

GETTING UGLY

THE GOOD

St. Thomas, U.S.V.I.

"Massive overvisitation by massive cruise ships." —Andrew Drumm, *The Nature Conservancy*

"Hard to differentiate St. Thomas from an overcrowded Florida shopping mall." —Cary Wolinsky, *photographer*

Norwegian Fjords

"This place is wonderful: living traditional culture, wonderful landscape, not crowded. I am very happy with how this destination is managed. Excellent environmental quality, local people involved in a very smooth way." —Panelist Eduardo Nycander, *Rainforest Expeditions*

Vestlandsfjordane som verdas beste reisemål
- korleis halde på statusen og utvikle oss vidare?

Eivind Brendehaug (Vestlandsforsking)

www.vestforsk.no



Norwegian Fjords best destination:

"This place has wonderful, living traditional culture, wonderful landscape, not crowded..."

BUT:

"Some information on its history is available, but there's not yet an emphasis on touring there"

Utfordring: Styrke eigen kunnskap og formidling om området + opplevingstilbod



"A visitor management plan is completely lacking"

Utfordring: Lage ein overordne plan for kva vi vil med områda

"But is [the local] farming sustainable, and can it continue?"

Utfordring: Oppretthalde og vidareutvikle landbruksaktiviteten

"will the settlements become subject to the pressures of camping and cruise tourism"

Utfordring: Korleis unngå uønska konsekvensar i forhold til lokalsamfunnet?

Berekraftig reiseliv - Geoturisme

- National Geographic Society koplek Geoturisme direkte til “sustainable tourism”:
 - GEOTOURISM adds to these principles [sustainable tourism] by building on geographical character—“sense of place”—to create a type of tourism that emphasizes the distinctiveness of its locale, beneficial to visitor and resident alike. Geotourism is defined as tourism that supports the geographical character of a place—its environment, culture, heritage, aesthetics, and the well-being of its citizens.
- Principles of the Cultural Tourism Charter (ICOMOS) & Global Code of Ethics for Tourism (WTO)
- Kjernekarakteristika ved Geoturisme:
 - Berekraftig reiseliv (økologisk berekraft – naturens tålegrense)
 - Lokal forankring (eigarskap og i dialog lokalsamfunnet)
 - Lokalt særpreg (formidle eigenarten, kommunikasjon)

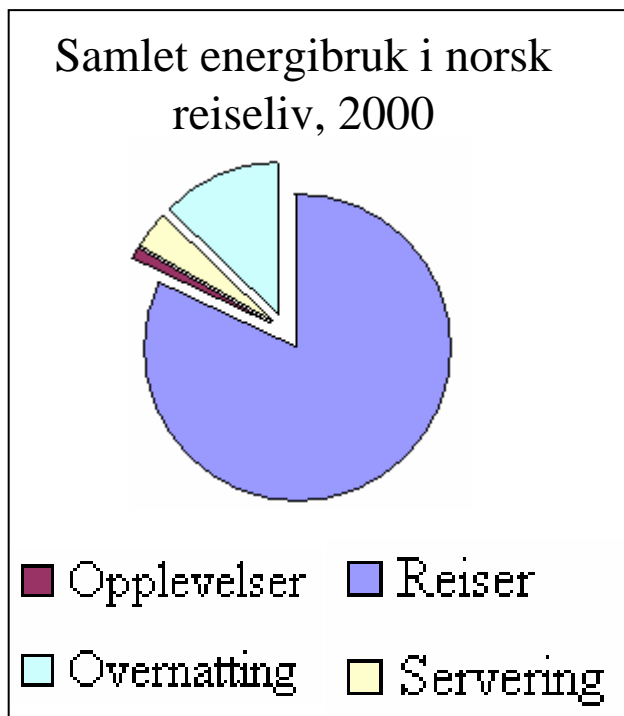
Reiselivet sin tredelte berekraftutfordring

- Del av problemet
 - Forholdet mellom naturens tålegrense og velferdsperspektivet
 - Energibruk til transport - klimagassutslepp + Biologisk mangfald
- Offer for ei ikkje-berekraftig utvikling
 - Tap av naturbaserte reiselivsressursar (natur, kulturlandskap, auka havnivå)
 - Dobbelt klimasårbar (klimaendringar og klimapolitikk i form av auka drivstoffprisar)
- Del av løysinga
 - Direkte: redusere miljøbelastninga frå eigen aktivitet
 - Indirekte: Lære opp turistane til ein meir berekraftig praksis som dei kan ta med tilbake til kvardagen
 - Dobbelt effekt: lavmobil turisme (t.d. sykkelturisme)

