



1. Kort historie

om arbeidet med **Norges Friluftshøgskule**

2. Hva skjer omkring oss?

Innovasjon Norges satsning på **naturbasert reiseliv**
samt **trender**

3. Nå situasjonen

arbeidet med studiet «**Bachelor i guide og entreprenør**
i naturbasert reiseliv»





Historie:

Bakgrunn for Norges Friluftshøgskule (NF)

Annelin Henriksen, men også en del andre aktører hadde i lengre tid sett et behov for å tilby kunnskap innenfor natur og kultur på ein ny måte.

Etter en del prosesser samlet initiativtakerne **Hemsedal kommune, Norddal kommune, Universitetet i Stavanger, Den Norske Turistforening (DNT)**, samt reiselivsselskapene **Grøndalen Utvikling (Hemsedal), Det Virkelig Gode Liv og 62 grader Nord i Møre og Romsdal** seg om en prosjektsøknad.

19 september 2006 gjorde Formannskapet i Hemsedal vedtak om å støtte forprosjektet Noregs Friluftshøgskole (NF) med et tilskudd på kr 150 000,-.





NF skulle formelt sett være en **satellitt under Universitetet i Stavanger (UiS)** ved Norsk Hotellhøyskole, som er Norges ledende kompetansemiljø innen reiseliv.

Forprosjektet var gjennomført i tråd med framdriftsplan.

I ny søknad av 14.august 2007 ønsket en å utarbeide ein detaljert studie- og fagplan som skulle ende i en faglig søknad til NOKUT (Nasjonalt organ for kvalitet i utdanningen). NF skulle bli en **nasjonal profesjonshøyskole (statlig) for utdanning av entreprenørorienterte veiledere med natur/-kulturlandskapet som arbeidsplass.**

Profesjonsutdanningen skulle gi en helhetlig kompetanse som skulle brukes mot ulike målgrupper og yrkesarenaer, **innen både natur-kulturbasert reiseliv, helse og rehabilitering** samt **barn og unge** (eksempelvis den naturlige skolesekken) 9 ulike studieretninger.



2012 frafall av kompetansepersoner (prosjektleder) og et for overambisiøst studietilbud førte til at prosjektet strandet og ble lagt på is.

Høsten 2014 tok Oddvar Grøthe initiativ til et felles møte med UIS v/Dr. Truls Engstrøm. På dette møte ble en enige om å se nærmere på et mindre ambisiøst studietilbud, med en studieretning for en Bachelor innen naturbasert reiseliv.

Våren 2015 arbeidet Peter Wivestad (Master i Idrett og friluftsliv), undertegnede og UIS frem et forslag til en studieplan med ett bachelor løp. «bachelor i guide og entreprenør i naturbasert reiseliv»

Vår/sommer 2015 Ressurspersoner innen reiseliv og friluftsliv i og utenfor Hemsedal kom med innspill til studieplanen.

Desember 2015 Møte med UIS for å gå igjennom forslag til budsjett, finansiering og studietilbud.



Økonomi:

Hemsedal kommune har investert følgende i prosjektet pr dd:

Kjøp av Båstø (inkl. omkostninger m.m.)	ca 2 000 000
---	--------------

Utvikling av konseptet med studieplaner prosjektering, møter m.m.	ca 2 500 000
--	--------------



