

Muligheter for reiselivsutvikling i og rundt verneområder

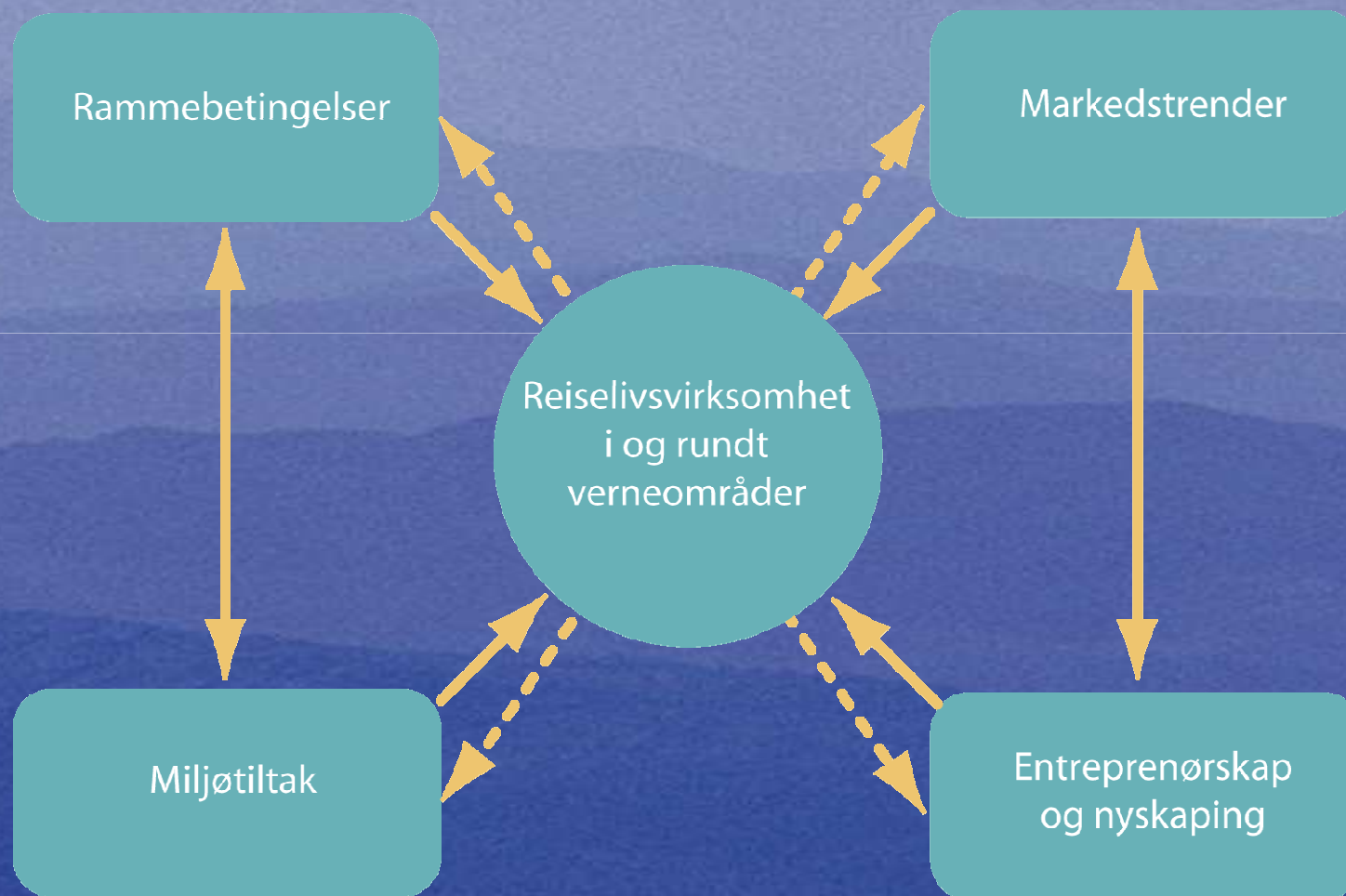


Øystein Aas

Paradokset næringsvirksomhet og verneområder

- Verneområder opprettes for å verne arealene mot menneskelig aktivitet og inngrep
- SAMTIDIG:
- Verneområder, først og fremst nasjonalparker, er store internasjonale reiselivsmål og blant Norges aller viktigste turistattraksjoner
- Hvilke utfordringer og muligheter gir dette? Hvordan skal vi utnytte mulighetene og unngå vanskelighetene?

