

Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet

Masteroppgave 2017 30 stp
Fakultet for Miljøvitenskap og Naturforvaltning (MINA)

Reiselivsnæringas syn på suksessfaktorer og hindringer for rovdyr turisme i Trysil kommune

Successfactors and constraints for carnivore based
tourism in the municipality of Trysil, as predicted by
the tourism industry

Ida Margrethe Hybertz Brennøden
Naturbasert Reiseliv

Forord

Jeg vokste opp i en dal som artig nok ligger omtrent sju-og-tredve mil nordover, litt øst og oppover fra Ås. Med interesser både for naturvern og husdyr havnet jeg her på NMBU. I desember i år avlegger jeg mine siste eksamener her og etter fem og et halvt år må jeg takke for meg. Jeg har funnet det jeg kom for – spennende studier, fantastiske medstudenter og felles miljøinteresser. Nå er det snart tid for å finne noe annet, og begynne på et nytt eventyr. De fleste av oss kjenner godt til uttrykk som gjengroing, mikroplastikk og rød- og svartlista, men hvor mange vet *egentlig* hva de betyr? Når vi hører om forlatte småbruk, forsøpla strender og innvandrende arter, hvor mange er det som faktisk har sett dette med egne øyne? Er «asfaltbarna» genuint interesserte i å ta vare på en natur de aldri har følt en tilknytning til? Her er naturveilederen superhelten, i form av foreldre, lærere og guider. Det er de som videreformidler de kunnskaper de har om naturen, og som sår de frø i små sinn som skal spire og bli til interesse, vilje og handling. Denne oppgava kom til som følge av de frøene som er sådd i meg, gjennom hytteturer, bærplukking og fugletitting.

Stor takk til hovedveileder Øystein Aas, for forståelsesfull og grundig oppfølging, og til biveileder Olve Krange, som frivillig kastet seg med. Takk til Kristian Bjørnstad, som kom med uvurderlige innspill til problemstilling og intervjuguide. Takk til Linea Kristine Solgård, Mia Aas Fjellidal, Monty Hatfield, Jamie White og Åsmund Kvifte, som alle tok seg tid til å komme med gode råd og tilbakemeldinger. Til samboeren min, Marius Skaug Kristiansen, som har gjort hva han kunne for å roe ned ei stressa studine, og til foreldrene mine, som hele veien har vist genuin interesse for temaet i oppgava. Sist, men ikke minst, takk til alle som deltok som informanter. Det var mange kopper oljesvart kaffe, gode råd og trivelige samtaler. Vi sees sikkert igjen.



Ida Margrethe Hybertz Brennodden
Norges miljø- og biovitenskapelige universitet,
Ås, 12. juni 2016

Sammendrag

Trysil kommune i Hedmark har både sterke tradisjoner for bruk av utmarka, et godt utviklet reiseliv og bestander av alle de fire store landlevende skandinaviske rovdyra. I semistrukturerte intervjuer ble representanter fra reiselivsnæringa i Trysil bedt om å peke ut suksessfaktorer og hindringer for rovdyrturisme. Ett intervju ble gjennomført som et gruppeintervju med tre av bedriftens ansatte.

Til sammen kom informantene med 13 suksessfaktorer og 12 hindringer. Kategoriene var i stor grad i overenstemmelse med dem beskrevet av Lundberg og Fredman (2012) og Ednarsson (2006). I tillegg til kategoriene basert på teorien, ble fem nye kategorier opprettet: *destinasjonsprofil*, *sosialt ansvar*, *forventninger*, *timing* og *satsning*. Informantene kom med forslag til ei målgruppe for rovdyrturisme, beskrev en ideell entreprenør og guide og foreslo hvordan å utforme en rovdyropplevelse. Informantenes forslag til ulike rovdyrprodukter beskrives etter kategoriene fra Reynolds og Braithwaite (2001). Av de fire store rovdyra ble bjørn (*Ursus arctos*) antatt å være best egnet for rovdyropplevelser, da den var ansett som mindre konfliktfylt enn ulv (*Canis lupus*) og mer utbredt og mindre sky enn jerv (*Gulo gulo*) og gaupe (*Lynx lynx*).

Informantene så for seg at lokalbefolkninga i stor grad kunne være negativ til rovdyrturisme, da det kunne bli sett på som å gjøre knefall for dagens rovdyrpolitikk. Selv om tryslingene ble ansett for å være heterogene i holdningene til rovdyr og rovdyrturisme, kunne fellesskapsfølelse og lojalitet gjøre at negative holdninger virket dominerende. Rovdyr ble ansett for å være en trussel mot tradisjonell bruk av utmarka, og indirekte å bidra til fraflytting i kommunen. For å gjøre holdningene til rovdyrturisme mer positive, ble det foreslått å aktivt inkludere lokalbefolkninga i utviklinga av produktet og å formidle positive og negative sider ved rovdyr for kunder. Tiltakene diskuteres i lys av Scheyvens' (1999) rammeverk for å styrke lokalsamfunn og Innovasjon Norges kriterier for bærekraftige reisemål. Det ser ut til å være et potensiale for å utvikle mer rovdyrturisme i Trysil og i Norge, men det krever at det tas hensyn til lokales behov og meninger.

Stikkord: rovdyr, reiseliv, dyrebasert turisme, lokalsamfunn, suksessfaktorer og hindringer, naturbasert reiseliv.

Abstract

The municipality of Trysil, located in Hedmark county, is a popular tourist destination with strong traditions. It also has populations of all the four of the large Scandinavian carnivores. Representatives from the tourism industry were asked to discuss what success factors and constraints they could face when starting and developing carnivore based tourism. The interviews were semi structured. One interview took place as a group interview with three employees, while the others were one-to-one.

The representatives predicted 13 success factors and 12 constraints for carnivore based tourism. These categories have a lot in common with those predicted by Lundberg and Fredman (2012) and Ednarsson (2006). There were five new categories added; *destination profile, social responsibility, expectations, timing and dedication*. The informants described a potential carnivore tourist, an ideal entrepreneur and guide, and examples of carnivore based products. The informants' suggestions to different carnivore based products are described using the categories from Reynolds og Braithwaite (2001). The bear (*Ursus arctos*) was assumed to be the animal most suited for carnivore tourism, as it is less controversial than the wolf (*Canis lupus*), and less shy and more common than the lynx (*Lynx lynx*) and the wolverine (*Gulo gulo*).

The informants believed the local community might be partially opposed to carnivore tourism, as it could be interpreted as giving in to current carnivore politics. Even though the local community was thought of as being heterogeneous in their attitudes to carnivores and carnivore tourism, a sense of fellowship and loyalty could promote mostly negative attitudes to carnivore tourism. Carnivores were thought of as a threat to the traditional use of the forest, and as an indirect cause of depopulation. Taking a social responsibility could help make the local communities attitudes more positive. The informants suggested to include the community in decision making, and to tell customers about the positive and negative consequences of having carnivores in an area. These measures are discussed using Scheyvens' (1999) framework for empowering local communities, and Innovation Norway's criteria for sustainable tourism. Carnivore tourism seems to have a potential in Trysil and Norway, but the local community has to be respected and included.

Key words: carnivores, tourism, wildlife tourism, local communities, empowerment, success factors and constraints, nature based tourism

Innholdsfortegnelse

1. INTRODUKSJON	1
1.1 INNLEDNING	1
1.2 PROBLEMSTILLING	3
1.3 CASEOMRÅDE TRYSIL	4
1.3.1 Trysil kommune.....	4
1.3.2 De fire store i Trysil.....	8
2. TEORI.....	12
2.1 HVA ER DYREBASERT TURISME OG ROVDYRTURISME.....	12
2.2 KATEGORISERING AV SUKSESSFAKTORER OG HINDRINGER	14
2.2.1 Valg av teori	14
2.2.2 Lundberg og Fredmans (2012) suksessfaktorer og hindringer.....	14
2.2.3 Ednarssons (2006) suksessfaktorer og hindringer	15
2.3. LOKALSAMFUNNET OG TURISME	17
2.3.1 Valg av teori	17
2.3.2 Ednarsson (2006) om lokal tilknytning.....	18
2.3.3 Innovasjon Norges rammeverk for bærekraftig reisemål	18
2.3.4 Scheyvens' (1999) rammeverk for å styrke lokalsamfunnet.....	19
3. METODE.....	21
3.1 VALG AV INFORMANTER	21
3.2 INTERVJUOPPSETT	22
3.3 ETISKE AVVEININGER.....	23
3.4 VALIDITET OG RELIABILITET	23
3.5 ANALYSERINGSMETODE.....	24

4. SUKSESSFaktorER OG HINDRINGER FOR ROVDYRTURISME.....	26
4.1 DEL 1 - GENERELT OM SUKSESSFaktorER OG HINDRINGER.....	26
4.1.1 Kategorisering.....	26
4.1.2 Markedet.....	28
4.1.3 Lokalsamfunnet.....	32
4.1.4 Entreprenøren og rovdyrproduktet.....	37
4.1.5 Oppsummering av kapittel 4.1.....	46
4.2 DEL 2 - NÆRMERE OM HVORDAN TRADISJONENE MØTER ROVDYRA MØTER TURISMEN.....	47
4.2.1 Rovdyrturisme som en indirekte interessekonflikt.....	47
4.2.2 Fraflytting og landskapsinteresser.....	48
4.2.3 Konfliktdepende tiltak.....	53
5. OPPSUMMERING.....	58
5.1 DISKUSJON OG KONKLUSJON.....	58
5.2 BEGRENSNINGER OG VIDERE UNDERSØKELSER.....	62
6. LITTERATURLISTE.....	65
VEDLEGG I.....	I

1. Introduksjon

1.1 Innledning

Reiselivet fokuserer i økende grad på bærekraft og etikk. I UNWTOs retningslinjer for etisk turisme settes det fokus på tre bærekraftpillarer – (i) bevaring av kultur, natur og miljø, (ii) å styrke sosiale verdier og (iii) å skape økonomisk levedyktige destinasjoner (UNWTO 2001). Her hjemme har retningslinjene vært inspirasjon for Innovasjon Norges merke for bærekraftig reisemål (Innovasjon Norge u.å.). Et viktig moment er at lokalsamfunnet skal tjene på at det kommer turister. Dessverre kan reiselivet til tider tilby produkter lokalsamfunnet oppfatter som kontroversielt. For å skape mer positive holdninger til turismen, kan lokalsamfunnet aktivt engasjeres, gjennom opprettelse av arbeidsplasser og øremerking av midler til fellesgodefinansiering. Slik etikk brukes blant annet i økoturisme og i CBNRM (Community Based Natural Resource Management) (Child 2003; Hanen u.å.). Mange safariparker er et produkt av CBNRM, hvor kontroversielt dyreliv brukes i en turistsammenheng som gir inntekter til lokalsamfunnet (Child 2003; Hemson et al. 2009). Gjennom slike tiltak kan dyrelivet bevares og bli en kollektiv ressurs. Lignende har blitt gjort i Europa, hvor rovdyr i større grad enn tidligere benyttes som et produkt i reiselivet, vanligvis basert på kunnskapsformidling, historiefortelling, sportegn og ulvehyl (Goodwin et al. 2000). Det tilbys per i dag få rovdyrbaserte opplevelser i Norge hvis man ikke regner med dyreparker. Et av få eksempler er Your Norwegian Nature, som tilbyr en flerdagerstur for å finne spor av store rovdyr i Åmot (Your Norwegian Nature u.å.).

