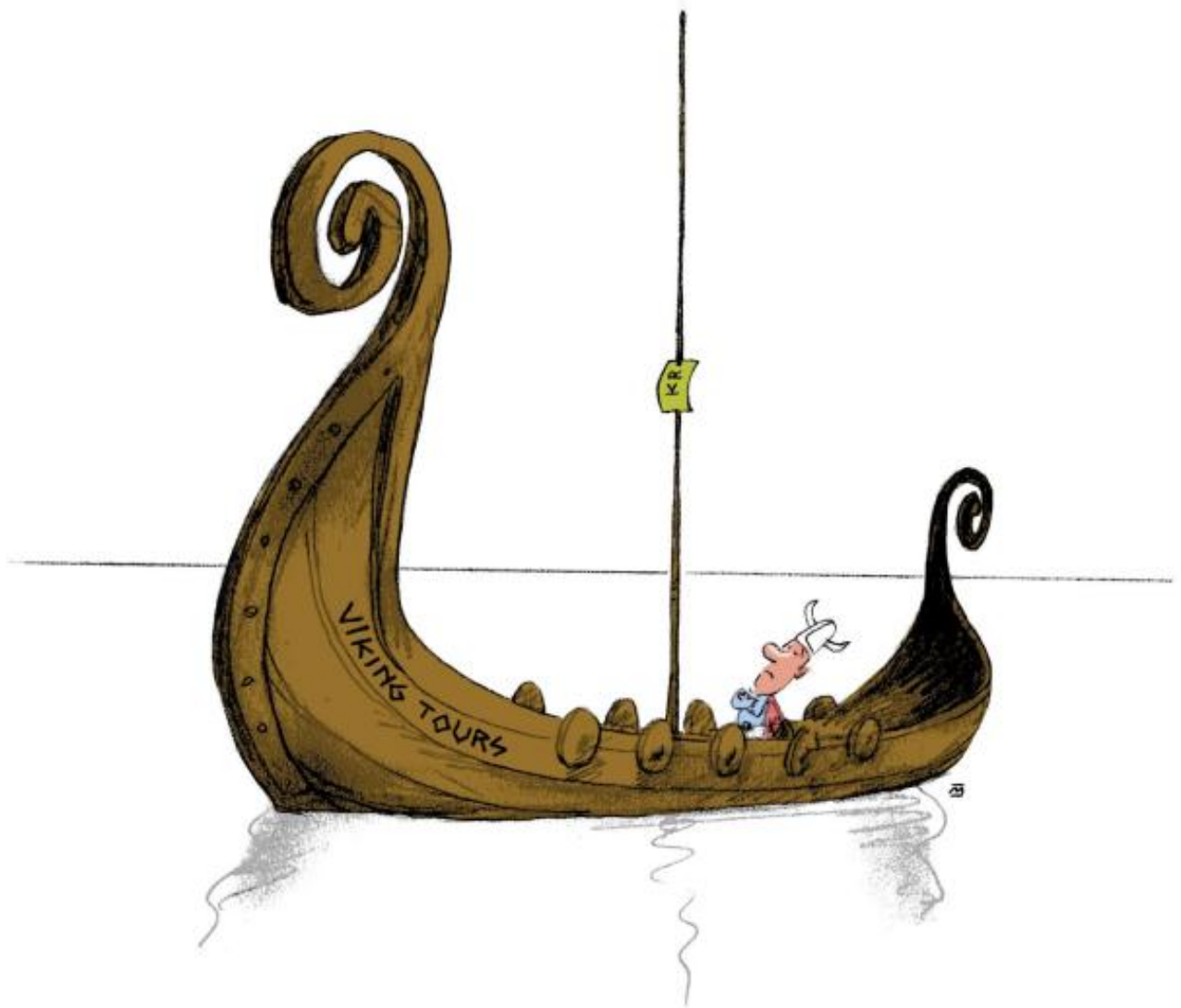


bt.no

© Bergens Tidende <http://www.bt.no/meninger/kommentar/article366923.ece>

# Moderniseringsbremse?

Norsk reiselivsnæring kører med bremsene på.



ILLUSTRASJON: Marvin Halleraker

ILLUSTRASJON: Marvin Halleraker

Publisert: 03. jun. 2007, 06:00

Oppdatert: 03. jun. 2007, 10:47

**VI SKRIV 3. JUNI.** Men så langt har vi sett lite av sommaren. Og turistsesongen på Vestlandet har knapt begynt. Sidan eg studerte på NHH tidleg på 1970-talet, og skreiv ei lita og framtidsretta avhandling om reiseliv og distriktsutbygging i Stryn kommune, har utviding av den korte sommarsesongen vore satsingsområde nr. 1 for turistnæringa på Vestlandet. Men i dag, akkurat som i 1972, varer turistsesongen frå 15. juni til 10. august.

