hur utvecklare och kunder ska agera om utvecklaren måste lämna över arbetet till en annan aktör.
- r. Tid för upphandling bör vara minst 5 år.

Funktioner som ska vara förberedda på plattformen för att införas av kunden vid behov:

- a. En möjlighet för användare att tipsa om platser och leder som inte redan finns på plattformen.<sup>180</sup> En person som modererar kommentarer och inlägg måste då knytas till plattformen.
- b. Flera språk än två, till exempel tyska.
- c. Terrängkartan ska kunna användas som karta.
- d. Tillgänglighetsanpassade funktioner, utöver lägsta rekommenderade tillgänglighetsnivå. Det kan till exempel vara funktioner som gör plattformen synanpassad, att det finns teckenspråk och bildspråk.
- e. Möjlighet att kunna använda ljudfiler och filmer om naturområden på plattformen.

### 3.2.2 Grupp för nationell och regional samordning mellan turism och friluftsliv

Vi rekommenderar Naturvårdsverket att till plattformens nationella redaktion upprätta eller koppla en nationell grupp för att arbeta med regional samordning mellan turism och friluftsliv. En sådan samordningsgrupp skulle bistå i arbetet med att koppla samman friluftsliv-/naturbesöksmål med turismens infrastruktur. Resultatet skulle kunna bli att friluftslivsaktörer lättare skulle få hjälp att finna information och service i anslutning till information om naturområden och friluftsliv. Aktörer inom turism som erbjuder boende, restauranger och guideverksamhet skulle få fler kunder. Naturturismen i Sverige skulle stärkas och fler skulle ta del av information om svensk natur och dess värden.

### 3.2.3 Samordning av geodata

Naturvårdsverket bör uppdras att se till att ansvarsfördelningen är tydlig för kommuner och länsstyrelser om vem som ska leverera data till databaser.<sup>181</sup>

Den typ av data som behövs för digitala plattformar utöver kartunderlag är främst gränser för skyddad natur, leder (med start- och slutpunkter) och rastplatser. Beskrivningar av naturområden i text och bild behövs också.

Möjliggör för utvecklare av digitala plattformar att bidra till en databas för öppna data. Data skulle därmed göras tillgängliga för fler. Det kan till exempel ske genom att formalisera inmatning av standardiserade data i en databas. En sådan databas skulle bidra till att friluftslivets infrastruktur tillgängliggörs också i övrig samhällsplanering.

Boendet är en viktig del i naturturism och det finns i nuläget inte någon standard eller databas<sup>182</sup> för hur boende kopplas till naturturism. En databas och standard för lagring av boendedata kopplad till områden lämpliga för naturturism skulle kunna nyttjas av dem som tar fram plattformar och av

<sup>180</sup> Se avsnitt 2.9.1 för kvalitetssäkring av sådan information.

<sup>181</sup> Studien har visat att det finns kommuner som anser att det är otydligt vem som ska hålla data uppdaterade om en led går igenom flera kommuner.

<sup>182</sup> Smålandsleden, 2016

turismaktörer generellt. Detta bör uppdras till exempel Tillväxtverket eller annan myndighet som är ansvarig för turism.

### 3.2.4 Finansiera satsningar på digital naturvägledning i kommuner och län

Vi rekommenderar att Naturvårdsverket fortsatt vägleder och uppdras att finansiera satsningar på digital naturvägledning, särskilt med koppling till den nationella plattformen samt i kommuner och län. Vid samtliga satsningar på lokala och regionala digitala plattformar och naturvägledning bör en långsiktig finansiell plan finnas för hur de ska förvaltas, utvärderas och uppdateras.

### 3.2.5 Satsning på geocaching i nationalparker

Naturvårdsverket bör göra en satsning som uppmuntrar friluftsutövare att besöka flera nationalparker, att samla sina besök digitalt, att synliggöra sina resultat på sociala medier och tävla mot andra. Geocaching som kan inbegripa naturvägledning och information om respektive område lämpar sig väl för detta. En lättfunnen geocache kan lokaliseras till varje nationalpark och man kan uppmana besökaren att finna cacher även i andra nationalparker. Ett alternativ är att använda de cacher som redan finns i parkerna, med cache-ägares tillstånd. Det är en fördel om besökaren ska ha lockats att ta del av naturvägledningen för att kunna hitta cachen. Målgruppen kan vara barnfamiljer. För att finna geocachen bör man både behöva tänka till och röra sig i nationalparken. Uppgifterna som man ska klara av kan ändras med jämna mellanrum så att besökare vill komma tillbaka. På en nationell webbsida för utmaningen kan resultatet för de spelare som vill presenteras och det kan även delas ut virtuella [souvenirer](#)<sup>183</sup> för varje nationalpark. Geocacheutmaningen kan vara en av flera digitala utmaningar som presenteras på en nationell ingång för skyddad natur.<sup>184</sup>

