



Fremtiden for reiselivet i Nord-Norge etter korona

Kunnskapsparken Bodø



2020

SAMMENDRAG KORTVERSJON

Status reiselivsnæringen i Nord-Norge

Koronapandemien har skapt store utfordringer for reiselivsnæringen. Hovedbudskapet fra ressurspersonene som deltok på scenarie-workshopen 25. august var at det er behov for umiddelbar, resolutt handling i form av virkemidler. Det etterlyses nå tiltak på to områder: kraftfulle og kortsiktige tiltak som kan sikre at landsdelens reiseliv kommer gjennom høsten og vinteren, og langsiktig, strategisk tenkning om hvordan det nordnorske reiselivets fremtid skal formes.

Reiselivsnæringen er inne i en krevende tid, men det er også en tid for å tenke fremover, utnytte muligheter og bygge noe nytt («Build back better»). For å kunne sikre utviklingen på lang sikt er næringen avhengig av mer forpliktende samhandling både regionalt og nasjonalt. Utfordringene som knytter seg til hvordan den videre utviklingen i koronapandemien blir er koblet til økonomi, transport, tilgang på markeder m.m. Dette innebærer at reiselivet må sees i en større samfunnsmessig, og politisk sammenheng, og regionale og nasjonale myndigheter må komme i tettere dialog med næringen.

Reiselivsnæringen i Nord-Norge består i hovedsak av mange små virksomheter, spredt over et stort geografisk område. I denne rapporten deles næringen inn i fem bransjer: Transport, overnatting, servering, opplevelser og formidling.

Det finnes 4.133 virksomheter i reiselivsnæringen i Nord-Norge, hvor 48 prosent er registrert i Nordland, og 52 prosent i Troms og Finnmark. De siste årene har næringen bidratt til betydelig vekst i verdiskaping og sysselsetting i landsdelen, en vekst som før koronapandemien lå an til å fortsette i 2020. Næringen omsatte for nærmere 22 milliarder kroner i 2018, og hadde en verdiskaping på 9,6 milliarder kroner. I 2019 sysselsatte næringen 14.166 personer direkte, og skapte om lag 6.000 arbeidsplasser i andre næringer i form av ringvirkninger. I perioden 2009-2019 har antall sysselsatte i reiselivsnæringen økt med i overkant av 2.200. Veksten har vært størst for Finnmark (14 prosent) etterfulgt av Troms (12,2 prosent) og Nordland (5,7 prosent). Dette kan i stor grad forklares med en vellykket satsning på vinterturisme i Troms og Finnmark.

Tabellen under viser nøkkeltall for de ulike bransjene som inngår i reiselivsnæringen i Nord-Norge.

Nord-Norge	Transport	Overnatting	Servering	Formidling	Opplevelser	Totalt
Antall bedrifter	313	806	865	175	1 974	4 133
Sysselsatte	4 198	3 402	4 085	286	2 195	14 166
% endring sysselsatte 2015-2019	5 %	2 %	12 %	15 %	20 %	8 %
Verdiskaping 2018 (mrd)	5,5	1,4	1,4	0,2	0,8	9,5
% endring i verdiskaping 2009-2018	52 %	50 %	76 %	141 %	175 %	58 %

Tabell 0-0 Oversikt over nøkkeltall for reiselivsnæringen i Nord-Norge

Generelle utfordringer i reiselivsnæringen

I Nord-Norge består næringen av mange små virksomheter med begrensede ressurser og store sesongvariasjoner i aktiviteten, noe som skaper utfordringer og gjør den sårbar. Bedriftene opererer ofte med små marginer, og inntjeningen påvirkes av de store sesongvariasjonene. Næringen etterstreber helårsturisme, og flere av aktørene var på god vei mot å nå dette målet før koronapandemien inntraff.

