

Anteckningar från webinarium om aktörssamverkan efter utbildning

26 augusti 2021

SLU Centrum för naturvägledning (CNV) höll i webinariet på uppdrag av Naturvårdsverket. Det ingick i arbetet med nationalparkernas nya varumärke. Per Sonnvik och Katrin Jones Hammarlund höll i det från CNV.

Temat på detta webinarium var hur man som förvaltare kan samarbeta med de lokala aktörerna efter att man har hållit i aktörsutbildningen.

Då det blev problem med inspelningen för detta webinarium så har vi här nedan skrivit ner vad som sades under webinariet och sammanfattat samtalen.

Det var anmält 19 deltagare, inklusive föreläsare. En av de få som inte jobbade på en länsstyrelse var en representant från projektet Naturturism-Skyddad Natur. Det är ett projekt som ska skapa förutsättningar för naturturism-entreprenörer att etablera verksamhet och skapa produkter i Färnebofjärdens nationalpark och i naturreservat i Gästrikland.

Deltagarna på webinariet uppmanades svara på frågan *Har ni jobbat med samverkan för era lokala aktörer efter er aktörsutbildning?* Svaren blev:

- ja mycket: 20 %
- ja lite: 33 %
- nej: 0 %
- Vi har inte hållit i aktörsutbildning än: 26 %
- jag jobbar inte med förvaltning av nationalpark: 20 %.

Nationalparker som hållit i aktörsutbildningar – två exempel

När webinariet hölls hade nio nationalparker hållit i aktörsutbildningar. Det varierar stort hur mycket förvaltarna har jobbat med de lokala aktörerna efter utbildningarna. Utöver de två nationalparksexempel som presenterade på detta webinarium berättade Per Sonnvik om intressanta exempel:

Söderåsen

- Man har haft lite olika inriktningar på de utbildningar som hållits, bl a om Friluftslivets år.
- överväger att ge godkända lokala aktörer ambassadörskap för nationalparken och att de då får behörighet att kommunicera om vad man får och inte får göra i parken.
- I samband med aktörsutbildningen har man vid senaste utbildningen också erbjudit ett test av guiders kunskaper om nationalparken. De godkända får då en lokal guidediplomerings.

- Nationalparken håller även i en dagslång utbildning i naturvägledning för lokala aktörer. Det är en version av tvådagars guideutbildningen som är framtagen för alla naturums säsongspersonal.

Hamra och Färnebofjärden

- Länsstyrelsen i Gävleborgs län uppmanar lokala aktörer som gått aktörsutbildningen för Hamra och Färnebofjärden att delta på olika workshoppar och kurser för naturturism och närverksbyggande
- För aktörer vid Färnebofjärdens nationalpark hållet Ist numera digitala nätverksträffar 2 ggr/år för att stämma av vad som behöver utvecklas/ventileras. Då har de alltid en lägesrunda vid dessa träffar med fokus på frågorna som finns i instruktionerna för "Återkoppling vid årlig träff för lokala aktörer".

Flera av de aktiviteter som nämnts ovan görs förmodligen även av andra länsstyrelser.

Aktörssamverkan för Kosterhavets nationalpark

Anders Tysklind

Yttre Hvale nationalpark i Norge. Redan kring bildandet de nationalparkerna i Sverige och Norge jobbade man med utbildningar för aktörer och hade diplomering, för värdsskapsföretag i nationalparken. Påminner en del om varumärkesarbetet. Att ge en komp om att skapa nätverk för företag att samarbeta med varandra. Och ha med sig en kunskap om hur de kommunicera med besökare. Om att öppna upp området och tillgängliggöra det. Så utbildningar funnits med och utbildningar har utvecklats.

Syftet för nationalparken fungerar bra fortfarande.

Ser människan som en del av helheten. Blir då en klar koppling till verksamhet som sker i nationalparken, att det ska ske på ett hållbart sätt.

