

Hvordan vil fritidsreisende ønske å bo på sine reiser?

- Noen tanker om utvikling av bekvemme overnattingstilbud tilpasset normal familieøkonomi.

Thor Flognfeldt, pensjonist og deltidsforsker
Vouni Limassol, Kypros november 2016.

Jeg fikk egentlig ”tildelt” følgende tittel:

”Hvilken betydning har camping for det helhetlige reiselivet?”

Dette kan jeg i dag ikke nok om, av flere grunner:

- Jeg vet ikke lengre hva **det helhetlige reiselivet** er. For meg er **reiseliv et mangfold** som ikke har spesielle helhetstrekk.
- Camping er heller **ikke lengre en klart definert næring** – det er **en masse ulike produksjonsformer** innenfor det som folkelig forstås som camping.
- Jeg er altså **ikke ajour på campingutviklingen**, og vil heretter i stedet snakke mest om **hvordan eldre og nye boformer kan brukes i reiselivet** – i Norge og ikke minst internasjonalt.

Dessuten:

Det meste av foredraget er laget uten at jeg hadde tilgang til mitt bildearkiv – og referansemateriale. Det blir et **springende** innlegg – kanskje med **mangel på struktur**.

Jeg kommer derfor ikke med LØSNINGER, men med noen forslag!

- Rundt om i verden tas stadig flere eksisterende bygninger i bruk av reiselivet – til å dekke ulike behov
- Både i det rurale kulturlandskapet og i byene står det ubrukte bygningsressurser som «skriker etter» bruk!
- Dagens bruk av Internett gir uante muligheter til å markedsføre slike boformer, uten at den som skal leve av å stille bygningene til disposisjon behøver å «kveles av dyre formidlingsmåter»
- Viktig er også at slik bygningsbevaring bidrar både til å opprettholde kulturlandskap og befolke områder uten av by- og landskapsverdier går tapt.
- **UTFORDRINGEN ER Å TILRETTELEGGE FOR FLEKSIBILITET!**

Det reises mye mer enn før, noe som skaper behov for ”nye og annerledes bo-steder”

Det betyr ikke at **alle** gamle overnattingstyper blir utdaterte, men at mange må presenteres på nye måter.

De siste femti årene har ført til store forandringer, som at:

- **Camping** – fra telt og sykkel til bobiler og tretelt.
- **Fritidshusene** – fra enkle hytter til ulike typer høystandard ferieboliger – mange eier slike på ulike steder / land
- **Hotellene** er blitt svært ulike – og ulikt betjente. Tjenestene her er svært dyre å produsere, og spesielt bekvemmelige er de ikke!
- **Privatboliger til korttidsutleie** har fått en renaissance og blir solgt og styrt på ulike måter – er langt mer bekvemme å bo i under lengre opphold.
- Mange velger å bo hos venner, slekt og andre ”kjente”

Denne **utviklingen vil fortsette** og **bedrifter vil dø** og **nye oppstå**

For meg, som vokste opp på Lillehammer, er det få, om noen, butikker igjen fra femtitallet

Mange reiselivsforetak som ble etablert i tidlig etterkrigstid har holdt ut lenge – kanskje mye lengre enn de burde!

Når de lukker dørene og kaster ut sengene, **glemmer vi fort den store betydningen** de en gang hadde.

Mange tenker slik: ”**Det var merkelig at det ble bygget hotell på det stedet – langt vekk fra alpinbakker og museer**” – og med få spisesteder i nærheten.

De fleste er **historieløse** - og vet ikke mye om hva som var!

Den siste tiden har jeg arbeidet mye med **de siste hundre årenes reiselivshistorie**, spesielt i fjellområdene.

Men her skal jeg forsøke å tenke framover med historien som bakgrunn og verktøy.

Eksempel: På begynnelsen av åttitallet ble det bygget nye appartementshoteller i fjellet

Disse var **ikke bygget etter kundebehov**, men av hotellfolk som trodde at i tillegg til velutstyrte leiligheter så skulle det være fullservice, f eks store spisesteder, også i disse "hotellene".

