

Dokumenttype NOU 1990:14 **Dokumentdato** 1990-04-26
Tittel Norsk bygdeturisme. Ei næring med framtid
Utvalgsleder Nordbø, Torjus
Utgiver Landbruksdepartementet
Oppnevnt 1987-12-04 **Sider** 144
Kapittel 1 - Sammendrag
 Kapittel 2. Om utvalget

Bakgrunn for oppnevnelsen var bl.a et ønske om stimulering av vekstnæringer i tilknytning til landbruket, alternative måter å utnytte ressursene i landbruket på, samt ønske om å skape nye sysselsettings- og inntektsmuligheter for landbruksbefolkningen.

I mandatet ble det satt opp to siktemål for utvalgets arbeide. Utvalget skulle:

1. Tilrettelegge for vekst og utvikling i turisme som kan kombineres med landbruk eller som på annen måte er godt integrert i bygdemiljøet.
2. Ta opp forhold som virker som flaskehals for utvikling av turisme generelt, inkludert gårds- og bygdeturisme.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 3. Begrepsavklaring

Begrepet "bygdeturisme" er etter utvalgets definisjon: "...produksjon av varer, opplevelser og tjenester - inkludert lærings- og helsetilbud - særlig basert på bygdas naturgitte og kulturelle ressurser og bæreevne, utviklet i samsvar med bygdesamfunnets forutsetninger og ønsker. Nasjonalt og internasjonalt reiseliv er felles markedsgrunnlag."

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 4. Internasjonal og norsk reiselivsnæring

Trafikkutviklingen i den internasjonale reiselivsnæring har hatt en stadig vekst, med geografiske variasjoner innen de ulike sektorer. Utgangspunktet for en norsk satsing på reiseliv som vekstnæring, har basis i de generelle nasjonale og internasjonale utviklingstendenser. Krav til stadig kortere arbeidstid og en større reell kjøpekraft blant store deler av Europas og den vestlige verdens befolkning, er hovedårsaken til at stadig flere ønsker å foreta reiser. Med forbehold om drastiske endringer i den vestlige verdens økonomiske utvikling, er det å forvente en fortsatt vekst innen reiselivsnæringa fram mot år 2000 på 5-6 % årlig.

I 1988 ble det produsert reiselivstjenester for vel 35 milliarder kroner i Norge. Nordmenn har økt sin reiseaktivitet de senere år, spesielt høst og vinter. En stor del av denne trafikken har imidlertid gått ut av landet, slik at nordmenn i 1988 la igjen 22 milliarder kroner i utlandet, mens utlendingene bare brukte 9,2 milliarder kroner i Norge samme år.

Av det totale antall overnattinger i Norge foretatt av reisende utgjør kommersiell overnatting bare ca 20 %. Av de 20 % utgjør overnatting i telt

eller campingvogn, leid hytte eller campinghytte ca 3/4, mens hotell og pensjonat utgjør ca 1/4.

Et permanent interdepartementalt samordningsutvalg for reiseliv ble opprettet i juni 1987. Dette utvalget skal spesielt vurdere bedre samordning og utnyttelse av virkemidler i reiselivssammenheng. Bygdeturismeutvalget ser på samordningsutvalget som viktig for oppfølgingen av "intensjonene" i denne innstillingen.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 5. Internasjonal og norsk bygdeturisme

Bygdeturisme i ulike varianter under ulike navn har vært et reiselivstilbud i mange år i enkelte europeiske land. Andre land har som i Norge først i den senere tid begynt å interessere seg sterkere for denne sektor innen reiselivsnæringa. Idag har mange vesteuropeiske land paralleller til vår bygdeturisme, og det satses betydelige midler innen EF og nasjonalt i de ulike land på en utvikling av denne sektoren innen reiselivsnæringa.

"Grønn turisme", "Ferie på bondegård", "Miljø- og landskapsskånende turisme", "Ferie på landet" er noen av de betegnelser som brukes. Alle har varierende innhold, men også noen fellesnevner som kan trekkes fram. Dette er en form for reiseliv som skal ta mer hensyn til miljø, kultur, omgivelser og mennesker enn det som blir gjort innen den øvrige, "tunge" reiselivsutvikling. Nærhet, ekthet og kvalitet er tre viktige elementer i denne form for reiseliv.

En mangler idag tilstrekkelig statistisk grunnlag til å få fram en oversikt over bygdeturismens omfang i Norge. Utleiehytter, campingtilbud og ulike former for gårdsbesøk, jakt- og fisketilbud m.m kan i mange sammenhenger betraktes som bygdeturisme. Generelt sett er det dårlig økonomi i denne sektoren idag, men med ulike fortrinn som god lokalisering, dyktig vertskap, god produktutvikling, markedsføring o.a., kan en likevel enkelte steder oppnå brukbar økonomi. Utfordringen er nå å skape helhetlige produkter og markedsføre disse så godt at bygdeturismen kan bli en trygg næringsvei for flere.