Har hela tiden velat se hur kommersiell verksamhet kan utnyttjas för lokal hållbar utveckling.

Man ser i nationalparken människan som en del av mångfalden.

Har börjat teckna aktörsavtal med utbildade aktörer.

Aktörerna vill att det ska ställas krav på dem i samarbetet med nationalparken.

Vi ska vara överens om begreppet och syftet med den här nationalparken. Att man står bakom det och kan förmedla det vidare till sin besökare. Att aktörerna kan förklara de föreskrifter som man har i nationalparken för sina besökare, och som finns för att bevara värdena i nationalparken.

Avtalen är individuella och ser olika ut. Att det finns en beskrivning av verksamheten och vilken vision de har av den. Att man har med ett antal punkter om vad man ska jobba med på kort och lång sikt.

Att man ska vara en ambassadör och ha samma bild av nationalparken som de som jobbar med förvaltningen.

Att de jobbar med ständiga förbättringar: hur man hanterar material i företaget till bränsleförbrukning mm, för att jobba framåt.

Har en revidering av avtalen varje år. Det är ett ettårsavtal. Följer upp dem individuellt och sätter upp nya mål. Då får förvaltningen en återkoppling på individuell nivå från aktören. De kan ha egna synpunkter men också ha fått synpunkter från sina kunder.

På en bredare nivå har man nätverksträffar två gånger per år. Innehållet på träffarna varierar men de kopplas till en löpande utbildning som pågår med aktörerna, med träffarna. Aktörerna kan också ta kontakt med förvaltningen löpande.

På träffarna är det kunskapsutbyte. Förvaltningen kan förmedla nyheter om t ex projekt, som ålgräs-restaurering, om korallrev och slätterängar. Man bygger upp en kunskap om naturvården i områden. Åt andra hållet, t ex i grupp om hur aktörerna upplever att förvaltningens arbete kan utvecklas.

Aktörer kan också träffa varandra och komma fram till nya former av samverkan. Det är en uttalad önskan om att hitta de plattformar där de kan träffa varandra

Tillsyn: aktörerna blir inte tillförordnade tillsynsvakter, men de är ute i området och får gärna rapportera till förvaltningen om de ser något.

Läget nu: har fem avtal klara och ytterligare fem på gång. ledord är en löpande samverkan och dialog: man bygger upp ett lag kring hållbarhet för besökare.

Frågor till Anders:

Hur han ni hanterat detta under pandemin?

Har lyckats ha verksamhet utomhus. har varit knöligare, men har ändå lyckats. Första pandemivåren flyttade man mötena framåt, träffade utomhus tillslut och sedan har man kört digitala träffar. Hoppas kunna ses sedan inomhus.

Vilka är aktörerna?

Kulturscen, kajakguide företag, campingägare, båtoperator med guideverksamhet. Det är tydliga aktörer mot besökarna. Funderar lite på hur man ska hantera om det kommer stora aktörer, som t ex stora hotellanläggningar med flera hundra anställda och som i sin tur anlitar guider. Hur hanterar man det i denna kontext? Det får inte vara för enkelt att få ett sådant avtal. Kan bli intressant att formulera ett sådant avtal beroende på vilken aktör det blir. Det kanske blir en framtida utmaning.

Har ni förnyat alla avtal?

Första året har inte gått än, så vi har inte kommit dit. Behöver kunna ha en riktig i avtalen: det hållbara och ledorden i varumärket. Och att jobba med ständiga förbättringar.

Ställer ni krav på företaget gällande hållbarhetscertifiering? Nej, de får beskriva sitt miljöarbete i företaget. Det är små företag, så Nature's best skulle kunna vara aktuellt som en märkning de har

men inte ISO-certifieringar. Finns en tydlig ambition bland berörda kommuner, som pratar om hållbar destination. Vad menar vi med hållbarhet och vad bör utvecklas och avvecklas? Man kan kolla på information om Hållbarhetsklivet från Turistrådet i Västsverige – gäller att klä principerna med åtgärder och att man går framåt.

