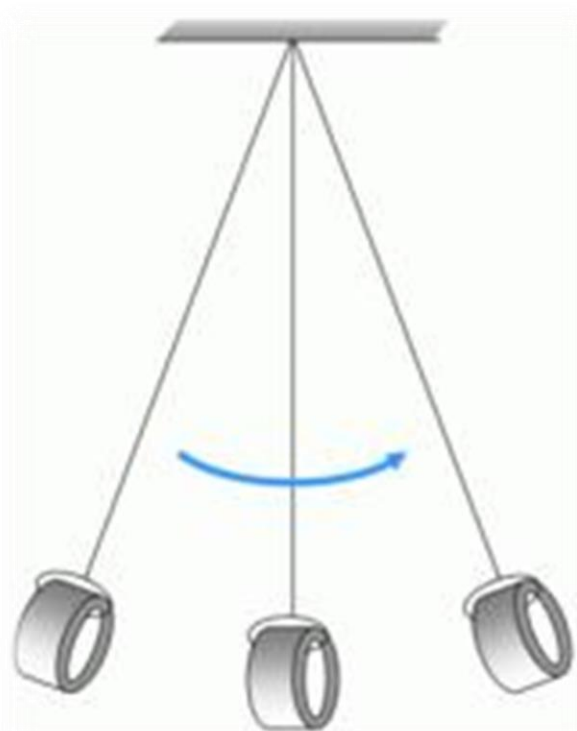


Et godt sted å bo og besøke?

Bærekraft og opplevelser

Monica A. Breiby og Eva Duedahl,
25.11.20

Bærekraft?



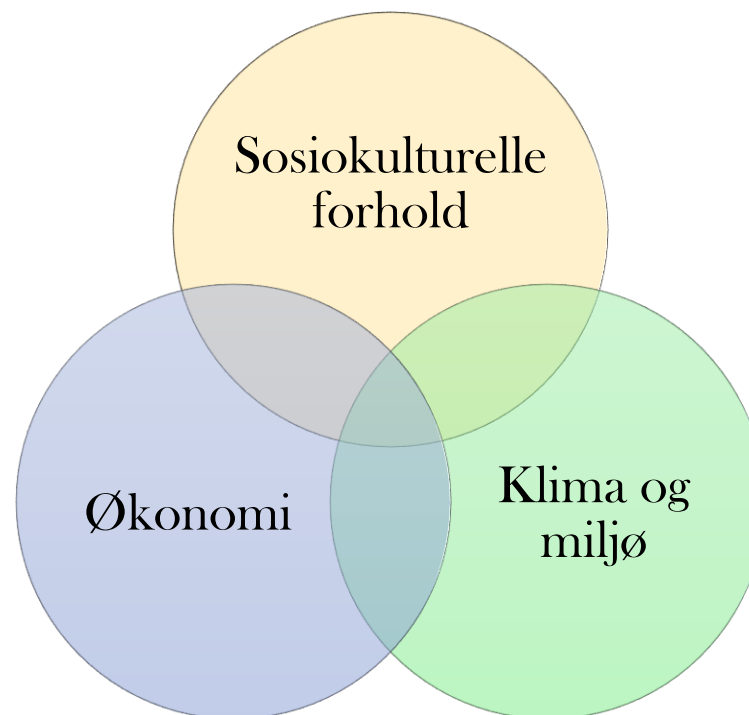
Bærekraft!



Bærekraftig utvikling

*«Utvikling som imøtekommer
dagens behov uten å
ødelegge mulighetene for at
kommende generasjoner skal
få dekket sine behov»*

(FNs verdenskommisjon for miljø og utviklings rapport *Vår felles framtid* (1987))