Det tok mange år før man forstod **at med flott kjøkkenkapasitet i hvert leilighet så ble restaurantene lite besøkt**. Det samme skjedde igjen da det ble bygget utleiehytter av høy standard.

Dermed trengtes det mange hytte-/leilighetsgjester for å ha et serveringsted åpent, særlig utenom helgene.

Litt om camping først:

Tradisjonelt oppfattes "camping" slik av meg:

Som (kommersielle) næringer

- Overnatting på campingplass mot betaling i egen "bolig" – telt, caravan, bobil o.l
- Overnatting på campingplass mot betaling i hytter av ulike servicegrad samt i leiligheter
- (Mest utlandet) Overnatting i mot betaling i leid bobil eller caravan
- Overnatting i telt ++ utenfor campingplass mot betaling

Som reiseform eller livsstil

- "Såkalt villcamping" – d v s gratis overnatting utenom campingplass
- Overnatting i campingboformer hos venner og andre
- Telting i natur etter friluftsloven
- Overnatting i friluft uten "bolig", f eks kun i sovepose
- Masse boformer i tilknytning til båt eller i egen bil (ikke bobil)

Noen finnes det statistikk for, en svært mye vet vi lite eller ikke noe om!

Dette kompliseres ytterligere av ”hvor campingen foregår” - ”i hvilke omgivelser”

Ligge stille – **fast plassering**

- Inne i storby
- By- og tettstedsnært
- Vann og sjønært
- Fjordnært
- Høgfjellet
- Skisenterplassering
- **Oppbevaringsplass** – for så å hentes ut for sommerens utflukt.

Langs hovedvegene

- **Reiseruteplassering**
- Ved ferge- eller broer
- Nær flyplasser

Midlertidige plasseringer

- Festival campingplass
- Massesport plass
- Religiøse eller andre organisasjoners landsmøter

Camping er altså kun en del av det store tilbudet på rimelige overnattingstilbud. To forhold er viktige for valg av overnattingsform:

Pris og komfort:

Dette varierer fra ”**enkel seng og basis bekvemmeligheter**”

til

”**høy standard til rimelig pris**”,

Begge deler er mulig å finne de aller fleste steder i dag – om du bruker dagens informasjonsteknologi.

Ofta må du velge mellom å bo sentralt eller utenfor sentra – du vil bli overrasket av hva som tilbys!

Tilgjengelighet:

Er et omfattende emne, etter hvor du ønsker å være. Skal du til en storby er det mye å spare der du vet at det er **rimelig kollektiv transport fra flyplass**, da det mange steder er slik at reisen fra flyplass til sentrum ofte koster mer enn flybilletten!

Intern tilgjengelighet er ofte avhengig av tidsavgrenset billetter – som pass for 3, 5 og ukesreiser.

Altså er pris og standard avhengig av hva du vil betale for, f eks:

Høy kvalitet, lite service:

Både på nettsider og ellers tilbys i dag ofte enkle, men bra leiligheter sentralt i byene.

Dette er greit å velge **om du liker å lage frokost sjøl eller spise frokost ute.**

Skal du parkere en bil blir alt mye dyrere om ikke leiligheten inkluderer parkering.

Mye service, lav romkvalitet:

Har du reist en del vet du at store lobbyer og (tilsynelatende) flotte spisemuligheter ofte hever prisen kraftig.

Det er sjelden at et tradisjonelt hotellrom har samme kvalitet som en minileilighet.

Mye av det tidligere servicebehovet er nå dekket gjennom nettet og informasjon i leiligheten.

Årsaken er grei, **arbeidskraft koster**, så **sjølbbruk lønner seg.**

Den som har forsket på denne utviklingen ble møtte med mistro og motstand:

Hotellenes storhetstid kommer nok snart tilbake!