Store mosse nationalpark nämner i chatten att de ställer samma krav om hållbarhet för de lokala aktörerna där som Kosterhavets nationalpark verkar göra.

Hur informerar ni till nya företag om möjligheten att bli godkänd aktör?

Dels via nätverksträffarna och det där deltar nya aktörer och dels genom förvaltningens ständiga närvaro i området. Förvaltningen har också informerat om möjligheten via turistrådet i Västsverige. Bra att de som tänker tankarna tänker till och närmar sig det. Att det kommer inifrån och att de funderar på vad de kan bidra till området och att upplevelser blir så bra som möjligt och hur de kan jobba genom varumärket. Det är bra att det inte går för snabbt heller.

Vad av det som ni gör i Kosterhavets nationalpark för era lokala aktörer anser du att även andra nationalparksförvaltare kan göra för sin aktörer?

Varumärket är en generell bas och alla nationalparker ser olika ut med des besökare. Det vore väldigt bra att få hjälp att förmedla vårt uppdrag som förvaltare av värdefull natur. Att det också förmedlas av aktörerna som håller i upplevelser. De som jobbar med naturvården i den aktuella nationalparken är nog bäst lämpade att förmedla kunskapen om hur man gör det. vi förvaltare skulle kunna dela trips och trix till varandra, t ex gällande avtal. Om vad som går bra och mindre bra.

Vad du tar med sig från presentationen om aktörssamverkan för Kosterhavets nationalpark?

Mentimeter



Figur 1: Kommentarer från menti.com om vad webinariedeltagarna tog med sig från presentation om aktörssamverkan för Kosterhavets nationalpark.

Kullaberg – European Charter for Sustainable Tourism

Daniel Åberg

Finns många företag i kommunen som är beroende av Kullaberg och dess turismnäring. Kommunen är väldigt drivande i utveckling av turism. Länsstyrelsen pratar gärna hållbarhet. Har behövt land i något tillsammans. Har under flera år haft ett forum en gång om året om Kullaberg där flera olika

aktörer har deltagit. Runt 2015 kom man i kontakt med Europarc Federation och dess *Charter for Sustainable Tourism*. Ett verktyg för mycket av det som man redan gjorde, tillsammans med aktörerna. Man skulle ta fram en strategi, göra en SWOT-analys och en handlingsplan med aktörer. Handlingsplanen ska man få godkänt och sedan jobba med under fem år. Man ska ringa in de frågor man ska jobba med tillsammans. Riktlinjer tas fram tillsammans. Det är inte föreskrifter eller beslut utan hur kommer det se ut framåt. Hur berget kan nyttjas på ett hållbart sätt. Möten har hållits i både stor och mindre grupper, t ex om trafikfrågorna, eller cyklingen på berget. De aktörer som känner sig intresserad av de frågorna har jobbat med det. Sedan har man fått rösta. Om någon röstar nej till ett förslag tas det bort. Om ett förslag får gult behöver man revidera det och det är bara om ett förslag får grönt som man kommer vidare med det. Så därför tog det från 2015-2017 innan man kunde få ett certifikat.

Europarc har 400 medlemmar runt om i Europa i 37 länder. Det finns flera som har gjort denna certifiering. Det är endast Kullaberg av de svenska medlemmarna som har blivit certifierade enligt Chartern.

Certifieringen ska garantera engagemang och samarbete med myndigheter, lokala företag och representanter från turistnäringen för att främja miljöskyddet och en hållbar turism. Det finns fem principer (se ppt) och alla involverade aktörer ska ha samma inriktning för att gå vidare. När man landat i en handlingsplan kom en validerar/utvärderare från Europarc och gick igenom alla punkter. Han träffade också aktörer som varit med vid forumet. Utifrån det och att man hade en verklig budget fick man certifikatet. "Nu är ni certifierade och har fem år på er att göra det ni sagt ni ska göra."