## 3.3 Rekommendationer till kommuner och länsstyrelser

### 3.3.1 Särskilda rekommendationer om val av samarbetspart (utvecklare)

Kommuner och länsstyrelser har ofta gjort en kategorisering av sina skyddade områden: I de högst prioriterade områdena har man mer information, naturvägledning och service än i de andra. Vilka tekniska lösningar man väljer att satsa på bör relateras till denna prioritering, vilka informationsbehov som finns, behov av och möjlighet att göra uppdateringar samt vilka kostnader man är beredd att ta – både initialt och över tid i respektive område. För rekommendationer om prioriteringar se kommande *Handledning för planering av naturvägledning i skyddad natur*<sup>185</sup>.

### 3.3.2 Val av plattform för naturinformation i kommun eller län

I avsnitt 3.3.1 ovan rekommenderar vi att Naturvårdsverket uppdras att samordna en nationell plattform för digital information om framförallt skyddad natur för länsstyrelser och kommuner. Tills ett eventuellt beslut om en sådan fattas har vi här sammanställt vilka aktörer som är aktiva på marknaden idag och som kommuner och länsstyrelser kan välja att samarbeta med som tillägg till länsstyrelsernas egna lösningar. En eventuell framtida upphandling kan innebära att även andra aktörer kan komma att erbjuda liknande tjänster.

---

<sup>183</sup> <https://support.groundspeak.com/index.php?pg=kb.page&id=272>

<sup>184</sup> Läs mer om geocaching i avsnitt 2.4.4.

<sup>185</sup> Handledningen tas fram av CNV och beräknas vara klar under våren 2017.

När det gäller övergripande plattformar för natur i kommunen eller i länet finns flera valmöjligheter. För en länsstyrelse finns idag, som ett komplement till länsstyrelsens egna webbplats, framförallt Din natur, Naturkartan och Basetool. Kommuner väljer framförallt mellan Naturkartan och Basetool, men även andra plattformslösningar som inte har så stor spridning. De krav man ställer avgör valet. Några perspektiv på detta val som vi vill lyfta:

- Naturkartan har potential att stödja friluftslivsutövare, särskilt i de delar av landet där plattformen idag redan används och utvecklas. Genom att använda samma plattform som grannkommunen eller -länet, kan friluftslivsutövaren lättare söka friluftsområden över ett större område. Naturkartans plattform är tydligt inriktad mot natur och friluftsliv och företaget har arbetat nära många kommuner och länsstyrelser i framtagande av data och plattformar.
- Om syftet är att visa upp naturområden i sammanhang mer inriktade på turism, kan Basetool vara ett gott val. Den har ett brett fokus men är etablerade inom turismnäringen, med flera smidiga funktioner för turister, som till exempel möjlighet att lägga in flera språk och med koppling till Tripadvisor. Basetool är extra intressant om turistföretag i området redan använder plattformen.
- Om man på samma plattform vill kunna
  - o presentera aktiviteter
  - o koppla till filmer, audioguider eller annan digital naturvägledning
  - o låta besökare kommentera och återkoppla

så är Naturkartan och Basetool bra val.

- Din natur kan vara ett alternativ för en länsstyrelse som inte vill lägga tid på att uppdatera information om skyddad natur både på sin egen webbplats och på en annan plattform<sup>186</sup> samt om man nöjer sig med grundläggande funktioner.

---

<sup>186</sup> Om länsstyrelser tillåts bädda in en annan plattformslösning på sina webbsidor om skyddad natur så skulle de inte behöva uppdatera på två ställen.

## 4. Referenser

### Publikationer

Centrum för naturvägledning, 2014. *Besökarnas tankar – en metodstudie*. Rapporter Institutionen för stad och land nr 3/2014.

Ekoturismföreningen, 2015. *Turism i Kosterhavets nationalpark - Förslag till samverkansmodell mellan turism och förvaltning*. Förslag till samverkansmodell kring turism i Kosterhavets nationalpark. Strömstad den 11 november 2015.

