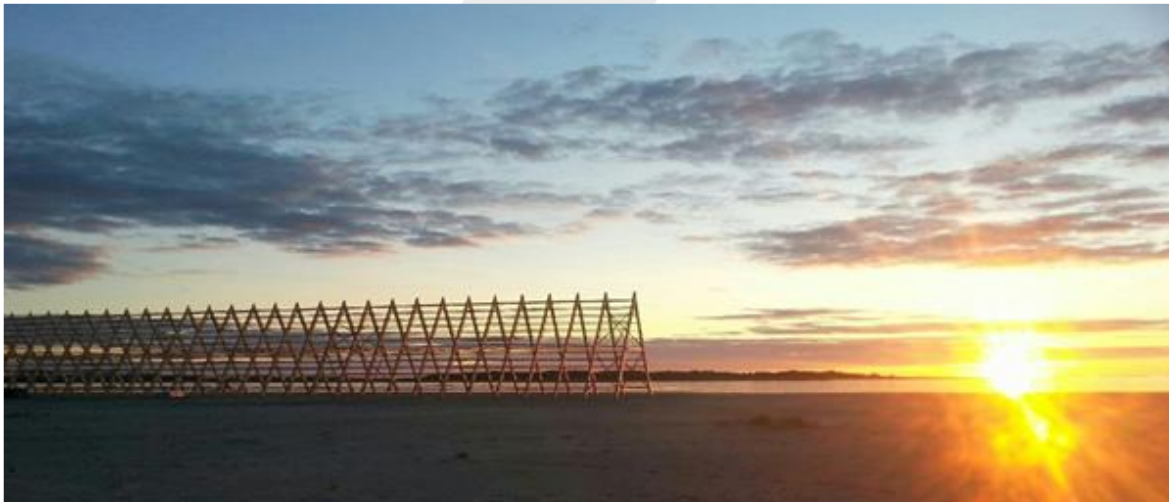




NORLANDSFORSKNING
NORLAND RESEARCH INSTITUTE

Erfaringer fra prosjektet «Reiselivslunsj – møteplass og læringsarena»

Foto: M. Fabritius



Publisert: 15.08.2018
Skrevet av: Karin Marie
Antonsen, Merete Fabritius,
Jarle Løvland, Einar Lier
Madsen
Arbeidsnotat nr.: 1005/2018
ISSN-NR: 0804-1873
Prosjektnr: 1647



NORDLANDSFORSKNING
NORDLAND RESEARCH INSTITUTE

ARBEIDSNOTAT

ARBEIDSNOTAT NR: 1005/2018	ISSN-NR: 0804-1873	PROSJEKTNUMMER: 1647	ANTALL SIDER: 36
FORFATTER(E): Karin Marie Antonsen, Merete Fabritius, Jarle Løvland, Einar Lier Madsen			SALGSPRIS NOK: 50,-
Erfaringer fra prosjektet «Reiselivslunsj – møteplass og læringsarena»			

Notatet inneholder oppsummeringer og vurderinger av den ambulerende formen for Reiselivslunsj som Nordlandsforskning/Novadis har gjennomført i samarbeid med Kunnskapsparken Helgeland, Nordland fylkeskommune og de lokale destinasjonsorganisasjonene i fylket.

Hensikten har vært å formidle kunnskap og utviklingsmuligheter hos de lokale destinasjonene basert på en utveksling av relevant FoU om opplevelsesbasert reiseliv som er utviklet, og de erfaringer og prosesser bedrifter og andre utviklingsaktører jobber med lokalt. Ut fra dette er det også pekt på behov og muligheter og hvordan man kan videreutvikle reiselivet og destinasjonene i Nordland som kunnskapsbasert næring.

Utover de lokale reiselivslunsjene ble det også i slutten av august 2017 gjennomført et seminar rettet mot behovet for å videreføre det grunnleggende strategiske utviklingsarbeidet som innenfor FoU-støtte til reiseliv og destinasjonsutvikling ved etablering av en nasjonal strategisk satsing - Reiseliv21, på linje med andre store norske næringer der man ser behovet for å sikre en strategisk innretting av kunnskaps- og næringsutviklingen. Hel deltok de sentrale politiske og administrative miljøene, og det ble nedsatt en arbeidsgruppe for å følge opp prosessen videre, som en nødvendig konkretisering av utviklingsperspektivene i Reiselivsmeldingen tidligere på året. Regionalt gir diskusjonene grunnlag for videre arbeid med Reiselivsstrategien 2014-21 og smart spesialisering, der opplevelses- og kulturnæringsutvikling er et av de tre hovedsatsingene.



INNHOOLD

INNLEDNING	2
1 BAKGRUNN OG MÅLSETTING	3
2 DESTINASJONENE.....	4
2.1 REISELIVSLUNSJ I BRØNNØYSUND 06.09.17	5
2.2 REISELIVSLUNSJ MOSJØEN 07.09.17	8
2.3 REISELIVSLUNSJ I MO I RANA 13.09.2017	12
2.4 REISELIVSLUNSJ VESTERÅLEN 28.09.2017	15
2.5 REISELIVSLUNSJ LEKNES 15. 11. 2017	19
2.6 REISELIVSLUNSJ I SALTEN; BODØ 08.05.18	21
2.7 OFOTEN.....	23
3 HALVDAGS DIALOGKONFERANSE MED NASJONALE AKTØRER 23.08.17	24
4 KONKLUSJONER	28
4.1 ERFARINGER MED GJENNOMFØRINGEN	28
4.2 FORSLAG TIL OPPFØLGING.....	29
4.2.1 LOKAL REISEMÅLSUTVIKLING.....	29
4.3 KONKRETISERING AV REISELIVS- OG INNOVASJONSSTRATEGI FRAM MOT 2021.....	30

INNLEDNING

Reiselivsnæringen står i dag ved et paradigmeskift og er i ferd med å endres fra først og fremst å være leverandør av transport og overnatting, til å bli ei næring som leverer helhetlige opplevelser basert på kundenes ønsker og behov. I Nordland fylkeskommune (Nfk) er Opplevelsesbasert reiseliv en av fire satsinger i Innovasjonsstrategien 2014-2020 - Et nyskapende Nordland.

Utvikling av gode opplevelser krever et samspill mellom flere aktører, også aktører som i utgangspunktet kanskje ikke anser seg selv som opplevelsesleverandører. I strategien for reiseliv- og opplevelsesnæring i Nordland 2017 – 2021;

«Opplevelser langs verdens vakreste kyst»

fokuseres det nettopp på dette samspillet. Målet for strategien er: **Samarbeid og nyskaping skal bidra til bærekraftige reiselivsbedrifter og lokalsamfunn.**

Skal man klare å utnytte Nordlands store natur- og kulturgitte potensiale for opplevelsesutvikling må alle relevante aktører bli bedre på samspill. I strategien gis det føringer for fylkeskommunens rolle og ansvar som regional utviklingsaktør og utviklingsarbeidet skal skje i et samarbeid mellom næringsliv, offentlig sektor, FoU-miljø og frivillig sektor. SMART spesialisering brukes som metodikk i dette utviklingsarbeidet.

Det er en målsetting at besøkende i Nordland skal møte bærekraftige reiselivsdestinasjoner som har kvalitet i alle ledd, men det ligger en stor utfordring i å utvikle bærekraftige destinasjoner. Tilrettelegging og utvikling av næringa må sees i en helhetlig samfunnsmessig sammenheng. En bærekraftig opplevelsesutvikling av Nordland innebærer bevaring av natur, kultur og miljø, samtidig som opplevelsesutvikling må styrke lokal livskvalitet og sosiale verdier, lokal kontroll og engasjement. Konkurransedyktige og økonomisk levedyktige reiselivsdestinasjoner og - bedrifter som gir lokal verdiskaping, er en svært viktig del av bærekraftbegrepet som ligger i bunnen for Nordland Fylkeskommunes strategi for reiseliv og opplevelsesnæring.

1 BAKGRUNN OG MÅLSETTING

Nordlandsforskning/Novadis har siden 2012 arrangert en reiselivslunsjer lokalt i Bodø, hvor målet har vært å fremme triple helix-samhandlingen knyttet til utvikling av opplevelsesbasert reiseliv i Salten og Nordland. Dette har først og fremst vært utformet som et uformelt lavterskeltilbud til den lokale næringa og andre lokale aktører.

Reiselivslunsjene har uten tvil vært en viktig arena for nedbyggingen av barrierer mellom forskning, næring og virkemiddelapparat. På denne arenaen har de ulike aktørene tatt opp et bredt spekter av tema knyttet til opplevelsesbasert reiseliv, som lokal mat og matopplevelser, problemstillinger knyttet til transport, forvaltning av fellesgoder og fellesgodefinansiering, betydningen av universell utforming etc. Både næringsaktører, aktører fra virkemiddelapparat og forskere har stilt opp som foredragsholdere, bidragsyttere og deltagere. Noe avhengig av tema, har lunsjene hatt inntil 40 deltagere. Både under og i kjølvannet av reiselivslunsjene har reiselivsnæringa og offentlige myndigheter reist ulike problemstillinger og meldt inn kunnskapsbehov som FOU – miljøene har tatt tak og generert inn i ulike prosjekter. Dette har derfor vist seg å være en hensiktsmessig og relevant arena for å styrke samhandling.

I forbindelse med utformingen av ny reiselivsstrategi for Nordland fylkeskommune, reiste representanter fra fylkeskommunens næringsavdeling rundt til alle destinasjonene og gjennomførte høringsrunder og mottok innspill til strategien. De fikk blant annet innspill om nærmere dialog og flere kontaktpunkter.

Erfaringer fra tidligere «reiselivslunsjer» arrangert av Nordlandsforskning/Novadis i Bodø, har vært grunnlag for gjennomføring av ambulerende reiselivslunsjer. Arrangementene i Nordland har vært utviklet i samarbeid med både lokale/sub-regionale destinasjonsselskap og Nordland fylkeskommune. Nfk har benyttet de ambulerende reiselivslunsjene som en arena for å følge opp fylkets nye reiselivsstrategi.

Reiselivsnæringen i Nordland har hatt et lite utviklet innovasjonssystem. Særlig har næringas samarbeid med forskere og forskningsinstitusjoner vært relativt svak. Selv om det har skjedd mye utvikling på dette feltet, er det fortsatt behov for nedbygging av barrierer for dialog og samhandling mellom næringa, kunnskapsmiljøer og offentlige myndigheter. Dette for å stimulere til tverrfaglig kunnskapsbygging og forsknings-støttet aktivitet.

Målet med dette prosjektet har vært å styrke og utvikle triple helix-samhandling og samarbeid på *alle* reiselivsdestinasjonene i Nordland fylke, og videreutvikle reiselivslunsjene til en arena som oppleves relevant og nyttig for den lokale næringa og lokale offentlige myndigheter. Særlig er dette viktig for aktører innen opplevelsesbasert reiseliv som enda ikke er inkludert i nettverk av bedrifter eller andre aktører som kan være av betydning for deres virksomhet. Målsettingen har vært å se muligheten for å videreutvikle «reiselivslunsj» som verktøy for å oppnå større grad av interaktivitet, og for å få reist de problemstillinger som er relevant for næringa på de ulike destinasjoner, inklusive de lokale og/eller de kontekstuelle utfordringene, samt følge opp fylkets (og regjeringas) reiselivsstrategier.

Den norske regjering har utviklet en ny, nasjonal reiselivsstrategi/melding som får betydning for videre reiselivsutvikling i Norge. Og har betydning for virkemiddelapparat, og videre

forskningsinnsats og –prioriteringer i årene fremover. Satsingen på opplevelsesbasert reiseliv i Nordland har vært omfattende, og man er godt i gang med styrkingen av innovasjonssystemet for reiselivet. Den nye nasjonale reiselivsstrategien vil derfor ha betydning for den videre utviklingen av reiselivet i Nordland.

Nordlandsforskning/Novadis har hatt mål å styrke sin nasjonale posisjon innen opplevelsesbasert reiseliv. Derfor er dialog og samarbeid med nasjonale aktører og myndigheter svært viktig. Som et ledd i dette har Nordlandsforskning tatt initiativ til å arrange en halvdagskonferanse hvor nasjonale myndigheter og aktører ble invitert til å presentere egne synspunkter og kommentarer til regjeringens nye reiselivsstrategi. Målet med konferansen er nettopp å skape en arena for dialog, erfaringsutveksling og samarbeid mellom relevante regionale aktører og myndigheter i Nordland/Nord-Norge og nasjonale aktører og myndigheter og gjennom dette påvirke den nasjonale politikken på dette området.

2 DESTINASJONENE

Arrangementene har hatt som mål å ta utgangspunkt i den enkelte destinasjons ønsker om tematikk og problemstillinger.