På ppt finns bild över aktörerna i forumet.

Resultaten efter 5 år: Förstärkning av dialog och konsensus med andra myndigheter och lokala aktörer. Träffas två gånger om året. Inser vikten av dialog för att lösa komplexa samhällsutmaningar som kräver konsensus och demokratiska lösningar. Man lyfter hela tiden upp nya problem tillsammans. Trots att man har en handlingsplan kan t ex ett pandemi-år göra att man tänker om.

Har jobbat mycket med tillämpad forskning. Haft många forskare från olika platser jorden runt. Masterstunder bjuds in och hjälper till med uppföljning av det man kommit överens om i handlingsplanen. Ger respons till förvaltningen om vad man behöver för åtgärder. Gällde t ex förbättrad information till besökarna. Nu är det mer enhetligt över hela Kullaberg. Har jobbat mycket med stigar och haft in experter som hjälpt till med det. Man har styrt upp för att kontrollera trafiken. Nu finns det tydliga skyltar som berättar om kvarvarande parkeringsplatser och var man kan parkera.

Har gjort kulturvandringar för att lyfta fram kulturvärdena på berget.

Jobbat med barn som inte kommer ut så ofta i naturen. Har ibland kommit till deras skolor och berättat om naturen. Tack vare att man samsas och gått med i Chartern har man kunnat söka pengar tillsammans – 80 organisationer - och fått 4,6 miljoner kr för att göra det som står i handlingsplanen.

En viktig punkt i handlingsplanen är att stärka samarbetet med aktörer som jobbar med turistupplevelser i området. Och det jobbar man med. Man jobbar med diplomering av företag, nästa precis som Söderåsen gör. Då får man en grundutbildning av reservatet och de regler som gäller där.

När de har gått igenom utbildningen och klarat av testet får de ett diplom och en symbol som säger att de är godkända. De kan visa på sin webb och förvaltningen lyfter fram de godkända guiderna.

Förvaltningen har också miljöutbildat företag i hur de kan förbättra sin verksamhet, gällande t ex energi och de har fått tänka vad de kan göra för Kullaberg. Hur kan de förbättra sin verksamhet. dessa aktörer är väldigt sugna på att ta nästa steg.

För att få aktörssamverkan att fungera riktigt bra har man besökt andra ställen. De har varit i tre olika nationalparker där man är certifierade: Spanien och Italien och Portugal. Fått se hur man jobbar där. Träffat förvaltning och restauranger och har pratat med olika aktörer.

De involverade aktörerna har pratat tillsammans om chartern i olika sammanhang.

Det är inte bara de utbildade guiderna och naturturismföretagen som man jobbar med i Chartern. Man jobbar också med de stora aktörerna som hotell eller restaurang. Hur ska man jobba med dem? Försöker se till så att alla kan vara med. Erbjuder utbildning för 25 företag. Affärsutveckling med fokus på hållbarhet. Anpassar Charterns steg 2 till svenska förhållanden och till våra partners. Och sedan ska man diplomera partners och stötta dem i deras arbete under 2021-2023. De ska bli charter-partners.

Fördelarna för företag tas upp i ppt.

Man har nått 91 % av alla de *action points* som man bestämde sig för att göra med forumet i handlingsplanen.

Efter presentationen förtydligade Daniel i chatten att det motsvarar ungefär en heltidstjänst att vara ansvarig projektledare för handlingsplanens alla punkter och det kräver engagemang från alla medarbetare men det är det värt! Mycket bra samsyn och lättare att ha dialog med alla intressenter. Charter 2 gör att man blir delaktig och viktig part för den hållbara utvecklingen av området.

Frågor till Daniel:

Vem är parkeringsvakt? Vilka befogenheter har parkeringsvakterna?