Trysil kommune i Hedmark feiret i 2016 50 år som vinterdestinasjon (Destinasjon Trysil u.å.-b). Dette året kunne bygda på ellers 6550 innbyggere ønske velkommen mer enn 250 000 overnattende gjester (Statistikknett 2017). Selv om reiselivet i Trysil er omfattende, har store sesongsvingninger ført til få helårs arbeidsplasser og mange sesongarbeidere. Det store antallet sesongarbeidere betyr at Trysil på sommerstid har få innbyggere. I mange tiår har kommunen slitt med negativ befolkningsvekst og fraflytting (SSB 2016a; SSB 2017e). Sysselsettinga har i likhet med resten av landet gjennomgått ei strukturendring, og færre er i dag ansatt i de tradisjonelle næringene jord- og skogbruk. Trysil hadde opprinnelig mye småskalalandbruk, men kulturlandskapet er i endring med påvirkning fra flere hold. Kommunen ligger innenfor forvaltningssona for alle de fire store rovdyra, og med sin nærhet til Sverige oppdages det stadig nye grenseboende individer (rovbase.no 2017). Rovdyra har ei negativ påvirkning på tryslingenes tradisjonelle bruk av utmarka. I dag slippes dyr på beite

innenfor et rovviltsikkert gjerde, men allikevel har det skjedd at rovdyr har kommet seg innenfor (Østlendingen 2015). Angrep på hund gjør det mer risikabelt å bruke jaktformer som harejakt og elgjakt med løshund, og mange frykter at rovdyra vil redusere mengden jaktbart vilt (Ramnefjell 2017). Faktorer som blant annet mindre rabies, flere hjortedyr og slutt på å bruke barn som gjeterer gjør at det i dag er lite grunn til å frykte rovdyrangrep på mennesker (Linnell et al. 2002). Mange er allikevel redde for angrep på barn i tillegg til på husdyr (Frank et al. 2015). Frykt er alltid en reell følelse, selv hvis rovdyr ikke er farlige for mennesker. Fra sine intervjuer siterer Skuland og Skogen (2009) «Det spiller ingen rolle om rovdyr er farlige om folk faktisk er redde.» Mange føler at makta sitter i byene og at lokale i rurale strøk ikke blir hørt, men i stedet blir offer for kontroversiell landbruks- og rovdyrpolitikk. I fellesskap og solidaritet styrkes negative holdninger til rovdyr - «Noen der ute påfører oss en uakseptabel fare, som truer vår livsstil og våre verdier, slik at vi må stå samlet for å møte trusselen som rammer oss alle» (Skogen et al. 2013)

I Trysil har det tidligere vært gjort forsøk på å bygge et skandinavisk rovviltsenter, et tiltak som kan ansees for å være rovdyrturisme. Prosjektet ble avsluttet grunnet manglende økonomisk støtte (Østlendingen 2008). Det tilbys noen guidede turer for å se bjørnehi, men tilbudet er ikke veldig etablert eller godt kjent (Destinasjon Trysil u.å.-c). I begge rovdyrproduktene har lokale tryslinger vært involvert. Introduksjon av nye næringer kan føre til bekymring for utnyttelse av naturområder, tap av land til “utenforstående” og en følelse av å bli fratatt makt og rettigheter (Benjaminsen & Svarstad 2008; Skogen et al. 2013). Det er en fordel at reiselivsutvikling har utspring i lokalbefolkninga, men Ednarsson (2006) viste at reiselivsentreprenører i nærliggende områder i Sverige, med sterk lokal tilknytning generelt var skeptiske til rovdyrturisme. I Trysil kommune er reiselivet en stor og viktig inntektskilde, og det fokuseres i stadig større grad på å markedsføre Trysil som en naturbasert destinasjon med økt vekt på mer varierte opplevelser og aktivitetstilbud både sommer og vinter. Kommunen har bestander av alle de fire rovdyra, men det er lite fokus på rovdyr som et reiselivsprodukt.

Det er reiselivsnæringa og aktuelle entreprenører som vurderer potensialet for rovdyrturisme. Det hjelper ikke om forholdene legger til rette for å etablere et produkt hvis de som kan etablere det ikke tror det er mulig. Tilsvarende kan reiselivsnæringa igangsette dødsdømte prosjekter uten å være klar over at forholdene ikke ligger til rette. Denne oppgava tar derfor for seg hvordan representanter for reiselivsnæringa i Trysil oppfatter potensialet for

rovdyrturisme. Trysil er en kommune hvor omfattende reiseliv, rovdyr og tradisjonell bruk av utmarka møtes. Hva må til for at rovdyrturisme skal lykkes, og hva er hindringene? Er dette faktorer en entreprenør kan tilpasse seg etter? Hvem er rovdyrturisten, og passer denne inn i målgruppa til Trysil? Tror informantene at holdningene til rovdyrturisme blir farget av rovdyrkonflikten? I så fall på hvilken måte? Er det mulig å utnytte rovdyra på bygda til å skape ei inntekt og arbeidsplasser? Dette er spørsmål denne oppgava søker å få svar på.

1.2 Problemstilling

Formålet med oppgava er altså å undersøke hvordan reiselivsansatte i Trysil oppfatter potensialet for og utfordringene ved utvikling av rovdyrturisme, i sammenheng med Trysil som en reiselivsdestinasjon og en rovviltkommune. Med dette som bakgrunn ble det satt følgende hovedproblemstilling:

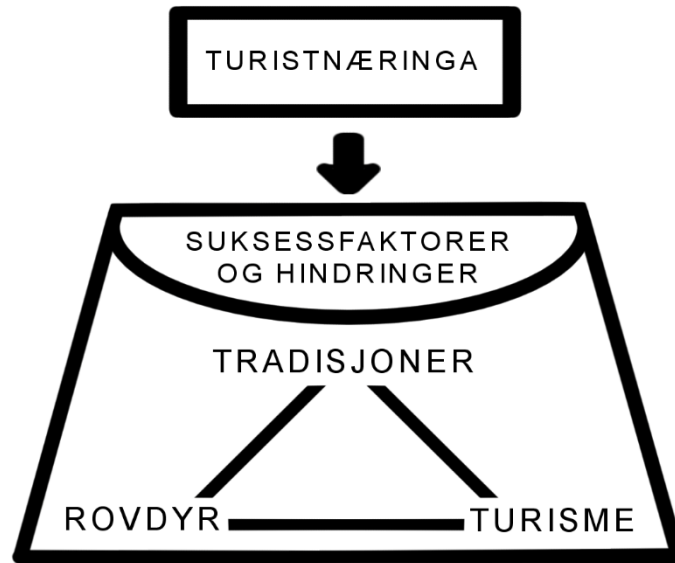
Hvordan vurderer reiselivsnæringa suksessfaktorer og hindringer for rovdyrturisme i Trysil?

Disse suksessfaktorene og hindringene kan antas å være påvirket av indre faktorer, for eksempel personlighet og opplevelsesdesign, og ytre faktorer, for eksempel markedsinteresse og holdninger i lokalsamfunnet. Hvem ser informantene for seg at en typisk rovdyrturist er. Er rovdyrturisten i overensstemmelse med Trysils hovedmålgruppe? I forbindelse med rovdyrdebatten er det relevant å finne ut hvilke holdninger informantene tror lokalbefolkninga ville hatt til rovdyrturisme. I Trysil møtes reiseliv, tradisjonell bruk av utmarka og bestander av alle de fire store rovdyra. Hvordan tror informantene at dette møtet påvirker holdningene? Hvordan kan en entreprenør tilpasse seg disse holdningene og vise hensyn til lokalbefolkninga? På bakgrunn av dette ble det satt opp tre underproblemstillinger:

Ifølge reiselivsnæringa...

- **hvem er en mulig målgruppe for rovdyrturisme?**
- **hva kjennetegner en ideell entreprenør og et godt rovdyrprodukt?**
- **hvilke holdninger vil lokalsamfunnet ha til rovdyrturisme, og hvilke tiltak kan påvirke holdningene?**

Det var ønskelig å belyse informantenes vurderinger rundt temaene, for å få et bedre innblikk i deres personlige holdninger til rovdyrturisme. Suksessfaktorer og hindringer blir slik ei linse som underproblemstillingene diskuteres på bakgrunn av (Figur 1).



Figur 1: Hvordan oppfatter reiselivsnæringa suksessfaktorer og hindringer for rovdyrturisme, basert på samspillet mellom tradisjoner, rovdyr og turisme?

1.3 Caseområde Trysil

1.3.1 Trysil kommune

«Avsides og veglaust - med ryggen krøkt inn i Sverige og andletet gøymt i storskogen - låg Trysil i gamal tid. Truleg var det ikkje mange som var riktig visse på kvar det låg. Det var mest ingen som hadde vore der. Kva skulle ein dit? Berre villmarka! Svarte skogar og stride elvar og djupe sjøar og tjønn. Og gørrblaute myrar. Og villdyr av alle slag, fårlege villdyr. Bjønn, ulv, gaupe, elg. Folket budde spreidd og levde av det som skogen og fjellet og vatna gav, eit halvilt folk som ikkje gjerne slepte andre innåt seg. Trysil - eit rike utan konge, eit land utan lov, og eit folk som hadde budd for seg sjølv så lenge så dei korkje vilde eller tolde samliv med andre.»

-Sitat fra forfatter Sven Moren, fra Trysil-boka (Moren & Lillevold 1943)

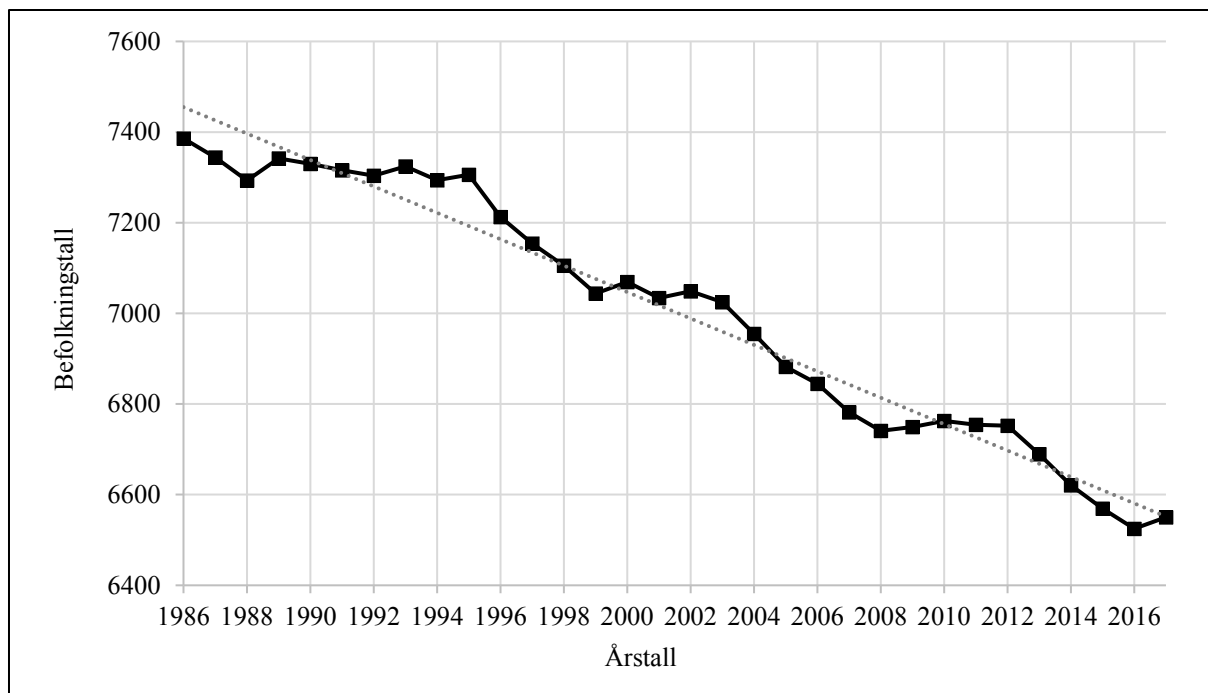
Selv om Sven Morens beskrivelse av Trysils natur ennå er aktuell, har det meste forandret seg siden hans død i 1938. Trysil kommune ligger i Hedmark fylke (Figur 2). Nesten halve kommunegrensa er også riksgrense mot Sverige. Helt øst i Trysil ligger Fulufjellet, vernet som nasjonalpark på både norsk og svensk side. Kommunens areal er på 3014 km², med gjennomsnittlig 2 innbyggere per kvadratkilometer. Innbygda er kommunens administrasjonssenter. Her bor ca. 2300 av kommunens ca. 6550 innbyggere.