Emmelin, Fredman, Lisberg Jensen & Sandell, 2010. *Planera för friluftsliv – natur, samhälle och upplevelser*.

ETOUR, 2014. *Besök och besökare i fjällen: Resultat från en undersökning avseende svenskarnas fritidsaktiviteter i fjällen, besök i olika fjällområden, landskapsrelationer, fjällen i sociala medier, upplevelser av vindkraft och attityder till skyddad natur*. Rapport 2014:3.

ETOUR, 2015b. *Undersökning bland besökare i södra Jämtlandsfjällen sommaren 2013*. Rapport 2015:2 .

ETOUR, 2016. *Dagens miljömål och framtidens fjällupplevelser: lakttagelser av aktivitetsmönster, landskapsrelationer och kommunikationsformer*. Rapport 2016:3.

Fylkesmannen i Oppland, 2016. *Bruk og brukere i Femundsmarka og Gutulia sommaren 2015*. Rapport.

Journal of the Association for Heritage Interpretation, 2016. *Benchmark project. Game on: Using technologies to engage young people with the historic environment*. Volume 21, Number 1, Summer 2016.

Naturvårdsverket, 2007. *Ring naturen. Utvärdering av mobil naturvägledning i Tyresta nationalpark*. Rapport 5585. Juni 2007.

Naturvårdsverket, 2013. *Tillgängliga natur- och kulturområden – en handbok för planering och genomförande av tillgänglighetsåtgärder i skyddade utomhusmiljöer*. Rapport 6562. April 2013. Handboken är framtagen av Naturvårdsverket, Riksantikvarieämbetet och Handisam.

Naturvårdsverket, 2015a. *Friluftsliv 2014. Nationell undersökning om svenska folkets friluftsvanor*. Rapport 6691. Oktober 2015.

Naturvårdsverket, 2015b. *Sveriges nationalparkers besökare. Resultat från besökarundersökning 2014*. Rapport 6687. Augusti 2015.

Naturvårdsverket, 2015c. *Organiserat friluftsliv och naturturism i skyddad natur – Vägledning för förvaltare*. Rapport 6686. September 2015.

Naturvårdsverket, 2016. *Besökarundersökning längs det statliga ledsystemet i fjällen. Resultat från sommaren 2014*. Rapport 6710. April 2016.

Sandberg, E. och M. Sannebro (2003). *Besökare i naturreservat – metodstudie och resultat av en enkätundersökning i Stockholms län 2002*. Rapport 2003:10 från naturvårdsenheten, Länsstyrelsen i Stockholms län.



SCR och SLAO i samarbete med Kairos Future (2013). *Framtidens utomhusupplevelser. En rapport om hur ute blir inne.*

Svenska turistföreningen, 2014. *Get Real Summer 2014. 1521 dagar på fjället. Get Real ger vägledning för framtida planering.* Rapport.

Svenska turistföreningen, 2015. *Barn i fjällmiljö. Get Real 2015. 2261 dagar på fjället.* Rapport.

Tourism in Skåne, 2015. *Vandringsturism.* Rapport från 150222.

Wallström, Å., Ek Styvén, M., Engström, A. och T. Foster (2016). #06 *MORGONDAGENS TURIST Hur ska besöksnäringen bemöta e-generationen?* Forskningsrapport, Luleå tekniska universitet.

### Övriga digitala källor

Creuna, 2012. Powerpoint-fil från februari 2012 där förstudien presenteras.

DNT, Nye UT.no – din turvenn på mobil, nettbrett og pc. <https://artikkel.ut.no/artikkel/1.11692253/>  
Artikel publicerad 140602.

ETOUR, 2015a. Pressmeddelande 151106.

Sjöblom, 2016. Inspelad intervju: <https://www.youtube.com/watch?v=vx-FBK4AwSE&feature=youtu.be>

Smålandsleden, 2016. *Kriterier för mobilapp.* Dokument från 161203.

Visit Sweden, 2016. *Besöksnäringens målgruppsguide.* <http://corporate.visitsweden.com/vart-uppdrag/malgrupper/>

Waern och Rosqvist, 2016. Inspelad intervju: <https://youtu.be/8o7KDt5-o8g>

### Telefon-, Skype- och e-postkorrespondens

Turistsupport i Sverige AB, 2016 och 2017. Skype-möte med Knut Bergsten och Sven Caspersson på Turistsupport i Sverige AB 161201 samt e-postkorrespondens från december 2016 till januari 2017.

DHR, 2016. Telefonsamtal med Karolina Celinska på DHR 161028.