- På Helgeland har Nordlandsforskning hatt et tett samarbeid med Kunnskapsparken Helgeland ved prosjektleder Torbjørn Aag, som har koordinert mye av arbeidet med innholdet og aktørene som har bidratt under de 3 arrangementene i henholdsvis Brønnøysund, Mosjøen og Mo i Rana.
- I Lofoten har Nordlandsforskning hatt et tett samarbeid med Destinasjon Lofoten og daglig ledere/ reiselivssjef Elisabet Dreyer, som har ønsket å knytte arrangementet opp mot aktuelle problemstillinger, og pågående prosesser i Lofoten.
- I Vesterålen har arrangementet tatt utgangspunkt i ønsker fra Visit Vesterålen, og vært gjennomført i samarbeid med reiselivssjef Astrid Berthinussen.
- Arrangementet i Salten/Bodø har det vært gjennomført i samarbeid med Visit Bodø, og Merete Nordheim, prosjektleder for reiseliv og opplevelser

Gjennomføringen av Reiselivslunsjene på destinasjonene i Nordland har alle hatt gjennomgangen av fylkeskommunens reiselivsstrategi som innledning og bakgrunn, sammen med en opplevelsesfaglig innledning fra Nordlandsforskning, etterfulgt av tema og aktører som er prioritert hos de lokale reiselivsaktørene, samt en oppsummerende diskusjon og innspill til videre utviklingstema.

2.1 REISELIVSLUNSJ I BRØNNØYSUND 06.09.17

Jarle Løvland

Reiselivslunsjen hadde 21 påmeldte deltagere fra næringsliv, offentlig sektor og FOU – miljø.

Program

12.00 Velkommen v/ Torbjørn Aag, Kunnskapsparken Helgeland

12.05 Om opplevelser og opplevelsproduksjon v/Jarle Løvland, Nordlandsforskning

12.25 Nordland Fylkeskommunes reiselivsstrategi – hva nå? v/ Liv Rask Sørensen, NFK

12.45 LUNSJ og diskusjon

13.30 Kompetanse- og nettverksbygging innen opplevelsesbasert reiseliv Helgeland v/ Kunnskapsparken Helgeland

13.45 Om virkemidler v / Jarle Løvland og Liv Rask Sørensen

14.00 Tre tema med lokalt fokus for opplevelsesbasert reiseliv i Brønnøysund:

1. Reismålsprosessen for Sør-Helgeland avdekket at for å komme videre i utviklingen av opplevelsesnæringen er man avhengig av et nav som kan bidra til å trekke til seg besøkende og som kan samordne helhetlige og sammenhengende kommersielle tilbud av tjenester og opplevelser. Brønnøysund og «Essobrygga» kan bli et slikt nav. Hvordan kan man lykkes?

2. Det er stor interesse for Brønnøysund og Vega som cruisehavn og regionen har befestet seg som en konkurransedyktig aktør langs kysten. Hvordan jobbes det lokalt, og hvordan skal regionen rigge seg til å ta imot skip opp til 2.400 passasjerer i 2018?

3. Norsk Havbrukscenter åpnet ny virtuell utstilling våren 2017 og er en viktig opplevelsesaktør for reiselivsnæringen. De ønsker å dele sine erfaringer rundt hvordan de har koblet turisme og oppdrettsnæringen. I tillegg har de noen framtidstanker de ønsker å fortelle.

14.45 Kaffepause

15.00 – 1600 Diskusjon



Kommentarer:

[Kompetanse/kunnskapsstøtte](#)

I gjennomgangen av behov for kompetanseutvikling som KPH har gjennomført, var tilbakemeldingene fra bedriftene at de har behov for styrking av markedsrettet arbeid (markedsføring, vertskap, administrative områder, og man etterspør veiledning. Også opplevelsesrettet kompetanse for å styrke profesjonalisering og helårsvirksomhet/-vinterturisme er etterspurt. KPH følger opp dette ved å legge opp til korte, målrettede samlinger, kurstilbud og veiledningskapasitet. Utfordringen for bedriftene er (her som ellers) mangel på tid å avsette til kompetanseutvikling.

I forbindelse med visningsanlegget/Havbrukssentret viste bedriften Visual 360 eksempler på hvordan man jobber med nytt formidlingsmateriell basert på droneteknologi. Dette vil styrke grunnlaget for nettbaserte valg og salg av opplevelser i regionen.

Reisemålsstrategi, nettverk og destinasjonsutvikling

Audhild Bang Rande gjennomgikk reisemålsprosessen og konklusjonene fra konseptstudien «Øyriket», som fokuserer på forutsetningene for å utvikle naturbaserte opplevelsesprodukter og tilrettelegging på Sør-Helgeland. I et kundereiseperspektiv mangler man tydelighet både i mottaksfunksjonen og koordineringen av tilbud og opplevelsesmuligheter. Hun gjennomgikk hovedtrekkene i prosessen, der Torghatten har bidratt aktivt til at man nå er i ferd med å få realisert Essobrygga som et slikt nav og samlingspunkt for turisme og som et viktig element i utvikling av byrommet. Sentret vil bli et møtepunkt for turister og leverandører og rommer dessuten reisekafe, turoperatører og fellesaktiviteter. For tiden skjer det avklaringer med eier, kommune og regionale/statlige utviklingsaktører (bl.a. Kulturminnefondet) om realiseringen av etableringen som vil ha en tentativ ramme på ca 20 mill. kroner. Etableringen vil også være et viktig bidrag for å styrke de kommersielle satsingene i bedriftsnettverket og mobiliseringen av flere leverandører og større bredde, og vil også kunne romme både destinasjonsselskap og støttefunksjoner som node/tematisk næringshage i samarbeid med SIVA.

Solveig Svendsen fra Helgeland Reiseliv, leder av bedriftsnettverket med base i Brønnøy, redegjorde for utvikling og satsinger. Reisemålsstrategien for Sør-Helgeland er utviklet og danner rammen for det strategiske arbeidet. Gjennom strategien og utvikling bl.a. støttet av VRI Nordland er det gjort et grunnleggende arbeid for å etablere et nav og mottakspunkt for kunder og leverandører i Brønnøysund lokalisert på «Essobrygga» og byrommet ved Lille Brønnøy. Bedriftsnettverket har gitt et økende samarbeid omkring utvikling av satsingen på sykkel- og kajakkopplevelser på Helgeland. Antall produkter som nå leveres og er bookbare er økende og man satser videre på helårsprodukter.

Cruise og produkter rettet mot Hurtigruten er under utvikling og målet er 10 cruise i 2018, med satsing på cruisepass for å stimulere etterspørselen etter opplevelser på land. Denne satsingen skjer i samarbeid med Brønnøy havn. Utvikler nye produkter som byvandring, litt synkende andel av passasjerer (tidligere 70%) som deltar i landopplevelser under oppholdet. Hurtigruten har vist økende tall og omsetning. Økt cruisesatsing vil kreve en styrking av en navløsning i Brønnøysund.

Norsk Havbrukssenter på Toft ble åpnet i juni 2017 og tilbyr marine og naturbaserte opplevelser, kunnskap og lokale matopplevelser. Sentret fungerer både som visnings/rekrutteringsanlegg for havbruksnæringen og som arena for opplevelser med basis i næringsutøvelsen. Man samarbeider med Hurtigruten i sommersesongen og har ellers omvisninger og guidede opplegg for grupper daglig. Tilbakemeldingen har vært gode. Utfordring av man vet lite i forkant om Havbrukssentret, og det vil kreve innsats å utvikle tilbudet utenfor høysesongen. Det jobbes nå videre med å videreutvikle konseptet og gjøre sentret mer attraktivt for besøk. Framover satses det også utvikling av området og spissing av konseptet, egne arrangement og mobilisering/styrking ift lærlinger og VGS matfag, og man er også med i bedriftsnettverket.

Diskusjon og innspill

I diskusjonen etterpå ble det bl.a. tatt opp behovet for å forankre utviklingen av Sør-Helgeland som destinasjon inn mot kommunen(es) næringsutvikling. En generell utfordring er at reiseliv og opplevelsesbaserte næring i liten grad blir fulgt opp som strategisk næringsutvikling og bidrag til sysselsetting.

Det ble også pekt på viktigheten av å mobilisere de viktige utviklingsaktørene som kommuner, fylkeskommunen og Statens vegvesen for et destinasjonsområde som Sør-Helgeland og langs Kystriksveien. Samferdsel og transportløsninger vil ha stor betydning for det potensialet man kan realisere. Samarbeid og tematiske fellessatsinger og «rød tråd» ble også fremhevet som viktig for å styrke Helgeland som reisemål og opplevelsesområde. Det ble også understreket at det framover ligger store muligheter i å fronte satsinger på mat og sette fokus på skuldervesongene.

2.2 REISELIVSLUNSJ MOSJØEN 07.09.17

Jarle Løvland

I Mosjøen deltok 20 deltagere fra reiselivsnæringa, offentlig sektor og FOU- miljø.

Program

12.00 Velkommen v/ Torbjørn Aag

12.05 Om opplevelser og opplevelsesproduksjon v/Jarle Løvland, Nordlandsforskning

12.25 Nordland Fylkeskommunes reiselivsstrategi – hva nå? v/ Kai Breivoll, NFK

12.45 LUNSJ og diskusjon

13.30 Kompetanse- og nettverksbygging innen opplevelsesbasert reiseliv Helgeland v/ Kunnskapsparken Helgeland

13.45 Om virkemidler v / Jarle Løvland og Kai Breivoll

14.00 – 14.45 Tre tema med lokalt fokus for opplevelsesbasert reiseliv i regionen:

- Etableringen av Via ferrata i Mosjøen, erfaring så langt og innspill på vekstmuligheter v/Merethe Kvandal
- Opplev Helgeland og rafting/elvepadling i Grane v/Ellen Schjølberg
- Fru Haugans, gode opplevelser høsten 2017 v/Ellen Løvold Strand

14.45 Kaffepause

15.00 – 16. 00 Diskusjon





Kommentarer:

I møtet med reiselivet i Mosjøen og indre Helgeland var det lagt vekt på behovet for kompetanse og nettverksbygging for å stimulere utviklingen av opplevelsesbaserte produkter og tilbud. Dessuten var hovedvekten på presentasjon av nye aktører og opplevelser som er blitt etablert den siste tiden med bakgrunn i natur og Vefsna som opplevelsesressurs.

Innledningsvis presenterte Georg Enga fra Helgeland Reiseliv deres prioriterte områder og satsinger framover på vinterturisme er i startgropa. Produktutvikling skjer i et samarbeid mellom Helgeland Reiseliv og Kystriksveien Reiseliv, og samarbeidet mellom bedriftene er økende. For å stimulere dette har man laget et kart over aktører og oppgaveområder på Helgeland.

Deretter presenterte Merete Kvandal fra Naturlige Helgeland deres nye satsing på naturbaserte opplevelser med etablering av en Via Ferrata i Øyfjellet ved Mosjøen. Her kan gjestene få sikre klatreopplevelser i fjellet med guiding. Neste ledd i satsingen er å lage en zipline på 700 m ned til hagen ved Fru Haugans hotell.

Erfaringene med VF så langt er svært gode, og man får gode responser fra de som har forsøkt. Aldersgrensen er satt ned til 12 år og man registrerer stor interesse fra et bredt geografisk område utenfor Vefsn. Ut fra tendens og erfaringer andre steder ser man at de nye tilbudene vil kunne øke oppholdstiden i området fra nåværende nivå (1,1 døgn) betydelig, og om man skulle kunne ha grunnlag for å for å doble tiden opp mot 3-4 dager vil dette få store ringvirkninger og konsekvenser for måten man utvikler reiselivet i regionen.

Deretter presenterte Ellen Løvold Strand Fru Haugans hotell og deres aktiviteter inn mot utvikling av reiselivet i Mosjøen og omegn. Man har lang erfaring med å gi gode opplevelser til gjester som videreutvikles med vekt på hotellet og stedets historie. Tilgjengeligheten med buss, tog og bil er god, men man sliter noe med koordineringen disse imellom. Togturisme er en stor mulighet, samtidig som det vil få betydning om man beholder flyplassen på sikt.

Når det gjelder utviklingsarbeidet legger hotellet vekt på samarbeid med lokale partnere. Av kulturbaserte aktiviteter bygger man på bl.a. musikk-/jazzmiljøet og har etablert arrangementer som kulturverksted, Byfestuka og satsing på Mosjøen som kulturby. Mat er et annet satsingsområde, basert på stor bredde og tilgang til vilt og bær, med gode råvarer som elg, lam, hjort, kveite, vaktelegg, sopp/kantarell, multer og ostedelikatesser (i samarbeid med Vega Delikatesser). Det jobbes også fra fylkeskommunen med en matsatsing ved Marka VGS.