Kommunen er en kjent vintersportdestinasjon og har mange aktive skiløpere. Dette symboliseres i kommunevåpenet, som viser to skistaver (SSB 2016a; SSB 2017c; Store Norske Leksikon 2016).



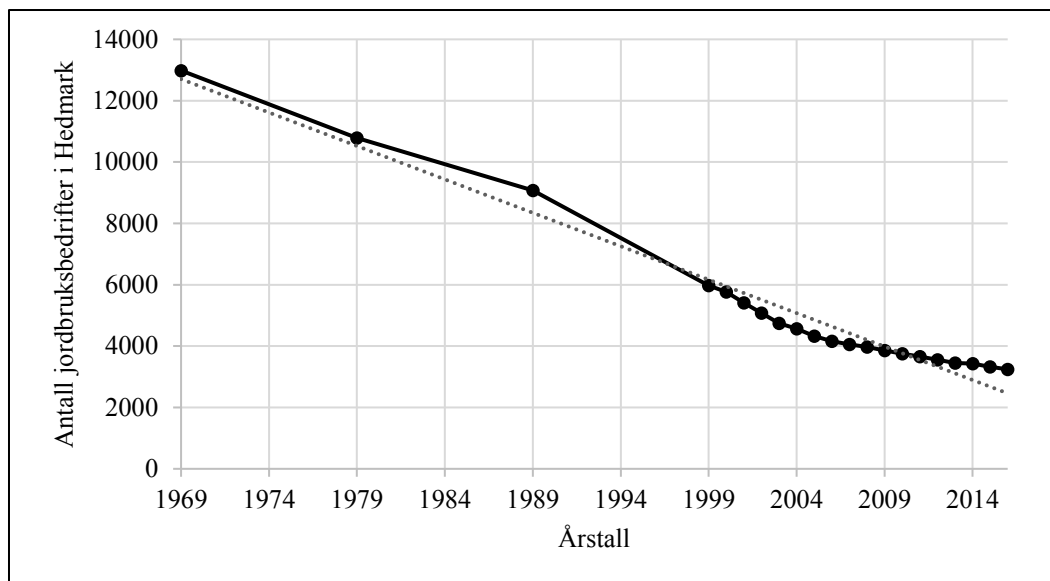
Figur 2: Trysil kommunes plassering i Hedmark fylke (Store Norske Leksikon 2016).

Trysil har over lengre tid slitt med en negativ befolkningsvekst (Figur 3). I 1986 hadde kommunen 7386 tryslinger, men i 2017 hadde det sunket med nesten 1000, til 6550, en gjennomsnittlig nedgang på mer enn 25 innbyggere i året (SSB 2016a; SSB 2017e). Fraflytting er et tema over hele landet og er en prosess som har foregått i bygder over hele landet i flere tiår. Det knyttes blant annet opp mot industrialisering, flere ansatte i tjenesteytende næringer og færre ansatte i primærnæringene og til nyere generelle prosesser knyttet til globalisering og urbanisering (Berg 2005).



Figur 3: Befolkningsutvikling i Trysil kommune fra 1986 til 2017 (SSB 2017e)

Det tradisjonelle næringslivet i Trysil var jord- og skogbruk, men primærnæringene har endra seg mye i hele landet de siste tiårene. Fra gammelt av har skogen vært en viktig arbeidsplass på Østlandet, og i 1950 hadde 55 000 nordmenn arbeid innen skogbruket. Fra 70-åra ble hogstmaskinene introdusert til skogbruket og sysselsettinga i skogen gikk betydelig ned. I 2007 var 91% av tømmeret i Norge felt med maskin, og i 2014 jobbet bare 15 400 med skogbruk (Steinset 2015). Andelen jordbrukere synker også. I Hedmark var det i 1969 12 983 registrerte jordbrukseiendommer i drift, men i 2016 hadde antallet sunket til 3243 (Figur 4) (SSB 2017b). Hedmark er det fylket med størst produktivt skogsareal, med over 125 000 km² av Norges 701 000 km² produktive skog (SSB 2015). Ifølge Trysil kommunes hjemmesider eier Statskog og kommunen en fjerdedel hver av Trysils skoger. Trysil kommune drifter sine skogeiendommer gjennom foretaket Trysil kommuneskoger KF. 80% av de private eiendommene er under 10 km² i areal (Trysil kommune u.å.).



Figur 4: Nedgang i antall jordbruksbedrifter i Hedmark fra 1969 og 2016 (SSB 2017b)

En naturressurs som har preget Trysils kultur er jaktbart vilt. Trysil har tronet på toppen som Norges største elgkommune, men måtte i 2016/2017 stige ned til fordel for Steinkjer i Nord-Trøndelag. Dette året hadde Steinkjer skutt 868 elg, mot Trysils 610 dyr (SSB 2017a). Mange år på toppen viser allikevel at elgjakta er viktig for tryslingene. Hver høst arrangeres Elgfestivalen, en kulturfestival med fokus på elgjakt, lokalt håndverk og tradisjonsmat (Destinasjon Trysil 2017).

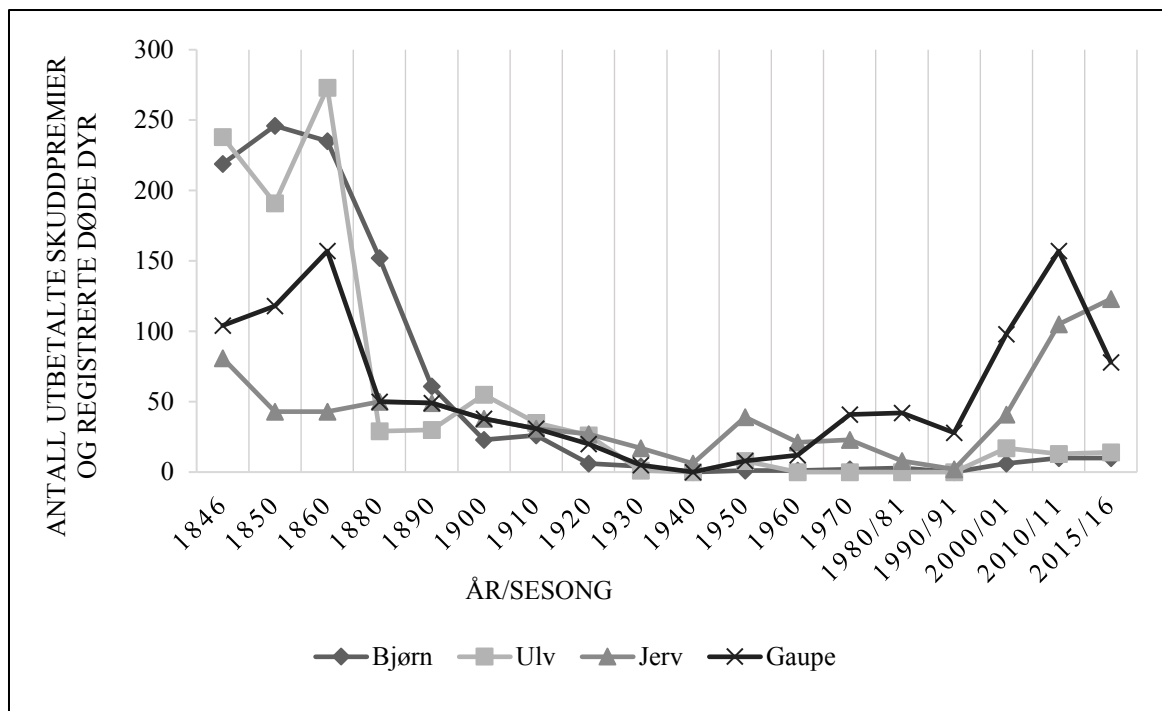
Samtidig som andelen arbeidsplasser i jord- og skogbruket har sunket, har turismen gjort sitt inntog i Trysil. I 1965 startet brødrene Juul og Kjell Søgaard satsningen på hytteturisme og alpinanlegg, og 2. juledag 1966 åpnet Trysilfjellets første skiheis. I den forbindelse feiret Trysil 50-årsjubileum vinteren 2016/2017. I dag eies alpinanlegget av SkiStar AB, et internasjonalt selskap som driver flere alpinanlegg i Norge og Sverige, og sesongen 2014/2015 rundet de 200 millioner norske kroner i omsetning i Trysil (Destinasjon Trysil u.å.-b). Det ligger også et mindre alpinsenter med hyttefelt i Ljørdalen - Fulufjell Alpinsenter (AS Fulufjellet Alpinsenter 2017), og større anlegg i Sälen og Idre på svensk side. I Trysil var det i 2016 261 618 kommersielle overnattinger, hvorav 146 396 av disse var utenlandske gjester. I hovedsak er det svensker, dansker, briter, tyskere, nederlendere og russere som overnatter i Trysil (Statistikknett 2017). Trysil er en stor hyttekommune, og regionsavisa Østlendingen skrev i 2014 at «Trysil kommune har flere hytter enn hus» (Østlendingen 2014). Nesten 9 av 10 hytter eies av nordmenn (SSB 2017d).

I et interregionalt prosjekt med Sälen, Idre, Trysil og Engerdal, populært referert til som SITE, styrkes samarbeidet mellom de fire grensekommunene. Sälen og Idre er også utpregete vinterdestinasjonssteder, mens Engerdal er kjent for nasjonalparken Femundsmarka. Kommunene har mange av de samme utfordringene når det gjelder sesongvariasjoner (SITE Destination u.å.). I fellesskap satses det på å skape helårs arbeidsplasser, med håp om å snu den negative befolkningstrenden. Satsningen på flere helårs arbeidsplasser kan også sees i lys med at Innovasjon Norge har tildelt Trysil merket for Bærekraftig Reisemål (Destinasjon Trysil u.å.-a). Merket setter krav til at destinasjonen tar hensyn til natur, kultur, miljø, sosiale verdier og økonomisk levedyktighet (Innovasjon Norge 2013). I Trysil satses det stort på mer barmarksturisme gjennom blant annet stisykling og klatrepark (Destinasjon Trysil u.å.-b). I samarbeid med de andre SITE-kommunene foregår det i tillegg et større prosjekt - å bygge Scandinavian Mountains Airport, som skal stå ferdig i Sälen i desember 2018. Flyplassen skal gjøre det lettere for det internasjonale markedet å nå SITE-regionen, året rundt (Scandinavian Mountains u.å.).

