

Velkommen til kick-off for **Bærekraftige Opplevelser i Reiselivet!**

24.01.18



Program for dagen



10.00: Velkommen

10.15: Presentasjon av BOR-prosjektet og de to
delprosjektene:

*1. Kunnskapsbasert produkt- og
opplevelsesutvikling*

2. Bærekraftige og attraktive helårsdestinasjoner

11.15: Lunsj

12.00: Gruppearbeid med innspill til de to
delprosjektene

13.45: Oppsummering og vegen videre

14.00: Avslutning



Foto: Terje Rakke/Nordic life – Visitnorway.com

Bakgrunn for prosjektet



Endret etterspørsel

Variasjoner i motiver, interesser og forventninger blir stadig større blant turister. Økt etterspørsel etter nye typer opplevelser gir reiselivsnæringen både muligheter og andre type utfordringer enn tidligere.

Prosjektet er forankret i **næringens behov**:

- Idedugnad Bransjeråd for reiseliv
- Spørreundersøkelse blant reiselivsaktører i Hedmark og Oppland

I tråd med Innlandsutvalgets rapport (2015) og Stortingsmeldingen om reiselivet (2016).



Hva er BOR?



Bærekraftige opplevelser i reiselivet (BOR) er et næringsrettet forskningsprosjekt i Innlandet med to prioriterte tema;

1. Kunnskapsdrevet produkt- og opplevelsesutvikling
2. Bærekraftige og attraktive helårsdestinasjoner.

Prosjektet gjennomføres i 2017-2020 som en del av aktiviteten ved Senter for reiselivsforskning, i samarbeid med NINA, Østlandsforskning, HINN og Bransjerådet for reiseliv.



***Destinasjonen som et
godt sted å besøke,
å drive bedrift,
og å bo.***

Hvorfor skal vi gjennomføre prosjektet?

Formålet er at den nye kunnskapen skal:

- styrke produkt-/opplevelsesutviklingen
- gi økte opplevelsesverdier
- øke konkurranseevne og verdiskapning
- gi mer bærekraftige destinasjoner i Innlandet.



Foto: Visitnorway.com

Hvordan skal vi gjennomføre prosjektet?

- Utvide og forsterke eksisterende samarbeidsgrupper/nettverk.
- Utvikle og teste verktøy i en felles utviklings- og forskningsprosess.
- Turister, lokalbefolkning, hytteeiere, private og offentlige aktører med flere vil delta.
- Resultater fra dokumentstudier, observasjoner og intervjuer vil benyttes på felles arbeidsseminarer med aktørene.



Prosjektgruppa



Birgitta Ericsson,
ØF



Hogne Øian,
NINA



Eva Duedahl Knudsen,
HINN



Merethe Lerfald,
ØF



Elisabeth Winther,
HINN



Monica A. Breiby,
HINN

1. Kunnskapsdrevet produkt- og opplevelsesutvikling

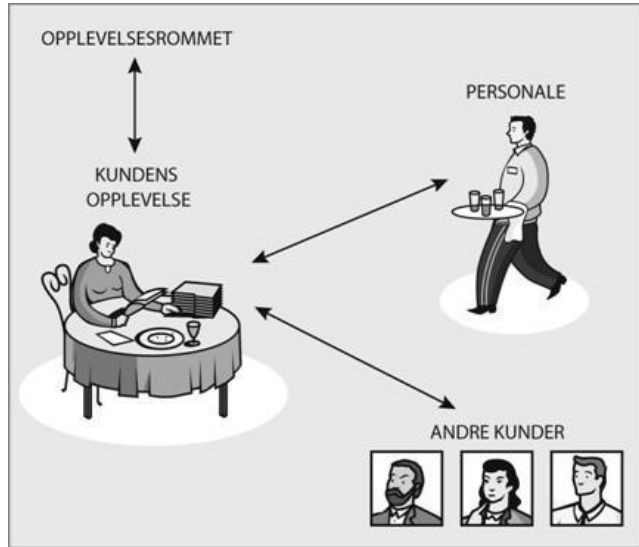


Formålet med WP1 er å få mer kunnskap om hvordan en bør samarbeide på destinasjonen om produkt- og opplevelsesutvikling for at ulike målgrupper skal få attraktive opplevelser i Innlandet.

Dette kan bidra til økt betalingsvillighet, styrket lojalitet og derigjennom økt verdiskapning for både kunder, bedrifter og destinasjoner.

For å få til dette må en øke forståelsen av **hvordan verdier** skapes i samspillet mellom kunder og bedrifter/DMOs, og **implementere den nye kunnskapen** i bedriftenes/DMOs innovasjons- og utviklingsarbeid.