Norges fortrinn framfor andre land når det gjelder utvikling av bygdeturisme ligger først og fremst i de store arealer med vakker og variert natur, kulturlandskapet, en særpreget bygdekultur, renhet og ro. Ulempene er først og fremst stor avstand til de store reiselivsmarkedene, høyt kostnadsnivå og store avstander innen landegrensene.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 6. Mål for utvikling av norsk bygdeturisme

Hovedmål 1. Bygdeturismen skal bidra til god bygde- og stedsutvikling gjennom å styrke øvrig næringsliv, service, kultur og fritidstilbud generelt.

Hovedmål 2. Bygdeturismen skal skape lønnsomme, meningsfylte og trygge hel- og deltids arbeidsplasser, basert på bygdas naturgitte og kulturelle ressurser og deres bæreevne.

Bale, Breirem, Castberg og Halvorsen ønsker i tillegg å ha med: Utviklingen av bygdeturismen må være markedsorientert.

Hovedmål 3. Bygdeturismen skal skape gode opplevelsese-, aktivitets-,

rekreasjons-, lærings- og helsetilbud.

Innenfor hvert av disse tre hovedmålene er det satt opp en rekke delmål.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 7. Ressurser og muligheter for bygdeturisme i Norge

Den ressurs reiselivet framfor alt trenger for å kunne utvikle seg er frisk natur. Dette ser utvalget som en grunnforutsetning for vekst innen reiselivsnæringa i Norge. Norsk natur har en rekke kvaliteter utvalget mener kan danne et godt grunnlag for utvikling av aktivitets- og opplevelsestilbud. Et variert landskap, et intakt kulturlandskap med spredt trehusbebyggelse på de utroligste steder, et rikt plante- og dyreliv, varierende klimatiske forhold fra landsdel til landsdel, mange innsjøer og vatn og spesiell geografisk beliggenhet er noen av kvalitetene. Norske fjorder og fjell har i tillegg alltid hatt tiltrekning på gjester fra fjern og nær.

En reiselivsstrategi som fokuserer nettopp på disse forholdene vil være med på å øke den miljøbevissthet vi er nødt til å ha for å kunne opprettholde vår natur og vårt miljø.

De grunnleggende forutsetninger på dette området må sikres og ivaretas før en investerer store beløp fra offentlig eller privat side for å utvikle og bygge opp mer reiselivsvirksomhet. Utvalget vil derfor legge sterk vekt på at rammevilkårene for en utvikling av bygdeturisme og den tyngre del av reiselivsnæringa blir slik utformet at nødvendige miljøvern hensyn ivaretas.

Gjennom sin historie, som opp gjennom tidene har vært knyttet så sterkt til havet, har Norge den dag i dag en del av sin identitet herfra. Landet har en lang og meget variert kyststrekning, med helt spesielle naturforhold sammenlignet med store deler av kontinentet. Her ligger det etter utvalgets mening et betydelig potensiale i utvikling av ulike reiselivsprodukter.

De kulturgitte ressursene danner et like viktig grunnlag for utvikling av bygdeturismen som de naturgitte. Utvalget vil derfor heller ikke trekke noe skarpt skille mellom natur og kultur. I en kombinasjon hvor begge deler inngår, vil en kunne finne råmateriale for mange gode reiselivsprodukter innenfor utvalgets definisjon av bygdeturisme.

Folkelivet, eller hverdags-Norge og ulike tradisjonelle og ikke så tradisjonelle bygdeaktiviteter kan i sterkere grad enn til nå inngå som en del av et reiselivsprodukt. Dette ser utvalget som en spesiell, men vanskelig utfordring for bygdeturismen.

Rundt om i bygdene står det et 10.000-talls hus som kan egne seg for utleie til gjester i kortere eller lengre perioder av året. Reiseliv er, og kan i større grad bli, et viktig bidrag i arbeidet for å ta vare på landsbygdbebyggelsen. Ved restaurering og bruk av bygninger for overnatting, aktiviteter eller som kulturlandskapselementer, er bygningsmassen omkring på bygdene våre med på å holde rammen omkring opplevelsen.

Lokale mattradisjoner, husflid og ulike bygdeprodukter i ubehandlet eller foredlet form kan videre danne grunnlag for en rekke reiselivstilbud. Produktene kan markedsføres hver for seg eller inngå som deler i et samarbeid og selges som et sammensatt produkt.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 8. Markeder og produkter for bygdeturismen

Markedsgrunnlaget for bygdeturismeprodukter har vi idag lite konkret kjennskap til. Utvalget har basert sine vurderinger på kjennskap til de generelle reiselivsmarkedene, de vi kjenner idag og potensielle markeder i framtiden. Utviklingstrekkene innen internasjonal og norsk reiselivsnæring viser at en økende interesse går i retning av natur- og kulturbaserte ferieopplevelser.

Registrerte holdningsendringer hos betydelige befolkningsgrupper i retning av økende bevissthet for spørsmål omkring miljø- og naturvern, er med på å forsterke behovet og dermed grunnlaget for en utvikling av natur- og kulturbasert reiseliv.