1.3.2 De fire store i Trysil

Uttrykket «de fire store» referer til de fire største landlevende rovdyra i Norge, orden *Carnivora*. Dette er brunbjørn (*Ursus arctos*), heretter referert til som bjørn, ulv (*Canis lupus*), jerv (*Gulo gulo*) og gaupe (*Lynx lynx*).

I 1845 kom en ny lov som skulle bidra til utryddelsen av norske rovdyr (SSB 2004). Figur 5 viser hvordan antallet skuddpremier og antallet registrerte døde dyr har utviklet seg siden lovendringa. Nedjaktninga på 1800-tallet gav utslag. Ettersom det ble færre rovdyr gikk også andelen registrerte felte dyr drastisk nedover. Utover nittenhundretallet vokste interessen for naturvern. I 1973 ble bjørn, ulv og jerv offisielt fredet (miljøstatus.no 2015), og med viltloven fra 1981 ble jakttradisjonene satt på hodet. Inntil da hadde alt vilt vært jaktbart, med mindre det var fredet, men fra da av kunne man kun skyte utvalgte arter (Bugge 2015). Gaupa ble offisielt fredet i 1992 (miljøstatus.no 2016). Andelen registrerte døde dyr gikk gradvis opp igjen, ettersom rovdyrbestanden økte. I dag foregår det kontrollert kvotejakt og skadeforebyggende uttak, spesielt jerv og gaupesom det tas ut et større antall dyr av i året (Figur 5).



Figur 5: Antall utbetalte skuddpremier fram til fredning av rovdyra, siden all registrert avgang. (SSB 2016b; SSB u.å.-a; SSB u.å.-b)

Trysil ligger innenfor forvaltningssona til alle de fire rovdyra (rovbase.no 2017). Med «ryggen krøkt inn» i Sverige får kommunen også mange grenseboende individer og dyr på vandring. Rovdyra har blitt sentrum for mange diskusjoner. Den nyeste konflikten var vinteren 2016/2017. Det var opprinnelig bestemt å lisensfelle 47 ulv, 32 av disse i Hedmark. Etter store protester så lovavdelinga i Justis- og beredskapsdepartementet på saken, og konkluderte med at det ikke fantes hjemmel for uttaket i naturmangfoldloven eller i Bernkonvensjonen. I stedet skulle inntil 15 ulv felles, ingen av dem innafor ulvesona (Klima- og miljødepartementet 2016). Bestemmelsen betydde at ulv fra Slettåsflakken i Trysil ikke skulle tas ut. Det førte til hurrarop fra noen og protester fra andre. For eksempel holdt bondelaget i Trysil en aksjon mot vedtaket da miljøminister Vidar Helgesen kom på besøk til Slettås. De krevde at det i større grad måtte tilrettelegges for å kunne drive beitenæring (Hedmark Bondelag u.å.) Samme sesong ble kvoten på gaupe i Norge satt til 52 dyr, uten uttak i Hedmark. kvoten var lavere enn forventet, da bestanden av gaupe hadde gått ned med 14% fra foregående sesong (Miljødirektoratet 2016). Andre hendelser, som nærgående dyr, tap av hund og rovdyr innafor rovviltgjerdet, skaper til stadighet nye diskusjoner i Hedmark (NRK 2008; NRK 2014a; NRK 2014b; NRK 2017; Østlendingen 2015). I forbindelse med at

ulvesona og ulvebestanden skulle diskuteres på Stortinget i 2015 åpnet Klima- og miljødepartementet for at en kunne sende skriftlige innspill. Daværende ordfører Ole Martin Norderhaug sendte da et brev på vegne av Trysil kommune. Det var ønsket at Bernkonvensjonens bestemmelser skulle tolkes på nytt, da det var tvil om den rent faktisk forpliktet Norge å verne ulv som var innvandret og som negativt påvirket tradisjonell bruk av utmarka (Norderhaug 2014). Det foreligger ingen offentlige svar på henvendelsen, men Trouwborst et al. (2017) skrev nylig en artikkel hvor de argumenterer for at Bernkonvensjonen tilsier at Norge burde ha en større ulvebestand.

Det er ikke bare rovdrymotstand i Trysil, men sammensatte meninger. Tidligere leder i Bygdefolk for rovdyr, Lars-Erik Lie, er fra Trysil (Bygdefolk for Rovdyr i.d.; Lie u.å.). Det har også vært støtte for rovdryturisme. Det var i mange år planlagt å bygge et skandinavisk rovviltsenter ved Støa, et lite tettsted ved svenskegrensa sør for Fulufjell. Prosjektet ble skrinlagt i 2008 da hovedinvestoren Estatia Resort AS trakk seg og det ikke ble bevilget noe statlig støtte. Trysil kommune overtok prosjektet, i tilfelle det en dag skulle bli interesse for å ta det opp igjen (Østlendingen 2008). Noen år senere ble det igjen ytret interesse for rovdryturisme, denne gangen fra tryslingen Terje Bråten, eier av Mountain King sledehundekennel. I 2011 fortalte han Østlendingen at han ønsket å tilby ulvesafari i tillegg til hundesledeturer (Østlendingen 2011). I dag (2017) står det ingenting på hjemmesidene til Mountain King's Sledehundkennel om rovdry, og hundesledetur er den eneste reiselivsopplevelsen som kan bestilles (Mountain King's Sledehundkennel i.d.). Per i dag er det kun ett tilbud i Trysil hvor rovdry er hovedingrediensen i produktet. Opplevelsen arrangeres av Turistbua i Ljørdalen, og er en 2 til 4-timerstur med guide for å besøke bjørnehi (Destinasjon Trysil u.å.-c).

Avsluttende følger ei innføring i biologien og bestandstatus til fire store. Informasjon om dyras biologi er hentet fra rovviltportalen.no (2017), bestandstatus er hentet fra rovdata.no (2017) og informasjon om skadeomfang på sau er tatt fra rovbases.no (2017). Skadeomfanget er ikke sammenlignbart med andre rovdry-kommuner, da det meste av sau i Trysil beiter innenfor et «rovviltsikkert» gjerde.

Bjørn

Bjørnen tilhører familie bjørner og er en omnivor som spiser både kjøtt og planter. Elg (*Alces alces*), maur (*Formicidae*) og blåbær (*Vaccinium myrtillus*) utgjør en stor del av dietten.

Vinterstid ligger bjørnen i vintersøvn og lever på fettreserver. Bestandsmålet for bjørn er på 13 kull i året. Per 2016 var det registrert minimum 125 bjørn i Norge og 2 ungekull i Hedmark. Bjørn har dokumentert tatt 241 sau i Trysil i perioden 2010-2016.

Ulv

Ulven er et hundedyr og en utpreget karnivor som lever i familieflokker. Klovdyr utgjør hoveddelen av dietten. Bestandsmålet for ulv ble etter 20. juni 2016 satt til 4-6 ynglinger. Per 2015/2016 var det i Norge registrert 65-68 helnorske ulv og minst 25 grenseulv. Det er per februar 2017 to ulvflokker med sin minimums revirgrense i Trysil – Slettåsflokken og Varåaflokken – og et revirmarkerende par i Fulufjell. I tillegg er det fem flokker og revirmarkerede par i nærheten av kommunen (Høgskolen i Innlandet 2017). Trysil kommune ligger innenfor den vedtatte ulvesona. Ulv har dokumentert tatt 73 sau i Trysil i perioden 2010-2016.

Jerv

Jerven er et mårdyr og en utpreget karnivor som i hovedsak lever på reinsdyr (*Rangifer tarandus*), men også spiser mye smågnagere, sau og kadavre. Det vedtatte bestandsmålet for jerv er 39 kull i året. Per 2016 var det registrert 350 voksne jerv i Norge, og 8 valpekull i Hedmark. Jerv har ikke dokumentert tatt sau i Trysil i perioden 2010-2016.

Gaupe

Gaupe er Norges eneste viltlevende kattedyr, og en utpreget karnivor som tar mye rådyr (*Capreolus capreolus*) og hare (*Lepus timidus*). Det vedtatte bestandsmålet for gaupe er 65 kull i året. Per 2016 var det beregnet å være 310 gauper i Norge, og 7,5 familiegrupper i Hedmark. Gaupe har ikke dokumentert tatt sau i Trysil i perioden 2010-2016.

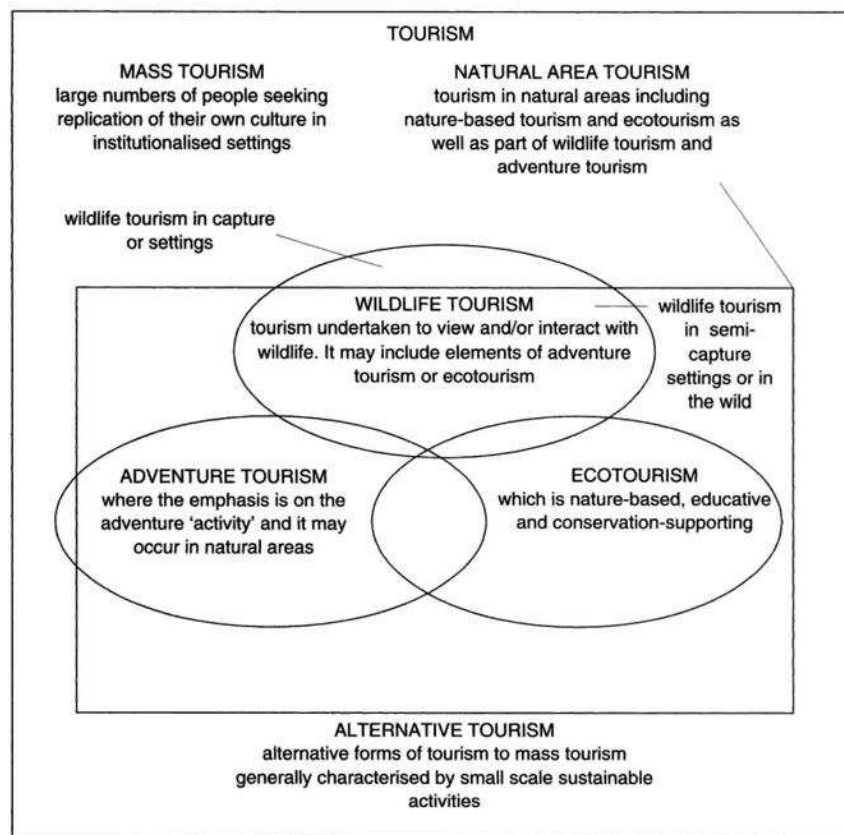
2. Teori

2.1 Hva er dyrebasert turisme og rovdyrturisme

Fredman og Tyrväinen (2010) beskriver naturbasert reiseliv slik:

«Nature-based tourism is human activities occurring when visiting nature areas outside the person's ordinary neighbourhood».

Oversatt kan vi si at naturbasert reiseliv er menneskelige aktiviteter som tar sted i naturområder utenfor konsumentens hjemområde. Innenfor den brede definisjonen av naturbasert reiseliv finner vi blant annet økoturisme, gårdsturisme og opplevelsesturisme. Her brukes uttrykket «dyrebasert turisme» som en norsk oversettelse for «wildlife tourism». Dette er en type naturbasert reiseliv som tilbyr opplevelser basert på ville dyr, i motsetning til tradisjonelle husdyr (Figur 6) (Newsome et al. 2005). For eksempel er ikke en hundesledetur eller kanefart å anse for å være «wildlife tourism». Dyrebasert turisme kan foregå i dyras naturlige habitat, i semi-naturlige habitater eller i fangenskap. Denne typen turisme har mye til felles med økoturisme og opplevelsesturisme.