Det är inhyrt upphandlat företag som tar upp böter vid felparkering som man har kommit överens om. Man tar endast ut felparkeringsavgifter. Det är gratis att parkera.

Vad tror du om möjligheterna att kombinera arbetet med Chartern med varumärkesarbetet för nationalparkerna?

Det hade varit jättebra. Om Kullaberg varit nationalpark så hade Daniel velat jobba med båda. Aktörssamarbetet där man har goda ambassadörer som man även kan använda för sin tillsyn, så blir det ett tätt samarbete. Att vara partner i Chartern steg 2 innebär att man är 20-30 partners som ska träffas och göra något tillsammans. När man har kommit in i det så är det inte säkert att det är de som leder, styr och följer upp utan här kvalitetssäkrar företagen varandra. När möten hålls så kan det vara någon annan som håller i ledarklubban. Självklart är länsstyrelsen med. tanken är att de på längre sikt ska bli ambassadörer för området och kunna ha samma tankar och riktlinjer.

Visst är det så att både Söderåsen och Stenshuvud är inne på samma spår som ni att gå in ett charterarbete?

Ja, Söderåsen har alldeles nyligen blivit certifierade och håller på med sin femåriga handlingsplan och Stenshuvud håller vi tillsammans arbeta fram förutsättningar för att lämna in en ansökan. Det tar drygt ett år till innan vi är där, men vi är på gång där.

Fick de olika aktörerna ersättning för att vara med i arbetet? Om inte, var det svårt att få alla att vara med? Processen verkar ha tagit lång tid.

Det har alltid funnits ett stort engagemang kring Kullaberg. Mötena sker tidigt på året under lågsäsong. De tar sig tid för att gå miljöutbildningen som är två dagar. Utbildningarna har formats så att de kan göras på webben när tid finns. Så att det inte blir två heldagar på rad.

Hur mycket jobb lägger ni ned på just detta arbete med certifieringen?

Det är en hel del arbete. Många är involverade på olika nivåer – förvaltning, naturum. Vi har en person som jobbar heltid med certifieringen.

Daniels epostadress: daniel.aberg@lansstyrelsen.se

Vad du tar med sig från presentationen om Kullabergs arbete med "European Charter for Sustainable Tourism"?

Mentimeter



Figur 2: Kommentarer från menti.com om vad webinariedeltagarna tog med sig från presentation om Kullabergs arbetet med European Charter for Sustainable Tourism.

Aktörssamverkan för Fulufjällets nationalpark

Sofia Tiger

Fulufjället ligger i norra Dalarna. Det går en landsgräns genom nationalparken. Finns både i Norge och Sverige. Den svenska bildades 2002, den norska 2012. Ville arbeta fram en gemensam besöksstrategi, därför drevs Fulufjällsprojektet 2016-2018. Studiebesök nationalpark gjordes i södra Tyskland som gränsar till en nationalpark i Tjeckien. Studiebesök också i Kullaberg. Vi är intresserade av hur de jobbar med junior rangers och sustainable charter.

De entreprenörer som jobbar runt fjället ville ha en slags nationalparkscertifiering. Från förvaltningens sida var det positivt att tillsammans med aktörerna och lokalsamhället komma överens om vad Fulufjället står för. För då kan vi lättare stå upp och säga till exempel att, nej det inte ska vara cykelvägar på fjället och veta att lokalsamhället står bakom detta. Vi fick också bättre kontaktvägar över gränsen och vi har träffat varandra nu, arbetat tillsammans. Bättre förståelse inom den egna organisationen. Större nätverk med dem som jobbar med geologi, arkeologi, naturforskning mm. Utnyttja metoder som tagit fram på norska sidan mm. Det kom önskemål om någon slags nationalparkscertifiering. Inom projektet hölls utbildningar för aktörer inom nationalparken. 2018 hölls första tre utbildningarna med Naturvårdsverkets nyligen framtagna aktörsutbildning. Även norska företagare kunde gå utbildningen. Sen också 2019, 2020, 2021. 17 företag är 2021 anslutna. Uppföljningsbesök gjordes 2020.