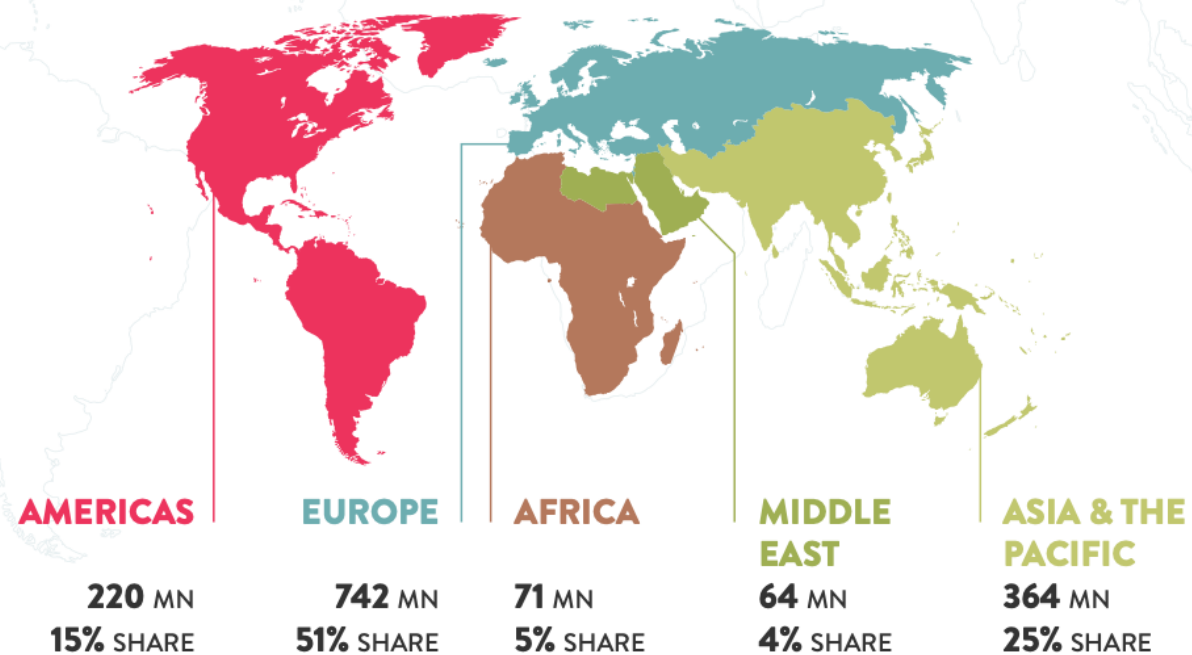
2019 TOURISM RESULTS

ANOTHER YEAR OF GROWTH

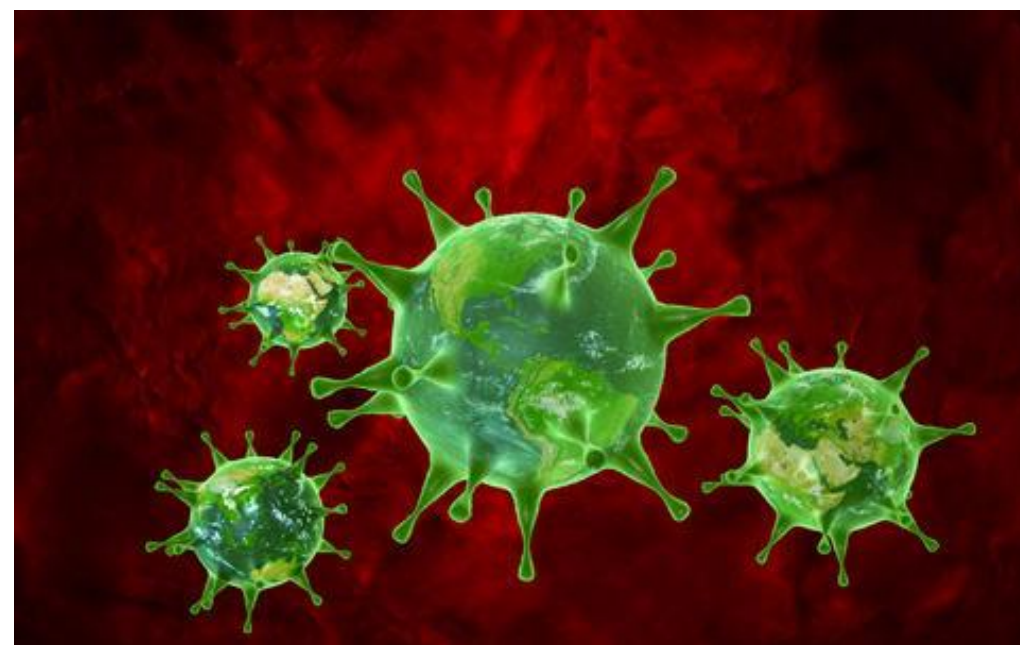
1.5 BILLION
INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS

