14. UTFORDRINGER I DAGENS NORSKE TURISME

Paradokser og dilemmaer i norsk reiseliv

Denne boka er en samling caser, som hver på sin måte får fram paradokser eller dilemmaer knyttet til utviklinga av reiseliv som fenomen og næring. Reiselivet er både en mulighet og en utfordring for mange lokalsamfunn. Tematikken er stor, og det er langt flere spørsmål som kan reises, enn det som gjøres her.

Reiseliv kan drives i mange formater og på mange måter. Mange steder i Norge drives det som attåtnæring eller i kombinasjon med andre aktiviteter, og ambisjonene er deretter. Paradokset er at jo mer man lykkes i å utvikle reiseliv som næring, jo større er utfordringene, utfordringer som ofte må løses på samfunnsplan eller av myndigheter. Mange steder skjer dette gradvis og uten stor debatt. Men ofte skjer det ting man ikke har tenkt over. Vi omtaler ofte dette som paradokser. Det som bryter med eller kontrasterer det gjengse, med doxa: litt uventet, litt annerledes enn tenkt, endringer som skaper nye utfordringer, uforutsatte konsekvenser. Boka viser hvordan utviklinga i reiselivet i distriktene, først og fremst i Nord-Norge, har sine paradokser. Et av de store paradoksene er at mye av det vi diskuterer i dag, ikke er nytt. I en historisk ramme for boka viser vi hvordan mange av dagens reiselivsfenomener har røtter i gammel tid, hvordan noen av utfordringene i dagens reiseliv – for eksempel cruiseturismen – har eksistert siden den moderne turismen begynte for cirka 150

Referanse: https://doi.org/10.33673/OOA20202/14
Lisens: CC BY 4.0

år siden. Et av paradoksene er altså at dagens doxa og paradokser har en tendens til å gjenta seg.

I flere kapitler har forholdet mellom store og små bedrifter, stordrift og vekst vært illustrert og problematisert og holdt opp mot alternative næringsformer. Stordrift gir størst inntjening, men sjelden de største opplevelsene. Dette har vi illustrert med å sammenholde opplevelser på Hurtigruten med opplevelsene i et lite, nedlagt fiskevær. Vi har også vist hvordan små bedrifter har viktige roller i lokalsamfunnet, og at lokalsamfunnet er viktig for driften. Mye av det som foregår i det vi kaller reiselivet, gjenspeiler ikke de mest etablerte økonomiske modellene, men er vevd inn i nettverk av familie og lokalsamfunn. Reiselivet på landsbygda er ofte kombinasjonsnæring, småskala og familiebasert, og bidrar til at folk kan bo der, paradoksalt nok. En del av denne virkeligheten er og at individer og lokalsamfunn inngår i større sosiale eller produktive systemer, ofte med nasjonale og internasjonale forgreininger. Folk omstiller seg eller arbeider andre steder enn der de bor. Flere av casene viser til vekst i reiseliv i utkantstrøk, på tross av makrotrender og myndigheter som favoriserer sentralisering og konsentrasjon. I et av bokas kapitler vises det hvordan små samfunn sjøl kan ta styringa og representere en motkraft når samfunnsutviklinga med vekst, stordrift og modernisering – dagens doxa – betyr nedleggelse av institusjoner som barnehage, skole, fiskebruk og butikk, og utarming og fraflytting fra bygda. I slike prosesser kan reiselivet representere en mulig vei framover.

Et av paradoksene som er blitt pekt på i denne boka, er at jo mer vellykket en bedrift er, jo større er sjansene for at man lokalt mister styring og eierskap. Når bedriftene har et betydelig overskudd, er de også interessante som investeringsobjekter. I boka vises det hvordan dette har skjedd eller skjer med rorbuene i Lofoten, på Nordkapp og for Hurtigruten. Dette er den kapitalistiske økonomiens dynamikk. Men som eksemplet fra Lofoten viser, eksisterer det motkrefter og eksempler på at lokal involvering og drift også har sine fordeler. Men det krever bevisste og reflekterte eiere, som ikke bare verdsetter økonomisk utvikling og inntjening. I svært mange av casene i boka er økonomi bare en av forutsetningene for næringsvirksomheten. Stedstilknytning, familierelasjoner og livsstil er mange ganger like viktige faktorer. Folk bor der de bor fordi de ønsker å bo der, de driver bedrifter og institusjoner fordi bygda de bor i, trenger det.

I flere av casene i boka er det stedets eller aktørenes indre energi i kombinasjon med krefter eller aktører utenfra som er suksessfaktoren. Nordkappturismen er stort sett skapt av markedet, men også av lokale aktører. En ny giv i turismen i Kjøllefjord er skapt med Hurtigruten som katalysator. Selskapet drev både fødselshjelp og veiledning i en startfase, men de lokale aktørene gjorde arbeidet og etablerte bedriftene som få år seinere sysselsatte nærmere ti mennesker. Hvalturismen på Andenes kom i gang fordi noen fortalte at her hadde man en ressurs som kunne utnyttes i reiselivssammenheng, og fordi at det fantes noen lokale mennesker som hørte på dem og tente på ideen. Det er altså relasjoner og samspill som har vært drivkraften i disse tilfellene.

I en av casene har vi fokusert på utviklinga av en attraksjon, Hvalsafari Andenes. Det var en utvikling som viser viktigheten av relasjoner mellom mennesker, men også mellom kunnskapstyper. I utviklinga av attraksjonen kunne man støtte seg til både naturvitenskap, designfag og lokale tradisjoner. Slik skapte man en vellykket attraksjon. Men Hvalsafari Andenes ble ikke den store drivkraften i reiselivet på Andøya. I mange år holdt besøket seg på cirka 15 000, og med begrenset effekt på omlandet. Altså gikk ikke destinasjonsutviklinga like greit som attraksjonstilblivelsen. Det antydes at dette kanskje bunner i at å utvikle en destinasjon betinger helt annen kunnskap, og helt andre og politiske prosesser. Men paradoksalt er det.

