

# Innspill til arbeidet med ny reiselivsstrategi 2021



Fra Norsk Naturguide forbund // NNGF

22.12.2020

## Introduksjon til NNGF

Norsk Naturguide forbund (NNGF) er interesseorganisasjon og yrkesforbund for utdannede naturguider i Norge. Vårt arbeid dreier seg om å øke kvaliteten og kompetansen i det naturbaserte reiselivet ved å fokusere på nøkkelrollen i den helhetlige reiselivsopplevelsen, nemlig guiden. Vi jobber for å skape større profesjonell anerkjennelse av naturguidens kompetanse i næringslivet, bidra til bedre kvalitet og høyere standard i det naturbaserte reiselivet gjennom utdanning og sertifisering av profesjonelle guider, samt for bedre vilkår og arbeidsforhold i guide-yrket. Visjonen til forbundet er å være en samlende organisasjon som ivaretar naturguiders yrkesfelt og interesser i det naturbaserte reiselivet i Norge, samt å bidra til økt kompetanse og kvalitet i naturbaserte opplevelser.

Forbundet har etablert en profesjonsstandard for naturguider i Norge, som definerer hvilken kompetanse en sertifisert naturguide skal inneha og som ligger til grunn for vårt arbeid. Både overfor utdanningsinstitusjonene som utdanner naturguider og overfor bransjen. Forbundet jobber utifra en nær tilknytning til det naturbaserte reiselivets organisasjoner på nasjonalt nivå og viktige næringsaktører i bransjen. Med et langsiktig mål om å oppnå bedre reguleringer for aktivitetstilbyding i natur, både gjennom interne bransjestandarder, men viktigere fra nasjonale myndigheter.

Kvalifiserte guider spiller en nøkkelrolle i en satsing på naturbasert reiseliv her til lands, og er en viktig suksessfaktor for små og store aktører i naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge, både på Svalbard og på fastlandet. Det vil ikke være mulig å få til en god vekst i det naturbaserte reiselivet uten å satse på de menneskene som skal ta med gjestene ut på opplevelser og aktiviteter i naturen, nemlig naturguiden. For kvalitet, salgbarhet og produktutvikling spiller også naturguiden en nøkkelrolle med fokus på formidling av det naturbaserte reiselivet vi ønsker å satse på, overfor gjesten, både i forkant (markedsføring/salg) og i gjennomføring. Ikke minst er sikkerhetsaspektet rundt aktiviteter og opplevelser i natur et område hvor både bransjen, og særlig myndighetene, har et stort forbedringspotensial. Dette er òg særlig gjeldene overfor de høye kravene til sikkerhet, sertifisering og HMS-arbeid knytt til denne typen virksomhet vi møter i det internasjonale markedet. Naturguiden har her en meget sentral og naturlig rolle i det å skape trygge og gode opplevelser i natur for våre betalende gjester.

*(Fra våre vedtekter)*

Norsk Naturguideforbund har til formål å:

- Være en interesseorganisasjon og et yrkesforbund for utdannede naturguider i Norge.
- Holde løpende kontakt med myndigheter, reiselivsnæring og utdanningsinstitusjoner om utvikling, behov og kompetansekrav for naturguider i Norge.
- Søke partnerskap, medlemskap og/eller samarbeid med aktuelle offentlige og ikke offentlige instanser, både nasjonalt og internasjonalt.
- Utarbeide og forvalte profesjonsstandard for norske og arktiske naturguider.
- Registrere, organisere og godkjenne kvalifiserte naturguider i Norge.

## **Økt verdiskaping**

### **Den reisendes opplevelse**

Reiselivet her i Norge er i stor grad sentrert rundt overnatting, transport og til dels servering. Vi har i Norge hatt en tilnærming til reiselivet som i hovedsak har bestått i å legge til rette for besøk fra turister (bygging av nye hotell eller å sette opp nok internasjonale flyavganger og sesongbaserte kollektivruter), uten at det i særlig grad har blitt fokusert på gjestens opplevelse underveis i vedkomnes besøk til landet vårt. De siste årene har det skjedd en kraftig vekst i det opplevelsesbaserte reiselivet, men enn så lenge er dette fortsatt et særdeles dårlig utnyttet markedssegment. Vi mener ikke at det ikke finnes fremragende opplevelsesbaserte og naturbaserte næringsaktører i norsk reiseliv. Det gjør det i aller høyeste grad! Vi har også gode eksempler på tradisjonsrike opplevelsestilbydere med lang historie, også her til lands, men dette er etter vår oppfattelse heller unntaket enn regelen. Det har også skjedd en rivende utvikling på denne fronten de siste 5-10 årene, for hele reiselivet og særlig i det opplevelsesbaserte og naturbaserte reiselivet, men vi ser at det her fortsatt ligger et enormt potensial for videre økt verdiskaping her.

I det store bildet har vi i reiselivet her til lands enn så lenge bare klart å ta ut en liten del av potensiale hos den reisende, ettersom vi har hatt fokus kun på tilretteleggingen av besøk, og ikke innholdet i reiselivsopplevelsen til den enkelte turist. Av de ulike markedssegmentene i reiselivet, er det opplevelsesbaserte enn så lenge meget lite mtp. omsetning og markedsandel sammenliknet med de andre segmentene. Her etterlyser vi rett og slett et helhetlig skifte i reiselivsbransjens tanker rundt hvordan og hva vi selger som produkter til turistene som kommer og besøker landet vårt. Det er etter vår mening på tide å se forbi den nødvendige tilretteleggings-delen av reiselivet (at gjestene skal ha et hotellrom og godt nok utvalg i steder å spise), og se videre til å i hovedsak være opptatt av innholdet i reiselivsopplevelsen til den reisende. Tilretteleggingen må vi selvfølgelig ha i bunn, men det er i den videre utviklingen av innholdet i reiselivsopplevelsen til den enkelte turist at vi har vekst- og utviklingspotensial i vårt reiseliv.

