



Høgskulen  
på Vestlandet

# BACHELOROPPGAVE

Effekten av klimaendringer på breturisme  
og naturbasert reiseliv

Implications of climate change for glacier-  
and nature-based tourism

Cecilie Friis – Kandidatnr: 267

Natur-og opplevelsesbasert reiseliv  
Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap  
Høgskulen på Vestlandet

Antall ord: 11.527

Veileder: Kristin Løseth

26. maj, 2023

Jeg bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle

kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 12-1.

# Sammendrag

Denne opgave omhandler klimaforandringernes påvirkning på breturismen og det naturbaserede rejseliv på perifere destinationer. Opgaven tager udgangspunkt i Briksdalsbreen, en brearm til Jostedalsbreen, Norges største isbre. Helt specifikt har opgaven til formål at se på hvilken betydning klimaforandringerne på Briksdalsbreen, har haft for breturismen og det naturbaserede rejseliv i Oldedalen. Derudover undersøger opgaven, hvordan lokale rejselivsoperatører har håndteret at tilpasse sig forandringerne i deres nærmiljø.

Opgavens teoretiske udgangspunkt bygger hovedsageligt på begreberne *'tilpasningsevne'* og *'tilpasningsstrategi'*. Bl.a. anvendes Pelling's (2011) tre tilpasningskategorier som rammeværk, til at forstå de resultater der er vokset frem af analysen, samt til at tolke resultaterne i en større sammenhæng. Den kvalitative forskningsmetode er blevet anvendt som grundlag for forskningsdesignet, og dataindsamlingen er udført gennem brug af semistruktureret interview og dokumentanalyse.

Resultaterne viser at måden, hvorpå Oldedalens rejselivsoperatører opfatter breturismen, har ændret sig. Tidligere tillagde de lokale rejselivsoperatører Briksdalsbreen stor betydning i forhold til Oldedalens besøgstal. I dag er man, i takt med klimaforandringernes afsmeltning af Briksdalsbreen, blevet klar over at breen ikke er så altafgørende for Oldedalens rejseliv, som man tidligere har troet. Det skyldes hovedsageligt, at der i Oldedalen har været en kraftig tilvækst i lokalturismen de sidste 10-15 år.

Bedrifterne har haft succes med at tilpasse sig klimaforandringerne på Briksdalsbreen samt forandringerne i Oldedalens lokale rejseliv. Måden hver enkelte rejselivsoperatør har formået at tilpasse sig, afhænger af de enkelte operatørers hovedprodukt. Dog er det tilpasningsstrategiske mønster, der viser sig i Oldedalen, tilsvarende det mønster der ses på et internationalt plan. Da opgaven er begrænset i tid og rum, har det ikke været muligt at gå i dybden med alle resultaterne. Der er derfor fine muligheder for at benytte opgaven som inspiration til videre forskning inden for samme felt i fremtiden.

# Abstract

This research project explores the impact of climate change on glacier tourism and nature based tourism in peripheral areas. The study area of interest is Briksdalsbreen, a glacier tongue belonging to Jostedalbreen, Norway's biggest glacier. The specific aim of this research project is to investigate how the climate-induced changes on Briksdalsbreen impacts glacier tourism and the nature based tourism in Oldedalen. Furthermore, the study explores how local tour operators have managed to adapt to changes in their local environment.

The study's theoretical background is based on the terms '*adaptive capacity*' and '*adaptive strategy*'. Amongst others, Pelling's (2011) three strategic adaptation categories have been used as a framework to understand the results that have emerged from the analysis, as well as interpret the results in a greater context. The qualitative research method constitutes the foundation of the research design while the data collection tools are semi-structured interviewing and document analysis.

Results show that the way in which Oldedalens tour operators perceive the meaning of glacier tourism have changed. Earlier on, local tour operators placed great emphasis on Briksdalsbreen's importance for the number of tourists travelling to Oldedalen. Concurrently with the melting of Briksdalsbreen, tour operators have nowadays become aware that the glacier is not so essential for the success of Oldedalen's tourism profile. This is mainly due to tourism in Oldedalen has grown rapidly the past 10-15 years.

Altogether local tour operators have been successful in adapting to both climate-induced changes on Briksdalsbreen as well as local tourism changes in Oldedalen. The way in which each tour operator has managed to adapt depends on their main commercial product. However, the adaptive strategic pattern that has been identified in Oldedalen is similar to the adaptive strategic pattern that is seen internationally.

Due to the fact, that this study is limited in time and space it has not been possible to conduct an in depth analysis on all research results. This leaves an opportunity for using this research project as an inspiration for future research within the same field.

# Indholdsfortegnelse

1.0	Indledning	1
1.2	Problemformulering	2
1.3	Fremgangsmåde	2
2.0	Teori	2
2.1	Geografisk Kontekst	2
2.1.1	Klimaforandringer på Briksdalsbreen	4
2.1.2	Rejselivets Udvikling i Oldedalen	4
2.2	Præsentation af Eksisterende Forskningsvinkler	4
2.3	Tilpasningsteori og Rammeværk	7
2.3.1	Tilpasningseksempler på Destinationsniveau	9
3.0	Metode	10
3.1	Den Kvalitative Forskningsmetode	10
3.2	Dataindsamlingsformer	10
3.2.1	Semistruktureret Interview	10
3.2.2	Dokumentanalyse	11
3.3	Udvalg	12
3.4	Dataanalyse	13
3.5	Validitet & Reliabilitet	14
4.0	Resultat & Diskussion	17
4.1	Identificering af Informanter	17
4.1.1	Bedrift A	18
4.1.2	Bedrift B	18
4.1.3	Bedrift C	19
4.1.4	Bedrift D	20
4.2	Lokalt Samarbejde	21
4.3	Turismeudviklingen i Oldedalen	21
4.4	Helhedsoplevelser i Fokus	24
4.5	Resilience	25
4.6	Bedrifternes Tilpasningsevne	26
4.7	Pelling's Tilpasningsstrategier på Bedriftsniveau	29
4.8	Perspektivering til Internationale Studier	32
5.0	Konklusion	35
6.0	Litteraturliste	38

7.0 Vedlegg.....	40
Vedlegg 1 – Briksdalsbreens Udvikling.....	40
Vedlegg 2 – Interview Bedrift A.....	41
Vedlegg 3 – Interviewguide.....	49
Vedlegg 4 – Analyseskema Bedrift B.....	51
Vedlegg 5 – Analyseskema Bedrift C.....	55
Vedlegg 6 – Analyseskema Bedrift D.....	61

# Tabeloversigt

Billede 1	Jostedalsbreen Nationalpark .....	3
Figur 1	Databehandling Interview .....	13
Figur 2	Tematisk Kategorisering .....	14
Graf 1	Årlig Omsætning i Mio. Kr. ....	22
Graf 2	Antal Turister Årligt .....	22
Diagram 1	Tilpasningsstrategier Oldedalen .....	33
Diagram 2	Tilpasningsstrategier Salim et al. ....	33

# 1.0 Indledning

Klimaforandringer er en realitet verden over, og det er i dag almen viden at klimaet igennem de sidste århundrede, gradvist er blevet varmere og varmere (Europa Kommissionen, 2022). Ifølge FN-Sambandet (2020) er temperaturen på jordkloden steget med 1,1 C° siden 1750. En stigning der er højere og foregået langt hurtigere end først antaget.

Konsekvenserne af klimaforandringerne er mange, men afsmeltningen af isbreer og iskapper, særligt på Arktis, formodes dog at være den største trussel mod opretholdelsen af den globale klimabalace (Norsk Polarinstitut, 2022). Adskillige forskningsstudier fremhæver hvordan isbre-miljøer tilhører nogen af verdens mest sensitive og foranderlige naturlandskaber. Både forhenværende, nutidige og fremtidige studier viser at selv små udsving i regional nedbør og temperatur, har stor indvirkning på en isbres bevægelsesmønster, tykkelse og afsmeltningshastighed (Welling & Abegg, 2019).

I dag er afsmeltningen af isbreer på verdensplan så markant, at isbreernes eksistens nu flere steder er truet (Artsdatabanken, 2018; Foulkes, 2022). Forskning på og omkring isbremiljøer er derfor vigtigt, da det er med til at skabe viden og forståelse for de konsekvenser det har når isbreer og iskapper smelter.

I forsøg på at bidrage med yderligere teoretisk viden på området, vil dette studie ligge vægt på at undersøge hvilke samfundsmæssige påvirkninger smeltende isbre-miljøer har på det naturbaserede rejseliv. Herunder, særligt isbremiljøernes påvirkning på perifere rejselivsdestinationer hvis næringsliv hovedsageligt baserer sig på breturisme og naturbaseret rejseliv.

## 1.2 Problemformulering

Formålet med dette studie er at undersøge hvilken betydning klimaforandringerne på Briksdalsbreen har haft for breturismen og det naturbaserede rejseliv i Oldedalen, samt belyse hvordan lokale rejselivsoperatører har håndteret at tilpasse sig disse forandringer.

## 1.3 Fremgangsmåde

For at kunne besvare ovenstående problemformulering vil denne opgave indledningsvis begynde med et teoriafsnit hvor tidligere forskning og centrale teorier præsenteres. Dernæst følger et metode-og analyseafsnit hvor der redegøres for metodevalget, dataindsamlingsprocessen samt det bagvedliggende analysearbejde. Resultaterne præsenteres i sammenhæng med en diskussion, hvor der bl.a. trækkes tråd mellem tidligere fremstillet teori og hovedfundene i opgaven. Til slut vil en konklusion opsummere opgavens vigtigste pointer og resultater, besvare opgavens problemformuleringen samt bidrage med spørgsmål og personlige refleksioner til videre forskning.

# 2.0 Teori

Ved at identificere og sammenholde eksisterende viden og forskning har dette teoriafsnit til formål at belyse klimaforandringernes påvirkning på perifere rejselivsdestinationer placeret nær isbre-miljøer. Afsnittet vil redegøre for opgavens geografiske kontekst, præsentere eksisterende forskningsvinkler samt undersøge hvordan forskellige tilspasningssteorier tidligere har været benyttet som rammeværk til at forstå rejselivsudviklingen inden for breturismen og naturbaseret rejseliv.

## 2.1 Geografisk Kontekst

I Norge, mellem Sognefjorden og Nordfjord, to af verdens længste fjorde, ligger Jostedalsbreen Nationalpark. En nationalpark der dækker et område på ca. 1.315 km<sup>2</sup> og udgør en af Sydnorges største vildmarksområder (Trollbinde, 2022). Jostedalsbreen dækker



omtrent 470 km<sup>2</sup> af nationalparkens samlede areal, hvilket gør breen til den største isbre på europæisk fastland (Trollbinde, 2022).

Med sine 37 navngivne brearme har Jostedalsbreen siden 1800-tallet, været et yndet rejsemål for udenlandske, såvel som norske turister (Norsk Bremuseum, 2022).

Nigardsbreen, Bøyabreen, Supphellebreen og Briksdalsbreen er blot nogen af de brearme der gennem tiden har været centrale breer for bl.a. forskning, rejseliv og norsk friluftsliv (Norsk Bremuseum, 2022).

På Billede 1 – *Jostedalsbreen Nationalpark*, ses nationalparkens geografiske placering, samt Briksdalsbrens eksakte lokation (Briksdalen) i forhold til hele nationalparken. Bygden Olden samt Oldedalen er ligeledes fremhævet, og ses i forlængelse af Briksdalen.

Billede 1 – Jostedalsbreen Nationalpark



Billede 1 – *Jostedalsbreen Nationalpark*. Hentet fra: Google Maps, 2022; Jostedalsbreen Nasjonalpark, 2022

### 2.1.1 Klimaforandringer på Briksdalsbreen

Historisk set har breffronten til Briksdalsbreen haft store udsving gennem tiden. I slutningen af 1800-tallet bevægede fronten sig fremover, mens den fra 1910-1930 havde en tilbagegang på ca. 800 meter (Askheim, 2022). I 1990'erne havde Briksdalsbreen den kraftigste fremrykning i nyere tid, da fronten i årene mellem 1992-1996 genvandt 278 meter af sin massebalance og bevægede sig helt op til 80 meter pr. år (Askheim, 2022). Vedlegg 1 – *Briksdalsbrens Udvikling* giver et visuelt billede på hvordan breen fra 1993 til 1997 bevægede sig fremover.

Siden 1990'ernes storhedstid har Briksdalsbreen været på tilbagegang, hvilket også fremgår af Vedlegg 1 – *Briksdalsbrens Udvikling*. Årsagen skyldes ifølge Nesje (2005), at de norske vintre er blevet mildere og somrene varmere. Breens ablation er dermed blevet større end dens akkumulation, hvilket betyder at Briksdalsbreen i dag smelter mere end den vokser.

### 2.1.2 Reiselivets Udvikling i Oldedalen

Historisk set har der altid været meget turismeaktivitet på og omkring Briksdalsbreen (Tegneren, 2022). Nogen af de første turister der kom til området var engelske rigmænd, som kom i midten af 1800-tallet (Tegneren, 2022). Dengang blev turisterne fragtet med båd ind til bunden af Oldevatnet, for herfra at blive kørt i høvogn, og senere hestevogn, det sidste stykke ind til breen. Først i 1955 blev der etableret et vejnet helt ind til Briksdalen. Det betød, at folk indtil da var stærkt afhængige af vandet som primær færdselsåre (Tegneren, 2022). Alt dette vidner om, at Briksdalsbreen altid har været en central del af oldedølingenes bevidsthed og stedstilknytning til området.

## 2.2 Præsentation af Eksisterende Forskningsvinkler

Breturisme anses i forskningsøjne som værende et forholdsvis nyt fænomen, der modtager stadig større opmærksomhed verden over (Welling *et al.*, 2015). Ud fra et historisk perspektiv er dette interessant, eftersom de første eksempler på kommerciel breturisme går langt længere tilbage i tiden, og kan spores tilbage til det 18. århundrede. Ifølge Salim *et al.* (2021a) besøgte de første breturister franske Chamonix-Mont-Blanc allerede i 1741.

Ligeledes har Jostedalsbreen tiltrukket turister siden det 19. århundrede, mens breturismen på Island går tilbage til begyndelsen af det 20. århundrede (Jostedalsbreen Nasjonalpark, 2021; Björnsson, 2017). På New Zealand havde breturismen sit første indtog i slutningen af 1880'erne, mens man i Kina oplevede stigende menneskelig aktivitet på breerne i Qilian bjergpasset fra starten af 1900-tallet (Purdie, 2013; Shijin *et al.*, 2020). Samlet set vidner dette om at rebaseret turisme har stærke rødder i historien, hvilket gør det nærliggende at stille spørgsmålstejn ved hvorfor man først i nyere tid er begyndt at interesse sig for breturisme som et eget forskningsområde inden for det naturbaserede rejseliv.

En af de første til at fremhæve klimaforandringernes betydning for det naturbaserede rejseliv var Scott *et al.* (2007). I deres studie påpeges det at klimaet har stor indirekte påvirkning på det naturbaserede rejseliv, da natur-og miljøkvalitet inden for denne branche, er altafgørende i forhold til økonomisk vækst og samfundsmæssig udvikling af lokale rejselivsdestinationer. Coldrey & Turpie (2020) beskriver ligeledes at ikke bare naturbaseret rejseliv, men turisme i al almindelighed, bør ses som en meget klimaafhængig branche. Salim *et al.* (2021b) støtter op om begge disse synspunkter, men påpeger yderligere, at nicheturismen inden for det naturbaserede rejseliv, behøver et særligt fokus. Det skyldes at nutidens klimaforandringer har en kraftig påvirkning på de lokalsamfund hvis næringsliv hovedsageligt bygger på naturbaseret nicheturisme, så som breturisme.

Et eksempel på en rejselivsdestination hvis natur-og miljøkvalitet i dag er stærkt påvirket af klimaforandringer er 'Glacier Country', på New Zealands sydlige vestkyst. En perifer turistdestination, der hvert år tiltrækker 28% af alle landets besøgende og bidrager med omkring 100 mio. newzealandske dollars (NZD) årligt, svarende til mere end 600 mio. norske kroner (Purdie, 2013). Indtægterne fra de mange besøgende genereres hovedsageligt i de to nærliggende turistlandsbyer Franz Josef og Fox Glacier Town. To lokalsamfund hvis eksistensgrundlag er baseret næsten udelukkende på breturisme (Espiner & Becken, 2013).

Udfordringen 'Glacier Country' står over for, er risikoen for at miste de to ikoniske isbreer, Fox Glacier og Franz Josef Glacier. Siden 2008 har disse været på tilbagetog, og hver især mistet omkring 800-880 meter af deres længde (Tom, 2022; Dunleavy, 2021). Dette har forårsaget store sediment-og stenaflejringer på overfladen af isbreerne, gjort det vanskeligere for turister at nå frem til brefronterne samt øget risikoen for stenskrud. For turismen betyder dette, at de to breer i dag fremstår mindre storslåede, mere beskidte og

vanskeligere at opleve på nært hold (Dunleavy, 2021). En udvikling der på sigt kan få alvorlige konsekvenser for lokalturismen, og som understreger Scott *et al.*'s (2007) udsagn om at natur- og miljøkvalitet, har stor betydning for det naturbaserede rejseliv.

I forbindelse med indsamlingen af teoretisk viden, står det klart at en lang række studier anvender 'Glacier Country' i New Zealand, som førende eksempel på hvordan nutidens klimaforandringer påvirker breturismen og det naturbaserede rejseliv. Gennem litteratursøgningen har denne opgave identificeret tre forskningsstudier der alle tager udgangspunkt i New Zealand.

Purdie (2013) fokuserer i sit studie om 'Glacier Country' hovedsageligt på at præsentere allerede publiceret viden. Stewart *et al.*'s (2016) studie går skridtet videre ved at afdække ny viden og fremhæve aktuelle samfundsmæssige problemstillinger. Bl.a. undersøger Stewart *et al.* (2016) hvilken indflydelse tilbagetrækningen af Fox Glacier og Franz Josef Glacier har haft på turisternes adfærd og natursyn, samt identificerer lokale interessenters perspektiv på klimaforandring og tilpasning.

Et tredje studie der benytter 'Glacier Country' er Espiner & Becken's (2013) studie. Til forskel fra de to ovennævnte studier er Espiner & Becken (2013) i højere grad optaget af at undersøge hvilke udfordringer 'Glacier Country's' geografiske placering har for det lokale rejseliv i henholdsvis Franz Josef og Fox Glacier Town. Denne indfaldsvinkel er ligeledes vigtig at belyse, da naturen omkring perifere rejselivsdestinationer oftest både er drivkraften bag turismen, og samtidig den største trussel mod lokalsamfundenes eksistensgrundlag (Espiner & Becken, 2013). Begreber som '*resilience*', '*vulnerability*' og '*adaptive capacity*' introduceres i dette studie som vigtige nøgleord.

Ser man til resten af verden, er det dog ikke kun New Zealands isbreer der er omdrejningspunkt for breforskning og naturbaseret rejseliv. Destinationer som Island, Kina, Bolivia, Frankrig, Canada og Norge figurerer ligeledes i flere studier. En overskyggende forskningsvinkel der går igen i de fleste af disse studier kan knyttes til Stuart *et al.*'s (2016) fokus på interessentperspektiver og tilpasningsevne.

Med udgangspunkt i Island undersøger Welling & Abegg (2019) hvordan islandske turoperatører klarer at tilpasse sig lokale klimaforandringer samt hvilken process det kræver og hvor effektivt de lykkedes med at imødekomme denne. Tilsvarende ser Salim *et al.*

(2021b) på breturismen omkring franske Mer de Glace. Deres studie fokuserer hovedsageligt på de tilpasningsstrategier som turoperatører tidligere har implementeret, i forbindelse med brebaserede turismeaktiviteter.

Et sidste studie der er interessant at fremhæve er Kaenzig *et al.*'s (2016) case study af isbreen Chacaltaya, nær La Paz i Bolivia. Tidligere var Chacaltaya kendt som den højstliggende skiløype i verden, og har været en etableret naturbaseret rejselivsdestination siden 1939. Dette billede forandrede sig dog for alvor i 2009, hvor isbreen smeltede helt bort, efter flere års kraftig klimapåvirkning.

Chacaltaya er den tidligst dokumenterede turistdestination hvor en hel isbre er fuldstændig forsvundet på grund af klimaforandringer (Kaenzig *et al.*, 2016). Netop dette gør Kaenzig *et al.*'s (2016) studie vigtigt at hæfte sig ved, da det som det eneste studie undersøger hvilken endelig betydning det har for en rejselivsdestination, når det naturbaserede eksistensgrundlag forsvinder. Sammenlignes dette studie med andre studier der er fremhævet i teoriafsnittet tyder den overordnede kildeindsamling på at forskning rundt om brebaseret turisme, hvis eksistensgrundlag ikke længere er intakt, tilhører et udforsket område.

### 2.3 Tilpasningsteori og Rammeværk

Dykker man ned i breturisme og naturbaseret rejseliv viser flere forskningsstudier at perifere befolkningsgrupper og naturbaserede rejselivsoperatører løbende er tvunget til at tilpasse sig klimaforandringer, hvis de skal gøre sig forhåbninger om en eksistens i fremtiden (Kaenzig *et al.*, 2016; Phan *et al.*, 2021; Salim *et al.*, 2021b). En stor del af den teori der præsenteres i samfundsorienterede klimastudier, omhandler derfor overlappende koncepter som '*tilpasningskapacitet, -evner, -strategier og -processer*' (Kaenzig *et al.*, 2016; McDowell & Ford, 2014; Salim *et al.*, 2021a; Welling & Abegg, 2019).

Ifølge Phan *et al.* (2021) er særligt tilpasningskapacitet et vigtigt koncept at tage højde for hvis man som bedrift ønsker at imødekomme klimaforandringer på en bærekraftig måde. Inden for det naturbaserede rejseliv spiller evnen til tilpasning en vigtig rolle, da tursimesektoren anses som en af de brancher der er dårligst rustet til at kunne modstå klimaforandringer, i forhold til langsigtet muligheds- og risikotilpasning. Dette skyldes

hovedsageligt at rejselivsbranchen er stærkt afhængig af den attraktivitet som tilknyttes jordens naturlige økosystemer. Det er nemlig ofte økosystemernes særprægethed der tiltrækker turister til et område (Sander, 2015). Når jordens klimaforandringer forårsager flere og flere markante ødelæggelser på disse økosystemer er det derfor en udfordring (Sander, 2015).