DNT, 2016 och 2017. E-postkorrespondens med Christian Strand på DNT från november 2016 till januari 2017.

Forststyrelsen, 2016 och 2017. E-postkorrespondens med Carina Wennström på Forststyrelsen från oktober 2016 till januari 2017.

Friends of Acadia, 2016. E-postkorrespondens med Paige Steel på Friends of Acadia från november till december 2016.

Länsstyrelsen i Stockholms län, 2016 och 2017. E-postkorrespondens med Björn Carlberg från november 2016 till januari 2017.

Länsstyrelsernas centrala it-enhet, 2016. Telefonsamtal 161011 och e-postkorrespondens under oktober och november 2016 med Henrick Blank som arbetar med Din natur under hösten 2016.

Malvacom, 2016. Telefonsamtal med Fredrik Maller 161202.

Mariestads kommun 2016 och 2017. E-postkorrespondens med Lotta Samuelsson på Mariestads kommun från november 2016 till januari 2017.

Naturskyddsföreningen i Stockholms län, 2016. Telefonsamtal 161014 med Katrin Jones Hammarlund, kanslisamordnare och projektledare.

Naturvårdsverket, 2016. E-postkorrespondens med Jenny Hanell på Naturvårdsverket från juni till december 2016.

Mullsjö kommun, 2016 och 2017. E-postkorrespondens med Glenn Larsson på Mullsjö kommun från november 2016 till januari 2017.

Myndigheten för delaktighet, 2016. E-postkorrespondens med Jonas Andersson på Myndigheten för delaktighet från september till november 2016.

OutdoorMap AB, 2016 och 2017. Telefonsamtal och e-postkorrespondens med Emil Hellström och Kristofer Björkman på OutdoorMap AB från juni 2016 till januari 2017.

Skåneleden, 2016. E-postkorrespondens med Sofie Norrby på Skåneleden under oktober och november 2016.

Skärgårdsstiftelsen, 2016. E-postkorrespondens med Sandra Löfgren under oktober och november 2016, projektledare *Utbildningsplats Skärgården*, Skärgårdsstiftelsen.

STF, 2016. Telefon- och e-postkorrespondens med Niklas Winbom på STF under oktober 2016.

Sveaskog, 2017. E-postkorrespondens med Ola Söderdahl på Sveaskog under januari 2017.

Turistrådet Västsverige, 2016. E-postkorrespondens med Johan Engström på Turistrådet Västsverige under oktober och november 2016.

Uddevalla kommun, 2016 och 2017. E-postkorrespondens med fritidsintendent Anders Krylberg på Uddevalla kommun från oktober 2016 till januari 2017.

Tyresta nationalpark & Länsstyrelsen i Skåne, 2016 och 2017. E-postkorrespondens Per Wallsten och Per-Magnus Åhrén 2016 och 2017.

Utöver de aktörer som nämns här ovan har vi under arbetet varit i kontakt med följande aktörer: samtliga länsstyrelser, naturinformatörer, samtliga naturum, många ledförvaltare i Sverige (utifrån sändlista tillhandahållen av Upplandsstiftelsen), Ekoturismföreningen, Friluftsrådet, Visit Sweden, ETOUR samt Köpenhamns universitet och norska Statens Naturoppsyn.

Förfrågningar om goda exempel på digital naturvägledning och information samt utvärdering av dem skickades ut under juni–september 2016 till:

- CNV:s nätverk på ca 1800 e-postmottagare i främst Sverige men även i Norge och Finland

- Facebook-grupperna: [Naturvägledare i Sverige<sup>187</sup>](#), [Interpretive think tank<sup>188</sup>](#), [Interpret Europe<sup>189</sup>](#), [Interpretation Australia<sup>190</sup>](#), [NAI region 10<sup>191</sup>](#), [NAI Region 6<sup>192</sup>](#) och [#diginterp<sup>193</sup>](#)
- [CNV:s Facebook-sida<sup>194</sup>](#)
- LinkedIn-grupperna: [Naturvägledare i Sverige<sup>195</sup>](#), [AHI<sup>196</sup>](#) och [NAI<sup>197</sup>](#)