### **Naturbaserte opplevelsesers potensial**

Turister som kommer til Norge velger landet vårt som destinasjon hovedsakelig på bakgrunn av vår

spektakulære natur. Det er naturbaserte attraksjoner, fjorder og fjell og med verdensunike naturverdier, som er hovedattraksjonen for turismen vår her til lands. Dette har vært tilfelle helt siden de første turistene, med keisere og adel fra kontinentet kom på besøk for å bivåne de majestetiske tindene eller fiske laks i elvene. Av markedssegmentene i reiselivet; overnatting, mat, transport og opplevelser, er det som sagt, sistnevnte som er det klart minst utnyttede markedssegmentet i reiselivet etter vår oppfattelse. Tilbud av opplevelser/aktiviteter og den opplevelsesbaserte reiselivsøkonomien har et stort uutnyttet potensial her til lands og det vil videre være naturlig å se til de naturbaserte opplevelsene som de med mest potensiale.

Potensiale for økt verdiskaping i reiselivet generelt ligger altså mye i å utvide reiselivsopplevelsen til gjestene som allerede besøker landet vårt til å i mye høyere grad være en helhetlig reiselivsopplevelse. Da må produktet og reiselivsopplevelsen inneholde deler fra alle markedssegmentene og hvor den helhetlige tenkingen og opplevelses-/aktivitetsbiten av reiselivet dessverre enn så lenge er underutviklet i reiselivet i Norge fra vårt synspunkt. Dette byr altså på store muligheter både for eksisterende og nye aktører til å fylle det store spennet mellom å i hovedsak drive næringsvirksomhet for å tilrettelegge for turisme over til å drive næringsvirksomhet hvor hele reiselivsopplevelsen til gjesten utnyttes. En satsing på opplevelser og den helhetlige reiselivsopplevelsen i bransjen vil også være en naturlig videreføring i destinasjonsutviklingen av landet vårt og være måten å få flere turister til landet. Mer satsing på naturbaserte opplevelser i reiselivet vil altså både føre til merverdi og mersalg, samt bringe nye gjester til destinasjonen Norge.

### **Hindringer for utviklingen av det opplevelses-/naturbaserte reiselivet**

Selv om vi alle er klar over vår spektakulære Norske natur, er det etter vår oppfatning få, også innen det naturbaserte reiselivet, som faktisk klarer å sette seg inn i hvor ekstraordinært og nesten utenomjordisk våre naturverdier synes for turister fra resten av verden. Vi har vanskelig for å fatte hvor uvanlig og unikt vår tilgjengelige natur er for den jevne turist, ettersom vi selvfølgelig tar utgangspunkt i vår egen virkelighetsforståelse når vi forsøker å fatte hvordan en person fra asfaltjungelen i Beijing eller åkerlandskapet i flate Nederland oppfatter våre naturverdier, som vi selv til daglig tar for gitt. Dette er en av vanskelighetene for alle typer reiseliv, men her har vi, etter vår oppfatning en stor jobb å gjøre her hjemme. Resultatene av bransjens vanskeligheter med å sette seg i turistens sted, er etter vår mening noe av bakgrunnen for at vi ikke tørr, vil eller har selvtillit på å satse på naturen og det opplevelsesbaserte reiselivet som det aller ypperste og fremste innen norsk reiseliv. Det virker for oss som vi rett og slett har alt for dårlig selvtillit på at naturen vår er så unik i verdenssammenheng som den er.

Dette fører i våre øyne til et veldig skadelig og unødvendig fokus på at "Norge er et høykostland" hos myndigheter og i bransjen generelt både lokalt og nasjonalt. Vi har ikke selvtillit nok overfor vår egne salgsfortrinn med vår helt unike natur i spissen, noe vi mener er helt ubegrunnet i virkeligheten. Turister som kommer til Norge vil aldri komme hit fordi det er billig å feriere her, det vil aldri være tilfelle og har heller aldri vært tilfelle og er heller ikke noe vi vil ønske å jobbe mot. Vi burde dermed heller ikke tro at vi lokker flere turister hit til Norge ved å selge attraksjonene våre billigere enn de faktisk er verdt. Dette vil i det store uansett ikke gjøre særlig forskjell på om gjester velger Norge overfor andre land, ettersom det er våre salgsfortrinn overfor andre destinasjoner, med en verdensunik natur som ingen kan erstatte

med billigere alternativ, som er grunnen til at flere og flere velger Norge som reisemål. Vi ønsker altså at myten om at reiselivet lider fordi "Norge er et høykostland" kan avlives og avkrefte i hele bransjen.