”Likestilling føre til at kvinnene ikke lengre vil lage mat hele tiden – det betyr at tradisjonelle hotell igjen raskt vil bli etterspurte” – trøstet en hotelldirektør sine kollegaer med på begynnelsen av åttitallet. Men i stedet ble det slik at menn begynte å interessere seg for å lage ”gourmetmat” – i hvert fall når de tilbragte fritiden i leilighet eller på hytta.

Nå er mange norske reiselivsfolk alltid skeptikere og tror sjelden på de som har satt grundig seg inn i utviklingstendenser – dog finnes unntakene og mange av disse har gjort det meget godt!

Dette blir enda riktigere når vi ser på utviklingen av fritidshus – **mytene** om hva slags hytter norske familier ønsker lever lenge og godt – men **stemmer dårlig med virkeligheten!**

Noen andre seiglivete myter – i hvert fall blant ”reiselivsekspertisen”:

- ”Hotell er den foretrukne overnattingsformen. Bare vi kunne produsere dette billigere.” For de tidligere faste gjestene var mulighetene til å kjøpe hytte nær det tidligere brukte hotellet – mer bekvemt! Det ville de betale mye for!
- ”Bobilister er de som ikke har råd til å bo på hotell”. Feil igjen, bekvemmelighet og frihet som var årsaken til bobil-bølgen. **Bobilistene hadde høy utdanning og over middels inntekt.** Dessuten kunne de overnatte hvor som helst!
- Hva med vi andre ønsker: For meg **å bo i leilighet** nær sentrum når jeg befinner meg i Europas (og Kinas) storbyer: Dette er mer bekvemt. Da **lager vi frokost sjøl** og **spiser på spennende nye steder** hver lunsj og middag, om vi ikke på ”matmarkedene” finner noe riktig godt og lage sjøl, og drikke dyr og god vin i leiligheten.
- Den litt drevne reisende **bruker reisehåndbøker og nettet** til å finne gode tilbud – og rusler rundt for å se om beskrivelsene stemmer. De er i hvert fall mer pålitelige enn brosjyrene!

Scandinaver er "flokkdyr" med forkjærlighet for massturismedestinasjoner!

Dette påstod min gamle lærer i flybildstolkning N R Jeansson da han i 1973 skulle presentere den nye Svenske Turistutredningen for norske "fagfolk". Svaret han fikk var at dette stemte ikke, eller at det kun stemte for charterturister.

Norsk reiseliv tapte forspranget på svenskene veldig raskt på Åttitallet, både på pris, kvalitet og ikke minst på totalprodukt.

Den ensomt beliggende hytta noen km vekk fra andre uten strøm og med vann hentet fra en bekk ble fortsatt sett på som idealet.

Høystandardhyttene i Hafjell som skulle være umulige å selge, men ble utsolgt på meget kort tid! Det var altså et stort marked for store luksushytter i klynger i Norge.

(Men det var også marked for andre hyttetyper!)

Cross-over kunden, en spennende gjest!

Men også den mest undervurderte. Han/hun bor kanskje meget rimelig, men spiser godt og går på konsert, teater og museer. Altså brukes penger der de får noe igjen for disse! To eksempler:

I studietida mi i Lund, Skåne hadde noen lærerhøgskolestudenter vinterferieopphold på Geilo. De kom hjem og sa at ”dit skulle de aldri mer dra!” Hvorfor? Vertskapet var sure fordi de en kveld gikk til et annet hotell på dans. De hadde jo dansemusikk på deres hotell også. Studentene hadde valgt Geilo etter stedbrosjyrer som fortalte om et mangfold som hotellvertene ikke forstod behovet for.

I Lom kom **fire franske motorsyklister** i satt alder inn på Fossheim en lørdag og spurte om det var ledig bord. De **bodde i campinghytte** rett over vegen. De fikk JA og kom tilbake i skinnbukser med hvite nystrøkne skjorter – og **kjøpte sjuretters med vinpakke!!**

Utfordringen består av å utvikle et turiststed så mangfoldig som mulig, på overnatting, servering og aktivitetstilbud.