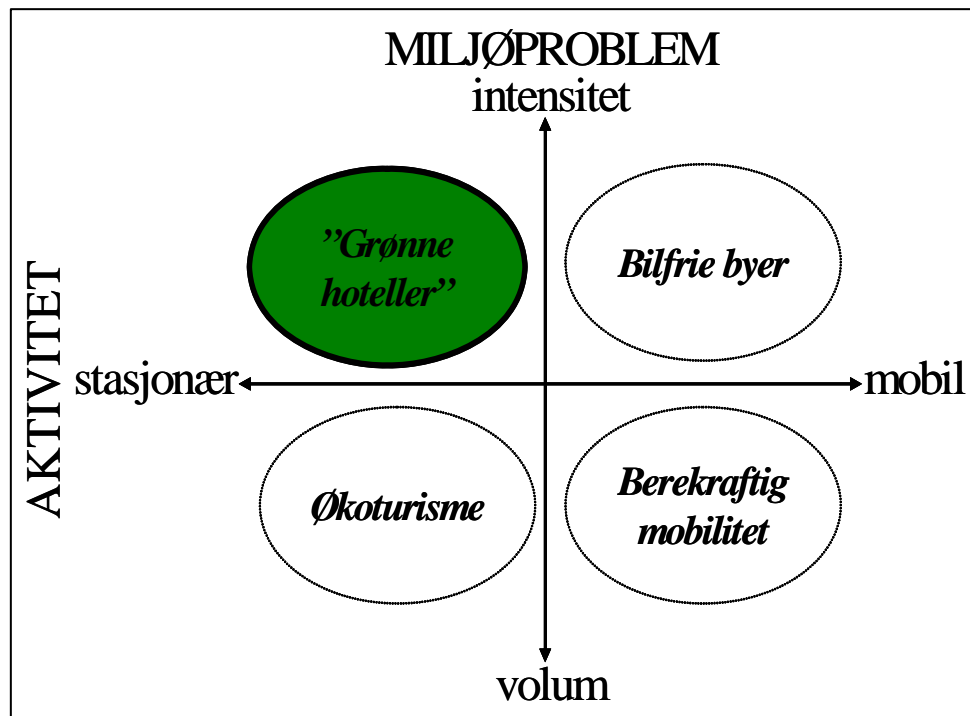


Bærekraftig reiseliv - et nøkkelbegrep

Hva er problemet?



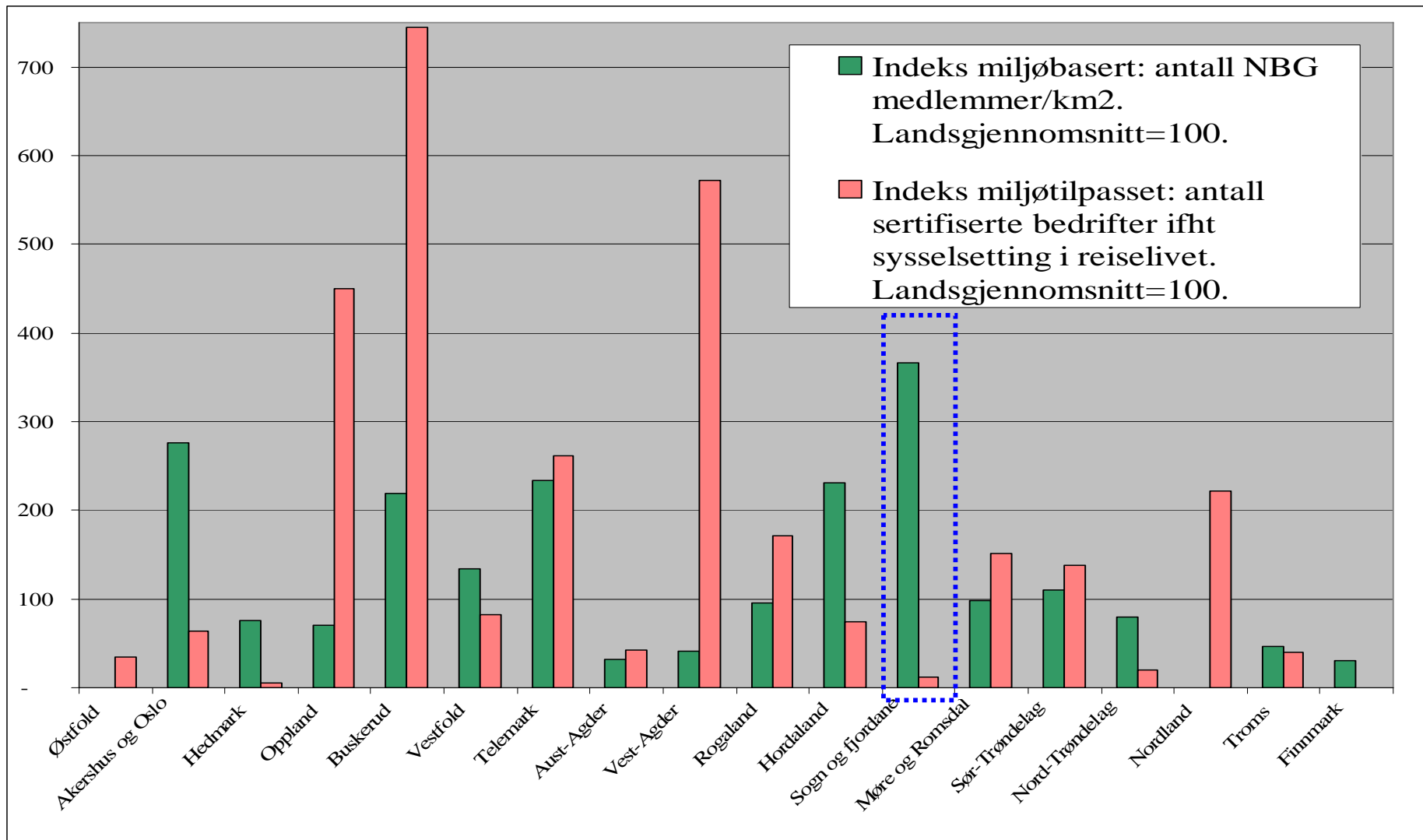
Hva blir gjort?