---

<sup>187</sup> <https://www.facebook.com/groups/155879047847443/?fref=ts>

<sup>188</sup> <https://www.facebook.com/groups/themethinktank/?fref=ts>

<sup>189</sup> <https://www.facebook.com/groups/1504961966476779/?fref=ts>

<sup>190</sup> <https://www.facebook.com/interpretationaustralia/>

<sup>191</sup> <https://www.facebook.com/groups/1549027481999462/?fref=ts>

<sup>192</sup> <https://www.facebook.com/groups/546560715413102/?fref=ts>

<sup>193</sup> <https://www.facebook.com/groups/diginterp/?fref=ts>

<sup>194</sup> <https://www.facebook.com/naturvagledning/?fref=ts>

<sup>195</sup> <https://www.linkedin.com/groups/4941350>

<sup>196</sup> <https://www.linkedin.com/groups/4078892>

<sup>197</sup> <https://www.linkedin.com/groups/114276>

## Bilaga 1. Svenska exempel

Här följer en lista på de svenska exempel på digital naturvägledning och naturinformation som vi har kommit i kontakt med under arbetet med denna rapport.

### Nationalparker

- Nationalparkswebben: [www.sverigesnationalparker.se](http://www.sverigesnationalparker.se)
- Appen *Vandring i Kosterhavet* om Kosterhavets nationalpark.

### Regional och kommunal nivå

- Länsstyrelsernas webbsidor om skyddad natur
- Länsstyrelsen i Värmlands bloggar om Vilt- och rovdjursförvaltning Värmland, Reservatsbildning i Klarälvsdeltat, Varmlandsfiske, LIFE-projektet Vätern.
- Länsstyrelsen i Skånes karttjänst och information om leder: <http://ext-webbgis.lansstyrelsen.se/Skane/Ledinventering/>
- Länsstyrelsen i Örebro läns guide för naturturismföretag [www.lansstyrelsen.se/orebro/naturturism](http://www.lansstyrelsen.se/orebro/naturturism), deras [Guide till tillgängliga reservat](#)<sup>198</sup> och deras [Utflyktsguide](#)<sup>199</sup>.
- Länsstyrelsen i Örebro läns teckentolkade presentationer i [reservatsutflyktsguide](#)<sup>200</sup>
- Länsstyrelsen i Gävleborg läns utflyktsguide HITTA UT i digital form: <http://www.lansstyrelsen.se/Gavleborg/Sv/djur-och-natur/skyddad-natur/naturreservat/Pages/index.aspx>
- Naturum Blekinges digitala utflyktsguide [www.naturumblekinge.se/utflyktsmal](http://www.naturumblekinge.se/utflyktsmal)
- Appen [Naturguide Härnösand](#)<sup>201</sup> för besöksplatser i kommunen inom kategorier som fågelskådningsplatser, badplatser, utsiktsplatser, vandringsleder etc.
- Appen [Upptäck Stockholm](#)<sup>202</sup> för att hitta besöksmål inom kategorierna sommar, naturskönt, fartfyllt, vattenfröjd, rogivande, leklust och stadsliv.
- Appen [Upptäck Växjö](#)<sup>203</sup> där man får guidade turer om glaskonst, kulturhistoriska sevärdheter i centrum, en guidad tur runt Växjösjön och en cykeltur längs sjöarna till slott och herresäten.
- [Ale kommuns sidor för Natur- och kulturguide](#)<sup>204</sup> som exempel på en geodataplattform som några kommuner i Västsverige, med Göteborg i spetsen, arbetar med att utveckla.<sup>205</sup>
- Appen Naturguide Lund visar natur i Lunds kommun.
- Appen Naturtipset visar natur i Uppsala län.

<sup>198</sup> <http://www.lansstyrelsen.se/orebro/Sv/djur-och-natur/skyddad-natur/naturreservat-och-nationalparker/utflyktsguide/Pages/reservat-tillgangliga-for-personer-med-funktionsnedsattningar.aspx>

<sup>199</sup> <http://www.lansstyrelsen.se/orebro/Sv/djur-och-natur/skyddad-natur/naturreservat-och-nationalparker/utflyktsguide/Pages/Index.aspx>

<sup>200</sup> <http://www.lansstyrelsen.se/orebro/Sv/djur-och-natur/skyddad-natur/naturreservat-och-nationalparker/utflyktsguide/Pages/Index.aspx>

<sup>201</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=se.osynlig.naturguiden&hl=sv>

<sup>202</sup> <https://itunes.apple.com/se/app/upptack-stockholm/id433409869?mt=8>

<sup>203</sup> <https://itunes.apple.com/se/app/rundturer-i-vaxjo/id438924855?mt=8>

<sup>204</sup> <http://ale.se/bygga-bo--miljo/natur/natur--och-kulturguide.html>

<sup>205</sup> Korrespondens med Uddevalla kommun 2016 och 2017.