Nye produktområder man deltar i er bl.a. aktivitetene omkring Via Ferrataen, zipline og gondol (Helgeland Skylift) til Øyfjellet (planlegges), og man jobber med Mosjøen som vinterdestinasjon med vekt på vinterlyset. Ellers jobber man med nye konsepter mot høsten som «Mosjøens hemmelige dansere», arktisk mat (med stjernekokker), julebordsesongen, samt en videreutvikling av hotellmuseet som formidling av opplevelser fra hotellet og stedets historie. Den berømte «speilglasskula» i hotellhagen. Viktige partnere er Helgeland Trafikkselskap Mosjøen, Naturlige Helgeland, Laksforsen, Vefsna Lodge og Sæterstad gård -for å nevne noen.

Deretter gjennomgikk Ellen Schølberg, leder for Grane Næringsutvikling de pågående utviklingsaktivitetene knyttet til rafting i Vefsna og opplevelsesbasert utvikling på indre Helgeland gjennom Vefsna Regionalpark. En ramme for aktiviteten har vært satsingen på utvikling av en regionalpark for et langsiktig og dynamisk system for opplevelser med vekt på å ta vare på og utvikle natur- og kulturverdier i området. Utviklingen har skjedd gjennom forprosjekt (2011) og seinere hovedprosjekt mot 2014, der målet er «å etablere et samarbeid som styrker regionens identitet og fellesskap både innad og utad gjennom en parkplan», med vekt på å bli det foretrukne området for fjellkultur og «småbyromantikk». Samarbeid i nettverk er avgjørende for å realisere ambisjonene. Prosessen har stoppet litt opp til tider, men faktagrunnlaget som er opparbeidet er viktig og brukes.

Den største utviklingsatsingen skjer innen rafting og kajakk i Vefsna, der selskapet River North (Trofors) som utvikler rafting og naturbaserte aktiviteter i Vefsna. Etablererne Ron Fischer og Mariann Sæther har begge en status og nettverk innen elvepadling/kajakk og ser et stort potensial internasjonalt i utviklingen av elvepadling (Whitewater) i vassdraget. Vil kunne utvikle seg selvstendig og vil om 10 år være på høyde med Sjøa. I regionalparkprosjektet er vassdragene i Vefsn gjennomgått og dokumentert som grunnlag for videre utvikling.

Erfaringer fra prøvesesong 2017 er gode og man arrangerte Elvefestival med 70 deltakere fra 14 land. Det er skapt grunnlag for aktivitetsutvikling, og man ser at det er behov for å styrke nettverk og utvide satsingen mot vinter. Man ser viktigheten av å få inn nye aktører som utløser nye tilbud og satsinger, samtidig som samhandlingen er nødvendig.

Øyfjellet som aktivitetsområde er under rask utvikling og man har også en prosess for helhetlig reisemålsutvikling på gang. Helgelandstrappa og etableringen av sherpastien opp til toppen av Øyfjellet gir tilgang både til utsiktspunkt over byen og området, samt økt tilgjengelighet til hele regionen og videre mot Sverige. Utviklingen av de nye aktivitetene bidrar til å skape nytt liv i regionalpark-prosjektet, som til nå er vedtatt i 3 kommuner. Kommunenes rolle ble påpekt av flere som viktig, og at det foretas investeringer i destinasjonene på Helgeland.

I den avsluttende diskusjonen ble det lagt vekt på viktigheten av å følge opp alle positive aktiviteter som er på gang, men også å sørge for starthjelp til tidlig kommersialisering. Indre Helgeland og Mosjøen har et stort potensial til å bli et foretrukket område for natur- og aktivitetsbaserte opplevelser. Viktig å være bevisst på å bruke lokale krefter og satse på videreutvikling av mat som opplevelseselement. Matsatsingen på Marka VGS er viktig for rekruttering og kompetanse; viktig å få til rask nok tilpasning til relevant innhold i reiselivsrettede utdanningstilbud og at lærlingetilbud blir utviklet. Flere var inne på behovet for økt bærekraft i reiselivet, transportutvikling og charterproduksjon. For regionen viktig å forbedre tilgjengelighet, skilting og informasjon overfor et økende gjestegrunnlag og interesse for tilbudene som finnes her (økt «reason to go»). Logistikk og rutetilbud er fortsatt en utfordring og det var en viss utålmodighet med å se resultater av den økte satsing på utvikling av samferdsel i Nordland slik at det gagnar reiselivet.

2.3 REISELIVSLUNSJ I MO I RANA 13.09.2017

Jarle Løvland

I Mo i Rana hadde 22 deltagere fra reiselivsnæringa, offentlig sektor og FOU-miljø, funnet veien til reiselivslunsjen.

Program

12.00 Velkommen

12.05 Om opplevelser og opplevelsesproduksjon v/Jarle Løvland, Nordlandsforskning

12.30 Nordland Fylkeskommunes reiselivsstrategi – hva nå? v/ Rannveig Klæboe Essarti, NFK

12.45 LUNSJ og diskusjon

13.30 Kompetanse- og nettverksbygging innen opplevelsesbasert reiseliv Helgeland v/ Kunnskapsparken Helgeland

13.45 Om virkemidler v/ Jarle Løvland

14.00 Tema med lokalt fokus for opplevelsesbasert reiseliv i regionen:

- Ny regional ansvarlig Helgeland reiseliv Georg Enga
- Kroglia Kulturgård, All you need is låve v/Eldbjørg Fagerjord
- Rana spesialsport AS, Espen Wibe
- Meyergården Hotell, planer og utfordringer, Ruben Nilsen Robertsen

14.45 Kaffepause

15.00 – 16. 00 Diskusjon



Kommentarer:

Torbjørn Aag innledet om grunnlaget for opplevelsesbasert reiseliv på Helgeland og i Rana-regionen. KPH bidrar med kompetansemegling og nettverksstøtte, samt kompetanseutvikling i bedrifter og nettverk. Seinere på høsten vil det blir arrangert samling og kurs innenfor administrative temaer som er etterspurt i en spørreundersøkelse, samt at man vil sette fokus på opplevelsesdesign og digitalisering. Det er gjennom InnOpp innledet samarbeid om kajakk med Bohuslän, der det skal være samling i november/desember. Det arrangeres gründeruke i samarbeid med Rana Utvikling.

Georg Enga orienterte deretter om Helgeland Reiselivs aktiviteter. Destinasjonsselskapet har lang erfaring med produktutvikling og samarbeider bl.a. med Namsskogan Familiepark om bruk av ansatte til å utvikle nye ideer. Motto er «Ekte opplevelser året rundt». Man drifter 4 turistkontorer i regionen med tilhørende serviceaktiviteter innenfor vertskap, informasjon, utleietjenester og booking. Det er også en lang rekke bedriftsnettverk på Helgeland som HR vil være en pådriver for å videreutvikle.

Eldbjørg Fagerjord presenterte Kroglia Kulturgård (All you need is Låve), som jobber med kortreist reiseliv mot bedrifter og grupper. Hovedelementer er mat og kulturopplevelser, med kapasitet på 80 gjester og opptil 280 på konsert. Låven er under utbygging med scene og økt kapasitet. Bedriften har blitt gradvis utviklet fra frivillig ildsjel til å bli en bedrift med eget kulturhus og møteplass! Det tilbys pakker med kulturtilbud, transport og mat, og dette har blitt godt mottatt. EF understreket betydningen av pakking av tilbudene. Viktig å skape tilbud som er meningsfulle for gjestene og som de «tar med seg». Hun la også stor vekt på samspill i nettverk som en viktig forutsetning for å lykkes, viktig for å «bryne» ideer man jobber med mot bedrifts- og personmarked. Kunnskap om opplevelsesdesign er sentralt for å lykkes og må inngå i all virksomhet, samtidig som man ønsker å skape et trendy sted med forankring i både tradisjon og innovasjon. I samspill med fellesaktiviteter knyttet til store arrangementer vil man kunne jobbe mer effektivt både med vinterturisme og felles markedsorientering hos produsentene. Fra deltakerne ble det vist til behovet for å få til en bred involvering på eiersiden – ikke bare de lokale.

Espen Wibe fra Rana Spesialsport presenterte bedriften som regionens aktivitetsleverandør med en stab av erfarne guider/tilrettelegger med allsidig kompetanse og erfaring. Bedriften har 40 engasjerte med 500 års erfaring og mye realkompetanse, og hadde til 2017 en vekst på 40% uten markedsføring. Virksomheten er naturbaserte aktiviteter og opplevelser basert på tilgangen til et unikt og variert naturgrunnlag for aktiviteter som bl.a. (fjell)vandring, fiske, kajakk, sykkel og grotting. Kapasiteten på gjestesiden er 40 klatresett og 50 kajakksett. De utfordringer EW pekte på var knyttet til veksten og hvordan man lykkes bedre med markedsføring/innsalg og økt forutsigbarhet i virksomheten. I dag har mange kombinerte jobber og det kan være vanskelig å få til en overgang. Man samarbeider godt med bedrifter i regionen og det geografiske markedsområdet utvides stadig, samtidig som man ønsker å utvikle seg mot større arrangement og idrettsarrangement. Bedriften savner nettverk for å kunne lage egne jobber og investeringer.

Ruben Nilsen presenterte Scandic Meyergården og deres satsing på reiseliv, kurs om konferanse gjennom utbyggingen de seinere årene. Man er nå det tredje største hotellet i nord og tatt høyde for ny regional flyplass, med kapasitet på 900-1000 på konferanse og konserter. SM er godt plassert med hensyn til reise mønsteret i dag og framover. Hotellet satser framover særlig på vinterturisme, der man mener mulighetene er store i regionen. Vil øke omsetningen med 30% om 5 år, og man mener Rana har det som skal til for å lykkes med satsinger i verdensklasse.

I diskusjonen etter innledningen kom man særlig inn på den betydningen som den kommende regionale flyplassen vil få for reiselivet i Rana og Helgeland, selv om denne fortsatt er noe omstridt. Dessuten var mye fokus på utvikling av vinterturisme og det som skal til for å skape vekst og helårsvirksomhet. HR pekte på betydningen av IKT og digitalisering for å få til et prosjekt for formidling av nye vinteraktiviteter. Viktig for å konkurrere med etablerte destinasjoner som Hemsedal. Man ser også potensialet for arrangementsturisme i større grad ut fra gunstig beliggenhet og markeds muligheter over grensen mot Sverige. Omleggingen av havna med passasjertrafikk til sentral beliggenhet vil ha stor betydning for utvikling av Mo og regionen som cruisedestinasjon i nord. Idrett og barne-arrangementer med Sverige som del av markedsområdet, vil kunne videreutvikles i vintersesongen.

Det ble også pekt på at bilutleie og transporttilbud er en vesentlig forutsetning for å lykkes. Særlig Helgeland med kyst og øyer er avhengig av både kapasitet og koordinering for å lykkes med vekst i reiselivet. Det ble bl.a. fra Lovund (Sivert Olaisen) etterlyst mer aktiv oppfølging av den økte satsingen på kobling av samferdsel og reiseliv hos fylkeskommunen. Særlig viktig å styrke oversikt (informasjon), forutsigbarheten og book-barhet. Forslag om å starte med bilferga til Lovund (forhåndsbetaling av billetter/booking), vil kunne redusere køen med 80%. Viktig å involvere samferdsel aktivt i reiselivsutviklingen (både Reiselivsarena Nordland, RL-lunsjer og utviklingen av smart spesialisering i Nordland).

Tilgjengelighet og forlenget oppholdstid er sentrale elementer i den videre reiselivsutviklingen i regionen og på Helgeland. Dette betinger et tett samspill mellom offentlig sektor, og særlig fylkeskommunens ansvarsområder, og et nærmere samarbeid mellom de ulike tilbudene (inkl leiebil og tuoperatører/chartervirksomhet). Samspill og produktutvikling av sterke opplevelsesprodukt som kan utnytte bedre tilgjengelighet og tilbys helårlig blir også viktig for at Helgeland kan ta den sterke posisjonen man har i ressursgrunnlaget for helårlig vekst i opplevelsesøkonomien.

2.4 REISELIVSLUNSJ VESTERÅLEN 28.09.2017

Karin Marie Antonsen

27 personer fra næring og kommuner møtte til reiselivslunsj i Vesterålen med følgende agenda:

Program		
10.00 - 10.15	Kaffe	
10.15 - 10.20	Velkommen	Visit Vesterålen
10.20 - 10.40	Om opplevelser og opplevelsesproduksjon, og betydningen av kompetanse	Jarle Løvland, Nordlandsforskning
10.40 - 11.00	Nordland Fylkeskommunes reiselivsstrategi og besøksforvaltningsprosjekt – hva nå?	Tommy Nilsen, Nordland fylkeskommune
11.00 - 11.15	Hva skjer i Vesterålen?	Astrid Berthinussen, Visit Vesterålen
11.15 - 12.10	Lunsj	
12.15 - 12.30	Om kvalifisering av Lofoten for merket «Bærekraftig reisemål», orientering	Karin Marie Antonsen, Nordlandsforskning
12.30 - 13.30	Lokale innspill og diskusjon	
13.30 - 13.40	Kaffepause	
13.40 - 14.00	Oppsummering innspill	



FOTO: KARIN MARIE ANTONSEN

Nordland fylkeskommune om reiselivsstrategien

Tommy Nilsen fra Nordland fylkeskommune la frem den nye reiselivsstrategien som også kulturnæringene og lokalmat.