Opplevelsesrommet



Mossberg, L. (2007), s. 142

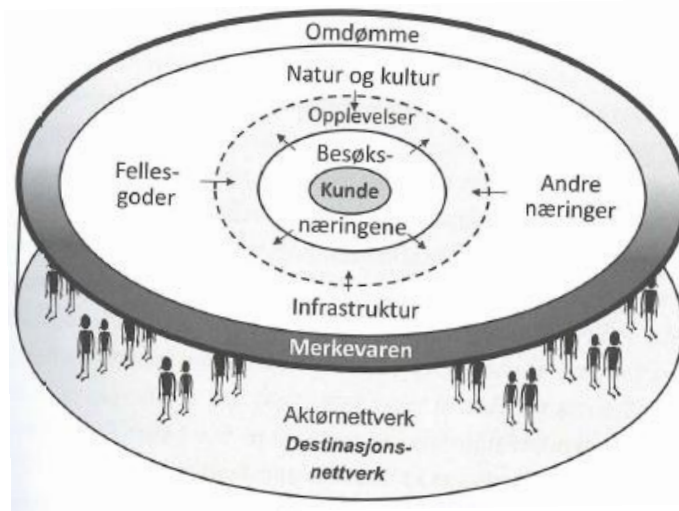


www.lillehammer.com

Like a local..



Bærekraftige opplevelser for *hvem* på destinasjonen?



Kamfjord, G. (2016), s. 157.
Destinasjonen.

Å designe til turister → Å co-designe sammen



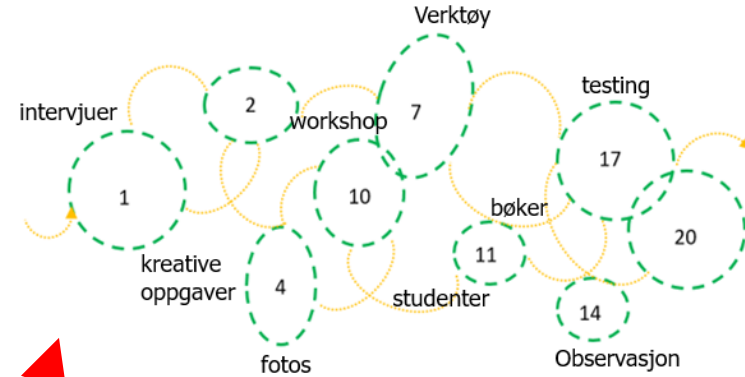
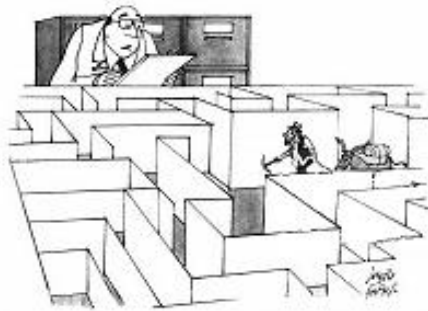
re•think tourism

Hvilket perspektiv bliver den 'gode' oplevelse basert og definert på?

Må se opplevelser og effekter helhetlig og som sammenhengende

Er komplekst, kontrastfullt, dynamisk og foranderlig

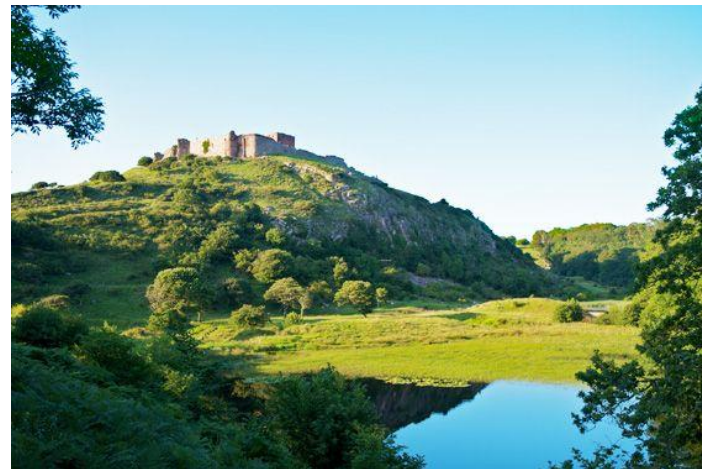
Tourism co-design



Å lære fra hverandre: Forskningsprosjekt InnoCoast



Vadehavet, Nasjonalpark og Verdensarv



Øyen Bornholm

Arbeidsgruppe WP1



- Arne-Jørgen Skurdal, Gjøvikregionen Hadeland Ringerike reiseliv
- Ole Volden-Sandersen, Atlungstad Brenneri
- Erik Lillebråten, Norsk Kulturarv
- Turid Windjusveen Olsen, Fylkesmannen i Hedmark
- Nadja Hartikkala, Hanen
- Erlend Gjelsvik, Oppland fylkeskommune