Vi har også presentert to kapitler rundt temaet besøksforvaltning. Det ene (13) viser hvordan man gjennom å tilrettelegge for turisme – gjennom produksjon av retningslinjer (*guidelines*), skapte legitimitet rundt reiselivsutviklinga på Svalbard. Også her dreier det seg om kunnskap. Sjøl om naturvitenskapen er viktig for å kunne karakterisere naturtilstanden, er det ikke den eneste kunnskapen som trengs. I prosessen trengs også evne til å forhandle, overbevise og å finne kompromisser. Casen viser hvor viktig det er med dialog og respekt for alternative faglige ståsteder. I det andre kapittlet (12) om besøksforvaltning viser vi at det er behov for å sette temaet på dagsorden, både i næringa og hos myndighetene. Vi har fri tilgang til naturen i Norge for alle som vil, uansett hvor de kommer fra. Dette kalles allemannsretten. Paradokset er at dersom for mange realiserer retten, er det problematisk. Turismens frihet er også en trussel, det er grenser for hvor mange som kan benytte seg av den, uten at friheten blir et problem.

I boka er det også presentert noen caser hvor reiselivet ikke er hovedfokus, men på ulikt vis har bidratt til utvikling eller løsning av saker som

lenge preget lokale agendaer. Ett av tilfellene er hvordan reiselivet, som en sidespiller, bidro til å løse en konflikt om en vei mellom to militære skytefelt i Målselv. Folk som arbeidet med et reiselivsprosjekt, ble konfrontert med en sak som hadde gnagd lokalsamfunnet lenge, at man ikke kunne enes om en sammenbindingsvei som måtte gå gjennom et reinbeite. Reiselivsaktørene fikk i stand dialog mellom partene, og saken løste seg. Samsnakking, initiert av reiselivsaktører og en fleksibel og framoverlent ordfører, løste saken. Paradokset er mye knyttet til doxa, altså gjengse forestillinger om veitraseer, motpartenes stridighet og manglende forhandlingsvilje. Men konflikten viste seg å være løsbar gjennom å utfordre stivnede posisjoner og syn, og gjennom å snakke sammen. I andre caser har vi antydet at løsningen på dagens utfordringer – manglende næringsutvikling, kan ligge i å åpne opp for utvidet satsing på reiseliv. Når hverdagen stritter imot, må man kanskje se i nye retninger. For eksempel kan reiselivet være en mulig satsing i en del utkantbygder.

I resten av dette kapitlet drar vi opp noen av utfordringene norsk reiseliv står overfor, og peker på noen hoveddilemmaer og paradokser som er relativt påtrengende. Først tar vi for oss stordrift og vekst. Er stordrift et nødvendig paradigme, eller finnes det alternativer? Paradoksalt nok er stordrift og vekst et mantra i reiselivet sjøl om de fleste reiselivsbedriftene er små. Hvorfor anerkjennes ikke småbedrifter og alternative driftsformer – det er dette som er mye av limet i Bygde-Norge – i politikken og akademia? Dernest drøftes fjerneierskap. Hvordan og hvorfor skal vi motsette oss fjerneierskap og fjernstyring? Er lokalt eierskap en forutsetning for et demokratisk næringsliv? Et tredje tema nær beslektet med de første to er utviklinga i cruisenæringa. Paradokset her er at det som var starten på turismen i Norge, har blitt en utfordring og trussel både for turismen som helhet, og for mange lokalsamfunn. Skal cruiseindustrien fortsatt få ekspandere og nyte godt av dårlige politiske radarer og svaksynte politikere? Etter mediestormene de siste åra er det lite som tyder på at de har folket med seg. Her foreslås radikale reguleringer – ingen er tjent med den utviklinga som i dag finner sted. Til sist drøftes allemannsretten, den er som nevnt utfordret. Prinsippet er flott, men den må forvaltes annerledes enn i dag. Og diskuteres. Til sist – i en konklusjon – påpekes det at prinsippet om bærekraft tilsier noen dyptpløyende debatter også i og om reiselivet.

Vekst og stordrift – finnes det alternativer?

Neil Leipers har skrevet om turismen som næring. Han mener turismen som sådan er svak. Grunnlaget for dette finner han ved å anvende anerkjente prinsipper fra økonomi og ledelse. Leiper (1990, 2008) identifiserer turismen som differensiert og fragmentert, lønnsomheten er for lav, organiseringa er svak og profesjonaliteten sviktende, og feltet utgjør ikke en, men flere næringer (Leiper 1990). Hans karakteristikker er avledet av storbedrifts- og vekstnormen som over tid har inntatt det turismeteoretiske feltet (Saarinen 2004, 2014; Viken 2014). Sjøl om han belyser viktige aspekter ved turismen, snakker han ned næringa. Han tar ikke hensyn til fordelene eller mulighetene knyttet til de egenskapene han kritiserer. Dermed reduserer han turisme til kun et forretningsfenomen, og desavuerer turisme som et område for alternativ økonomisk og økologisk drift, og som et forretningsområde dominert av smådrift og familieforetak.

Også i norsk turismeforskning har et dominerende perspektiv vært at turismen er en svak næring, for eksempel eksponert av Flagestad og Hope (2001). De betrakter en destinasjon eller turistresort som økonomiske enheter og sammenlikner dem med bedrifter. Enhetene er åpenbart forskjellige fra en idealbedrift som en strategisk forretningsenhet, og forfatterne spør hvordan man skal oppnå et foretaks ledelsesmessige og forretningsmessige kvaliteter i en destinasjon. Dette representerer i seg sjøl en naturalisering av en forretningsmessig måte å forstå turismen på. For å oppnå «strategisk suksess» i bærekraftig destinasjonsutvikling mener Flagestad og Hope at vi må erkjenne økonomisk vekst som en premiss som overstyrer alle andre hensyn. Menneskene som bor der, og omgivelsene de er del av, er sekundære sider ved en destinasjon (Flagestad & Hope 2001, s. 450). Flagestad og Hope argumenterer altså for å utvikle destinasjoner som strategiske forretningsenheter (ibid., s. 451). De sier også eksplisitt at deres teoretiske tilnærminger tar sikte på å fremme økonomisk effektivitet (ibid., s. 453).

