



KVALITET



INTEGRITET



ENTUSIASME



LAGSPILL

Norsk Institutt for naturforskning, NINA, er et nasjonalt og internasjonalt kompetansesenter innen naturforskning. Vår kompetanse utøves gjennom forskning, utredningsarbeid, overvåking og konsekvensutredninger. NINA har ca 150 ansatte. NINA er et institutt i Mijøalliansen. Fakta-ark gir populariserte sammendrag av publikasjoner fra NINA

## Utmarksbasert turisme - viktig distriktsnæring

Utmarksbasert turisme er blitt en viktig næring for distriktene. Ulike former for en slik turisme er i økende grad blitt organisert som kommersielle virksomheter som har gitt nye arbeidsplasser. Flere mindre firmaer tilbyr jakt, fiske, andre aktiviteter knyttet til naturopplevelse, spenning og mestring, samt overnatting og bespisning med basis i utmarksressurser og bygdemiljø.

NINAs undersøkelse omfatter fire grupper av virksomheter; allmenninger/grunneierlag, grunneiere, aktivitetsbedrifter og overnattingsbedrifter. Formålet med undersøkelsen har vært å se nærmere på markeder, markedsføring og salg av produkter, hvordan utmarksressursene brukes, aktiviteter og produktspesikter, samarbeid med andre aktører og institusjoner, planer og framtidssutsikter, samt graden av økonomisk støtte fra det offentlige.



Folk fra mange land kommer for å oppleve steder som Bjørnholla i Rondane.

Foto: Børre K. Dervo, NINA

## Overnattingsbedriftene

Overnattingsbedriftene hadde i gjennomsnitt drevet sin næringsvirksomhet i 46 år, hadde en årlig arbeidsinnsats på 38 månedersverk, en årlig brutto omsetning på 2 mill. kroner og tilbød 4,5 produkter. De disponerte i gjennomsnitt 82 senger. Hovedvirksomheten til denne kategorien av bedrifter var overnatting (100 prosent) servering (77 prosent), jakt og fiske (50 prosent), og organiserte turer (43 prosent).

Overnattingsbedriftene har et vesentlig større omfang på sin virksomhet enn de

## Utmarksturisme i fjellregionen i Sørøst-Norge: STOR OPTIMISME I NÆRINGEN



Verneområdene, som her i Jotunheimen nasjonalpark, vil i framtiden bli viktigere for utviklingen av utmarksturismen.

Foto: Bjørn P. Kaltenborn, NINA

Utmarksressursene står sentralt for de fleste «utmarksbedriftene», men de utnyttes på ulike måter. Optimismen i næringen er stor, selv om de færreste bedriftene har noen velutviklet forretningsidé eller god forståelse for marked, markedssegmenter og etterspørselstrender.

Strategisk eller praktisk samarbeid med andre bedrifter eller andre aktører i verdikjeden er lite utviklet, går det fram av NINAs undersøkelse. Allemannsretten er for flertallet av bedriftene mer et gode enn et hinder.

Til tross for at økonomi ikke var noe stort tema i undersøkelsen, tyder tallene på at lønnsomheten er bedre enn tall fra andre undersøkelser har indikert. Alt i alt

viser undersøkelsen at utmarksturismen i Sørøst-Norges fjellregion er i vekst, og at næringsaktørene ser positivt på mulighetene, men at det er betydelige forbedringsmuligheter knyttet til kompetanseheving og samarbeid.

Undersøkelsen omfatter typiske landbruksbaserte turist- og opplevelsesbedrifter, og mindre overnattingsbedrifter innenfor den tradisjonelle hotellbransjen, dertil nyere bedrifter som dels springer ut av eller er beslektet med tilbud som er gitt av frivillige organisasjoner, og som ikke har vært kommersialisert i samme grad tidligere.

andre tre bedriftstypene, og mange har helårsvirksomhet. (Større overnattingsbedrifter som retter seg inn mot konferansemarkedet og lignende er utelatt fra undersøkelsen.) Dette er bedrifter med lang fartstid. Hovedaktiviteten er naturlig nok knyttet til overnatting og servering. Men også overnattingsbedriftene tilbyr mange aktivitetsprodukter.

Forskjellen i forhold til aktivitetsbedriftene er at det er et enklere og mindre tilrettelagt tilbud som gjestene gjennomfører på egen hånd med litt veiledning og i enkelte tilfeller lån eller leie av utstyr. Mange samarbeider også med

andre, for eksempel selger halvparten av bedriftene jakt- og fiskekort for andre (grunneiere, grunneierlag eller allmenninger). Noen få disponerer også egne områder.



Jakt og fiske er en av bærebjelkene i norsk utmarksturisme.

Foto: Børre K. Dervo, NINA

## NINA Fagrapport 73

Børre K. Dervo, Øystein Aas,  
Bjørn P. Kaltenborn, Oddgeir Andersen:  
«Utmarksturisme i fjellregionen i  
Sørøst-Norge — vekst og vyer eller  
nedgang og resignasjon?»

## BESTILLING:

## NINA Fagrapport 73

kan bestilles fra NINA  
v/ informasjonssjefen.  
Pris: kr. 100,- + porto

## REDAKTØR:

Tor B. Gunnerød

## LAYOUT:

Ingrid Brandslet  
Kommunikasjonssesjonen ved  
NINA

## REDIGERING OG PRODUKSJON:

Hans Georg Jürgens

## TRYKK:

Trykkerihuset Skipnes AS

ISSN 1503-5158

## ALLMENNINGER — ER DE IKKE NÆRINGSAKTØRER?

**Allmenninger/grunneierlag var den gruppen av bedrifter som skilte seg mest fra de tre andre hovedgruppene. Gruppen består av fjellstyrer, bygdeallmenninger, sameier og ulike typer private grunneierlag.**

Disse hadde i gjennomsnitt drevet sin næringsvirksomhet i 45 år, hadde en årlig arbeidsinnsats på 9 månedsverk, en årlig brutto omsetning på 0,7 million kroner og tilbød 2 produkttyper. Gruppen disponerte i gjennomsnitt 19 senger.