De store avstandene både til og i Nord-Norge byr på problemer for næringen, rett og slett fordi moderne turister ønsker og forventer god tilgjengelighet og enkel adkomst. Infrastrukturen er enkelte steder til dels umoderne og lite utviklet, og må utvikles videre for at næringen skal vokse på sikt. Det er utfordrende å reise til Nord-Norge ettersom det blant annet går færre fly til enkelte deler av landsdelen sammenlignet med andre steder i landet.

Det er mange myndighetsnivåer og etater (departementer, staten, fylkeskommuner, kommuner) som er involvert i beslutninger som påvirker reiselivsnæringen, noe som skaper et til tider uoversiktlig bilde for reiselivsaktørene. Dette gjør det også vanskelig å utvikle et helhetlig reiseliv. Samarbeidet innad i næringen har heller ikke alltid vært godt, selv om det har vært forbedringer de siste årene. Profilering og markedsføring av hele regioner eller fylker er krevende, men har stort potensiale. Et fragmentert system med mange destinasjonsselskaper, klynger og virkemiddelaktører gjør samhandling og samordning vanskeligere.

Koronasituasjonen

Reiselivsnæringen i Nord-Norge er hardt rammet av koronasituasjonen. Strenge restriksjoner for serveringssteder og hoteller m.m. og sviktende kundegrunnlag medførte at mange av aktørene ble nødt til å stenge dørene i mars. Vintersesongen er normalt sett er en viktig inntektskilde for mange av bedriftene og særlig i Troms og Finnmark. Antall flypassasjerer falt kraftig, og de utenlandske turistene, som de nordnorske reiselivsbedriftene er svært avhengige av, uteble. Etterspørselen etter reiselivsproduktene falt brått, og inntektene stupte. Med bråstopp i aktiviteten har mange aktører sett seg nødt til å permittere ansatte, noe som har ført til at de står i fare for å miste, eller allerede har mistet, viktig kompetanse i en krevende tid. Flere av de sysselsatte innenfor reiselivet i Nord-Norge har vært nødt til å finne annet arbeid, og det er usikkert hvorvidt disse vil finne veien tilbake til reiselivsnæringen.

For å hjelpe næringen gjennom koronapandemien har myndighetene lansert ulike tiltakspakker, men mye tyder på at de første tiltakspakkene ikke har fungert optimalt. Det finnes mange eksempler på aktører som ikke har vært berettiget til å søke på de ulike ordningene. Det har vært spesielt vanskelig for nyetablerte virksomheter som ikke har kunnet vise til omsetning i tidligere år. Sommersesongen ble for deler av næringen i Nord-Norge mye bedre enn fryktet. Spesielt har det vært positiv utvikling på Helgeland, i Bodø og inn mot Lofoten og Vesterålen. Utviklingen lengre nord har vært preget av en svakere utvikling. Mye av dette skyldes at norske besøkende i stor grad har brukt bil som transportmiddel, og at flyrutetilbudet inn til landsdelen har vært begrenset.

Hva skal til for å hjelpe bedriftene?

Bedriftene som har svart på spørreundersøkelsen og aktørene som har blitt intervjuet, sier alle at økonomien i egen bedrift har blitt negativt påvirket av koronapandemien. Tiltakspakkene oppleves som mangelfulle. Hele 55 prosent av de som har svart på undersøkelsen sier at tiltakspakkene passer behovene enten i liten eller i svært liten grad. Informasjonen om ordningene oppleves som god, men problemet er at ordningene ikke treffer behovene i næringen. Kun én av åtte nyetablerte reiselivsbedrifter (etablert etter 1.1.2019) har mottatt støtte fra kompensasjonsordningen.

På det tidspunkt undersøkelsen ble gjennomført etterspurte bedriftene tiltak som i større grad kunne sikre arbeidskraften i bedriftene. Videre ønsket bedriftene en utvidelse av permitteringsordningen, slik at bedriftene i større grad kunne sikre nøkkelkompetansen de har opparbeidet seg. Slike grep ville også være viktige for å opprettholde befolkningen og sysselsettingen rundt om i landsdelen.