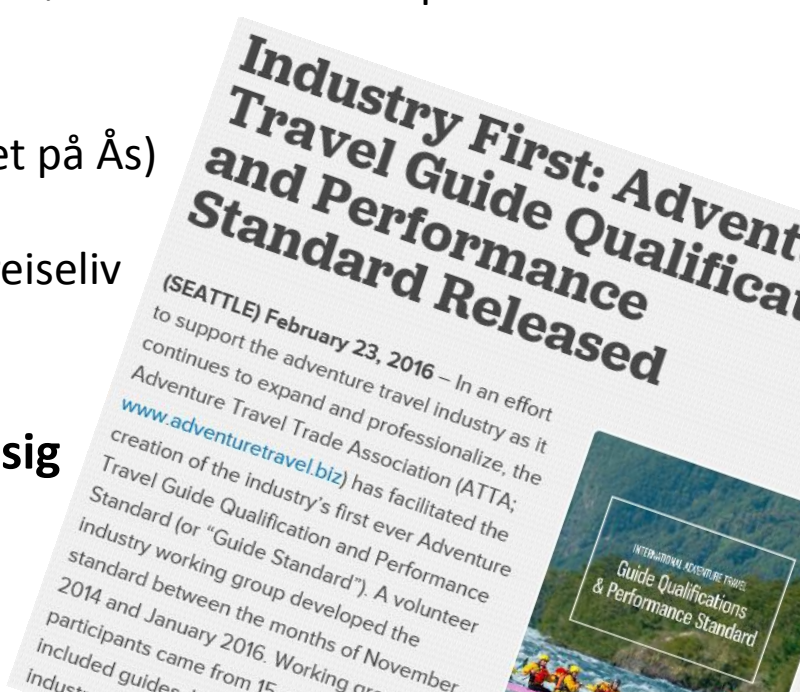
Mye skjer nå rundt oss og i markedet..

En reiselivsnæring i stadig endring ...

Reiseliv kan ses på som et teater der publikum er i hovedrollen. Gjestene ønsker å bli engasjert og lære noe om stedet i større grad enn før. Verdien som skapes sammen av kunde og bedrift er avgjørende for gjennkjøp.

NMBU (Norges miljø og biovitenskapelige universitet på Ås) inviterte i **oktober 2015** til et seminar med presentasjon av ulike tilbydere innen naturbasert reiseliv samt trender fremover.

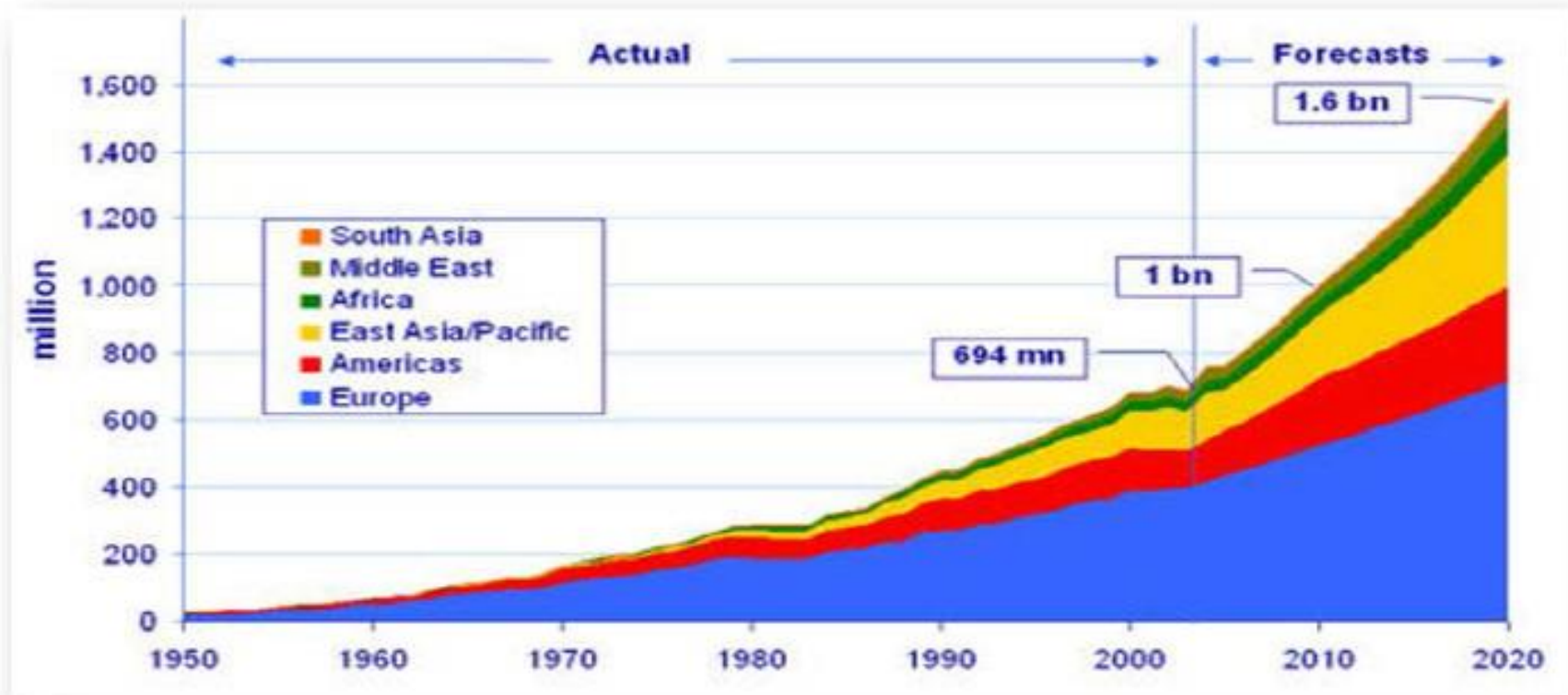
Innovasjon Norge presenterte et markedsmessig bakteppe for naturbasert reiseliv.