2. Bærekraftige og attraktive helårsdestinasjoner, inkludert fritidsboligdestinasjoner

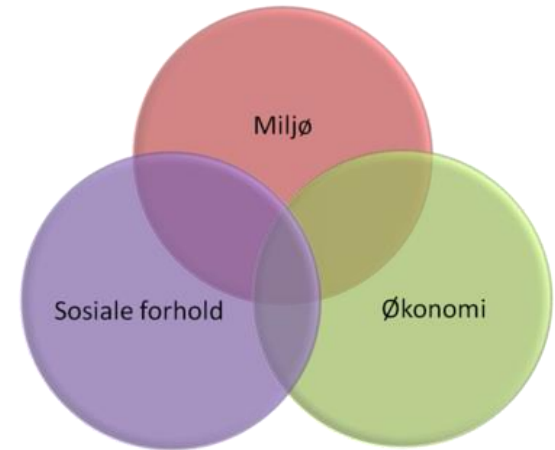


- Andre typer turister og etterspørsel etter nye former for opplevelser
- Reiselivsnæringen får nye muligheter og utfordringer
- Behov for ny kunnskap som kan bidra å styrke reiselivet i Innlandet
- Hvordan oppnå mest mulig bærekraftig produkt- og destinasjonsutvikling: Økt verdiskapning, bedre kundeverdier og styrket konkurranseevne - uten at det går på bekostning av framtidens muligheter.
- Kan bærekraftig destinasjonsutvikling i seg selv kan bli et konkurransefortrinn for reiselivet i Innlandet?

Bærekraftig reiseliv



- Ta vare på ressurser for framtiden (neste generasjon)
- Naturmiljøer er avgjørende ressurs for reiselivsnæringen i Norge
- Reiselivsbedrifter er avhengige av både lokalsamfunn, kulturarv og infrastruktur (**felles goder**)
- Utvikling av reiselivsprodukter og destinasjoner må være lønnsomt både for næring og samfunnet den er del av



Paradokser, dilemmaer

- Tiltak som øker miljømessig bærekraft, kan svekke økonomisk bærekraft; og omvendt
- Bærekraftighet kan se forskjellig ut sett fra ulike nivåer (lokal bedrift, destinasjon, region, nasjon, globalt)
- Tiltak for bærekraft i en sektor kan ha effekter som svekker bærekraft i en annen
- Noen typer reiselivsbedrifter kan være miljø*sensitive*, mens andre er direkte miljø*avhengige*

Helårsdestinasjoner

- Må utvikle flere produkttyper som kan tiltrekke besøkende gjennom hele året
- Involverer mange aktører med ulike interesser og behov
- Samarbeid/nettverk, både innen og på tvers av destinasjoner.
- Hva som gjør en destinasjon bærekraftig er ikke gitt
 - Forskjeller når det gjelder behov for tiltak
 - Tiltak har ulike effekter for forskjellige aktører

Fritidsboligdestinasjoner



- Verken «ekte» turister eller fastboende
- Store svingninger i trafikk (uke og sesong)
- Utfordringer for aktivitets- /attraksjonsanlegg (type og kontinuitet)
- Volum, arealbruk, kapasitetsutnyttelse
- Samarbeidspotensial

Innovasjon: Nytenkning og samarbeid

- Omstilling til og utnyttelse av endringer i markedet
- Løsninger som balanserer hensynet til
 - ulike sektors interesse og behov
 - miljø/natur, økonomi og sosiale og kulturelle verdier i lokalsamfunn
- Samarbeid på tvers av etablerte grenser (nettverk, klynger)
- Politisk styring, offentlig planlegging, frivillighet, markedsinteresser?

Målsetninger



- Kunnskap som destinasjonene selv kan gjøre bruk av i egne strategier og retningsvalg for å oppnå et mer bærekraftig reiseliv i Innlandet
- Drøfte hvordan paradokser og dilemmaer ved bærekraftmålsetninger best kan håndteres
- Identifisere hvordan ulike hensyn og interesser står i motsetning til hverandre
- Samarbeidsformer, nettverk
- Utforske i hvilken grad destinasjoners bærekraftstrategier kan gi konkurransefordeler.

Metoder

1. Fokus på begrenset antall destinasjoner i Innlandet, i samarbeid med næringsaktører
2. Kvalitative intervjuer (nøkkelpersoner, fokusgrupper)
3. Arbeidsgrupper med aktører i reiselivet
4. Dokumentstudier
5. Spørreundersøkelse turister

Arbeidsgruppe WP 2



- Katrine Kleiven, Engerdal kommune
- Andre Sundero, Hindsæter fjellhotell
- Mai Bakken, Norsk fjellsenter
- Jan Ove Holmen, Sjusjøen vel
- Fredrik Holte Breien, Valdres natur- og kulturpark

Vegen videre 2018

- Februar-april: Møter med de to arbeidsgruppene, velge case/områder og datainnsamlingssteder, forberede intervju
- Juni-august: Datainnsamling
- September: Møte i Bransjerådet for reiseliv inkl. arbeidsgrupper, DMOene i Innlandet og studenter. Invitere prosjektet InnoCoast fra Danmark.
- Sept.-nov: Fellesaktiviteter, studentinvolvering mv.



InnoCoast

- Innovation gjennom natur-, kultur-
og fødevarerisme langs den
danske kyst.

<http://www.cgs.aau.dk>