

*REISELIV OG  
KREATIV  
NÆRING –  
HÅND I ÅND*

*Av Anne-Britt Gran, leder BI Centre for Creative Industries*



Fjord- og fjellandskapet

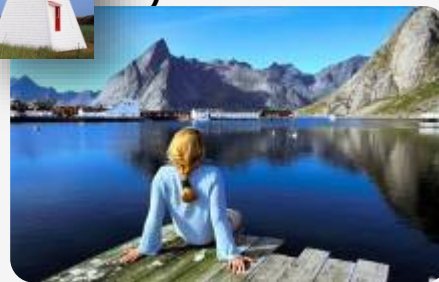
# *Innovasjon Norge FØR:* *Primært naturfokus*



Fjell og villmark



Kysten og kystkulturen



Det arktiske Norge



*DELETE*

*Innovasjon  
Norge  
NÅ*

*Folk blir åndelig  
beriket og opplever  
naturen*

---



# *Innovasjon Norge NÅ*

*Folk blir åndelig  
beriket og opplever  
byen – urban turisme*

---



# *Systematisering av de kreative bransjenes kjennetegn i et reiselivs- perspektiv*


---

- 1) Livebransjer som foregår i sanntid på et bestemt sted , som festivaler, konserter. Temporært stedsspesifikke
- (2) Stedsbundne bransjer som fysiske museer og arkitektur mm. Permanent stedsspesifikke
- (3) Locationbransjer der norske steder omtales og fremvises, feks i litteratur og film
- (4) Design- og kunstbransjer som selger norske produkter som klær, smykker mm
- (5) Heldigitaliserte bransjer som dataspill, webdesign, blogger mm

*ET PAR  
UTFORDRINGER*

# *Utfordrin ger i samarbei det:*

---

- **Næringene er historisk sett svært forskjellige;** de tilhører ulike sektorer, ulike tankesett, har ulike motivasjoner, ulikt utdannelsesnivå, ulik produktivitet og ulik lønnsomhet
  - **Næringene er i utgangspunktet ikke like glade i hverandre.** De har i utgangspunktet en asymmetrisk relasjon der kreativ næring, og kultursektoren spesielt, ikke liker kun å være innsatsfaktor og lillebror i reiselivsnæringen
- 



# *Hvordan skal reiseliv og kreativ næring da samarbeide (bedre)?*

---

- Identifiser særinteresser, felles interesser og felles mål så konkret og bransjespesifikt som mulig
- Ikke press kos; disse næringene ER forskjellige, men kan betrakte hverandre som ressurser til egen vinning - økt besøk og verdiskaping
- Vær bransje- og stedsspesifikk: Det er aldri hele reiselivsnæringen som samarbeider med hele kreativ næring
- For reiselivsnæringen: Identifiser de ulike kreative bransjenes styrker og svakheter for bestemte reiselivsaktiviteter
- For kreativ næring: Velg reiselivsaktører og aktiviteter som harmonerer med egne verdier og mål

*FELLES  
VILKÅR OG  
MULIGHETER*

# *Digitale vilkår - begge næringene utspiller seg mellom:*

stedsspesifikke rom      og      digitale rom

- |                        |    |                         |
|------------------------|----|-------------------------|
| - Lokale               | ←→ | - Globale               |
| - Faktisk fysiske      | ←→ | - Virtuelle             |
| - Stedsavhengige       | ←→ | - Stedsuavhengige       |
| - Analogt kulturkonsum | ←→ | - Digitalt kulturkonsum |
-

# *Næringenes stedsspesifikke konkurransefortrinn i en digital tid:*

- Stedet er styrket som en effekt av globaliseringen; localization
  - Live revival som en effekt av digitaliseringen
  - Ritual revival som en effekt av både globalisering og digitalisering; det sosiale i kulturbesøk styrkes
  - En tett og relevant interaksjon mellom det fysiske stedet og det digitaliserte publikum gjennom #SoMe, streaming
-

*Bærekraftig  
reiseliv som  
felles  
utfordring*

---



# *En bevegelse fra venstre til høyre på aksene vil styrke både reiselivet og den kreative næringen:*

naturprofilering



**kulturprofilering**

distrikts-Norge



**urbane Norge**

gråhårede & rike reisende



**unge & "fattige" reisende**

analoge reisende



**digitale reisende**

kjøpekraft



**hjernekraft (de utdannede)**

ekskluderende dyrt



**inkluderende billig**

mainstream kulturturisme

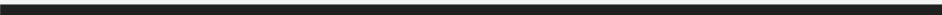


**modig kulturturisme**

miljøløst turisme



**miljøbevisst turisme**



*GOD REISE!*