«**MODERNISERINGSBREMSE**». Det var denne nemninga historikaren Johs B Thue frå den vakre turistbygda Balestrand for eit par år sidan nytta for å setje ord på dei lokale økonomiske verknadene av satsinga vår i indre og midtre Sogn på den korte og intense turistsesongen. Turistnæringa sitt bidrag til heilårs sysselsetjing og fast og aukande busetnad i lokalsamfunna er magert. Flåm har 500.000 besøkjande turistar om sommaren, men folketalet i bygda går tilbake år for år. Det same gjer det i Balestrand. Og i dei fleste turistbygder i Hardanger og på Sunnmøre.

Dei store investeringane i reiselivet i regionen kastar så lite av seg at dei «vert ein sentral forklaringsfaktor på det stagnerande folketalet», hevda historikaren. Og etterlyste - med rette - forskning som kan sjå nærmare på dette. Reiselivet på bygdene er «ei forskingsmessig brakkmark», skreiv den gode Thue. Folketalet i Sogn (og i Hardanger) er i dag om lag det same som for 100 år sidan. Men kanskje hadde biletet vore endå dystre utan sommarturismen?

**VISDOMSORDA FRÅ** Johs B rann meg i hug i solfylte Bodø, der eg denne veka har vore på konferanse om «Innovasjon gjennom samhandling», skipa til av den universitetsaspirerande Høgskolen i Bodø under overskrifta «Høgskole og samfunn i samhandling». Saman skal vi verte sterke. Og i nord rår optimismen. Det gjeld reiseliv, havbruk, energi, olje. Fiske var det derimot ingen som snakka om. Godt støtta av regjeringa si nye satsing på nordområda og veksande oljeaktivitet, har nordlendingen retta seg i ryggen, og ser lysare på framtida enn på lenge.

Men innovasjonsutfordringane for det kommande universitetet i Bodø og for academia elles er store. På konferansen vart det lagt fram tal som viste at universitet og høgskular i Noreg er kjelde for berre tre prosent av alle innovasjonar. Det same gjeld også offentlege og private forskingsinstitutt. Og direktøren for Microsoft Noreg kunne fortelje oss at ingen norske fommiljø var funne verdige til å vere med i Microsoft European Science Initiative. Universiteta våre er ikkje flinke nok.

**I NORSK REISELIV** står det særst dårleg til med innovasjonsevna. Spesielt gjeld dette dei i store bedriftene. Det var den erfarne reiselivsforskaren Øystein Jensen frå Universitetet i Stavanger som med tyngde hevda dette på konferansen. I følgje Jensen er produktutvikling eit «stebarn i norsk turistnæring». Det sterke fokuset på merkevarebygging har vore passiviserande i forhold til innovasjon og produktutvikling.

Jensen trekte fram det han kalla «Idé- og ressursparadokset» i norsk reiseliv. Det lyder slik: «Dei som har dei gode ideane i norsk turistnæring, har ikkje ressursar til å kunne gjennomføre desse ideane». Det er dei mange små, entusiastiske nisjebedriftene, drivne med stor personleg innsats i nærkontakt med kundane, som har dei gode og kreative ideane. På den andre sida har vi dei store, driftsorienterte, konforme og uniformerte kjedehotella, med stor avstand frå golvet til toppen.

**JENSENS SPISSFORMULERTE** seg slik: «De store har noen få, elendige ideer» og «De små har mange, fantastiske ideer». Og endå verre: Dei store reiselivsbedriftene er også elendige, ja, det var dette reiselivsforskaren sa, til å velje ut kva for idear ein skal gå vidare med, medan dei små er svært flinke til å ta med seg dei levedyktige ideane vidare. Men fordi dei store har ressursar, vert deira dårlege idear sette ut i livet, medan dei små manglar ressursar til å realisere sine gode idear. Derfor vert det liten innovasjon i turistnæringa.

Det gledelege er framveksten av dei mye nisjeprega aktørane. Dei kjem for fullt også her på Vestlandet. Det er desse, ikkje dei store bedriftene og dei tunge reiselivsorganisasjonane, som eventuelt kan hjelpe oss med å bukt med det vanskelege sesongproblemet. Mange av dei små reiselivsbedriftene medverkar til å styrkje opplevinga på staden er turistane oppheld seg. Berre slik kan ein gjere sesongen betre, lengre og meir lønsam.

**TURISTNÆRINGA**, også på Vestlandet, har gjennom generasjonar tapt store beløp på grunn av mangel på vilje til å setje i verk levedyktige innovasjonar. Av denne grunn har næringa truleg heilt fram til i dag vore ei «moderniseringsbremse». Framtidshåpet for næringa og for dei stadig meir folketomme bygdene våre, er i dag knytt til dei mange små, nye og innovative nisjeverksemdene. Har Innovasjon Norge tenkt å gjere noko med dette?



Ansvarlig redaktør: Einar Hålien  
[Copyright © Bergens Tidende](#)  
Krinkelkroken 1, Postboks 7240, 5020 Bergen

Sentralbord: 05500 (man-fre. 08.00-16.00)  
Manglende avis: 05500 før 10.00  
[Tips BT: 02211](#)  
[Kontaktinformasjon avdelinger](#)

---