

Det naturbaserte reiselivet er avhengig av ressurser og ildsjeler

Faktaark

BIOTOUR

BIOTOUR er et fireårig forskningsprosjekt som utforsker nøkkelvilkår for videreutvikling av naturbasert reiseliv i norsk bioøkonomi.

Prosjektet ledes av NMBU i samarbeid med flere nasjonale og internasjonale organisasjoner.

BIOTOUR finansieres av Norges forskningsråd (2016-2020).

Av Knut Fossgaard, PhD.

Det naturbaserte reiselivet er helt avhengige av engasjerte entreprenører, attraktive produkter og attraktiv natur.



BIOTOUR-forskere har intervjuet bedrifter som tilbyr naturbaserte reiselivsprodukter og spurt hva i naturen som er viktige for det de driver med, og hvordan de lager produkter som gir turistene gode opplevelser.

De har også gjennomført en landsdekkende spørreundersøkelse og fått svar fra nesten 600 naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge.

Her er noen av resultatene:

Ressurser og opplevelser

Ressurser i naturen er avgjørende for å tilrettelegge for attraktive naturbaserte reiselivopplevelser. Disse ressursene er både naturlige og menneskeskapte, håndfaste og ikke-materielle. De er viktige for utførelse av aktivitetene opplevelsene er basert på, og ikke minst for å kunne gi gjestene gode, helhetlige opplevelser. Bedriftene som ble intervjuet beskrev et mangfold av ressurser som var viktige.

Aktivitet og tilrettelegging

Naturområdet må passe til gjestenes ferdigheter slik at de kan oppleve mestring og utvikling. Eksempelvis at det er passe bratt for skikjøring, nok fisk i elva, og nok trær til å utvide klatreparken. Ressursene må være egnet for nødvendig tilrettelegging og vedlikehold av eksempelvis sykkelstier, det må være interessant å guide i området, og være steder

for sosialt samvær med gjestene.

Risikohåndtering og kapasitet

Videre må risikoelementer kunne håndteres, både i forkant, men også under utøvelse av aktivitetene. Det kan være å kunne lage solide forankringer for via ferrata-en, ha alternative topturruter etter vær og føre, og ha gode nødhavner ved havpadling. Det må også være tilstrekkelig kapasitet slik at jaktlag ikke forstyrrer hverandre og mulighet for å bygge nye elementer i sykkelparken.

Tilgang til ressursene

Ressursene må være tilgjengelige. Jakt og fiske, faste installasjoner og motorferdsel krever grunneiers tillatelse. Verneområder kan være lukket for organisert aktivitet. Andre brukere kan forstyrre gjestenes opplevelse og man kan ekskluderes fra å bruke ressursene på grunn av konkurrerende bruk, utbygging, vær- og klimaendringer.

Sensoriske og kulturelle ressurser

Immaterielle ressurser som utsikt og stillhet er viktige for å koble gjestene til omgivelsene, både til storslagne landskap og de nære elementene. Terrenghykelstiene skal se ut som de alltid har vært der, utsikt og lyd bilde skal være uforstyrret. Området må ha et godt omdømme, og opplevelsen styrkes av lokale historier, kulturminner og spor fra tidligere bruk.

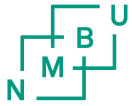
Kilder:

Å legge til rette for naturbaserte reiselivopplevelser: en studie av forholdet mellom tilbydere, ressurser og produkter

Facilitating nature-based tourism experiences: A study of the relationships between providers, resources and products

Doktorgradsavhandling
av Knut Fossgard

Les avhandlingen i sin helhet her:
bit.ly/PhDFossgard



Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet



BIOTOUR

Kontakt oss

biotour@nmbu.no

Les mer på

nmbu.no/biotour



@nmbubiotour

Ulike bedrifter bruker ulike ressurser, men mye er også felles

Naturbaserte reiselivsbedrifter benytter ressurser på ulike måter, men det er også endel felles trekk. For å undersøke dette ble respondentene i den landsomfattende spørreundersøkelsen delt inn i tre typer basert på hvilke produktgrupper (guiding, overnatting, servering, transport, osv.) som bidro mest til deres omsetning.