Argumentet til Flagestad og Hope (2001) bygger på ideer fra Michael E. Porter (1990). Porters arbeid, og spesielt hans klyngemodell, har stått sentralt i reiselivsforskningen siden 1990-tallet, også gjennom studier av turismen innenfor avgrensede geografiske områder (se for eksempel Jackson & Murphy 2006; Zhang, Qu & Guo 2011). Porter baserte sin modell på analyser av nasjonalstaters konkurranseevne utviklet for andre næringer

enn turismen. Ikke desto mindre har hans arbeid blitt mye brukt for å analysere destinasjoner dominert av små og mellomstore bedrifter. Slike studier har hevdet at klyngeeffekter kan kompensere mangel på størrelse og økonomisk styrke, og derigjennom bidra til økonomisk vekst. Jo flere små og mellomstore bedrifter som samarbeider og organiserer seg i tråd med ideen om firmaet og stordriftsfordeler, jo bedre fungerer de økonomisk. Gjennom samarbeid kan småbedrifter «likne en stor bedrift med mange separate profittsentre», og dermed «oppnå stordriftsfordeler», hevder Hjalager (1997, s. 4). Ideene som fremmes gjennom disse teoretiske diskusjonene, har bidratt til å etablere et bestemt syn på turismen og de forvaltningsmessige og politiske systemene omkring den. For eksempel har Innovasjon Norge hatt flere utviklingsprogrammer som spesielt støtter prosjekter med klyngeetablering som mål.

Turisme oppsto som næring og studiefelt i en historisk epoke der vekstprinsippet fremmet av Schumpeter og støttet av en økonom som Keynes påvirket samfunnsutviklinga og den politiske tenkningen over hele verden. Det er med dette mantraet at den norske velferdsstaten og velstanden er utviklet. Men samtidig har det funnet sted utvikling som bryter med denne tenkningen. Småbedrifter og småskala produksjon har funnet sted både innenfor tradisjonelle og moderne næringer. Både innen det vi kaller opplevelsesnæringer og kulturnæringer er det en overvekt av bedrifter som ikke primært søker vekst. Derfor har kritiske røster omtalt vekstparadigmet som en fetisjisme (Hamilton 2003) og en neoliberalistisk ideologi hvor markedet er blitt Gud (Frank 2001).

Vekstparadigmets dominans i turismeforskningen viser hvordan turismeforskere har bidratt i prosesser der «kapitalismens ekspansive og imperialistiske ... egenskaper» applauderes, og hvor turisme blir et eksempel på hvordan «... kulturlivet på flere og flere områder blir omfavnet av pengetransaksjoner og kapitalsirkulasjonens logikk», uttalte Harvey (1989, s. 344), mens Lefebvre har konstatert at fritida er blitt forvandlet til en industri (Lefebvre 1991, s. 384), og noe han betrakter som «... en seier for neokapitalismen ...» (ibid., s. 384). Andre har kalt denne utviklinga spektakularisering (Debord 2012 [1977]) eller disneyfisering (Bryman 1999). Ritzer (1993) har brukt begrepet mcdonaldisering om disse fenomenene og hevder at de handler om kapitalismens seiersgang, og transformasjon av folk flest til mer eller mindre viljeløse offer for og statister i kapitalkreftenes velregisserte og profittmaksimerende oppsetninger.

Likevel, det finnes alternative utviklingsforløp. Småskala produksjon dominerer fortsatt i reiselivet. Motsatsen til vekst er ikke nødvendigvis ikke-vekst, men henspiller på at målene er andre og mer sammensatte. Noen anser evig vekst som en umulighet (Heinberg 2011), og særlig dersom vi skal få til en bærekraftig utvikling. Forskningen viser at det i mange næringer, og særlig innen turisme, er mange andre verdier i spill, ofte knyttet til livsstil, familieliv, politikk, religion, ideologi eller samfunnsverdier ut over det å tjene penger (jf. Peters, Frehse & Buhalis 2009). For mange små bedrifter er det å overleve hovedmotivet. Når det gjelder destinasjoner, som samfunn og aggregater av bedrifter, er økonomisk vekst ofte av sekundær betydning. Å skape jobber, opprettholde et boligmønster, utvikle en region eller støtte en landlig livsstil kan være like viktig. Slike verdier finner man i studier over hele verden, og teoretiske modeller av økonomiske systemer som fungerer på slike premisser, eksisterer også. I de fleste av disse tilnærmingene er vekst av liten betydning.

På landsbygda er landbruket og fiskeriet ikke like viktig som før, en hybrid økonomi har vokst fram med nisjeproduksjon innen jordbruk, kultur og turisme. Som nevnt observerte den norske samfunnsviteren Ottar Brox (2006) på 1990-tallet – i motsetning til det han hadde spådd et par tiår tidligere – at folk fortsatt levde langs norskekysten, men at mange hadde andre yrker, blant annet jobbet langt flere i det offentlige. Mange steder er den uformelle økonomien en viktig del av dette, sjølhushold og ikke-kommersiell utveksling av varer og tjenester er en del av hverdagen. Turismebedrifter er ofte sentrale i slike blandingsøkonomier. De representerer næringsvirksomhet, bringer inn folk og aktiviteter og tilbyr møtesteder som kafeer og barer, og er arenaer for lokale arrangementer (se kapittel 10 i denne boka). Et annet aspekt av denne økonomien er at folk som driver små bedrifter, ofte kombinerer det med andre jobber, et mønster som har lange tradisjoner i mange landdistrikter (jf. Bryden & Bollman 2000). Dette er gjerne også en ganske fleksibel økonomi, som involverer mennesker som ikke er bundet opp til strenge livsløp eller ukentlig tidsplaner (Curchin 2013). Hybridøkonomien bør utvikles og tilpasses små og mellomstore bedrifter, og den må ikke ses på som et problem. Mange steder utgjør den selve livskjernen. Dessverre er ikke hybridøkonomien særlig påaktet i forskning og akademia. Slik reiselivet er, med en overvekt av små bedrifter, burde hybriditet og mangfold være et like fokusert mantra som vekst.