Vi tror det ensidige søkelyset på tilretteleggingsdelen av reiselivet (overnatting, transport og delvis servering) kommer nettopp av denne manglende selvtilliten/den ubegrunnede frykten for sviktende turiststrøm hit til landet pga. et høyt prisnivå i Norge. Dette fører først og fremst til dårligere utnyttelse av potensiale for verdiskaping i reiselivet. Videre fører det til dårligere arbeidsforhold for ansatte i reiselivsbransjen, usunn selskapsstruktur med et høyt antall små og mindre profesjonelle bedrifter og hvor det ikke tørr å satses på lokale eller nasjonale aktører, mindre fornøyde turister som gir dårligere gjensalg, samt manglende regulering og styring av bransjen

### **Norske gjester**

At norske turister liksom ikke skal være interessert i å kjøpe guidede naturopplevelser og opplevelsesprodukt er vi helt overbevist om at er feil. De skyhøye og økende summene vi nordmenn bruker hvert år på tur- og friluftsutstyr, samt spesifikke aktivitetstilbyderes eksplosjonsartede vekst i gjestetall fra i sommer, er et tydelig bilde på at opplevelser i naturen er noe den norske forbrukeren i aller høyeste grad ønsker å bruke penger på. Det norske markedet er likevel ikke tilsvarende utenlandsmarkedet når det kommer til naturbaserte opplevelsesturisme. Alle kundegrupper trenger sin spesifikke markedsføring, salgsstrategi og tilpassede produkter, det gjelder selvfølgelig også i opplevelsesturismen. For norske gjester kan det, etter vår oppfatning, være enda høyere krav til kvalitet og kompetanse i opplevelsesprodukter. Nordmenn vil gjerne kreve mer av aktivitetstilbyder, og årets sommer har vist at også blant nordmenn er det en veldig etterspørsel etter naturbaserte reiselivsprodukt. Her er vi likevel helt overbevist om at vi ikke klarer å utnytte dette potensiale uten å satse på kvalitet i opplevelsesdesign og –produksjon, og i formidling og gjennomføring. Her er naturguides kompetansefelt nettopp det som trengs, og en må ha fokus på guiden som nøkkelrolle i opplevelsesbedriften for å klare å nå opp i konkurransen i det norske markedet som går på kvalitet, autensitet og innhold!

### **Sesongproblematikken; skulder- og lavsesonger**

Alle i reiselivsbransjen er enige om at vi ønsker å få til mer aktivitet utenom høysesongen. Det er klart en av de beste måtene å få økt verdiskaping, profesjonalisering og tilhørende kvalitet i nøringsen. Å ikke nødvendigvis bare ha som strategi å få flere gjestedøgn på samme tid, men spre økningen i gjestedøgn utover hele året er for alle formål veldig positivt, men arbeidet med dette er ikke bare enkelt. Her er vi i NNGF likevel overbevist om at det opplevelsesbaserte reiselivet og fokus på dette, med natur-/aktivitetsbaserte reiseliv i kjernen, som er en av de virkelige løsningene på sesongproblematikken i reiselivet.

For å få gjester til landet utenom høysesong må en selge og markedsføre noe mer enn bare de vanlige salgspunktene, her er det opplevelsesbaserte konsept i naturen vi ser på med aller størst potensiale. Naturattraksjoner og –fenomen (og opplevelser ellers) er i seg selv sesongbaserte, og det er ingen tvil om at det er mer enn sommeren som har tiltrekkende kvaliteter for gjester til vårt langstrakte land. Fra *stormwatching*, eller jakt-turisme på høsten, til tiurleik, rafting, lundkommardagen eller toppturer på våren eller den nordiske vinteren med snø/ski og nordlys, hvor sistnevnte allerede er et av de beste

eksemplene her til lands på at turister fra fjern og nær kan komme reisende til oss på alle tider av året bare attraksjonen de vil se er solgt inn riktig! Med nordlysturismen er det også gjort et kjempegodt arbeid i å definere og selge hele reiselivsopplevelsen med gjesten, ikke bare tilrettelegge. Selv om en jo enkelt kan oppleve nordlyset nesten rett utenfor hotelldøra i Tromsø har reiselivet her fått til at det å dra på en guidet nordlys-opplevelse er standard for besøkende heller enn unntaket.

Vi tror det her i stor grad opp til nasjonale aktører som Visitt Norway å tørre å satse på de mindre etablerte sesongene, og alle de tilhørende gode opplevelsese- og naturbaserte konseptene som ikke er kjente enda. Og det er altså de helhetlige reiselivsopplevelsene og opplevelseskonsepter i skulder- og lavsesong vi ser på som den beste muligheten til å skape økt aktivitet og verdiskaping da. Her må kreativiteten, nye ideer og ny konseptutvikling i bransjen oppmuntres og løftes fram i stort mon!

## **Bærekraftig utvikling og omstilling**

### **Naturbasert reiseliv for naturvern**

Av økonomisk verdiskaping og verdisetting av naturverdier, særlig knyttet til villmarkspreget natur, urørt natur og inngrepsfri natur, er naturbasert reiseliv blant den eneste typen næringsliv hvor det å ta vare på den urørte naturen og naturvern får en helt reel og målbar økonomisk verdi. Det å selge opplevelser av og i villmarkspreget og inngrepsfri natur til gjester, med opplevelsprodukt og aktiviteter hvor det nettopp er den urørte og/eller unike naturen og våre ekstraordinære naturverdier som er det en selger i produktet sitt, er veldig unikt i denne sammenhengen. Veldig få andre bransjer klarer å bruke urørt natur til å skape faktiske pengemessige verdier på samme måten uten betydelige fysiske inngrep. Det vil i de aller fleste tilfeller være snakk om mye større inngrep og varige endringer av naturen ved stort sett all annen næringsvirksomhet.

I hvor stor grad det naturbaserte reiselivet er med på å verdsette urørt natur vil selvsagt ikke være tilsvarende eller gjeldene for all naturbasert reiselivsvirksomhet i like stor grad. Ettersom naturområde, naturattraksjon og rammen rundt det aktuelle opplevelsproduktet vil være veldig variert fra aktør til aktør, og ettersom det heller aldri lar seg gjøre å besøke et naturområde uten å sette spor (verken for turister eller friluftsentusiaster). Likevel har det naturbaserte reiselivet, om det reguleres og bygges opp på en planmessig og skikkelig måte, her et veldig stort potensial som er helt unikt overfor de aller fleste andre typer næringsvirksomhet. En kan med andre ord si at en satsing på naturbasert turisme, på naturens premisser, er en direkte satsing på urørte/unike naturverdier.

