



- 1 Nærings- og produktutvikling
 - Utvikling av lokalt næringsliv tilpassa landskaps-parkkriteria og eigen profil, slik at det gjer bygda til ein attraktiv bu- og arbeidsplass med gode tilbod for besøkande
 - Mål: konvensjonelt landbruk og nye næringar, reiseliv og handel, produksjon, anna næring
 - Utvikling av produkt og tenester i tråd med landskapsparkkriteria og eigen profil
 - Mål: reiselivstilbod, produksjon og servering av lokal mat, andre særreigne produkt og tenester

- 2 Eigarskap og kvalitet
 - Sikre lokal eigarskap til Landskapsparkane både direkte gjennom felles organisering og indirekte gjennom lokalt engasjement
 - Organiseringa sikrar utvikling mot felles mål og fordeling av felles verdiskaping gjennom samhandling, felles salspunkt osv.
 - Utvikle felles kvalitetsstandardar for parkane, med lokale tilpassingar, og arbeide for ei felles forståing av desse
 - Felles kvalitet og kompetanse vil gje meirsal i og mellom Landskapsparkane og sikre gode økonomiske resultat

- 3 Kulturlandskap og miljø
 - Ivareta og utvikle kulturlandskapet som grunnressurs for næring og busetting for kommande generasjonar
 - Skjøtsel gjennom landbruksbasert drift og miljøtiltak
 - Sikre tilgjenge og infrastruktur for rekreasjon og oppleving for fastbuande og besøkande
 - Landskapsparkane bygger sin eigenart på lokal historie og kultur
 - Landskapsparkane skal ha ein natur- og miljøprofil i høve til prinsippa for Geoturisme

- 4 Marknadsføring og kommunikasjon
 - Landskapsparkar skal gjerast kjent som attraktive reise- og opplevingsmål
 - Utvikle felles, overordna profil og standard for marknadsføring av Landskapsparkar
 - Utløse gratis marknadsføring gjennom aktive kommunikasjonsstrategiar
 - Sikre inntekter og marknadsføring gjennom avtalar med eksterne sponsorar
 - Utvikle overordna og individuell merkevarebygging og -leing
 - Bruke Landskapspark til rekruttering og intern marknadsføring - «attraktiv bustad»

Landskapsparkar i Hordaland



1 DEFINISJON LANDSKAPSPARK

Landskapsarkar er unike natur- og kulturlandskap, avgrensa av felles kultur og identitetskjenne. Lokalsamfunn og næring vert utvikla i fellesskap slik at områda vert attraktive som bustad og besøksmål.

2 VISJON

Landskapsarkane skal gi dei beste levekår for fastbuande, og dei beste opplevingane for besøkande.

Landskapsarkane skal vere viktige område for bevaring og utvikling av norsk bygdeliv og ein av grunnsteinane i Noreg si marknadsføring som natur- og kulturreisemål internasjonalt.

3 AMBISJONAR

Norske landskapsarkar skal:

1. utvikle bygder og næringsliv slik at kultur- og naturlandskap vert ivareteke
2. skape lokale miljø for kommersiell tenking og entreprenørskap
3. utviklast til merkevare og Noregs mest utbreidde geoturisme-konsept
4. verte attraktive reisemål
5. vere føregangsområde på skjøtsel av kulturlandskap
6. tuftast på aktive og engasjerte lokalsamfunn som er attraktive for næringsutvikling



1 VERDIAR

Landskapsarkar tek vare på tradisjonar. Formidling av lokal kultur og den gode historia bak landskapet og produkt gir besøkande ei god oppleving. Her veks og blømer nytenking og kreativitet saman med landskapet.

Opplevingar er ekte og autentiske og uttrykk for landskapsarkane si sjølvkjensle og identitet.

Landskapsarkar er levande bygder, der bygdefolket i fellesskap søker å utvikle heimstaden sin til ein god og inkluderande bustad og eit gjestfritt og imøtekommande besøksmål.

2 KRITERIER

Landskapsarkane sine 10 bod:

1. Landskapsarkar er lokalt organisert med egne vedtekter
2. Kulturlandskap, bygningar og kulturminne vert teke vare på og utvikla i samsvar med lokal eigenart, miljø, kultur og estetikk
3. Geoturisme er eit leiande prinsipp for reiselivsutvikling i parkane
4. I landskapsarkane er kulturlandskapet tilgjengeleg
5. Det vert selt og nytta lokale tradisjonelle matvarer og produkt - "Mat med historie" – mellom anna av økologiske råvarer
6. Parkane har lokale kriterier for næringsaktivitet som bidreg til lokal verdiskaping.
7. Landskapsarkane arbeider for auka miljøforståing og formidling av natur- og landskapsverdiar
8. Historia bak landskapsarkane er ein del av deira identitet og merkevare
9. Parkane har egne kvalitetsstandardar og medlemsavtalar
10. Landskapsarkane tek ansvar for eiga utvikling i møte med styresmaktene

3 STRATEGISKE HOVUDOMRÅDE

1. Lokalsamfunn og innbyggjarar
 - «Den levande bygda» - betre tilbodet for innbyggjarane når det gjeld infrastruktur, kultur og kommersielle aktivitetar
 - «Den nære arbeidsplassen» – styrke lokal arbeidsmarknad gjennom utvikling og nyetablering
 - Mål: tal og type arbeidsplassar, kompetansenivå, kjønnsfordeling, rekruttering
 - «Den store dugnaden» – involvere og engasjere innbyggjarane til eit felles løft knytt til eigen lokal identitet

| Kva? | Kvifor? | Snittml, alle parkar |
|------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 1. Lokalsamfunn | | |
| Utvikling i folkesetnad | Samfunnsutvikling | 2 % |
| Arbeidsplassar, reiseliv | Sysselsetting | 100 % |
| Nyetableringar, alle nringar | Nyskaping, positivitet | 2 % (av innbyggjarar/r) |
| 2. Reiseliv | | |
| Gjestedger | Volum, reiseliv | 100 % |
| Tilrettelagde stiar og lyper | Tilrettelegging | 10 merka stiar/park |
| Omsetnad, reiseliv | Volum, reiseliv | 100 % |
| Tal parkar | Nasjonalt konsept? | 50 i 10 fylke innan 2020 |
| 3. Landbruk | | |
| RUP-midlar | Utviklingskraft | 50 % over fylkessnitt |
| Produksjonstilskot, landbruk | Gardar, beite og sltt | 0 % endring |
| SMIL-midlar | Tiltak i kulturlandskapet | 20 % over snitt gardsbruk |