Mens tidligere reiselivsstrategi tok utgangspunkt i næringen, er fylkeskommunen i den nye strategien opptatt av hva de som fylkeskommune kan gjøre. Bærekraftsprinsippene ligger til grunn.

Strategien tar inn over seg at vi i dag ser helt andre typer reisende enn tidligere og et av satsingsområdene til Nordland fylkeskommunes er besøksforvaltning. Beslutningen om å jobbe med besøksforvaltning er tatt med bakgrunn i situasjonen som Lofoten har opplevd den siste tiden hvor alle turistene man har ønsket seg plutselig kom, men kanskje ikke på den måten og i det omfanget man hadde trodd. Inn under besøksforvaltning ønsker fylkeskommunen også å jobbe med å finne gode løsninger på fellesgodefinansiering.

Et annet satsingsområde i den nye reiselivs- og opplevelsesstrategien til Nordland fylkeskommune er etableringen av et innovasjonssystem med fokus på samarbeid på tvers av sektorer.

Marked, kommunikasjon og distribusjon er også en del av strategien, inkludert avklaring av hvilken rolle Nord-norsk reiseliv skal spille i fremtiden. En annen viktig del av strategien er fylkeskommunens egen rolle som reiselivsaktør. I denne ligger utvikling og markedsføring av fylkeskommunens samferdselstilbud. Et konkret produkt som er utviklet er reisepasset som

ble utviklet og prøvd ut for første gang sommeren 2017 hvor voksne kan reise ubegrenset med hurtigbåt og buss for 990 i uken, barn halv pris.

Fylkeskommunen ønsker også økt fokus på verdiskaping fremfor volum som mål på hvorvidt man lykkes med utviklingen.

Hva skjer i Vesterålen? – Astrid Berthinussen, Visit Vesterålen

Ifølge Berthinussen lykkes Vesterålen svært god med vandring og kan skilte med hele 153 merkede og skiltede løyper. Samtidig peker hun på at det nå kommet veldig mange, anslagsvis går mellom 20 og 30 000 hele eller deler av Dronningruta (Stø – Nyksund – Sørkulen) hvert år nå. Det er rett og slett mangel på kapasitet.

Når det gjelder kompetanseheving innenfor reiselivsnæringa i Vesterålen har de i 2017 planlagt kurs om det kulinariske markedet, norsk-kurs for utenlandske arbeidstakere og markedsføringskurs.

Av prosjekter i Vesterålen trekker Berthinussen frem

- Lofoten-Vesterålssamarbeidet: Dette har vært et langtrukket prosjekt basert på konsolideringsmål fra staten. En utfordring med samarbeidet er blant annet ulik eier- og finansieringsstruktur. Av konkret samarbeid nevnes
 - o Skilting av sykkelruter
 - o Samarbeid (både reiseliv og fiskeri) inn mot det kinesiske markedet
 - o Samarbeid om infrastruktur
- Lokalmat: Er behov for et mat-nettverk og har fått forprosjektmidler til dette
- Masterplanarbeidet: Vesterålen var i september 2017 i fase to (Plandokument), men det er også gjort vedtak om at man skal i gang med fase 3 – Fra ord til handling.
- Forprosjekt Bærekraftig reisemålsutvikling: Kommunene ser behovet og det er satt ned en arbeidsgruppe. Det ble senere vedtatt å trekke bærekraftig reisemålsutvikling inn i masterplanarbeidet. Vesterålen er våren 2018 i forprosjekt.

Berthinussen refererer til en SWOT-analyse hvor styrker, svakheter og muligheter er identifisert. Styrkene som er identifisert i Vesterålen er natur, hvalen, kulturlandskapet, hurtigruten cruise, Trollfjorden og Møysalen. Svakheterne er få overnattingstilbud, krevende infrastruktur og et begrenset opplevelsestilbud. Av muligheter er potensialet for mer vinterturisme identifisert.

Innspill fra salen

Visit Vesterålen med adresse NFK at det fortsatt er behov for et bedre samarbeid mellom fylkeskommunene og næringen for å få til et bedre kollektivtilbud. En konkret utfordring i dag er kryssingen av fylkesgrensene.

Fisketurismen som problem trekkes frem og omtales som et ran av naturressursene. Hvordan kan man sikre seg gjennom regulering, kontroll og få betalt for ressursene som blir tatt ut? «Hvorfor kan man ikke drive med kontroll av turister og aktørene innen turistfiske når fiskerne blir kontrollert?»

Et annet innspill som kommer fra salen er påstanden om at det er lite lokalt engasjement i Vesterålen noe som resulterer i utenlandske oppkjøp, blant annet av sjøfiskecamper.

En annen utfordring som trekkes frem er at det er få og små aktører og dermed lav kreativitet med tanke på hva en opplevelse er og hvilke opplevelser man kan tilby.

Et spørsmål rettet til fylkeskommunen angår hvorvidt strategien til fylkeskommunen følges opp med virkemidler. Nilsen svarer at en veldig liten del av søknadene kommer fra Vesterålen, dermed er det også lite av midlene som er omsøkt kommer til Vesterålen.

Det reises også et spørsmål om hvorvidt det fins en oversikt over hvor pengene går: Dette er offentlig informasjon.

Bærekraftig reisemålsutvikling i Lofoten – Karin Marie Antonsen, prosjektleder

Proessen med bærekraftig reisemålsutvikling i Lofoten er lagt frem på tre reiselivslunsjer; I Vesterålen 28.09.2017, i Lofoten (på Leknes) 15.11. 2017 og i Bodø i mai 2018. I denne perioden har prosjektet gått gjennom hele forprosjektfasen og fått godkjent fase 1 og 2 av merkeordningen som administreres av Innovasjon Norge. Teksten under sammenfatter hele prosessen og er i stor grad hentet fra Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling Lofoten:

Destination Lofoten (DL) besluttet etter medlemskonferansen februar 2017 å gå i gang med å kvalifisere for Merket for bærekraftig reisemål. Dette er en ordning for man på reisemålet skal jobbe parallelt med å besvare kriterier og indikatorer som ligger i Standard for bærekraftig reisemål og jobbe med tiltak rettet mot utfordringer som er identifisert på det spesifikke reisemålet. Beslutningen om å jobbe systematisk og aktivt med bærekraft er et resultat av at Lofoten i stor grad har lyktes med å trekke til seg turister, men ikke vært godt nok forberedt på å håndtere veksten. I tillegg til at mengden besøkende har økt de senere årene, har også turistene endret atferd. Stadig flere gjester ønsker å oppleve det Lofoten de har sett i sosiale medier i form av fjellturer, toppturer, fisketurer og havsafari i spektakulær natur. I tillegg har også lokalbefolkningen i økende grad tatt i bruk naturen til rekreasjon. Sammen har dette både ført til økt slitasje og forsøpling på de mest utsatte «hot-spotene» og manglende infrastruktur som parkeringsplasser, sanitæranlegg og avfallshåndtering og økt risiko for ulykker. Det er også signaler som tyder på en gryende misnøye blant deler av lokalbefolkningen. Behovet for tilrettelegging og besøksforvaltning har kommet til uttrykk både i lokale, nasjonale og internasjonale medier. De siste par årene er det satt i gang en rekke tiltak både av kommunene, Lofoten avfallsselskap, grunneierforeninger, Nordland fylkeskommuner og frivillige lag og foreninger. Det er fortsatt stort behov for tiltak og ikke minst koordinering av alle gode krefter. Et målrettet og koordinert arbeid med å bevare natur, kultur, sosiale verdier og lokalsamfunn er både viktig for lokalsamfunnene i Lofoten, og for å sikre omdømmet til merkevaren Lofoten, en av de sterkeste merkevarene innen norsk reiseliv i dag.

Undersøkelsen *Evaluering av Bærekraftig reisemål* utført av Vista analyse i 2016 på oppdrag av Innovasjon Norge, viser at 71 prosent av utenlandske turoperatører mener at det vil være økt etterspørsel etter bærekraftige destinasjoner de neste 5 årene. Turoperatører og kunder stiller større krav, og fokus på bærekraft vil bli en forutsetning for utvikling og lønnsomhet. For å sikre økonomisk bærekraft og verdiskaping må kvalitet i alle ledd stå sentralt i utviklingen.

Våren 2017 fikk DL innvilget forprosjekt fra Innovasjon Norge. I forprosjektfasen har Destinasjon Lofoten, i tillegg til å utarbeide Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling, avklart status på reisemålet i dag i lys av de 10 prinsippene for bærekraftig reiseliv og i lys av kriterier og indikatorer som ligger til grunn for merkeordningen for bærekraftige reisemål. Overordna mål for bærekraftig reisemål Lofoten er

- *Å skape en bærekraftig reiselivsutvikling hvor reiseliv og kommuner samarbeider om å sikre at Lofoten for alltid vil være verdens vakreste øyrike for både besøkende og lokalsamfunn og*
- *At alle som besøker Lofoten skal møte et ekte Lofoten med ren natur, berikende opplevelser og levende lokalsamfunn!*

En bærekraftig reisemålsutvikling kan forstås som et reiseliv som utvikles på en slik måte, og i en slik skala, at aktiviteten kan opprettholdes over tid uten å skade miljøet den eksisterer innenfor, med tanke på både natur, kultur og lokalsamfunn, og samtidig være lønnsom. Innspill til Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling i Lofoten har kommet gjennom en rekke medvirkningsprosesser:

- Styret i Destinasjon Lofoten sin strategisamling i oktober og styremøte i desember, 2017
- Fremlegg for Lofotrådet, oktober 2017 og desember 2017
- Informasjon om prosjektet gjennom lokalavisene høsten 2017
- Medvirkningsprosess under opplevelseskonferansen i Svolvær, oktober 2017 og på reiselivslunsj på Leknes, 15. november
- Drøfting i styringsgruppa på tre møter
- Samtaler med kommunene og vedtak om aktivt bidrag i kommunestyrene i Vågan, Vestvågøy, Flakstad, Moskenes og Røst 1. kvartal 2018

Basert på innspillene er det definert seks målområder for bærekraftig reismål Lofoten:


1. *Bevare og sikre god bruk av natur, kultur og attraksjoner*
2. *Redusere miljøbelastningen*
3. *Sikre Lofotens omdømme og gjøre det lett for gjest å handle i tråd med bærekraftprinsippene*
4. *Videreutvikle helårlig reiseliv*
5. *Styrke kompetansen*
6. *Rigge reisemålet for fremtiden*

Innenfor hvert hovedområde er det også skissert en rekke delmål og forslag til tiltak (se Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling Lofoten).

2.5 REISELIVSLUNSJ LOKNES 15. 11. 2017

Karin Marie Antonsen

32 personer (inkludert foredragsholdere) møtte opp på reiselivslunsj 15. november med følgende agenda:

Program		
10.00 - 10.10	Kaffe og velkommen	Destination Lofoten og Nordlandsforskning
10.10 - 10.30	AirBnB: utfordringer og muligheter for Lofoten	Evgueni Vinogradov, Nordlandsforskning
10.30 - 11.00	Nordland Fylkeskommunes reiselivsstrategi og Besøksforvaltningsprosjekt – hva nå?	Tommy Nilsen, Nordland fylkeskommune
11.00 - 11.10	Spørsmål og innspill til strategien og besøksforvaltningsprosjektet	
11.10 - 12.00	Kvalifisering av Lofoten for merket Bærekraftig reisemål: Bakgrunn og informasjon om prosess	Elisabeth Dreyer, Destination Lofoten og Karin Marie Antonsen, Nordlandsforskning
12.00 - 12.45	Lunsj og diskusjon	
12.45 - 13.45	Innspill til Handlingsplan for Bærekraftig reisemål Lofoten	Karin Marie Antonsen, Nordlandsforskning
13.45 - 14.00	Oppsummering og innspill	Karin Marie Antonsen



I tillegg til å benytte reiselivslunsjen som innspillrunde for bærekraftprosjektet i Lofoten, var det kommet konkret ønske om kunnskap knyttet til AirBnB i Lofoten. Bakgrunnen for dette ønske var at bekymringer for at stadig flere private boligeiere bytter ut langtids leietakere (studenter/elever, sesongarbeidere og andre som ikke har mulighet til å kjøpe bolig) med AirBnB-markedet. Dette er særlig en uttrykt bekymring i Flakstad kommune som ligger på landstoppen i andel boliger på AirBnB.