Årsagen til at langsigtet klimatilpasning ofte prioriteres lavt i rejselivsbranchen, skyldes ifølge Sander (2015) at kortsigtede hændelser, som naturkatastrofer, kriminelle uroligheder eller økonomiske rystelser udgør stor umiddelbar påvirkning på et økosystems attraktivitet. Forsvinder attraktiviteten, forsvinder også turisterne. Når turisterne forsvinder har dette direkte økonomisk påvirkning på hele turismesektoren omkring det givne økosystem. For mange rejselivsoperatører udgør dette en langt større øjeblikkelig trussel, end selve risikoen ved ikke at have en langsigtet klimatilpasningsstrategi.

En anden synsvinkel Phan *et al.* (2021) også fremhæver, er at der på nuværende tidspunkt eksisterer for stor tvetydighed omkring hvordan man bedst måler de indikatorer der har betydning for hvordan rejselivsbedrifter udvikler deres langsigtede tilpasningsstrategier. Tilpasningsteori udgør derfor et relevant teoretisk udgangspunkt for forskning i naturbaseret rejseliv, da der fortsat er stort behov for mere klarhed på området.

Eisenack & Stecker (2011) har i forsøg på at skabe mere klarhed udarbejdet et tredelt rammeværk med udgangspunkt i klimatilpasning. Rammeværket skelner mellem *'tilfældig tilpasning'*, hvor handlinger tilpasses på et ubevidst og utilsigtet plan, *'implicit tilpasning'*, som er formålsbaseret tilpasning der ikke tager højde for betydningen af klimaforandring, og *'eksplicit tilpasning'*, hvis ultimative formål er at tilpasse sig klimaforandring.

Tilsvarende har Pelling (2011) udarbejdet tre kategorier, der hjælper med at identificere bedrifters tilpasningsevner. Den første strategi er den *'reaktive'*. Her tilpasser bedrifter sig kun udefrakommende påvirkninger, når de står over for øjeblikkelig ricisi. *'Overgangen'* er den anden strategi, hvor bedrifter foretager marginale tilpasninger, med det formål kun at imødekomme den nødvendige fleksibilitet. Den tredje og sidste tilpasningsstrategi er den *'transformative'*. Bedriften er her villig til at foretage fundamentale ændringer i deres operative system, for bedst muligt at tilpasse sig udefrakommende forandringer.

### 2.3.1 Tilpasningseksempler på Destinationsniveau

For at skabe en større forståelse for hvordan Oldedalens rejselivsoperatører passer ind i det store billede, i forhold til tilpasningsevne-og strategi, er det relevant at se nærmere på resultater fra tidligere studier på området.

Tidligere blev Island fremhævet som en populær destination for breturisme. Ser man på rejselivsoperatørerne bag den islandske breturisme tegner der sig, ifølge Welling & Abegg (2019), et billede af at omtrent halvdelen af rejselivsoperatørerne på Island har foretaget ikke-klimapåvirkede bedriftstilpasninger over tid. Tilpasningerne er dermed foretaget ud fra en formålsbaseret tilpasning, der hovedsageligt har taget højde for tendenserne i den islandske rejsemålsudvikling, fremfor klimapåvirkningerne fra Islands isbreer.

Welling og Abegg's (2019) studie viser dog også at den halvdel af rejselivsoperatørerne som har foretaget bedriftstilpasninger baseret på klimaforandringer, alle har reageret reaktivt. Dvs. at deres tilpasninger har været en reaktion på trusler der udgør øjeblikkelig risici. Tilpasningen har dermed været en tvungen tilpasning.

New Zealand, er som tidligere nævnt, også en eftertragtet naturbaseret rejselivsdestination. Her viser Stewart *et al.*'s (2016) studie at de tilpasningsstrategier der primært iværksættes blandt lokale rejselivsoperatører på New Zealand er reaktive. Yderligere fremhæves det at nøglen til en vellykket tilpasningsstrategi ligger i rejselivsoperatørernes vilje til at være fleksible i forhold til udbud og afvikling af deres bre-baserede turistaktiviteter.

Foruden Island og New Zealand, har Salim *et al.*'s (2021b) studie over breturismens historiske udvikling ved Mer de Glace i Frankrig, ligeledes fokus på tilpasningsstrategier blandt områdets lokale rejselivsoperatører. Akkurat som de to ovenstående studier viser dette studie at den foretrukne tilpasningsstrategi blandt rejselivsoperatørerne er den '*reaktive*'. Dog viser resultaterne også at der gennem tiden har været flere eksempler på at rejselivsoperatører har ageret ud fra Pelling's (2011) '*transformative*' tilpasningsstrategi. Denne type tilpasning har midlertidigt kun fundet sted når operatørerne har været tvunget til at nedlægge deres primære breakaktivitet, og omlægge hele aktivitetsudbuddet.

Et sidste studie der er værd at fremhæve i diskussionen om tilpasningsstrategier er Salim *et al.*'s (2021a) andet studie. Her er ikke bare én rejselivsdestination omdrejningspunkt for dataindsamlingen, men derimod flere bre-baserede rejselivsdestinationer. Resultaterne af

dette studie viser at størstedelen af alle rejselivsoperatører inden for breturismen og det naturbaseret rejseliv forsøger at opretholde status quo. Det betyder at langt størstedelen af de tilpasninger der foretages kan placeres i Pelling's (2011) kategori 'overgang' eller 'reaktiv' tilpasning.

## 3.0 Metode

### 3.1 Den Kvalitative Forskningsmetode

Det foretrukne metodevalg i dette bachelorprojekt er den kvalitative forskningsmetode. Det skyldes at projektets problemformulering har til formål at studere sociale og samfundsmæssige sammenhænge. Da forskning omkring klimaforandringernes betydning for naturbaseret rejseliv i områder med smeltende isbreer, er et nyere forskningsområde, er den kvalitative metode ønskelig, da den muliggør indsamling af dybtgående og mere helhedsorienteret empiri (Kristensen & Hussain, 2019).

Den kvantitative metode ville i et bachelorprojekt som dette, nemt blive en begrænsende faktor, da en kvantitativ tilgang i højere grad er teoriafprøvende fremfor teoridannende (Boolsen, 2017). Kort sagt tillader den kvalitative metode altså, at man som forsker har bedre mulighed for at identificere, udforske og forfølge flere sandheder end blot én enkelt sandhed.

### 3.2 Dataindsamlingsformer

Studiet anvender semistrukturerede interview og dokumentanalyse, som kvalitativ dataindsamlingsform. Årsagen til at to dataindsamlingsformer tages i brug fremfor én, skyldes at tilgangen til primærdata i det geografiske område som er udgangspunkt for bachelorprojektet, har vist sig at være begrænset.

#### 3.2.1 Semistruktureret Interview

Fordelen ved det semistrukturerede interview er at man som interviewer har mulighed for at arbejde ud fra en række forudbestemte interviewspørgsmål, samtidig med at eventuelle nye



spørgsmål, kan imødekommes undervejs i interviewprocessen (Kristensen & Hussain, 2019). På denne måde har man som interviewer mulighed for at forfølge interviewpersonens historier og svar, i den retning samtalen udvikler sig. Dette er en fordel da samtaler, mennesker imellem, kan bidrage med uforudsete lag og dimensioner, som kvantitativ forskning ikke kan imødekomme på samme måde (Leedy & Ormrod, 2014).

Forud for gennemførelsen af det semistrukturerede interview i dette bachelorprojekt, blev der udarbejdet en interviewguide: et dokument der indeholder de spørgsmål og centrale emner som ønskes besvaret i løbet af interviewet (Aarhus Universitet, 2022).

Interviewguiden fungerer dermed som et hjælpende værktøj der skal sørge for at intervieweren hele tiden husker at vende tilbage til '*den røde tråd*' i interviewet, og ikke betingelsesløst lader sig forføre af den frihed som det semistrukturerede interview tillader.

### 3.2.2 Dokumentanalyse

For at understøtte den primærdata der indhentes gennem det semistrukturerede interview, er dokumentanalyse valgt som sekundær dataindsamlingsform. Bl.a. kan dokumentanalysen med fordel benyttes til at finde svar på specifikke spørgsmål og problemstillinger, gennem systematisering af tekster og andre dokumentariske kilder (Grønmo, 2020).

Den primære dokumenttype der er anvendt i denne opgave er procesdata (Sander, 2022). I den indledende dataindsamlingsproces blev forskningsdata og bogholderidata også vurderet som mulige dokumenttyper, men da det ikke er lykkedes at indhente relevant information gennem disse to dokumenttyper, er de ikke blevet anvendt i praksis.

Procesdataene der ligger til grund for denne opgave, er baseret på andenhåndskilder. Førstehåndskilder har været forsøgt identificeret men uden held. De andenhåndskilder der udgør grundlaget for dokumentanalysen stammer hovedsageligt fra artikler, indlæg i aviser samt en række internetsider.

Ifølge Grønmo (2020) kan dokumentanalysen have en enten kvalitativt eller kvantitativt indfaldsvinkel. I denne opgave er den kvalitative indfaldsvinkel valgt, da det stemmer godt overens med det semistrukturerede interview. Derudover er dokumentanalysen ikke på udkig efter bestemte egenskaber i dokumenternes indhold, men derimod åben over for tolkning af al information der kan have relevans for besvarelsen af opgavens problemformulering.

Dokumentanalysen er udarbejdet med udgangspunkt i tre bedrifter. Bedrifterne er alle rejselivsoperatører som er tilknyttet breturismen i Oldedalen, og som ikke ønskede at deltage i et semistruktureret interview. Af den årsag er bedrifterne blevet anonymiseret, og vil i opgaven blive refereret til som bedrift B, C og D.

I arbejdet med at identificere relevant data, er en omfattende kildeindsamlingsproces blevet gennemført. Norges største digitale mediearkiv, Retriever (Atekst), er blevet anvendt til at indhente data. I alt danner 48 artikler og avisindlæg grundlag for resultaterne i dokumentanalysen.

### 3.3 Udvalg

I arbejdet med at besvare problemformuleringen, har en vigtig del af processen været at indsamle data fra et strategisk udvalg af bedrifter. Der er derfor blevet foretaget en nøje formålsudvælgelse, hvor bedrifterne er blevet udvalgt baseret på kundskab og erfaring som er relevant for besvarelsen af opgavens problemformulering.

De vigtigste inklusionskriterier for deltagelse i studiet var at bedrifterne skulle være geografisk baseret i Oldedalen, samt være aktive aktører inden for det lokale rejseliv, fortrinsvis det naturbaserede rejseliv. Derudover har det været anset som fordelagtigt at interviewe personer med en vis rang i deres pågældende bedrift, eftersom personer af højere rang med stor sandsynlighed vil kunne bidrage med mere viden og kundskab omkring opgavens problemformulering.

Fire bedrifter blev i første omgang udpeget som særligt relevante for opgaven. Disse er bedrifter som alle har geografisk placering i Oldedalen, og som markedsfører sig selv som naturbaserede rejselivsbedrifter, med Briksdalsbreen og den omkringliggende natur i fokus. Kun én ud af disse fire bedrifter ønskede dog at deltage i projektet, hvilket betød at inklusionskriteriet for udvalgets geografiske placering blev udvidet fra Oldedalen til Olden centrum.

Yderligere blev fire lokale rejselivsaktører samt det lokale destinationselskab og områdets landsdelsselskab kontaktet med forespørgsel om deltagelse i projektet. Ingen ud af disse seks bedrifter ønskede at deltage i et interview.

Alt i alt blev der forud for dataindsamlingsprocessen taget kontakt til ti rejselivsbedrifter, hvoraf én bedrift indvilligede i at lade sig interviewe. Forud for dataindsamlingen var håbet at gennemføre 3-4 interviews, da dette ville have øget opgavens overordnede validitet, samt gjort det lettere at analysere og trække konklusioner fra forskningsresultaterne.

### 3.4 Dataanalyse

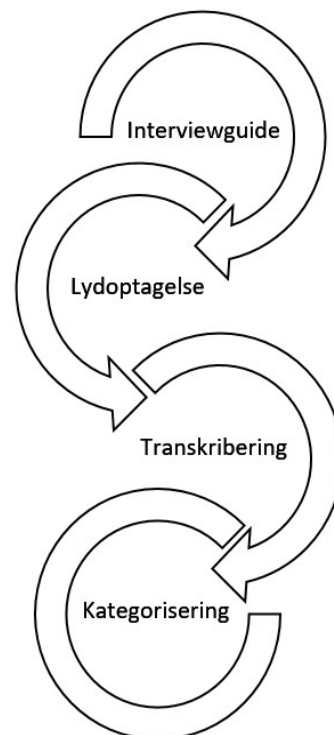
For at kunne præsentere resultaterne af den indsamlede data, er der blevet foretaget en overordnet databehandling. Denne proces er foregået todelt, eftersom to forskellige typer kvalitative dataindsamlingsværktøjer er blevet benyttet.

Måden hvorpå det semistrukturerede interview er behandlet fremgår af *Figur 1 – Databehandling Interview*. Her ses det at udarbejdelsen af projektets interviewguide har udgjort det første skridt i databehandlingen.

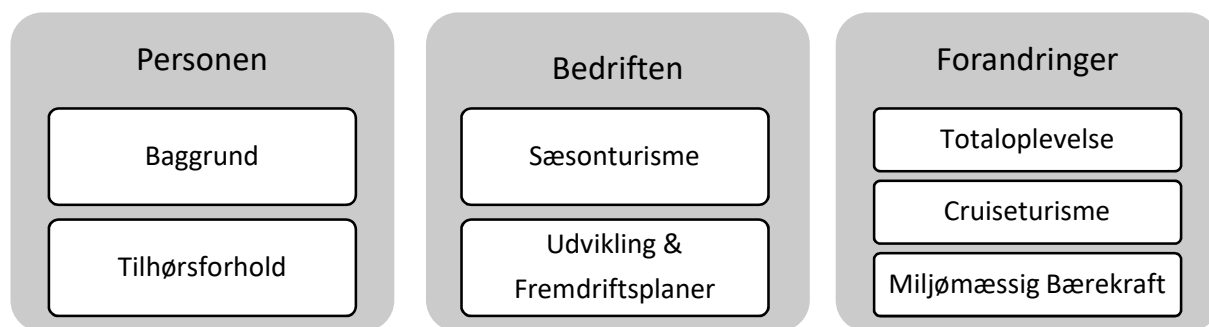
Spørgsmålene i interviewguiden er udviklet og formuleret i samarbejde med Vestlandsforskning. Alle spørgsmål blev fordelt under tre overordnede temaer: 'personen', 'bedriften' og 'forandringer'. Formålet med denne inddeling var at skabe et bedre overblik over den data man ønskede at indsamle, og på den måde forenkle analysearbejdet. Der er ligeledes tænkt over den rækkefølge spørgsmålene er stillet i, baseret på spørgsmålenes karakter og dybde. De mindst reflekterende spørgsmål blev stillet først, mens de mere langsigtede og holdningsprægede spørgsmål blev stillet mod slutningen af interviewet.

Selve interviewet er lydoptaget og herefter transskriberet. Til slut er der blevet foretaget en tematisk kategorisering på baggrund af informantens interviewbesvarelser. *Figur 2 – Tematisk Kategorisering* præsenterer de undertemaer der er vokset frem under interviewet. Formålet med denne inddeling har været at skabe et bedre overblik over de forskellige synspunkter og problemstillinger som informanten har beskrevet i relation til interviewspørgsmålene.

Figur 1 – Databehandling Interview



Figur 2 – Tematisk Kategorisering



For at kunne sammenligne dataene fra de to dataindsamlingsprocesser, udgør interviewguiden ikke kun første skridt i det semistrukturerede interview men også i databehandlingen af dokumentanalysen. Kildematerialet fra dokumentanalysen er blevet inddelt i tre kategorier; én kategori for hver analyseret rejselivsbedrift i Oldedalen. Disse er, som tidligere nævnt, navngivet bedrift B, C og D. Den indsamlede data er herefter blevet systematiseret ud fra spørgsmålene i interviewguiden. Ved at anvende interviewguiden som analyseskema og rettesnor for den information der er kommet frem under dokumentanalysen, er det lykkedes at præsentere resultaterne fra både det semistrukturerede interview og dokumentanalysen, på en sammenlignelig måde.

Vedlegg 2 – *Analyseskema bedrift B*, Vedlegg 3 – *Analyseskema bedrift C* og Vedlegg 4 – *Analyseskema bedrift D* giver et visuelt overblik over hvordan spørgsmålene fra interviewguiden har dannet grundlag for den information der er vokset frem af dokumentanalysen.

### 3.5 Validitet & Reliabilitet

For at sikre relevansen af enhver akademisk opgave er det vigtigt at vurdere opgavens validitet og reliabilitet. Begrebet validitet henviser til om den indsamlede data er relevant i forhold til besvarelsen af opgavens problemformulering, mens reliabilitet siger noget om selve dataens pålidelighedsgrad (Halvorsen, 2008). En stærkt funderet opgave bør derfor have både høj validitet og høj reliabilitet (Pripp, 2018).

Det er dog ikke altid muligt at sikre høj validitet og reliabilitet, da uforudsete hændelser og udfald i forbindelse med dataindsamlingsprocessen kan fremkalde fejlkilder. Er man bevidst

om disse fejlkilder vil man ifølge Sander (2021) dog være langt bedre rustet til at kunne sikre opgavens validitet og reliabilitet, da man vil kunne tage hensyn til fejlkilderne undervejs i dataindsamlingsprocessen og i analysen af resultaterne.

Flere fejlkilder er blevet identificeret i arbejdet med denne opgave. En central fejlkilde der kræver opmærksomhed ved brug af den kvalitative metode, er bl.a. risikoen ved at forskeren selv udgør det primære redskab i dataindsamlingsprocessen (Crotty,1998). Den kvalitative metode har dermed et højt niveau af personlig involvering. Risikoen for at forskerens egne forudindtagede holdninger og meninger kan påvirke dataindsamlingsprocessen, er derfor til stede. Sker dette, vil forskningsresultaterne kunne give et forvrænget billede af virkeligheden og dermed svække studiets overordnede validitet og reliabilitet.

Ved at identificere ovenstående risiko på et tidligt stadie i opgaven, har det været muligt at adressere denne risiko. Dette er bl.a. blevet gjort ved at stille mod høj kvalitet i forskerens fortolkningsevner samt i udarbejdelsen af interviewguiden og interviewspørgsmålene.

En anden fejlkilde der er vigtig at fremhæve er opgavens manglende grad af primærdata. Udgangspunktet for dataindsamlingen var at indsamle data gennem 4-5 semistrukturerede interviews, men eftersom kun én bedrift ønskede at deltage i interview, er den resterende data indhentet som sekundærdata. Foruden dette var gennemførelsen af det ene interview noget kaotisk. Det skyldes at informanten gennemførte interviewet med en baby på armen. Eftersom interviewet blev gennemført over telefon, var det derfor vanskeligt at høre hvad informanten svarede, når babyen græd. Halvvejs gennem interviewet måtte informanten afbryde interviewet, grundet for meget babygråd. Interviewet blev genoptaget 10 min. senere. Konsekvensen ved interviewets udfald var at 'flowet' i interviewet blev lettere usammenhængende, informantens evne til at fokusere på interviewspørgsmålene blev dårligere og kvaliteten af transskriberingen mindre præcis. Alt i alt kan dette svække opgavens overordnede reliabilitet.

En tredje udfordring der opstod undervejs i dataindsamlingsprocessen var manglende tilgangen til relevant sekundærdata. Da Oldedalen er en lille anonym plads med få indbyggere og få næringsdrivende, er den offentlige publicitet omkring Oldedalen derfor begrænset. Måden hvorpå dette kom til udtryk under indsamlingen af sekundærdata var at de artikler og avisindlæg der viste sig at have mest relevans for opgaven, næsten alle var

produceret af samme tidsskrift. Der er dermed en risiko for at dataene der danner grundlag for dokumentanalysen kan bære præg af bias, eftersom tidsskrifter, såvel som mennesker, kan være farvede af politiske eller sociokulturelle standpunkter.

En sidste fejlkilde der har haft betydning for besvarelsen af opgavens problemformulering er at det generelt har været vanskeligt at identificere data der fortæller noget om specifikke tiltag i forhold til Oldedalens rejsemålsudvikling. Detaljer omkring hvordan hver enkelte bedrift har tilpasset sig er begrænset, eftersom man ved indsamling af sekundærdata kun har adgang til allerede publiceret viden, der man ikke kan få uddybet indholdet yderligere.

Som det fremgår af dette afsnit er der blevet identificeret en del udfordringer og fejlkilder i forbindelse med udarbejdelsen af opgaven. En vigtig faktor at notere sig er dog at disse fejlkilder ikke har betydning for relevansen af den indsamlede data. Den data danner grundlag for opgaven er relevant i forhold til at besvare opgavens problemformulering. Det er dermed kun opgavens reliabilitet der påvirkes, da dataenes pålidelighed til en vis grad kan diskuteres. Set i en større sammenhænge vil denne opgave stadig kunne bidrage med viden til eksisterende forskning, da høj validitet er vigtigere end høj reliabilitet (Sander, 2019).

## 4.0 Resultat & Diskussion

Følgende afsnit redegør for de resultater der er vokset frem af dataindsamlingsprocessen og analysen. Kun de mest relevante resultater, i forhold til besvarelsen af opgavens problemformulering, vil blive præsenteret i indeværende afsnit. Afsnittet er struktureret således at resultaterne præsenteres i kombination med diskussionen. Overgangen mellem resultat og diskussion vil derfor være flydende.

Først vil en nøje identificering og introduktion af informanterne blive præsenteret. Dernæst vil afsnittet gå i dybden med resultater omhandlende lokalt samarbejde, turismeudviklingen i Oldedalen samt fokuset på helhedsoplevelser. Det der gør særligt disse tre temaer vigtige at fremhæve i forhold til opgavens problemformulering, er at resultaterne bag disse temaer, siger noget om den udvikling Oldedalens rejselivsoperatører har været igennem i nyere tid. For at kunne besvare anden del af problemformuleringen, og forklare hvordan Oldedalens lokale rejselivsoperatører har håndteret at tilpasse sig forandringer, må indeværende resultat og diskussionsafsnit derfor først vise til, hvilke forandringer der er tale om, før det er hensigtsmæssigt at diskutere tilpasning.

Afsnittets sidste del vil have fokus på at diskutere resultaterne op imod begrebet *'resilience'*, evnen til tilpasning på bedriftsniveau, samt Pelling's (2011) tre tilpasningsstrategier. Afslutningsvis vil de anvendte tilpasningsstrategier i Oldedalen blive perspektiveret til eksisterende internationale studier.