Figur 6: Dyrebasert turisme i relasjon til nærliggende typer turisme (Newsome et al. 2005, s. 19)

Reynolds og Braithwaite (2001) foreslår syv forskjellige typer dyrebaserte opplevelser, både konsumerende og ikke-konsumerende (Tabell 1). Rovdyrturisme er en type dyrebasert turisme som tilbyr opplevelser basert på rovdyr. I denne undersøkelsen fokuseres det på rovdyrturisme basert på de fire store landlevende skandinaviske rovdyra. Etter Reynolds og Braithwaites definisjoner kan vi tenke oss til noen eksempler på opplevelser. En opplevelse hvor et rovdyr er en komponent, men ikke hovedattraksjon, kan for eksempel være en guidet tur for å se på stjerner hvor man også lytter etter ulvehyl. Med bruk av åte eller GPS kan man oppholde seg i områder med større sannsynlighet for å møte på rovdyr. En dyrehage kan vise dyr i fangenskap. For noen kan det være viktig å «sjekke av» dyr man har sett eller å fotografere dem, som krever at man tilrettelegger for å observere dyra. Å observere dyr eller være i habitatet til store rovdyr kan virke spektakulært og skummelt, og blir slik en spenningsøkende tur.

Tabell 1: Ulike typer dyrebaserte opplevelser, etter Reynolds og Braithwaite (2001). Den norske oversettelsen er basert på forfatterens egne forklaringer av kategoriene.

Kategorier av dyrebaserte opplevelser	Norsk oversettelse
Nature-based tourism with wildlife component	Naturbasert turisme med dyr som en komponent, men ikke som hovedattraksjon.
Locations with good wildlife opportunities	Lokaliteter med stor sannsynlighet for å se dyr, for eksempel en åteplass.
Artificial attractions based on wildlife	Menneskeskapt attraksjoner med dyr i fangenskap.
Specialist animal watching	Observasjon av spesifikke dyr, for eksempel fugletitting eller fotografering.
Habitat specific tours	Besøk i dyras habitat.
Thrill-offering tours	Spenningsøkende turer for å oppleve noe spektakulært, for eksempel et særlig farlig eller stort dyr.
Hunting/fishing tours	Jakt og fiske. Kan være ikke-konsumerende, for eksempel catch-and-release, eller konsumerende.

Rovdyrjakt vil trolig ikke kunne selges som et turistprodukt i Norge, grunnet strenge restriksjoner, og blir derfor ikke inkludert i denne oppgava. Reynolds og Braithwaites (2001) definisjoner kan være til hjelp for å analysere hvordan informantene forstår og vurderer rovdyrturisme.

2.2 Kategorisering av suksessfaktorer og hindringer

2.2.1 Valg av teori

Ved å kategorisere suksessfaktorer og hindringer får vi et raskt og lettfattelig innblikk i hva som påvirker reiselivet. Dette er ei kvantitativ tilnærming til kvalitative undersøkelser, men gir en oversikt som er enkel å forholde seg til. Det er valgt to undersøkelser som har gått i dybden på suksessfaktorer og hindringer for naturbaserte reiselivsbedrifter. Begge undersøkelsene var lokalisert i Sverige. Lundberg og Fredman (2012) samlet generelle faktorer for det naturbaserte reiselivet, som vil være av interesse for enhver reiselivsentreprenør. Ednarsson (2006) samlet suksessfaktorer og hindringer spesifikt knyttet til rovdyrsturisme. Til sammen gir de to undersøkelsene et bilde av hva en entreprenør som skal etablere og drifte en rovdyrbasert bedrift må ta hensyn til, både generelt når det gjelder naturbasert reiseliv og spesielt når det gjelder rovdyrsturisme.

2.2.2 Lundberg og Fredmans (2012) suksessfaktorer og hindringer

Lundberg og Fredman (2012) samlet suksessfaktorer og hindringer fra naturbaserte reiselivs-entreprenører i Sverige. Undersøkelsen ble utført med intervjuer og en telefonundersøkelse. Tilbakemeldingene ble tildelt 9 kategorier for suksessfaktorer og 6 kategorier for hindringer (Tabell 2). Kategoriene var av forskjellig betydning for ulike typer bedrifter. For eksempel var *livsstil* en viktig faktor for små bedrifter og bedrifter som tilbød en kombinasjon av opplevelser, men ikke like viktig for store bedrifter. Et annet eksempel er hvordan *tilgang til naturressurser* var viktig for bedrifter som tilbød jakt og fiske, siden disse ikke var inkludert i en allemannsrettighet.

Ledelsens engasjement, kompetanse, nettverk og kunnskap ble rangert som den viktigste suksessfaktoren, uavhengig av type bedrift. Hindringer knyttet til økonomi var ansett å være de mest problematiske. Generelt fant Lundberg og Fredman at bedriftene utpekte interne suksessfaktorer, for eksempel engasjement, livsstil og nettverk. Hindringene som ble utpekt var derimot eksterne, for eksempel infrastruktur, lover og regler, manglende destinasjonsutvikling og skatt. Det er mulig at informantene tok æren for suksess, mens hindringene ble skyldig eksterne faktorer. Naturbaserte entreprenører ble klassifisert som «lykkejegere», som anså suksess som når de selv er glade og kundene er fornøyde. Selv om de ikke var økonomisk motiverte er kapital nødvendig for å ha en levedyktig bedrift.

Lundberg og Fredman foreslo at de eksterne hindringene måtte tas hånd om på et høyere nivå,

for eksempel i destinasjonsselskap og nasjonal politikk, for å legge bedre til rette for små bedrifter.

Tabell 2: Suksessfaktorer og hindringer for naturbaserte reiselivsentreprenører i Sverige (Lundberg & Fredman 2012)

	Suksessfaktor	Beskrivelse
Mest viktig	Ledelse	Entreprenørens engasjement, kompetanse, nettverk og kunnskap om produktutvikling
	Livsstil	Interesser, livsstil tilsvarende produktet, støtte fra familien
	Økonomisk situasjon	Finansielle ressurser, mulighet for større investeringer
	Lokal tilknytning	Tilknytning til området, eierskap til produkt
	Ekstern støtte	Destinasjonsselskap, inspirasjon, subsidier
	Naturressurser	Tilgang til naturressurser og enerettighet til ressurser
	Tilgang	Allemannsrettigheter
Minst viktig	Erfaring	Utdanning, kompetanse, holdning, engasjement og erfaring fra reiselivsnæringa
	Nettverk	Inkludert medlemskap, sertifiseringer, samarbeid med aktører
	Hindring	
Mest problematisk	Kapital og kunnskap	Lav profitt, mangel på kapital, mangel på kunnskap
	Eksterne restriksjoner	Lover og regler
	Lokalitet	Infrastruktur, geografisk lokalitet
	Eksterne ressurser	Mangel på destinasjonsmarkedsføring, mangel på naturressurser
Minst problematisk	Personale	Rekruttering og opplæring av personale
	Offentlig tilgang	Allemannsrettigheter

2.2.3 Ednarssons (2006) suksessfaktorer og hindringer

Ednarsson (2006) utførte en spørreundersøkelse i 2004 med 134 reiselivsaktører i Värmland. Temaet for undersøkelsen var å finne ut hvordan reiselivsnæringa bedømte potensialet for rovdyrturisme. Undersøkelsen omhandlet suksessfaktorer og hindringer for rovdyrturisme spesifikt, og var mer avgrenset enn Lundberg og Fredmans (2012). Informantene ble bedt om

å rangere viktigheten av et utvalg muligheter og hindringer (Tabell 3 og 4). Ednarsson definerte selv sine suksessfaktorer og hindringer utfra blant annet media, intervjuer, møter etc.

Tabell 3: Suksessfaktorer for rovdyrturisme, som rangert av reiselivsaktører fra Värmland (Ednarsson 2006).

Rangering fra Ednarssons informanter	Suksessfaktorer
Viktige suksessfaktorer	Styrke villmarksfølelsen
	Rovdyr er eksotisk og/eller sjeldent
Medium viktige suksessfaktorer	Supplerende til andre produkter
	Stor markedsinteresse for natur og miljø
Lite viktige suksessfaktorer	Stor mediadekning gjør markedsføring enkelt
	Lite konkurranse, få andre tilbydere

Tabell 4: Hindringer for rovdyrturisme, som rangert av reiselivsaktører fra Värmland (Ednarsson 2006).

Rangering fra Ednarssons informanter	Hindringer
Stor hindring	Andre landskapsinteresser, for eksempel jakt, landbruk og grunneiere
	Dyra er for sky til å bli sett
	Få dyr
Medium hindring	Lite interesse i markedet
Lita hindring	Lite kunnskap om dyra
	Kan være til skade for dyra
	Kan være en risiko for gjestene

De høyest rangerte suksessfaktorene var at rovdyrturisme kunne bidra til å styrke villmarksfølelsen og at rovdyr av mange oppfattes som eksotisk og sjeldent. Ednarsson forklarer dette med at rovdyr, og spesielt ulv, er et symbol for urørt natur. Rovdyrturisme ble ansett for å kunne være et eksklusivt supplement til billigere dyrebaserte opplevelser, for eksempel opplevelser basert på bever og elg. De lavest rangerte suksessfaktorene var stor markedsinteresse for naturopplevelser, at stor mediadekning av rovdyr kunne bidra til å gjøre markedsføring enklere og at det var lite konkurranse innen rovdyrturisme.

De største hindringene var vurdert å være konflikt med andre landskapsinteresser og rovdyras skyhet. Ednarsson foreslo at interessekonflikt som ei hindring særlig kunne bunne i behovet

for samarbeid og nettverk, for eksempel med grunneiere. Han påpekte at aktørene virket å ha ganske lite kjennskap til rovdyropplevelser og hva det kunne innebære. Derfor ble rovdyras skyhet oppfattet som et stort problem fordi det ville gjøre det vanskelig å se dyr. Det var lite fokus på indirekte opplevelser, som å høre ulvehyl eller finne sportegn. Disse to hindringene kan knyttes opp mot den tredje største hindringa - at få rovdyr ville gjøre det vanskelig å suksessfullt starte med rovdyrturisme. Dette var et politisk ladet moment grunnet de store diskusjonene om ønsket populasjonsstørrelse. Rovdyrturisme ble ansett som et nisjeprodukt med få betalingsvillige kunder. Lavest rangerte hindringer var kunnskap om rovdyr, muligheten for at rovdyrturisme kunne være til skade for dyra og risikoen for at turistene kunne bli skadd.