Slektskap med andre omgrep

	Profil på produkta			
Profil på konsekvensar	Sterkt lokalt særpreg		Svakt lokalt serpreg	
	Naturbasert	Kulturbasert	Kulturbasert	Naturbasert
Sterk økologisk berekraft	Berekraftig reiseliv			
Svak økologisk berekraft	Geoturisme		Byturisme	
	Økoturisme			
	Bygdeturisme			

Hordaland: Svak på miljøtilpassing – middels på miljøbasert



Geoturisme som utviklingsstrategi

1. Korleis styrke den økologiske berekrafta?
 - Miljøsertifisering av bedriftene
 - Korleis utvikle reiselivet i randsonene til verna område?
 - Setje transport på dagsorden
2. Korleis styrke den lokale forankringa
 - Lokalt eigarskap
 - Dialog og debatt med lokalsamfunnet utviklingsretning for reiselivet
 - Sosial og kulturell integritet
 - Samarbeid mellom store og små bedrifter (m.a. landbruket)
3. Styrke det lokale særpreget i produktet
 - Kunnskap om ressursgrunnlaget og kultur
 - Fellesstrategiar for lokal mat med særpreg
 - Bruk av IKT i formidling
 - Utvikle betre kommunikasjon med turistane

Fire eksempel og ein metode

- Kunnskapsutvikling for Geoturisme:
- 1. Samarbeid mellom store og små – mellom by og land
- 2. Konkretisering av Geoturisme
- 3. Verna område som ein strategisk fordel i reiselivet
- 4. Indre Vestland, frå Preikestolen til Geiranger

- Metode:
 - Medvirkning, deltaking og involvering av tilsette og lokalsamfunn
 - IKT som verktøy både i kvalitetsstyring, koordinering og profilering
 - Forsking på:
 - Vilkår for vellukka nettverksorganisering og regionale læreprosessar
 - Målkonfliktar mellom ulike utviklingsretningar?
 - Benchmarking
 - Registrering (monitoring) av endringar

Hotell med gardseventyr

Leikanger Fjordhotell i samarbeid med Henjatunet Eggjagarden:

- økologiske råvarer kombinert med moderne matkunst
- omvisning på garden og i frukthagen med sang og historier
- Guida tur til eigen støl med servering



Mat med oppleving

- eit heilskapleg reiselivsprodukt som gjev grunnlag for inntening



erfaringar der du kan få dei, og stå på vidare, fortel Åse, og held fram med at det difor må vera rom for ein god porsjon improvisasjon og fleksibilitet.

- I kveld tek de kr. 130,- pr. kuvert. Er ikkje det billig?