Innovasjon Norges satsing på naturbasert reiseliv

Per-Arne Tuftin

Bedre økonomi -> Mer fritid -> Flere reiser



Hva vil fremtiden bringe?





Urbanisering

- Innen 2050 vil 70 % av verdens befolkning bo i byer .
- Natur og spesielt urørt natur blir en knapphetsgode.
- Kunnskapen om å bevege seg i naturen blir mangelvare, og vil føre til behov for tilpasning av produkter.
- Mer guiding, skilting og merking.



Eldrebølgen

- Innen 2050 vil det være flere eldre i verden enn barn.
- De eldre har penger, de har god tid, og de reiser mye.
- Mer softe aktiviteter enn en yngre målgruppe.



Klimaendringer

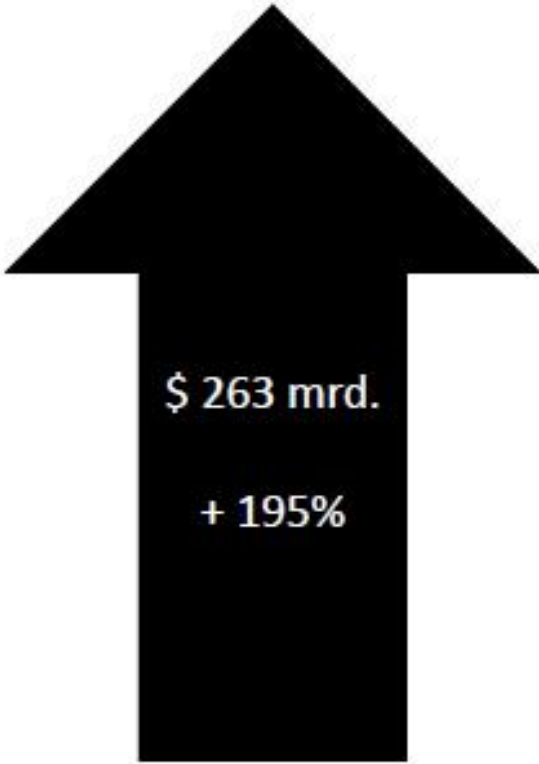
- Mer ekstremt vær, mer vind, mer regn, mer snø, varmere.
- Raskere endringer mellom værtypene.
- Utfordrende for en næring som lever av opplevelser og aktiviteter i naturen, og krever tilpasning og kompetanseheving.



Opplevelser gir status

- «Hva har du gjort?» ikke «hvor har du vært?»
- Fra hardware til software
- Status-selfies

Aktive ferier vokser



\$ 263 mrd.

+ 195%



Aktiv ferie vokser voldsomt internasjonalt, også ut fra – og i – Norge. Her fra trekking til Gaustatoppen. [Foto: Bjørn Moholdt]

Aktiv ferie i sterk internasjonal vekst



Bjørn Moholdt
bjorn@reis.no
10 nov 2014 10:11

Aktiv ferie er det raskest voksende området i internasjonalt reiseliv. Den globale verdien var i 2013 på rundt 263 milliarder dollar – en vekst på 195 prosent på to år.