Det finnes nisjer i de internasjonale markedene for en bevisst satsing på natur- og kulturbasert reiseliv i Norge. I første omgang er kanskje ikke disse markedene så store, men de er sannsynligvis store nok til å kunne gi det volum vi ønsker bygdeturismen skal utvikle seg innenfor.

Utvalget mener det er viktig å ha en bevisst holdning til hvilke delmarkeder vi ønsker å trekke til oss som våre gjester. Det vi ønsker å tilby av produkter, skal således ikke så mye styres av hva totalmarkedet for reiseliv etterspør, men i større grad ut i fra hvilke produkter vi ønsker å tilby ut fra de gitte forutsetninger til bestemte kundegrupper, d.v.s på de markedene bygdeturismen har best konkurransekraft.

Gjestenes behov kan grovinndeles. Det å bo og spise under reisen er like nødvendig som ellers i hverdagen, men "gjøredelen" kan utvikles, slik at ferieopplevelsen knytter seg til alle elementene. I gjøredelen vil man kunne utvikle produkter som dekker behovet for aktivitet, helse og sunnhet og kunnskapsformidling.

Mens gjestene tidligere stort sett var ute etter rekreasjon i form av hvile for å "gjenskape den fysiske arbeidsevnen", er nå et stigende antall gjester mest opptatt av å "gjenskape den mentale balansen og arbeidsevnen". Foruten annerledes arbeid er det særlig fire ting som kan gjenskape den mentale balanse hos folk: Ro, begeistring, natur og kultur. Dette viser oss at opplevelses- og gjøredelene av det samlede reiselivsprodukt er det viktigste. Gjestene vil i tillegg komme til å stille strengere krav til tilrettelegging av og informasjon om produktene og til den kvalitet produktene bør ha.

I hovedsak skal bygdeturismen utvikles ut fra de lokale ressurser og ikke baseres på å lage kopier av eksisterende tilbud i andre land eller regioner. Produktutviklingen skal i størst mulig grad skje ut fra erkjennelsen av at totalproduktet blir stadig viktigere, og at hver enkelt kanskje bare leverer deler av dette tilbudet. Aktiviteter og opplevelser bør derfor spille en viktig rolle i utviklingen av nye produkter. Ekthet, særpreg og kvalitet på produktene er både mål og middel. Medmenneskelig kontakt, renhet, ro og harmoni er videre viktige elementer i bygdeturismeproduktet.

Kvalitetsbegrepet bør gis et konkret innhold. Utvalget ser for seg en organisering hvor leverandører av reiselivsprodukter, i samarbeid med produktutviklingsorganet foretar en løpende kvalitetskontroll av produktet. Dette er svært viktig for å kunne gi kunden den trygghet som ønskes for at produktet holder mål. En eventuell merking og bruk av egne varemerker som en garanti for kvalitet og standard, bør vurderes gjennomført.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 9. Flaskehalsen for utvikling av reiseliv

De største utfordringer for utviklingen av reiselivet generelt og bygdeturismen spesielt, er etter flertallets mening manglende organisering av næringsutøverne, manglende organisatorisk tilrettelegging og de lite utbygde reiselivsmessige fellestjenester. Videre trengs det mer motivasjon,

nye kunnskaper og en forsterket serviceinnstilling blant utøverne. Hjemmeblindheten for egne kvaliteter må også reduseres ved økt bevisstgjøring.

Det er behov for mer egenkapital og samordnet bruk av økonomiske virkemidler innen bygdeturismeutvikling. I tilfelle hvor administrative hindringer og restriksjoner av ulik karakter har utilsiktede virkninger, er det en utfordring å få endret på disse for å legge forholdene bedre tilrette for den ønskede utvikling innen bygdeturismen.

Mangel på markedskontakt, manglende produktutvikling og markedstilpasning er en stor hemsko for bygdeturismen som næring. Det er idag vanskelig å få økonomisk lønnsomhet ved salg av bygdeturismeprodukter basert på natur- og kulturressurser, noe som delvis kan skyldes mangel på opplysning, informasjon og skilting. Mangel på informasjons-, formidlings- og salgssystem for bygdeturismeprodukter er likeledes en begrensende faktor.

Norge er et høykostland. Dette bidrar til å svekke konkurranseevnen til våre produkter generelt på de utenlandske markedene.

Som aktuelle flaskehals vil en til sist nevne manglende kjennskap til andre utøvere og manglende samarbeid mellom næringsutøverne og mellom næringsutøverne og natur-, miljø-, friluft- og kulturinteresser.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 10. Hovedstrategier

Flertallets strategier for å nå målene for utvikling av bygdeturisme er i uprioritert rekkefølge:

Til hovedmål "Bygde- og stedsutvikling".

