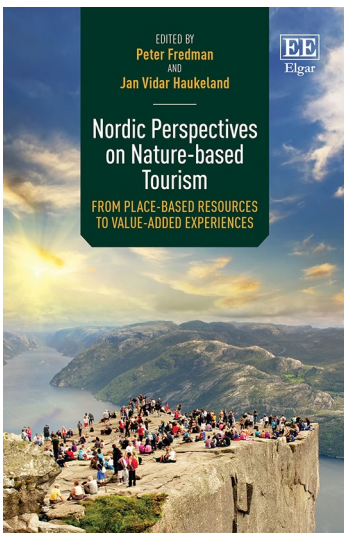


Naturbaserte reiselivsbedrifter, kreativitet og innovasjon

Faktaark

BIOTOUR

Dette faktaarket er basert på kapittel 10, 11, 12 og 13 i boken *Nordic Perspectives on Nature-based Tourism*:



Fredman, P., & Haukeland, J. V. (2021). *Nordic perspectives on nature-based tourism. From place-based resources to value-added experiences.* Edward Elgar Publishing, 298 sider.

Av Stian Stensland, Magnar Forbord, Matthias Fuchs, Kristin Løseth, Knut Fossgard, Rita Moseng Sivertsvik, Tatiana Chekalina og Peter Varley



Foto: Hilde Nikoline Hambro Dybsand

Den naturbaserte reiselivsindustrien er variert, og består av en kombinasjon av småskala entreprenører og store selskaper. De tilbyr et bredt spekter av aktiviteter, i ulike kombinasjoner. Naturbaserte reiselivsbedrifter har ofte nytte av kontakt med andre aktører og bidrar i mange tilfeller til utviklingen av lokalsamfunnene de er i.

Tre kategorier av naturbaserte reiselivsbedrifter

Funn fra en nasjonal spørreundersøkelse viser at naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge kan deles inn i tre hovedkategorier:

1. Bedrifter som tilbyr guidede aktiviteter
2. Bedrifter som kombinerer overnatting med aktiviteter kundene gjør på egenhånd, gjennom for eksempel båtutleie eller utleie av jakt og fiske
3. Bedrifter som tilbyr fullstendige pakker med aktiviteter, overnatting, mat og transport

Bedriftene har mange forskjellige motivasjoner for å drive med naturbasert reiseliv, men vekst eller profitt er ikke viktigst for noen av de tre hovedtypene. Bærekraft, og ønsket om å bruke, men samtidig bevare naturen er derimot viktig. Det er det også å lære kundene til bedriftene om disse verdiene. De fleste naturbaserte reiselivsbedrifter er små, med 1-3 ansatte, ofte sesongbaserte, driver i distriktene og har flere inntektskilder. Det er utfordrende for firmaene å drive hele året i tilfeller hvor lokalsamfunnet ikke har den nødvendige infrastrukturen, som transport, overnatting og servering.



BIOTOUR utforsker nøkkelbetingelser for videreutvikling av naturbasert reiseliv i norsk bioøkonomi som sikrer næringsutvikling, robuste lokalsamfunn og bærekraftig ressursbruk. Det er et tverrfaglig forskningsprosjekt finansiert av Norges forskningsråd og ledes av Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU).

BIOTOUR

<http://www.nmbu.no/biotour>

Engasjerte livsstilentreprenører

Kreativitet og innovasjon er viktige faktorer for å lykkes med naturbasert reiseliv. Sektoren er preget av livsstilentreprenører, som jobber dedikert og kreativt for å balansere sine personlige, mellommenneskelige og kommersielle mål. De naturbaserte reiselivsentreprenørene er generelt engasjerte i samfunnene rundt dem; de støtter frivillig arbeid, skaper plasser for innovativ samskaping, og bidrar til å skape stedsfølelse. Dette bidrar til fellesgoder som eksempelvis sterke merkevarer knyttet til destinasjonen og etiske sosiale normer i lokalsamfunnet. Men, til tross for at de naturbaserte reiselivsentreprenørene er viktige for lokalsamfunnene rundt dem, blir ofte denne typen entreprenører oversett i stor-skala reiselivspolitikker fordi de ofte er små, selvstendige og gjerne skeptiske til offentlige reguleringer. I fremtiden er det derfor viktig at reiselivspolitikker videreutvikles for å inkludere denne viktige delen av næringen.



Foto: Hilde Nikoline Hambro Dybsand

God kontakt med andre aktører

En annen viktig faktor for å lykkes med naturbasert reiseliv er god kontakt og relasjoner med andre aktører. En studie av naturbaserte reiselivsbedrifter i Trysil, Hardanger og Varanger viste at kontakt med andre reiselivsfirmaer, kunder, lokale grupper og organisasjoner var viktig. Slike kontakter bidrar til utvikling av produkter, kundeservice, egen kompetanse og nettverksbygging. Samtidig kan det ta mye tid og ressurser å opprettholde slike kontakter. Derfor må bedriftslederne vurdere hvor mye, og hva slags kontakt de skal ha med andre aktører. Mengde og typer kontakt kan avhenge av størrelsen på bedriften og hvor langt en har kommet i utviklingen av produkter. Lokal kultur, bedriftstradisjoner og om det finnes en lokal reiselivsorganisasjon kan også påvirke mulighetene og omfanget av kontakter og nettverk.

Aktiviteter kan ikke uten videre kopieres fra andre områder

Naturbasert reiseliv er i vekst internasjonalt, men grad av kommersialisering og hvordan naturbaserte aktiviteter utøves og forstås varierer. Aktiviteter som fungerer i ett område, kan ikke bare kopieres til andre steder. Naturbasert reiseliv påvirkes av faktorer som geografi, kultur og sosiopolitisk historie. En studie av fjellføring i Norge viser hvordan nisjen påvirkes av nasjonal økonomi, juridisk rammeverk og endringer i friluftslivstrender. Ett eksempel er hvordan økende etterspørsel etter vinteraktiviteter har gjort det enklere å livnære seg som fjellfører i Norge de siste årene, noe som igjen bidrar til en profesjonalisering av nisjen. Studien viser hvordan utvikling av naturbasert reiseliv handler om mer enn dyktige entreprenører i møte med sine markeder, det handler også om en modning av nisjer i samspill med eksterne betingelser.