Det er Verdens handelsorganisasjon (WTO) som i sin *Global Report on Adventure Tourism* – i samarbeid med Adventure Travel Trade Association (ATTA) – har kommet frem til de imponerende tallene.

Veksten skyldes den generelt sterke økningen i turismen, økte lønnsposer i landene der trenden er særlig merkbart, og et stadig sterkere ønske etter mer utradisjonell ferie.

En sterk underliggende trend er tilgangen på nye tilbud, og det faktum at noen land – som New Zealand – med sin 100% Pure-kampanje – inkorporer det store eventyret i hovedmerkevaren.

Flere aktive turister i Norge

- Ønsker å oppleve naturen gjennom aktiviteter
 - Fiske, vandring, sykkel, kajakk, ski, toppturer
- Sterk økning til spesielle klipper/utsiktspunkt
- «Been there, took the picture»
- Mangel på kunnskap og erfaring



Norge klatrer på ATDI

- Adventure Tourism Development index fra Adventure Travel Trade Association
- Norge er blant verdens mest attraktive destinasjoner for adventure travel



Friluftsliv i endring

- Utstyret endrer seg
- Mer kommersialisering
 - Grense mellom friluftsliv og reiseliv viskes bort
- Naturen blir sportifisert
 - Ritt, konkurranser, trailrunning osv.
- Folk oppsøker nye steder i naturen, mange uten nødvendig kompetanse
- Nye krav til sikkerhet, informasjon, kursing, guiding osv.



Kvalitetssikring og sertifisering

- Norge er et høykostland
 - Leveranse av opplevelser må holde høy kvalitet
 - Betalingsvilje for kvalitet
- Mange land har kvalitetssystem
 - Langsiktig systematisk arbeid
 - Økt kvalitet
 - Økt sikkerhet
 - Mer profesjonelle aktører
 - Færre useriøse aktører
- Prosjekt i Norge



Nå situasjon i Hallingdal:

«Bachelor i guide og entreprenør i naturbasert reiseliv»

Fra ideen om en nasjonal ledende profesjonsskole med 9 ulike fagområder med **base i Hemsedal** til i første omgang **ett bachelor løp, modulbasert, der undervisningen foregår i Hallingdal.**

Studieplanen skal etter planen justeres og tilpasses behovet i næringen i Hallingdal i samarbeid med UIS i løpet av 2016.
Ønsket oppstart høst 2017.



Målsetning



Mål:

Bachelor utdanningen via UIS «**Guide og entreprenør i naturbasert reiseliv**» skal være en nasjonal ledene utdanning av natur og kulturbaserte guider og entreprenører.

Ønsket resultat:

Bachelorutdanningen skal utdanne Norges fremtidige guider å gi studentene kunnskap og ferdigheter til å:

- Gi fremtidige gjester **minnerike opplevelser** av høy kvalitet for et nasjonalt og internasjonalt marked i natur og kulturlandskapet «**Gåsehudopplevelser**»
- Gjøre dette til et **bærekraftig levebrød** gjennom å skape og lede en **bærekraftig, natur-kulturbasert virksomhet**.
Det være seg i forbindelse med gårdsturisme eller andre opplevelser i tilknytning til naturopplevelser.





HALLINGDAL

Hallingdal

- 180 studiepoeng. Deltid og i moduler
- 10 samlinger pr. år onsdag-søndag.
- 1 år i Hallingdal (Avsluttende år om ønskelig)
- 2 år i Stavanger
Adm/øk/reiseliv/ledelse
- Flest samlinger i lavsesong i Hallingdal. På denne måten kan sesongarbeiderne kombinere jobb/studier
- 20 studenter pr år
- Ekstra studenter på enkelte fag

År 1

«Guide og entreprenør i
naturbasert reiseliv»
Campus Hallingdal

60 sp.

- Friluftsliv; som bla fottur, sykling, kano, fiske, truger, topptur med ski, overnatting ute, friluftslivshistorie, plante og dyreliv, geologi, sikkerhet og førstehjelp.
Fordypningsfag; Topptur ski, klatring, sti sykling
- Kulturbasert reiseliv; kulturgården/-huset, aktivitetsgården/-huset, gårdsturisme, økologisk matproduksjon, bærekraft og økoturisme
- Guiding; service, praktisk pedagogikk, historiefortelling, psykologi og gruppedynamikk
- Entreprenørskap (Fra ide til bedrift) Forretningsplan, økonomi, administrasjon, prosjektledelse, salg/markedsføring.