Gjennom spørreundersøkelsen ga aktørene tilbakemelding på hvilke tiltak de mente var nødvendige. For det første ønsket de tydeligere veiledning når det gjaldt smittevern og restriksjoner. Bedriftene kjente på et stort ansvar ved å invitere inn tilreisende som potensielt kunne være smittebærere. De ønsket å finne gode løsninger med minst mulig smittepress, og som samtidig ga mulighet til å holde

bedriften i gang. En annen tilbakemelding var at de ønsket mer forutsigbarhet når det gjaldt åpning av grenser og iverksetting av tiltak, slik at man var bedre forberedt og rustet for å kunne øke aktiviteten igjen.

Bedriftene etterlyste også tiltak som kunne være med på å sikre at verdifull kompetanse forblir i næringen. Tiltak som kan være med på å videreutvikle denne kompetansen vil også bidra til at næringen kan komme sterkere tilbake etter at koronapandemien er over.

En stor andel av bedriftene ser for seg at markedet vil være tilbake til et normalnivå i løpet av 2021/2022. Dette funnet antyder at det (på det tidspunktet undersøkelsen ble gjennomført) var en positiv holdning og vilje til å forsøke å holde driften i gang. Bedriftene er opptatt av omstillingsevne og et ønske om videre drift. Bedriftene etterlyste økonomisk drahjelp, slik at de kunne få aktiviteten tilbake til et godt og bærekraftig nivå etter krisen.

Usikkerheten er imidlertid betydelig, og det står klart at koronapandemien vil kunne endre reiselivet både her hjemme og internasjonalt. De tre scenariene «På stedet hvil», «Covid-25» og «Høyere tempo», som ble utviklet på to workshoper med sentrale aktører 25. august, setter ord på noen av de viktige dilemmaene som næringen møter. Virkemidlene og støtten som gis i dag, må ta høyde for usikkerheten i utviklingen, og behovet for å ha et langsiktig perspektiv på reiselivsnæringens rolle og betydning.

De viktigste konsekvensene av korona

Den pågående krisen har vist at reiselivsnæringen er svært sårbar for uforutsette hendelser og endringer i det globale bildet. Nord-Norge preges av store avstander, og infrastrukturen hindrer turistene å nå virksomhetene som ligger langt nord. Flere bygger sine bedrifter på et ensidig marked og er avhengig av tredjeparter (turoperatører, transport, infrastruktur, etc). Det tar tid å bygge relasjoner til nye markeder, og det norske markedet gir ikke tilstrekkelig volum til å sikre bedriftene. Konkursrisikoen er høy for mange virksomheter, frykten er stor for at høsten vil gi et kraftig fall i etterspørselen. Det hjelper lite at kommunene og fylkeskommunene har et begrenset økonomisk handlingsrom. Andelen permitterte er fremdeles høy, og det meldes stadig om flere oppsigelser. Dette påvirker igjen arbeidslyst og bolyst negativt, i tillegg til at næringen mister verdifull og kvalifisert kompetanse til andre næringer. Betydningen av reiselivsnæringen i lokalsamfunnene er ikke kommunisert tydelig nok. For folk utenfor næringen er det vanskelig å se helheten og kompleksiteten innenfor reiselivet, og hva denne næringen bidrar til av verdiskaping og arbeidsplasser. Det betyr videre at nedgangen i reiselivet også påvirker andre næringer negativt, eksempelvis bygg og anlegg og varehandel.

Reiselivet i nord må regne med å møte tøffere konkurranse fra andre land og steder fremover. Derfor bør man nå bruke tiden til å utforske nye muligheter, tenke fremover og utvikle innovative strategier. Man må i større grad tenke årshjul i næringen og legge til rette for ulike kundegrupper.