- Appen Access Nature uppmanar besökare i naturområden att dela med sig av sin naturinformation och sina platser i Ljungandalen.
- [Naturkartan](#)<sup>206</sup> finns som app och webb för bl.a. flera kommuner och län.

#### Vandringsleder:

- [Kullaleden](#)<sup>207</sup>, [Bergslagsleden](#)<sup>208</sup>, [Skåneleden](#)<sup>209</sup>, [Skaraborgsleder](#)<sup>210</sup>, [Östgötaleden](#)<sup>211</sup>, [S:t Olavsleden](#)<sup>212</sup>, [Sörmlandsleden](#)<sup>213</sup>, [Vandra i Sjuhärad](#)<sup>214</sup>, [Bohusleden](#)<sup>215</sup>,
- [Värmlandsleder](#)<sup>216</sup> på [Facebook](#)<sup>217</sup> och [Instagram](#)<sup>218</sup>.
- Skåneleden på Alltrails: <http://www.everytrail.com/guide/skneleden-trail-arild-mlle>
- [Sörmlandsledens Facebook-grupp](#)<sup>219</sup>
- Appen *Upplandsleden* visar information om och hjälper besökare att navigera på Upplandsleden.

#### Fjällen

- Appen STF i fjällen: <https://www.svenskaturistforeningen.se/ny-app-oppnar-fjallen/>

#### Forum

- Friluftsportalen [www.utsidan.se](http://www.utsidan.se)

#### Koppling mellan kollektivtrafik och naturområde

- Vattenriket samarbetar med [Skånetrafiken](#)<sup>220</sup> som lagt in alla deras besöksplatser i sin reseplanerare. Prova till exempel att söka resa från Lund C till Pulken.

#### Audioguides

- [Laterna Guide](#)<sup>221</sup>

---

<sup>206</sup> <http://www.naturkartan.se/>

<sup>207</sup> <http://kullaleden.se/>

<sup>208</sup> <http://www.bergslagsleden.se/>

<sup>209</sup> <http://www.skaneleden.se/>

<sup>210</sup> <http://www.skaraborgsleder.se/>

<sup>211</sup> <http://maps.ostgotaleden.se/sv/ostgotaleden/211164/Information>

<sup>212</sup> <http://www.stolavsleden.com/>

<sup>213</sup> <http://www.sormlandsleden.se/>

<sup>214</sup> <http://www.vandraisjuharad.se/>

<sup>215</sup> <http://www.bohusleden.se/>

<sup>216</sup> <http://varmlandsleder.se/>

<sup>217</sup> <http://facebook.com/varmlandsleder>

<sup>218</sup> <http://instagram.com/varmlandsleder>

<sup>219</sup> <https://www.facebook.com/groups/116335305043866/?fref=ts>

<sup>220</sup> <https://www.skanetrafiken.se/>

<sup>221</sup> <http://laternavox.com/>

- U-turn round: <http://www.lexter.se/utomhus>
- Länsstyrelsen i Örebro läns ljudguider till de skyddade områdena [Skärmarbodabergen](#)<sup>222</sup>, [Herrfallsäng](#)<sup>223</sup>, [Knuthöjdsmossen](#)<sup>224</sup>. Nås via telefonnummer samt QR-koder, exempelvis Knuthöjdsmossen 0591-71900.
- Ljudguide på Utö: <http://irismedia.se/uto>
- Audioguider på svenska, engelska, tyska och arabiska på naturum Hornborgasjön.
- Linné ger tips via audioguide längs Linnéstigarna i Uppsala: [Linnéstigarna](#)<sup>225</sup>
- Dramatisering och beskrivning av kulturminnen i Össeby socken, som Stockholms läns museum gjort. <http://www.irismedia.se/brottby>. Finns med syntolkning.
- Talande träd i Vasaparken i Uppsala med audioguider av Biotopia. Nås via QR-koder. Ex: <http://www.biotopia.nu/images/stories/mp3/sotkorsbar128.mp3>
- Göteborgs botaniska trädgårds app: <http://www.botaniska.se/sv/kulturplattformen/Goteborgs-Botaniska-Tradgard/Startsida-Goteborgs-Botaniska-tradgard/Besok-oss1/Guidningar>
- Skånes hembygdsförbunds app *Tidsmaskinen*. För digitala rundvandringar. <http://tidsmaskinen.certec.lth.se/> och [www.hembygd.se/skane/tidsmaskinen](http://www.hembygd.se/skane/tidsmaskinen)
- Audiowalken *Being in the Dark* <https://soundcloud.com/audiowalk-mich-lundell/being-in-the-dark>
- Bergianska trädgården låter besökare ladda ner audioguide innan besöket, [läs mer här](#)<sup>226</sup>
- <http://www.mobilestorytelling.se/>