Fjerneierskapet over naturressursene; kolonialisering og imperialisme

Norsk reiseliv selger først og fremst på vakker og utfordrende natur. Når naturen settes inn i en produksjonssammenheng, kalles den gjerne naturressurser. Råvaren er natur, produksjonen består i å tilrettelegge attraksjoner og aktiviteter, transport, overnatting og bespisning. Dette kan være produksjonsmidler i hendene på lokale aktører, men hele tida og i økende grad er eksterne eiere og drivere involvert. Tendensen er at jo større anlegg eller utstyr, jo mindre er de lokale eierandelene og den lokale kontrollen. De eksterne investorene er gjerne lokalisert til kapitalens sentra. Lokalsamfunnene tjener ofte lite på denne virksomheten, men hovedproblemet er at overskuddet som skapes, ikke går til reinvesteringer på stedet, men går ut av lokalsamfunnet. Et annet ord for en slik modell er imperialisme (Galtung 1971). Begrepet «imperialisme» kan tilbakeføres til Lenin og Marx, men har også vært anvendt for å karakterisere våre dagers forhold mellom den rike og den fattige verden (Galtung 1971; se også kapittel 6 i denne boka), hvor den rike verden øker sin rikdom på bekostning av den fattige verden. Sjøl om dette først og fremst er en teori anvendt på utviklingsland, har modellen også vært anvendt på forholdet mellom nasjonale sentra og periferi, hvor poenget er at sentrum øker sin rikdom gjennom verdiskaping i periferien. Turismen har sjølsagt vært kritisert for å ha en slik karakter (Britton 1982). Turismens vesen er at folk fra sentrum – de store byene – drar ut derfra for å oppleve andre steder, ofte til det de regner som periferier. Siden de bruker penger der, blir kapitalen med på lasset, for å tjene penger også på folks opphold utenfor kapitalsentraene.

Modellen som her er skissert, er kjent fra mange sektorer. Den gjelder i fiskeriene, innen fiskeoppdrett og i flere av reiselivets bransjer. I fiskeriene har en større og større andel av kvotene havnet i hendene på stadig færre, og havgående og kapitalkrevende fiskefartøy står for en stadig økende andel av norsk fangst (Grytås 2019). Eierne av fartøyene blir stadig færre og større. Innen fiskeoppdrett skjer det noe liknende. Eierskapet blir mer og mer konsentrert i et fåtall selskaper. Det finnes ingen lokaleide anlegg i Finnmark, og bare tre i Troms. Eierne er norske selskaper, norskdominerte multinasjonale selskaper, japanske eller andre utenlandske selskaper. I reiselivet har det også funnet sted en prosess fra lokalt til nasjonalt og

internasjonalt eierskap over tid. Hotellene i Finnmark var opprinnelig private. På 1970-tallet var det fylkeskommunen som eide dem. De solgte til SAS, som i 1998 la ned sin hotellvirksomhet, og Rica kom inn som driver av alle de større hotellene i Finnmark. I 2016 opphørte hotellkjeden Rica, men den eksisterer som et eiendomsselskap som disponerer mange av hotellene de tidligere også drev. De solgte driftsselskapene til Scandic, en internasjonal hotellkjede med svenske og norske eiere. Men det er også andre aktører i dette landskapet, i alle fall der hvor det er gode penger å tjene, som i Tromsø og Bodø. Thon og Choice er to andre kjeder med tilstedeværelse i landsdelen. I begge disse tilfellene er det identifiserbare eiere, som altså gjør forretning i landets utkant. Det finnes lokal- eller regionaleide hoteller, men de er relativt få, og stort sett mindre. De siste tiåra har denne tendensen også gjort seg gjeldende i rorbubransjen (se kapittel 7 om Lofoten i denne boka), men så langt ikke i campingnæringa.

I transportbransjen er mønsteret liknende det i hotellsektoren. Hurtigruten har hatt ulike eierstrukturer. På 1980-tallet var den eid av tre selskaper, ett fra hvert av de nordligste fylkene. I løpet av 1980- og 1990-åra skjedde flere fusjoner, og man endte opp med ett selskap i 2003. Etter hvert har en tidligere spredt administrasjon blitt sentralisert til Tromsø. Tidlig på 2000-tallet ble Trygve Hegnar, en kjent norsk investor og avismann, majoritetseier i selskapet. Det betød at kontrollen gikk ut av regionen, over på en nasjonal aktør. I 2014 solgte Hegnar seg ned, og 28 prosent av aksjene ble overdratt til en investorgruppe i London. Smått om senn har eierskap og kontroll over selskapet gått ut av Nord-Norge og endt opp i utlandet. I bussbransjen har det skjedd noe liknende med stadige fusjoner og nye drivere. Dels er dette et resultat av at det kreves konsesjon. Rutene legges med jevne mellomrom ut på anbud, og nye selskaper kan få tilslagene. Dette er en tilpasning til EU-krav om konkurranse. Men resultatet er ofte inntog av eksterne eiere og drivere. En av de store aktørene i det nordnorske bildet er Torghatten AS. Selskapet driver både ferger, bussruter og er hovedeier i flyselskapet Widerøe. Så langt har dette selskapet ikke blitt solgt ut av landsdelen.

Innen lokal turoperasjon og guiding var det år tilbake stort sett lokale selskaper. Men tidlig på 2000-tallet kom en oppkjøper på banen, og selskapet overtok guidingen i Nordkapp, Tromsø og flere steder i Lofoten. Som nasjonal agent for cruisebransjen har selskapet også stor innflytelse over cruiseskipenes valg av seilingsruter og besøkshavner. Så langt har slike

overtakelser i liten grad skjedd i den nordnorske opplevelsesnæringa. Men det er tendenser. I 2019 har flere av de bedriftene knyttet til opplevelsesproduksjon i Troms slått seg sammen. Mønsteret er altså det samme i de fleste bransjene.