2.3. Lokalsamfunnet og turisme

2.3.1 Valg av teori

Trysil er tildelt merket for bærekraftig reisemål. Merket er utviklet av Innovasjon Norge, og er basert på UNWTOs retningslinjer (Innovasjon Norge 2013; UNWTO 2001). Bærekraftig reiseliv baserer seg på tre dimensjoner – (i) bevaring av kultur, natur og miljø, (ii) styrking av sosiale verdier og (iii) økonomisk levedyktighet (Innovasjon Norge u.å.). Turisme er en stor økonomisk ressurs for mange land og destinasjoner, og finner sted i møtet mellom besøkende, reiselivsnæringa, naturmiljøet og lokalsamfunnet. Ifølge UNWTO gjør dette at reiselivet har spesielt stor mulighet til å kunne skape engasjement for natur og miljø og til å påvirke et lokalsamfunn økonomisk og sosialt (UNWTO 2005). I noen tilfeller står lokalsamfunnene på siden av turismen. Godene kan bli høstet av et fåtall av de lokale, eller av bedrifter utenifra som trekker pengene vekk fra området. Alle tre bærekraft-dimensjonene har retningslinjer som skal styrke lokalsamfunnet på reiselivsdestinasjonen. Ettersom etterspørselen etter sertifiserte reiselivsprodukter øker, øker også fokuset på lokalsamfunnets rolle i turismen. I litteraturen brukes det engelske uttrykket «empowerment», som på norsk blir røft oversatt til «styrking». Det er ønskelig at turismen ikke skal være påtvunget et lokalsamfunn, men at den skal skape arbeidsplasser og fellesgoder. Hvis fåtallet av samfunnet høster godene av turismen, eller hvis det kun er entreprenører utenifra som har makt, kan det oppstå negative holdninger (Benjaminsen & Svarstad 2008; Hemson et al. 2009). Lokalsamfunnets tradisjon og kultur skal respekteres og fremheves (UNWTO 2001). Med tradisjoner menes den kulturen som har blitt videreført gjennom generasjonene, i tillegg til den kulturen som eksisterer og pågår i dag.

Rovdyrturisme finner sted i samspillet mellom reiseliv, rovdyr og tradisjoner. I samspillet blir også lokalbefolkningas holdninger skapt og uttrykt. Ednarsson (2006) pekte på faktorer i samspillet mellom lokal tilknytning, lokalbefolkning og rovdyrturisme. Det han ikke gjorde var å diskutere hvordan de holdningene kunne tas tak i og hvordan en entreprenør kunne vise hensyn til lokalsamfunnet eller gjøre konfliktdependende tiltak. Dette er ting Scheyvens (1999) og Innovasjon Norge har tatt tak i. Scheyvens utformet et rammeverk for å gjenkjenne et styrket eller svekket lokalsamfunn. Hvordan kan rovdyrturisme potensielt svekke lokalsamfunnet i Trysil, og hvordan kan lokalsamfunnet styrkes? Trysil har fått tildelt merket for bærekraftig reisemål. Hvordan passer rovdyrturisme inn i retningslinjene Innovasjon Norge har satt for bærekraftige lokalsamfunn?

2.3.2 Ednarsson (2006) om lokal tilknytning

Ednarsson ønsket å se om informantenes lokale tilknytning hadde noen påvirkning på deres vurdering av rovdyrturisme. Graden av lokal tilknytning ble bestemt utfra om informantene var født og oppvokst i området reiselivsbedriften deres holdt til.

Lokalt tilknyttede entreprenører var mer negative til store rovdyr, men også mer negative til potensialet for rovdyrturisme. Mange fra denne gruppa mente at markedsføring av store rovdyr ville ha en negativ effekt på potensielle turister ved å skremme dem vekk.

Entreprenører som ikke var født og oppvokst i området hadde motsatte antagelser. Flere trodde at markedsføring av store rovdyr som et symbol på «villmark» ville vært positivt for turismen.

Ednarssons knyttet lokal tilknytning til konfliktnivået rundt store rovdyr. Nesten halvparten av informantene utpekte konfliktnivået som ei hindring som kunne gjøre det vanskelig å etablere rovdyrturisme. Ednarsson vurderte også at andre landskapsinteresser kunne skape konflikt med rovdyrturisme, fordi man innen naturbasert reiseliv ofte måtte samarbeide med andre interessenter, for eksempel grunneiere.

2.3.3 Innovasjon Norges rammeverk for bærekraftig reisemål

Innovasjon Norge har tildelt Trysil merket for bærekraftig reisemål. Merket innebærer å jobbe aktivt med bevaring av natur, kultur og miljø, styrking av sosiale verdier og økonomisk levedyktighet. Dette ivaretas gjennom ti prinsipper (Tabell 5)(Innovasjon Norge u.å.).

Prinsippene er basert på UNWTOs prinsipper om bærekraftig reiseliv (UNWTO 2001).

Destinasjonene arbeider etter 'Standard for Bærekraftig reisemål', som har ytterligere og mer

konkrete kriterier (Innovasjon Norge 2013). Prinsippet om kulturell rikdom handler om å respektere og formidle lokal kulturarv og tradisjoner. Sosiale verdier skal styrkes ved rettferdig fordeling av fellesgoder, å aktivt engasjere lokalsamfunnet og å sikre arbeidernes rettigheter. Økonomisk levedyktige destinasjoner skal ha høy verdiskaping i lokalsamfunnet.

Tabell 5: Innovasjon Norges 10 prinsipper for bærekraftig reiseliv (Innovasjon Norge u.å.).

Bevaring av natur, kultur og miljø	Styrking av sosiale verdier	Økonomisk levedyktighet
Kulturell rikdom	Lokal livskvalitet og sosiale verdier	Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping
Landskapets fysiske og visuelle integritet	Lokal kontroll og engasjement	Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter
Biologisk mangfold	Jobbkvalitet for reiselivsansatte	
Rent miljø og ressurseffektivitet	Gjestetilfredshet, trygghet og opplevelseskvalitet	

2.3.4 Scheyvens' (1999) rammeverk for å styrke lokalsamfunnet

Scheyvens (1999) utviklet et rammeverk for å gjenkjenne et styrket eller et svekket lokalsamfunn (Tabell 6). Rammeverket ble utviklet for økoturisme i utviklingsland, med særlig fokus på minoritetsgrupper. Scheyvens påpeker at det er anvendelig også i industriland. Hun foreslår å bruke det som et verktøy når en ønsker å involvere lokalsamfunnet i reiselivet. Scheyvens' rammeverk har mye til felles med Innovasjon Norges prinsipper for bærekraftig reisemål, med fokus på lokale tradisjoner, fellesgoder, aktivt engasjement, jobbkvalitet og lokal verdiskaping.

Rammeverket setter opp fire områder hvor lokalsamfunnet må styrkes – økonomisk, psykisk, sosialt og politisk. Et lokalsamfunn som viser ubalanse på ett eller flere av disse punktene er ikke et bærekraftig samfunn. Lokalsamfunnet skal være aktivt deltakende i og nyte godene av turisme. For eksempel skal lokale ta økonomisk del i turismen, deres tradisjoner skal respekteres, fellesskapsfølelse skal opprettholdes og lokale kan ytre sine meninger for å påvirke utvikling i reiselivet.

Tabell 6: Scheyvens' (1999) rammeverk for gjenkjennelse av et styrket eller svekket lokalsamfunn på en reiselivsdestinasjon.

	Tegn på styrking	Tegn på svekkelse
Økonomisk	Vedvarende økonomisk inntekt som blir fordelt på eller gir fordeler til alle medlemmene i lokalsamfunnet.	Store svingninger i inntekta til lokalsamfunnet. Profitten går til noen få familier, en elite, til operatører utenfra lokalsamfunnet, til staten etc. Resten av lokalsamfunnet mangler kunnskap eller kapital til å delta.
Psykisk	Erkjennelse av kultur, naturressurser og tradisjoner gjør lokalsamfunnet stolte. Flere tar utdanning eller går i lære. Mange jobber og høyere inntekt styrker statusen til deler av samfunnet som ellers ansees for å være lav-status, for eksempel kvinner og unge.	Deler av lokalsamfunnet nyter ikke av godene fra turismen, men får redusert sin tilgang til naturressursene. Dette fører til at det utvikles negative holdninger til turismen.
Sosial	Balansen i lokalsamfunnet forandres ikke eller bedres. Individuer og familier jobber sammen for turismen. Inntekt brukes også til fellesgodefinansiering, som å bygge skoler og veier.	Lokalsamfunnet havner i en ubalanse. Lokale tradisjoner går tapt eller mister respekt. Samfunnsgrupper på bunnen av rangsstigen får ikke tilgang til fordelene. I stedet for å samarbeide konkurrerer individene og familiene mot hverandre for godene. Sjalousi oppstår.
Politisk	Lokalsamfunnet har tilgang til politiske arenaer hvor de kan ytre sine meninger om turismen. Lokales meninger tas i betraktning når nye produkter utvikles. Alle samfunnslag blir hørt.	Ledelsen av lokalsamfunnet styrer etter egne interesser. Lokalsamfunnet inkluderes ikke i utviklinga av turismen. Majoriteten av lokalsamfunnet føler seg ikke inkludert.

3. Metode

3.1 Valg av informanter

Reiselivet og entreprenørers vilje til å etablere nye reiselivsprodukter er avhengig av deres antagelser om produktets potensiale. Hvis næringa ikke ser potensialet i et produkt, vil de heller ikke utvikle det. Da kan en sjanse gå til spille. Det kan også være motsatt. Om næringa tror at det finnes et potensiale for et produkt, men det i realiteten ikke er det, har ressurser blitt brukt til ingen nytte. Da det er næringa som tar den endelige avgjørelsen, er det interessant intervju reiselivsrepresentanter.

Informantene ble kontaktet ut fra deres tilknytning til reiselivet i Trysil. Til sammen utgjorde gruppa 13 informanter fra 10 bedrifter. Bedriftene ble valgt ut for å dekke mangfoldet i næringa (Tabell 7). Informantene representerte Trysil kommune, Destinasjon Trysil, SITE- og guidenettverksprosjektet, samt små og store bedrifter som tilbød aktiviteter eller tilrettelegging for turismen. Informantene var daglige ledere, eller eventuelt ansatte med erfaring fra naturbaserte opplevelser. To av informantene hadde selv arrangert bjørnebaserte opplevelser. Intervju J foregikk som et gruppeintervju med tre av bedriftens ansatte tilstede.

Tabell 7: Informantenes arbeidsplass

Intervju	Tilhørighet
A	Kommunen
B	Kommunen
C	Destinasjonsselskapet
D	Grunneierforening
E	Ski- og sykkelturismen
F	Liten bedrift med guidede opplevelser
G	Stor bedrift med guidede opplevelser
H	SITE-prosjektet, guidenettverket
I	Forening og jakt og fiske
J	Turistinformasjon

Informantene ble i første omgang plukket ut fra en oversikt over naturbaserte reiselivsbedrifter i Trysil. Oversikten ble utformet av Stian Stensland (forsker og leder for programgruppa naturbasert reiseliv ved NMBU) og Gry Thyrrerstrup og Ellen R. Staveland (forskningsassistenter og masterstudenter ved naturbasert reiseliv, NMBU), og utfylt av Destinasjon Trysil høsten 2017. Fra oversikten ble det valgt ut bedrifter som jobbet med guiding, jakt og fiske. I tillegg ble det gjort ei egen innsamling av aktuelle bedrifter og

informanter for å dekke bredden av aktører i reiselivsnæringa. Alle informantene ble først tilsendt en e-post med forespørsel om daglig leder kunne delta på et intervju. Ved fravær av svar ble informantene kontaktet per telefon.

Informantene blir ved behov referert til som informant A til I og intervju J. Informantene snakket i varierende grad dialekt og svensk. Alle sitatene er blitt oversatt til bokmål for å holde identiteten til informantene konfidensiell.