Evgueni Vinogradov fra Nordlandsforskning pekte på hva som fins av kunnskap, kunnskapshull, utfordringer og muligheter knyttet til AirBnB, med særlig fokus på Lofoten. Håper er at vi skal få finansiert forskning på dette feltet, men foreløpig har det vært vanskelig, forteller Vinogradov.



Figur 1: Fra Lofotposten 17. november 2017

Vinogradov og Antonsen fra Nordlandsforskning har ved flere anledninger vært i kontakt med nærings sjef i Flakstad kommune for å drøfte mulighetene for forskning på AirBnB og andre store aktører innenfor den såkalte delingsøkonomien. utfordringer som er trukket frem er, i tillegg til konkurransen overfor de kommersielle overnattingstilbudene, utfordringer med renovasjon og leiemarkedet. En utfordring som er trukket frem i Svolvær er at bygningsmasse som ikke er regulert for utleie (for eksempel leiligheter i nye bygårder leies ut på korttidsmarkedet), og at disse bygningene har et langt lavere krav til for eksempel brannvern enn kommersielle utleieaktører.

Nærings sjefen i Flakstad etterlyser både ringvirkingsanalyser, mer kunnskap av hvem AirBnB-gjestene er og mer kunnskap som grunnlag for regulering og boligpolitikk. «Hvordan sikre en boligpolitikk som rigger turiststedene for fremtiden med tanke på å sikre et fortsatt eksisterende utleiemarked for langtidsleie til ny-tilflyttere, arbeidsinnvandrere, studenter og sesongarbeidere?».

Tommy Nilsen fra Nordland fylkeskommune fortalte også her om reiselivsstrategien til Nordland fylkeskommune (se referat fra Vesterålen over).

Elisabeth Dreyer fra Destinasjon Lofoten og Karin Marie Antonsen fra Nordlandsforskning la frem bærekraftprosjektet og organiserte innspillrunde gjennom kafébord -metodikk.

Innspill

Vinogradov kom i sitt foredrag med en påstand om at AirBnB-gjester er annerledes enn hotellgjester og at dette er gjester som kanskje ellers ikke ville ha kommet til Lofoten og dermed bidrar positivt til besøkstallet. Det ble her spurt om dokumentasjon og Vinogradov trakk frem kilder som hadde slike funn.

Innspillene som kom frem under innspillrunde om bærekraftig reisemålsutvikling er tatt inn i forslag til tiltak som ligger i Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling.

2.6 REISELIVSLUNSJ I SALTEN; BODØ 08.05.18

Jarle Løvland

Reiselivslunsjen hadde 33 deltagere fra reiselivsnæringa, offentlig sektor og FOU – miljø.

Program

- 10.00 Velkommen v/ Ann Kristin Rønning, Visit Bodø
Om destinasjonsutvikling i Bodø og Salten
- 10.15 Nordland Fylkeskommunes reiselivsstrategi v/ Tommy Nilsen,
«Strategi for reiseliv- og opplevelsesnæring i Nordland 2017-2021. Opplevelser langs verdens vakreste kyst»
- 10.30 Bærekraftig reisemålsutvikling v/ Trine Krystad, Visit Svalbard
Bærekraftig reisemålsutvikling innenfor ekstraordinære rammer. Hvordan en destinasjon nesten på Nordpolen jobber med bærekraft som rød tråd!
- 11.30 Lunsj
- 12.15 Bærekraftsertifiseringen i Lofoten v/ Karin Marie Antonsen, Nordlandsforskning
- 12.45 LongyearbyVERT, v/ Trine Krystad, Visit Svalbard
Profesjonalisering gjennom gjesteinnsikt, vertskapsfokus og lokalbefolkningens engasjement
- 13.30 Hva kan man lære av Svalbard? Diskusjon og spørsmål v/ Jarle Løvland
- 14.00 Avslutning

Kommentar:

Trine K presenterte erfaringer fra masterplanprosess og utviklingen av Svalbard og Longyearbyen/Isfjordbassenget som opplevelsesarena. Som destinasjonsområde er dette et område som tilsvarer det meste av Sør-Norge, som har mye og sterkt vern og i tillegg har en særegen organisering og ansvarsforhold i forhold til andre regioner. Dette gir utfordringer, samtidig som omleggingen fra gruvedrift og konsolideringen av reiselivssatsing og masterplanprosess siden 2015 har gitt en annen status og grunnlag for videre utvikling. Man er nå inne i fase 3 – fra ord til handling, og arbeidet er organisert i 5 ulike arbeidsgrupper. TK viste til at de spesielle forholdene kan være utfordrende i forhold til involvering og forankring, men samtidig er bærekraftsperspektivet sentralt siden utviklingen omfatter hele samfunnsutviklingen og turismen setter avtrykk. Man har også utviklet cruiseturisme med et cruisenettnettverk som utvikler opplevelser tilpasset sted og arktiske betingelser. Av fysiske tiltak i masterplanen jobbes det med fem temaområder med vekt på i vare ta LYB og Svalbards kulturhistorie kombinert med nye elementer som belysning som virkemiddel for å fremheve attraksjoner. Av ikke-fysiske tiltak ble det lagt vekt på bevisstgjøring, utvikling og metoder ift å jobbe mot viktige målgrupper, å sikre sammenheng og sortiment av naturfenomen, attraksjoner og aktiviteter (aktivitetskalender), og utvikling av nettstøttet kommunikasjon og bruk av Personas-metodikken/kundereiseperspektivet i arbeidet. Typevalg er Polar byferie, Lev som lokale, Ekspedisjoner, Klassiske natureventyr, men man erfarer fortsatt utfordringer i markedskommunikasjon (lav score Google Ads).

Man vil framover jobbe med aktivitetsplanlegger og tilpasning mellom vanskelighetsgrad og deltakelse i opplevelser/aktiviteter. Fortsatt er sesongene (og forståelsen av årstidene) ikke innarbeidet og noe av dette blir adressert i den planlagte konferansen Friske Fraspark som går av stabelen 27.-29. september i år. TKs presentasjoner ga et godt innblikk i hvordan man kan jobbe målrettet og bredt med bærekraftperspektivet i praktisk og kommersiell destinasjonsutvikling.

TK snakket deretter om utviklingen av vertskapsinnsikt og behovet for profesjonalisering. Ambisjonen er å «ta i bruk stedet for alt det er verdt». Svalbard som rotasjonssamfunn er godt tilpasset nye muligheter, men det er behov for å profesjonalisere og legge grunnlag for aksept og mobilisering av lokalsamfunnet. Kurs er blitt arrangert i samarbeid med Røros, og man laget «buttons» «Ask Me» for «Svalbard-ambassadører».

Andre elementer i satsingen på LYB-vert er

- Vertskap
- Turistinfo og produktkunnskap – tilpasset opplevelsesmuligheter og behov hos kunder
- Bærekraft – guidelines til cruiseturismen – forberedelse til besøkende
- Naturmiljø, kulturminner og regelverk reiseliv
- Svalbardhistorie 400 år på 40 min
- LYB-historie 100 år på 40 min

For å bedre integrere dette arbeidet jobbes det også med en app-løsning med sikte på å operasjonalisere tilgjengelige retningslinjer, verdier og kriterier som gjelder for besøksvirksomheten. Fortsatt er man i en pilotfase som avhenger av finansiering. Det er til nå utdannet 130 verter i løpet av 3 år, med vekt på å skape holdninger, profil, refleksjon og mobilisering om hva som får gjester til å føle seg velkommen i lokalsamfunnet. Gjesteundersøkelsen viser høy grad av tilfredshet (98% totalt, ca. 50 % på vertskap). Man forsøker å fange opp grunnlaget for å lage transformerende opplevelser i undersøkelsen og bli mer bevisst i forhold til kommunikasjon.

Deretter orienterte Karin Marie Antonsen om arbeidet med besøksforvaltning i Lofoten (innhold referert annet sted i notatet). I diskusjonen drøftet man også hvordan FoU-erfaringer knyttet både til opplevelsesdesign, masterplanutvikling og næringsinnovasjon kan være relevant å knytte til prosessen på Svalbard, og konkrete problemstillinger i forhold til utvikling i Bodø/Salten og ellers. Til tross for de betydelige institusjonelle forskjellene mellom Svalbard og fastlandsdestinasjoner, ble det pekt på at mye metodisk vil være relevant og overførbart, og bør danne grunnlag for større utveksling framover.

FRA UFORMELT FORMØTE FØR UTVIDET REISELIVSLUNSJ

Det ble arrangert et uformelt møte mellom forskere ved Nordlandsforskning og Trine Krystad fra Visit Svalbard, hvor følgende tema ble drøftet..

- Bærekraftig reisemålsutvikling – erfaringene masterplan og reisemålsutvikling på Svalbard
- Grunnlaget for følgeforskning er nå bedre, og kan tas opp igjen. Einar Lier Madsen, Nordlandsforskning følger opp.
- Læring fra Svalbard – grunnlag for overføring til andre destinasjoner og steder man jobber med reiselivsdrevet nærings- og samfunnsutvikling
- Neste konferanse på Svalbard i November – invitasjon følger
- Det ble drøftet muligheter for nærmere samarbeid, nettverksbygging og FoU prosjektinitiativer, muligheter og kapasitet

2.7 OFOTEN

Det har ikke vært arrangert reiselivslunsj i Ofoten. Destinasjonsselskapet har ikke respondert på forespørsler om å arrangere reiselivslunsjer på destinasjonen.

3 HALVDAGS DIALOGKONFERANSE MED NASJONALE AKTØRER 23.08.17

Nordlandsforskning/Novadis har som mål å styrke sin nasjonale posisjon innen opplevelsesbasert reiseliv. Derfor er en utvikling av dialogen og samarbeidet med nasjonale aktører og myndigheter svært viktig. Som et ledd i den videre utviklingen arrangerte Nordlandsforskning i samarbeide med aktører ved Nord Universitet en konferanse hvor nasjonale myndigheter og aktører ble invitert til dialogmøte hvor de blant presenterte og kommenterte regjeringens nye reiselivsstrategi.

Dialogkonferanse:

STORTINGET ØNSKER MER REISELIVSFORSKNING. HVORDAN GJØR VI DETTE VIDERE?

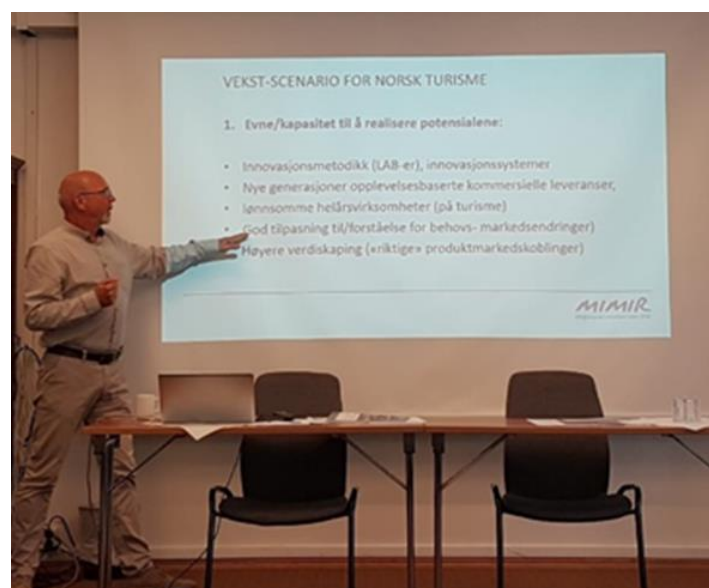
Skagen hotell, Bodø

23. august kl. 11.00 – 16.30

TEMA: HVORDAN VIDEREUTVIKLE INNOVASJONSSYSTEMET? HVA BØR EN STRATEGISK SATSING INNEHOLDE? HVORDAN FÅ ETABLERT ET FORSKNINGSPROGRAM FOR REISELIVET?