Der stordrift er mulig og profitabelt, er tendensen at finansaktører overtar selskapene. Dette reiser spørsmål knyttet til eierskap og kapital. For det første er økonomien helt frikoplet fra idealer om demokrati. Det gjelder i særlig grad våre naturressurser. Hvem skal styre disse, og hvordan skal utbyttet av virksomhet basert på disse ressursene fordeles? I noen norske næringer kreves det at det betales skatt av overskuddet fra en ressursbasert produksjon – det kalles grunnrente. Oljeproduksjon på norsk sokkel beskattes 78 prosent, og i kommunene er vannkraftproduksjon en viktige inntektskilde, både gjennom eierskap og beskatning. Tilsvarende ordninger diskuteres både for fangst og fiskeoppdrett, næringer som i stor grad er basert på produksjon av fellesskapets goder, tilgang på henholdsvis fisk og kaldt havvann. Det som diskuteres, er hvordan lokalsamfunnene som er berørt, skal nyte godt av sin egen ressurs. Reiselivet har gått under radaren i denne sammenhengen. Den benytter seg av steder, natur, frisk luft, vann og offentlig infrastruktur. Næringas ansatte betaler skatt, og kundene betaler avgifter, som merverdiavgift, på linje med folk flest. Men lokalsamfunnene som preges av turismen, får ingenting igjen for fellesressursene som er grunnlaget. Det er på tide også å drøfte dette spørsmålet.

Cruiseturismen – hvem tjener på den?

Cruiseturismen i Norge er i vekst. Veksten skyldes både flere anløp, større skip og en global utbredelse og alminneliggjøring av denne formen for turisme. Norge hadde 1809 cruiseanløp i 2016, noe som representerte en dobling på 20 år. Til sammen var det cirka 659 000 cruiseturister innom Norge det året, hver med cirka fire ilandstigninger i gjennomsnitt, viser tilgjengelige undersøkelser fra Innovasjon Norge og Transportøkonomisk institutt (TØI). Det finnes tilbud i alle prisklasser, og i store deler av den vestlige verden (og til dels i den østlige) har middelklassemennesker råd til å koste på seg et cruise. Og i tråd med dette utvikles produksjonsteknologien for storproduksjon. Skipene blir større og større. Gjennomsnittlig tar skipene som besøker Norge om lag 1500 passasjerer, de største over 5000.

Cruiseskip – fra skipsfart til blokkbebyggelse på kjøl. Foto: Arvid Viken.

Det har vært en årlig vekst på cirka fem prosent. Fra 2016 til 2017 økte antallet besøkende med cirka 100 000 (Innovasjon Norge 2018). Dette er det nærmeste vi kommer masseturisme i Norge.

Forretningsideen i cruisenæringa er at turistene skal bruke mest mulig av sine penger om bord, på servering, fornøyelser og shopping. Dette er god butikk for redere, turoperatører og investorene bak, som både rommer norsk og internasjonal kapital. Vertslandet tjener noe gjennom havnevesen, havneservice, suvenirbutikker, guideselskaper og attraksjoner. Hvor mye er uklart, da en rekke undersøkelser viser ulike tall. Ut fra en sammenlikning av ti undersøkelser anslår TØI at hver cruiseturist brukte i snitt mellom 600 og 700 kroner per ilandstigning i 2018 (Dybedal 2019). I en annen rapport anslås dette forbruket til omtrent en fjerdedel av hva andre turister bruker (Epinion 2014). 40–60 prosent av turistene kjøper guidet tur i land, viser undersøkelsene. Slike turer selges om bord eller på forhånd, for en pris som gjerne er opp mot eller over det dobbelte av det man betaler operatøren i land. Likevel representerer det en vinn–vinn-situasjon for skipet og næringene i land. Men følgende er også en del av det store bildet: Cruiseskipene seiler stort sett under bekvemmelighetsflagg, betaler ikke skatt, moms eller alkoholavgifter slik andre reiselivsbedrifter gjør, og de ansatte har stort sett lave lønninger og dårligere arbeidsforhold enn norsk standard. Hovedsida ved cruiseturismens økonomi er altså at internasjonal (inkludert norsk) kapital gjør profitt på norske naturressurser og fellesgoder samt på internasjonal arbeidskraft. Det er dårlig butikk for landet, sjøl om det også er store norske eierinteresser i cruisenæringa. De norskeide skipene er imidlertid i all hovedsak registrert i utlandet.

Cruisehavnene drives stort sett av kommunalt eide selskaper. Kommunene, eller først og fremst lokalpolitikere knyttet til havnevesenet, er som regel ivrige pådrivere for å øke trafikken, og myndighetene bistår i finansieringen av havneprosjekter. Jo flere anløp, jo bedre butikk. Det er grunn til å sette spørsmålstegn ved kommunenes rolle og offentlig medfinansiering av havnene. Cruisehavnene burde kunne være sjølfinansierte. Det er derfor behov for kritiske analyser, utført av aktører som ikke står næringa for nær. Bergen har tatt tak i problematikken, men tiltakene er foreløpig svært moderate.

Cruiseturismen er nemlig ikke problemfri. Skipene representerer miljøutfordringer (se for eksempel Dybdahl & Jacobsen 2019). De forurenser og innebærer miljørisiko. Går et skip på grunn, kan vi få store

utslipp i trange farvann, som de norske fjordene stort sett er. Men først og fremst representerer skipene luft- og havforurensning. Mediene har vist eksosskyen over Geiranger, og lokalpolitikerne krever tiltak. Med god grunn. Skip er verstingene blant transportmidlene når det gjelder utslipp av CO_2 og NO_x per personkilometer. Elektrifisering under landligge er et prioritert tiltak hos norske myndigheter, men det tar åpenbart tid. Og koster penger. Mange steder preger cruisebesøk bybildene. Det gjør noe med de fleste steder når tusenvis av turister streifer omkring, stedene er ikke lenger lokale. Rapporter fra Bergen og Stavanger viser at folk har fått nok, og rorbueiere i Lofoten fortviler over cruiseturistenes lite idylliske myldring. Cruisedominans går dessuten ut over stedenes renommé i andre turistmarkeder, sies det. Dersom man i stedet for å slippe til de største skipene satset på mindre kystcruiseskip, eller det man ofte kaller ekspedisjonscruise, ville man unngå mange av dagens problemer. Slike cruise tilbys nesten ikke i Norge, men er en kjent modell fra destinasjoner som Svalbard, Hellas, Karibia og Galapagos. Det er på tide med en strukturendring av cruisenæringa.