- Mange vil seia det, men det er viktig å bruke prisme-konseptet fullt ut, seier Ingvar Halsnes.

Han viser til at mange turistgrupper er interessert i -spesiell middagservering, men til ein pris -dei kan leva med-.

Åse Kongsvik og Ingvar Halsnes samarbeidar godt, og serverer her lammegryte til gjestene frå Holland.

Dei siste åra har det vore auka fokus på reiselivs-

gryte og rabarbragraut med heimeluga vaniljesaus og ein kopp kaffi.

- Jens A. Riisnæs i nrk's reisemagasin Ut i verden: *Landbruket (gardsbruka) utgjør kronjuvelen i norsk reiseliv!*

Andel bedrifter kategorisert etter produkt, eks. Sogn & Fj.

Tradisjonelt "storskala" reiseliv		Småskala og aktivitetsinnretta reiseliv	
Overnatting	34 %	Aktiviteter	23 %
Servering	11 %	Overnatting - gardsturisme	13 %
Transportselskap	4 %	Servering - gardsturisme	7 %
Turistinfo	1 %	Gardsmatutsal	6 %
Sum	51 %	SUM	49 %

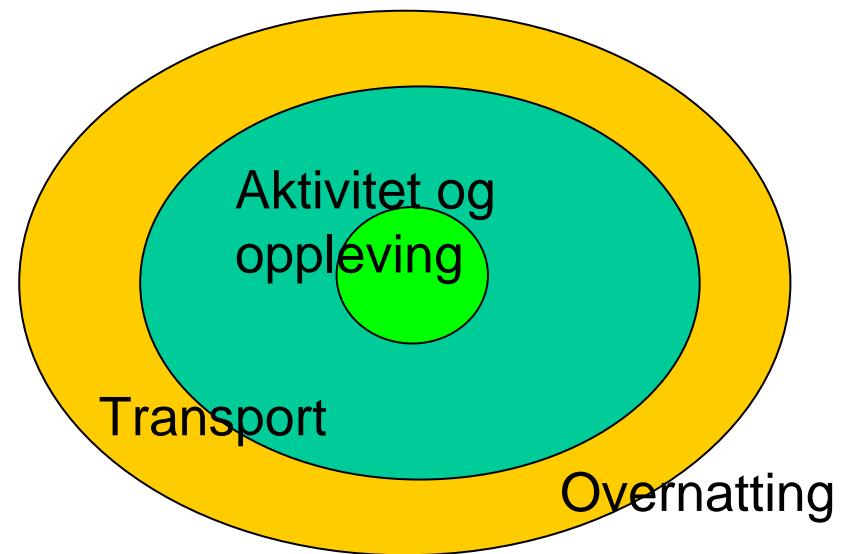
N = 861 bedrifter

Interessefellesskap?

- Kvifor samarbeid med småskala aktivitetstilbod
 - Kunnskap om produktet (historie, kultur, natur)
 - Småskala treng marknadskunnskap
 - Gir høve for turistane å kome tettare på folk og kultur
- Verdien av småskala tilbod større enn omsetninga: Aurland/Flåm overnatting/servering 100 mill, småskala 10 mill.

Tre modeller:

1. Overlate til småskalaktørane
2. Heve kompetansen til eigne tilsette
3. Både óg



Konkretisering av Geoturisme i nettverk

Geoturisme som utviklingsstrategi	Tolking/ Konkretisering	Tiltak i bedrift	Tiltak i Nettverk av bedrifter	Tiltak i Lokalsamfunn	Kunnskapsbehov
Korleis styrke berekrafta					
Korleis styrke lokal forankring					
Korleis styrke lokalt særpreg					

Dei mange kvalitetssystema....

Dimensjonar ved reiselivsprodukta	Frivillig/interne krav		Eksterne/pålagte krav	
	Klassifisering	Rangering	Klassifisering	Rangering
Innhaldet				
Konsekvensane				
Utføringa				
Produksjonsgrunnlaget				

Trong for fire kvalitetssystem

	Samfunn	Bedrift
Produktkvalitet	Sikre kvaliteten på produksjonsgrunnlaget for reiselivet Fins elementer	Sikre kvaliteten på tenestene levert av reiselivet Fins elementer
Konsekvens	Sikre at miljøbelastning fra andre aktører enn reiselivet er minst mogeleg Fins elementer	Sikre at miljøbelastninga fra reiselivet er minst mogeleg Ferdig utviklede systemer

Nasjonalpark som ein strategisk fordel



Frå transport og gjennomfartsdestinasjon til kommunikasjon med gjestene for å styrke lokal verdiskaping og identitet.