Mulighetskart – reiseliv og miljø i verneområder



Nasjonalparker som begrep og fenomen...

- Nasjonalpark et internasjonalt begrep
- Skal fylle flere funksjoner for samfunnet, men vern av økologiske verdier og rekreasjonsinteresser er som regel sentralt (IUCN)
- De fleste har et forhold til, og visse forventninger til NP
- Men; nasjonalparker er sjelden helt sammenlignbare over landegrensene, særlig ikke juridisk
- Dette skaper ofte forvirring, både i fagdiskusjoner, og for besøkende

- De juridiske forskjellene er også hovedårsaken til forskjellene i anlegg/infrastruktur inne i NP som kan sees mellom ulike land (men ikke alltid)

Verneområdene - dynamiske landskap i endring, en del av verden rundt dem...

- Noen internasjonale trender:
 - Økende press
 - Behov for "avkastning" fra arealene (drivkrefter: fattigdom/distriktpolitikk)
 - Friluftsliv og reiseliv i NP er i betydelig endring
 - Økt krav om lokal forvaltning
 - Statlig/nasjonale forvalt. organ utfordres
 - Økende internasjonalt/bilateralt fokus
 - Nasjonale organ taper makt til lokale og internasjonale organ
 - Forskning: Ingen enkel sammenheng mellom bruk - miljøeffekter

Turisme og nasjonalparker

- Lang tradisjon internasjonalt
- I mange land har rekreasjon og turisme vært viktigere for opprettelse av NP enn i Norge (inkl. det offentlige som reiselivsprodusent)
- Men også i Norge er rekreasjonsmuligheter og humane behov sentrale argument for opprettelse av NP
- En økt satsning på turisme er kanskje det klareste fellestrekket i nasjonalparkpolitikken sett i internasjonal sammenheng
- Forståelsen av, og forvaltningen av NP "homogeniseres"
- Norge på veg mot å etablere en mer proaktiv forvaltning?
- Tegn: Fjelltekst, Rikrevisjonens rapport/kritikk, embedsmannsutvalget, NHO reiselivs 10 punkter, NP kommune/landsby...

Endringer i Nord-Amerika case Denali

- Langvarig turismetradisjon - sonering, planlegging, anlegg og inntekter
- Årlige inntekter i parken på ca USD 3 mill som pløyes tilbake til forskning, overvåkning og tiltak
- Tydelige endringer i bruken de siste årene
- Mer cruise- og busspassasjerer
- Mer korttidsbesøk
- Overbelastning på de mest tilrettelagte områdene
- Endrede planer og reallokering av tiltak og ressursbruk

Hva slags rolle skal reiselivet i verneområdene ha?

- Omkamp om vernet?
- Enighet (?): Reiselivsutviklingen i og rundt NP skal representere noe annet og et supplement til reiselivsutvikling generelt
- Randsonene kan representere "brohoder"
- Allerede flere bedrifter inne i verneområdene
- Entreprenørene i Norge trenger hjelp til å utvikle og klargjøre nisjefokuset og mulighetene i tilkn. til verneområdene

Reiseliv i/ved NP: Noen fakta

- Som regel små bedrifter < 5 arb.pl.
- Antallet bedrifter øker, både overnatting og aktivitet
- Fritidsmarkedet > bedriftsmarkedet
- Norske kunder dominerer på disse, men NP er også svært viktige reisemål for utlendinger (2 av 5 sier de besøkte en)
- Majoriteten av bedriftene opplever vekst og 80 % tror etterspørselen etter sitt produkt vil øke i fremtiden
- Aktivitetsbedrifter mest i vekst
- Vernestatus = Kvalitetsstempel og salgsargument, men hevdes å ikke gi høyere pris på produktet

To typer entreprenører i verneomr.