- Langsiktig ressursorientert sosial- og økonomisk planlegging skal ligge til grunn for de beslutninger som tas.
- Tilbud som utvikles skal være tilgjengelige for både gjester og lokalbefolkning. Bygdeturismen er en del av samlet nærings- og reiselivsvirksomhet i området, og tar sikte på en felles bosteds- og feriestedsutvikling.
- Utvikling må skje på en måte som gjør at flest mulig føler de har fordel og færrest mulig ulempe av bygdeturismen og den tyngre del av reiselivsnæringa.
- Aktiv bruk av Plan- og bygningsloven er en forutsetning for å nå de langsiktige målene i utviklingen av bygdeturismeprodukter og reiselivsutvikling generelt. Flest mulig bør trekkes med i planleggings- og næringsutviklingsarbeidet på et så tidlig tidspunkt som mulig.
- Ved reiselivsutvikling skal det tas avgjørende hensyn til bæreevnen i lokalsamfunnet (tålegrense).

Til hovedmål "Næringsutvikling".

- Kunnskap om bygdeturismens muligheter og begrensninger, produkter, markeder m.m må skaffes tilveie og gjøres tilgjengelige.
- Utviklingen av bygdeturismen skal særlig skje med basis i eksisterende lokale ressurser som gir varige konkurransefordeler.
- En samordning eller endring av de økonomiske virkemidler i samsvar med de oppsatte retningslinjer i denne innstillingen bør iverksettes.
- En satsing på bygdeturisme som egen virksomhet, bør skje ved å benytte seg av stordriftsfordeler på kostnadssiden gjennom samarbeid, og smådriftsfordeler på inntektssiden gjennom medmenneskelig kontakt, ekthet, kvalitet og særpreg.
- Et sterkt landbruk er en viktig forutsetning for, og en god sikring av, en reiselivspolitik og -utvikling til beste for bygdeturismen.
- Det bør satses på utvikling av effektive markedsførings- og salgskanaler for bygdeturismeprodukter.

- Økt samarbeid innen grunneierorganisasjonene med andre organisasjoner og med det tyngre reiselivet bør tilstrebes.
- Det bør skapes større forståelse hos myndigheter og andre næringsutøvere for bygdeturismens plass i næringsutviklingen, for derigjennom å kunne skape lønnsomme arbeidsplasser.

Til hovedmål "Meningsfylt ferie og fritid".

- Vertskapsfunksjonen skal vektlegges ved personlig service, nærhet og medmenneskelig kontakt.
- Det skal satses på ekte kvalitetsprodukter med særpreg.
- Tilgjengelighet til attraksjoner, aktiviteter, service mv skal bedres.
- Lokalbefolkningen forsøkes motivert til å komme i positiv kontakt med gjestene.
- Læring og rekreasjon skal være viktige deler av tilbudene.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak

Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak er satt opp i uprioritert rekkefølge. Enkelte av tiltakene vil kunne ha effekt på flere av de fem satsingsfeltene flertallet har valgt å prioritere: Produktutvikling, markedsføring og salg, organisering, opplæring, kompetanse- og kunnskapsutvikling og økonomi og planlegging.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak

Produktutvikling

Retningslinjer

- Produktutviklingen må ta utgangspunkt i bygdenes ressursmessige forutsetninger, må bygge på særpreg, tradisjoner og naturlige fortrinn og det må stilles store krav til kvalitet på produktene.
- Det må utvikles helhetsprodukt, helhetstilbud og disse må "pakkes" slik at gjestene får presentert bygdas/regionens komplette program.
- Vertskapsfunksjonen må tillegges stor vekt.
- Produktene som utvikles skal kunne komme både lokalbefolkningen og gjestene tilgode.
- Ledig bygningsmasse med særpreg bør brukes i bygdeturismen.
- "Levende bygder" og sterke primærnæringer er viktige forutsetninger for en vellykket utvikling av bygdeturismen og øvrig reiseliv.
- Bygdeturismen bør også ta sikte på å løse samfunnsoppgaver ut over tradisjonelt reiseliv. Dette gjelder f.eks innen områdene rehabilitering, ettervern, omsorg, ønskelig rekreasjon o.l.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak
 Produktutvikling
 Tiltak