### 4.1 Identificering af Informanter

For at identificere gruppen af rejselivsbedrifter blev tre indledende interviewspørgsmål udarbejdet: *'Er du oprindeligt fra området?'*, *'hvor længe har du været engageret i rejselivet i Oldedalen?'* og *'hvilke kompetencer har du inden for natur/rejseliv?'*. Formålet med at stille disse spørgsmål var at sikre bedrifternes relevans for opgaven, samt etablere en grundlæggende forståelse for bedrifternes udgangspunkt, for at udtale sig om emner relateret til spørgsmålene i interviewguiden.

#### 4.1.1 Bedrift A

I Vedlegg 2 – *Interview Bedrift A* fremgår det at bedrift A er en familieejet bedrift, der i dag drives af tredje familiegeneration. Bedrift A drev oprindeligt med gårdsdrift, men da anden generation overtog driften, gik bedriften gradvist over til at drive med rejseliv. I dag er Bedrift A udelukkende en naturbaseret rejselivsbedrift. *'Hovednæringen vor er camping og hytteudleje. I tillegg har vi 'retreat', men det er ikke i nærheten av at være et hovedprodukt. Det er nok 80% camping og 20% yoga 'retreat''* (se Vedlegg 2 – *Interview Bedrift A*). Det fremgår her at bedriftens primærprodukt er naturcamping og hytteudlejning, men at bedriften også driver med sekundær kursusrvirksomhed i form af yoga. Dette skyldes bl.a. at ejeren af bedrift A, er uddannet lærer og yogainstruktør, og derfor beretter om en personlig interesse for yoga. Yderligere kan man af Vedlegg 2 – *Interview Bedrift A* læse, at bedrift A har 4-5 ansatte, foruden ægteparret selv, som ejer virksomheden og står for den daglige ledelse. De ansatte er sæsonansatte, som går til og fra i løbet af kalenderåret.

Hvad angår bedriftens omsætning udtaler bedrift A: *'Jamen omsætningen har gået opp. Den ligger på sådan 2-3 mio. Den har faktisk gået op i fjord og i år. I coronatiden'* (se Vedlegg 2 – *Interview Bedrift A*). Bedrift A viser hermed ingen tegn på at have været økonomisk udfordret under Covid-19 pandemien, eftersom bedriftens omsætningen er steget to år i træk.

#### 4.1.2 Bedrift B

Bedrift B er en familieejet virksomhed der har eksisteret siden 1892 (Tegneren, 2022). Dengang blev en turisthytte bygget som sekundær aktivitet til den primære gårdsdrift. I 1966 overgik turisthytten så fra at være en sidebeskæftigelse til at blive primær indtægtskilde (Tegneren, 2022). I dag styres bedrift B af efterkommerne til den oprindelige grundlægger af familiegården. De nulevende ejere har været engageret i rejselivet de seneste 30 år, hvor de har fokuseret på at drive og videreudvikle bedrift B, til det den er i dag (Sindre, 2018). Ægteparret der styrer bedrift B er uddannet henholdsvis interiørkonsulent, ernæringsfaglærer og hoteluddannet ved Hotelhøjskolen i Stavanger (Sindre, 2018). Bedriftens hovedprodukt er overnatning og hytteudlejning. Dog driver bedrift B også en restaurant, souvenirbutik og café i tilknytning til hovedproduktet (Tegneren, 2022). Derudover har bedrift B et tæt samarbejde med bedrift D, da bedrift D's daglige leder



fungerer som bookingansvarlig for bedrift B (Sindre, 2018). Bedriften har i alt 40 ansatte, hvoraf mange af disse går til og fra uden for højsæsonen (Faleide, 2016).

#### 4.1.3 Bedrift C

Som uddannet guide-og brefører etablerede bedrift C's daglige leder bedriften i 1996 (Brønnøysundregistrene, 2022). Bedriften startede som et rent breføringselskab der drev med breføring på Briksdalsbreen (Flaten, 2019). Over tid har Bedrift C dog måtte justere i deres oprindelige breføringsprodukt i takt med klimaforandringerne påvirkning på isbreerne. I 2006 flyttede bedrift C derfor deres beføringsaktiviteter til Bødalsbreen men har sidenhen været nødsaget til at flytte fra bre til bre, jo større afsmeltningen på de enkelte isbreer er blevet (Viki, 2013). I forsøg på at opretholde deres breføringsaktiviteter indgik bedrift C i 2019 en aftale med Stryn sommerskicenter, om fremadrettet at afvikle deres breaktivities på Tystigbreen på Strynefjellet (Flaten, 2019).

I dag er breføring ikke længere bedrift C's primære oplevelsesprodukt, men er i samspil med en række andre produkter, nu en del af et mangfoldigt oplevelsestilbud. Ifølge Fjordingen (2022a) er mange af bedrift C's aktiviteter nu knyttet til fjorden og indsøen. Bl.a. har bedriften investeret i at udvikle ribbådturer, kajakturer, cykel-og kajakudlejning samt turer med fangst og tilberedning af lokale råvarer i bedriftens restaurant, Mølla Gjestehus i Olden (Fjordingen, 2022a; Olden Active, 2022a; Olden Active, 2022b). I forsøg på at imødekomme udviklingen i det lokale rejseliv, købte bedrift C i 2013 Mølla Gjestehus ved kajen i Olden (Olden Active, 2022b). Bedrift C er dermed ikke længere at finde inde i Briksdalen, men samarbejder fortsat med en række bedrifter i Oldedalen og Briksdalen, heriblandt bedrift B og D. Dette skyldes bl.a. familiære-og forretningsmæssige relationer, hvor ejeren af bedrift D har været ansat i bedrift C mens ejerne af bedrift C og B er i familie. I dag har bedrift C omkring 8 ansatte, i tillæg til en række freelancere, der går til og fra i højsæsonerne (Olden Active, 2022b). Antallet af turister som bedrift C guidede i 2021 var 2000 personer, hvilket er en indtægtshalvering i forhold til et normaltår, hvor Covid-19 pandemien ikke har haft indflydelse på bedriftens omsætning (Fjordingen, 2021a).

#### 4.1.4 Bedrift D

Bedrift D's hovedbeskæftigelse er skyss af turister til og fra Briksdalsbreen. Det har det været siden slutningen af 1800-tallet, hvor de første turister blev skyset med hestevogn ind til Briksdalsbreen (Fabritius, 2010). En række hesteulykker, der i årene mellem 1999-2004 forårsagede civile tab og fysiske skader på flere turister, gjorde at bedriften i 2004 valgte at omlægge driften, og i stedet gå over til dieseldrevne golfbiler, også kaldet 'trollbiler' (Vartdal, 2015). I den forbindelse blev bedrift D registreret på ny, og fik en ny daglig leder (Brønnøysundregistrene, 2022b).

Ifølge Fabritius (2010, s.7) har bedriften siden 1923 været etableret som et lokalt skysslag, ejet af 44 lokale gårdaktionærer fra Oldedalen. Dette formelle medlemskab betyder bl.a. at Bedrift D har eksklusiv skyssret på skyss i Oldedalen og at lokale gårdejere med anpart i selskabet, modtager en betydelig årlig ekstraindtægt. Bedrift D har som tidligere nævnt et tæt samarbejde med bedrift B, særligt i forhold til levering af helhetlige rejselivsoplevelser for større turistgrupper (Fabritius, 2010).

Den daglige leder til bedrift D har erfaring med ledelse fra tidligere arbejde. Bl.a. er han bookingansvarlig hos bedrift B, har tidligere været ansat som daglig leder for bedrift C og har yderligere en baggrund som bandmanager og sangskriver (reference).

Til daglig råder bedriften D over 30 ansatte og 15 'trollbiler' (Falelde, 2016). Før Covid-19 pandemien havde bedriften ca. 700.000 besøgende cruiseturister årligt, foruden et stort antal grupperejser og udenlandske turister (Danielsen, 2021). Bedrift D har udtalt følgende til Fjordingen (2021b): *'I 2020 tapte vi 10 millionar kroner i forhold til året før. I år har det vore betre, men langt frå eit normalår'*. Grundet Covid-19 er bedrift D's omsætning gået ned med 80-90% i 2020 (Danielsen, 2021).

Af det semistrukturerede interview og dokumentanalysen er det kommet frem at alle fire bedrifter er ejet og styret af lokale, som er født og opvokset i Olden/Oldedalen. Både bedrift A, B og C er familieejede bedrifter, der har drevet rejselivsvirksomhed i flere generationer. Informanternes uddannelsesbaggrund og erfaringsgrundlag for at arbejde med naturbaseret rejseliv spænder bredt, hvilket også gælder bedrifternes hovedprodukter. I alt har 2 ud af 4 rejselivsaktører en uddannelsesbaggrund som kan knyttes direkte til rejselivsbranchen, mens kun bedrift C har en baggrund der specifikt målretter sig det naturbaserede rejseliv. Alle

aktørerne bag den lokale rejselivsnæring i Oldedalen har et stærkt tilhørsforhold til området og et tæt indbyrdes samarbejde.

## 4.2 Lokalt Samarbejde

Netop viljen til samarbejde er et centralt resultat der bør fremhæves af analysen. Bedrift A beretter at der i Olden og Oldedalen eksisterer en sund samarbejdsvilje blandt lokale rejselivsaktører (se Vedlegg 2 – *Interview Bedrift A*). En af måderne dette kommer til udtryk på er bl.a. gennem et lokalt samarbejdsprojekt, som bedrift B og D har været primus motor på. I 2021 gik alle rejselivsaktørerne i Oldedalen ind i et projekt om at skabe mere fokus på hele Oldedalen som turistmål (Fjordingen, 2022b). Derudover er der blevet udbygget en ny gangsti, på sydsiden af dalen ind til Briksdalsbreen, med det formål at skille kørende og gående turister (Fjordingen, 2020). I den forbindelse er også skiltningen for gående, kørende samt rullestols-og barnevognsbrugere blevet forbedret, i tillæg til at der på broen neden for Kleivafossen er blevet lagt nyt underlag (Fjordingen, 2020). Tilsammen er alle disse tiltag en samarbejde der udspiller sig på kryds og tværs mellem rejselivsaktørerne i Oldedalen samt de private aktionærer der ejer bedrift D.

Bedrift C pointerer at det er helt essentielt at alle bedrifter gør hvad de kan for at støtte op om lokalsamfundet i Oldedalen: *'Det er viktig for å halde folk i området. Då dryp det på alle. Så alt vi kan finne på her i indre er veldig bra'* (Myklebust, 2019, s.4). I forsøg på at leve op til denne holdning arbejder bedrift C bl.a. på at etablere et tættere samarbejde mellem rejselivsnæringen og Oldens lokale bønder: *'Å servere kortreiste råvarer, som kjøtt, fisk og bær er noko vi vil satse meir på'* (Fjordingen, 2021c). Generelt giver bedrift C udtryk for at de ønsker at blive mere lokalt forankret både i forhold til lokal mad, kultur-og naturformidling samt lokal arbejdskraft.

## 4.3 Turismeudviklingen i Oldedalen

Et vigtigt resultat at fremhæve af dataanalysen er den stigende turismeudvikling der har fundet sted i Oldedalen. Langt hen ad vejen konfronteres rejselivsaktørernes i Oldedalen med mange af de samme klimaudfordringer som andre naturbaserede rejselivsdestinationer

inden for breturismen. Det er derfor nærliggende at undre sig over hvad årsagen til denne lokale turismetilvækst beror på.

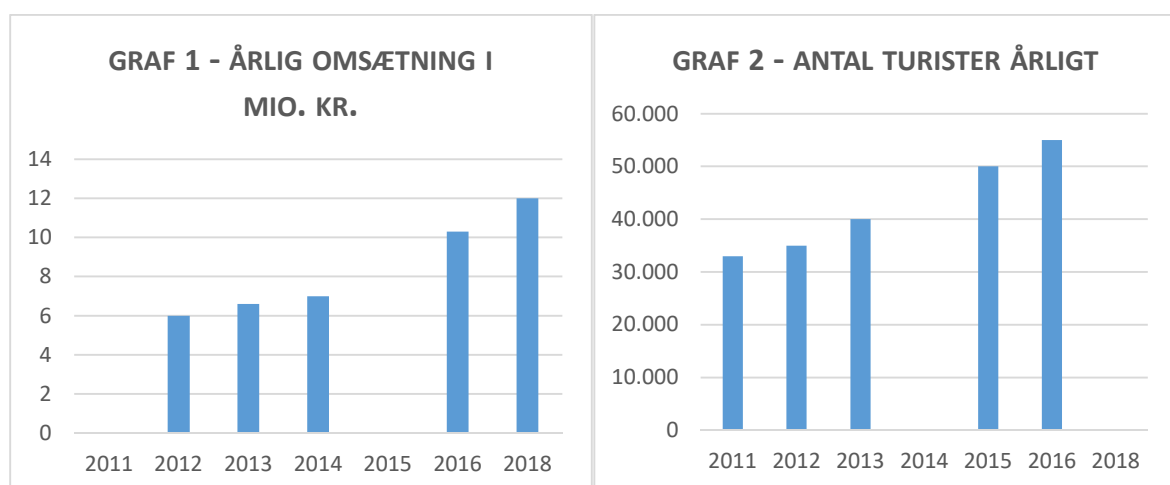
I Vedlegg 2 – *Interview Bedrift A*, kommenterer bedrift A på Oldedalens nuværende turismeudvikling i sammenligning med for 10-15 år siden:

*'... Der er veldig myke meir turister. Sådan som jeg har indtryk så er der et øget antal cruiseturister ved kajen i Olden... Der er også en stigning i privattrafik. Campingpladserne udvikler sig, der bliver flere og mere utleje. Så det er en opadgående trend'.*

Ifølge bedrift A skyldes den positive turismeudvikling i Oldedalen altså en stigning i privatturisme og cruiseturisme.

Det at der berettes om fremgang i antallet af turister, på trods af klimaforandringerne på Briksdalsbreen, er en interessant udvikling da mange eksisterende forskningsstudier omhandlende breturisme fremhæver det stik modsatte; nemlig at breturismen er for nedadgående, truet, eller tilnærmelsesvis gået helt i stå (Salim *et al.*, 2021c; Kaenzig *et al.*, 2016; Stewart *et al.*, 2016; Purdie, 2013).

Bedrift D nikker ligeledes genkendende til at også de oplever fremgang i antallet af turister der ønsker at besøge Briksdalsbreen (Danielsen, 2021). For at billedliggøre dette er der, med udgangspunkt i datamaterialet fra Vedlegg 5 – *Analyseskema Bedrift D*, blevet udarbejdet to grafer over bedrift D's samlede turismeudvikling siden 2011. Graf 1 – *Årlig omsætning i mio. kr.* og Graf 2 – *Antal turister årligt* viser bedrift D's udvikling over en periode på 7 år.



Graferne viser en stigende kontinuerlig rejselivsudvikling hos bedrift D. På trods af manglende information for driftsårene 2011, 2014, 2015 og 2018 tegner der sig dog et

tydeligt billede af at bedrift D's årlige omsætning og antal turister, har været stigende. Hvor stor en procentdel af ovenstående statistisk der udgør cruiseturisme vides ikke med sikkerhed, men ifølge Fjordingen (2021b) har bedrift D tidligere udtalt at asiatiske turister i snit udgør ca. 60% af bedriftens samlede omsætning. Cruiseturismen kan derfor siges at være blevet en vigtig økonomisk faktor for ikke bare bedrift D, men hele Oldedalens naturbaserede rejseliv (Flaten, 2020a; Nationen, 2012; Fjordingen, 2011). Det kan argumentere at årsagen bl.a. skyldes bedrifternes indbyrdes samarbejdsevne, som nævnt tidligere. Jo tættere samarbejde én bedrift har med en anden bedrift jo mere tilbøjelige vil bedrifterne være til at påvirke hinanden. Når bedrift D oplever markant positiv fremgang, som illustreret i graferne ovenfor, vil også bedrift A, B, C opleve en vis fremgang, eller omvendt.

Til at understøtte ovenstående synspunkt er det aktuelt at se nærmere på bedrift B. I forbindelse med Covid-19 pandemien udtalte bedrift B: *'Gjennom sesongen har vi eit høgt tal cruiseturistar i Briksdalen. Når hamnene vert stengde, er det klart at det betyr betydeleg nedgang i trafikken og dermed tapte inntekter for oss'* (Flaten, 2020a, s.8). Dette vidner om at bedrift B også anser cruiseturismen, som en viktig næringskilde i Oldedalen. Et synspunkt bedrift C ligeledes tilslutter sig: *'Vi har fått mange bestillingar frå cruise og frå bedrifter. I allefall er produktet vårt bestilt frå 14 cruiseskip som kjem til Olden innanfor European Cruiseservices'* (Fjordingen, 2008, s.6).

Baseret på disse resultater tyder alt på at cruisetrafikken spiller en afgørende rolle for hele rejselivsnæringen i Oldedalen. Resultaterne af dataanalysen viser tydeligt at cruiseturister udgør den primære drivkraft bag den stigende turismetilvækst der er foregået over en lang årrække. Dog understreger flere af bedrifterne at familier, busgrupper og private turister fra lande i Europa fortsat er vigtige målgrupper. Ifølge bedrift A: *'... så er det jo veldig mye folk fra Nederland. Folk som kommer fra flade landskaber og som vil opleve fjell og den dramatiske natur'* (se Vedlegg 2 – Interview Bedrift A). Bedrift A giver her udtryk for at cruiseturismen ikke spiller en altafgørende rolle, da en stor del af deres turister er mindre grupper af private turister. Derudover giver bedrift A og B begge udtryk for at fokuset på det norske marked er vokset efter Covid-19 pandemien. *'Vi trur det norske markedet vil vere dei som kjem tilbake først'* (Flaten, 2020a, s.8), udtaler bedrift B, mens bedrift A medgiver at

det norske marked er blevet en større del af deres samlede indtægtskilde (se Vedlegg 2 – *Interview Bedrift A*).

#### 4.4 Helhedsoplevelser i Fokus

Et andet interessant resultat der kom frem under dataindsamlingen kan kobles til interviewspørgsmålet: *Hvor central er Briksdalsbreen for bedriften og Oldedalens rejseliv i dag?* Til det svarede bedrift A:

*'Vi har jo altid været meget knyttet til tanken om at isbreen er meget vigtig for turismen her... Vi har oplevet af erfaring at det er hele pakken her som tiltrækker... Det er klart isbreen er et trækplaster, men ikke i så stor grad som vi tidligere har troet'* (se Vedlegg 2 – *Interview Bedrift A*)

Bedrift A udtrykker her at Briksdalsbreen i sig selv ikke er altafgørende for succesen bag det naturbaserede rejseliv i Oldedalen. Af dokumentanalysen kom det bl.a. frem at bedrift B udtrykker en tilsvarende holdning: *'Briksdalsbreen er trekkplasteret. Sjølv om brearmen ofte er målet for besøket til dalen er den slett ikkje alt'* (Faleide, 2016, s.9). Bedrift B anerkender at Briksdalsbreen er et trækplaster, men pointerer samtidig at Oldedalen og Briksdalen har meget mere at byde på en blot isbreen alene. Istedet mener bedrift B at fjorden, dalene, de grønne fjeldsider, fosserne og stien ind til Briksdalsbreen samlet set udgør en helhedsoplevelse, og at det er naturen som helhed der tiltrækker turister år efter år (Faleide, 2016). Samme synspunkt gør sig gældende hos bedrift D, som yderligere påpeger at det i højere grad er medierne frem for turisterne der bekymrer sig om klimaforandringerne på Briksdalsbreen: *'Media ser ut til å vere mest opptekne av endringane på breen. For turistane er det den totale opplevinga som tel. Vi får stadig tilbakemeldingar på at her er eit heilheitleg tilbod med velfungerande fasilitetar'* (Vartdal, 2013, s.6).

Hvad angår bedrift C skiller deres syn på Briksdalsbrens betydning sig ud.

Dokumentanalysen viser at Briksdalsbreen altid har været meget central for bedrift C. Det skyldes, som nævnt i afsnit 4.1.3 – *Bedrift C*, at bedrift C's primære oplevelsesprodukt i mange årtier har været breføring. Klimaforandringerne har derfor bevirket at bedrift C har måtte tilpasse sine breføringsaktiviteter, i takt med afsmeltningen af Briksdalsbreen. En tilpasning bedrift A, B og D ikke på samme måde har været nødsaget til at tage højde for,

eftersom hovedprodukterne til disse bedrifter ikke knytter sig direkte til færdsel på isbreen. Man kan derfor konkludere at Briksdalsbreen i mange år har været langt mere definerende for bedrift C's hovedprodukt end for de andre bedrifter. Som konsekvens af klimaforandringerne er bedrift C en af de bedrifter der har foretaget flest tilpasningstiltag i forhold til produkt-og aktivitetsudbud. En indstilling der vidner om at også bedrift C i dag udviser langt større interesse for at bidrage til den samlede helhedsoplevelse i Olden og Oldedalen (Sindre, 2018). Bedrift C tilbyder nu rejseoplevelser, hvor ikke bare Birksdalsbreen er i fokus, men flere forskelligeartede aktiviteter og naturelementer.

Samlet set udviser ingen af bedrifterne bekymring for hvad der vil ske med rejselivet i området når Briksdalsbreen ikke længere er synlig. Overbevisningen om at naturen som helhed er hovedattraktion nok i sig selv, går igen flere steder. Hvad angår Oldedalens fremtidige rejseliv, eksisterer der derfor en generel optimisme blandt de lokale rejselivsbedrifter.

#### 4.5 Resilience

Optimismen blandt Oldedalens rejselivsaktører kan ifølge Espiner & Becken (2013) knyttes til rejselivsdestinationens individuelle '*resilience*' niveau. For at en perifer rejselivsdestination som Oldedalen skal kunne opretholde succes mener Espiner & Becken (2013) at det er altafgørende for destinationen at de lokale rejselivsoperatører, er i stand til at tilpasse sig forandringer i nærmiljøet. Resultaterne i afsnit 4.0 – *Resultat & Diskussion*, viser at disse forandringer i Oldedalens tilfælde i høj grad omhandler lokale klimaforandringer og forandringer i bygdens turismeprofil.

Med udgangspunkt i Espiner & Becken's (2013) '*resilience*' begreb, betragtes det at kunne omorganisere og diversificere sine rejselivsprodukter på et individuelt operatørplan som noget der bidrager til et højt '*resilience*' niveau hos en rejselivsdestination. Det skyldes at produktdiversificering menes at kunne styrke rejselivsoperatørernes overordnede tilpasningsevne, da det giver flere strenge at spille på i forhold til bl.a. klimatilpasning og generel tilpasning til tendenserne i rejselivet.

