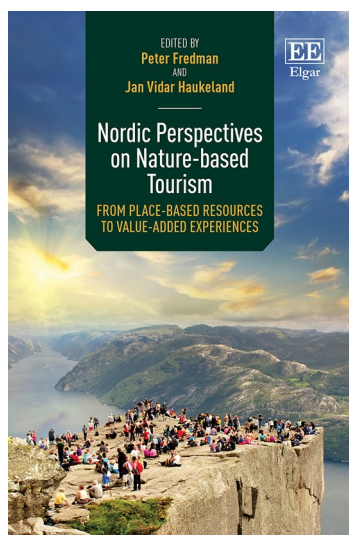


Verdifulle opplevelsesprodukter

Faktaark

BIOTOUR

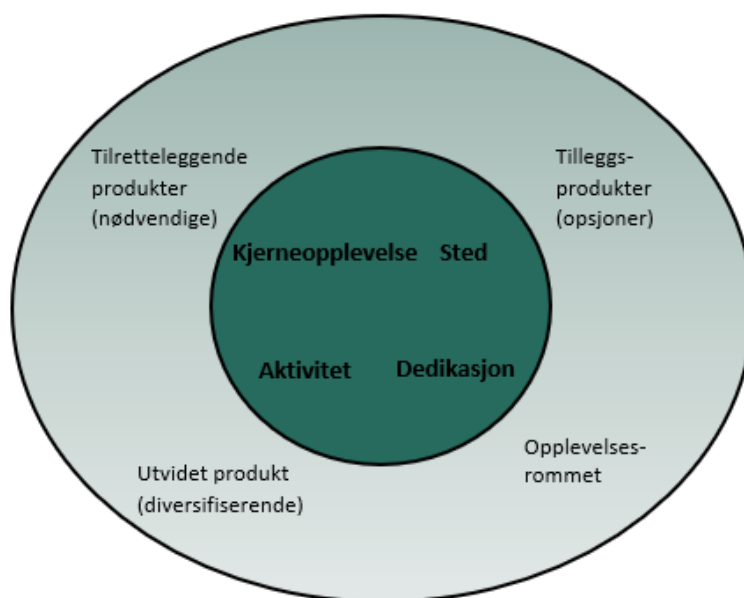
Dette faktaarket er basert på kapittel 14, 15, 16, 17 og 18 i boken *Nordic Perspectives on Nature-based Tourism*:



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 Knut Fossgard, Tatiana Chekalina, Lusine Margaryan, Stian Stensland, Peter Fredman, Matthias Fuchs, Øystein Aas, Hilde Nikoline Hambro Dybsand og Thron O. Haugen

Naturbasert reiseliv består av et mangfold av forskjellige opplevelser og produkter. Produktene er laget for å møte en stadig mer variert etterspørsel. Bedriftenes tilbud er en kombinasjon av nøkkelementer knyttet til en eller flere aktiviteter i naturen samt produkter og andre elementer som til sammen utløser en betalingsvilje hos kunden. Derfor foreslår vi en modell av det naturbaserte reiselivsproduktet (vist under), med en kjerne av fire nøkkelementer omkranset av et ytre lag som består av de økonomisk verdiskapende elementene. Modellen viser hvor avhengige naturopplevelser er av verdiskapende produkter, for selv om kjernen i produktet gjerne er grunnen til at turistene kommer, så er det i det ytre laget at bedriften skaper økonomiske verdier.



Mobile applikasjoner

Et annet stadig viktigere element i mange naturbaserte reiselivsopplevelser er mobile applikasjoner (apper), som bidrar på flere deler av reisen – fra planlegging av turen til det å dele opplevelsen med andre. En studie av eksisterende apper viser at destinasjoner og bedrifter kan bruke mobil teknologi til å bygge, opprettholde og forbedre forhold til kunder, leverandører og kollegaer. Med andre ord kan mobile kundeforhold-applikasjoner legge til rette for og forbedre de daglige arbeidsoppgavene til småskala naturbaserte reiselivsbedrifter. Mobile applikasjoner har også god kapasitet til å bidra med økt sikkerhet, komfort og læring i naturen. Det er viktig med å ha muligheten til å “koble fra” ved bruk av apper for en dypere opplevelse av natur. Smart tenking og smart teknologi kan også bidra til å knytte de mange små aktørene i naturbasert reiseliv sammen, og bidra til at små nisje-produkter kan bli deler av attraktive produktpakker.



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>

Naturens rolle i arrangementer

Arrangementer som festivaler, sportsarrangement og markeder organisert i naturomgivelser er også viktige produkter innenfor det naturbaserte reiselivet. Naturen er spesielt viktig for slike arrangementer, fordi den skaper positive emosjonelle responser hos deltakerne, forbedrer helhetsopplevelsen, bygger fellesskap og gjør arrangementer mer unike. En studie på norske arrangementer i naturen viste at arrangørene er klare over at naturen er viktig, at den blir stadig viktigere for arrangementene deres, og at turistene i mange tilfeller hadde hjulpet dem med å forstå hvor viktig den var. Derfor kan det å inkludere naturen når man designer arrangementer være nøkkelen til å skape autentiske, unike og transformerende arrangementsopplevelser.

For å inkludere naturen når arrangementene designes er det viktig å bruke visuelle elementer. En visuell analyse av bilder på nettsidene til norske arrangementer i naturen viser at naturen hovedsakelig representeres på tre måter:

1. Naturen som utsikt
2. Naturen som et sted man kan teste seg selv
3. Naturen som et sted hvor man kan kose seg

Dessuten har arrangørene en tendens til å vise fram de delene av naturen som oppleves som «typisk» eller «ikonisk» for Norge. Dette forsterkes av hvordan Norge tradisjonelt sett har vist fram naturen, og av at det gjerne er disse delene av naturen vi ser i medier og sosiale medier.

Møter med ville dyr

Aktiviteter basert på møter med ville dyr, eller viltturisme, er nok en del av det naturbaserte reiselivet som er i vekst. En sammenligningsstudie av tre slike aktiviteter (fisking i Trysil, fuglekikking i Varanger og moskussafari på Dovrefjell) viste at det er mange forskjellige turister som ønsker å delta, og at det varierer hvor viktig aktiviteten er for at de besøker et område. Fuglekikkerne og fiskerne var generelt veldig erfarne og hadde drevet med aktiviteten lenge, mens moskussafarier appellerte mer til turister som ikke hadde spesielle forkunnskaper eller ferdigheter. Opplevelsene av ville dyr var en viktig årsak til at alle gruppene valgte å besøke Norge, spesielt for fuglekikkerne. Samtidig er ville dyr uforutsigbare som attraksjoner, og det er derfor både viktig å bygge opp andre elementer ved aktivitetene, og å styre forventningene til turistene som deltar.



Foto: Hilde Nikoline Hambro Dybsand