Anbefalinger og råd fra reiselivsnæringen

Deltagerne på workshopen diskuterte den videre utviklingen i reiselivsnæringen i Nord-Norge og kom med råd om hvordan dialogen mellom næringen og myndighetene kunne styrkes, behovet for strategisk fornyelse og synspunkter på hva slags støtte som ville være viktigst i tiden som kom.

NB: Inntrykket etter dialog med informantene er at det er bred enighet om rådene. Det kan likevel tenkes at det finnes nyanser og meningsforskjeller på noen områder. På oppfølgende møter vil det være mulig å konkretisere og utdype vurderingen.

Reiselivsnæringen i Nord-Norge sysselsatte 14.166 i 2019

Reiselivsnæringen representerte i 2019 5,9 prosent av de sysselsatte i Nord-Norge, med 14.166 ansatte. Av disse hadde transport den største andelen med 29,6 prosent. Videre var sysselsettingen fordelt mellom servering (28,9 prosent), overnatting (24 prosent) og opplevelser (15,5 prosent). Formidling utgjorde en liten del av sysselsettingen med 2 prosent.

Flest sysselsatte i reiselivsnæringen i Nord-Norge var det i Nordland med 46,7 prosent, fulgt av Troms med 38,2 og Finnmark med 15,1 prosent. Reiselivsnæringen i Nord-Norge har hatt en vekst på over 2.200 sysselsatte siden 2010, noe som tilsvarer en prosentvis økning på om lag 17,8 prosent. Den største økningen målt i prosent står opplevelser (36,8 prosent) for. Deretter følger servering (22,7 prosent) og overnatting (20,6 prosent), mens økningen har vært noe lavere for formidling (10,5 prosent) og transport (5,1 prosent). Antall sysselsatte har økt mest innen servering og overnatting, med henholdsvis 772 og 624. Opplevelser har økt med 610 ansatte, mens transport og formidling har økt med henholdsvis 219 og 31 ansatte.

11 prosent av de sysselsatte innenfor reiselivsnæringen i Norge har arbeidssted i Nord-Norge. Til sammenligning har landsdelen om lag 9 prosent av de sysselsatte i Norge.

Den nordnorske reiselivsnæringen bidrar til om lag 4.544 jobber innenfor andre næringer. Nordland står for 2.187 jobber, Troms 1.662 jobber og Finnmark 696 jobber. De fleste kommer inn under finans og forretningsmessig tjenesteyting og varehandel.

Transport står for over halvparten av omsetningen

Reiselivsnæringen i Nord-Norge hadde en samlet omsetning, i form av driftsinntekter, på om lag 22 milliarder kroner i 2018. Den største andelen av omsetningen kom fra transport med 57 prosent, etterfulgt av overnatting og servering med henholdsvis 17 og 14 prosent hver. Opplevelser sto for 9 prosent av omsetningen, mens formidling utgjorde 3 prosent av total omsetning i Nord-Norge.

Omsetningen i den nordnorske reiselivsnæringen vokste med omtrent 78 prosent i perioden 2009 til 2018. Dette utgjorde en økning på 9,6 milliarder fra 2009. Særlig høy har veksten vært for opplevelser (161 prosent), servering (122 prosent) og formidling (121 prosent), mens veksten var lavest innen transport (63 prosent). For overnatting var veksten i perioden på 68 prosent. Den høye veksten for opplevelser kan ses i sammenheng med at det i løpet av perioden var en betydelig økning i antall bedrifter i denne bransjen, kombinert med en økning i folks kjøpekraft.

For 2018 hadde den nordnorske reiselivsnæringen et samlet driftsresultat på 1,6 milliarder kroner. Den gjennomsnittlige driftsmarginen var 7 prosent for reiselivsnæringen i hele Nord-Norge i perioden 2009–2018. Høyest har driftsmarginen vært for transport med 9,5 prosent. Med unntak av overnatting, har reiselivsaktørene i Troms og Finnmark jevnt over høyere driftsmargin enn Nordland. I Troms og Finnmark har driftsmarginen vært høyest for transport (14,7 prosent), etterfulgt av formidling (7 prosent), samt opplevelse og servering (begge med 4,1 prosent). Nordland hadde høyere driftsmargin for overnatting (2 prosent) sammenlignet med Troms og Finnmark (1,3 prosent). Nordland hadde høyest driftsmargin for formidling (4,3 prosent), og nest høyest for transport (4 prosent).