+4% CHANGE

4 MILLION
ARRIVALS PER DAY



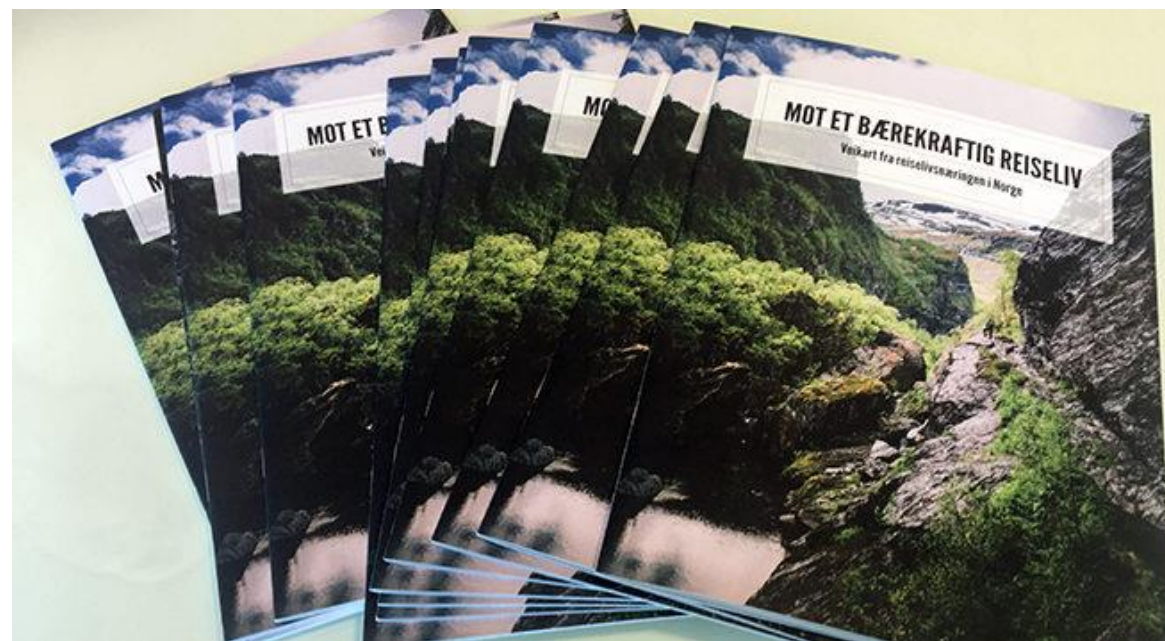
Så kom vendepunktet..



Bærekraftig reiselivsutvikling

«Turisme som tar hensyn til dagens og framtidens økonomiske, sosiale, og miljømessige virkninger, og som imøtekommer behovene til turister, næringen, miljøet og vertssamfunnene».

(World Travel and Tourism Council & the World Tourism Organization)



Menneskene i fokus

De som bor der



De som har hytte der



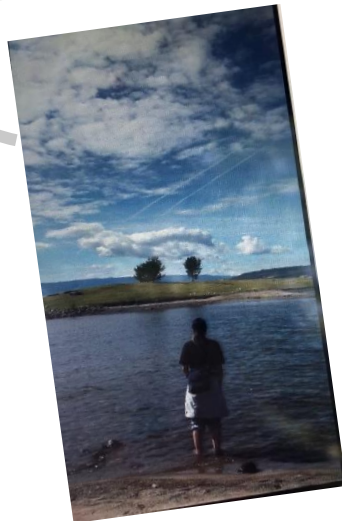
De som kommer på besøk



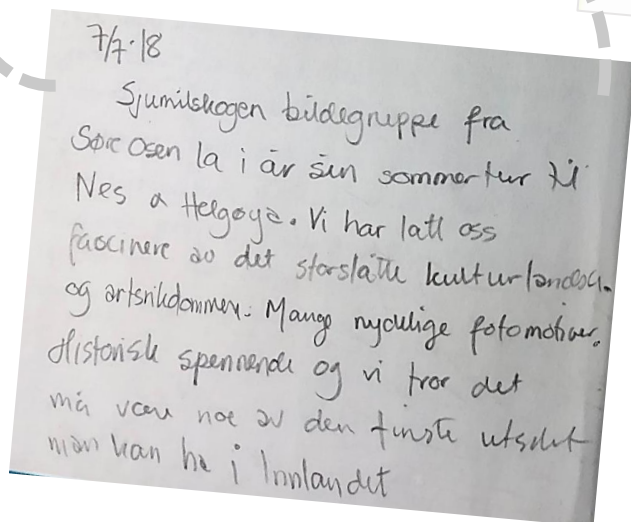
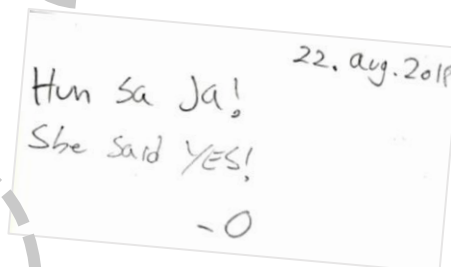
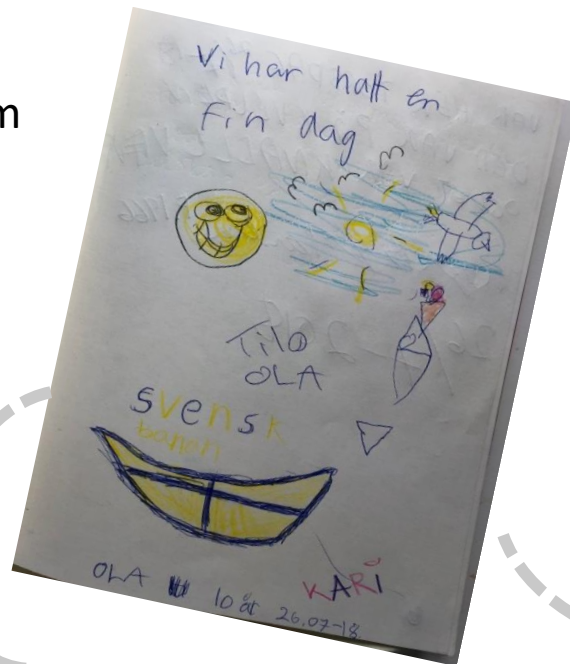
La oss spørre folk hva de spesielt husker å ha gjort, og om de har noen bekymringer for fremtidig reiselivsutvikling?