En fråga som kommit fram är hur man gör om stora företag med många anställda vill ansluta. Man skriver på certifieringen personligen. Så, 17 företag är anslutna, men 26 personer har gått utbildningen. En annan fråga är om bara företag som har aktiviteter i parken ska kunna ansluta sig. De som är anslutna just nu ser ut ungefär såhär: Upplevelseföretag, Mat och upplevelser, bara Mat (restaurangen i nationalparken), Mat och boende, bara boende, Boende och upplevelser.

Tidigare kom frågan: Hur når man ut till aktörerna? Det fanns ett bra nätverk från början. Sofia har jobbat länge och har en bra kontakt med aktörerna. Hon har varit med på företagsträffar som kommunen erbjuder, till exempel företagsfrukostar. Företagen känner till Sofia Tiger, att verksamhet i nationalparken är önskvärt och också att naturum finns att kontakta.

Erbjuder fortbildningar: SGU kommer en gång om året och visar hur man kan prata om geologi. Det finns en bra arkeolog på länsstyrelsen som också kommer upp och håller fortbildningar. Möjlighet finns att ta del av naturums föredrag gratis. Dialog med aktörerna är viktigt – vad vill de lära sig mer om?

Möjlighet för aktörerna att använda naturum utanför öppettider. Låna utrustning. För samtal kring vilka aktiviteter aktörerna vill hålla och kan stödja genom att köpa in utrustning. Bland annat köpt in ett par muurikkor.

Informationsmail 2-3 gånger per år skickas till aktörerna som talar om vad som planeras i parken eller vad som har fixats till. Lägger information om företagen och lägga in deras aktiviteter på nationalparkens webbplats. Besöker företagen för att se hur de har det och var det finns och vilka behov de har. Gör det också lättare att berätta om företagen och deras aktiviteter för parkens besökare. Finns till hands för frågor och även när det gäller vad man får eller inte får göra i nationalparken. Hjälper till vid samråd som krävs vid vissa aktiviteter.

Gott samarbete under pandemin. Naturum har inte kunnat erbjuda aktiviteter som lockar många besökare. Men aktiviteter har aktörerna kunnat erbjuda istället då.

Har varit svårt med bemanningen på naturum. Har erbjudit timanställning för företagen på naturum.

Det har haltat lite att hålla aktörsnätverket i gång. Det beror på att en nationalsparksförvaltare saknats. Men det finns nu – så nu kan än mer energi läggas på arbetet med aktörerna.

Frågor till Sofia:

Deras aktiviteter är de synkade mer er och tom kanske så att ni ibland beställer / utformar / styr dem till viss del? Ingår det i avtalet? Kan ni isåfall använda deras verksamhet / statistik som stöd till er naturumverksamhet? Rapportera in i VB för naturum?

Ja, så gör vi. Aktörernas aktiviteter går in i naturums statistik.

Ni har lagt ner mycket tid på att stötta de lokala aktörerna och få dem involverade i nationalparkens varumärkesarbete och det har gett ett gott resultat. Men, hur mycket engagemang och tid skulle du rekommendera den generella förvaltaren att lägga ner på samverkan med lokala aktörer?

Jag tycker att jag lägger ner för lite tid. Det känns som om många lägger ner mycket tid från början med utbildning och avtalsskrivning. Jag lägger ner den erforderliga tiden. Men jag känner i slutet på dagen att avtalet bara skrivs under, diplom ges ut och deltagarna har lite bråttom hem. Det känns viktigt med uppföljningsmöten, enskilda möten, men det hanns inte med förrän 2020. Önskat att det kunde skett tidigare. Det står också att det ska ske inom utbildningen. Hitta tid att hinna med exkursion på fjället särskilt när det är snötäckt tre fjärdedelar av året. Den måste ske under företagarnas högsäsong varför det också blir svårt.