### **Bærekraftig utvikling i reiselivet**

NNGF arbeider ellers med å utvikle en bærekrafts-standard for hvordan vi mener reiselivet og særlig naturguiden skal forholde seg til bærekraft. Overordnet opplever vi at der skjer en gal utvikling i dag, der fler og fler reiselivsoperatører reklamere med at deres produkter er bærekraftige. Det må stilles spørsmål ved hvordan bedriftene egentlig vurderer bærekraft og denne vurdering må være transparent. Ellers blir bedriftenes bruk av konseptet «bærekraft» kun grønnvasking. Fler og fler bedrifter reklamere med bærekraftige opplevelser uten å begrunne hvordan de har vurdert deres påvirkninger (positive og

negative). Vi risikerer på den måten å utvanne heile initiativet for omstillingen som skjer i samfunnet. Samfunnet blir mer og mer opplyst om bærekraft og fler og fler blir beviste om bærekraft og forholder seg kritisk til de tjenester de kjøper. Fortsetter bransjen å bruke bærekraftbegrepet i det nåværende ukritiske omfang risikerer vi at gjestene til slutt blir skuffet når de drar på ferie i Norge, og tror de har kjøpt bærekraftige opplevelser, som kanskje egentlig viser seg å bare "kalles" bærekraftige.

Dette vil si at vi må ta omstillingen av samfunnet til et mer bærekraftig samfunn mer seriøst, og dermed stille høyere krav enn bare å gjøre det litt bedre og deretter si oss fornøyd. Prosessen med å bli mer bærekraftig er en kontinuerlig prosess der ikke slutter. Vi ønsker at det isteden oppfordres til at aktører er helt transparente og åpne rundt deres største påvirkninger og hvordan de jobber med å bli bedre. Hva har de gjort, og hva planlegger de å gjøre.

Videre er bruk av terminologien «ansvarlig turisme» å foretrekke.

## **Rammebetingelser, strukturer og kompetanse**

Når det gjelder rammebetingelser, strukturer og kompetanse er vårt inntrykk at også her er det i hovedsak den "tilretteleggende" delen av reiselivet som er i fokus. Når det gjelder den opplevelsesbaserte delen av reiselivet og særlig den naturbaserte opplevelsesturismen virker dette fra vårt perspektiv, dessverre å være en såpass ung bransje i Norge at det er lite struktur, regelverk og rammebetingelser på plass. Dette gjelder både fra myndighetenes side og internt i bransjen selv, likevel er det tydelig at bransjen selv ligger langt foran myndighetene i å regulere seg selv. Kompetansen er også av veldig varierende kvalitet med eksempler på fremragende aktører med gode gjennomarbeidede opplevelseskonsept, til cowboy-virksomheter hvor ikke engang sikkerhet eller arbeidsforhold er i orden og hvor gjerne innholdet i opplevelsen ikke er i nærheten av å egentlig nå opp i konkurransen, men hvor kanskje aktøren holder seg flytende pga. et kunstig lavt prisnivå.

Som beskrevet i de innledende avsnittene kan en satsing på det naturbaserte reiselivet ikke skje på en god måte uten at det også satses på guiden. Dette er nøkkelrollen i både det naturbaserte og opplevelsesbaserte reiselivet. Guiden som skal ta med gjestene gjennom en historie rundt deres reise og knytte både overnatting, mat og transport inn i den helhetlige opplevelsen, samt ta med gjestene ut på og tilbake fra trygge, og viktigere: minnerike og godt formidlede naturopplevelser. Dette er naturguidens kjernekompetanse, som vi ser at bransjen bare så vidt har fått øynene opp for etter hvert, og som dessverre har vært altfor lite satt pris på og anerkjent så langt!

### **Vår unike friluftstradisjon i møte med naturbasert reiseliv**

Opplevelsesbasert turisme, med guidede aktivitetskonsept i natur, er som allerede beskrevet en ny bransje og forholdsvis ny næringsvirksomhet i Norge. Vår egen bruk av naturen, med det allmenne, tilgjengelige og tradisjonelle friluftslivet er veldig forskjellig fra en kommersialisert bruk av naturen i reiselivssammenheng. Her til lands har vi ingen særlig tradisjon for guiding eller opplevelsesproduksjon i naturen på kommersielt nivå, selv om vi jo har tilrettelagt for turister som vil oppleve naturen vår i lange tider. Vårt friluftsliv er i verdenssammenheng utrolig unikt og spesielt, med allemannsretten som veldig særegen for Norge. Det er de siste årene blitt helt tydelig at kulturforskjellen på dette feltet, fra oss til det meste av verden ellers (kanskje med et begrenset unntak i andre skandinaviske land), ikke muliggjør

en speiling av våre forventninger til bruk av natur over på gjester fra andre steder i verden. Her er det to hovedproblemer:

- Besøkende fra andre steder har vanskelig for å sette seg inn i vår kultur for friluftsliv og bruk av naturen, med det ansvaret - de mulighetene og pliktene - som følger med for den enkelte.
- Besøkende fra andre steder i verden (og i økende grad turister fra vårt eget land) har totalt ulike forventninger til hva det naturbaserte reiselivet her skal inneholde, enn det vi med våre "friluftslivs-briller" klarer å forestille oss. Dette gjelder både forventninger knyttet til type opplevelsesprodukt, innhold, grad av profesjonalitet, gjestehåndtering, guidekompetanse, sikkerhet, betalingsvilje for ulike konsept osv.