År 2

«Reiselivsledelse»
Universitetet i Stavanger
60sp.

- Markedsføringsledelse
- Global responsible tourism
- Personalledelse og kommunikasjon
- Attraksjonsutvikling og opplevelser
- Markedsanalyse
- Adventure tourism

År 3

«Reiselivsledelse»
Universitetet i Stavanger
60 sp.

- Bacheloroppgave i reiselivsledelse og entreprenørskap
- Jus for reiseliv
- Valgfrie emner

Fagoversikt pr år.

De ulike samlingene er lokalisert rundt om i Hallingdal

Fagoversikt pr år			
ÅR 1			
1 semester		2 semester	
Høst <i>3 samlinger</i>	Høst/vinter <i>2 samlinger</i>	Vinter <i>3 samlinger</i>	Vår <i>2 samlinger</i>
Ferdsel i fjellet	Ferdsel i fjellet	Fjellski	Topptur/Skredteori
Sykkel	Bruk av truger	Bruk av truger	Overnatting ute
Padle kano	Bruk av hest/hund	Hundekjøring	Bruk av truger
Fluefiske	Musikk	Snøhule	Isfiske
Klatring	Grave/rake fisk	Isklatring	Kultur/gård/hus
Lokalmat/økologi	Tilberede mat	Isfiske	Kano/kajakk
Bruk av trad. Redskap		Alpint	Fiske/snorkling
Yoga/Meditasjon		Hest og slede	Mat/Dyr/økologi
Teori:			
Guideteori	Guideteori	Guideteori	Guideteori
Naturkunnskap	Naturkunnskap	Naturkunnskap	Naturkunnskap
Entreprenørskap	Entreprenørskap	Entreprenørskap	Entreprenørskap
Geologi	Musikkhistorie	Planlegge arr.	
Hydrologi	Alt. bruk av gård/hus	Gjennomføre et arr.	
Dyre og dyreliv	Planlegge arr.		
Førstehjelp			

Økonomi

Inntekter pr år		
Studieavgift 15 elever, 60 000 (60 studiepoeng pr år) x 15	900 000	
Totale inntekter		900 000
Utgifter		
Lønnskostnad	1086232	
Administrativ lønnskostnad	411 000	
Markedsføring, reiser, div utstyr mm	390 000	
Totale kostnader		1 887 232
Udekket		- 987 232

Videre:



En har med dette behov for støtte i en oppstartfase på **ca 1 million pr år i 3 år**.

Målsetningen til Universitetet i Stavanger er at **fleire studenter på enkelte kurs i Hallingdal samt økt antall studenter på bachelorutdanningen** øker inntektene år for år.

Kostnadene vil også bli redusert med tanke på **markedsføring** og **utviklingskostnader**.



Hiking in Hallingdal

Ringvirkninger for Hallingdal

- En får tilført **guide- og entreprenørskapskompetanse lokalt.**
Kunnskap med tanke studentoppgaver, bacheloroppgaver o.l. som blir gjennomført i Hallingdal.
- En knytter til seg **nyutdannede guider og entreprenører** som får et eierskap til Hallingdal med tanke på evt. senere **etablering og tilflytning.**
- Studiet kan gi økt **markedsføring og profilering**
- Mulighet for å tilby **deler av utdanningen som egne kurs** med studiepoeng. For eksempel entreprenørskap, guiding m.m.

Ringvirkninger for Hallingdal

- Hallingdal som Norges største reiselivsregion blir **knyttet opp mot Universitetet i Stavanger** som er Norges mest anerkjente universitet innen reiseliv.
- En mulighet som kan være med på å **øke statusen for reiselivsnæringen samt rekruttering**
- Ved en vellykket satsning vil en på sikt se om en ønsker å tilby en **Bachelor utdanning der alle tre årene er basert i Hallingdal**