Lytter man til Espiner & Becken (2013) er der derfor noget der tyder på at rejselivsoperatørerne i Oldedalen må besidde et højt '*resilience*' niveau siden man i

Oldedalen har formået at opretholde optimismen, samt en så overbevisende turismetilvækst, på trods af markante forandringer i nærmiljøet.

For at få et overblik over hvilken produktdiversificering og tilpasning der præcist har fundet sted i Oldedalen, er det relevant at undersøge sammenhængen mellem teori og praksis. Dette kan bl.a. gøres ved at se nærmere på rejselivsoperatørernes tilpasningsevne og individuelle implementering af tilpasningsstrategier.

#### 4.6 Bedrifternes Tilpasningsevne

I relation til interviewspørgsmålene: *'Hvordan har det berørt bedriften at Briksdalsbreen og brearmene på Jostedalsbreen kryber?'* og *'På et forretningsøkonomisk plan, hvordan har i som bedrift håndteret at breen er gået tilbage?'*, viser dokumentanalysen at bedrift C har flyttet deres breakaktiviteter fra brearm til brearm, i takt med isbreernes afsmeltning. Denne gradvise klimatilpasning har forårsaget at bedrift C løbende har måtte udvikle deres forretningskoncept. Fremfor kun at tilbyde rene breakaktiviteter, har bedrift C nu fokus på at udvikle nye produkter for at kunne nå en bredere målgruppe (Nationen, 2012). Bedrift C udtaler bl.a. at *'for å lykkes innen naturbasert turisme er det viktig å tilpasse aktivitetene til den delen av markedet der det er vekstpotensial'* (Nationen, 2012, s.9). Tidligere har bedriften haft særligt fokuseret på at markedsføre deres rejselivsprodukter ud fra begrebet *'ekstreme'* oplevelser. I dag er målgruppen en helt anden. *'Ordet «ekstrem» har vi for lengst kuttet ut i markedsføringen og satser heller for fullt på «soft adventure» – der både familier og cruiseturister er sentrale kundegrupper'* (Nationen, 2012, s.9). Bedrift C viser her at de breføringsaktiviteter der tidligere udgjorde grundstøtten i bedriften, for længe er blevet tilpasset til fordel for en mere langsigtet tilpasningsstrategi.

Nogle af de specifikke tiltag der er blevet gjort i forhold til tilpasning, er bl.a. at indføre større fokus på fjorden og indsøen. Bedrift C har bl.a. taget initiativ til opstart af et lokalmadsprojekt, guidede turer med krebsefiskeri, øget formidling om fjordens kulturhistorie samt et nyopstartet samarbejde med Olden Cruise omkring busudflugter og brevandring for cruiseturister (Fjordingen, 2008; Fjordingen, 2021a; Fjordingen, 2021c; Fjordingen, 2022a; Myklebust 2019). Derudover har bedriften, som tidligere nævnt, også udviklet kajak- og ribbådturer.



I kontrast til bedrift C står bedrift A. I interviewet med bedrift A kommer det til udtryk at bedriften ikke opererer ud fra nogen specifik tilpasningsstrategi eller forretningsplan. Bedrift A blev bl.a. spurgt om hvilke tiltag de havde gjort for at imødekomme efterspørgslen i rejselivet efter Covid-19. Hertil svarede bedrift A: *”Vi har bare vert os selv... det var lidt sådan flaks for campingen. Camping viste sig at være en bra grej”* (se Vedlegg 2 – Interview Bedrift A). Dette indikerer at bedriften potentielt set har en lav tilpasningsevne og ikke umiddelbart tilrettelægger for fremtiden. Ydermere udtrykker bedrift A at de produkttiltag der er blevet foretaget indtil nu, så som at bygge en yogahal og tilbyde yogakurser, hverken er udviklet med omtanke på fremtiden, de lokale klimaforandringer eller ud fra et større forretningsøkonomisk perspektiv: *’... det har jo på en måte vokset frem på grund av min interesse for yoga, men det har ikke været en specifik strategi for at udvikle os. Det er ikke noget vi har gjort for at tilpasse os at breen smelter...’* (se Vedlegg 2 – Interview Bedrift A). Denne udtalelse viser at produkttiltagene som bedrift A har udviklet, udelukkende er udviklet af ren og skær personlig interesse, uden et egentlig ønske om tilpasning. Når det er sagt, har bedrift A alligevel formået at tilpasset sig, særligt på ét parameter.

I Vedlegg 2 – Interview bedrift A udtaler bedriften:

*’De sidste 10 år har vi jo nok begyndt at rette markedsføringen mere mod digitale medier, sociale medier, annoncer... Det har været en udvikling for os, at vi kanskje har været lidt blinde for at her er jo attraksjoner overalt. Så der er vi blevet flinkere til at inkluderer alt fra fosser til, fjellturer og andre ting i området her’.*

Ser man til tidligere studier som Eisenack & Stecker (2011), Pelling (2011) og Phan et al’s (2021) studie der blev fremhævet i afsnit 2.0 – Teori, kan bedrift A’s markedsføringstilgang siges at være en form for tilpasningsstrategi. Det skyldes at bedrift A har taget et aktivt valg om at foretage specifikke ændringer i deres markedsføring for at kunne følge med tiden og bedre imødekomme udviklingen i det lokale rejseliv.

Ser man på bedrift D er det også begrænset hvad denne bedrift har gjort for at tilpasse sine produkter og aktiviteter til klimaforandringerne på Briksdalsbreen. Bedrift D’s oplevelsesprodukt er det samme som det har været siden 1800-tallet; skyss af turister ind til Briksdalsbreen. På trods af det kan det alligevel påstås at bedrift D har formået at tilpasse sig. Om ikke på produkt-og aktivitetsplan så på et større forretningsøkonomisk plan.

Som nævnt i afsnit 4.1.4 – *Bedrift D* foregik den første store tilpasning i 2005 da bedriften gik fra at fragte turister til Briksdalsbreen i hestevogn til istedet at benytte dieseldrevne *'trollbiler'*. Fra en strategisk indfaldsvinkel kan denne handling siges at afspejle en langsigtet tilpasningsevne, eftersom overgangen fra hestevogn til dieselbil har haft stor betydning for bedrift D's økonomiske fremgang. Ved at erstatte hestevognene med *'trollbiler'* faldt ikke mindst risikoen for transportulykker men forretningsøkonomisk har det også givet bedrift D mulighed for at fragte et større antal turister ind til breen, da *'trollbilerne'* både er hurtigere, mere effektive og mere manøvredygtige en hestevognene. Havde bedrift D fortsat med kun at fragte turister i hestevogn, ville de ikke have været i stand til at imødekomme den volumen af cruiseturister de sidenhen har formået.

I forhold til fremtidig udvikling viser dokumentanalysen at bedrift D flere gange har vurderet at overgå til elbiler. I 2019 udtalte bedrift D til Fjordingen Avis: *'Både elbilar eller hybrid bilar har vore aktuelt, men så lenge vi ikkje har funne eit alternativ som fungerer like godt som det vi har no, så kjem vi førebels til å halde fram med dei bilane vi har'* (Oldeide, 2019, s.4). Det er her nærliggende at stille spørgsmålstegn ved, om bedrift D's tilbageholdenhed bunder i økonomi, da omlægningen til at køre på 100% el kræver både penge og ressourcer. Penge og ressourcer som små rejselivsoperatør på perifere rejselivsdestinationer oftest ikke har. Bedrift D har i stedet forsøgt at forbedre miljøvenligheden omkring deres nuværende *'trollbiler'*: *'No går alle bilane våre på biodiesel. Vi merker sjølve at bilane har mindre eksosrøyk enn før'* (Oldeide, 2019, s.4). Dette tiltag viser en vilje til tilpasning, og som bidrager til det samlede billede af rejselivsoperatørernes tilpasningsevne i Oldedalen.

Akkurat som bedrift A og D viser bedrift B heller ingen tydelige tegn på at deres hovedprodukt er særlig berørt af Briksdalsbreen's tilbagetrækning. Trods det viser bedriften tilpasningsvilje. Bedrift B forklarer: *'For å halde på både personale og gjester må vi gjere nokre løft kvart år. Så pengane går rett inn att i drifta'* (Sindre, 2018, s.12). Her gives der udtryk for at bedrift B hele tiden er opmærksom på løbende at tilpasse sig udviklingen i rejselivet, således at de kan holde på både turister og personale.

Måden hvorpå bedrift B indtil nu har forsøgt at gøre driftsløft er bl.a. gennem deres markedsføring. Som nævnt i afsnit 4.3 – *Turismeudviklingen i Oldedalen*, har Covid-19 pandemien været med til at tiltrække flere norske turister, hvilket har påvirket bedrift B's markedsføringstilgang. Butiksprodukterne i bedriftens souvenirbutik er blevet skiftet ud.

Fremfor for at appellere til asiatisk cruiseturisme, appellerer butikksprodukterne nu til Nordmænd (Fjordingen, 2021d). Derudover udtaler bedrift B: *'Vi har jo forskellige reklamekampanjer i samarbeid med destinasjonsselskap, og fokuserer mer på det norske markedet'* (Danielsen, 2021, s.11). Her vises til at bedrift B's tilpasning i høj grad er målrettet de retningslinjer og tendenser der udstikkes af det lokale destinasjonsselskab. Det er dermed ikke fokuset på klimatilpasning der fylder, men derimod den generelle tilpasning til det naturbaserede rejseliv der fylder.

Foruden bedrift B's interesse i at tilpasse sin markedsføring, er bedriften samtidig opmærksom på at fornye eksisterende faciliteter omkring deres hovedprodukt. Bl.a. er bedriftens café blevet opgraderet og en ny køkkenafdeling er blevet bygget (Sindre, 2018). Derudover er bedriften som tidligere nævnt ofte involveret i lokale samarbejdsprojekter der har til formål at gavne den overordnede rejsemålsudvikling i Oldedalen.

Alt i alt viser resultaterne af dette afsnit at rejselivsoperatørerne i Oldedalen overordnet set har forskellig tilpasningsevne. Det fremgår at behovet for tilpasning varierer fra bedrift til bedrift, afhængigt af hvor central en del af bedriftens hovedprodukt Briksdalsbreen er. Bedrift C den bedrift der på et forretningsmæssigt plan har været underlagt størst direkte påvirkning af Briksdalsbrens tilbagetrækning mens bedrift A, B og D derimod har været mindre påvirket. En forklaring skyldes at deres primære rejselivsprodukt ikke knytter sig direkte til breføring, som i tilfældet med bedrift C.

#### 4.7 Pelling's Tilpasningsstrategier på Bedriftsniveau

I afsnit 2.0 - *Teori* blev forskellige teoretiske tilpasningsstrategier og rammeværk præsenteret. Dette blev gjort i forsøg på at afdække eksisterende viden omkring rejselivsoperatørers tilpasningsevne inden for breturismen. Dette afsnit vil, med fokus på Pelling's (2011) tre tilpasningsstrategier; *'reaktiv'*, *'overgang'* og *'transformativ'*, gå skridtet videre og forsøge at anvende Pelling's (2011) teori på bedriftsniveau.

Først vil teorien blive holdt op imod den tilpasning der har fundet sted i Oldedalen, for derefter at blive sammenlignet med de tilpasningsstrategier andre rejselivsoperatører inden for breturismen tidligere har anvendt. Grundet en overordnet begrænsning på opgavens omfang, vil kun Pelling's (2011) teori blive benyttet.

Baseret på resultaterne i afsnit 4.6 – *Bedrifternes Tilpasningsevne*, kan det argumenteres at bedrift A opererer ud fra den *'reaktive'* tilpasningsstrategi. Dette skyldes at bedrift A giver udtryk for at de ikke driver virksomhed ud fra en langsigtet plan, men snarere agerer intuitivt på de udefrakommende påvirkninger der opstår. Under covid-19 pandemien valgte bedrift A eksempelvis at forholde sig passivt ved ikke at foretage nogen yderligere tilpasninger i deres bedrift. Denne beslutning blev taget, efter at pandemien ikke viste sig at udgøre nogen øjeblikkelig risici for deres hovedprodukt; naturcamping. Heller ikke de kontinuerlige klimaforandringer på Briksdalsbreen har over tid fået bedrift A til at tilpasse sig forandringerne i det lokale rejseliv. Igen skyldes årsagen at Briksdalsbrens tilbagevækst ikke har udgjort nogen umiddelbar trussel for bedrift A's daglige drift.

For bedrift D kan det argumenteres at bedriften tidligere har haft en *'reaktiv'* tilgang til tilpasning, men nu i højere grad tilpasser sig ud fra Pelling's (2011) strategi *'overgang'*. Argumentet for *'reaktiv'* tilpasning udspringer primært af hesteulykken (se afsnit 4.1.4 – *Bedrift D*). Kort efter denne ulykke overgik bedrift D til at fragte turister til Briksdalsbreen i benzindrevne golfbiler, hvilket vidner om en øjeblikkelig reaktion, baseret på tvungen tilpasning. Havde bedriften ikke handlet *'reaktivt'* på denne hændelse kunne ulykken med stor sandsynlighed have fået konsekvenser for bedrift D's fremtidige omdømme.

Årsagen til at det kan diskuteres om bedrift D i dag opererer ud fra en *'overgangs'* strategi skyldes at bedriften over tid har fornyet sin primære målgruppe. Af resultaterne i afsnit 4.6 – *Bedrifternes Tilpasningsevne*, fremgår det at bedrift D, i stedet for blot at tiltrække skandinaviske og nordeuropæiske turister, nu i højere grad har fokus på at tiltrække internationale cruiseturister. Denne tilpasning kan ses som en strategisk *'overgang'*, eftersom bedrift D kun har foretaget ændringer, der gør dem akkurat fleksible nok til at imødekomme turismeudviklingen i det lokale rejseliv. Et andet forhold der understøtter dette, er at bedrift D indtil nu ikke har udvist nogen intention om at ændre i deres primære oplevelsesprodukt, udvide deres turkatalog eller overgå til elbiler. Havde dette været tilfældet, kunne det være diskuteret om bedrift D's adfærd i stedet var *'transformativ'*.

Bedrift B's tilpasningsstrategi er også sammenlignelig med Pelling's (2011) kategori *'overgang'*. Dette skyldes hovedsageligt at bedrift B løbende har været opmærksomme på at foretage små forretningsændringer hvert år, der gør dem i stand til at følge med udviklingen i det lokale rejseliv. Afsnit 4.6 – *Bedrifternes Tilpasningsevne*, viser at bedrift B under Covid-

19 pandemien etablerede øget fokus på det norske turistmarked fremfor det asiatiske, ved bl.a. at ændre i deres markedsføring, samt indkøbe andre varer til deres souvenirbutik. Dog er heller ingen af bedrift B's forretningsiltag så fundamentale at deres tilpasningsstrategi kan vurderes som værende *'transformativ'*.

En bedrift som derimod har vist sig at være yderst *'transformativ'* i sin evne til tilpasning, er bedrift C. Resultaterne som præsenteres i afsnit 4.6 – *Bedriftenes Tilpasningsevne*, viser at bedrift C har været nødsaget til at tilpasse deres forretningsgang, grundet klimaforandringerne på Briksdalsbreen. Bedriften er gået fra at være en rendyrket brevføringsbedrift, som tidligere har ageret ud fra Pelling's (2011) *'overgangs'* strategi, til i dag at tilbyde en langt bredere pallet af ture og naturoplevelser. Denne udvikling kan siges at have været en fundamental ændring for bedrift C's operative system, hvilket ifølge Pelling (2011) er en forudsætning hvis en tilpasningsstrategi skal kunne betragtes som værende *'transformativ'*.

I konklusion til ovenstående kan det vurderes at Pelling's (2011) tre tilpasningskategorier med stor rimelighed godt kan sammenholdes med den rejselivstilpasning der siden Briksdalsbrens tilbagetrækning er foregået blandt rejselivsoperatørerne i Oldedalen. Dog er det vigtigt at understrege at der findes adskillige teorier og rammeværk til at vurdere bedrifters tilpasningsevne. Såfremt en anden teori var blevet benyttet til at forstå klimatilpasningen og rejselivsudviklingen i Oldedalen, kan det ikke udelukkes at ovenstående diskussion og resultatanalyse ville have udfoldet sig anderledes.

En anden vigtig faktor at vedkende sig, er at Pelling's (2011) teori er udviklet som en generel tilpasningsteori. Det betyder at en fuldstændig tilnærmelse mellem teori og praksis sjældent vil være mulig, da rejselivet og klimaforandringernes påvirkning på hver enkelte rejselivsdestination vil være dynamisk. Derudover vil måden hvorpå de enkelte rejselivsoperatører vælger at tilpasse sig over tid også forandre sig. Sandsynligheden for at rejselivsoperatørerne i Oldedalen passer ind i mere end én kategori er derfor til stede.

Det Pelling's (2011) tilpasningsteori hovedsageligt kan bruges til, er at give et bedre indblik i hvordan det naturbaserede rejseliv påvirkes når der forekommer massive klimaforandringer på en given plads. Ved at kategorisere Oldedalens rejselivsbedrifter ud fra Pelling's (2011) tilpasningsteori bidrager opgaven dermed til en overordnet viden omkring hvordan lokale

rejselivsoperatører inden for breturismen og det naturbaserede rejseliv, agerer for at overleve i branchen.

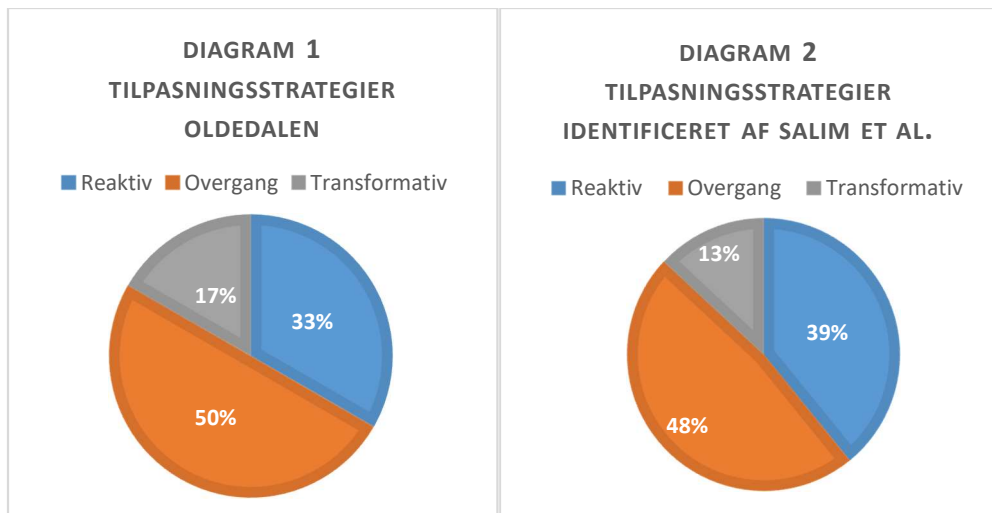
Som opsummering på dette afsnit vurderes det at særligt to bedrifter i Oldedalen knytter sig til den *'reaktive'* tilpasningsstrategi. Bedrift A agerer yderst *'reaktivt'*, mens bedrift D tidligere har ageret *'reaktivt'*, men over tid har tillagt sig tilpasningsstrategien *'overgang'*. Bedrift B og C opererer også ud fra en *'overgangs'* strategi. Bedrift B har meget *'overgang'* i sin tilpasningsadfærd mens bedrift C har bevæget sig fra *'overgang'* til nu at være mere *'transformativ'*. Bedrift C er dermed den eneste af de fire bedrift i Oldedalen der viser tegn på at agere ud fra en *'transformativ'* tilpasningsstrategi.

#### 4.8 Perspektivering til Internationale Studier

Med udgangspunkt i diskussionen der udspiller sig ovenfor i afsnit 4.7 – *Pelling's Tilpasningsstrategier på Bedriftsniveau*, er det væsentligt at sammenligne fundene fra denne diskussion med tidligere internationale studier.

I afsnit 2.3.1 – *Tilpasningseksempler på Destinationsniveau* kommer det frem at Salim et al. (2021a), i et omfattende litteraturstudie, har undersøgt rejselivsoperatørers brug af tilpasningsstrategier i breturismen. Resultaterne fra Salim et al's (2021a) studie bygger på 23 akademiske artikler, hvoraf 12 tager udgangspunkt i små selvstændige breoperatører mens de resterende 11 omhandler større kommercielle operatører.

Sammenligner man fundene fra Salim et al's (2021a) studie, med fundene fra denne opgave ses en tydelig sammenhæng. Diagram 1 – *Tilpasningsstrategier Oldedalen* og Diagram 2 – *Tilpasningsstrategier identificeret af Salim et al.* viser den procentvise fordeling af type tilpasningsstrategi anvendt i breturismen. Disse fremgår af næste side.



Diagrammer viser at den procentvise fordeling af type tilpasningsstrategi tilnærmelsesvis er ens i de to diagrammer. Diagram 1 – *Tilpasningsstrategier Oldedalen* viser at ca. 50% af rejselivsoperatørerne i Oldedalen benytter sig, eller har tidligere benyttet sig, af Pelling's (2011) tilpasningsstrategi 'overgang'. I Diagram 2 – *Tilpasningsstrategier identificeret af Salim et al.* er tallet 48%. Tilpasningsstrategien 'overgang' udgør dermed den mest anvendte type tilpasningsstrategi blandt rejselivsoperatører i breturismen. Den næstmest anvendte strategi er den 'reaktive' tilpasningsstrategi. I Diagram 1 – *Tilpasningsstrategier Oldedalen* udgør 'reaktiv' tilpasning 33%, mens den i Diagram 2 – *Tilpasningsstrategier identificeret af Salim et al.* udgør 39%. Den mindst benyttede tilpasningsstrategi er den 'transformative' strategi, som i de to diagrammer tilsammen kun er anvendt af henholdsvis 1 operatør i Oldedalen og 3 operatører fra Salim et al.'s (2021a) studie.

I forhold til Pelling's (2011) 'transformative' tilpasningsstrategi påpeger Salim et al. (2021a) at særligt transformativ tilpasning ofte kun ses i større sammenhænge. Strategien anvendes gerne af rejselivsoperatører der har en vis størrelse og en vis økonomisk ballast, eftersom denne type tilpasning kræver flere ressourcer både økonomisk og internt i bedriften. Når man snakker om breturisme er det derfor hovedsageligt på store bredestinationer hvor rejselivsoperatørerne anvender denne type tilpasning.