Nytte vernet og verdensarven som ein strategisk fordel i reiselivsutvikling samstundes som ein tek vare på natur og kulturkvalitetane

1. Eit Chater mellom aktørane
2. Felles kvalitetsplattform mellom bedriftene
3. Område- og identitetsutvikling
4. Strategiske satsingar

A screenshot of the website for "un parc très nature le Queyras". The website features a header with the text "un parc très nature le Queyras" and a navigation menu with links: "Environnement | Economie et Société | Education | Europe et International | Innovation | Contact". Below the header, there is a section titled "Nouveau : Un Forum Internet pour tous" with a link "Pour en savoir plus". At the bottom, there are logos for "nouvellement a charte", "Contribuez En savoir plus", "Appels publics à la concurrence", "Tourisme durable EXPERIMENTATION NATIONALE", and "En savoir plus". A map of France with orange dots is visible on the left, and a red arrow points from one of the dots to the website. The logo for "Parc naturel régional du Queyras" is in the top right corner.

Regionalpark modellen

- Problemstillingar:
 - Korleis organisere innovasjonsarbeidet ut frå eksisterande erfaringar og lokale føresetnader?
 - Kva fellesskapsløysingar er naudsynt?
 - Korleis balansere fellesskapsløysingar med individuelle bedriftsstrategiar?
 - Korleis kan regionale næringsstrategiar fremje bruk og vern
 - Korleis kan Parkmodellen spele saman med andre utviklingsstrategiar for reiselivet i ein regional læringsarena?
- Metode:
 - *Ståstad* i lokalsamfunna som grenser til vernet
 - Bruk *rundt* verneområdet
 - *Aksjonsforskning*: kunnskap utviklast i tett i dialog og refleksjon saman med dei lokale/regionale aktarane
 - Forskning på prosessane og føresetnader for innspel til endring

Kva veit vi om verneområde som utviklingsressurs?

- Kvalitets effekten
 - Vern som kvalitetsstempel på den lokale reiselivsressursen
- Honningkrukke effekten
 - Fleire turistar vert trekte til verneområda, eks "Nasjonalparksamlere"
 - Meir kjøpesterke turistar vert trekte til verneområda, jf "Rallarvegeksempellet"
- Konflikt effekten
 - Men også "think-big-entreprenørane" vert trekte til verneområda, jf "Kaldakarieksempellet"
- Nyskapings effekten
 - Område med lav nyskapings kapasitet kan få tilført offentlege ressursar, jf "Jostedalseksempellet"
- Identitets effekten
 - Vern får auga opp lokalt for verdien i dei verna områda, jf "Aurlandseksempellet" – ein effekt som t.d. er dokumentert i granskingar frå Austerrike
- Kunnskaps effekten
 - Dokumentasjon av kunnskap aukar interessa lokalt for eigen kultur og natur, jf "Fjærlandseksempellet"

Indre Vestland - indrefilé?

- Utvikle ferdselåra frå Ryfylke i sør til Sunnmøre i nord som reisemål for turistar med høg betalingsvilje og tid, og som etterspør stadeigne opplevingar som kombinerer natur- og kulturattraksjonar
- Nettverk mellom homogene og heterogene bedrifter for:
 - Val av utviklingsretning
 - Kvalitetssikring i bedrift, nettverk og lokalsamfunn
 - Produktutvikling
 - Profilering gjennom samordnet IT bruk
- Tilgjengelighet:
 - meir miljøvennlege transportløyisinga
 - Lokal mat - Mattilsynet
- Sence of place: Krev involvering av lokalsamfunn
- Utviklingsstrategi: kven vil delta på visse definerte premiss

Nasjonalt forskingssenter om geoturisme og bærekraftig reiseliv

- Utgangspunkt: manglar ved dagens reiselivsforskning
 - Hittil mykje fokus på "marknad" – for lite på "produktet"
 - Mykje fokus på miljø**basert** – for lite på miljø**tilpasset** reiselivsutvikling
- Mål
 - Styrke strategisk forskning til støtte for produktutvikling og merkevarebygging av Norge reisemål
- Etablert av
 - Vestlandsforskning og Høgskulen i Sogn og Fjordane
 - Samarbeid med (m.a.) Møreforskning
- Partnerskap
 - reiselivsnæring regionalt og nasjonalt
 - offentlig forvaltning i Sogn og Fjordane
- Finansiering:
 - Egne midlar til oppstart
 - Arbeider med å få på plass en statlig gr