Førstnevnte problem kan for eks. enkelt beskrives med eksempler som for eks. Trolltunga. Vårt allment åpne og lett tilgjengelige friluftsliv er ikke bygd for å skulle håndtere en så enorm gjestemasse på et lite avgrenset område, og hvor vi har sett for oss at hvem som helst skal kunne klare å gå den (for veldig mange besøkende) lange og utslitende turen til Trolltunga. Det har her blitt helt tydelig at ikke nødvendigvis alle besøkende i vår natur har de fysiske forutsetningene for å klare seg og heller ikke har innarbeidet kulturen for å slå leir på en hensynsfull måte for eks., snarere tvert imot. De fleste besøkende har ikke de nødvendige forutsetningene for å gå fjellturen til Trolltunga alene, eller campe på fjellet der på en trygg og hensynsfull måte. Det har videre også med eksempelet Trolltunga blitt helt tydelig at det heller ikke kan være opp til en frivillig forening, som det lokale Røde Kors-laget, å forsøke å passe på hele denne turiststrømmen.

Eksempelet med Trolltunga er heldigvis også et veldig godt eksempel på hvordan vi både kan bruke våre populære naturattraksjoner på en god måte både for verdiskapingen, samt hvordan gjestestrømmen kan håndteres på en god måte. Det viktigste grepet de har gjort i Odda og ved Trolltunga er etter vår mening, å satse på guiden! Her har en aktivt og knallhard arbeidet for å etablere det å ha med seg guide som standard for alle besøkende til denne steinen. Uavhengig av hvor vedkomne kommer fra, og uavhengig av hvor nytt utstyr vedkomne har på. Dette handler om kommunikasjon og god opplevelsesproduksjon. Det har vært satset på opplevelseskonsept med guide og i gruppe som standard både fra aktørene selv, fra destinasjonsselskap og turistinfo og fra andre aktører i reiselivet som hotellene i området.

Når det satses på guiden, guidens kompetanse og guidede opplevelseskonsept får vi en mye tryggere fjellheim for alle, vi klarer å få håndtert besøksstrømmen på en god måte og får ned slitasjen på naturen (ettersom guiden fører gruppen langs hovedstien, telter på den minst belastende plassen etc.), vi skaper mye bedre gjesteopplevelser som gir økt mersalg, vi utvider den lokale, regionale og nasjonale verdiskapinga knytt til naturattraksjonene våre enormt, økt verdiskaping gir rom for flere aktører som igjen gir økt total markedsføring for destinasjonen og økte ringvirkninger både lokalt og nasjonalt og vi sørger ikke minst for et sikkert og godt gjennomførte opplevelsesprodukt hvor vi ikke bare balanserer helt på kanten av det som går bra, men faktisk leverer den sikkerheten og tryggheten som gjestene selvfølgelig forventer!

Det andre hovedproblemet beskrevet over er rett og slett at vi her i Norge ikke så lett klarer å sette oss i gjestens sted. Og for en med perspektivet fra det tradisjonelle friluftslivet er det ikke mulig å se for seg hva en faktisk kan og bør selge til mulige gjester, og det er heller ikke lett å skjønne hvilke krav en gjest på tur har. Her går vi både glipp av et enormt verdiskapingspotensial, fordi vi ikke klarer å sette oss inn i hva våre kunder faktisk vil kjøpe. Om vi tar utgangspunkt i det tradisjonelle friluftslivet hvor

utgangspunktet er at en ikke skal bruke penger på opplevelser i naturen er det klart at vi ikke klarer å selge noen opplevelsprodukt. Men både de som selv er masse på tur på egenhånd, og de som aldri har beveget seg på en sti før, kan i aller høyeste grad være potensielle kunder. Men de må få presentert hver sine opplevelsprodukt som passer til deres målgruppe.

I tillegg forventer og krever gjester både fra inn- og utland en mye høyere profesjonalitet og en helt annen struktur og nivå rundt sikkerhet og –rutiner, samt gjennomføringen av et opplevels-konsept enn det vi dessverre opplever er standarden hos veldig mange naturbaserte reiselivsbedrifter i dag. Her gjør utfordringen med å sette seg inn i gjestens forutsetninger og bakgrunn at det gjerne kan bli et gap mellom forventningene fra gjesten og hva som faktisk kan tilbys eller hva som faktisk er reelt for gjesten å få til/ oppleve. Tilbake til Trolltunga-eksempelet er det faktisk ikke i nærheten av alle som kunne ønsket seg opp på Trolltunga som faktisk kan klare turen, og i hvert fall ikke kun på én dag. Her er også fokus på opplevelsprodukt og satsing på guiden hovedløsningen. Med en guide vil mange flere gjester faktisk være istand til å klare hele turen trass i evt. manglende fysiske forutsetninger og kunnskap på egenhånd, og det vil i tillegg for enda flere bli en mye bedre og god opplevelse. I tillegg vil det med arrangerte turer være mulig for mange flere å overnatte oppe på fjellet, hvor det jo er de med minst forutsetninger for å klare dette på egenhånd som vil være dem som har mest nytte av den muligheten.

### **Frivillige vs. Kommersielle aktører**

Vi mener det er viktig å i større grad klare å skille og definere det allmenne tradisjonelle friluftslivet, og naturbasert reiseliv fra hverandre, da dette er to vidt forskjellige innfallsvinkler til bruk av naturen. Selv om en jo har felles interesser i å ta vare på inngrepsfri natur og naturmangfoldet, holde allemannsretten i hevd osv. I tillegg til at vår helt unike friluftstradisjon jo er en viktig del av det som formidlings i naturopplevelsen gjestene får.