Ser man bort fra den store sammenhænge, men i stedet trækker tråde mellem Oldedalen og specifikke internationale bre-destinationer, er det væsentligt at se på Welling & Abegg's (2019) studie, der tidligere er fremhævet i afsnit 2.2 – *Præsentation af Eksisterende Forskningsvinkler*. Her viser resultaterne at omkring halvdelen af rejselivsoperatørerne, inden for islandsk breturisme, implementerer tilpasninger på baggrund af ikke-

klimapåvirkede forandringer i nærmiljøet. Når islandske rejselivsoperatører tilpasser sig er det ikke på grund af klimaforandringer men snarere på grund af nuværende tendenser i rejselivet. Sammenlignes disse resultater med de resultater der er vokset frem af indeværende opgave, er ligheden stor. Baseret på afsnit 4.6 – *Bedrifternes Tilpasningsevne*, ses det nemlig at kun bedrift C's tilpasning kan betegnes som klimatilpasning. Bedrift A, B og D tilpasser sig på samme måde som de islandske rejselivsoperatører. Det er ikke klimapåvirkningerne på Briksdalsbreen der har haft indflydelse på bedrift A, B og D's tilpasningsstrategi, men derimod den overordnede rejsemålsudvikling på destinationsniveau.

Welling & Abegg (2019) fremhæver dog også at de islandske rejselivsoperatører som er nødsaget til at klimatilpasse sig, alle tilpasser sig *'reaktivt'*. Samme mønster gør sig gældende i *'Glacier Country'* på New Zealand. Her er rejselivsoperatørernes tilpasningsstrategi ligeledes *'reaktiv'* (Stewart et al., 2016). I Frankrig ved Mer de Glace ser man også den *'reaktive'* tilpasningsstrategi blandt de operatører (Salim et al., 2021a). Enkelte tilfælde af *'transformativ'* tilpasning har dog fundet sted blandt franske breoperatører gennem tiden. Eksempler på dette har dog kun indtruffet når operatørerne ikke længere har været istand til at drive forretning på traditionel vis. Dvs. når de har været tvunget til ændre hovedproduktet og omlægge deres operative system. Sammenligner man med resultaterne i denne opgave, ses endnu engang klar sammenlignelighed.

I afsnit 4.7 – *Pelling's Tilpasningsstrategier på Bedriftsniveau*, blev det konstateret at bedrift C i høj grad agerer ud fra en *'transformativ'* tilpasningsstrategi eftersom isbreeerne i Oldenområdet gradvist smelter mere og mere. Akkurat som de franske operatører, har det derfor været vanskeligt for bedrift C at opretholde sit hovedprodukt. Bedrift C, har som operatørerne i Frankrig, over tid derfor været nødsaget til at omlægge driften, målgruppen og produkterne for at kunne fortsætte som breoperatør i Oldedalen.



## 5.0 Konklusion

I afsnit 2.0 – *Teori* blev der redegjort for den geografiske kontekst, samt kastet lys over eksisterende viden omkring klimaforandringernes betydning for breturismen og det naturbaserede rejseliv. Et af de vigtigste fund der blev gjort forud for dataindsamlingsprocessen var at forskning i breturisme fortsat er et nyt fænomen i samfundsorienterede forskningsstudier. Mange eksisterende studier tager udgangspunkt i specifikke isbremiljøer og bre-destinationer, hvilket gør det vanskeligt at sige noget generelt om klimaforandringernes påvirkning på hele breturismen som brancheområde. De største og mest kendte bre-destinationer som Glacier Country på New Zealand og Vatnajökull National Park på Island ses i flere internationale casestudier, mens mindre isbreer og bre-destinationer indtil nu har haft tendens til at blive overset. Ved at anvende Briksdalsbreen som geografisk kontekst for opgaven har dette studie dermed udfyldt et hul i den eksisterende forskning.

Som svar på første del af opgavens problemformulering: '*... hvilken betydning har klimaforandringerne på Briksdalsbreen haft for breturismen og det naturbaserede rejseliv i Oldedalen ...*' kan det ud fra opgavens resultat og diskussion konkluderes at der, over de sidste 10-15 år, er sket en gradvis ændring i den måde lokale rejselivsoperatører i Oldedalen anskuer det naturbaserede rejseliv på. Forud for klimaforandringernes første massive indvirkning på Briksdalsbreen i årene omkring 2004 - 2006, tillagde Oldedalens rejselivsoperatører Briksdalsbreen stor betydning for den lokale turisme (Viki, 2013). Resultaterne i afsnit 4.4 – *Helhedsoplevelser i Fokus*, viser at dette synspunkt i dag har ændret sig.

Bedrifternes syn på Briksdalsbreen, og det der i dag kendetegner det naturbaserede rejseliv i Oldedalen, læner sig nu langt mere op ad den tankegang der er at finde blandt de islandske turoperatører i Welling og Abegg's (2019) studie. Selvom turisterne i Oldedalen ikke længere kan komme sig op på Briksdalsbreen, og dermed opnå størst mulig '*ekstremitet*' i deres oplevelse, så viser resultaterne i afsnit 4.4 – *Helhedsoplevelser i Fokus*, at de lokale rejselivsoperatører ikke er bekymrede for denne udvikling. Årsagen skyldes at et stigende antal turister fortsat rejser til Oldedalen for at opleve den omkringliggende natur, til trods for at Briksdalsbreen har forandret sig, og er blevet markant mindre. Med tanke på dette,

kan det konkluderes at attraktiviteten omkring et isbremiljø ikke nødvendigvis forsvinder bare fordi en isbre forandrer sig eller svinder ind. Så længe der findes attraktive oplevelsesalternativer der kan supplere den samlede turismeoplevelse, er det ifølge resultaterne af denne opgave, muligt at opretholde breturismen på en perifer naturbaseret rejselivsdestination.

En anden dimension som resultaterne i afsnit 4.4 – *Helhedsoplevelser i Fokus* kan bidrage med er at klimaforandringerne på Briksdalsbreen har bevirket at rejselivsoperatørerne i Oldedalen nu anskuer det naturbaserede rejseliv fra en langt mere helhedsorienteret vinkel. Det er ikke længere blot Briksdalsbreen der er i fokus, når man i det lokale rejseliv forsøger at tiltrække turister. I stedet er det i lige så højere grad den omkringliggende natur og Oldenområdet som helhed, der er omdrejningspunkt for turismeoplevelsen. Det er den samlede totaloplevelse der er med til at tiltrække og fastholde turisterne i området.

Måden hvorpå Oldedalens rejselivsoperatører indtil videre er lykkedes med at imødekomme denne totaloplevelse, er gennem brancheorienteret samarbejde og lokalt sammenhold. Resultaterne i afsnit 4.2 – *Lokalt Samarbejde*, viser at både bedrift A, B, C og D i dag udviser stor interesse for at samarbejde på tværs. Dette kan vurderes som værende en stor styrke for Oldedalens breturisme og naturbaserede rejseliv fremadrettet, da de fire bedrifter hver især tilbyder meget forskellige hovedprodukter og dermed er godt rustet til at levere totaloplevelser sammen, fremfor hver for sig. Med tanke på dette kan det derfor argumenteres, at rejselivsoperatører inden for breturismen, kan skabe bedre rammer for sig selv, hvis de som bedrifterne i Oldedalen formår at samarbejde på tværs, samt se muligheder i isbremiljøets helhed, frem for kun den enkelte isbre.

For at svare på problemformuleringens anden og sidste del, finder denne konklusion det relevant at fremhæve rejselivsbedriftenes tilpasningsevne og brug af tilpasningsstrategier. Af opgaven kommer det frem at både bedrift A, B, C og D har haft succes med at tilpasse sig klimaforandringerne på Briksdalsbreen og den generelle udvikling i det lokale rejseliv. Dog er bedriftenes tilpasningsstrategier meget forskellige. Ud fra Pelling's (2011) tre tilpasningsstrategier er det blevet vurderet at bedrift A benytter en '*reaktiv*' tilpasningsstrategi, bedrift B anvender '*overgang*', bedrift C havde tidligere en '*overgangs*' -strategi men er i dag '*transformativ*', mens bedrift D har bevæget sig fra at være '*reaktiv*' til nu at benytte '*overgang*' som primær tilpasningsstrategi. Når dette sammenlignes med

eksisterende internationale studier, tegner der sig et tydeligt billede af at Oldedalen, statistisk set, følger det tilpasningsstrategiske mønster der også dominerer på internationale bre-destinationer blandt andre rejselivsoperatører (Salim *et al*, 2021b).

Afslutningsvis kan det argumenteres, at en ny potentiel forskningsvinkel der er vokset frem af denne opgave, er rejselivsoperatørernes fokus på levering af helheds-og totaloplevelser inden for breturisme. Med udgangspunkt i eksisterende rejselivsteori, kunne det i et fremtidigt studie være interessant at undersøge hvilke succeskriterier der må være til stede for at man i breturismen skal lykkes med at tilbyde et langsigtet helhetligt rejselivsprodukt. Er rejselivsoperatører på andre bre-destinationer parate til at imødekomme en sådan forandring, og hvad kræver det af ressourcer, på både bedrifts-og destinationsniveau?

Grundet begrænsninger på opgavens omfang, har dette studie udelukkende udfoldet sig på bedriftsniveau. Dog kunne det være meningsfyldt at løfte opgaven op på destinationsniveau. Hvordan arbejdes der med breturismen på destinationsniveau forskellige steder i verden? Er isbreernes afsmeltning noget visit-og destinationsselskaber har fokus på at arbejde med i forhold til deres markedsføring? Og inkluderes breturisme som en del af visit-selskabernes langsigtede transformationsarbejde?

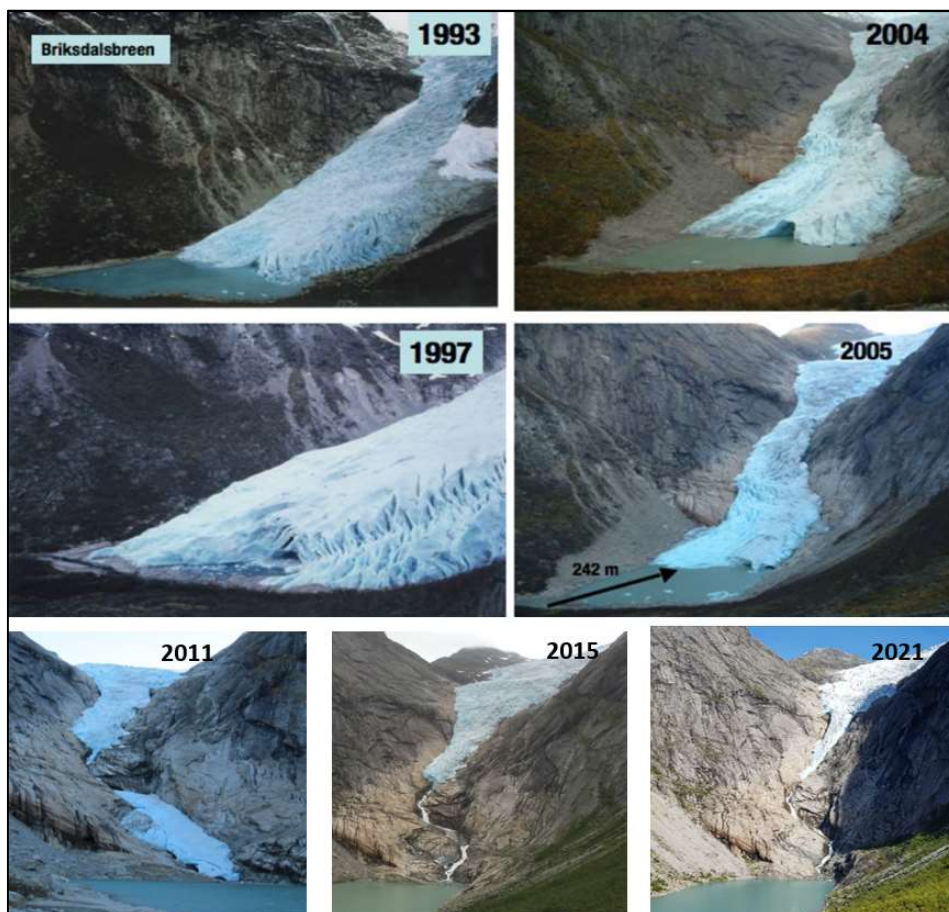
## 6.0 Litteraturliste

- Active, O. (7. December 2022b). *Om Olden Active*. Hentet fra Olden Active - Briksdalbre Adventure AS: <https://oldenactive.com/om-oss/>
- Askheim, S. (23. September 2022). *Briksdalsbreen*. Hentet fra Store Norske Leksikon : <https://snl.no/Briksdalsbreen>
- Brønnøysundregistrene. (7. December 2022a). *Nøkkelopplysninger fra Enhetsregisteret*. Hentet fra Brønnøysundregistrene: <https://w2.brreg.no/enhet/sok/detalj.jsp?orgnr=976616553>
- Brønnøysundregistrene. (7. December 2022b). *Nøkkelopplysninger fra Enhetsregisteret*. Hentet fra Brønnøysundregistrene: <https://w2.brreg.no/enhet/sok/detalj.jsp?orgnr=987015829>
- Danielsen, B. Ø. (17. Juli 2021). Her skulle cruiseskipene vært nå. *Dagbladet* , s. 10-11.
- Espiner, S., & Becken, S. (2013). Tourist towns on the edge: conceptualising vulnerability and resilience in a protected area tourism system. *Journal of Sustainable Tourism* , 646-665.
- Fabritius, M. K. (2010). *Skyssvirksomheten i Briksdal*. Bodø: Bødo Universitet - Fakultet for samfunnsvitenskap.
- Faleide, I. K. (2. August 2016). Knallsesong i Briksdalen. *Fjordingen* , s. 9.
- Fjordingen. (25. April 2008). Turist-guiding på fjord og fjell. *Fjordingen*, s. 6.
- Fjordingen. (30. Maj 2020). Ny gangsti inn mot Briksdalsbreen . *Fjordingen*.
- Fjordingen. (6. August 2021a). Satsar lokalt og satsar på heilårsturisme. *Fjordingen*. Hentet fra Fjordingen .
- Fjordingen. (26. September 2021b). Tok tempen på reiselivsnæringa. *Fjordingen* .
- Fjordingen. (8. Maj 2021c). Tek til på sin 26. sesong - no også med guida kajakkurar på Oldevatnet. *Fjordingen* .
- Fjordingen. (28. Marts 2021d). Har tilpassa butikken til norske turistar. *Fjordingen*.
- Fjordingen. (4. Juli 2022a). Kreps, kos og Kajakk ved Mølla. *Fjordingen*.
- Fjordingen. (31. Januar 2022b). Vi er forsiktige optimistar. *Fjordingen*.
- Flaten, B. (16. August 2019). Breane som smeltar. *Fjordingen*.
- Flaten, B. (17. Marts 2020a). Det blit tøft men dette skal vi klare. *Fjordingen*, s. 8.
- Google Maps. (3. December 2022). *Google Maps*. Hentet fra Google Maps: <https://www.google.com/maps/@60.6514907,-0.260892,6z/data=!5m1!1e4?hl=da>

- Halvorsen, K. (2008). *Å forske på samfunnet - en innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Cappelen Akademiske Forlag .
- Jostedalsbreen Nasjonalpark . (2022). *Kart og informasjon, Velkommen inn i Noregs Nasjonalparker*. Jostedalsbreen Nasjonalpark .
- Jostedalsbreen Nasjonalpark. (2021). *Jostedalsbreen Nasjonalpark*. Hentet fra Dei fyrste turistane: <https://jostedalsbreen.no/historisk-bruk/>
- Myklebust, R. A. (13. August 2019). Fullt på høgde med Briksdalen. *Fjordingen*, s. 4.
- Nationen. (23. Januar 2012). Naturferie vokser mest. *Nationen*.
- Nesje, A. (2005). Briksdalsbreen in Western Norway: AD 1900-2004 frontal fluctuations as a combined effect of variations in winter precipitation and summer temperature. *The Holocene*, 1245-1252.
- Norsk Bremuseum. (2022). *Breutløparar frå Jostedalsbreen*. Hentet fra Norsk Bremuseum: <https://www.bre.museum.no/breutlparar-fr-jostedalsbreen>
- Oldeide, R. (26 . Juli 2019). Eit Stort Paradoks. *Fjordingen*.
- Olden Active. (7. December 2022a). *Aktiviteter*. Hentet fra Olden Active - Briksdal Adventure AS: <https://oldenactive.com/aktiviteter/>
- Pripp, A. H. (3. September 2018). *Validitet*. Hentet fra Tidsskriftet - Den Norske Legeforening: <https://tidsskriftet.no/2018/09/medisin-og-tall/validitet>
- Sander, K. (30. November 2019). *Validitet*. Hentet fra estudie: <https://estudie.no/validitet/>
- Sander, K. (11. December 2022). *Dokumentanalyse/Innholdsanalyse*. Hentet fra estudie: <https://estudie.no/dokumentanalyse/>
- Sindre, G. (6 . November 2018). Året rundt i Briksdalen . *Fjordingen* , s. 12-13.
- Tegneren. (5 . December 2022). *Dei Første Turane* . Hentet fra Briksdal : <https://www.briksdal.no/historia>
- Trollbinde. (2022). *Jostedalsbreen Nasjonalpark* . Hentet fra Jostedalsbreen: <https://jostedalsbreen.no/>
- Vartdal, H. (28. August 2015). Rekord-sesong for Oldedalen Skyss. *Fjordingen*, s. 6.
- Viki, K. J. (7. August 2013). Breføring Berre på ein Bre. *Fjordingen* , s. 4-5.

## 7.0 Vedlegg

### Vedlegg 1 – Briksdalsbreens Udvikling



Hentet fra: Norsk Bremuseum, 2022

<https://www.bre.museum.no/foto-av-brear?q=briksdalsbreen%20>

## Vedlegg 2 – Interview Bedrift A

### Personen

a. Er du og din familie oprindeligt fra området?

- Hvis nej, hvor længe har du/I været i området?

*Ja, jeg er fra der hvor gården/campingen er. Jeg er opvokset der, i familiebedriften som jeg har tatt over. Min Pappa byggede bedriften, men det er tredje generationen. Mine bedsteforældre startede gården.*

Er det du og familien din som driver med det nu, eller gjør manden din noe andet?

*Ja vi driver med det, og lidt sådan kursvirksomhet, men kursvirksomhet har vi integreret herinde. Så det er på en måte sådan todelt, men det er mest turisme.*

b. Hvor længe har du/I været engageret i reiselivet i Olden?

*Jeg har jo vokst op på garden, så jeg har hatt sommerjob og sådan. Jeg har jobbet lidt til og fra etterhvert som jeg blev voksen. I 2018 flyttede jeg hjem og tog over på fuld tid i 2020.*

c. Hvilke kompetencer/baggrund har du/I inden for reiselivet?

*Jeg er lærer i utgangspunktet, og lidt sådan instruktør. Så det er min bakgrund. Jeg er jo på en måte vokst op med det.*

Så du har ikke en specifik bakgrund i reiselivet eller noe sånt?

*Nej da, det har jeg ikke.*

Så det er 'learning by doing'?

*Ja, det kan man vel sige at det er. Vi har jo hatt det i livet siden vi var små.*

Er det du som gjør de her undervisningskurser i yoga?

*Ja, det er eg og manden min som gjør det.*

## Bedriften

d. Hvor mange ansatte er tilknyttet bedriften?

- Højsæson, lavsæson

*Vi har jo sæsonarbejder. Vi har vel 4-5 ansatte i tillæg til mig og manden som jobber med det.*

Er det i højsæsonen eller lavsæsonen?

*Det er løbende i løbet af sæsonerne. Vi har en vagtmester som er til og fra, og så har vi 2-3 som er med på receptionen igennem sommeren*

e. Hvad var den årlige omsætning året før Covid-19 indtraf, og hvad forventer i den årlige omsætning bliver i år?

- Hvilke tiltag har i gjort for at imødekomme efterspørgslen i reiselivet siden Covid-19? (ændre produkter, søge økonomiske midler, permittere ansatte etc).

*Jamen omsætningen har gået opp. Den ligger på sådan 2-3 mio. Den har faktisk gået op i fjord og i år. I coronatiden.*

Hvad tror du har gjort at den gik op i corona?

*Nej altså, det var lidt sådan flaks for camping, fordi det endte jo med at veldig mange nordmænd rejste på ferie i Norge fordi grænserne var stengt. Da nordnorge åbnede op, så kom turisterne fra Tyskland og Nederland så det har vist at vi har hatt en effekt av det i år da.*

Så dere har ikke gjort noen spesifikke tiltak for å imøtekomme gjestene på en annen måte under corona?

*Nej da, vi har bare vert os selv. Camping viste seg at være en bra grej. Så det var jo heldigt for os.*



- f. Hvor central er Jostedalsbreen/Briksdalsbreen for bedriften og Oldens reiseliv i dag?

*Der har vi jo fået en lidt interessant udvikling, synes jeg da. Vi har jo altid være meget knyttet til tanken om at isbreen er kjempe vigtig for turismen her. Det at den ligesom har blevet mindre og Briksdalsbreen har smeltet og sådan, så har vi oplevet af erfaring at det er hele pakken her som tiltrækker. Der er fosser, fjell, turer... Det er klart isbreen er et trækplaster men ikke i så stor grad som vi har troet. Vi er mere optimister end vi har været tidligere, der er flere som trækkes imod hele pakken.*

- g. Hvilken type turister udgør jeres primære kundesegment?

- Nationalitet, alder, status (enlige, familier, par, vennegrupper osv.)

*Som kommer til os så er det jo veldig mye fra Nederland, folk som kommer fra flade landskaber og som vil opleve fjell og det lidt dramatiske natur.*

Er det folk som drar i par, vennegrupper eller familier?

*Det er alt muligt fra pensionister, til par og til familier.*

Så man kan ikke sige at det er primært familier eller noe annet?

*Nej da, det er alt muligt.*

- h. Hvilket produkt/oplevelse sælger i mest af?

*Hovednæringen vor er campingen og hytteutleje. I tillegg har vi retreat, men det er ikke i nærheten av at være et hoved produkt. Det er nok 80% camping og 20% yoga retreat.*

## Forandringer

- i. Hvilket år hadde man sidst mulighed for at gå på Briksdalsbreen?

*Det var vel i 2003 tror jeg, at det var de sidste turerne der. Det er 20 år siden.*

j. Har det berørt det lokale reiseliv at brearmene på Jostedalsbreen kryber?