Svake marginer gjør store deler av reiselivsnæringen svært utsatt når etterspørselen og omsetningen faller. Koronapandemiens negative effekt på reiselivsnæringen, kombinert med lave driftsmarginer over tid, kan medføre at en svært høy andel av aktørene vil oppleve store økonomiske vanskeligheter og i verste fall konkurs. Næringen har i liten grad vært i stand til å utnytte omsetningsveksten til å skape økt lønnsomhet, og viser relativt svak evne til å forbedre lønnsomheten.

Reiselivsnæringen representerte 4,5 prosent av verdiskapingen i Nord-Norge

I 2018 representerte reiselivsnæringen 4,5 prosent av den totale verdiskapingen i Nord-Norge, noe som tilsvarer 9,5 milliarder kroner. Holder man offentlig sektor utenfor, utgjorde reiselivsnæringen ca. 7 prosent av det nordnorske næringslivets totale verdiskaping.

I løpet av perioden har den totale verdiskapingen økt med 58 prosent. Den største prosentvise veksten har vært innen opplevelser og formidling med 167 prosent, mens økningen i verdi er størst innen transport som har økt med om lag 2 milliarder kroner.

Stor andel med negativ egenkapital

Ved inngangen til 2019 hadde 23 prosent av aktørene negativ egenkapital. Størst var andelen innenfor servering med 30 prosent. Det er liten grunn til å tro at det var store endringer i disse tallene ved inngangen til 2020. En betydelig andel reiselivsaktører hadde en svak soliditet allerede før koronapandemien, og hadde dermed et dårlig utgangspunkt for å håndtere et inntektsbortfall. Vurdert i forhold til egenkapitalen var transport den mest solide bransjen med en gjennomsnittlig egenkapitalandel på 28 prosent, hvorav 11 prosent av aktørene hadde en negativ egenkapital i 2018. Sistnevnte illustreres i figuren under.

I tillegg opererer den nordnorske reiselivsnæringen med høy gjeldsgrad og relativt høye lønnskostnader. Lønnskostnader utgjør en relativt stor andel av de totale kostnadene for reiselivsnæringen. Dette, sett i sammenheng med en høy gjeldsandel, gjør bedriftene sårbare for inntektssvikten som pandemien har ført med seg. De kapitalintensive bedriftene som har påtatt seg høy gjeld for å kunne finansiere nødvendige investeringer, har svært høy risiko når omsetningen plutselig faller bort.

Scenarier for det nordnorske reiselivet i 2025

På stedet hvil

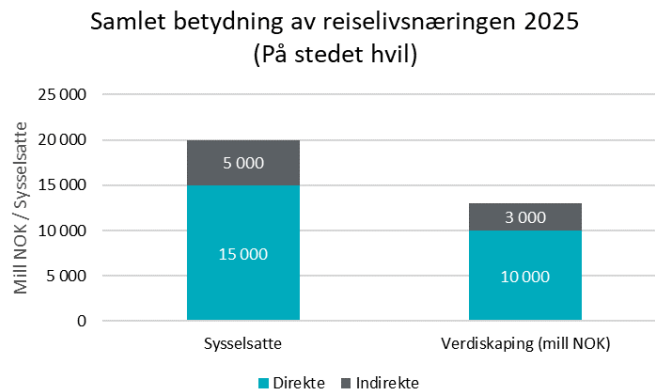
Dette er historien om hvordan koronapandemien glir over og hvordan reiselivet i Nord-Norge faller tilbake i gamle spor med jobbing fra sesong til sesong og svak koordinering.