Cruisenæringa er imidlertid kjent for å være vanskelig å regulere. Den er lite transparent og i liten grad utviklet i dialog med stedene cruiseskipene besøker og berører. Den går under radaren i mange henseender eller er beskyttet av internasjonale regler for sjøfart. Skipene kan tilsynelatende ferdes hvor de vil, og legge til kai eller ankre opp der det er tilrettelagt for det. Sjøl om det er endringer på gang, går mange skip på tungolje der det ikke er forbudt. Den kan med fordel forbys i alle kystnære farvann. Det går også an å favorisere små skip, eller forby de større, eller ilegge en sterkt progressiv avgift etter størrelse. Hva med en maksimalgrense på 300 passasjerer for cruiseskip i norske fjorder? Kanskje burde man differensiere størrelsesgrensene etter hvor trange og miljøutsatte farvannene er, og hvor store stedene er? Man kunne og regulere hvor mange skip som får legge til om gangen, og hvor mange turister som får gå i land samtidig, altså innføre slot-tider (tidslommer). Så langt har man bare foreslått en rapporteringsplikt for skip som går inn i verdensarvfjordene.

Elektrifisering av havnene i for eksempel Stavanger, Bergen, Ålesund, Geiranger, Flåm, Ballstad, Tromsø og Nordkapp, og utvikling av havnefasiliteter og miljøtiltak av ulike slag, må kunne finansieres gjennom en cruiseavgift. På Svalbard har man en avgift på 150 kroner per turist som går til miljøtiltak. Cruisenæringa har ikke protestert på den ordninga. Regjeringa

la i 2017 fram en stortingsmelding om reiseliv. Der foreslås tilrettelegging av elektrisk strømtilførsel i havnene. For øvrig framstår dokumentet som viljeløst i spørsmålet om cruiseutviklinga. Altså er regjeringa fornøyd med tingenes tilstand. Diverse medieoppslag somrene 2017, 2018 og 2019 vitner om et sviktende grunnlag for denne tilfredsheten. Dette er også en rimelig fortolkning av tilgjengelig forskning. Her må det tas grep. Og det er et paradoks at den bransjen som startet turismen i Norge, er blitt den største trusselen mot både turismen og norsk natur.

Turismen – en trussel for allemannsretten?

Allemannsretten sikrer oss rett til å ferdes og å oppholde oss i naturområder som ikke er dyrket eller regulert og brukt til andre formål. Prinsippet er først og fremst hjemlet i friluftsloven fra 1957, men er en gammel hevd (se Reusch 2015). Det praktiseres i hele Norden og et fåtall andre land. I resten av verden er det stort sett slik at grunneier bestemmer hvem som skal kunne ferdes på hans eller hennes grunn. Allemannsretten er høyt skattet av oss nordmenn, som utøver et omfattende friluftsliv, og vår kultur er sterkt knyttet til naturen og aktiviteter i den. Sjøl om friheten er stor, er den begrenset gjennom en rekke lovreguleringer, for eksempel av motorisert ferdsel, telting, jakt og fiske mv. Og kommunene kan gjøre sine stedstilpassede reguleringer og ilegge avgift på bruk, for eksempel for tilgang til en badestrand eller et utkikkspunkt.

Allemannsretten gjør at naturområder kan betraktes som et fellesgode. Fellesgoder er de godene vi deler som bosatte i et område, og forvaltes som regel av myndighetene. Vi omtaler disse godene ofte som infrastruktur, innretninger som skal gjøre livet enklere for oss, og som er finansiert gjennom skatter og avgifter. Blant myndighetenes oppgaver er også å ta vare på og tilrettelegge naturområder. Spørsmålet som har dukket opp, er om denne infrastrukturen og de offentlige forpliktelsene gjelder overfor alle brukere, uansett hvor de kommer fra. Slik debatten har vært de siste åra, synes det å være mange som mener at slik kan det ikke være. Turister betaler ikke skatt slik innbyggerne gjør, og «snylter» altså på det som det bofaste fellesskapet finansierer. En hake ved en slik tankegang er at det gjør vi alle når vi er ute og reiser, vi benytter oss hele tida av andres infrastruktur og fellesgoder. Og få reiser mer enn nordmenn. Kanskje jevner det

seg ut? Eller kanskje ikke helt? Enkelte steder er laget for turisme – som bade- og skiresorter – og forberedt på å ta imot mange turister. Andre steder, som ikke er tilrettelagt for det, opplever likevel en uforholdsmessig stor tilstrømming og belastning, slik Venezia, Roma, Paris, London og vårt hjemlige Lofoten gjør det. Både allemannsretten og fellesgodene blir utfordret når de besøkende blir for mange. Enkelte steder skal det ikke så mange besøkende til før det for noen fortoner seg som for mange. I Norge opplever vi også at den frie tilgangen til naturen er en fare for turistene sjøl; mange av dem er ikke skikket til å vandre fritt i vår natur. Derfor har vi fått noen nye problemstillinger: Hvordan skal man redde ned alle som trenger eller ønsker det, hvordan skal slike tilfeller unngås, og hvem som skal betale for redning og forebyggende tiltak? Særlig trafikken til Trolltunga ved Odda har utløst denne problemstillingen. De færreste kommuner er vant til å takle slik turismevekst som Odda opplevde rundt 2015. Hvordan kan slike utfordringer håndteres?