11:00	<i>Kaffe</i>
11:15	<i>Velkommen</i> <i>Fylkesrådsleder Tomas Norvoll, Nordland</i>
11:30	<i>Introduksjon</i> <i>Seniorforsker Einar Lier Madsen, Nordlandsforskning</i>
11:45	<i>Arbeidet med reiselivsmeldingen</i> <i>Politisk rådgiver for Venstre Åsmund Prytz, og saksbehandler for reiselivsmeldingen, Stortinget</i>
12:00	<i>Norge har nå en «golden opportunity» som reisemål. Trenger vi forskning for å realisere denne muligheten?</i> <i>Per Arne Tuftin, Norske Reiseliv (tidligere Forum for reiseliv)</i>
12:15	<i>Reiselivsutvikling må være basert på fakta og kunnskap, ikke synsing</i> <i>Audun Pettersen, Innovasjon Norge</i>
12:30	<i>Innspill til debatten fra NHO Reiseliv</i> <i>Gunnar Nilsen, NHO Reiseliv Troms</i>
12:45	<i>Innovasjon og forskning</i> <i>Camilla Lee Maana, LO</i>
13:00 – 13:45	<i>Lunsj</i>
14:00	<i>Kunnskap for morgendagens turisme</i> <i>Bård Jervan, Mimir AS</i>
14:15	<i>Om innovasjonssystemet</i> <i>Hanne Østerdal, Nærings- og utviklingssjef, Nordland fylkeskommune</i>
14:30	<i>Innovasjonssystemet for reiselivet – utfordringer og muligheter</i> <i>Åge Mariussen, seniorforsker, Nordlandsforskning</i>
14:45	<i>Reiselivsforskning i Forskningsrådet</i> <i>Mette Brest Jonassen, Forskningsrådet</i>
15:00 – 15:15	<i>Kaffepause</i>
15:15 – 16:30	<i>Debatt/diskusjon/oppsummering</i>

Bilder fra halvdagskonferansen





Oppfølging av Dialogkonferanse:

Sammen med flere av deltagerne på konferansen ble det konkludert med at Nordlandsforskning ved Einar Lier Madsen, skulle ta initiativ til en oppfølging av konferansen. Einar Lier Madsen har deltatt i det videre arbeidet. Under følger en oversikt over aktiviteter og milepæler. Nedenfor følger en oversikt over gjennomførte aktiviteter/milepæler for Nordlandsforskning arbeid arbeidet med oppfølgingen etter dialogkonferansen.

Tidspunkt	Aktiviteter/oppgaver
23.08.2017	Dialogkonferansen Oppslag vedlagt (http://www.nordlandsforskning.no/aktuelt/skal-finne-veien-videre-for-reiselivsforskning-article5398-155.html)
23.08.2017	Hovedresultatet fra konferansen var at en bred allianse av reiselivsaktører ble enig om å arbeide videre og sammen for å få i gang arbeidet med en nasjonal strategi for reiselivet - Reiseliv 21. Oppslag vedlagt (http://www.nordlandsforskning.no/aktuelt/star-samlet-for-ny-reiselivsstrategi-article5401-155.html)
25.08.2017	Innkalling til oppfølgingsmøte for partene: Norsk Reiseliv, Fellesforbundet, LO, Virke Reise Norge, NHO Reiseliv, Innovasjon Norge og Innovative Opplevelser. Nordlandsforskning sto for innkallingen
08.09.2017	Oppfølgingsmøtet i Oslo hvor følgende deltok: Norsk Reiseliv, Virke Reise Norge, Innovasjon Norge, Innovative Opplevelser og Nordlandsforskning. Fellesforbundet, LO og NHO Reiseliv var forhindret fra å delta. Hovedresultatet av møtet var at et notat om hvorfor en REISELIV21-strategi er viktig og nødvendig lages (2 sider). Referat vedlagt.
Primo sept.	Reiselivsutvalget orientert (kontaktutvalg mellom bransjens organisasjoner og Nærings- og fiskeridepartementet v/Reiselivsseksjonen), om arbeidet av Norsk reiseliv/Innovasjon Norge som er deltakere i utvalget.
Sept./Okt.	Notatet utarbeides. Ble sirkulert mellom partene. Utkast vedlagt
Okt. 2017/ April 2018	Arbeidet stopper noe opp da en av partene (NHO Reiseliv) svært overraskende signaliserer at de ikke vil gi sin tilslutning til/stille seg bak notatet. Samtidig orienteres flere aktuelle personer om initiativet i forskjellige sammenhenger.
Mai 2018	NHO Reiseliv Nord-Norge kontaktes for å få NHO Reiseliv sentralt til å stille seg bak uttalelsen og delta i arbeidet. Dette initiativet lykkes.
Juni 2018	Innkalling av partene til nytt arbeidsmøte for oppfølging av initiativet.
19.06.2018	Møte i arbeidsgruppa for å få igangsatt arbeidet med en REISELIV2X strategi avholdes i Oslo. Her møtes alle partene, dvs. Norsk Reiseliv, Fellesforbundet, LO, NHO Reiseliv, Innovasjon Norge, Innovative Opplevelser og Nordlandsforskning. Virke Reise Norge var forhindret fra å delta. Hovedresultatet av møtet var enighet om oppfølging og at en skulle invitere med noen flere parter for tilslutning. Referat vedlagt. Oppslag vedlagt (blir lagt ut)
H-2018/V-2019	Arbeidet må følges videre opp.

4 KONKLUSJONER

4.1 ERFARINGER MED GJENNOMFØRINGEN

Erfaringene med den ambulerende reiselivslunsjen og samarbeidet om tilrettelegging og gjennomføring har vært godt og velfungerende. Det synes som slike møteplasser og gir økt tilgang til både enkeltbedrifter/brukere og destinasjonenes fellesaktører i større grad enn større arrangementer gjør. Dette er for øvrig også en erfaring man har fra arbeidet med reiselivsstrategien i Nordland. Ut fra dette synes det å være grunn til å videreføre ordningen.

Videre viser møtene og diskusjonene svært ulike problemstillinger ut fra lokale forhold, markedsmuligheter og ressursgrunnlag, jfr. oppsummeringene fra de enkelte møtene. Dette bildet er gjerne preget av bakgrunn og mer langvarig organisering av reiselivet, noe som varierer mye både i form, geografisk utstrekning og markedsorientering. Dette har gitt innsikt i at den videre innrettingen av kunnskapsstøtte må rettes nærmere mot variasjonene i behov. Det fremgår også at det er et behov for økt og bredere kunnskapsformidling og kompetanseutvikling innenfor opplevelsesdesign. Dette er en grunnleggende forutsetning for å kunne ta et fremragende ressursgrunnlag over i produkter i verdensklasse – i økende konkurranse med internasjonale destinasjoner som følger de samme strategiene

Gjennomgående er det fokus på at det er et behov for tettere samspill mellom offentlig sektor og næringsens aktører, og at dette anses som en avgjørende forutsetning. Her har diskusjonene vist at problemstillinger omkring fellesgoder, organisering og forvaltning, og det man kan kalle eksportmodne destinasjoner gjelder de fleste steder, med en lokalt ønsket reiselivsutvikling. Særlig er dette knyttet til små steder hvor man har et sesongpreget innrykk av turister, som man jo finner de fleste steder i Nordland og landet for øvrig.

Erfaringene med samarbeid i bedriftsnettverk er gjennomgående svært positive og til dels avgjørende for mulighetene til å få fram innovative produkter og sortimenter som gir attraksjonskraft og «reason to og» for de framvoksende destinasjonene i fylket. Erfaringene viser også at samspillet mellom enkeltbedrifter, nettverk, felles destinasjonsorganisering og lokalsamfunnsutvikling bør henge enda tettere sammen.

Det strategiske regionale utviklingsarbeidet gjennom innovasjonsstrategi og reiselivsstrategien gir sammen med styrking av fellesarenaen Reiselivsarena Nordland et grunnlag for å bygge videre på relevant FoU og etablerte næringsmiljøer og opplevelsesprodukter i verdensklasse, men dette betinger kontinuitet og enda tettere kobling og organisering av samspillet mellom de regionale utviklingsaktørene/virkemiddelapparatet og aktørene på destinasjonene, ut fra tilpasning mot lokalt ressursgrunnlag, etablerte signaturprodukter og videre profesjonalisering av enkeltaktører og nettverk. I forhold til kommuner, lokalsamfunn og infrastruktur må innsatsen forsterkes for å forankre opplevelsesbasert næringsutvikling som strategi for lokalsamfunnsutvikling samtidig som lokale interessenter blir reelt involvert i utviklingen.

Slike prosesser og samhandling mellom regionale og lokale aktører i reiselivet blir viktig å videreutvikle både som arbeidsform i det strategiske arbeidet med smart spesialisering, og det handlingsrommet som utvikles gjennom regionreformen. Her er det viktig at man både i

reiselivet og regionalt jobber med strategisk innretting og bruk av virkemidlene for å videreføre utviklingen av destinasjoner for opplevelses- og kulturnæring ved å utnytte en enda større bredde i ressursgrunnlaget av mat, kultur og natur i større utstrekning.

I forhold til å utvikle handlingsrom og regional innsats videre, var fellesseminaret med nasjonale og politiske myndigheter viktig for å sette fokus, etter at Reiselivsmeldinga inneholder svært lite konkret og strategisk relevant. Arbeidsgruppen som ble nedsatt har gått videre med å konkretisere muligheter og behov med sikte på å synliggjøre hva som må til for å tydeliggjøre en strategisk satsing på opplevelsesbasert reiseliv og kulturnæringer som er kunnskaps- og forskningsbasert.

Det er gjort mye bra i Nordland i forhold til å opparbeide det grunnlaget for relevant kunnskap og forskning som nå finnes, men dette grunnlaget krever regional langsiktighet og prioritering dersom man ikke skal risikere å fragmentere det før rammene for økte oppgaver og ansvar på det regionale nivået er på plass gjennom iverksetting av regionreformen.

4.2 FORSLAG TIL OPPFØLGING

Ut fra erfaringene med gjennomføringen av den ambulerende reiselivslunsjen i Nordland vurderer vi at det er avdekket at denne aktiviteten vil ha stor nytteverdi i det videre arbeidet med å profesjonalisere reiselivsnæringen i Nordland med støtte av relevant FoU-kunnskap. I møtene med destinasjonene er det kommet opp mange ulike utgangspunkter og forutsetninger, men samtidig også mange felles utfordringer som må løses gjennom forsterket lokal utvikling og nyskaping med økt tilgang på relevant kunnskap og kompetansemiljøer.

I fortsettelsen vil vi skissere mulig innretning på en videreført gjennomføring som både er innrettet mot utvikling av de lokale miljøene, og hvordan opplevelsesbasert reiseliv kan styrkes gjennom det strategiske og regionale utviklingsarbeidet – i første rekke knyttet til reiselivsstrategien og innovasjonsstrategien, og hvordan disse blir utviklet gjennom fylkeskommunen og partnerskapet med øvrige virkemiddelaktører og kommunene.

4.2.1 LOKAL REISEMÅLSUTVIKLING

De møtene som er blitt gjennomført på nye steder (dvs. utenfor Bodø) har vist at man på destinasjonene har sett det nyttig å få virkemiddelapparatet og forskere i tale i forhold til den situasjonen man står i og de utfordringer man jobber med. De temaer som ble spilt inn ga sammen med de lokale innleggene en god plattform for avklaring av felles problemstillinger og hvordan man kunne gjøre bruk av forskeres innsikt i prosessene. Et særlig viktig poeng sett fra bedriftenes ståsted er at den oppsøkende formen gjør at terskelen for å delta blir lavere både i tid og kostnader. Samtidig gir fokuseringen og at man tar utgangspunkt i reiselivet på stedet/destinasjonen at avklaringene blir mer direkte og nyttige (vårt inntrykk).

Gjennom møtene fremkom det alle steder problemstillinger og prosesser som bør ivaretas videre gjennom oppfølging og tilpasning til lokale forhold. De fleste destinasjonsområder i Nordland har utviklet regionale/lokale reisemålsplaner og masterplaner i noe varierende grad, og dette gir en ramme for et mer strategisk nyttig bidrag i videre samarbeid mellom forsknings-/kompetansemiljøene og den stedsbaserte utviklingen.

Dette åpner også videre for å styrke mobiliseringsaktiviteten mot (nyetablerte) bedrifter med behov for å orientere seg både i forhold til styrking av deres kompetanse innenfor opplevelsesbasert produkt- og bedriftsutvikling. Videre vil en tettere og mer langsiktig samhandling åpne for mer løpende og relevant kunnskapsutveksling og -overføring, noe som også åpner for å støtte opp om samarbeid i bedriftsnettverk som arbeidsform både for enkeltbedrifter og som grunnlag for destinasjonsutvikling.

4.3 KONKRETISERING AV REISELIVS- OG INNOVASJONSSTRATEGI FRAM MOT 2021

Vi tror også at en slik proaktiv oppfølging overfor destinasjonsområdene i fylket vil være viktig også for å mobilisere og sette bedriftene og reiselivet i stand til å kunne nyttiggjøre seg tidlige og generelle finansieringsordninger som Skattefunn i større grad enn nå. Det vil kreve en mer aktiv prosess både i form av oppsøkende virksomhet ala Reiselivslunsjen og en beredskap av kompetansemegling og aktiv kobling av bedriftsbehov og -utvikling med kunnskapsstøtte. Per i dag blir ikke de rettighetsbaserte ordningene utnyttet ut fram manglende kjennskap og forståelse, noe som tilsier et enda tettere samspill med Forskningsrådet og virkemiddelapparatet for forbedring. Samlet formidling av mulighetene (slik det ble gjort i RLL) gir også bedre grunnlag for å oversikt og koordinering av virkemidler som er relevante for strategisk satsing på opplevelses- og kulturnæringene i Nordland.