ILLUSTRASJON: MARTIN LOSVIK

Det blir utviklet en ny vaksine som gjør det trygt og forsvarlig å gjenoppta lange flyreiser, noe også utenlandske konkurrenter har glede av. I 2025 er reiselivet i Nord-Norge på flere områder forbigjørt av Lappland, Island og Alaska, som har brukt de siste årene til å styrke samarbeidet på både regionalt og nasjonalt nivå og til å utvikle nye spennende grønne opplevelsestilbud. Nordlyset er ikke lenger et opplagt norsk konkurransefortrinn. Den politiske og administrative oppfølgingen i Nord-Norge er inkonsekvent og holder ikke tritt med utfordringene.

Det nordnorske reiselivet redder seg på den generelle optimismen, oppturen og eventyrlysten som preger verden når viruset kommer under kontroll. I 2025 er reiselivsaktørene i nord omtrent på samme aktivitets- og fortjenestenivå som før koronapandemien inntraff i 2020, mens andre deler av verden har rykket ifra. Noen vil si at det er «sjansen som glapp».



Figur 4- 1 Samlet betydning av reiselivsnæringen 2025 (På stedet hvil)

Kjennetegn ved scenariet

- I dette scenariet klarer ikke reiselivet å skape sin egen fremtid – næringen befinner seg i sin egen boble, selv om man gjenvinner mye av det tapte. Det går på gammel rutine. Lærdommen er at selv om det kommer en vaksine, kan det gå sånn passe. Hvis man fortsetter i samme spor som i dag, vil man kunne få en enda mer sårbar næring, og man blir dårligere forberedt på å håndtere fremtidige endringer i rammebetingelsene.
- Her ser det ut til at det i enda større grad er de store og ressurssterke som driver veksten, og at man ikke evner å få til bredde i tilbudene og verdiskaping gjennom nettverk.
- Hvis ikke koronapandemien blir en vekker for næringen, slik at den blir i stand til å gå nye veier og skape sterkere samhandling, blir dette «sjansen som glapp».
- Kompetanse og kapital kommer til å være en stor utfordring, ressursene er uttømt. Alt næringen har bygget opp, må nå startes på nytt. Men er det slik at alle kommer til å ønske å starte på nytt?

Fokus videre

- Det er høyst nødvendig å legge opp til et bredere samspill og få en sterkere politisk aksept for det næringen gjør og står for. Man må jobbe for at reiselivet skal bli en del av den lokale samfunnsutviklingen. Samhandlingen må også skje på nasjonalt nivå.
- Det må utarbeides en politikk som fremmer langsiktig utvikling, med virkemidler som støtter ambisiøse mål.
- Scenariet bekrefter viktigheten av å få mer ut av hver enkelt besøkende, noe som blant annet innebærer økt vekt på besøksforvaltning.
- Reiselivsnæringen må ta lærdom av situasjonen de står i nå: Scenariet viser at Nord-Norge må ha flere bein å stå på – de må begynne å utvikle andre næringer og næringsmuligheter.

Covid-25

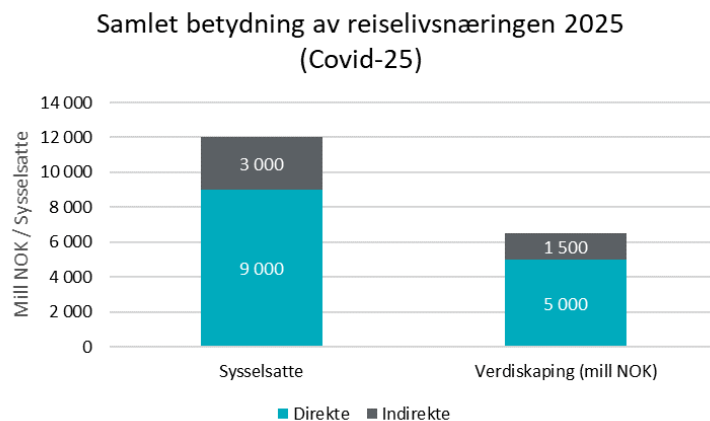
Dette er historien om en verden som sliter med sykdom, uro og frykt - og hvor reiselivet i Nord-Norge i 2025 er blitt totalt avhengig av det norske markedet.