Vad du tar med sig från presentationen om aktörssamverkan för Fulufjällets nationalpark?

Mentimeter



Figur 3: Kommentarer från menti.com om vad webinariedeltagarna tog med sig från presentation om aktörssamverkan för Fulufjällets nationalpark.

Frågor till alla presentatörer

Drar ni Sofia och Daniel någon gräns för när en aktivitet går in i naturumsstatistiken?

Daniel svarar: Ja för min del måste det vara så att det förekommer naturguidning / pedagogik i led med vad vi vill förmedla.

Sofia svarar ungefär samma sak.

Samma för Färnebofjärden. Måste ha marknadsfört aktiviteten för att få ta med i statistiken

Wow! Där har vi en helt outnyttjad källa till statistik!! Är detta förankrat med NV?

Hur ställer sig Naturvårdsverket till detta med statistiken?

Gisela svarar: Nej jag vet inte, bättre att ta det med Linda Sörnäs.

Sofia: Aktiviteterna måste vara annonserade och vara med i naturums program. Det ska diskuteras och vara ett samarbete mellan naturum och företagarna.

Ni tre presentatörer – hur skulle ni vilja att det ser ut för förvaltare och aktörer om fem år i nationalparker i Sverige om vi tänker på aktörssamverkan men också inkluderat tankar kring chartern?

Anders: Vi har olika förutsättningar i de olika nationalparkerna. Men en övergripande önskan om fem år är att det finns en tydlig närvaro kopplad till alla nationalparker som har de här ambitionerna. Om man ska kunna jobba aktivt med aktörer så måste det finnas tillräckliga resurser för detta från nationalparken. Det måste till för att det ska kunna ligga i linje med varumärket. Det ser ju olika ut i de olika länsstyrelserna, men det är en önskan 😊

Daniel: När jag tittar på våra tre exempel bredvid varandra så ser jag att målsättningen för oss är att, om fem år, har vi förbättrat samarbete med de 10-11 naturturismföretagarna är aktiva på berget. Jag skulle gärna komma till det steget att vi kan göra revideringar och förbättra och jobba nära varandra. Eftersom de verkar i naturen. De andra företagen som finns inom området, caféer, restauranger, hotell mm ska kanske inte vi följa upp utan det får bli en intern kontroll hos dem att de lever upp till charter 2. Bättre att de blir ett internt nätverk, att de tar ansvar tillsammans. Det är ett jobb att komma dit, att företagen hamnar där. Sen kan vi jobba mer med de företagen som också kan bidra till naturums verksamhet. Det som just nu saknas är uppföljning av kvalitet i aktörernas arbete.

Sofia: Resurser behövs. Man måste se från förvaltningens sida att – om vi har bra företagare som kan vara bra ambassadörer och som verkligen kan informera vad en nationalpark är och vad värdet med just denna nationalpark är – så får vi besökare som kan bete sig rätt. Vi kan minska nedskräpning, slitage och vi får folk som är rädda om naturen. Utbildar vi våra företagare så att de blir duktiga inom naturvägledning och kan jobba med nudging så får vi folk att välja att göra rätt i vår skyddade natur så kommer alla vinna på det. Företag kommer att vilja vara aktörer för att det ger fördelar. De blir våra ambassadörer. Sprider gott rykte och kan ge naturinformation. Alla i och runt de skyddade områdena är jätteviktiga. Det är också viktigt att vi från förvaltningen säger att de är viktiga.

Anders: Understryker det Sofia säger. Det är ingen belastning för aktörerna – de bidrar att uppfylla målen med nationalparken. Visst det är mycket jobb ibland, men det är roligt också!

Sofia: Inom skyddade områden finns begränsade resurser. Aktörerna blir som kollegor, ökar teamet som jobbar inom nationalparken.