Nordland befinner seg i en fase av arbeidet med innovasjonsstrategien og den nye innretningen av reiselivsstrategien der det blir stadig viktigere å forankre det strategiske utviklingsarbeidet hos bedrifter og i reiseliv for å skape gode løsninger for fellesgoder og lokal destinasjonsutvikling. Smart spesialisering (innovasjonsstrategien) gir en god ramme for å arbeide strategisk med å tilrettelegge og utvikle reiselivets innovasjonssystem i Nordland, og de konkrete mål og tiltak som er trukket opp i reiselivsstrategien. Også av denne grunn blir det viktig å videreføre og forsterke det kompetansegrunnet ut fra de stedsbaserte behov og forutsetninger som varierer. Reiselivslunsjene vil kunne være et viktig element i vitalisering av strategiarbeidet og fortsatt nettverksbygging mellom kompetansemiljøene og destinasjonene (steder/lokalsamfunn der reiselivet skal utvikles).

Nordlandsforskning vil kunne ha en tydelig rolle i en slik videreføring, ut fra sin rolle som et tverrfaglig fagmiljø med basis i opplevelsesbaserte næringer, entreprenørskap og regional innovasjonsledelse, og ut fra den økende betydning som lokal forankring og konkretisering av strategiene bør ha som ramme for lokal utvikling av steder og lokalsamfunn der reiselivet inngår som akseptert og viktig næringsutvikling. Samarbeide med SIVA/Kunnskapsparken Helgeland, destinasjonene og NFK vil også være en nyttig plattform for videreutvikling av Reiselivslunsj som et praktisk virkemiddel for lokal næringsutvikling og innovasjon, og møteplass for mobilisering og involvering i det regionale strategiske arbeidet. Det vil også være en viktig komplement til den fellesaktiviteten som understøttes gjennom Reiselivsarena Nordland gjennom NFK og NNR.

VEDLEGG

Referat fra møte i arbeidsgruppa for å få igangsatt arbeidet med en REISELIV2X strategi

Dag: Onsdag 8. sept. 2017

Tid: Kl. 1200 - 1445

Til stede: Sigrid Helland, Bård Jervan, Audun Pettersen, Per Arne Tuftin og Einar Lier Madsen.

Jens Petter Hagen, Camilla Lee Maana og Ingjerd Sælid Gilhus var forhindret fra å delta.

Sted: Innovasjon Norges lokaler, Akersgt. 13, Oslo

Agenda:

1. Muligheter ved en "21-prosess" - Introduksjon

Hvilke muligheter en strategi 21 prosess kan gi ble gjennomgått og diskutert.

2. Hvordan jobbe for å få i gang prosessen? Arbeidet videre.

Det var enighet om følgende oppfølging:

2.1. Reislivsutvalget orienters om arbeidet på møtet i neste uke.

Per Arne Tuftin/Audun Pettersen følger opp.

2.2. Notat om hvorfor en REISELIV21-strategi er viktig og nødvendig lages (2 sider).

Bård Jervan starter og sender rundt til gruppas medlemmer som kommer med sine innspill. Bør være helt ferdig innen to uker.

2.3. Sentrale politikere kontaktes

Følges opp etter valget når det er avklart hvem som får hvilke posisjoner og departement.

2.4. Andre oppgaver

Aktuelle gjennomførte strategi 21-prosesser undersøkes. Audun Pettersen følger opp.

Oslo, 8. sept. 2017

Einar Lier Madsen
(referent)

REISELIV2X: Nasjonal strategi gir muligheter

BUDSKAP

Fellesforbundet, Virke Reise Norge, NHO Reiseliv, LO, Norsk Reiseliv, Nordlandsforskning, Nord universitet, Norske reiselivsforskere, Innovative Opplevelser, Nordland fylkeskommune og Innovasjon Norge er opptatte av at vi som samfunn lykkes med å videreutvikle Norge til å bli det ledende reisemålet i verden for opplevelsesbasert reiseliv. En REISELIV2X-prosess vil være avgjørende for at Norge skal ta et nødvendig lederskap for en bærekraftig utvikling av reiselivet. En 21-prosess vil kreve at aktørene stiller seg bak felles strategiske mål og tiltak, og at krefter fra universitets- og utdanningsystemet, virkemiddelapparatet og offentlige myndigheter mobiliseres bredt.

Innledning

Reiselivsnæringen både i Norge og internasjonalt er i rask vekst, samtidig må næringen håndtere radikale endringer forårsaket av ny teknologi (digitalisering), nye markeder (f. eks. det kinesiske), endringer i turistenes adferd og etterspørsel (aktive opplevelser, mat og kultur), økt konkurranse, påvirkningen fra delingsøkonomien og behovet for mer bærekraftig utvikling. For å nå opp i konkurransen må reiselivsbedriftene være ytterst innovative, de må utvikle nye høykvalitetsprodukter med gode marginer - som møter turistenes krav og etterspørsel. Reiselivsnæringen er inne i en transformasjon fra å være en råvareleverandør av overnatting, transport, servering og aktiviteter til å bli en opplevelsesbasert næring. Opplevelsesbasert reiseliv bygger på naturgitte og kulturgitte ressurser. Med Norges unike natur- og kulturbaserte ressursgrunnlag har vi gode muligheter til å lykkes med å produsere opplevelser i verdensklassen og tiltrekke oss kjøpesterke utenlandske målgrupper.

I melding til Stortinget 19 (2016-2017) «Opplev Norge – unikt og eventyrlig» trekker Regjeringen frem viktigheten av en bærekraftig utvikling av reiselivet i Norge, samt styrket samordning og av at utviklingen skal være basert på kunnskap. I Innst. 324 S (2016–2017) til Stortinget fra næringskomiteen om reiselivsmeldingen følger opp og fastslår at "forskningsbasert kunnskap må ligge til grunn for utviklingen av reiselivet", Videre peker komiteens flertall på at forskningen om reiselivet bør styrkes og at det bør satses på å utvikle en nasjonal strategi for reiselivet, egne forskningsprogram og tilpassede forskningsvirkemidler, samt styrke innovasjonssystemet ved å utvikle kunnskapsformidlingskanaler.

Fellesforbundet, Virke Reise Norge, NHO Reiseliv, LO, Norsk Reiseliv, Nordlandsforskning, Nord universitet, Norske reiselivsforskere, Innovative Opplevelser, Hanen, Nordland fylkeskommune, Innovasjon Norge og Norges forskningsråd mener det er maktpåliggende at Regjeringen så raskt som mulig setter i gang en egen 2x-prosess på for reiselivssektorområdet, kalt REISELIV2X. Arbeidet må ledes av et styre utnevnt av departementet, og støttes av et sekretariat.

Proessen skal bidra med strategiske råd og anbefalinger til myndighetene om innretningen på forskning, utviklings- og kompetansepolitikken. REISELIV2X skal bidra til en helhetlig og samlet strategi på tvers av bransjer og næringer innen reiseliv og opplevelser, der aktørene gjennom involvering stiller seg bak felles strategiske mål og tiltak. Denne strategien skal være en del av grunnlaget for prioritering av statens forskningsmidler mot en bærekraftig opplevelsesdrevet reiselivsutvikling.

Bakgrunn

Global vekstnæring

Reiselivsnæringen er en global vekstnæring hvor UNWTO predikerer 80 prosent vekst frem mot 2030 og framskrivninger av Euromonitors tall tilsier en vekst på 30 prosent i antall ankomster til Norge i 2025.

Turistene søker i økende grad unike opplevelser, og segmentet "adventure travel" har på kort tid vokst fra 10 prosent til 20 prosent av den internasjonale turismen (Euromonitor, 2016), opplevelsesintensive kortferier ("micro-adventures") er en av de sterkeste voksende trendene. Kultur og måltidsturisme øker også globalt (OECD, 2014; Reisepuls 2017) og nasjonalt (Meld. St. nr 19 (2016-2017)). Økt etterspørsel etter aktive og unike opplevelser i autentiske omgivelser indikerer at potensialet for vekst i Norge. Norge har et meget godt omdømme på en rekke områder («Nation Brands Index»), men norsk moderne kultur, kulturarv, byer og historiske bygninger er ukjent for veldig mange. Vakker natur er et godt utgangspunkt, men det er ikke nok for svært mange av dagens turister som ønsker seg varierte opplevelser i levende samfunn. Samtidig ser vi på tvers av mange undersøkelser at det er en stor interesse for Norge som reisemål. Norge rangeres høyt på listen over land mange vurderer å reise til, men vi må fortsatt bli bedre til å utløse denne reiselysten slik at den understøtter utviklingen av et bærekraftig, helårig og lønnsomt reiseliv i Norge.

Sentral næring for omstilling og «grønt skifte»

Reiseliv er en viktig internasjonal næring i omstillingen av norsk næringsliv og næringen har klart potensial og interesse av å være en sentral del av «det grønne skiftet» der utviklingen i næringen må bidra til et mer klima- og miljøvennlig samfunn. Samtidig har Norge et svært godt omdømme som et land som er ledende innenfor bærekraft. Det skaper forventninger til opplevelsene og forventninger til at møtet med Norge står i forhold til vårt internasjonale omdømme på dette området.

Utviklingen internasjonalt går raskt, og dersom Norge fremdeles skal være en ledende nasjon innenfor bærekraft må det settes inn aktive tiltak som bidrar til en bærekraftig utvikling av reiselivsnæringen. Å styrke bærekraften i reiselivet gir en miljø- og klimavennlig utvikling i tillegg til en helhetlig utvikling av de faktorene reiselivet er helt avhengig av; tilgang til og ansvarlig bruk av natur, kultur, lokalsamfunn, infrastruktur, lokal verdiskaping og en grønnere samferdsel og kollektivtransport. Slik er reiselivet en sentral næring i omstillingen av Norge, den tar landet i bruk og gir grunnlag for en distribuert verdiskaping over hele landet.

Mer kunnskap og økt innovasjonsevne og -kapasitet må til

Norge kan 'levere' naturnære aktiviteter, kultur, lokal mat og lokalt levesett. Det anslås at sektoren vil kunne bidra til økonomisk og sosial utvikling, kulturell bevaring og revitalisering av steder (UNWTO, 2016). For å ta del i utviklingen er det avgjørende at næringen videreutvikler sin egen kunnskapsplattform og styrker sin innovasjonsevne. Reiseliv- og kulturnæringene er sammensatt av flere sektorer og delsektorer, de har heterogene utdanningsnivå og både små og store bedrifter er representert. Det er lite tradisjon for forskningsbasert innovasjon, men som i alle andre sektorer trengs forskningsbasert kunnskap for å lykkes med innovasjon. Tradisjonell kompetanseutvikling kan endre praksis, men samhandling og konkrete erfaringer ved felles forsknings- og innovasjonsprosjekter vil bidra til ønskede endringer.

Reiselivsnæringen består av mange og små aktører med vidt forskjellige oppgaver og ulike perspektiv. Transport-, overnattings-, servering-, formidlingsbedrifter, samt aktører som tilbyr ulike former for attraksjoner og aktiviteter er alle viktige deler av reiselivsnæringen. Det norske reiselivsproduktet blitt vesentlig styrket de siste årene som følge av høy grad av:

1. Innovasjon og økt bredde i opplevelsesnæringen
2. Nye, innovative og spesialiserte overnattingsformer
3. Økt kvalitet og variasjon i serveringsbransjen
4. Digitale revolusjonen i formidling og selvbetjente løsninger

Så langt i arbeidet er følgende foreløpige innsatsområder for en REISELIV2X identifisert som kan øke mulighetene for utvikling av en bærekraftig og lønnsom reiselivsnæring ut i fra et bedrifts-/næringsperspektiv og handler slik vi ser om evne og kapasitet til:

1. å realisere potensialene - innovasjon, kommersielle leveranser, lønnsomme virksomheter
2. fornyelse og omstilling - i sammenheng med digitalisering, markedsendringer, mm
3. å håndtere vekst - rammebetingelser, besøks- og attraksjonsforvaltning, fellesgoder, bærekraft
4. nisjesegmentering og bedre verktøy for å sikre god match mellom kunde og destinasjon/produkt.
5. økt forskningsbasert og systematisk innovasjon - herunder metodikk for testinger, innovasjonslab mm.
6. økt innovasjon og verdiskaping på tvers av næringer, og dokumentering av mere holistisk verdiskaping
7. økt profesjonalisering, kvalitet og kvalitetssikring.