ILLUSTRASJON: MARTIN LOSVIK

Det viste seg at Covid-19 bare var en forsmak på hva som var i vente: Nye mutasjoner og virusutbrudd, økonomisk turbulens og politisk spenning. Fly- og cruisereiser er underlagt nye og enda strengere regler. Utenlandske turister holder seg hjemme og etterspør opplevelser på nettet. Bare de mest eventyrlystne utlendingene kommer. Det blir et voldsomt press for å etablere flere ladepunkter, slik at nordmenn kan kjøre på ferietur nordover med elbil eller hybridbil. De norske turistene sies å være både godt vant og ofte lunefulle i sine interesser.

Gjenopphevingen har stoppet opp, særlig for hotellene. Det er vanskelig å få gehør for koordinering og samarbeid: «Enhver får klare seg som best hun kan!» I 2025 er omsetningen og verdiskapingen i reiselivet i Nord-Norge langt lavere enn før koronapandemien i 2020. Det er et reiseliv i revers.



Figur 4- 2 Samlet betydning av reiselivsnæringen 2025 (Covid-25)

Kjennetegn ved scenariet:

- Lokalsamfunnene vil oppleve lav innovasjonsgrad og stadig lavere verdiskaping.
- I dette scenariet er det norske markedet et nullsumspill, hvilket betyr at alle vil bruke ressursene på å berge seg som best de kan og kapre størst mulig markedsandel. Konkurransen fra andre deler av landet blir langt tøffere.
- Klimaet jobber mot Nord-Norge, trolig vil vi ikke se så mange norske turister feriere her i årene fremover.
- Vi får et enda mer sesongbasert reiseliv, som blir enda mer avhengig av en fungerende infrastruktur.
- Nord-Norge har mange «once in a lifetime»-opplevelser, noe som vil gjøre det vanskelig å opprettholde høy aktivitet over lengre tid, ettersom man ikke kan regne med så mange tilbakevendende kunder.

Fokus videre

- Reiselivet kan ikke overleve på noen få uker i sommermånedene – dette scenariet krever radikal nytenkning.
- Utsiktene til sterk, varig nedgang skjerper kravene til produkt/marked-koblingen og til utviklingen av nye produkter.
- Scenariet innebærer at det vil være nødvendig å bygge ned næringen og redusere tilbudene. Man vil få et helt annet reiseliv enn i dag.
- Hvordan motvirke lammelsen? Klarer man å rette seg mot det norske markedet på en enda mer presis måte og samtidig forsterke innsatsen for å nå ut til det internasjonale markedet?

Høyere tempo

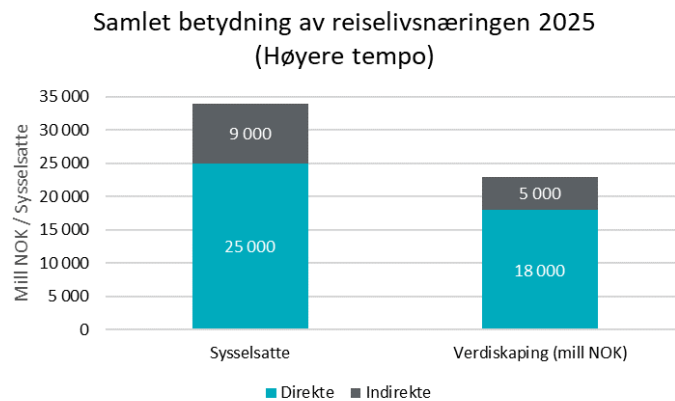
Dette er historien om hvordan reiselivsnæringen i Nord-Norge avviser sololøp og hvordan landsdelen tar et sprang mot økt samhandling for å møte den tøffere konkurransen post-Korona.