Hovedvirksomheten til denne kategorien av bedrifter var salg av jakt- og fiskekort, noe som alle hadde. I tillegg hadde halvparten overnattingstilbud.

**Enkle hytter**

Det aller meste av dette er enkle hytter som enten leies ut eller står åpne for gratis lån. Noen få tilbød tilrettelagte pakketilbud med jakt og/eller fiskeopplevelser hvor overnatting og servering var inkludert. Noen drev også med eiendomsutvikling som tomtsalg/hyttebygging og investeringer i aktivitetstilbud. Disse produktene utgjorde imidlertid en svært liten andel av det totale tilbudet.

«Allmenninger/grunneierlag» er bedrifter med lang fartstid, men som driver en svært ensidig næringsvirksomhet sammenlignet med de andre bedriftstypene. De opptrer mer som forvaltningsorgan som forvalter jakt- og fiskerettigheter enn bedrifter som driver næringsvirksomhet. Det er viktig å legge til at det finnes noen få som er langt mer orientert mot det å drive næring. Spesielt gjelder det et par av de private bygdeallmenningene som inngår i undersøkelsen.

**«Ivareta grunneierinteressene»**

Holdningene til næringsvirksomhet gjenspeiles både i forretningsidé og i deres syn på egen virksomhet. Beskrivelse av forretningsideer som «Ivareta grunneierinteressene», «Forvaltning av jakt og fiske», «Forvaltning av statsallmenning», «Salg av jakt og fiskekort», «Statsallmenningen forvaltes etter Fjellogen» og «Grunneierlag

som leier ut terreng til rypejakt» bekrefter dette.

**Ikke for næringsvirksomhet?**

Enkelte vil hevde at fjellstyrer, allmenninger, grunneierlag og sameier er organer som ikke først og fremst er opprettet for å drive næringsvirksomhet. Mange i denne gruppen av informanter har gitt slike kommentarer til

spørreundersøkelsen. Det er på mange måter noe merkelig, siden fjelloven så klart understreker «at allmenningen (skal) verte brukt på ein måte som fremjar næringslivet i bygda (og tek vare på naturvern og friluftssinteressene — fjellova § 3, vår parentes).

**Aktivitetsbedrifter - mer tilrettelagte aktiviteter**

Gruppen «aktivitetsbedrifter» består av bedrifter med en variert virksomhet, ofte litt mer tilrettelagte og opplevelsesbaserte aktiviteter i naturen. Mange av aktivitetsbedriftene er nystartede og små bedrifter som driver en sesongbetont virksomhet. Bedriftene hadde i gjennomsnitt drevet sin næringsvirksomhet i 15 år, hadde en årlig arbeidsinnsats på 17 månedsverk, en årlig brutto omsetning på 1 million kroner og tilbød fire produkter. De disponerte i gjennomsnitt 64 senger. Hovedvirksomheten til disse bedriftene var servering (60 %), guiding (57 %),

overnatting (53 %) og organiserte turer (49 %). Aktivitetsbedriftene driver også en variert næringsvirksomhet, som dels springer ut av tilretteleggings-, informasjons- og kursvirksomhet som også drives av frivillige organisasjoner.

Relativt mye av virksomheten er basert på «nye» aktiviteter som rafting, juving og klatring. De tilbyr i svært liten grad jakt og fiske, og denne gruppen har selv ingen egne jakt- og fiskerettigheter. Når dette er inkludert, er det ofte koblet til guiding eller kurs.

**Private grunneiere - variert næringsvirksomhet**

De private grunneiere (bedrifter med egne utmarksarealer og jakt- og fiskerettigheter) hadde i gjennomsnitt drevet sin næringsvirksomhet i 22 år, hadde en årlig arbeidsinnsats på 8 månedsverk, en årlig brutto omsetning på 0,6 million kroner og tilbød 4,5 produkter. De disponerte i gjennomsnitt 24 senger. Hovedvirksomheten til denne kategorien av bedrifter var overnatting (84 %), salg av jakt og fiske (70 %) og servering (46 %).

«Grunneiere» driver en langt mer variert næringsvirksomhet enn allmenninger/grunneierlag. Virksomheten bærer preg av et mangesysleri. Det indikerer at utmarksnæringen ofte er binæring ved siden av annen virksomhet. I denne kategorien er det flere bedrifter som er medlemmer av Norsk Bygdeturisme. Også for denne bedriftsgruppen

utgjør de tradisjonelle virksomhetene som utleie av hytter eller husrom, jakt og fiske og servering en stor andel av virksomheten. Gårdsopplevelser er også viktig for denne gruppen.

Hoveddelen av næring knyttet til jakt og fiske består av salg av kort eller utleie, i en del tilfeller koblet med overnatting.

Det er noe overraskende at salg av jakt- og fiskeprodukter ikke er mer utbredt i denne gruppen av bedrifter. Det tyder på at selv om alle disponerer jakt- og fiskerettigheter, er det mange som ikke utnytter disse i næringssammenheng. Dels skyldes nok dette at flertallet av grunneiere sitter på for små eiendommer til at denne typen rettigheter kan utnyttes kommersielt på hver eiendom.