- Hvis ja, hvordan?

*Nej, altså så langt har ikke vi oplevet noen effekt av det. Briksdalsbreen er jo fortsatt stor. Den er jo bare mindre end den var. Der er jo fortsatt bre der som man ser, og så længe der er det så tror jeg det er okay. Så må tiden vise hvad som skjer når breen smelter helt væk fra det vi kan se. Så kan det jo hende at vi kan merke det på noen set, men foreløbigt ikke.*

k. Har I de sidste 10 år oplevet, at eventuelle lokale naturforandringer har påvirket tilgængeligheden i området? (steinsprang, ras, påvirkning på vind og vejr, dårligere tilgang til området nedenfor brearmen, el. andet)

- Hvis ja, hvilke og hvordan har disse påvirket jeres udbud af produkter/oplevelser?

*Nej. Det er bare lidt større fosser, men det er bare kult å se på. Nej, vi har ikke mærket noen ting som har ændret sig på den måten.*

l. Hvordan så reiselivet i Olden ud for 10-15 år siden, i sammenligning med i dag?

- Hvordan er antallet af reiselivsbedrifter i dag, i sammenligning med for 10-15 år siden? (Færre bedrifter, flere bedrifter, samme antal bedrifter, ny struktur/fusionering af bedrifter)

*Der har været en forandring og det er at der er veldig myke meir turister. Sådan som jeg har indtryk, så er der et øget antal cruiseskib turister ved kajen i Olden, flere passagerer som rejser rundt mellom forskjellige destinasjoner. Der er også en stigning i privat trafikk. Campingpladserne utvikler sig, der bliver flere og mere utleje. Så det er en opadgående trend.*

Så der har kommet flere bedrifter?

*Ja*

Har dette givet mere sammenhold og samarbejde bedrifterne imellem, eller ikke så mye?

*Jo jeg synes der er et veldigt bra samarbejde mellem bedrifterne.*

m. Har i oplevet ændringer i aktivitetsefterspørgsel, antal besøgende, primære kundesegment, fysiske kompetencer og opholdsvarighed blandt turisterne, sammenlignet med for 10-15 år siden?

- Hvis ja, hvilke?
- Hvordan har evt. ændringer påvirket bedriftens omsætning?

*Nej, altså de fleste der kommer de er jo veldigt interesseret i at gå på tur. Gå på fjellturer. Der er jo lidt flere vandtilbud og etterspørgsel efter det. Kano, kajak.*

Så de gjestene som dere har, de har camping som base og så dra de selv på tur derfra?

*Ja, de tar på fjellturer, dagsturer, udflugter til forskjellige destinationer rundt omkring i området.*

Så naturen er veldigt viktig for branding og området?

*Ja ja det er jo klart at det er en del af hovedattraksjonen.*

n. Hvordan ser du som reiselivsoperatør områdets attraktivitet, efter at Jostedalsbreen/Briksdalsbreen har trukket sig tilbake?

- *(Mere attraktivt, mindre attraktivt, attraktivt på en ny måte)*

*Det er like attraktivt som tidligere.*

o. På et forretningsøkonomisk plan, hvordan håndterer i som bedrift at tilpasse jer den kontinuerlige utvikling i reiselivet?

- Hvilke tiltag har i gjort? (produktudvikling, markedsføring, netværk, innovation, støtteordninger osv.)
- Hvilke ressurser har dette krævet, og hvordan er tilgangen på disse ressurser?

*De sidste 10 år har vi jo nok begyndt at rette markedsføringen mere mod digitale medier, sociale medier, annoncer. Den type markedsføring er mere nu. Så det har ændret sig hvordan man markedsfører sig. Det er ikke længere kataloger, og såen type ting. Så det har ændret sig, og så har vi nu fokus på alle dele af naturen, ikke bare isbreen. Vi inkluderer alt som er her, vatn og fjellturer og alt. Det har været en udvikling for os, at vi kanskje har været lidt blinde for at her er jo attraksjoner overalt. Så der er vi blevet flinkere til at inkluderer alt fra fosser til, fjellturer og andre ting i området her.*

Det har med yogaretraet og den fine bygninen som er blevet bygget i forbindelse med det, det var vel ikke der til at begynde med. Så det er vel å et tiltak?

*Jo da, det har jo på en måte vokset frem på grund av min interesse for yoga. Men det har ikke været en specifik strategi for at utvikle os. Det er ikke noget vi har gjort for at tilpasse os at breen smelter. Det er mere en interesse for meg selv, kan man sige.*

Hvilke ressurser har det krævet f.eks. at udvide jeres produkt med yoga-fokus?

Er det vanskelig at gjøre større tiltak nå i ligger på den plads i gjør?

Har geografien noget at sige for tilgangen til ressurser?

*Vi finansierer alt utvikling selv ud fra eget overskud, som vi har puttet tilbake i bedriften. Vi søker ikke om midler. F.eks. er det meget omfattende at søge om midler gjennom innovasjon Norge, det orker ikke vi engang. Det er så omfattende og kompliseret. Du må ha egne konsulenter for at få det gjort. Det er ikke noget for os, og vi gider ikke bruke masse masse tid på det. Så vi finansierer det selv.*

p. I hvilken retning tror du reiselivet vil utvikle sig de næste 10-15 år?

- Tar i nogen greb i bedriften for at imødekomme dette?

*Jeg tror at det fortsætter med den her oplevelsesturisme. Der man ligger til rette for oplevelser i naturen. Først og fremst her, og at man har noget at tilbyde udover dat at bo i campingbilen sin, eller hytta sin. Jeg tror der bliver lagt til rette for den type udbud og oplevelsesturisme. Så jeg tror det kommer til at gå i den retningen.*

Har dere tanke om å utvikle mere end det i har nu. Komme med flere produkter, eller er dere veldig fornøyde med det som allerede er?

*Ja, vi må ligesom bare stoppe nu for hele området er rødmærket af NVE. Så der er ikke så veldig mye vi kan gjøre i forhold til overnatningsdel og sådan. Det er jo lidt begrænset hvad man kan gøre herinde nu. Så vi må nøjes med det vi har og gjøre det bedre. Satse på det.*

q. Er du bekymret for hvad der vil ske med rejselivet i området, når Briksdalsbreen ikke længere er synlig?

*Det kan jo hende det, men det er ikke en så stor betydning som det en gang var, fordi det viste seg at her er enorme fosser og super fin natur.*

Så på den måte er det ikke en bekymring?

*Nej det er ikke en daglig bekymring. Det er klart at vi håper jo der går lang tid før isbreen forsvinder, for det er jo et trækplaster, men jeg tror ikke det kommer til å påvirke hele rejselivet herinde.*

r. Er det dit indtryk at der er bevidsthed om miljømæssig bærekraft blandt det lokale rejseliv?

*Ja... det er kanskje lidt todelt. Nej altså det er kanskje svært at sige. Cruisetrafikken bliver mere og mere reguleret i forhold til hvilken slags type båt som får komme ind. Campingpladserne som er rundt her er jo bygget i pakt med naturen. Jeg føler at der er en bevidsthed. Jeg tænker kanskje at den største udfordring er å passe på at trafikken, veje og antal folk i gaden, at man ligger til rette for det i pakka.*

Så at der ikke bliver masseturisme på en liten plads?

*Ja, eller i al fald passe på at man har stier og veje som kan ta de folkene som er da. Som f.eks. i Olden der der er masse folk og flere 1000 på en gang.*

- s. Bruger i Jostedalsbreen/Briksdalsbreen som ressource/kilde til at påvirke jeres gæsters bevidsthed omkring klimaforandringer?
- Synes du, det at bevidstgøre gæsterne om klimaforandringer er noget ansatte i rejselivet bør gøre?

*Ja, vi har jo en informations/signatursti på hvor camping. Den handler veldig masse om naturen. Vi promoterer ikke at breen smelter bare på grund af klimaforandringerne, for det er der jo ikke nogen som kan sige endnu. Om det er det ene eller det andet, fordi breerne her har jo gået frem og tilbage. Vi har information om det og hvor fort det går og sådan nogle ting. Det har vi en del information på, og så er vi lidt sådan åbne for flere årsagssammenhænge på klimaændringer men også andre naturlige ændringer i naturen, som kan påvirke hvordan breen er da.*

Tænker du det er vigtigt at reiselivsbedrifter er med til at bevidstgøre om klima, eller tænker du det ikke er så vigtigt endda?

*Jo jeg tænker det er vigtigt at bevidstgjøre omkring det å ha et økologisk rejseliv. Ecoturisme og man ligger til rette i rejselivet på en måte som tar vare på naturen. Kanskje mest altifra søppel til korleis man ordner sig på ulike vis. Genbruk og alt sånt. Det er vigtigt og jeg tror at turisterne bliver mere og mere bevidste om de her ting. Men å gå ind på en diskussion omkring hvorfor breerne smelter og hvor meget som er menneskeskabt. Det er kompliceret, og afhængig af hvem du spørger så... Ja jeg vil vurdere at det er vigtigt at have fokus på miljøvenlighed.*

## Vedlegg 3 – Interviewguide

### Personen

- a) Er du og din familie oprindeligt fra området?
  - Hvis nej, hvor længe har du/I været i området?
- b) Hvor længe har du/I været engageret i rejselivet i Olden?
- c) Hvilke kompetencer/baggrund har du/I inden for rejselivet?

### Bedriften

- a) Hvor mange ansatte er tilknyttet bedriften?
  - Højsæson, lavsæson
- b) Hvad var den årlige omsætning året før Covid-19 indtraf, og hvad forventer i den årlige omsætning bliver i år?
  - Hvilke tiltag har i gjort for at imødekomme efterspørgslen i rejselivet siden Covid-19? (ændre produkter, søge økonomiske midler, permittere ansatte etc).
- c) Hvor central er Jostedalsbreen/Briksdalsbreen for bedriften og Oldens rejseliv i dag?
- d) Hvilken type turister udgør jeres primære kundesegment?
  - Nationalitet, alder, status (enlige, familier, par, vennegrupper osv.)
- e) Hvilket produkt/oplevelse sælger i mest af?

### Forandringer

- a) Hvilket år havde man sidst mulighed for at gå på Briksdalsbreen?
- b) Har det berørt det lokale rejseliv at brearmene på Jostedalsbreen kryber?
  - Hvis ja, hvordan?
- c) Har I de sidste 10 år oplevet, at eventuelle lokale naturforandringer har påvirket tilgængeligheden i området? (steinsprang, ras, påvirkning på vind og vejr, dårligere tilgang til området nedenfor brearmen, el. andet)

- Hvis ja, hvilke og hvordan har disse påvirket jeres udbud af produkter/oplevelser?
- d) Hvordan så rejselivet i Olden ud for 10-15 år siden, i sammenligning med i dag?
- Hvordan er antallet af rejselivsbedrifter i dag, i sammenligning med for 10-15 år siden? (*Færre bedrifter, flere bedrifter, samme antal bedrifter, ny struktur/fusionering af bedrifter*)
- e) Har i oplevet ændringer i aktivitetsefterspørgsel, antal besøgende, primære kundesegment, fysiske kompetencer og opholdsvarighed blandt turisterne, sammenlignet med for 10-15 år siden?
- Hvis ja, hvilke?
  - Hvordan har evt. ændringer påvirket bedriftens omsætning?
- f) Hvordan ser du som rejselivsoperatør områdets attraktivitet, efter at Jostedalsbreen/Briksdalsbreen har trukket sig tilbage?
- (*Mere attraktivt, mindre attraktivt, attraktivt på en ny måde*)
- g) På et forretningsøkonomisk plan, hvordan håndterer i som bedrift at tilpasse jer den kontinuerlige udvikling i rejselivet?
- Hvilke tiltag har i gjort? (*produktudvikling, markedsføring, netværk, innovation, støtteordninger osv.*)
  - Hvilke ressourcer har dette krævet, og hvordan er tilgangen på disse ressourcer?
- h) I hvilken retning tror du rejselivet vil udvikle sig de næste 10-15 år?
- Tar i nogen greb i bedriften for at imødekomme dette?
- i) Er du bekymret for hvad der vil ske med rejselivet i området, når Briksdalsbreen ikke længere er synlig?
- j) Er det dit indtryk at der er bevidsthed om miljømæssig bærekraft blandt det lokale rejseliv?
- k) Bruger i Jostedalsbreen/Briksdalsbreen som ressource/kilde til at påvirke jeres gæsters bevidsthed omkring klimaforandringer?
- Synes du, det at bevidstgøre gæsterne om klimaforandringer er noget ansatte i rejselivet bør gøre?



## Vedlegg 4 – Analysekema Bedrift B

### Personen

Interviewspørsmål	Svar	Kildereferanse
Er du oprindeligt fra området? - Hvis nej, hvor længe har du været i området?	Ja	Fjordingen, 2018 - Året rundt i Briksdalen
Hvor længe har du været engageret i rejselivet i Olden?	30 år	Fjordingen, 2018 - Året rundt i Briksdalen
Hvilke kompetencer har du inden for friluftsliv/natur/naturforvaltning?	Oppgradering og innreiing har Oddrunn Grodås sjølv stått for. Ho har, i tillegg til bakgrunn som faglærer i ernæring, helse og miljø, også utdanning som interiørkonsulent.  Oddrunn og Per har samarbeidd om drifta i Briksdalen sidan ho kom hit for 30 år sidan. Han er oppvaksen her og utdanna ved Hotellhøgskulen i Stavanger. Ho er oppvaksen i butikk heime på Sanden i Hornindal, og har seinare vore lærar på vidaregåande, før ho gjekk over til å drive fjellstove på heiltid. Oddrunn er butikkansvarleg, Per er økonomi- og personalansvarleg. Dessutan tek han hand om kraftverket som ligg i bakken under parkeringsplassen. Og heile familien er involverte i drifta. Døtrene held seg også innan bransjen: Pernille (22) har fagbrev som kokk og studerer øk.ad. på BI i Bergen, Olin (20) har fagbrev som reiselivsmedarbeidar. Begge er i periodar involverte i drifta.	Fjordingen, 2018 - Året rundt i Briksdalen

### Bedriften

Interviewspørsmål	Svar	Kildereferanse
Hvor mange ansatte er tilknyttet bedriften? - Højsæson, lavsæson	Med seg har familien Briksdal ein solid stab. Rundt 40 personar har sesongarbeid ved Briksdalsbre Fjellstove. (Højsæson)  I tillegg til Oddrunn og Per er det også fleire fast tilsette her oppe. Aud Briksdal, Per si svigerinne, er butikkmedarbeidar og Andreas Briksdal (brorson) er restaurant-/mat og drikkeansvarleg. Nokre er også fast tilsette på deltid: Hovmeister Aiva Zake og vaktmeister Harald Wolfgang Michael Benthin. Dessutan er Rogeir Haugen, dagleg leiar for Oldedalen Skyss, også bookingansvarleg for fjellstova	Fjordingen, 2018 - Året rundt i Briksdalen
	– Vi har rundt 40 tilsette på en og reinhald. heil- og deltid, fortel Grodås. Dei er fordelte på butikken, kjøkkenet, restauranten, kafe	Fjordingen, 2016 - Knallsesong i Briksdalen
Hvad var den årlige omsætning året før Covid-19 indtraf, og hvad forventer i den årlige omsætning bliver i år? - Hvilke tiltag har i gjort for at håndtere Covid-19? (ændre produkter, søge økonomiske midler, permittere ansatte etc).	Dei har tilpassa butikken til meir norske gjester til årets sesong.  Dei har hatt rundt 300.000 besøkande siste sesongane, Briksdalsbre Fjellstove. No har det vore svært stille. Cruiserafikken og dei utanlandske gruppene har uteblitt på grunn av reiserestriksjonar og koronanedstenging.	Fjordingen, 2021 - Har tilpassa butikken til norske turistar  Fjordingen, 2020 - Sesongen med god plass

	<p>- Døtrene våre, Pernille og Oline, skal jobbe her når dei er ferdige med sine studieår, men elles har vi nedskalert talet på tilsette kraftig, seier Briksdal.</p>	
	<p>– Vi må trimme heile organisasjonen i forhold til den situasjonen som har oppstått. Mange sesongtilsette vil mest truleg ikkje kunne få jobb i sommar. Mange av desse er folk som har jobba her i mange år. Vi må truleg også permittere. Det er beklageleg for alle det gjeld, men slik er situasjonen, seier Per Briksdal.</p> <p>– Vi trur det norske markedet vil vere dei som kjem tilbake først. Når det skjer, veit vi ikkje no. Gjennom sesongen har vi eit høgt tal cruiseturistar i Briksdalen. Når hamnene vert stengde, er det klart at det betyr betydeleg nedgang i trafikken og dermed tapte inntekter for oss. Men vi skal handtere det, seier Grodås og Briksdal.</p>	Fjordingen, 2020 - Det blir tøft, men dette skal vi klare
	<p>– Det var mye norske turister her, så det er ikke noe krisestemning. Briksdal sier at det aldri har vært så mange norske turister i Briksdalen.</p>	Dagbladet, 2021 - HER SKULLE CRUISESKIPENE VÆRT NÅ
	<p>I 2016 driftsinntekter på 23,7 millionar kroner - nærare fire millionar meir enn året før</p>	Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve
	<p>I det siste turistbuss svingar ut frå parkeringsplassen ved Briksdalsbre Fjellstove vert det sett punktum for ein sesong med nær 300.000 gjester. No startar</p>	Fjordingen, 2018 - Året rundt i Briksdalen
	<p>- I fjor omsette vi for sju millionar. Vi trudde det var ein topp, men mai og juni ligg fem til ti prosent over fjoråret, seier han</p>	Fjordingen, 2015 - Nye rekordar for Briksdalen
	<p>Historia endrar seg. Verda går framover, men breen går tilbake. Per Briksdal ottast likevel ikkje at den blir borte. Det som ligg fast er fossen i fjellet rett ovanfor fjellstova.</p> <p>Fossen i Briksdalen er eit populært motiv for fotografane</p>	Fjordingen, 2018 - Den moderne fjellstova
Hvor central er breen for bedriften og Oldens reiseliv i dag?	<p>Dei lokale oldedølene meiner nemleg at den verkelege suksessen ligg i ein smal og kronglete kjerreveg opp til sjølve Briksdalsbreen</p> <p>Briksdalsbreen er trekkplasteret. Sjølv om brearmen ofte er målet for besøket til dalen er den slett ikkje alt.</p> <p>– Heile naturopplevinga er viktig for turistane som kjem til området, fortel Briksdal. – Her er mykje natur rundt oss, held han fram. Nede i Olden har du fjorden, så kjem du opp til Floen, og deretter Oldevatnet. På veg oppover dalen er du omringa av grønne fjellsider med mektige fossar. Så kjem du opp til Briksdalen. Her har du ein fin sti opp til breen, med jettegryte, fleir fossefall og trollbilane til skyss laget.</p> <p>– Den samansette opplevinga er avgjerande for at gjestene kjem hit og trivast, avsluttar han.</p>	Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve
Hvilken type turister udgør jeres primære kundeselement?	<p>– Vi må vite kva nasjonalitetar som kjem, før vi bestiller varer, seier Oddrunn Grodås.</p> <p>– Kvifor?</p> <p>– Dei har ulike krav! Russiske turistar, til dømes, dei vil ha svart. Svart og kvitt. Asiatiske turistar vil ha fargar.</p>	Fjordingen, 2018 - Året rundt i Briksdalen
- Nationalitet, alder, status (enlige, familier, par, vennegrupper osv.)		