Her er et veldig tydelig eksempel problematikken rundt arrangerte turer og kurs for frivillige medlemsforeninger, som DNT eller idrettslag, og den markedsforstyrrelsen dette utgjør for det kommersielle naturbaserte reiselivet. Det er ingen hemmelighet at arrangerte turer og kurs som en i hovedsak frivillig aktør holder for sine medlemmer, for en gjest (norsk eller utenlandsk) kan se svært tilsvarende ut som en liknende arrangert turopplevelse fra en kommersiell aktør. Likevel vil en organisasjon basert på frivillighet selvfølgelig kunne legge seg på et helt annet prisnivå enn den kommersielle aktøren (pga. den frivillige innsatsen) og den frivillige aktøren vil ha et helt annet ansvarsforhold til sine deltakere og ikke være underlagt samme reguleringer mtp. HMS, sikkerhet osv. Dette fører til et kunstig konkurransefortrinn hvor ulike aktører i et tilsvarende marked ikke konkurrerer på like vilkår, noe som skader hele markedet.

Det er også et stort sikkerhetsaspekt i dette. En frivillig friluftslivsforening, som et lokalt turlag eller en studentforening, kan ikke klare å følge samme krav til sikkerhet, HMS og internkontroll som en må stille en kommersiell aktør. Hos en frivillig aktør vil det under en arrangert tur være en fordeling av ansvaret blant alle deltakerne, for beslutninger underveis i gjennomføringen. Og en turleder vil gjerne i størst grad være vedkomne som har planlagt ruta og turen. I det naturbaserte reiselivet må en ha helt andre krav til gjennomføring av opplevelsproduktene for gjestene og hvor guiden har et helt annet ansvarsforhold til sine gjester og en helt annen rolle enn det turlederen har på tur med en frivillig forening. Dette er et skille som må tydeliggjøres og defineres bedre.



Det vil selvfølgelig være tydelige forskjeller mellom det meste av det naturbaserte reiselivsmarkedet og arrangerte turer/kurs fra frivilligheten som kan minne om naturbasert reiseliv. Likevel er det her helt klart nødvendig med en klarere avgrensing, rollefordeling og definisjon av ulike segment og typer bruk av naturen. Vi mener dette må starte fra myndighetenes side, også er det selvfølgelig også i stor grad opp til aktører både innen reiselivet og innen frivilligheten å være tydelige på sin rolle, hvilke deler av ens egen aktivitet som i tilfelle faller inn under reiseliv eller frivillighet osv. Dette arbeidet gjøres også godt i ulike bransjeforum og forum hvor en får inkludert både den naturbaserte reiselivsbransjen og de frivillige friluftsföreningene.

Spørsmål som i dag ikke er tilstrekkelig avklart er blant annet: Hvilken rolle har frivilligheten, frivillige friluftslivsforeninger, idrettslag etc. oppimot det naturbaserte reiselivet? Hva av aktiviteten til frivilligheten skal defineres som reiseliv og vil i så fall kravene til dette da være tilsvarende som for kommersielle aktører? Hvordan skal frivillig basert og gjennomført aktivitet evt. avgrenses fra profesjonell virksomhet, om det skal være andre krav og reguleringer til ulik aktivitet basert på arrangør? Hvordan defineres gjest vs. Deltaker? Rollefordeling og definisjon av turlederinstruktør vs. instruktør vs. guide, som tre ulike roller med ulikt ansvar og virkeområde (her er etter vår oppfatning guiden den mest avanserte rollen som innehar mest ansvar).

### **Den utdannede og sertifiserte guidens rolle i reiselivet**

Guideprofesjonen har lite tradisjoner her til lands, som allerede omtalt. Dette er etter vårt syn noe av hovedgrunnen til at guideprofesjonen heller ikke har vært særlig anerkjent. Verken som profesjon, nøkkelrolle i det opplevelsesbaserte reiselivet eller i faglig sammenheng. Dette fører videre til manglende kompetanse og dårlig utnyttelse og utvikling av det opplevelsesbaserte reiselivet i Norge. Her er vi i kjernen av NNGF og naturguideutdanningene sitt arbeid, nemlig å heve anerkjennelsen, både profesjonelt og faglig, for guiden og guideyrket.

Å jobbe som guide har fram til i dag her til lands vært sett på som i hovedsak et deltidseskjeft, og gjerne ikke heller en stilling som har fortjent særlig avlønning. Dette har ført inn i en nedadgående spiral hvor en ikke ser på guiden som særlig verdifull i reiselivet og dermed forsvarer/tillater dårlige arbeidsforhold og lønn. Dette gjør at det for arbeidstakere er ugunstig å være guide og fører til en kompetansesenkning blant aktuelle kandidater, ettersom de mer kvalifiserte eller mer kompetente kandidatene går til andre yrker. Alternativt vil guideprofesjonen bare være noe en bare gjør på deltid som også senker kompetanse og profesjonalitet. Dermed blir profesjonen enda mindre anerkjent og vi er tilbake til starten av spiralen. Dette skader i det store bildet bare reiselivet selv. Ettersom dårligere kompetanse og profesjonalitet fører til mindre fornøyde kunder og mindre verdiskaping, både hos opplevelsesbaserte aktører og de tilretteleggende reiselivsaktørene som hotell/transport. Vi går også glipp av det enorme potensiale i det opplevelsesbaserte reiselivet som nevnt over. Så her er det en stor og viktig jobb som må gjøres!