- Reiselivstilbud for sambruk av fastboende og gjester, som bidrar til å senke kostnadene pr produsert enhet i den enkelte bedrift og i lokalsamfunnet bør prioriteres ved tildeling av offentlig støtte. Konflikter kan oppstå av dette, men godt planlagt vil en også kunne oppnå bedre trivsel for både lokalbefolkning og gjester. Tålegrensen er sentral i denne sammenheng.
- Naturcamping. Tiltak bør samordnes med de øvrige nordiske land før utviklingen av "villcamping" er kommet for langt i negativ retning. I første rekke bør det skaffes oversikt over problemets størrelse, d.v.s hva omfanget er, hva det representerer i form av tapte inntekter og hvilke forurensningsproblemer det medfører? Til den gruppe reisende som åpenbart ikke føler seg tiltrukket av de tradisjonelle campingplassene, bør det utvikles konstruktive og attraktive alternativer som f.eks natur-, gårds- og fiskecamping m.m. Eksisterende regelverk bør vurderes med sikte på felles innstramninger i de nordiske landene, slik at disse eventuelt kommer mer på linje med det en finner f.eks i Mellom-Europa.
- Hygieneforskrifter for servering i små skala bør tillempes.
- Det bør opprettes flere naturinformasjonssentra for å spre generell informasjon og heve kunnskapsnivået om natur og miljø.
- Tiltak for opprusting og vedlikehold av eldre ferdselsårer og tiltak for å bedre tilgjengeligheten til bygdas servicetilbud bør stimuleres.
- Støtteordningene bør tilpasses for å kunne bidra til økt tilrettelegging av enklere aktivitets- og opplevelsestilbud, som er tilgjengelige for de som bor i et bygdesamfunn.
- En bør stimulere til aktiv bruk av eldre unyttede bygninger og tun, dels som kulturminner og del av kulturlandskapet, dels for aktiv bruk i reiselivssammenheng til innkvartering, aktiviteter og andre formål.
- Tilrettelegging for økt direkte salg av gårdsprodukter/ husflidsartikler i spesielt og attraktivt miljø bør stimuleres.
- En bør fremme foredling og salg av friluftsprodukter, jakt- og fisketilbud på en måte og i et omfang som gjør at lokalbefolkningen ikke blir utestengt.
- Tiltak i forbindelse med de nasjonale satsingsområder for reiseliv. Finnmark, og indre deler av Østlandet i forbindelse med OL-94: For Finnmark: Fiskerinæringa aktivt inn som en del av reiselivssatsingen. For indre deler av Østlandet i forbindelse med OL-94: Kulturløype Morgedal-Lillehammer for bil, ski og fotturer.
- For å gi kundene trygghet for at den pris de betaler, står i forhold til kvaliteten på produktet de kjøper, bør det stilles krav til produktkvalitet og bruk av eget varemerke (logo).
- Reduksjon av forurensning av natur og flere tiltak for å redusere skadevirkninger overfor reiselivsnæringa iverksettes. Regjeringen bør fortsatt arbeide aktivt for nasjonal og internasjonal reduksjon av luft- og vannforurensning. Det bør gis økt økonomisk støtte til lokale initiativ for å øke pH-verdien i vatn og vassdrag og til utsetting av fisk.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak
 Markedsføring og salg

Retningslinjer

- Markedsføring av bygdeturismen skal bygge på grundige kunnskaper om markedsforhold.
- En skal være selektiv i valg av kundegrupper.
- Det skal være samsvar mellom det produkt som markedsføres og pris/kvalitet.
- Prisen på bygdeturismeproduktet må være konkurransedyktig sett i forhold til kvalitet.
- Bygdeturismeproduktene må gjøres tilgjengelige for markedsføring i eksisterende kanaler, der effektive informasjons- og bestillingssystemer til enhver tid finnes. Det vil være behov for standardisering og pakking av produktene i denne tilpasningen.
- Det må satses på mest mulig hensiktsmessige EDB-baserte systemer for informasjons-, bestillings-, fakturerings-, betalingsformidlings- og statistikkhåndtering av bygdeturismeproduktet.
- Markedsføring bør skje nærmest mulig kundene, og det bør særlig drives område- og temamarkedsføring, i mindre grad markedsføring av enkeltbedrifter. Jo fjernere marked en henvender seg til, jo større områder bør sees i sammenheng under markedsføringen.
- Både i produktutvikling og markedsføring bør bygdeturisme og tyngre reiseliv sees i sammenheng. De forskjellige typer reiselivstilbud kan komplettere hverandre, og tilsammen skape et produkttilbud som har større gjennomslagskraft enn om markedsføringen foregikk enkeltvis.
- En sentralt og regionalt samordnet markedsføring overflødiggjør på ingen måte det arbeid lokale organer måtte gjøre.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak
 Markedsføring og salg
 Tiltak

- Profilmarkedsføring av bygdeturismen i Norge og utlandet. Som eksempel på aktuelle tema for markedsføring kan f.eks nevnes: Gårdsferie i Norge, Sportsfiskeferie i Norge, Villmarksferie i Norge, Mineralferie i Norge, Sjøferie i Norge og Fjellferie i Norge og en rekke tema innen natur, kunst og kultur.
- Produktpakker for salg. Bygdeturismeprodukter bør pakkes til helhetsprodukter, gjerne med delprodukter fra øvrig reiselivsnæring.
- Markedsføring sammen med den tyngre reiselivsnæringa. Bygdeturismeprodukter bør markedsføres både som en del av landets og områdets totale tilbud, og som et tilbud til spesielt interesserte. Markedsføringen bør skje gjennom NR/ NORTRA-systemet, lokale og regionale markedsføringsselskap for reiseliv og gjennom den nasjonale organisasjon for bygdeturisme.
- Markedsføringskanaler. Det bør opprettes kommersielle selskap i tilknytning til de enkelte fylkesregionale reiselivsråd for markedsføring og salg av alle reiselivsprodukter i et område, der de ikke allerede er etablert. Aktiv bruk av informasjonssystemet AURORA, reisebyråer og andre (spesialbyråer, produsentsamarbeid) er her aktuelt.
- Markedsføringen bør være ressurs- og produktorientert og basert på markedskunnskap.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak
 Organisering
 Retningslinjer