La oss sammen med andre oppleve noen av de ulike måter man blir introdusert til området på



Men hva med alt det innimellom steder, mennesker og tid?



Mjøsa på tvers

1940ene: Mjøsisen med passasjerfly



Farkiv.no, 2018

1951: Mjøsfærgen II og Skibladner



Digitalmuseum.no, 2018

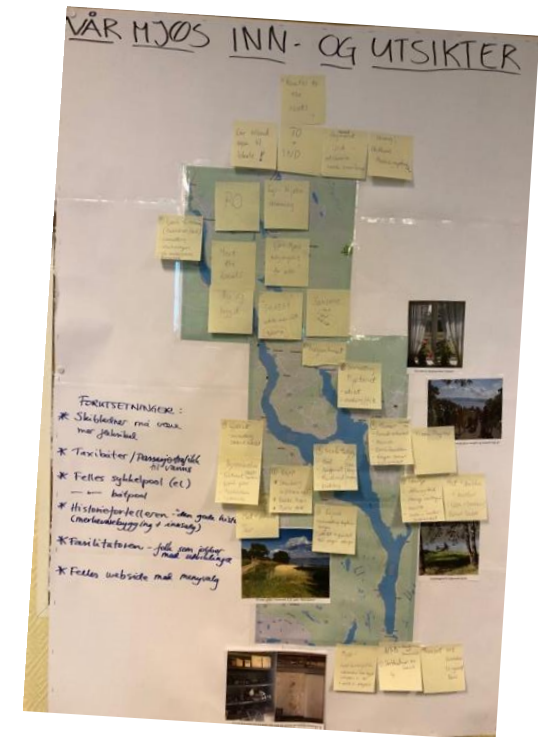
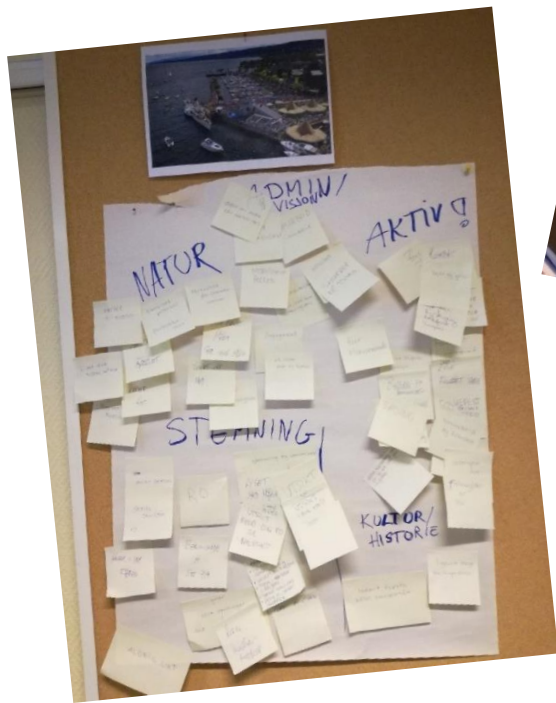
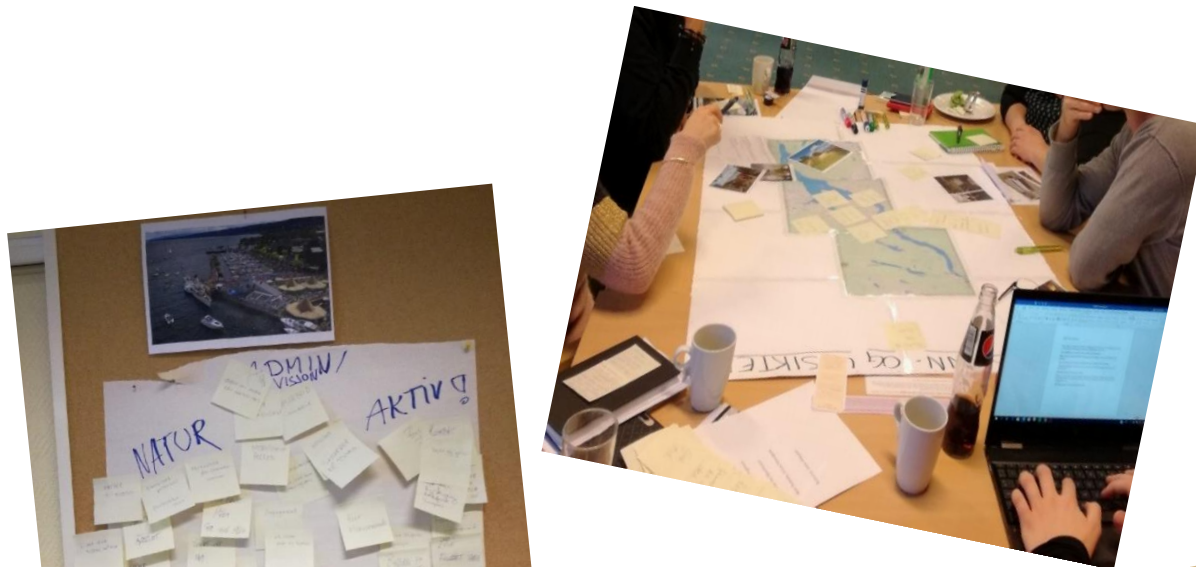
1970-80: Mjøsaksjonene