Å jobbe for å anerkjenne guideyrket handler om:

- Fokuset i reiselivet generelt; hovedfokus på opplevelsesprodukt (ikke bare opplevelser) og hvor tilretteleggingsdelen av reiselivet heller spiller en støttende rolle.
- Kompetanse- og utdanningskrav for alle som skal ha med gjester ut i naturen (enten det er en halv dags turgur like utenfor Tromsø eller en ukes padletur på Fjordkysten).

- Sikkerhetskrav, bransjestandarder og lovgivning/regulering av det naturbaserte reiselivet.
- Klare retningslinjer for arbeidsmiljø for guider og håndhevelse/sjekk av etterfølgelse av bestemmelser i arbeidsmiljøloven etc. hos aktører i det opplevelsesbaserte reiselivet
- Lønnsregulering for guideprofesjonen

Et av de aller største underliggende problemene med manglende annerkjennelse av guideyrket (og det opplevelsesbaserte reiselivet) er at dette er en av få bransjer i landet som er svært lite regulert. Bransjen har ikke annen lovgivning eller reguleringer å forholde seg til enn de helt grunnleggende for all næringsvirksomhet, og her er det selvfølgelig veldig lite spesifikt å hente. Dette fører til mye såkalte cowboy-virksomheter som opererer på kanten av lovverket, og dessverre like ofte på feil side av lovverket. Noe som de få faktiske fysiske gjennomgangene av arbeidstilsynet/politiet/skatteetaten osv. har hatt over for bransjen viser (blant annet i Tromsø). Likevel er dette en bransje hvor en kan utsette sine gjester for potensiell enorm risiko for skade på liv og helse og i verste fall død. Vi er dermed svært bekymret for at om dagens situasjon videreføres vil vi se mange flere ulykker i det naturbaserte reiselivet fremover. Dette er verken ønskelig i seg selv, og like ille svært skadelig for Norge og norsk natur som destinasjon og attraksjon for reisende.

I NNGF tror vi et av de aller viktigste virkemidlene for å få opp annerkjennelsen, men også nyttigheten og anvendelsesgraden av guider, er å satse på utdanning. Dette er hele bakgrunnen med prosjektet vårt som startet med en enslig naturguideutdanning på Svalbard for over ti år siden, men nå har spredt seg utover hele landet og som stadig flere utdanningsinstitusjoner vil være med på. Vi har gjennom et nitidig arbeid bygget opp et utdanningsløp med en tilhørende profesjonsstandard for naturguider vi er veldig stolte av, og som er i kontinuerlig utvikling/forbedring. Bransjen er veldig glade for utdanningen og initiativet, og vi ser veldig god etterspørsel etter utdannede og sertifiserte naturguider. Dette er veldig viktig både for oss og bransjen. Det vi nå etterspør er at myndighetene kommer på banen og blir med på å sette krav for hvem som skal ha lov til, og hvilken kompetanse og hvilke ferdigheter en som skal ha med seg betalende gjester ut i naturen skal inneha! Å øke kvaliteten kompetansen og sikkerheten gjennom skikkede guider har enn så lenge altså vært opptil bransjen selv, reiselivsaktører, utdanningsinstitusjoner og de som ønsker å satse på en karriere innen denne næringen. Her har altså myndighetene enn så lenge ikke vært på banen, og vi vil nå gjerne se at myndighetene bruker dette naturguide prosjektet som det er tiltenkt fra vår siden, inn i reiselivet! (Profesjonsstandarden legges ved dette innspillet).

- Vi i Norsk Naturguideforbund mener det er på høy tid med nasjonale lov-/forskriftsregulerte krav for hvem som skal kunne ta med seg betalende gjester på tur i norsk natur. Til det beste for bransjen, arbeidstakerne, verdiskapingen, sikkerheten, framtidssiktene og ikke minst gjestene som vil oppleve vår utrolig spektakulære og unike natur.

Om vi ser til tilsvarende aktivitetstilbyding i det opplevelsesbaserte reiselivet på sjøen er her kravene noen helt andre. Det er ingen tvil om at vi her til lands er en sjøfartsnasjon med gode tradisjoner for å regulere sjøfarten på en god måte, som også har fungert gått i segmentet med små turistfartøy med inntil 12 passasjerer. Vi har derimot ikke i nærheten av de samme tradisjoene for å drive naturbasert reiseliv på land og til fjells. For naturguider som jobber både til sjøs og til fjells med tilsvarende opplevelsesprodukt for betalende gjester begge steder, virker denne tydelige forskjellen meget kunstig og ikke-ønskelig. Der den ene aktiviteten er nøye regulert og med et gjennomarbeidet lovverk og tilhørende forskrifter, mens den andre (som i aller høyeste grad kan inneha like mye risiko for gjesten,

og mer) i stor grad er helt uregulert og hvor en bare venter på høyere ulykkestall og hvor markedspotensialet forvitrer.

Videre vil det selvfølgelig alltid være et spørsmål om hvordan overgangen til høyere krav vil være, særlig for dem som da i tilfelle har drevet som guider i mange år, men ikke har denne kompetansen formalisert på noen måte. Dette finnes det et utvalg ulike løsninger for med eksempel som innføring av obligatorisk båtførerprøve som et av de nyere. Dette er i våre øyne kun en formalitet i forvaltningen, ikke et poeng som kan vektlegges i en debatt om vi trenger regulering av det opplevelsesbaserte reiselivet eller ikke. Når det gjelder guideprofesjonen er det også et svært begrenset utvalg av personer som evt. vil falle utenfor krav eller reguleringer nå ettersom dette som profesjon ikke har vært utøvd i særlig omfattende grad før de aller siste årene og det er et veldig begrensa utvalg personer som har hatt dette som fulltidsgeskjeft gjennom de siste tiårene. Guideprofesjonen er i vår oppfatning bare så vidt i ferd med å utvikle og utvide seg, og er heller ikke særlig utbredt i dag i forhold til hva en kan se for seg ila. de neste 10 årene. I strategisammenheng som nå, er det det framtidige reiselivet vi må ha i tankene.