- Det skal stimuleres til et bredt organisert samarbeid som gir alle med interesse for bygdeturisme muligheter for å være med. Her bør en bygge mest mulig på eksisterende organisasjoner med et godt fotfeste i lokalmiljøet og det enkelte fylke.
- Både i produktutvikling og markedsføring må bygdeturisme og tyngre reiseliv sees i sammenheng. Eksempelvis kan bygdeturismen levere opplevelser til det tyngre reiseliv for salg av en felles produktpakke.
- Organiseringa skal bidra til gode produkter, effektiv informasjon, markedsføring og salg. Utvikling av tilbudene må skje særlig på lokalplanet, der tilbudene er. Organiseringa skal bidra til fellesskapsløsninger slik at konflikter i størst mulig grad unngås. Organiseringa må ikke være for stivbeint, men tilpasses forholdene i det enkelte område.
- Organisasjonsmodellene må bidra til at bygdeturismens hensyn til ressurser, naturgrunnlag, kultur og miljø ivaretas.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak
 Organisering
 Tiltak

- Organisering og næringsutvikling lokalt på bygde- og kommuneplan. Det lokale nærings- og reiselivslag (kommunalt eller interkommunalt) bør bli det naturlige forankringspunkt for alle som er aktører innen reiseliv.
- Organisering på fylkesplan. For å sikre samordnet innsats innen reiseliv fra alle parter på fylkesplan, bør reiselivsrådet ha en representant fra primærnæringsenes fylkeslag og en felles representant fra idrettskretsen, fra fylkeskretsen innen kultursektoren, andre ideelle organisasjoner m.fl.
- Organisering på landsplan. Flertallet anbefaler at alle lag som organiserer reiselivsnæring eller driver reiselivsrelaterte tiltak på lokalplanet blir medlemmer i det regionale eller fylkesorganiserte reiselivsråd. Flertallet ser det som naturlig og hensiktsmessig at Norges Reiselivsråd danner overbygning som et nærings-, produktutviklings- og markedsføringspolitisk organ for hele reiselivsnæringa i Norge. Dersom så ikke skulle skje, vil flertallet foreslå at det etableres en ny reiselivsorganisasjon med arbeidstittel "Norges Turistråd".
- Det bør stimuleres til opprettelse av en egen prosjektorganisasjon på landsplan for å fremme produktutvikling, markedsføring og salg av produkter innen bygdeturisme og samordne innsats på dette området over hele landet. En slik prosjektorganisasjon bør ha et nært samarbeid med NR/ NORTRA-systemet og de regionale markedsføringsorganisasjonene for reiselivsprodukter. Viktige oppgaver innen produktutvikling for en slik prosjektorganisasjon er å innføre kvalitetskrav til produktene, ut fra markedskunnskap å kunne tilby produkter med forskjellig nivå for kvalitet og pris og innføre et eget varemerke for bygdeturismeprodukter. Prosjektorganisasjonen bør profilere sine produkter mot natur, kultur,

- menneskekontakt, kunnskapsformidling, sunnhet og helse.
 - Organisering innen utmarkssektoren. Det finnes idag ca 950 utmarkslag med ca 50.000 medlemmer som kan spille en aktiv rolle i tilretteleggingen av aktivitets- og opplevelsestilbud. Lagene er organisert fylkesvis i utmarkslag eller fellesutvalg for utmarkssektoren.
 - Relevant statistikk og markedsundersøkelser er nødvendig for utvikling av bygdeturismen. Flertallet tilrår at Statistisk Sentralbyrås overnattingsstatistikk for bedrifter med mer enn 20 senger gjøres "operativ" også for mindre bedrifter.
 - Plan- og bygningsloven bør endres slik at det gis hjemmel for å kunne stille krav til bakgrunnsareal ved utbygging for reiselivsformål i forbindelse med kommuneplanlegging. Krav til lokalisering bør gå inn her som en del av planleggingen.
-

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak
 Opplæring, kompetanse- og kunnskapsformidling
 Retningslinjer

- Bygdeturismen skal utvikles på et grundig kunnskapsfundament.
 - I skole- og undervisningssystemet bør det utvikles egnet undervisningsmateriale for bygdeturisme, og gis et bedre og bredere undervisningstilbud i faget enn vi har i dag. En bør på kunnskapssektoren søke å videreutvikle eksisterende tilbud framfor å etablere nye.
 - Ulike sider ved veiledningstjenesten må styrkes med tanke på bygdeturismen, bl.a ved å gjøre aktuell informasjon tilgjengelig for etablerere.
 - Forskningsvirksomheten bør styrkes nasjonalt samtidig som det etableres kontakt med organisasjoner og institusjoner i inn- og utland for kunnskapsutveksling.
-