- Bygdeentreprenøren (karikert)
 - Ståsted i lokalsamfunnet
 - Ressurser: Rettigheter, landbrukskompetanse, stedbunden, utholdende
 - Syn på vern: Ulempe og hinder, ser ikke mulighetene
 - Markedsforståelse: Svak
 - Holdning til miljømyndigheter: Imot! Annen forståelsesramme
- Den urbane entreprenøren (karikert)
 - Ståsted i nye markeder, ofte utenlandske
 - Ressurser: Kompetanse, kapital, annen forståelse av verneområdene
 - Døgnfluer? Tar verdiskapingen ut av bygda?
 - Syn på vern: Forutsetning for næringsutvikling
 - Markedsforståelse: Middels - god
 - Holdning til miljøvernmyndigheter: Aksept/støtte. Samme forståelsesramme
- Hvilke dilemmaer skaper dette?

Lokalsamfunnets utfordring

- Se det eksotiske og spesielle (ta turistens perspektiv), ikke det hjemmevante hverdagslandskapet
- Skape kommersielle produkter (basert på fellesressurser)
- La turisten, ikke produsenten ta merkostnader ved å operere i og rundt verneområder
- Bidra til at det ikke er utenbygds som først og fremst høster av verneområdene
- Skape attraktive og interessante arbeidsplasser!!!
- Kan aktivitetsturismen representere mer attraktive arbeidsplasser enn for eksempel de tradisjonelle kvinnearbeidsplassene i overnattingsbedriftene?

Miljøvernmyndighetenes utfordring

- Endrede politiske signaler har så langt i liten/ingen grad endret forvaltningspraksis uttrykt i forskrifter og forvaltningsplaner - de fleste forskrifter er bygd på standardmaler uten stedstilpasning til miljøforhold, vernemål og næringsinteresser
- Konsekvens: Mye reiseliv drives på dispensasjon
- Likestilling reiseliv - friluftsliv? (miljøeffekter av friluftsliv er greit, av reiseliv ikke)
- Næringsaktørene opplever at ferdselsrestriksjoner og restriksjoner på enkle bygninger (lager, enkel overnatting) er de største flaskehalsene for vekst og utvikling
- Miljøvernmyndighetene lener seg tilbake på regelverket og vil/kan ikke forholde seg til konkrete planer, ideer og konsekvenser for å finne løsninger
- Norge har en NP forvaltning på steinaldernivå! (Økonomi, bemanning)

Miljøvirkemidler - offentlige

- Dispensasjonsbehandling
- Lisensiering/konsesjoner
- Opplæring av bedrifter/operatører
- Nasjonalparksentra (drift/eierskap - øk. støtte - godkjenning)
- Ulike varianter av inntekter fra privat turisme til offentlig nasjonalparkforvaltning
- Arealplanlegging, sonering mv.
- Restaurering og avbøting