ILLUSTRASJON: MARTIN LOSVIK

Koronapandemien har ført til et mer intenst og forpliktende internasjonalt samarbeid, ikke minst i Norden og Europa. Smittespredningen er slått ned, og nye effektive vaksiner er i ferd med å bli tatt i bruk. Nasjonale myndigheter og EU-kommisjonen satser tungt på innovasjon og næringsutvikling i regionene for å få i gang hjulene etter krisen. Reiselivet, også i Nord-Norge, får et tydeligere samfunnsansvar. Reiselivsnæringene i nord blir nødt til å løfte ambisjonsnivået og samarbeide nært med lokalsamfunnene og FoU-miljøene. Det skjer en omlegging og konsolidering av bedriftene gjennom nettverk, allianser og nye større enheter.

Utfordringene tvinger frem store satsinger på kultur og opplevelser. I 2025 er prognosene at omsetningen og verdiskapingen i reiselivet i Nord-Norge vil bli høyere enn de var før koronapandemien rammet næringen i 2020. Det er bedre tider, men også krevende tider.



Figur 4- 3 Samlet betydning av reiselivsnæringen 2025 (Høyere tempo)

Kjennetegn ved scenariet:

- Scenariet viser at det finnes et potensiale for å skape mer turisme, men det krever at man klarer å presentere Nord-Norge på en mer helhetlig måte, som en region som henger sammen og arbeider sammen.
- Scenariet tydeliggjør dermed behovet for samarbeidsstrukturer som er mer solide enn dem man har i dag og for at næringen jobber tett sammen med myndigheter og lokalbefolkning.
- Tempoet og veksten i scenariet fordrer restrukturering og høy grad av enighet i hele landsdelen. Her kreves det økonomi, faglig koordinering, bedre regional samhandling og økt forståelse i det offentlige av reiselivets rolle og betydning.
- Scenariet peker på verdien av å styrke nordnorsk reiseliv som helhet med tanke på å komme helskinnet gjennom krisen. Næringsaktørene og støtteapparatet må samarbeide om å lage en plan for hvordan man både kan utdanne og holde på folk, slik at distrikts-Nord-Norge er oppe og går om fem år (2025).

Fokus videre

- Det blir avgjørende å utvikle strategier for å jobbe smartere, mer kommersielt og mer bærekraftig og langsiktig.
- En konsekvens er at man må ha motorer og fasilitatorer og at det gjennomføres prosesser som gjør at man klarer å strukturere og jobbe med å ta ut potensialet for vekst ut fra situasjonen som den er. Man må også skape et felles syn på utfordringene og oppslutning om de viktigste målene.
- Næringen må tenke nytt, være omstillingsdyktig og tenke bærekraft i alle ledd. For å få til dette, må man utvikle noen felles spilleregler og bli enig om en ambisjon om økt bærekraft. Næringen må skaffe seg flere og mer robuste markeder, slik at man ikke blir altfor sårbar hvis det skjer dramatiske ting igjen.
- Scenariet forutsetter at man bygger flere og sterkere kompetansemiljøer og at man får på plass tilskuddsordninger for utdanning og lærlingeordninger.
- Bedriftene må få insentiver til å satse på fremtiden og våge å investere i næringen.
- Støtteapparatets tilbud til næringslivet må tilpasses og spisses. De offentlige aktørene må også bli bedre til å jobbe sammen.
- Det er krevende å takle vekst: Hvordan løse dette på en god måte? Hvordan få flere med på veksten, slik at lønnsomheten spres på flere hender? Hvordan sikre ansvarlig markedsføring som forhindrer økt belastning på sårbare områder? Hvordan bidra til det grønne skiftet?