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak
 Opplæring, kompetanse- og kunnskapsformidling
 Tiltak

- Opplæring. Flertallet vil foreslå at det velges 1-2 landbruksskoler i hver landsdel hvor tilbudet for utdanning innen bygdeturisme bygges ut. Distriktshøgskolene bør få en sentral plass innen utdanning og kompetanseutvikling innenfor bygdeturisme. Ut fra hensyn til satsing fram til i dag og geografisk fordeling, vil flertallet foreslå økt vektlegging av bygdeturismefag ved distriktshøgskolene i Alta, Steinkjer, Sogndal, Bø og Lillehammer.
- Bevisstgjøring/ motivasjon av lokalbefolkningen med hensyn på miljø og særpreg. I denne sammenheng er det viktig å øke selvtilliten til egne

- og bygdenes verdier.
- Vertskapsfunksjonen må tillegges stor vekt i all opplæring.
 - Voksenopplæring. Det bør legges til rette for voksenopplæring og ajourføringskurs. Bygdefolkets studieforbund (BSF), studieretning for landbruksfag og naturbruk i den videregående skole og distriktshøgskolene bør være sentrale i dette arbeidet.
 - Veiledning innen bygdeturisme bør skje som et samarbeid mellom landbruksetatene og det ordinære veiledningsapparat for næringslivet slik som næringskonsulent e.l på kommunenivå, og næringssservice, bedriftsrådgivning e.l på regionalt og fylkeskommunalt nivå. Det bør gjennomføres tiltak som fører til bedre samarbeid mellom de eksisterende veiledningsapparatene. Innholdet i veiledningen bør først og fremst være av næringsmessig karakter.
 - Det er naturlig at landbruksetatene og næringsorganisasjonene spesielt tar seg av veiledning innen bygdeturisme, utmarksutnytting, grunneierorganisering, aktivitetsutvikling og teknisk og økonomisk planlegging.
 - Flertallet anbefaler at hvert fylkeslandbrukskontor bør ha minst en rådgiver innen fagområdet bygdeturisme og at det ved gjennomføringen av den "regionale arbeidsdelingen" som er påbegynt ved landbrukskontorene legges opp til at det i hvert fylke blir 1 til 3 lokale jordbruks-/skogbrukssjefer som kan "spesialisere" seg på bygdeturisme.
 - Forsknings- og utviklingsarbeid på området bygdeturisme (FoU-virksomhet) er tidligere blitt grundig utredet av et eget utvalg i Norges landbruksvitenskapelige forskningsråd. NLVF bør initiere grunnforskning innen reiselivsnæring og tilstrebe en mer koordinert anvendt forsknings- og utviklingsvirksomhet. Denne virksomheten bør i større grad være målrettet med hensyn på næringas interesser og behov, og det bør, ved prioritering av forskningsprogram innen bygdeutvikling, legges vekt på bygdeturismens mål, hovedstrategier og tiltak, slik de kommer til uttrykk i denne innstillingen.
 - Norske forskningsmiljøer innen bygdeturisme bør utvikle kontakter med tilsvarende utenlandske miljøer for å dra nytte av deres erfaringer.
 - Det bør skaffes tilveie et nødvendig statistisk grunnlag for oppfølging av næringsutviklingen, og som grunnlag for planlegging.
 - Institusjoner i kunnskapsformidlinga. Norges Landbrukshøgskole (NLH) bør i sin utdanning og kompetanseutvikling innen fagområder som oversiktsplanlegging, landskapspleie, naturforvaltning, bygningsteknikk, landbruksøkonomi og sosiologi legge økt vekt på de behov som finnes innenfor bygdeturisme.
 - Regionale kompetansesentra: Kompetansesentret for utmark og bygdeturisme på Røros bør søkes koordinert med landets øvrige kompetansesentre innen reiselivssektoren og utvikles i kontakt med aktive undervisnings- og forskningsmiljøer på området.
 - Modellområder for bygdeturismesatsing er aktuelle som en viktig del av NLVFs bygdeutviklingsprogram der NILF er engasjert. Her vil økonomisk resultat, generelle problemer for mindre foretak, hvordan bedre tilretteleggingen av bygdeturismerelaterte aktiviteter, arealbruk, grunneierorganisering og bæreevne m.h.t egen identitet være aktuelle problemstillinger.