Det tradisjonelle høyfjellshotellet er prototypen på et ikke markeds-tilpasset sted, men det er også **turistbyen Lillehammer med svært lite variert overnattingstilbud i sentrum.**

Den gode variasjonen på sekstitallet er ikke her lengre, sjøl om det finnes unntak. Flere ulike tilbud i flere prisklasser ville gjøre byen mer attraktiv, tror jeg.

En studentby med så få rimelige overnattingstilbud er interessant! Tror byen ikke at studenter har behov for å innkvartere besøkende?

Hvem kommer på hopprenn når det ikke er noen rimelige steder å bo, særlig ikke når byen har så god internasjonal tilgjengelighet med kollektiv transport (Gardermoen – Jernbanen).

Sykelbyen og pilegrimsledbesøkende – bør også sørge for tilbud!

Markedene er mangfoldige, men du må ha kunnskap for å finne fram

Tettbygde resorter med mange tilbud er godt salgbare

Et felles trekk ved **våre skisentra** er at både kommersielle og private **senger liggere for spredt** – og at det er for langt å dra til aktiviteter og serveringssteder.

Dessuten er **de fleste stedene utilgjengelig med kollektiv transport** – både til/fra og internt.

Dermed blir også avstanden til ”uberørt natur” lengre.

Ensomhet er også viktig, på noen få steder med kvalitetstilbud

Noen kreative utbyggere klare å lage spesialtilbud, enten ved å tenke helt nytt eller ved å skape salgbar nostalgi. Men de må da presentere et gjennomtenkt kvalitetstilbud.

Siden markedet for disse tilbudene er noe mindre, vil sjelden kopiene overleve om de ikke er enda bedre og spesielle.

Det trengs **strategier for mange ulike grupper** –
og det som står nedenfor kan kombineres

Gruppestørrelse

- Enkeltpersoner
- Par / to venner
- Familie med få barn
- Familie med flere barn
- Tre generasjoner
- Grupper som trenger flere rom
- Turbusser
- Grupper med bevegelseshemmede

Oppholdsvarighet

- Enkeltovernatting
- Weekend (ovale eller to døgn)
- Ukedager
- En og to ukers opphold
- Flere ganger i en sesong
- Semipermanent (dvs kommer mange ganger, hyttefolk)
- Nesten fast boende
- Sesongansatte

Tenk over at alle disse gruppene vil være viktige – så får dere
Prioritere satsing, men å tilby mangfold øker besøkstallet.

Tilbake til camping med et sideblikk til Innovasjon Norge og forgjengerne.

Jeg brukte før å gå innom reisebyråer i utlandet for å se på hva som ble tilbudt av reiser til Norge!

Sim regel var dette kjedelige opplegg eller de med bilder av livsfarlig natur som skremte store kundegrupper bort.

Men verst var den systematiske diskrimineringen av campingplasser og andre nisjeprodusenter – de var nemlig ikke med på å finansier kampanjer og skulle derfor forties!! Et eksempel til:

Så til "Innpassing i øvrig reiselivs utfordringer" - først en historie fra USA og Norge.

Jeg var i mange år medlem i TTRA og en aktiv deltaker på deres årlige konferanse. En som jeg på nittitallet hadde mye kontakt med var markeds- og forskningssjef for staten California – USAs største reisemål.

Hun var av norsk avstamning og til 50 årsdagen ønsket hun og mannen å besøke Skandinavia, særlig Norge.

Med 150-200 reisedager i året, oftest på *****hoteller, så ville hun helst bo på motell. Men hun fant ikke noen slike i norske brosjyrer. Så hun spurte meg om råd:

"**Har du hørt om gode norske campinghytter**", sa jeg .. og hjalp henne med en del forslag, "men ta med sovepose" føyde jeg til. Neste år møtte jeg henne, meget tilfreds med sin flotte reise.

Fortsett....