Fellesforbundet, Virke Reise Norge, NHO Reiseliv, LO, Norsk Reiseliv, Nordlandsforskning, Nord universitet, Norske reiselivsforskere, Innovative Opplevelser, Nordland fylkeskommune og Innovasjon Norge mener at dette dreier seg om å foredle ressursene til autentiske og meningsfulle opplevelser for gjesten på en verdiskapende måte. Dette krever samskaping og aktiv deltakelse fra gjestens side. Kursendringen krever en annen type kunnskap og en høyere innovasjonsgrad enn den vi kjenner fra den tradisjonelle reiselivsutviklingen.



Referat fra møte i arbeidsgruppa for å få igangsatt arbeidet med en REISELIV21 strategi

Dag: Tirsdag 19. juni 2018
Tid: Kl 1200 - 1445
Til stede: Jens Petter Hagen, Fellesforbundet, Camilla Lee Maana LO, Kjersti Aarstad, NHO Reiseliv, Bård Jervan, Innovative Opplevelser, Audun Pettersen, Innovasjon Norge, Per Arne Tuftin, Norsk Reiseliv og Einar Lier Madsen, Nordlandsforskning (referent). Sigrud Helland, Virke Reise Norge, var forhindret fra å delta.
Sted: Innovasjon Norges lokaler, Akersgt. 13, Oslo

3. Status

Innledningsvis ble det gitt en kort orientering om status fra deltakerne - hva som hadde skjedd siden i høst. Blant annet har reiselivsseksjonen i Nærings- og fiskeridepartementet blitt orientert om initiativet. Det samme har blitt gjort i Regjeringens reiselivsutvalg og overfor noen enkeltpolitikere.

4. Hvem som skal stå som underskrivere av initiativet

Fra NHO og Norsk Reiseliv har det framkommet synspunkter om at det ikke bør stå enkeltinstitusjoner, men heller bare landsdekkende organisasjoner, bak initiativet. I følge dem vil dette gi initiativet større legitimitet sammenlignet med om det er kun noen forskningsinstitusjoner som står bak. Motargumentet til dette er at jo flere som tilslutter seg initiativet og dokumentet, jo bedre er det. Med andre ord er det også viktig med bredest mulig tilslutning. Dette ble diskutert og en kom fram til følgende:

- 4.1. Forsknings- og utdanningsinstitusjonene fanges opp ved at nettverket Norske Reiselivsforskere står som underskriver. De som var med å etablere dette nettverket i fjor kommer fra de fleste institusjonene som forsker innenfor området, dvs.: Nord universitet, Nordlandsforskning, Universitetet i Stavanger, Agderforskning, Vestlandsforskning, Høgskolen i Innlandet, Universitetet i Sørøst-Norge, Norges miljø- og biovitenskapelige universitet Handelshøyskolen BI, Høgskolen i Innlandet, Norsk institutt for bioøkonomi, Norges miljø- og biovitenskapelige universitet, UiT Norges arktiske universitet.
- 4.2. Næringsklyngene innenfor reiseliv, dvs. Innovative Opplevelser, USUS, NCE Tourism-Fjord, Lønnsomme vinteropplevelser, Arena Oslo og Snowball, inviteres til å tiltre uttalelsen. Bård Jervan følger opp.
- 4.3. Fylkeskommunene har et nettverk for regionale næringsutvikling. Det undersøkes om disse kan tiltre uttalelsen. Bård Jervan følger opp.
- 4.4. I tillegg til de som er nevnt over er de som tidligere har tiltrådt uttalelsen: Norsk Reiseliv, Fellesforbundet, LO, Virke Reise Norge, NHO Reiseliv, Innovasjon Norge og Innovative Opplevelser.

5. Hvordan jobbe for å få i gang prosessen? Arbeidet videre.

Det var enighet om følgende oppfølging:

- 5.1. Dokumentet gjennomgås. Eventuelle innspill/forslag til endringer sendes til Audun Pettersen (audun.pettersen@innovasjon norge.no) innen 5. juli
- 5.2. Strategi 2X meldes opp som sak i Reiselivsutvalget med formål at dette tas opp på møtet etter ferien. Per Arne Tuftin følger opp.
- 5.3. Be om et møte med statssekretæren.

Oppslag fra Nordlandsforsknings hjemmesider:

Skal finne veien videre for reiselivsforskning

18.08.2017 10:14



Foto: Thoralf Fagertun

Nordlandsforsknings Merete Kvamme Fabritius og Jarle Løvland samler reiselivsaktører til dialog om forskningsstrategi.

Reiselivsmeldingen ber om mer forskning. Nordlandsforskning og Nordland fylkeskommune tar utfordringen og inviterer til dialogkonferanse om de neste stegene for reiselivsforskning i Norge.

Næringsaktører, politikere, virkemiddelapparat og kunnskapsmiljø møtes 23. august i Bodø for å diskutere en ny satsing på reiselivsforskning. Bakgrunnen er regjeringens reiselivsmelding, som ble lagt frem før sommeren. Meldingen understreker viktigheten av at utviklingen i norsk reiseliv er kunnskapsbasert.

– Det mangeårige forskningsprosjektet «Opplevelser i Nord» er nylig avsluttet, og har skapt mye relevant ny kunnskap og metoder som brukes i utviklingen av opplevelsesbedrifter, sier Jarle Løvland, forsker ved Nordlandsforskning og medarrangør av dialogkonferansen.

– Programmet har også avdekket at behovet for fortsatt forskning er betydelig. I tillegg viser en rekke medieoppslag og offentlig debatt at reiselivsnæringa står overfor utfordringer som krever ytterligere investeringer i kunnskapsutvikling.

Spennende deltakerliste

På konferansen skal følgende tema diskuteres:

- Hvordan videreutvikle innovasjonssystemet?
- Hva bør en strategisk satsing inneholde?
- Hvordan få etablert et forskningsprogram for reiselivet?

Fylkesrådsleder Tomas Norvoll, leder for Norsk Reiseliv Per Arne Tuftin og nærings- og utviklingssjef i Nordland Hanne Østerdal er blant deltakerne. Også Forskningsrådet, LO, NHO og Innovasjon Norge bidrar på konferansen.

– I tillegg kommer Åsmund Prytz, som var saksbehandler for reiselivsmeldingen. Han er dessuten politisk rådgiver for Venstres Pål Farstad, som er medlem av næringskomiteen i Stortinget, forteller forsker og medarrangør Merete Kvamme Fabritius.

Grunnlag for videre satsing

Nordland er riktig fylke å starte en slik dialog i. Fylket har satset betydelig på opplevelsesbasert reiseliv og identifisert reiseliv som et sentralt satsingsområde i sin strategi for næringsinnovasjon.

– Nordland har i nasjonal målestokk markert seg som en utviklingsorientert og ledende region både når det gjelder næringsinnovasjon og reiselivsutvikling, sier Fabritius, en av flere forskere ved Nordlandsforskning som har jobbet mye med reiseliv de siste årene.

– Vi håper at denne konferansen vil bidra til å fremme erfaringer og synspunkter på behovet for en nasjonal satsing. Dette kan bli et grunnlag for en videre strategi for innretning av innhold og mobilisering av deltakelse fra både næring, utviklingsaktører, politikere og kunnskapsmiljøer, sier hun.

Står samlet for ny reiselivsstrategi

24.08.2017 13:30



Her er bare noen av mange aktører med interesse for reiselivets fremtid. Per Arne Tuftin (Norsk Reiseliv), Einar Lier Madsen (Nordlandsforskning), Hanne Østerdal (Nordland fylkeskommune) og Eirik Sivertsen (stortingspolitiker for Arbeiderpartiet).

En bred allianse av reiselivsaktører ble enig om å arbeide videre og sammen for å få i gang arbeidet med en nasjonal strategi for reiselivet - Reiseliv 21.

En rekke aktører fra reiseliv og politikk var samlet i Bodø torsdag 23. august for å diskutere oppfølging av reiselivsmeldingen.

Stortingets behandling av meldingen slår fast at «Det bør satses på å utvikle en nasjonal strategi for reiselivet» og ønsker seg også dertil hørende forskningsprogram og innovasjonssystem.

Det var nettopp en slik strategi forsamlingen på seminaret i Bodø ønsket seg. [Programmet \(PDF, 268KB\)](#) ble innledet av fylkesrådsleder i Nordland, Tomas Norvoll, og fortsatte med bidrag fra blant andre Norsk Reiseliv, Innovasjon Norge, NHO, LO og flere forskere.

Enig om å samarbeide

– Det er viktig at reiselivet, virkemiddelapparatet og kunnskapsmiljøene står sammen. Vi har nå tatt et første initiativ til å følge opp Stortingets vedtak, sier Einar Lier Madsen, seniorforsker hos Nordlandsforskning, som sammen med Nordland fylkeskommune sto bak torsdagens seminar.

Det ble satt ned en arbeidsgruppe som skal føre seminarets initiativ videre og jobbe for å få Nærings- og fiskeridepartementet - som er ansvarlig for reiselivsnæringen - til å igangsette arbeidet med å få på plass en nasjonal strategi slik Stortinget har bedt om. Gruppen består foreløpig av deltakere fra Norsk reiseliv, Innovasjon Norge, LO, NHO, representant for bedriftsklynge og Nordlandsforskning.

Tiden for satsing er nå

– Norsk reiseliv er nå i en gylden situasjon, påpekte Per Arne Tuftin, direktør for Norsk Reiseliv, i sitt seminarinnlegg.

– Næringen er i vekst og det er god timing for å satse videre. Behovet for en nasjonal strategi er stort.

Flere av deltakerne på seminaret viste til at andre land har utviklet nasjonale strategier for sitt reiseliv og tjent på det.

– Reiselivet i Norge er nødt til å klatre i verdikjeden. For å klare det kreves økt kompetanse. Det gjør vi gjennom systematisk kunnskapsproduksjon og innovasjon, understreker Lier Madsen.

Vil ha nasjonal strategi for reiselivsforskning (Juli 2018)

En rekke sentrale reiselivsaktører har samlet seg om et felles budskap: Norsk reiseliv trenger en helhetlig nasjonal strategi for forskning og innovasjon.

Hav21. Energi21. HelseOmsorg21. Norge har til sammen ni såkalte 21-strategier. En 21-strategi er et nasjonalt strategiarbeid på oppdrag fra regjering eller departement, for å fremme forskningsbasert verdiskaping og utvikling på viktige samfunnsområder.

– Vi ønsker en slik strategi for reiselivet, sier Einar Lier Madsen, som er seniorforsker ved Nordlandsforskning og tidligere prosjektleder for landets største forskningsinnsats på reiseliv – «Opplevelser i nord». I denne sammenhengen representerer han Norske Reiselivsforskere, et nettverk av forskere fra ulike forsknings- og utdanningsinstitusjoner i landet.

Mange stiller seg bak ønsket om en egen 21-strategi for reiselivet. En arbeidsgruppe bestående av et bredt spekter av aktører innen norsk reiseliv var nylig samlet i Oslo for å diskutere behovet for en slik strategi.

Sterk vekst, store endringer

I tillegg til Norske Reiselivsforskere, er Fellesforbundet, LO, NHO Reiseliv, Innovative Opplevelser, Innovasjon Norge, Norske Reiseliv og Virke Reise Norge alle med på initiativet, som skal overbevise politikerne om at reiselivet trenger en helhetlig nasjonal strategi for forskning og innovasjon.

– En slik strategi skaper samspill mellom næringsliv, forskning, interesseorganisasjoner og myndigheter, og hjelper oss til å dra i samme retning, forklarer Lier Madsen.

Det trengs. Reiselivsnæringen både i Norge og internasjonalt er i rask vekst, og opplever samtidig radikale endringer forårsaket av blant annet ny teknologi, endringer i turistenes adferd og etterspørsel, og behovet for mer bærekraftig utvikling.

– Reiselivsnæringen er inne i en transformasjon fra å være en råvareleverandør av overnatting, transport, servering og aktiviteter, til å bli en opplevelsesbasert næring, sier Lier Madsen.

– Det behøves en samlande strategi på tvers av bransjer og næringer innen reiseliv og opplevelser, der aktørene involverer seg og stiller seg bak felles strategiske mål og tiltak.

Innovasjon krever kunnskap

Stadig flere turister får øynene opp for Norge som feriemål. Målet for en Reiseliv21-strategi er å understøtte utviklingen av et bærekraftig, helårig og lønnsomt reiseliv i landet.

– Men da er det avgjørende at næringen videreutvikler sin egen kunnskapsplattform og styrker sin innovasjonsevne, påpeker Lier Madsen.

– Næringen har lite tradisjon for forskningsbasert innovasjon, men som i alle andre sektorer trengs forskningsbasert kunnskap for å lykkes med innovasjon.