En naturguide er per definisjon ment å være vedkomne som er i stand til på et profesjonelt nivå, å formidle og gjennomføre reiselivsopplevelser i natur for betalende gjester. Dette gjelder i utgangspunktet alle naturbaserte opplevelser, og det legges hovedvekt på formidling av opplevelser og natur, ikke bare gjennomføring av aktiviteter. Naturguiden har ikke et aktivitetsspesifikt arbeidsfelt og vil være rette vedkomne til å lede alle typer aktiviteter og opplevelser i natur (eventuelt med nødvendige tilleggskurs for spesifikke aktiviteter). Naturguideutdanningen tar for seg guiding i natur generelt, med tekniske ferdigheter for fjellturer i alt terreng både sommer og vinter, fra dagsturer til ukelange ekspedisjoner, som ikke krever tau og for snødekt terreng i AEST-klasse 1.

En utdannet naturguide har den grunnleggende guidekompetansen, og forståelsen av hvordan å gjennomføre opplevelsesprodukt i naturen som er nødvendig uavhengig av aktivitet. Det legges videre opp til, utover naturguideutdanningen, at kandidatene og de ferdig sertifiserte naturguidene utvider sin guidekompetanse retta mot spesifikke aktiviteter med tilhørende spesifikke kurs. Dette kan for eks. være aktiviteter som padling med kurs gjennom NPF, brevandring med kurs gjennom NF, sykling, dykking, seiling, ridning, paragliding, klatring osv. Her vil i alle tilfeller det være ønskelig, nødvendig og nyttig å ha naturguideutdanninga i bunn for å fungere godt som guide med denne typen spesifikke aktiviteter (og ikke bare som instruktør).

Poenget med utdannede og sertifiserte guider er først at jo selvsagt vil øke og forbedre kvaliteten, formidlingen og sikkerheten i gjennomføring av naturbasert opplevelsesturisme mange store hakk. Like viktig vil en utdannet guide (alt etter hvilken institusjon de har tatt naturguidestudiet ved) ha utfyllende kompetanse utover kun kompetanse for den fakstiske gjennomføringen av opplevelser. Dette kan innebære alt fra reiselivsledelse og opplevelsesdesign til markedsføring og salg av opplevelser. En utdannet guide vil for en aktør i det opplevelsesbaserte reiselivet være mye mer enn kun den personen som tar med gjestene fra basecampen og ut til en naturseverdighet. Det vil være nøkkelrollen i formidlingen og produksjonen av disse opplevelsene, men dette er ikke tilfelle om det ikke stilles krav.

Vi i Norsk Naturguideforbund ønsker å spille inn at vi anser vår profesjonsstandard, utdanningsløp og godkjenningsordning for naturguider vil være ypperlig som grunnlag for en helhetlig regulering av guideprofesjonen. Dette gjelder både for interne bransjestandarder, som vi allerede ser utvikles hos en del aktører, og det vil være gjeldene for eventuelle reguleringer og krav fra myndigheter på nasjonalt

nivå. NNGF vil gjerne ta på seg en rolle som nasjonal aktør for sertifisering av guider om dette er ønskelig å i framtiden kreve fra myndighetenes side. Vi er også organisasjonen her til lands som har fått innvilget kandidatlandstatus for Norge i UIMLA (den internasjonale foreningen for sertifiserte naturguider/"mountain leaders", hvor vi jobber mot opptak som aspirantland i 2021 og som fullverdig medlem i 2023.

### **Mer fokus på internkontroll og HMS systemer.**

Blant aktører innen det opplevelsesbaserte reiselivet er det etter vår oppfatning og erfaring alt for dårlig fokus på internkontroll og sikkerhet. For å sikre guider akseptable arbeidsvilkår, for å sikre gjesten trygge opplevelser og bransjen positive framtidsutsikter må reiselivsbedrifter leve opp til lov og krav relatert til HMS, og kravene og kontrollene må skjerpes. Dessverre er vårt inntrykk at mange bedrifter i reiselivsbransjen fortsatt arbeider uten internkontroll relatert til deres opplevelsesprodukt. Særlig vurderes det at de mindre guidebedrifter har utfordringer (manglende kunnskap og lite motivasjon) med å følge loven. Et fokus på HMS-arbeidet vil også bidra til å sikre kvalitet i opplevelsene for gjestene og ansvarlige arbeidsforhold for guider. Skal vi tilbyde gjestene opplevelser med kvalitet må vi ha kontroll på sikkerheten. Her er et større fokus på HMS relevant særlig hos de mindre hobby bedrifter. Sertifiserte guider under NNGF har under utdannelsen deres fått undervisning i lovverket relatert til HMS og har tilegnet seg ferdigheter og kompetanser til å gjøre gode valg i møtet med gjestene. Dette ferdighetsnivå og arbeidet må bli standard innenfor bransjen.

*Styret i Norsk Naturguide forbund // NNGF - Norwegian Natureguide Association // NNGA:*

Johannes S. Bolstad - (*leder*)

Mats H. Johannessen - (*nestleder*)

Fridrik Pall Fridriksson - (*medlemsansvarlig*)

Lucian Negrut

Johannes Kjær Madsen



E-post: [post@nngf.no](mailto:post@nngf.no)

Nettside: [www.naturguideforbund.no](http://www.naturguideforbund.no)

[Facebook](#)

[Instagram](#)