3.2 Intervjuoppsett

Undersøkelsen ble utført med semistrukturerte intervjuer. Slik ville det bli lettere å gå i dybden på detaljene i hvorfor informantene mente hva de gjorde. Det er bredden av svar som er interessante, fordi ikke alle informanter tar opp alle momentene. Til sammen kommer informantene med mange momenter som de kanskje alle eller mange ville vært enige i. Et kvalitativt intervju er et nyttig verktøy i undersøkelser som tar for seg rovdyrrelaterte tema. Rovdyr er sentrum for følelsesladede diskusjoner og argumenter. Informantene kan mene vidt forskjellige ting, men ha gode argumenter for hvorfor de mener hva de gjør. Én deltaker kan også argumentere for begge sider av ei sak, i stedet for å bli tvunget til å ta et standpunkt, slik det kan bli ved bruk av kvantitative metoder som spørreundersøkelser (Silverman 2014).

Intervjuene ble gjennomført i to runder. Seks av intervjuene tok sted i desember 2016, mens fire tok sted i februar 2017. Møtene ble holdt i bedriftens lokaler. Ved å holde intervjuene på informantenes 'hjemmebane' ble intervjusituasjonen mindre formell og mer avslappet. Det ble utført semistrukturerte intervjuer etter en intervjuguide. Med bruk av en intervjuguide ble det sikret at informantene ble stilt tilnærmet like spørsmål, samtidig som samtalen kunne drive i ulike retninger og gi rom for oppfølgingsspørsmål. Hvis det i ettertid ble behov for ytterligere spørsmål, ble informantene kontaktet på e-post eller over telefon. Ni av intervjuene foregikk som enkeltpersonintervjuer. Som tidligere forklart foregikk ett intervju som et gruppeintervju med tre av bedriftens ansatte tilstede. Det var i utgangspunktet planlagt å utføre alle intervjuene som enkeltpersonintervjuer. Rovdyr er et kontroversielt tema for mange, og i et gruppeintervju kunne det være at informantene ville holdt inne med personlige synspunkter for å tilpasse seg gruppas forventninger. Med enkeltpersonintervjuer ble informantenes identitet holdt konfidensiell. De tre ansatte deltakerne i intervju J initierte selv til et gruppeintervju. Med et gruppeintervju fikk deltakerne muligheten til å bygge på

hverandres erfaringer for å diskutere temaet. De tre ansatte kjente hverandre godt på forhånd, og var komfortable med snakke om rovdyr og rovdyrturisme sammen.

Intervjuguiden tok for seg spørsmål rundt følgende temaer (se også Vedlegg I):

- Hva er suksessfaktorer for å lykkes med rovdyrturisme?
- Hvilke hindringer står i veien for å lykkes med rovdyrturisme?
- Hvem er en typisk rovdyrturist?
- Trysil som destinasjon; har markedet forandret seg?
- Hva er lokalbefolkningas holdninger til rovdyrturisme?
- Kan konfliktdependente tiltak forandre disse holdningene?

Det var ønskelig at informantene svarte med hva de selv trodde, selv om de ikke hadde sikre fakta. Slik får vi et inntrykk av reiselivsnæringas syn på potensialet for rovdyrturisme.

Samtalene ble tatt opp på lyd med en Iphone 4 og en Olympus VN-405PC. Lydopptakene ble gjennomgått med VLC Media Player.

3.3 Etiske avveininger

Før intervjuene ble informantene informert om (i) hva studien gikk ut på og hvorfor den skulle utføres, (ii) intervju spørsmålenes generelle karakter, (iii) hvor lang tid intervjuet typisk ville ta (45-90 minutter), (iii) at informantens personinformasjon var konfidensiell, (iv) at informantene hadde rett til å avbryte og trekke seg og sin informasjon fra oppgava, (v) hvem som hadde tilgang til rådata, (vi) hva oppgava og informasjonen ville brukes til og (vii) rettighetene til det uferdige og ferdige produktet samt feltnotater. Mye av dette ble dekket i en e-post, som var første forsøk på kontakt med potensielle informanter. E-posten ble noe tilpasset hvem den ble sendt til. Informantene ble tilsendt sitt transkriberte intervju, notater og sitater, med påminnelse om at det var mulig å trekke data fra sitt intervju.

3.4 Validitet og reliabilitet

Med validitet menes at informasjonen fra en eller fra flere informanter representativt og nøyaktig forklarer et fenomen, slik at andre studier med andre informanter ville fått tilsvarende informasjon. Reliabilitet kan deles i to. Med intra-rater reliabilitet menes at informasjonen fra en informant er uforanderlig og den samme over tid. Med inter-rater

reliabilitet menes at alle informantene gir den samme informasjonen. Reliabilitet kan også forklares som informasjonens *pålitelighet* (Silverman 2014).

Informantene ble informert om temaet for oppgava da de ble invitert til å delta. Dette kunne medføre at de som viste interesse, var dem som allerede hadde ei sterk mening om temaet. I noen tilfeller anbefalte daglig leder heller å intervju en ansatt som hadde mer innsikt og kunnskap om rovdyr og rovdyrsturisme. Ei slik utilsiktet filtrering kunne medføre at informantene hadde uvanlig kontroversielle meninger. Hvis informantene inkluderte folk med uvanlig sterke meninger, kunne det være at alle ønsket å få sjansen til å uttrykke den samme misnøye for eller støtte for rovdyrsturisme. Da ville intervjuene gi et inter-reliabelt inntrykk, men ikke være valide. Motsatt, hvis informantene ble å representere to motpoler kunne intervjuene gi inntrykk av ikke å være inter-reliable, men valide i «gjennomsnitt».

Det kan også være at å være åpen med temaet rekrutterte informanter med en genuin interesse, som har tenkt igjennom temaet på forhånd og som kanskje hadde diskutert det med andre. Det kan gjøre dataene mer intra-reliable, da svarene er mer gjennomtenkte og dermed uforanderlige. Det kan også være at informantene i tiden mellom første kontakt og intervjuet fikk tid til å konstruere ei falsk mening som passet deres personlige og/eller profesjonelle image, selv om det ikke var deres faktiske mening. Da ville svarene blitt intra-reliable, men ikke valide.

For å unngå at informantene følte behov for å konstruere ei falsk mening, ble deres identitet holdt konfidensiell. De fikk beskjed om at som offentlige personer kunne det allikevel være de ville bli gjenkjent. Med unntak av intervju J ble alle intervjuene utført en-til-en.

Informantene fikk muligheten til å lese igjennom sine egne intervjuer og godkjenne utvalgte sitater, for slik å sikre at de ikke har blitt misforstått og at de var enige med analysen. For å legge til rette for god inter-reliabilitet, ble det brukt en veiledende intervjuguide for å sikre at intervjuopplevelsen var mest mulig lik for hver informant. I det tilfellet at informantene kom med motstridene svar i forhold til andre informanter, blir dette belyst i analysen. For å sikre god validitet, ble informantene valgt ut for å representere bredden i reiselivsnæringa.

3.5 Analyseringsmetode

Samtlige intervjuer ble transkribert i sin helhet av undertegnede for å enkelt kunne gjennomgå under analyseringsprosessen. Hvert intervju ble gjennomgått og systematisert for

å finne informasjon om informantenes syn på suksessfaktorer og hindringer for rovdyrturisme knyttet til markedspotensialet, lokalsamfunnets holdninger til rovdyr og rovdyrturisme, entreprenørens egenskaper og rovdyrproduktets utforming. Stoffet ble kategorisert tematisk i suksessfaktorer og hindringer i Excel. Flere overlappende og lignende utsagn dannet grunnlag for å etablere kategorier. Disse ble i hovedsak basert på dem utpekt av teorien. Hvis informantene kom med suksessfaktorer og hindringer som ikke passet til dem i teorien, dannet de grunnlaget for nye kategorier. Faktorene skal gi en lettfattelig oversikt over hva en entreprenør må ta hensyn til under etablering og drift av en rovdyrbasert opplevelsesbedrift. Oversikten kan brukes som et rammeverk for entreprenører innen rovdyrturisme. Informantenes tilbakemeldinger angående tryslingenes holdninger til rovdyrturisme, analyseres med bakgrunn i teori om styrking av lokalsamfunn. Slik utpekes konfliktdempende tiltak en entreprenør bør utføre for å ta hensyn til lokalsamfunnet.

4. Suksessfaktorer og hindringer for rovdyrisme

4.1 Del 1 - Generelt om suksessfaktorer og hindringer

4.1.1 Kategorisering

I første del av analysen diskuteres informantenes syn på suksessfaktorer og hindringer for rovdyrisme i Trysil. Her tas opp faktorer knyttet til markedet, lokalsamfunnet, entreprenørens personlighet og produktdesign,

Faktorene fra Lundberg og Fredman (2012) og Ednarsson (2006) hadde mye til felles og var i stor grad overlappende. I noen tilfeller ble derfor de opprinnelige faktorene slått sammen, både på tvers av og innad de to artiklene. Faktorene utgjorde et godt rammeverk for undersøkelsen, da intervjuene med informantene i Trysil hadde mye til felles med kategoriene i teorien. I tillegg tok informantene opp noen momenter som ble gjort til egne faktorer; destinasjonsprofil, sosialt ansvar, forventninger, timing og satsning, som ikke passet inn i noen av faktorene fra teorien. Informantenes tilbakemeldinger ble fordelt på i alt 24 faktorer (Tabell 8).

Lundberg og Fredmans (2012) faktor om behovet for å ansette og lære opp et dyktig personale ble ikke nevnt i noen intervjuer, men det ble heller ikke brakt opp som et spørsmål. Dette er ei svakhet ved å bruke semistrukturerte intervjuer på ei lita gruppe informanter. Samtidig er det et funn i seg selv. At ingen informanter tok opp faktoren kan bety at informantene var mer bevisste de andre faktorene fordi de anså dem som ekstra viktige. Én faktor, risiko, var mer diffus å vurdere. Ingen av informantene nevnte at det var mulig at rovdyr kunne angripe gjester eller guide, men noen av dem fortalte historier om lokale tryslinger som hadde blitt angrepet av bjørn. Det er mulig de ikke anså risikoen som høy nok til at det var behov for å nevne faktoren i intervjuene.

Tabell 8: Informantenes oppfattede suksessfaktorer og hindringer for rovdyrisme.