	Folk kjem i bil og buss, åleine og i grupper. – <i>For oss er også cruise viktig. Vi får grupper frå Olden, Hellesylt, Geiranger, og no også Eid. Eid vert ein heilt ny cruise destinasjon, men også derfrå kjem det grupper hit med buss, akkurat som Hellesylt, Geiranger og Olden.</i>	
	- <i>Dei største turistgruppene våre er frå Taiwan, Japan, Korea, Frankrike og Spania. Men dei siste åra har vi hatt eit enormt oppsving av kinesarar, seier dagleg leiar på Briksdalsbre Fjellstove AS, Per Briksdal.</i>	Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve
	Briksdal kan fortelje om godt med turistar av mange nasjonalitetar i år. – <i>Viss vi skal framheve nokre nasjonalitetar må det bli Kina og Spania, men det er generelt god utvikling på alle nasjonar. Det vere seg cruisegjester, bussgrupper eller individuelle, seier han.</i>	Fjordingen, 2016 - Knallsesong i Briksdalen
	Trafikken aukar i Briksdalen. Det er serleg den asiatiske trafikken som viser vekst. Kina har blitt veldig sterke, og vi ser også mange spanjolar, seier Per Briksdal ved Briksdalsbre Fjellstove.	Fjordingen, 2015 - Nye rekordar for Briksdalen
	Fjellstova, med restaurant, Taxfree, souvenir og kafe	Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve

## Forandringer

Interviewspørsmål	Svar	Kildereferanse
På et forretningsøkonomisk plan, hvordan har i som bedrift håndteret at breen er gået tilbake? <ul style="list-style-type: none"> <li>Hvilke tiltag har i gjort? (<i>produktutvikling, markedsføring, netværk, innovation, støtteordninger osv.</i>)</li> <li>Hvilke ressurser har dette krævet, og hvordan er tilgangen på disse ressurser?</li> </ul>	Denne sommaren kan besøkjande i Briksdalen gle seg over ny, generelt utforma gangsti på sørsida av dalen innover mot breen. Dermed kan ein skilje gåande og skyspbilar heile vegen frå fjellstova inn til breen.  Det har også skjedd annan oppgradering av vegen frå fjellstova mot breen siste året. Mellom anna er det kome opp ny og betre skilting for gåande, køyrande og rullestol/barnevogn. På brua nedanfor Kleivafossen er det lagt nytt dekke.	Fjordingen, 2020 - Ny gangsti inn mot Briksdalsbreen
I hvilken retning tror du rejselivet vil utvikle sig de neste 10-15 år? <ul style="list-style-type: none"> <li>Tar i noen greb i bedriften for at imødekomme dette?</li> </ul>	– <i>For å halde på både personale og gjester må vi gjere nokre løft kvart år. Så pengane går rett inn att i drifta, seier Oddrunn Grodås og Per Briksdal.</i>  Byggjeprojektet med ny kjøkenavdeling ha mykje fokus. Kafeen i butikkbygningen har fått ei oppgradering og er ny av året.	Fjordingen, 2018 - Året rundt i Briksdalen
Foruden Briksdalsbreens tilbagetrækning, har i oplevet andre fysiske klimaforandringer der har påvirket tilgængeligheden i området? (steinsprang, ras, påvirkning på vind og vejr, dårligere tilgang til området nedenfor brearmen) <ul style="list-style-type: none"> <li>Hvis ja, hvilke og hvordan har disse påvirket jeres udbud</li> </ul>	Vi har vel vore meir opptekne av framtid enn fortid,	Fjordingen, 2018 - Den moderne fjellstova

af produkter/oplevelser?		
<p>Hvordan så rejselivet i Olden ud for 10-15 år siden, i sammenligning med i dag?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Har de lokale klimaforandringer påvirket antallet af rejselivsbedrifter? <i>(Færre bedrifter, flere bedrifter, samme antal bedrifter, ny struktur/fusionering af bedrifter)</i></li> </ul>	<p>Vi har jo forskellige reklamekampanjer i samarbeid med destinasjonsselskap, og fokuserer mer på det norske markedet, sier Briksdal.</p>	<p>Dagbladet, 2021 - HER SKULLE CRUISESKIPENE VÆRT NÅ</p>

## Vedlegg 5 – Analysekema Bedrift C

### Personen

Interviewspørsmål	Svar	Kildereferanse
Hvor længe har du vært engageret i reiselivet i Olden?	Frode Briksdal, som går laus på sin 26. sesong med Briksdal Adventure, er meir optimist framfor denne sommarsesongen samanlikna med fjorårets.	Fjordingen, 2021 - Tek til på sin 26. sesong - no også med guida kajakkurar på Oldevatnet
	Vi møter Frode Briksdal ved kafeen til Stryn Sommerskisenter. Han var ein sentral aktør innan breføring i Oldedalen på 90-talet og fram til for få år sidan.	Fjordingen, 2019 - Fullt på høgde med Briksdalen

### Bedriften

Interviewspørsmål	Svar	Kildereferanse
Hvor mange ansatte er tilknyttet bedriften? - Højsæson, lavsæson	«I fjor var vi 7-8 personar for det meste engasjert i Briksdal Breføring. I år må vi bli fleire. Ingenting tilseier at aktiviteten på Bødalsbreen med base på Sande Camping blir mindre enn i fjor då vi mange dagar måtte køyre med ventelister.»	Fjordingen, 2008 - Turist-guiding på fjord og fjell
	Briksdal fortel at verksemda denne veka har hatt 600 deltakarar på aktivitetar og 11 mann på jobb kvar dag.	Fjordingen, 2009 - Turistane vil ha aktivitetar
Hvad var den årlige omsætning året før Covid-19 indtraf, og hvad forventer i den årlige omsætning bliver i år? - Hvilke tiltag har i gjort for at håndtere Covid-19? (ændre produkter, søge økonomiske midler, permittere ansatte etc).	Grunna pandemien har reiselivsbedrifta Briksdal Adventure i Olden gått frå å satse på cruiseturistar til å omstille seg for den norske marknaden.  Satsar på heilårsturisme i Olden  ...har no sett i gang eit eige kursprogram for å sørgje for rekruttering og opplæring av lokale til å verte turistvertar	Fjordabladet, 2021 - Satsar på heilårsturisme i Olden
	Denne sesongen har dei guida rundt 2.000 gjester. – Ei halvering, kan Kirkeeide Bøe fortelje om tal gjestar samanlikna med eit normalår.	Fjordingen, 2021 - Satsar lokalt og satsar på heilårsturisme
Hvor central er breen for bedriften og Oldens reiseliv idag?	Vegetasjonen tæt ved breen er helt speciel for Oldedalen (indirekte sagt hare breen stor betydning for naturoplevelsen i området)  Guiden Samuel Duc, guide for Briksdal Adventure - <i>Breane her gir ei anna kjensle enn på Svalbard og i Alpane. Her er tre og vegetasjon like ved breen og gir ei mjukare og meir koseleg kjensle, meiner han.</i>	Sunnmørposten, 2013 – Kjensla av Istid
Hvilken type turister udgør jeres primære kundeselement? - Nationalitet, alder, status (enlige, familier, par, vennegrupper osv.)	... familier og cruiseturister er sentrale kundegrupper, sier Briksdal	Nationen, 2012 – Naturferie Vokser Mest
	Her møter vi folk mellom anna frå New York, Nederland, Tyskland og Sverige. Faktisk er det sjeldan at folk frå Norge og nærområdet er med.	Sunnmørposten, 2013 – Kjensla av Istid
	Reiselivsbedrifta Briksdal Adventure i Olden, retta seg fyrst og fremst mot cruiseturistar, men har sidan mars i fjor omstilt seg for den norske marknaden.	Fjordingen, 2021 - Satsar lokalt og satsar på heilårsturisme

	Fredag var det ei gruppe på om lag 30 personar som var med i følgjet på breen. Blant dei møtte vi Santiago frå Argentina og Andreas frå Hellas.	Fjordingen, 2019 - Fullt på høgde med Briksdalen
	Spania. Briksdal håpar han får besøk av fleire spanske turistar komande sommar.	Fjordingen, 2022 - Det har vore to brutale år, men oppturen vil kome
	Sjølv om store turistgrupper sviktar Nordfjord, er dei som kjem utruleg aktive. Det slår Frode Briksdal i Briksdal Breføring fast.  Frå Europa. Det vere seg tyske, britiske, spanske, franske og nederlandske turistar.	Fjordingen, 2009 - Turistane vil ha aktivitetar
	Etter 23 besøk til Olden i år var det klart for siste turen ut fjorden tysdag. Tradisjonen tru når eit cruiseskip skal forlate Olden så skrur Briksdal ved Mølla opp musikken.	Fjordingen, 2022 - «DJ Briksdal» skrudde høgtalarane på fullt
Hvilket produkt/oplevelse sælger i mest af?	Staben driv med guiding både i kajakk og på bre	Fjordingen, 2021 - Satsar lokalt og satsar på heilårsturisme
	Briksdalen Adventure tilbyr framleis brevandring	Fjordingen, 2019 - Fullt på høgde med Briksdalen
	Briksdal Adventure starta som eit lite selskap der einaste tilbod i starten var breføring på Briksdalsbreen. Selskapet har flytta seg frå bre til bre og plass til plass etter kvart som isen har smelta og breane har endra seg. Når dei no har etablert tilbod om brevandring på Tystigen, bidreg dei og til å forlenge sesongen for eit sommarskiser som slit med det same; alt for rask nedsmelting og dermed korte sesongar.	Fjordingen, 2019 – Breane som Smeltar
	Ein får gjere noko og sjå noko, samstundes som ein får ein vanleg rib-tur, seier Frode Briksdal. Briksdal har drive med aktivitetar retta mot turistar sidan 1995. Det starta som eit reint breføringsselskap, men no er mykje av aktiviteten knytt til sjøen, og Mølla Gjestehus, som ligg rett ved cruisekaia i Olden.  Av aktivitetar elles, som selskapet Briksdal Adventure tilbyr, er kajakk veldig populært. I dag har dei kring 20 doble kajakkar og 8-10 enkle. Dette vert truleg dobla i nær framtid. Også brevandring er ein del av tilbodet framleis.	Fjordingen Pluss, 2022 - Kreps, kos og kajakk ved Mølla

## Forandringer

Interviewspørsmål	Svar	Kildereferanse
Hvilket år hadde i sidst tilgang til breen med turister?	Bødalsbreen - ture sidste gang i 2012 Brenndalsbreen - ture første gang i 2013	Sunnmørposten, 2013 – Kjensla av Istid
	– Utgangspunktet for Briksdal Adventure var reinspikka breføring på Briksdalsbreen, men så forsvann den. Vi var i Bødalen nokre år, så Brenndalen. Så vi har blitt jaga rundt på ulike brearmar, smiler Briksdal.	Fjordingen, 2019 - Fullt på høgde med Briksdalen

	<p>Breførarane i Stryn får stadig mindre plass å boltre seg på. No er det berre Brenndalsbreen igjen som er eigna for breføring.</p> <p>– Det er ei utfordring at breane trekkjer seg tilbake. Det medgjev Ruben Briksdal, breførar og assisterande dagleg leiar i Briksdal Adventure. Denne sommaren er den fyrste dei berre har ein bre å tilby breføring på. Dei starta med breføring på Briksdalsbreen, og gjekk i 2006 over til Bødalsbreen, då Briksdalsbreen vart for liten. No er heller ikkje Bødalsbreen lengre eigna for breføring.</p> <p>– <i>Det er nokre år sidan vi såg at Bødalsbreen byrja å bli for tynn. For to år sidan byrja vi tilrettelegging av sti opp til Brenndalsbreen. Det låg i korta at vi ikkje kunne fortsette mange åra til i Bødalen, seier Briksdal. I sommar er Brenndalsbreen den einaste breen med moglegheit for breføring.</i></p>	Fjordingen, 2013 - Breføring berre på ein bre
	<p>Briksdalsbreen er rett nok bytt ut med Tystigbreen på Strynefjellet, og det er eit stykke unna glansdagane på 90- og tidleg 2000-tal, då ein kunne oppleve kring 20.000 gjester i løpet av ein sommar. Men turane for komande sesong er nesten fullbooka, ifølge Briksdal</p>	Fjordingen Pluss, 2022 - Kreps, kos og kajakk ved Mølla
	<p>Brearmene trekkjer seg stadig lenger oppover i dalane. I fjor måtte Briksdal Adventure avslutte turane på Bødalsbreen. Breen var då minka så mykje at det var for farleg og vanskeleg å ta med turistar dit. Tilbodet om guida turar på Brenndalsbreen er difor nytt av året. Breen er no den einaste i Olden-området som blir rekna som tilgjengeleg nok for kortare guida turar.</p>	Sunnmørposten, 2013 – Kjensla av Istim
	<p>– No skal vi ikkje legge skjul på at det har gått raka vegen tilbake for breane. Men eg trur vi framleis har mange år igjen på Brenndalsbreen. Eg går jo med eit håp om at breane vil vakse igjen slik dei gjorde på 90-talet, seier han. Dersom ein ikkje lengre vil ha mulegheit for breføring trur han det vil komme nye, alternative måtar å oppleve breen på.</p> <p>– <i>Det jo mange idear som diskuterast no, som gondol og veg. Det blir spennande å sjå.</i></p>	Fjordingen, 2013 - Breføring berre på ein bre
Hvordan har det berørt bedriften at Briksdalsbreen og brearmene på Jostedalsbreen kryber?	<p>Briksdal Adventure starta som eit lite selskap der einaste tilbod i starten var breføring på Briksdalsbreen. Selskapet har flytta seg frå bre til bre og plass til plass etter kvart som isen har smelta og breane har endra seg. Når dei no har etablert tilbod om brevandring på Tystigen, bidreg dei og til å forlenge sesongen for eit sommarskiser som slit med det same; alt for rask nedsmelting og dermed korte sesongar.</p>	Fjordingen, 2019 – Breane som Smeltar
	<p>Då Briksdal starta med aktivitetar retta mot turistar var det brevandring som var hovudgesjeften. Snart 30 år seinare er</p>	Fjordingen Pluss, 2022 - Kreps, kos og kajakk ved Mølla

	<p>mykje relatert til sjøen, og med Mølla Gjesthus som base.</p>	
	<p>- Tilbakemeldingane frå lokale aktørar i Oldedalen har vore utelukkande positive på den nye satsinga, og vi er svært glade for at samtlige reiselivsbedrifter i Oldedalen ønskjer satsinga på guida kajakturar velkomen. Aktivitet avlar aktivitet, og vi håpar at dei tilreisande kanskje vil bli endå litt lenger i området vårt med fleire aktivitetar å velje i, seier Kirkeide Bøe.</p>	Fjordingen, 2021 - Tek til på sin 26. sesong - no også med guida kajakturar på Oldevatnet
	<p>Idar Aaboen og Stryn Sommarskisenter er glad for all aktivitet som kan forlengje sesongen.  <i>– Eg synest dette er kjempepositivt. Vi treng aktivitet etter skisesongen. Vi har eit område som har mykje å tilby av toppturar og bre. Det er ikkje stor butikk, men det er ein start. Eg er veldig takksam for at dei har aktivitet her, seier han.</i></p>	Fjordingen, 2019 - Fullt på høgde med Briksdalen
	<p>I heilskapen inngår også samarbeid mellom mange aktørar. Det gjeld til dømes fjellturar og ikkje minst i forhold til Melkevoll Bretun og steinalderhola der. Det er ein spesiell plass, og mange av våre aktivitetar kan kombinerast med bespising der, seier Frode Briksdal.</p>	Fjordingen, 2008 - Turist-guiding på fjord og fjell
<p>Hvordan så reiselivet i Olden ud for 10-15 år siden, i sammenligning med i dag?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Har de lokale klimaforandringer påvirket antallet af reiselivsbedrifter? (Færre bedrifter, flere bedrifter, samme antal bedrifter, ny struktur/fusionering af bedrifter)</li> </ul>	<p>Han meiner opplevinga på Tystigbreen ikkje står noko tilbake for turane dei hadde i Oldedalen.  – Opplevinga er fullt på høgde med det vi dreiv med i Briksdalen, men der var det lettare tilgjengeleg og ei større folkemasse. Der kunne det vere opp mot 150 personar, medan vi her ligg på 10–30 på turane.</p>	Fjordingen, 2019 - Fullt på høgde med Briksdalen
<p>Hvordan så reiselivet i Olden ud for 10-15 år siden, i sammenligning med i dag?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Har de lokale klimaforandringer påvirket antallet af reiselivsbedrifter? (Færre bedrifter, flere bedrifter, samme antal bedrifter, ny struktur/fusionering af bedrifter)</li> </ul> <p>Har i oplevet ændringer i aktivitetsfterspørgsel, antal besøgende, primære kundesegment, fysiske kompetencer og opholdsvarighed blandt turistene, sammenlignet med for 10-15 år siden?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hvis ja, hvilke?</li> <li>▪ Hvordan har evt. ændringer påvirket bedriftens omsætning?</li> </ul>	<p>– Ordet «ekstrem» har vi for lengst kuttet ut i markedsføring og satser heller for fullt på «soft adventure» – der både familier og cruiseturister er sentrale kundegrupper, sier Briksdal</p> <p>Vi vil tilby fleire enkeltstående kurs framover, mellom anna grunnkurs og teknikkurs i kajakk.</p> <p>Aktivitetsselskapet i Olden har hatt kajakkguiding på fjorden sidan 2016, då med utgangspunkt ved Mølla. Det har også vore tilbod om kajakturar i Lodalen siste tre åra. Nytt av året er guida kajakturar på Oldevatnet.</p> <p>Nyleg har dei også lagt til rette for at gjestene sjølv kan vere med ut i båt og hente middagen i teinene.</p>	<p>Nationen, 2012 – Naturferie Vokser Mest</p> <p>Fjordingen, 2021 - Tek til på sin 26. sesong - no også med guida kajakturar på Oldevatnet</p> <p>Fjordingen, 2021 - Satsar lokalt og satsar på heilårsturisme</p>
<p>Hvordan ser du som reiselivsoperatør områdets attraktivitet, efter at Briksdalsbreen har trukket sig tilbake?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ (Mere attraktivt, mindre attraktivt,</li> </ul>	<p>Han er svært tilfreds med samarbeidet som er kome i stand med Stryn Sommarskisenter, og moglegheita som stolheisen gjev dei.</p>	Fjordingen, 2019 - Fullt på høgde med Briksdalen



<p><i>attraktivt på en ny måte)</i></p>		
<p>På et forretningsøkonomisk plan, hvordan har i som bedrift håndteret at breen er gået tilbake?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hvilke tiltag har i gjort? <i>(produktudvikling, markedsføring, netværk, innovation, støtteordninger osv.)</i></li> <li>▪ Hvilke ressurser har dette krævet, og hvordan er tilgangen på disse ressurser?</li> </ul>	<p>Det er ikkje reinspikka breaktivetatar lenger. Vi marknadsfører oss nok meir og meir under namnet Briksdal Adventure, smiler Frode Briksdal i kafestova i Briksdalen.</p> <p>Breklatring i Bødalsbreen, løypestreng, klatretårn og balansebru i Briksdalen, fjellturar, padling i Lodalen og båtsafari på Briksdalsvatnet vert i sommar supplert med spennande turar i hurtiggåande båtar og i seglskip på fjorden.</p> <p>Først må eg seie at satsinga på båtuturisme er i tråd med samla reiselivsplan der det vert lagt vekt på at fjorden skal brukast meir. Dette har vi valt å satse på. Vi har fått mange bestillingar frå cruise og frå bedrifter. I allefall er produktet vårt bestilt frå 14 cruiseskip som kjem til Olden innanfor European Cruiseservices, og vi har allerede byrja å booke for 2009.</p>	<p>Fjordingen, 2008 - Turist-guiding på fjord og fjell</p>
<p>På et forretningsøkonomisk plan, hvordan har i som bedrift håndteret at breen er gået tilbake?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hvilke tiltag har i gjort? <i>(produktudvikling, markedsføring, netværk, innovation, støtteordninger osv.)</i></li> <li>▪ Hvilke ressurser har dette krævet, og hvordan er tilgangen på disse ressurser?</li> </ul>	<p>Verksemda marknadsfører seg no under Briksdal Adventure ettersom aktivitetane omfattar meir enn breføring.</p> <p>– For å lykkes innen naturbasert turisme er det viktig å tilpasse aktivitetene til den delen av markedet der det er vekstpotensial, sier daglig leder av Briksdal Breføring, Frode Briksdal</p> <p>Firmaet har gradvist utviklet nye produkter og turpakker for å nå større og bredere grupper</p>	<p>Fjordingen, 2008 - Turist-guiding på fjord og fjell</p> <p>Nationen, 2012 – Naturferie Vokser Mest</p>
<p>I hvilken retning tror du rejselivet vil utvikle sig de neste 10-15 år?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tar i nogen greb i bedriften for at imødekemme dette?</li> </ul>	<p>...har no sett i gong med eige kursprogram for å sørge for rekruttering og opplæring av lokale til å verte turistvertar.</p> <p>Bøe ynskjer rekruttering av lokal ungdom for å skape autentisitet og lokal utvikling</p> <p>Skape lokal utvikling, Kortreist Lokalmatsprosjekt</p> <p><i>- Eg synst det er viktig å bygge lokalsamfunnet. Eg er nok ein patriot, legg han til.</i></p>	<p>Fjordingen, 2021 - Satsar lokalt og satsar på heilårsturisme</p>
	<p>Også cruise byrjar å legge inn brevandring. Det går akkurat tidsmessig, fortel han, og har tru på betydeleg større besøk frå denne gruppa allereie neste år.</p> <p>– Då blir det volum, seier han, og fortel at det samla besøket no ligg på kring 1.000 i løpet av sesongen. Fredag var det ei gruppe</p>	<p>Fjordingen, 2019 - Fullt på høgde med Briksdalen</p>
	<p>For Briksdal betyr det å drive turisme i ei lita bygd at ein må spele på lag med andre aktørar. Det gjer han på fleire måtar. Mølla Gjestehus eig han saman med Olden Cruise, som tilbyr bussutflukter. Med felles base kan dei dra vekslar på kvarandre. I tillegg samarbeider han med lokale bønder, for kortreist kjøtt til gjestehuset.</p>	<p>Fjordingen Pluss, 2022 - Kreps, kos og kajakk ved Mølla</p>

	- For min del handlar det om å støtte lokalsamfunnet, då får ein så mykje tilbake.	
	Briksdal meiner det er veldig viktig for heile turistnæringa at ein klarar å oppretthalde slike tilbod. – Det er viktig for å halde folk i området. Då dryp det på alle. Så alt vi kan finne på her i indre er veldig bra.	Fjordingen, 2019 - Fullt på høgde med Briksdalen
I hvilken retning tror du rejselivet vil utvikle sig de neste 10-15 år? <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tar i nogen greb i bedriften for at imødekemme dette?</li></ul>	Her er mykje spennande historie og kultur langs fjorden som vi må prøve å formidle, seier Briksdal.	Fjordingen, 2008 - Turist-guiding på fjord og fjell
Er du bekymret for hvad der vil ske når breen ikke længere er synlig?	Eit anna mål for Frode Briksdal og co. denne sesongen er å nytte mest muleg lokale råvarer på kjøkenet.  - Å servere kortreiste råvarer, som kjøtt, fisk og bær er noko vi vil satse meir på. I tillegg har vi krepsfiske i fjorden her, noko turistane synest er veldig spennande å vere med på, avsluttar Briksdal.	Fjordingen, 2021 - Tek til på sin 26. sesong - no også med guida kajakkturar på Oldevatnet
	Briksdal Adventure ynskjer å vere lokalt forankra med både lokalmat på Mølla, formidling under turar og i arbeidsstokken.	Fjordingen, 2021 - Satsar lokalt og satsar på heilårsturisme

## Vedlegg 6 – Analysekema Bedrift D

### Personen

Interviewspørsmål	Svar	Kildereferanse
Hvor længe har du vært engageret i reiselivet i Olden?	Han har jobba 35 år i Oldedalen Skyss...	Dagbladet, 2021 - HER SKULLE CRUISESKIPENE VÆRT NÅ

### Bedriften

Interviewspørsmål	Svar	Kildereferanse
Hvad var den årlige omsætning året før Covid-19 indtraf, og hvad forventer i den årlige omsætning bliver i år? - Hvilke tiltag har i gjort for at håndtere Covid-19? (ændre produkter, søge økonomiske midler, permittere ansatte etc).	Verksemda hadde i fjor ein omsetnad på 12 millionar kroner,	Fjordingen, 2019 - Svært sterk sesong så langt
Hvad var den årlige omsætning året før Covid-19 indtraf, og hvad forventer i den årlige omsætning bliver i år? - Hvilke tiltag har i gjort for at håndtere Covid-19? (ændre produkter, søge økonomiske midler, permittere ansatte etc).	- I fjor reiste over 55.000 menneske opp til breen med trollbil.  - I 2016 skyssa vi inn for 10,3 millionar. Det er all time high, sjølv om alt tyder på at 2017 blir minst like godt, seier Haugen.	Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve
Hvor central er breen for bedriften og Oldens rejseliv i dag?	Før pandemien hadde Briksdalen årlig besøk av 700.000 cruisepassasjerer i tillegg til mange utenlandske turister og gruppereiser.  Oldedalen skyss har jobbet i mange år med å strekke sesongen så langt som mulig. Cruise trafikken før pandemien starter allerede i april og fortsatte litt ut i november. - Og det har vi jo lyktes med  Haugen sier at det er bra med folk som besøker Briksdalsbreen og at besøket nå i fellesferien er helt greit. Men de må klare seg uten cruisetrafikken og de utenlandske turoperatørene.  - I normalsesongen har vi 15 biler som kjører fram og tilbake til breen hele tiden, mens nå har vi mellom fem og sju biler. Det er stor forskjell, og vi gikk ned 80-90 prosent i fjor.	Dagbladet, 2021 - HER SKULLE CRUISESKIPENE VÆRT NÅ
	Frå å ha om lag 700.000 besøkjande i året før pandemien, ligg tala no på kring ein tiandedel av dette.	Fjordingen, 2021 - Norske turistar vil ha aktiv ferie
	For Oldedalen Skyss AS har korona vore ekstra utfordrande. - Årsaka er at vi har store gruppereiser, spesielt frå Asia som står for 60 prosent av omsetnaden vår. Sesongen 2019 var den beste vi har hatt, medan 2020 teikna til å bli ny rekord. Det gjorda at vi investerte i nye skyssbilar for å kunne møte massane, men då korona kom fall alt bort,	Fjordingen, 2021 - Tok tempen på reiselivsnæringa