Kapittel 1 - Sammendrag

- Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak
- Økonomi og planlegging
- Retningslinjer

- Utviklingen av bygdeturismen skal baseres på vanlige økonomiske

- kriterier innenfor de rammebetingelser som gis. Nøkterne og realistiske økonomiske kalkyler må ligge til grunn for investeringer på feltet.
- Bygdeturismen skal helst ikke utløse nye økonomiske tilskuddsordninger. Det skal primært satses på samordning av eksisterende ordninger.
 - Produktprisene skal holdes på et konkurransedyktig nivå gjennom satsing på prisdifferensiering over året og bedret kapasitetsutnyttning.
 - Flest mulig skal trekkes med i planlegging av bygdeturismen og den tyngre reiselivsnæring i ei bygd gjennom aktiv bruk av Plan- og bygningsloven.
-

Kapittel 1 - Sammendrag

Kapittel 11. Satsingsfelt, retningslinjer og mulige tiltak
 Økonomi og planlegging
 Tiltak

- Lønnsomhet i bygdeturismen bør fremmes ved en gjennomtenkt produktutvikling, markedsføring og prising av produkter.
 - Det bør utredes gode fordelingsordninger av inntekter innen reiselivet mellom alle parter, fra de som "selger billettene" til de som produserer viktige opplevelseskvaliteter f.eks gjennom skjøtsel av kulturlandskap. Forsøksordninger for fordeling av inntekter bør stimuleres ved tildeling av offentlige prosjektmidler.
 - Det bør satses på smådriftsfordeler på inntektssiden. Samarbeid som kan gi stordriftsfordeler på kostnadssiden bør fremmes gjennom låne- og tilskuddsordningene.
 - Økonomiske virkemidler. Samordning av dagens virkemidler må gjennomføres der det viser seg nødvendig for å unngå gråsoner mellom de offentlige støtteordninger for en bred reiselivsutvikling. Det bør ved investering i anlegg gis mulighet til å skaffe egenkapital uten beskatning fra skogdelen til bygdeturismedelen i en landbruksbedrift. D.v.s på tilsvarende måte som kapitaloverføringer fra en sektor til en annen innen et konsern.
 - Tilskotts- og låneordningene i Landbrukets Utbyggingsfond (LUF) og Distriktenes Utbyggingsfond (DU) bør utvides til også å gjelde mindre anlegg i forbindelse med aktivitets- og opplevelsestilbud.
 - Vridning av tradisjonelle kommunale virkemidler og kommunale næringsfond, er også aktuelt for å fremme satsing på aktivitets- og opplevelsestilbud.
 - Spesielle ordninger, som ferieskatt til dekning av felleskostnader bør utredes nærmere.
 - Det bør ved etablering av aktivitets- og opplevelsestilbud vurderes å gi støtte til driften de første 3-5 år.
 - Planlegging for reiseliv etter plan- og bygningsloven. Det må tas hensyn til bygdeturismens/ reiselivets arealbehov i det kommunale planarbeidet. Plan- og bygningsloven bør endres slik at det kan settes krav til bakgrunnsareal ved alle former for reiselivsutvikling, f.eks ved å gi mulighet for en egen bestemmelse om dette i tilknytning til kommuneplanens arealdel. Planlegging innen grunneierlag, med hensyn til felles bruk av større arealer, bør stimuleres. Service- og handelsanlegg bør i størst mulig grad lokaliseres hvor både befolkning og gjester kan ha glede av dem. Plan- og bygningsloven bør brukes aktivt for å fremme felles bosteds- og feriestedsutvikling og de langsiktige perspektiver ved bygdeturismeutviklingen.
-

Kapittel 1 - Sammendrag

Sammendrag av mindretallets særuttalelse

Utvalget har delt seg i et mindretall og et flertall. Mindretallet består av Bale, Breirem og Halvorsen.

Mindretallet slutter seg ikke til flertallets kapitler 9, 10 og 11, og legger ved sin særuttalelse som erstatter disse kapitlene. Særuttalelsen sammenfatter hva som etter mindretallets oppfatning er de viktigste utfordringene en i Norge står overfor ved utvikling av bygdeturisme, og inneholder dessuten anbefaling av aktuelle produktområder, nødvendige samarbeidstiltak og hvorledes landbrukets virkemidler bør tilpasses dersom det satses på reiseliv.

Mindretallet legger vesentlig vekt på at turismen i distriktene allerede utgjør en betydelig del av den totale turismen i Norge. En økt aktivitet i den landbrukstilknyttede turisme bør derfor etter mindretallets mening supplere det turistproduktet vi allerede har utviklet i distriktene. Også gårds- og bygdeturismen må tilpasses markedets behov og krav om lønnsomhet.

Landbrukets virkemidler er idag i liten grad tilpasset en slik utvikling. For å få en markedstilpasset utvikling bør virkemidlene derfor dreies fra å være gårdstilknyttet til å bli rettet mot fellestiltak for utvikling av turisme (infrastruktur).

Mindretallet mener at det er viktig å stimulere til samarbeid mellom de etater som arbeider med næringsutvikling generelt og de som arbeider med primærnæringene.

Betydningen av samarbeidstiltak mellom den tradisjonelle turistnæringa og den landbrukstilknyttede turistnæringa framheves bl.a når det gjelder planlegging, kunnskapsutvikling, markedsføring og salg.

Kapittel 1 - Sammendrag

Kommentar fra flertallet på mindretallets særuttalelse

Flertallet mener mandatet blir bedre og mer allsidig besvart i flertallets kapitler 9, 10 og 11, enn i mindretallets særuttalelse.