Sansing og store landskap er viktigst

De viktigste ressursene er stillhet, utsikt, lukter, og andre sanseinntrykk. Det er også store landskap og naturområder. For enkelte bedrifter kan selvfølgelig spesifikke ressurser som spesielle arter, fenomener eller fine steder være avgjørende. Men for flertallet er det flotte landskap, unike naturområder og sensoriske ressurser, som har størst betydning.

Fri ferdsel og lokal kultur for guidefirmaene

Dette er firmaer som tar med gjestene ut i naturen og hvor det å ferdes fritt og formidle natur og stedets kultur er viktige for gjestens opplevelse. De rangerer sensoriske ressurser, spesielle naturtyper og unike landskap høyt. Allemannsretten og tilgang på stier og tråkk er også viktig, i tillegg til å kunne formidle lokale historier og kultur til gjestene.

Overnatting og tilrettelegging for jakt- og fiske

Tilbydere av overnatting og tilrettelegging er typisk jord- og skogbrukere som leier ut husvære og jakt-/fiskerett på egen eiendom, og sjøfiskebedrifter med overnatting, båt og utstyr. Disse bedriftene er naturlig nok avhengige av spesifikke arter, som fisk og vilt, men ellers lite avhengige av ressurser i naturen.

Ressurshungrige pakkeleverandører

Bedriftene i denne gruppen leverer komplette reiselivsopplevelser enten selv eller i samarbeid med andre aktører. De vurderer alle ressurser som viktige, noe som kan forklares ut fra høyere aktivitetsnivå og større engasjement. Dette blir synlig i en gjennomsnittlig høyere omsetning for denne gruppen av bedrifter.

Det naturbaserte reiselivsproduktet

Naturbasert reiseliv handler om turistenes opplevelser. For reiselivsbedriftene som ble intervjuet, handler det om å tilrettelegge for opplevelsen gjesten ønsker, gjennom å levere tjenester, produkter – og en liten bit av seg selv.

Favorittaktivitet og lokalpatrioter

Mange naturbaserte reiselivsbedrifter er livstildrevne og deres produkter tar utgangspunkt

i aktiviteter og steder tilbydere selv er opptatt av. De ønsker å overføre sin egen glede ved aktiviteten til sine gjester. De er også opptatt av å dele fascinasjonen for lokalsamfunnet, og formidle verdiene i stedets natur- og kulturressurser. Dette gjør aktivitet og sted til viktige deler av kjernen i reiselivsproduktet.

Dedikasjon er en del av produktet

Produktene blir til gjennom dedikert tilrettelegging for gode opplevelser kombinert med ansvarlig bruk av lokale ressurser. Produktene påvirkes gjennom dette av tilbyderens interesser, engasjement og entusiasme for natur, kultur og lokalsamfunn. Denne dedikasjonen kommer til syne som en egen komponent i kjernen av produktet, sammen med aktiviteten, stedet og kjerneopplevelsen.

Uten gløden slukker bedriften

Tilsammen uttrykker disse fire komponentene dedikasjon, aktivitet, sted og kjerneopplevelse, en glød som preger det naturbaserte reiselivsproduktet. Gløden gir bedriften framdrift og utholdenhet og er i mange tilfeller årsaken til at både produktet og bedriften eksisterer.

Konklusjoner

Det naturbaserte reiselivet er en viktig næring i mange naturrike regioner. Denne delen av reiselivet vil bidra til miljømessig, men også økonomisk og sosialt bærekraftig utvikling.

Dette resonnerer godt med en ønsket utvikling av det naturbaserte reiselivet basert på lokal kultur, lokale produkter og mat, og autentiske natur- og kulturopplevelser, levert til betalingsvillige målgrupper.

Samtidig peker generelle trender som bedre økonomi og helse, høyere levealder, økt urbanisering og avstand til naturen, samt teknologisk utvikling, i positiv retning for det naturbaserte reiselivet.

I motsatt retning trekker klimaendringer, politisk usikkerhet, overforbruk av naturattraksjoner, og generell nedbygging av natur.

I dette relativt komplekse bildet er det viktig for både virksomheter, forvaltning og virkemiddelapparat å ha en klar oppfatning av hva som inngår i reiselivsproduktet og hvilke ressurser i naturen som er viktige for næringens utvikling. Det trengs også kompetanse om hvordan den småskala entreprenørens glød og dedikasjon kan holdes vedlike slik at hun eller han greier å skape et langsiktig levebrød.