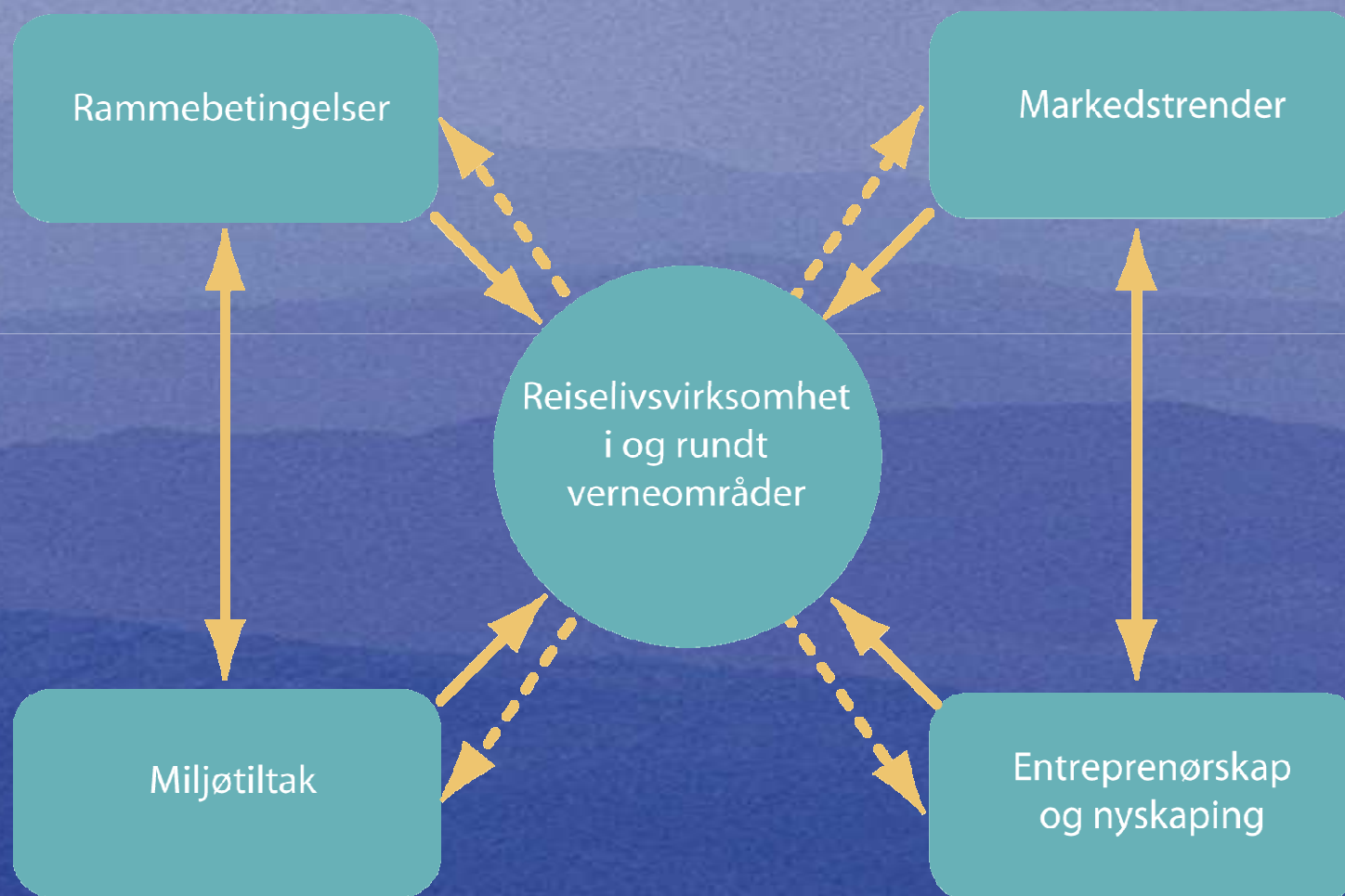
Miljøvirkemidler – privat/bransje

- Sertifisering/merkeordninger
 - Restaurering/tilrettelegging
 - Opplæring av ansatte, gjester
 - Veiledning/guiding av gjester
-
- Mange samarbeidsmuligheter bedrifter, organisasjoner og myndigheter!

Vekst i verneområde-turismen vil gi:

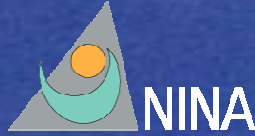
- Attraksjonsutvikling! (NP er av våre viktigste attraksjoner)
- Opplevelsessentra: Nasjonalparksenter
- Nasjonalparkkommuner, nasjonalparklandsby
- Finansiering av forvaltning og overvåkning
- Verdiskapingsmulighetene og arbeidsplasser lokalt (både privat og offentlig)
- Bedre forhold lokalsamfunn - storsamfunn
- Bidra til mangfold og mer nisjepreg i norsk reiselivsnæring (og til en samlet sett mer miljøvennlig turisme)
- Bygge opp under den profilen norsk reiseliv (endelig) ser ut til å samle seg om
- Med akseptable eller uakseptable miljøvirkninger???
- HVIS VI VIL OG UTNYTTER KUNNSKAP: AKSEPTABELT!!!

Mulighetskart – reiseliv og miljø i verneområder



Veien videre: Ett skritt av gangen

- Parkene med lokal forvaltning må gå foran i å finne måter å fremme bruk samtidig som vernet ivaretas
- Rammer og retning for næring inn i forvaltningsplanene
- Naturvernmyndighetene bør endre linje og lage forskrifter som er mer stedstilpasset
- Statlige, fylkeskommunale og kommunale myndigheter må spille på lag (politikere og adm.)
- Måter å koble stor- og småskala turisme i NP regionene må utvikles (reiselivets ansvar)
- Kompetanse må utvikles på flere felt
- Alle aktører må sammen finne løsninger som kan finansiere en forvaltningsmessig infrastruktur som kan fremme både bruk og vern - Den store hodepinen?
- Mange ideer å hente internasjonalt...



NINA