Løsningene ligger svært sjelden i å stenge av eller formelt begrense tilgangen til områder. Det ble forsøkt ved Reinebringen ytterst i Lofoten, men folk fortsatte å gå dit (og nå er der en sherpatrapp). Det ble også foreslått for Øst-Svalbard tidlig på 2000-tallet, men møtte sterk motbør, blant annet fra reiselivsnæringa (Viken & Nyseth 2017; se kapittel 14 i denne boka). Hva er da alternativene? Først og fremst er det å ta besøksforvaltning og regulering opp som temaer i politikk og myndighetsutøvelse. Man kan organisere seg vekk fra mange av problemene knyttet til store antall turister. Det det ble for eksempel i sin tid gjort på Nordkapp, hvor det på 1980-tallet fløt med søppel og skit, og det manglet steder for et beskyttet opphold. Det ble bygget et stort turistanlegg på stedet, og avgiften for å komme inn ble økt vesentlig. Dette skjedde på statsgrunn og i et område omfattet av allemannsretten. Ordningen virket og virker fortsatt, sjøl om tiltakene har irritert en del forsvarere av den frie ferdselen (se kapittel 7 i denne boka). Altså kan man oppføre en bom ved inngangen til et naturområde og ta penger for at man skal slippe forbi. Inngangspengene vil så kunne dekke utvikling og drift av nødvendige fasiliteter, herunder parkering, pleie av naturen og om nødvendig en forsikringsordning som dekker kostnader ved redning. Slike arrangementer kan man installere ved starten av stier og utfartsområder, og for eksempel ved innfartspunktene til Lofoten. Lovverket er ikke til hinder. Hvem som skal gjøre det, og hvordan, er en forhandlingssak. Ved Trolltunga tok man grep i 2017, med veiledere i

fjellet, en ny vei opp fra dalen, bedre informasjon på internett og skilter og redningshytter i terrenget. Man har også tatt grep ved Preikestolen, men med en annen modell som involverer kommunene omkring. Begge steder har problemene blitt vesentlig redusert.

En annen del av problemet er at sjøl med en aktiv besøksforvaltning kan det bli for mange turister. Avgifter og inngangsbetaling kan redusere antallet, men trolig er organisatoriske grep mer effektive. Det mest nærliggende eksemplet er tilgangen til mange kulturarvsteder, der en må stå i kø for å slippe til. Det finnes også steder som i prinsippet er stengt, og hvor man må søke om å få adgang. I Mount Everest-massivet er tilkomsten regulert på denne måten. Andre steder, for eksempel på Galapagos, prøvde man å sette tak for antall turister, men det viste seg vanskelig å gjennomføre. Man kan også regulere tilkomsten for bestemte typer trafikkerende; for eksempel ved å forby private kjøretøyer innenfor et bestemt område. Man kunne ha gjort dette både på Nordkapp og i Å og Nusfjord i Lofoten – altså lage parkeringsplasser et stykke unna, med kontinuerlig busstransport og sykkelutleie til og fra attraksjonene. Slike forvaltningssystemer er ikke like enkelt å administrere alle steder eller for alle typer turisme. Uansett fordrer det samarbeid, partnerskap mellom stat, kommuner, organisasjoner og private aktører. Myndighetene har imidlertid et særlig ansvar for at noe blir gjort, når det er fellesgodene og den lovregulerte allemannsretten som er i spill. Disse kreftene bør ikke få fritt spill. Friheten som har vært viktig for norsk turismeutvikling, er paradoksalt nok i ferd med å skape behov for å begrense den.

Det er behov for revisjon av allemannsretten. Det er simpelthen ikke plass til alle i vår natur, i alle fall ikke uten at deres atferd styres. Det betyr at det må gjøres en rekke tiltak i og rundt norske naturområder, og særlig de mest brukte utfartsstedene. Det må utvikles og vedlikeholdes stier, og det må anlegges toaletter og søppelsystemer, og ikke minst trengs det nye parkeringsplasser. Videre må informasjonssystemene forbedres, og noen steder bør man lage retningslinjer (guidelines). Man må også finne fram til betalingssystemer, slik at det ikke er norske skattebetalere som betaler for alt, men at brukerne også bidrar, og det må utvikles forsikringsordninger. Og alt dette (og mere til) må administreres. Altså trengs det en helt annen om mer omfattende besøksforvaltning enn den man har hatt til nå.

Konklusjon: Bærekraft krever handling

De utfordringene som er tatt opp i dette kapitlet, er i hovedsak saker som må løses politisk. Politikerne er opptatt av det grønne skiftet. Når det gjelder reiselivet, må dette innbefatte diskusjoner om hvordan vi kan styre veksten, kapitalen og de store næringsaktørene. Og så dreier det seg om å drøfte hvordan friheten – til å besøke alle småsteder og til å ferdes i naturen – kan forvaltes. Sentralt i dette er spørsmålet om hvordan tilrettelegging og påkrevd forvaltning skal finansieres. Mange av utfordringene som er pekt på, framstår som paradokser, altså som noe som kontrasterer en ønsket eller verdsatt utvikling. Turismen er ønsket, og den er på sett og vis en miljøvennlig næring, men blir et problem når den blir for stor. Det kan helt enkelt bety at det er for mange turister på et sted samtidig, det medfører trengsel, uønsket nedtråkking, sporsetting og redusert trengsel. Fordi mange mennesker skal håndteres, reises store hoteller, flere fly settes inn, og skipene blir større. En slik utvikling skaper nye og andre problemer – for eksempel knyttet til forurensning, og nye debatter om turismens berettigelse oppstår. Stort sett er samfunnet dimensjonert for å håndtere de menneskene som bor på stedet, ikke alle andre. Derfor er det også mange som stiller spørsmål ved at Innovasjon Norge – nasjonens markedsføringsorgan i utlandet – reklamerer med fri adgang til norsk natur. Skal det virkelig være slik? Skal all verdens mennesker ha fri adgang til «vår natur»? Tross alt betaler vi som bor her skatt, som blant annet går til å vedlikeholde både natur og kultur, noe de besøkende slipper.

Men det er ikke bare menneskene som har bevegelsesfrihet. Kapitalen, teknologien og informasjonen har tilsvarende friheter. I stadig større grad styres folks atferd – også som turister – av ulike sosiale medier. Internasjonal teknologi er overalt i reiselivet, fra datamaskiner til fly, fra bookingsystemer til TripAdvisor, fra betalingskort til vippssystemer. Hotellene, cruiseskipene og flyselskapene er internasjonale, sjøl om også norske investorer deltar. EUs friheter betyr at utenlandsk kapital fritt kan kjøpe opp norske bedrifter, bedriftene kan bemannes med utlendinger, og overskuddet går dit eieren har registrert sitt selskap. Kapitaleierne bestemmer over det de eier. Derfor betyr eksternt eierskap at produksjonsmidlene og de som betjener dem, er under utenlandsk herredømme. Sjølsagt må også disse aktørene følge norsk lov, men den norske arbeidslivsmodellen

er utfordret. Færre ansettes, flere leies inn, og utleierne av arbeidskraften deler ikke nødvendigvis prinsippene for det norske arbeidslivet. Reiselivet er i stor grad preget av slike tendenser. Paradokset er at vi ønsker frihet og har det – vi har også gitt tilslutning til EUs frie bevegelsesprinsipp, men friheten fører altså til at det norske arbeidslivssystemet blir utfordret og til dels undergravd, og at verdier som skapes, går ut av landet. Skal vi og bør vi gjøre noe med dette?