#### Geotour

- The heart of Sweden Geotour <http://www.theheartofsweden.com/geotour>

#### Testa kunskaper

- <http://jagareforbundet.se/utbildning/testa-dina-kunskaper/kanner-du-igen-faglarna/>

#### Artbestämning och medborgarforskning

- Naturens kalender [www.naturenskalender.se](http://www.naturenskalender.se)
- [SOF Birdlifes digitala material/läromedel om biologisk mångfald](#)<sup>227</sup> som tas fram med företagen iGoTerra och Läromedia. Inkluderar bl.a. foto/film och en tävling mellan skolklasser om att kryssa arter.
- Fisknyckeln: <http://www.artdatabanken.se/aktuellt/aktuellt/2014/juni/ny-version-av-fisknyckeln/>

<sup>222</sup> <http://www.lansstyrelsen.se/orebro/Sv/djur-och-natur/skyddad-natur/naturreservat-och-nationalparker/sevarda-naturmiljoer/nora/skarmarbodabergen/Pages/index.aspx>

<sup>223</sup> <http://www.lansstyrelsen.se/orebro/Sv/djur-och-natur/skyddad-natur/naturreservat-och-nationalparker/sevarda-naturmiljoer/hallsberg/herrfallsang/Pages/index.aspx>

<sup>224</sup> <http://www.lansstyrelsen.se/orebro/Sv/djur-och-natur/skyddad-natur/naturreservat-och-nationalparker/sevarda-naturmiljoer/hallefors/knuthojdsmossen/Pages/index.aspx>

<sup>225</sup> [http://www.linnestigarna.se/om\\_linnestigarna/](http://www.linnestigarna.se/om_linnestigarna/)

<sup>226</sup> <http://www.onspotstory.com/sv/audioguide/sv/1079/Vatmarken-i-Bergianska-tradgarden>

<sup>227</sup> <http://biodiversitetsdagen.se/#!/start>

- Tyresta nationalparks sida där man uppmuntras rapportera arter:  
<http://www.tyresta.se/observationer/>
- Artportalen [www.artportalen.se](http://www.artportalen.se)

#### QR-koder

- Vattenrikets arbete med QR koder:  
<http://www.vattenriket.kristianstad.se/projekt/pdf/QR.pdf>

#### Radio

- Naturpodden är skapad som ett slags digital naturvägledning där det personliga berättandet syftar till att skapa en nyfikenhet inför de platser eller fenomen som de som gör podden söker efter eller besöker <http://www.biotopia.nu/author/naturpodden/>

#### Förstärkt verklighet

- App i Gamla Uppsala. <http://www.disirproductions.se/>

#### Google earth street view och panoramavy

- Finns på flera naturområden i Sverige, bl.a. på [Kullaleden](#)<sup>228</sup>, [Höga kusten](#)<sup>229</sup> och på [Kungsleden](#)<sup>230</sup>.

#### Övrigt

- Trafikverkets kikaranordning vid trafikplats Tanum, som fungerar som en tidsmaskin för landskapet. Finns ett fotograferat panorama i kikaren och små enkla animeringar som går igång vid vissa intressepunkter som finns markerade på panoramat.
- Naturum Vattenrikets åkattraktion Opteryx. [Läs mer om Opteryx här](#)<sup>231</sup>.

---

<sup>228</sup> <http://kullaleden.se/>

<sup>229</sup> <http://old.friluftsbbyn.se/aktiviteter/vandra-i-hoga-kusten-2/vandringskarta-google/>

<sup>230</sup> <http://googlesepress.blogspot.se/2015/03/nu-kan-du-ta-del-av-kungsleden-och-20.html>

<sup>231</sup> <http://www.vattenriket.kristianstad.se/projekt/pdf/opteryx.pdf>

## Bilaga 2. Hur man bör planera och utvärdera naturvägledning

För framtagandet av all naturvägledning är det viktigt att planera utifrån några principer. Ett rekommenderat tillvägagångssätt finns i *Handledning för planering av naturvägledning i skyddade områden*<sup>232</sup>, som kommer i början av 2017<sup>233</sup>. Handledningen knyter an till *Tillgängliga natur- och kulturområden – en handbok för planering och genomförande av tillgänglighetsåtgärder i skyddade utomhusmiljöer*<sup>234</sup>.