	<p>- Dei norske turistane har betre tid og er sprekare og går opp Briksdalen i staden for å bli skyssa med bil. I 2020 tapte vi 10 millionar kroner i forhold til året før. I år har det vore betre, men langt frå eit normalår, opplyste han.</p>	
	<p>- Det var ei framsynt handling av besteforeldra våre – å byggje bru og veg opp til breen. At brua og Kleivavegen er årsaka til Oldedalen sin suksess, er det liten tvil om, seier leiar i skysslaget, Rogeir Haugen.</p>	Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve
	<p>På toppdagar kjem mellom 80 og 90 busslastar med turistar frå cruisekaiene i Olden og Geiranger, eller med buss frå Tyskland, Sverige, Bergen og Oslo.</p>	Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve
<p>Hvilken type turister udgør jeres primære kundeselement?</p> <p>- Nationalitet, alder, status (enlige, familier, par, vennegrupper osv.)</p>	<p>Kinesarane kjem. Det er først og fremst cruiseturistane som fyller skyssbilane.</p>	Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve
<p>Hvilken type turister udgør jeres primære kundeselement?</p> <p>- Nationalitet, alder, status (enlige, familier, par, vennegrupper osv.)</p> <p>Hvilket produkt/oplevelse sælger i mest af?</p>	<p>– Der er ikke så mye gruppereiser nå. På en vanlig normal sommer har vi de utenlandske gruppene her oppe som de ikke har inne i dalen i det hele tatt, og mange av dem har Briksdalen som eneste stoppested, sier Haugen.</p> <p>Haugen forteller at bedriften har hatt en eksplosiv økning på blant annet det asiatiske markedet.</p>	Dagbladet, 2021 - HER SKULLE CRUISESKIPENE VÆRT NÅ
	<p>Tidlegare har asiatane stått for om lag halvparten av trafikken.</p>	Fjordingen, 2019 - Aldri opplevd liknande
	<p>– Kva er forklaringa på 20 prosent auke frå i fjor? – Vi ser at den varsla boomen av kinesiske turistar slår til. Dei kjem både i mindre grupper og busslastar på 45 passasjerar. Dette er den desidert mest veksende gruppa Rekord sesongen 2013 må elles sjåast i samanheng med fleire og større cruiseskip i Olden</p>	Fjordingen, 2013 - Tidenes sesong for Oldedalen skyss
	<p>Ja, det har vore ein eventyrleg vekst i den asiatiske marknaden. Det er spesielt kinesarar som utgjer den store auken.</p>	Fjordingen, 2015 - Rekord-sesong for Oldedalen Skyss
	<p>- Vi er normalt så tunge på Asia, spesielt den kinesiske marknaden, og på cruise, at det ikkje er mogeleg å erstatte det som fell vekk</p>	Fjordingen, 2020 - Alle «trollbilane» i drift i Briksdalen
	<p>At cruisebåtana stoggar i Olden har svært mykje og seie for turismen i Briksdalen. Familien Sanger frå Tyskland sit og beundrar den magiske naturen ved Briksdalsbreen</p> <p>Her ein familie frå Italia som er på besøk for å sjå den verdsberømte breen.</p>	Fjordingen, 2011 - Briksdalsbreen kåra til ein av verdas beste turistattraksjonar
	<p>Gjennom meir enn hundre år har skysslaget i Oldedalen frakta turistar til og frå Briksdals breen.</p>	Fjordingen, 2013 - Tidenes sesong for Oldedalen skyss

Hvilket produkt/oplevelse sælger i mest af?	Oldedalen Skyss AS har i meir enn hundre år frakta turistar til og frå Briksdalsbreen. Ein del var skeptiske då dei i 2003 erstatta hesteskyssen med Troll bilar.	Fjordingen, 2015 - Rekord-sesong for Oldedalen Skyss
---	---	--

## Forandringer

Interviewspørsmål	Svar	Kildereferanse
Hvordan har det berørt bedriften at Briksdalsbreen og brearmene på Jostedalbreen kryber?	Den totale kollapsen i den asiatiske marknaden er det som er mest utslagsgjevande for Briksdalen  Det er fleire uheldige moment som verkar inn, meiner Haugen. Finanskrise er ein viktig årsak, samt svineinfluensaen som braut ut like etterpå. Slike store hendingar får ofte innverknad på turisttrafikken, jamfør Sars-viruset som herja for nokre år sidan. Eg kan likevel ikkje hugse at vi har opplevd så stor nedgong før, seier Haugen.	Fjordingen, 2019 - Aldri opplevd liknande
Hvordan har det berørt bedriften at Briksdalsbreen og brearmene på Jostedalbreen kryber? Foruden Briksdalsbreens tilbagetrækning, har i oplevet andre fysiske klimaforandringer der har påvirket tilgængeligheden i området? (steinsprang, ras, påvirkning på vind og vejr, dårligere tilgang til området nedenfor brearmen)	Fjordingen og andre media har dei seinare åra vore opp tekne av Briksdalsbreen sitt minkande volum. Men det har ikkje påverka turiststrau men i negativ retning. – Media ser ut til å vere mest opptekne av endringane på breen. For turistane er det den totale opplevinga som tel. Vi får stadig tilbakemeldingar på at her er eit heilheitleg tilbod med velfungerande fasilitetar, sluttar Rogeir Haugen.	Fjordingen, 2013 - Tidenes sesong for Oldedalen skyss
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hvis ja, hvilke og hvordan har disse påvirket jeres udbud af produkter/oplevelser?</li> </ul>	Fjordingen har fått tal på korleis Briksdalsbreen har endra seg sidan milleniumsskiftet. Av statistikken ser ein at brekanten gjekk mest tilbake i 2004 og 2006.  2000: - 37 meter, 2001: + 1 meter, 2002: - 16 meter, 2003: - 48 meter, 2004: - 120 meter, 2005: - 50 meter, 2006: -145 meter, 2007: - 30 meter, 2008: - 12 meter, 2009: - 22 meter, 2010: + 8 meter, 2011: - 20 meter, 2012: - 36 meter, 2013: + 28 meter.	Fjordingen, 2013 - Briksdalsbreen har gått fram 28 meter
	Heller ikkje Briksdals breen sin tilbakegang ser ut til å påverke besøkstala. – Briksdalen har så uendeleg mykje meir å by på enn breen, er den klare tilbakemeldinga frå både turistar og operatør selskap.	Fjordingen, 2015 - Rekord-sesong for Oldedalen Skyss
	løpet av natt til lørdag gikk det til sammen fem store og små ras på fylkesvei 724 ved Oldevatnet.	Bergens Tidende, 2013 - Bare flaks at familie ikke ble tatt av ras i Stryn

	<p>Kvamme forteller at de aldri har opplevd at det har gått så mange ras ved Oldevatnet. – Vi har hatt en del mindre snøras tidligere, men aldri jordras. Fem på en natt er helt utrolig.</p> <p>Det har aldri gått et ras av sånne dimensjoner her. Det har gått minst fire større ras, i tillegg til en rekke mindre. Det største er over to hundre meter langt. En god del av veibanen er ødelagt og skylt ut i Oldevatnet, sier Nesjen.</p>	
<p>Foruden Briksdalsbreens tilbagetrækning, har i opplevd andre fysiske klimaforandringer der har påvirket tilgængeligheden i området? (steinsprang, ras, påvirkning på vind og vejr, dårligere tilgang til området nedenfor brearmen)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hvis ja, hvilke og hvordan har disse påvirket jeres udbud af produkter/oplevelser?</li> </ul> <p>Hvordan så rejselivet i Olden ud for 10-15 år siden, i sammenligning med i dag?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Har de lokale klimaforandringer påvirket antallet af rejselivsbedrifter? (<i>Færre bedrifter, flere bedrifter, samme antal bedrifter, ny struktur/fusionering af bedrifter</i>)</li> </ul>	<p>Vassføringa i Briksdalen var så høg at skyssen vart stoppa tysdag Grunna mykje smeltevatt i kombinasjon med mykje nedbør, måtte Oldedalen Skyss stenge skysstrafikken opp til Briksdalsbreen ein periode tysdag.</p> <p>Sjølv om Briksdalsbreen minkar i varmen, har vassføringa dei siste dagane vore så stor at den store fossen har fungert som ein severdigheit i seg sjølv for turistane som ikkje har svikta Briksdalen i år. Besøkstala skal ha vore skyhøge den siste tida, fortel Haugen</p> <p>Dei aller første turistane kom til Oldedalen på slutten av 1800-talet. Den gongen kom turistane med dampbåt over Oldevatnet, medan dei siste kilometerane opp til Briksdalen blei unnagjort med hest og kjerre. Men det var først då kjerrevegen og brua stod klar i 1927, og turistane kom enda nærare breen, at turismen eksploderte.</p> <p>2004 var derimot eit vondt år for den vesle bygda med knappe 100 fastbuande. Berre fem år etter at ein japansk turist mista livet i ei hesteskysulykke i 1999, fekk ein hest panikk og sprang ut. I kaoset som oppstod på den smale fjellstien, blei 18 britiske turistar hardt skadde.</p> <p>2005 blei den tradisjonelle hestekyssen lagt ned og bytt ut med golfbilar - eller trollbilar, som vi kallar dei. Eg trur det var ei lette for mange å sleppe den risikoen det er å arbeide med levande dyr, seier Haugen.</p>	<p>Fjordingen, 2018 - Aldri vore større</p> <p>Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve</p>

<p>Hvordan så rejselivet i Olden ud for 10-15 år siden, i sammenligning med i dag?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Har de lokale klimaforandringer påvirket antallet af rejselivsbedrifter? (<i>Færre bedrifter, flere bedrifter, samme antal bedrifter, ny struktur/fusjonering af bedrifter</i>)</li> </ul> <p>Har i oplevet ændringer i aktivitetsefterspørgsel, antal besøgende, primære kundesegment, fysiske kompetencer og opholdsvarighed blandt turistene, sammenlignet med for 10-15 år siden?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hvis ja, hvilke?</li> <li>Hvordan har evt. ændringer påvirket bedriftens omsætning?</li> </ul>	<p>20-30% nedgang, er den nedslående konklusjonen for Rogeir Haugen i Oldedalen skysslag. Han kan ikkje huske enkeltår med større nedgang enn det dei no opplever.</p>	<p>Fjordingen, 2019 - Aldri opplevd liknande</p>
	<p>Oldedalen skyss omsette for sju millionar kroner i fjor, noko som var ny rekord.</p>	<p>Nynorsk Pressekontor, 2015 - Kinesarar strøymar til Briksdalen</p>
	<p>Rekorden frå 2011 på knapt 33.000 passasjer, vart passert for ei tid tilbake. Dei endelege tala er enno ikkje klare, men vi endar ein stad mellom 35.000 og 40.000 passasjerar. Omsetninga i 2012 blir på ca. 6 millionar kroner.</p>	<p>Fjordingen, 2022 - Skyssrekord i Briksdalen</p>
	<p>Oldedalen Skyss køyrer turistar med Troll-bilar til Briksdalsbreen, og i fjor omsette selskapet for 6,6 millionar kroner. Dette er 80.000 kroner meir enn året før. Overskotet i selskapet var på vel 200.000 kroner, noko som er om lag det same som i 2012. Selskapet er eigd av 44 lokale aksjonærar.</p>	<p>Sunnmørsposten, 2014 - Køyrde turistar for 6,6 millionar</p>
	<p>Skysslaget i Oldedalen er i ferd med å avslutte sin beste sesong. (Foto: Roy Aron Myklebust) Troll-bilane til Oldedalen skyss as har denne sesongen frakta over 40.000 turistar til Briksdalsbreen</p> <p>Der er 6.000 fleire enn rekorden frå 2012. Dagleg leiar Rogeir Haugen fortel at det asiastiske innslaget i Briksdalen vert stadiig større.</p> <p>Professor Atle Nesje sine ferske målingar viser at Briksdalsbreen har gått fram 28 meter samanlikna med same tidspunkt i fjor.</p>	<p>Fjordingen 2013 - Aldri før har så mange blitt skyssa til Briksdalsbreen</p>
<p>Har i oplevet ændringer i aktivitetsefterspørgsel, antal besøgende, primære kundesegment, fysiske kompetencer og opholdsvarighed blandt turistene, sammenlignet med for 10-15 år siden?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hvis ja, hvilke?</li> <li>Hvordan har evt. ændringer påvirket bedriftens omsætning?</li> </ul> <p>Hvordan ser du som rejselivsoperatør området attraktivitet, efter at Briksdalsbreen har trukket sig tilbage?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(<i>Mere attraktivt, mindre attraktivt, attraktivt på en ny måde</i>)</li> </ul>	<p>Fjordingen hadde for to år sidan eit stort oppslag då passasjertalet passerte 40.000. Denne sesongen når dei ein ny milepæl. – Vi kan allereie no slå fast at vi vil kome opp i 50.000 passasjerar</p>	<p>Fjordingen, 2015 - Rekord-sesong for Oldedalen Skyss</p>
	<p>- Dei norske turistane går oftare opp til breen sjølve, medan utanlandske turistane gjerne nyttar transport begge vegar, seier Haugen.</p>	<p>Fjordingen, 2021 - Norske turistar vil ha aktiv ferie</p>
	<p>fleire år med god trafikk i Briksdalen har det i år vore merkbart færre turistar. Ei forklaring</p>	<p>Sunnmørsposten, 2008 - Færre turistar til breen</p>

	<p>er at turistar trur breen er smelta vekk.</p> <p>– Vi har brukt mykje energi på å forklare at ein framleis kan kome nær breen i Briksdalen</p> <p>Mykje fokus på bresmelting kan vere ei av forklaringane på at det i år er mellom ti og 20 prosent nedgang i turisttrafikken i Briksdalen</p>	
<p>Hvordan ser du som rejselivsoperatør området attraktivitet, efter at Briksdalsbreen har trukket sig tilbake?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ (Mere attraktivt, mindre attraktivt, attraktivt på en ny måde)</li> </ul> <p>På et forretningsøkonomisk plan, hvordan har i som bedrift håndteret at breen er gået tilbage?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hvilke tiltag har i gjort? (produktudvikling, <u>markedsføring</u>, netværk, innovation, støtteordninger osv.)</li> <li>▪ Hvilke ressourcer har dette krævet, og hvordan er tilgangen på disse ressourcer?</li> </ul>	<p>Briksdal trur ikkje det skal ha noko å seie for besøkstala at breen er blitt mindre enn han var for nokre år sidan. Tvert imot meiner han det kan vere interessant å sjå endringar i klimatiske forhold</p> <p>Per Briksdal legg til at langs stiane vil det bli kvileplassar og informasjonstavler som fortel historia.</p> <p>Turen frå den andre brua over Briksdalselva og opp til den nye brua på Kleivane er kring ein kilometer.</p> <p>Per Briksdal og Rune Myklebust meiner det nye tilbodet gjev ein ny oppleving for tur folk, og på utsiktspunktet vil turgåarane få eit supert utsyn mot breen og vatnet. Gangvegen vil skilje køyrande og gåande og føre til trygg ferdsle for mjuke trafikantar</p>	<p>Sunnmørsposten, 2009 - Asiatane sviktar i Briksdalen</p> <p>Fjordingen, 2018 - Stien vert eit tiltak for alle</p>
<p>På et forretningsøkonomisk plan, hvordan har i som bedrift håndteret at breen er gået tilbake?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hvilke tiltag har i gjort? (produktudvikling, <u>markedsføring</u>, netværk, innovation, støtteordninger osv.)</li> <li>▪ Hvilke ressourcer har dette krævet, og hvordan er tilgangen på disse ressourcer?</li> </ul> <p>I hvilken retning tror du rejselivet vil utvikle sig de næste 10-15 år?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tar i nogen greb i bedriften for at imødekemme dette?</li> </ul>	<p>Først vart turistane frakta opp i Briksdalen og måtte gå dei resterande kilometrane til fots, men etter kvart organiserte oldedalsbøndene også vegbygging inn til sjølve breen og skyssa turistane heilt inn. Hesteskysen var eit fast syn og eit ynda fotomotiv i mange tiår, men vart etter kvart erstatta med dei opne «trollbilarne», som i dag fraktar turistane dei 2,5 km inn til breen.</p> <p>Bedriftene samarbeider og løfter kvarandre opp.</p>	<p>Fjordingen, 2019 - Skyssesongen i gang i Briksdalen</p> <p>Fjordingen, 2011 - Briksdalsbreen kåra til ein av verdas beste turistattraksjonar</p>
<p>I hvilken retning tror du rejselivet vil utvikle sig de næste 10-15 år?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tar i nogen greb i bedriften for at imødekemme dette?</li> </ul> <p>Er du bekymret for hvad der vil ske når breen ikke længere er synlig?</p>	<p>Oldedalen skyss as ser på mulegheitene for å bruke el-bilar til å frakte turistar på den unike turen til Briksdalsbreen. – Vi er i gang med ein prosess der målet er grønt profil, fortel Rogeir Haugen. Etter at ei hundre år lang historie med hesteskys vart avslutta i 2004, gjekk dei over til dieseldrivne Troll-bilar. Denne sesongen har 13 bilar gått i rute</p>	<p>Fjordingen, 2013 - Tidenes sesong for Oldedalen skyss</p>



	mellom Briksdal Fjellstove og breen.	
	Den største utfordringa bygdefolket no ser, er standarden på Fv 724 mellom Olden og Briksdal.	Fjordingen, 2018 - Stien vert eit tiltak for alle
	2004 var tida med fjordhest forbi, og skysslaget gjekk over til dieseldrivne, opne bilar, døypt "Trollbilar".	Fjordingen, 2020 - Alle «trollbilane» i drift i Briksdalen
	Ho poengterte og at dagens turistar er meir opptekne av berekraft og i større grad legg det til grunn for val av destinasjon.	Fjordingen, 2021 - Tok tempen på reiselivsnæringa
	I fjor fekk Briksdalsbre Fjellstove saman med Rogeir Haugen i Oldedalen Skyss og alle turistaktørane i dalen i gang eit samarbeidsprosjekt der målet var endå meir fokus på heile Oldedalen som turistmål.	Fjordingen, 2022 - Vi er forsiktige optimistar
	Skyssen gjer det framleis godt. Med ny salsrekord kvar sommar dei siste åtte åra, er dei ikkje bekymra for framtida - sjølv om breen blir litt mindre for kvart år.	Bergens Tidende, 2017 - Denne smale fjellvegen har gjort bygda til ei gullgruve
Hvordan er det informative indhold på jeres ture i dag versus for 10-15 år siden? - Hva slags kundskab formidler i? - Hva er jeres motivation for at gøre dette?	Når dei får høyre om breane sin tilbakegang dei siste 20 åra, er miljø straks tema.	Fjordingen, 2019 - Eit stort paradoks
Er det dit indtryk at klimaforandringerne på Briksdalsbreen har ført til øget bevidsthed om miljømæssig bærekraft blandt det lokale rejseliv i Olden?	Haugen fortel at dei 15 skyssbilane dei har i trafikk gradvis gjekk over på biodiesel for to år sidan. – No går alle bilane våre på biodiesel. Vi merker sjølv at bilane har mindre eksosrøyk enn før, seier Haugen som forstår at spørsmåla kjem.  Dagleg leiar av Oldedalen Skyss AS, Rogeir Haugen, seier til Fjordingen at dei har sett etter grønarare skyssløysingar. – Både elbilar eller hybrid bilar har vore aktuelt, men så lenge vi ikkje har funne eit alternativ som fungerer like godt som det vi har no, så kjem vi førebels til å halde fram med dei bilane vi har, seier Haugen. – Det finst ikkje gode nok elbilar til dette i dag? – Det finst vel, men vi har ikkje kome over tilbod som kan matche det vi har i dag, for det fungerer veldig bra, seier han.	Fjordingen, 2019 - Eit stort paradoks



# Høgskulen på Vestlandet

## BO6-2011: Bacheloroppgave

BO6-2011-BO-2023-VÅR-FLOWassign

### Predefinert informasjon

<b>Startdato:</b>	12-05-2023 12:00 CEST	<b>Termin:</b>	2023 VÅR
<b>Sluttdato:</b>	26-05-2023 14:00 CEST	<b>Vurderingsform:</b>	Norsk 6-trinns skala (A-F)
<b>Eksamensform:</b>	Bacheloroppgåve		
<b>Flowkode:</b>	203 BO6-2011 1 BO 2023 VÅR		
<b>Intern sensor:</b>	(Anonymisert)		

### Deltaker

<b>Naun:</b>	Cecilie Friis
<b>Kandidatnr.:</b>	267
<b>HVL-id:</b>	592917@hvl.no

### Informasjon fra deltaker

<b>Antall ord *:</b>	11527
----------------------	-------

**Egenerklæring \*:** Ja  
**Jeg bekrefter at jeg har Ja**  
**registrert**  
**oppgavetittelen på**  
**norsk og engelsk i**  
**StudentWeb og vet at**  
**denne vil stå på**  
**vitnemålet mitt \*:**

### Gruppe

<b>Gruppenaun:</b>	CF
<b>Gruppenummer:</b>	1
<b>Andre medlemmer i gruppen:</b>	Deltakeren har innlevert i en enkeltmannsgruppe

Jeg godkjenner avtalen om publisering av bacheloroppgaven min \*

Ja

Er bacheloroppgaven skrevet som del av et større forskningsprosjekt ved HVL? \*

Nei

Er bacheloroppgaven skrevet ved bedrift/virksomhet i næringsliv eller offentlig sektor? \*

Nei