Fortsettelse på "en historie fra USA ... og Norge

Så hadde hun møtt en fra et norsk turistkontor der borte og spurt om hvorfor ikke campingplasser og hytter var med i Norges-profileringen. Svaret var typisk:

"De er ikke med på våre kampanjer!"

Hun spurte meg om ikke daværende organisasjon var delvis statlig finansiert: "Jo, svært godt, til og med" svarte jeg.

I California har jeg ikke lov til å utelukke noen, sa hun. Kampanjefinansiering dreier seg kun om enkeltforetak eller grupper, ikke om reisemåter!

Norge hadde altså råd til å utelukke kundegrupper – eller dreier det seg kun om Norsk arroganse

Dette dreide seg ikke om å ha råd til å bo på hotell, men om
å slippe å bo på hotell under feriene!

Hvert "nytt markedslands" reisende går igjennom faser som gjestegruppe

- Vi har lett for å danne oss myter om hva som etterspørres – og norske reiselivsfolk er mytebrukere. **Stadig flere asiater reiser nå på egenhånd – de er mer spennende, men bruker mindre penger.**
- Sjøl min påståtte tese om at skandinaver er flokkdyr slår sprekker, også vi er blitt modigere. Mange av oss er det fagfolk kalle psykosentrikere (les: sydenturister) under deler av året, men er **allosentrikere** (tar en spennende reise neste på egenhånd) en gang i blant – kanskje til og med i Norge!
- Der vi ikke forstår teksten på matvarer eller medisiner, så spør de fleste av oss seg fram – uten hjelp av andre.

Hvilke muligheter har vi til å justere oss etter utviklingstendensene?

Den første jeg kjenner som bygget gatekjøkken var Egil Nordal i Lom. Noen svensker spurte ”**om var det fanns gatukjök**”.

Han forstod at dette var nytt og søkte råd hos NAFs campingfolk. De visste ikke hva dette var, så Egil dro til Göteborg og fant et gatukjök og året etter var pølsebua modernisert og ble skiltet som gatekjøkken. Suksessen var der ifølge min verbale kilde, Egil sjøl.

Så: Reis ut i blant, finne noe du tror du kan overføre til hjemstedet... og gjør det.

Husk at: **Reiselivsfolk er de eneste som godtar næringsspionasje**, jeg har nesten aldri kommet til en kollega utenlands som ikke vil vise meg sine hemmeligheter.

Om han kommer til Norge viser jeg ham mine multesteder – for han kommer neppe tilbake hit.

Agro-eller bygdeturisme med vekt på å utnytte regionale ubrukte bygninger på nytt



Ovenfor til høyre ser dere Vouni Lodge – et småskala utleiehus på Kypros oppe i Troodosfjellene. Noe gamle hus er bygget sammen til et «agro-turisme anlegg» og selges via bookingsider og styres via lokale «hjelper» – det meste er nøkkeutlevering.

- Dette slår internasjonalt – og salg via internet gir nye muligheter uten at eierne blir ruinert av reiselivsorganisasjoners driftskostnader. Se f eks Vouni på Google.
- Det gjelder å skape sin egen profil og at drift gjøres på deltid og med hjelp av naboer o.l.
- I min by, Vouni i vinmarkene, halvvegs opp i Troodosfjellene på Kypros, har fire-fem lokale satset på å renovere/gjenoppbygge eldre boliger og skap hjemmekoslige sjølstellsbolig til rimelig priser og med gode service-muligheter i landsbymiljøet.

Det er mye egeninnsats bak restaurering og møblering av enhetene – alt er prøvd å gjøre så lokalt som mulig.



Et leilighetsanlegg i en bakgård i Budapest sentrum. Nøkler blir utlevert etter avtale og det er en boks å legge de i når du drar. Verten nås på telefon og er, etter avtale, innom noen ganger under oppholdet.