### Message before media – berättelsen först!

Den viktigaste principen för planering av naturvägledning och information är att inventera och planera innan man väljer media och produkter. Naturvägledning utgår från berättelser för att lyfta platsens/områdets värden. Valet av medium ska utgå från och bidra till det man vill berätta, och underlätta kommunikationen. Att noga tänka igenom vad man vill lyfta, för vem och hur det ska gå till minskar risken att välja medier som inte bidrar till naturvägledningens syfte, inte tilltalar målgruppen eller innebär att man låser in sig i dyra tekniska lösningar.

### Arbetsgrupp och syften

Börja med att bjuda in berörda aktörer till en arbetsgrupp eller samråd. Att synliggöra dessa och låta fler bidra till arbetet är en viktig investering för hållbart genomförande. Arbetsgruppens första uppgift är att formulera syften – vad man vill åstadkomma med interpretationen/naturvägledningen.

### Fem planeringssteg:

#### 1 Definiera platsen/området

Det är viktigt att samlas kring en gemensam bild av en plats/ett område och dess sammanhang.

#### 2 Inventera platsen/området, dess värden och sammanhang

##### 2a. Beskriv värden för naturvägledning

Inventeringen ska framförallt svara på frågan om vad som är unikt och speciellt med området.

##### 2b. Lär känna besökarna – för vem ska naturen/kulturmiljön tillgängliggöras?

Att förstå vilka befintliga och önskade besökare är utgör en viktig del i planering av naturvägledning, även om skyddad natur i grunden ska göras tillgänglig för alla.

##### 2c. Kartlägg aktörer och intressenter med anknytning till platsen/området

Här beskrivs också om platsen/området ingår i en större destination eller annat sammanhang.

##### 2d. Sammanställ ekonomiska och personella resurser för naturvägledning

##### 2e. Analysera den insamlade informationen

#### 3 Planera framåt!

##### 3a. Välj målgrupper

##### 3b. Definiera tema och eventuella underteman

Ett tema är en röd tråd/huvudidé som man bygger interpretationen kring i ett område/på en plats.

##### 3c. Välj resurser och platser för interpretation

Här tar man ställning till frågor som: Vilka objekt/platser kan ge liv åt vårt tema? Vid vilka målpunkter kan besökaren bäst uppleva vår berättelse, med flera sinnen? Vilka prioriteringar behöver göras?

##### 3d. Formulera mätbara mål

---

<sup>232</sup> CNV och Naturvårdsverket

<sup>233</sup> Det finns även stöd i *Platsens berättelser – metodhandledning för interpretationsplanering* av CNV och Riksantikvarieämbetet.

<sup>234</sup> Naturvårdsverket, 2013



#### **4 Utforma produkter för interpretation/naturvägledning – välj media och kanaler**

##### *4a. Val av produkter/metoder*

Exempel: guidning, utställningar, stigar, upptäckarplatser, storytelling, digitala metoder som audioguidar, webbkameror, appar, vevbara mp3-spelare och så kallad förstärkt eller virtuell verklighet.

##### *4b. Beskriv produkterna*

##### *4c. Testa före säsättning*

Diskutera den tilltänkta produkten med en fokusgrupp för att stämma av intressen och önskemål.

#### **5 Planera för genomförande och utvärdering**

##### *5a. Samverkan, ansvar och roller*

Vem gör vad och när? Vem ansvarar för att genomföra planen och för den fortsatta förvaltningen?

Utvärdera informationsmaterial och naturvägledning återkommande för att säkra deras kvalitet och att de motsvarar de mål man satt. Gör det för digital naturvägledning och information till exempel genom att

- hålla koll på antal besök på webbsidor och appar och hur besökarna rört sig på dem
- söka på sociala medier efter inlägg om aktuella naturområden
- ställa korta frågor till webbplatsbesökare eller app-användare någon gång per år
- observera på plats hur besökarna använder naturvägledningen – använder de sin mobiltelefon vid avsedd plats o.s.v.
- fråga besökarna om vilka tankar besöket väckt hos dem – *tankelisting*.

Om det görs generell enkätundersökning till personer i ett län eller kommun: försök få med frågor om friluftsliv och hur man önskar information i digitala medier.