For å kunne by etterslektene tilsvarende opplevelser – det er det bærekraft dreier seg om – må vi gjøre noe. I denne boka er det pekt på forhold knyttet til alle sider ved bærekraften, økonomisk, økologisk, sosiokulturell og turistisk bærekraft. Er det økonomisk bærekraft å overføre styring av kapital og produksjonsmidler til eksterne aktører? Skal dette kunne gjøres uten å beskatte grunnrenta? Er det forsvarlig ut fra et økologisk perspektiv å tillate cruiseskip på størrelse med norske byer å seile i våre fjorder og gå på land i våre småsteder? Hva skjer med kultur og sosialt liv på steder som overstrømmes av turister? Og hvordan går det med turismen på steder der turistene står i kø for å få innblikk i norsk småstedsidyll? Spørsmålene er mange og viktige, og svarene er ikke nødvendigvis bærekraftige. Paradoksene må inkluderes i debattene om reiselivets utvikling. Temaene må møtes med dialoger, debatter, prioriteringer og omforente strategier. Utviklinga bør ikke bare skje.

Litteratur

Britton, S. G. (1982). The political economy of tourism in the third world. *Annals of Tourism Research*, 9, 331–356. https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90018-4

Brox, O. (2006). *The political economy of rural development. Modernisation without centralization?* Delft: Eburon.

Bryden, J. & Bollman, R. (2000). Rural employment in industrialised countries. *Agricultural Economics*, 22, 185–197. https://doi.org/10.1111/j.1574-0862.2000.tb00017.x

Bryman, A. (1999). The Disneyfication of society. *The Sociological Review.* https://doi.org/10.1111/1467-954X.00161

Curchin, K. (2013). Interrogating the hybrid economy approach to indigenous development. *Australian Journal of Social Issues*, 46, 16–33. https://doi.org/10.1002/j.1839-4655.2013.tb00269.x

Debord, G. (2012). *Society of the spectacle*. London: Bread and Circuses Publishing.

Dybedal, P. (2019). *Cruiseturisters forbruk i Norge – en sammenlikning av resultater og metoder i ti undersøkelser*. TØI rapport 1702. Oslo: Transportøkonomisk institutt.

Dybedal, P. & Jacobsen, J. C. S. (2019). *Mer bærekraftig cruiseturisme. Framtidsskisser for cruiseutvikling på Vestlandet.* TØI rapport 1686. Oslo: Transportøkonomisk institutt.

Epinion (2014). *Turistundersøkelsen cruise 2014*. Oslo: Innovasjon Norge.

Flagestad, A. & Hope, C. A. (2001). Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective. *Tourism Management*, 22 (5), 445–461. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00010-3

Frank, T. (2001). *One market under God: Extreme capitalism, market populism, and the end of economic development.* New York: Doubleday. https://doi.org/10.17077/2168-569X.1373

Galtung, J. (1971). *A Structural Theory of Imperialism*. Paper. Oslo: International Peace Research Institute. https://doi.org/10.1177/002234337100800201

Grytås, G. (2019). Skatteparadis i blå åker. *Plan*, 3, 36–43.

Hamilton, C. (2003). *Growth fetish*. London: Pluto Press.

Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity*. Oxford: Blackwell Publishers.

Heinberg, R. (2011). *The end of growth: Adapting to our new economic reality.* Gabriola Island: New Society Publishers.

Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*, 27, 1192–1208. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.020

Hjalager, A.-M. (1997). *Tourism destinations and the concept of industrial districts*. Paper for ERSA conference, Dublin, august 1999. Århus: Science Park.

Innovasjon Norge (2018). *Nøkkeltall Cruise 2017–2018. En oversikt over norsk cruisenæring.* Rapport. Oslo: Innovasjon Norge.

Jackson, J. & Murphy, P. (2006). Clusters in Regional Tourism: An Australian Case. *Annals of Tourism Research*, 33, 1018–1035. https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.04.005

Lefebvre, H. (1991). *Critique of everyday life. Volume I*. London: Verso.
Leiper, N. (1990). Tourist Attraction Systems. *Annals of Tourism Research*, 17 (3), 367–384. https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90004-B
Leiper, N. (2008). Why 'the tourism industry' is misleading as a generic expression: The case for the plural variation, 'tourism industries'. *Tourism Management*, 29 (2), 237–251. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.015
Peters, M., Frehse, J. & Buhalis D. (2009). The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual study of the tourism industry. *Pasos*, 7, 393–405. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2009.07.028
Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations.* New York: The Free Press. https://doi.org/10.1007/978-1-349-11336-1
Reusch, M. (2015) *Allemannsretten.* Oslo: Universitetsforlaget.
Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of society*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
Saarinen, J. (2004). Destinations in change. The transformation process of tourist destinations. *Tourist Studies*, 4, 161–179. https://doi.org/10.1177/1468797604054381
Saarinen, J. (2014). Transforming destinations: A discursive approach of tourism destinations and development. I A. Viken & B. Granås (red.), *Tourism destination development. Turns and tactics* (s. 47–62). Farnham: Ashgate.
Viken, A. & Nyseth, T. (2017). Co-management in environmental planning. An alternative to the precautionary principle. I S. Kristjánsdóttir (red.), *Nordic Experiences of Sustainable Planning: Policy and Practic*e (s. 48–63). London: Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315598529-4
Zhang, Y., Qu, H. & Guo, Y. (2011). A study of the agglomeration of China's convention industry: An economic and neo-economic geography framework approach. *Tourism Economics*, *17* (2), 305–319. https://doi.org/10.5367/te.2011.0035