- I Norge ville verdien komme på grunn av salgsverdi hvis drifta ikke gikk – dette er per dato vanskeligere på Kypros.
- Men huset står der og kan benyttes av familie og venner.
- Drift, som består av litt kontorarbeid, vask og vedlikehold og mottak av leietakere skjer lokalt.
- Markedsføring gjøres på nettet og det er mye munn til munn salg, d v s at de besøkende skryter av sitt besøk.
- Hjelp til hva gjestene vil gjøre i Vouni og utenfor er også en viktig service.
- Skilting er dessuten viktig særlig inne i en kompleks landsby.

Slik driftsoppleggene er blir det små tap om det ikke er gjester – og gode inntekter om det kommer mange.



Vouni Lodge fra en annen vinkel – leiligheter i to etasjer.

Kommunale avgifter er små elektrisitet og internett er store kostnader, men det er som regel så varmt at el ikke brukes unødvendig.

God venner og naboer støtter opp om driverne ikke er tilstede, men også telefonkontakt med opplysninger om hvor nøklene er brukes hyppig.

Stedene har avtaler med lokale kafeer og tavernaer om servering, men disse må forhåndsbestilles.

Lokal minibutikk er for det aller nødvendigste, ellers må matvarer kjøpes 12 til 25 km borte.

Betydning for landsbyen at slike overnattingsanlegg kommer

Fordeler

- Flere hus i en landsby som trenger opprusting av bygg blir renoveret.
- Noen innbygger får inntekter
- Serveringsstedene for gode kunder og det blir liv i "byen"
- Vi som har boliger der kan bruke lodgene som buffer om vi skal ha venner på besøk
- Kundene er fornøyde – se rating på nettet.
- For landet: Dette fungerer som et "trekkspill" i sesongene
- Kulturlandskapet i byen bevares

Ulemper / utfordringer

- Få, men kommunen blir ikke direkte rik av dette, men noen blir i landsbyen i stedet for å pendle vekk.
- Parkering kan iblant være et problem, men kundene godtar å gå noen meter ekstra.
- Under en annen økonomisk situasjon kan dette øke boligprisene, men den (mulige) tid den sorg.
- Noen av anleggene har mottatt EU-støtte og det har landsbyen også. (Til senterpartifolk: Støtten kan ikke sammenliknes med den norsk landbruk får).

Norske utfordringer:

- Vi har ingen stor reservearbeidskraft, men denne formen krever ikke mye arbeid ut over å renovere bygninger.
- Det trengs lite av støtteordninger, men **enklere skatte- og avgiftsregler**, for å få til dette. (De som gjør slikt i dag har mye registrerings- og godkjenningsarbeid)
- **Landbrukets redsel for salg- eller rimelig langstidsleie av forlatte boliger** bidrar dessverre sterkt til **bygningmessig forfall i bygdemiljø**
- Jeg skulle gjerne sett **at asylsøkere kunne få oppgaver i renovering**. Mange av de kan også språk fra det kommende reiselivsmarkedene i øst. Det er lettere å lære språk og kultur i kontakt med reisende.
- Som **verdensmestere i å gjøre utviklingsarbeid komplekst** er vi kanskje dårlig egnet som verter – eller er vi det. Jeg vet at mange slike foretak lever som undergrunnsfirmaer – ikke ulovlige, men svakt registrerte.
- Vi burde stimulere til at flest mulig av våre bygningsressuser blir brukt.

Vi har gjerne basisproduktet, men vår tradisjon er ikke å videreforedle!

Rundt i Norge er det masser av forlatte småbruk, ulike bygninger i forfall, ditto pakkhus i fiskehavner, gamle fabrikklokaler etc.

Disse kan enten **brukes til noe** eller **rives for å bygge nytt** – men problemene er minst to:

Masser av foreldet regelverk – som de som ikke vil at noe skal skje elsker. De (mis)bruker gjerne sine politiske støtte-spillere til å forhindre det de kan.

Våre nasjonale reiselivsorganisasjoner er oftest lite kreative og **elsker kun de som vil være med på alle mulige og umulige prosjektfinansierte kampanjer**. De andre får finne fram sjøl.

Glem begge og tenk framover – takk for meg!!!