Miljøministeriet.no, 2018

«Det er jo litt konkurranse Mjøsbyene imellom – det er akkurat som Sverige og Norge og Danmark som vitser om hverandre».

Å designe «Vårt Mjøsa» i felleskap



Bærekraftige opplevelser

«Opplevelser som gir dype, individuelle følelser og minner, og som gjør folk bevisst på sine holdninger til bærekraft og atferd på et sted/en destinasjon»

(Breiby, Duedahl, Øian, Ericsson, 2020).



Samskaping med
naturomgivelser



Samskaping med
kulturomgivelser



Utsikt som kan gi
innsikt



Å utføre
aktiviteter som del
av opplevelsen



Breiby, Duedahl,
Øian & Ericsson,
(2020).

Figure 6. The four sustainable experience dimensions with subcategories.

Det vil være behov for å bruke ny kunnskap til **omstilling og innovasjon** i tiden som kommer for å kunne legge til rette for bærekraftige opplevelser.

Få kjennskap til hva som gir gode og minneverdige opplevelser og hva som kan bidra til mer bærekraftig atferd på stedet



Inviter brukere

Inviter brukerne med som deltakere i utviklingsarbeidet – samskaping av opplevelser.



Fokus på alle 4 forhold

Ledere og markedsførere bør fokusere på alle fire forholdene for å kunne designe og legge til rette for minnerike opplevelser.



Øk kunnskapen

Tilby relevante kurs for å øke kunnskapen og kompetansen til personell som daglig jobber og skaper verdier sammen med turister og lokale brukere på stedet.



Tilrettelegging

Legg til rette for bærekraftige opplevelser gjennom samskaping, tilby for eksempel guidede turer og aktiviteter i natur- og kulturomgivelser.



Gir inspirasjon og glede som er starten til gode og minnerike opplevelser. Disse kan bidra til at besøkende blir lengre på stedet som igjen kan gi økt økonomisk verdiskaping for bedrifter på destinasjonen.

Noen refleksjoner i disse tider ...

- Naturen i nærområdene er mye brukt og verdifull til opplevelser
- Små og mellomstore bedrifter er omstillingsdyktige
- Tenker nytt f.eks. «Workaction»
- Å reise er et grunnleggende behov vi mennesker har
- Vi kommer til å fortsette med det, men nå har vi mulighet til å gjøre det på en annen og mer bærekraftig måte enn før.



<https://norskfriluftsliv.no/naer-15-million-nordmenn-sov-ute-i-sommer/>