Suksessfaktorer	Eksempler	Sitater
Erfaring og kunnskap	Kunnskap og erfaring om bedriftsstyring, biologi, etc.	«Og så må de kunne biologi, ikke sant. De må ha en del sånn der faktakunnskap» (inf. B)
Ledelse	Entreprenørens personlighet og fremstilling	«Jeg tror du må ha en viss forståelse, og ydmyk i forhold til andre syn» (inf. B)
Markedsinteresse for natur	Natur er eksotisk, urbanisering, større internasjonalt marked, færre har naturkunnskap, nisjeprodukt	«(...) jeg tror den typen [naturbaserte] opplevelser kommer til å bli viktige i regionen framover» (inf. C)
Supplerende	Sekundær- eller tertiærprodukt	«Men du kan gjøre noe på rovdyrisme sammen med kanskje andre ting, det som er naturbaserte opplevelser» (inf. D)
Lokal tilknytning	Tilknytning til området, skape lokalt eierskap til produkt	«Jeg tror faktisk det er lettere for en innflytter» (inf. A) «Inntrykk av at han har en lokal tilhørighet og er en av folket på en måte» (inf. I)
Destinasjonsprofil	Rovdyrturisme passer Trysils/SITEs profil	«Så da kommer vi inn på sånn hva er det annet? Og rovdyrisme er kanskje en av de» (inf. A)
Nettverk	Inkludert medlemskap, samarbeid med aktører, grunneiere	«De store aktørene jobber sammen og samarbeider på alle mulige måter og de stiller opp når det er kompetansetiltak (...), mens de små aktørene de faller litt langt ute i sirkelen og lever litt sitt eget liv» (inf. H)
Sosialt ansvar	Ta hensyn til lokalbefolkning	«(...) å informere og spille på lag med lokalbefolkningen, altså, ikke slik at man liksom trer noe over hue på dem» (inf. J)
Livsstil	Genuin interesse for rovdyr	«Det er viktig å ha lyst til å dele det med andre som kanskje ikke vet så mye om det» (inf. F)
Ekstern støtte	Destinasjonsselskap, inspirasjon, subsidier	«Og hvordan kan vi [i nettverksprosjektet] i så fall jobbe sammen med de små på en slik måte at de blir store?» (inf. H)
Satsning	Må satse stort for å bli tatt på alvor og for å nå ut til et internasjonalt marked	«Så jeg tror for å bli en stor type turisme så må det løftes opp på et helt annet nivå» (inf. F)
Unikhet	Lite konkurranse, få andre tilbydere	«(...) det kan være noe veldig unikt, for det finnes ikke noe annet sted her heller» (inf. F)
Mediadekning	Stor mediadekning kan gjøre markedsføring lettere	«Hvis man bruker Carl I Hagen, all PR er bra PR, kanskje selv om man skriver negativt så er det kult å se det» (inf. A)
Hindringer		
Naturressurser	Å se dyr eller finne spor påvirkes av hvor sky dyra er og hvor mange de er	«Gaupa er så sky, så den ser du nesten ikke. Jerven er mer en sånn slenger her» (inf. B)
Høyt konfliktnivå	Rovdyrkonflikten kan påvirke lokalbefolkningas holdninger til rovdyrisme	«Tvil på at en sånn etablering ville ha fått noen særlig god forankring i lokalsamfunnet» (inf. I) «Men så er det andre som sier at det, de synes på en måte at det er å gjøre knefall for politikk som de ikke er enig i» (inf. B)
Andre landskapsinteresser	Jakt, landbruk og grunneierinteresser preges av rovdyr og fraflytting	««Ulven går jo utover oss i og med at (...) potensielle jaktkortkjøpere, de slutter jo å jakte med løshund» (inf. I)
Økonomisk situasjon	Finansielle ressurser, behov for flere inntektskilder	«Det er ikke sikkert at du går i overskudd i det hele tatt» (inf. A)
Forventninger	Kunders forventning av å se dyr og av nettdkning	««Det blir litt som fiske. Om du ikke for noe napp, så gidder du ikke å dra dit mer» (inf. E)
Tilgang	Veinett, terreng	«Du skal drive næring på annen manns eiendom, og du må ha tilgang til områdene» (inf. B)
Timing	Konfliktnivået er høyt i dag, men kan bli lavere med tiden	«Hvis du har feil timing på et godt produkt så lykkes du bare rett og slett ikke» (inf. H)
Lokalitet	Infrastruktur, telefondekning	«Om man er avhengig av å ha egen bil, så kommer det til å hindre enkelte» (inf. G)
Kan være til skade for dyra	Forstyrrelser kan påvirke rovdyras atferd	«(...) for blir det for hyppig så drar de jo unna» (inf. E)
Eksterne restriksjoner	Love og regler	«(...) da måtte dem i hvert fall ha godkjennelse av grunneieren. Du måtte ha godkjennelse av kommunen, miljøavdelinga. Fylkesmann» (inf. J)
Risiko	Risiko for angrep på gjester eller guide	« (...) når ulven liksom lusker utafør dørene dine og bjørnen er like i nærheten» (inf. B)
Mediadekning	Negativ mediadekning kan ha negative konsekvenser for markedsføring	«Kanskje media, innenfor Norges grenser kan være med å bidra til at det blir litt negativt. Hvis media er negativ på landsbasis» (inf. A)

4.1.2 Markedet

For at det skal være mulig å etablere rovdyrturisme må det finnes et marked og ei målgruppe. Informantene ble derfor bedt om å beskrive hvem de trodde var en typisk rovdyrturist. De så for seg en kunde fra urbane strøk eller andre steder uten rovdyr og lett tilgjengelig natur, gjerne fra et annet land. Byboere ble ansett for å være annerledes enn typiske tryslinger, jegere og andre fra rurale strøk. Blant annet ble det å komme fra byen knyttet til å ha et romantisk forhold til rovdyr.

Informant D: I utgangspunktet er det nok litt den urbane typen, tror jeg. (...) Som har litt slik genuin interesse i det, at rovdyr hører hjemme i vår natur og dette vil vi lære mer om og høre litt mer om.

Informantene beskrev de rovdyrromantiske byboerne som ei gruppe som ikke hadde forståelsen for de negative sidene ved rovdyr. Rovdyr påvirket beite- og jaktneringa og informantene mente mange tryslinger var redde for angrep på seg selv, barn og hunder. De antok at som en utenforstående som ikke hadde følt det direkte på kroppen, var rovdyrturisten neppe klar over rovdyras påvirkning på lokalsamfunnet.

Informant B: Kanskje har et litt sånt romantisk forhold til rovdyr. Og kanskje ikke helt skjønner utfordringen med å drive næring i et område hvor du har alle de fire rovdyra og (...) at det faktisk reduserer livskvalitet.

Informantene forklarte at det skulle mye til for å virkelig forstå hvordan rovdyr påvirket hverdagen til tryslingene. Helst måtte man ha bodd i Trysil, og til og med tryslinger som ikke selv hadde opplevd tap til rovdyr kunne ikke helt forstå det.

Jegere, lokale og andre fra rurale strøk ble derimot utpekt som ei gruppe som ikke tilhørte hovedmålgruppa for rovdyrturisme. Informantene antok at disse ikke ville oppleve rovdyr og norsk natur like eksotisk, men hverdagslig. Det var mulig de ville synes rovdyr var spennende, men ikke ha høy betalingsvillighet. Ednarssons (2006) informanter mente det var få betalingsvillige kunder for rovdyrturisme, fordi det var et snevert nisjeprodukt (Tabell 8, Markedsinteresse for natur). Informantene fra Trysil vurderte også på rovdyrturisme som et nisjeprodukt som krevde ei høyt utdanna målgruppe med en høy inntekt. Da var derfor vurdert som nødvendig å satse på et eksklusivt produkt med mer fokus på service gjennom transport, mat og overnatting.

Informant G: *For det går aldri an å gjøre det til et masseprodukt som du gjør billig, det tror jeg ikke. Så da er det bedre å legge allting på et høyt nivå, slik at de som har råd til å betale blir interessert i helhetsløsninga.*

Flere beskrev at målgruppa for rovdyrsturisme var noen som var særlig interessert i å lære om og være ute i naturen. For eksempel kunne det være noen som var spesielt interessert i dyreliv, naturfotografering eller å drive en fysisk aktivitet utendørs. Det ble forklart at hovedmålgruppa for Trysil som reiselivsdestinasjon var familier, og selv om informantene vurderte at rovdyrsturisme neppe ville passe familier med små barn, kunne det tilpasses voksne og eldre barn. Samtidig så informantene at turismen i Trysil er i endring, noe som også kunne påvirke målgruppa for rovdyrsturisme.

Nesten alle informantene følte at turistene i Trysil hadde forandret seg eller var i ferd med å forandre seg. Forandringen var beskrevet å være knyttet til et ønske om aktiv ferie, å tilbringe tid med familien, et større internasjonalt marked og ikke minst at noen besøkende brukte mindre tid i skibakken. Bedre og raskere utstyr gjorde at besøkende tidligere gikk lei av å stå på ski.

Informant E: *Det som skjer nå mot for 25 – 30 år sida, er at nå har vi mye raskere og moderne og bekvemme heiser med varme i setene og bobler om det blåser. Men framfor alt mye raskere og mange flere. Så i dag så kjører du disse her ti turene eller denne her viss hundremeterforskjellen som beina dine orker (...) to timer raskere enn før.*

Informant B: *Før så stod de på ski, og fornøyd med det. Nå står de på ski, ja, men de står ikke hele dagen lenger. Det er færre turer. Og da vil de gjøre noe annet i den tida der.*

Informantene hadde inntrykk av at når besøkende var ferdige med å gå på ski eller sykle var de åpne for å delta på tilleggsopplevelser, for eksempel å oppleve lokal kultur og natur eller ta en tur på spa. Helst skulle dette være en tilrettelagt smakebit tilpasset for hele familien, ikke en langvarig primærattraksjon. Nettopp det å feriere sammen med familien var oppfattet som mer viktig nå enn tidligere, da hverdagen hadde blitt mer hektisk med mindre rom for samvær. En deltaker forklarte at «De fleste som er her er jo med familien sin» (informant C).

Informantene fortalte at Trysil ønsket å markedsføre seg som en destinasjon tilpasset den aktive familien, og derfor var det nyttig med et opplevelsesdesign som kunne tilrettelegges for eldre barn (Tabell 8, Destinasjonsprofil). For eksempel var sykkelstiene designet slik at løyper med forskjellig vanskelighetsgrad startet og sluttet på samme sted. Da kunne en familie med flere generasjoner og behov få inntrykket av at de syklet sammen. En informant mente at spesielt de yngre besøkende var interessert i å være i aktivitet og å delta på tilleggsopplevelser – «Er de litt yngre så kan de holde på døgnet rundt med et eller annet. Er de litt sånn godt voksne, for å si det sånn, har de heller lyst til å slappe av på kvelden» (informant F).

Det skulle helst være en merverdi ved opplevelsene slik at besøkende kunne lære noe nytt. En informant forklarte at det samme gjaldt reiselivsansatte når de dro på ferie og trådte inn i de besøkendes sko - «Vi som turister vil gjerne ikke bare oppleve. Vi vil også lære» (informant B). En informant mente det var vanskelig å få besøkende ut av skibakken eller av sykkelstiene. Det var en grunn til at folk kom til Trysil, og det var for å stå på ski og eventuelt sykle.

Informant D: For når folk kommer til Trysil for å gå på ski, så skal dem gå på ski og da skal de være på dette fjellet. Det er vanskelig å ta dem med ut en kveld og en ettermiddag (...) Samme på sommeren, folk kommer for å sykle, og da er det sykle de skal.

Informantene mente derfor at en ikke kunne rette rovdryturisme mot de samme besøkende som besøkte ski- og sykkelanleggene. I stedet måtte man i «ut og finne markedet (...) i større grad».

I forbindelse med byggingen av den internasjonale flyplassen Scandinavian Mountains Airport forventet mange informanter at markedet ville forandre seg ytterligere, men i hvilken retning var det usikkerhet om.

Informant H: (...) det lander et fly på Mobergkjølen og ut kommer det to-hundre-og-femti kinesiske eller engelske turister. (...) hvorfor kommer de og har vi det de ønsker? Og per i dag har vi ikke det. Og det er nesten så vi er ikke helt sikre på hva de vil ha heller, ikke sant.

Én ting informantene var sikre på var at flyplassen ville være i stand til å ta imot et større antall internasjonale gjester. Informantene var usikre på om disse internasjonale naturinteresserte turistene kom til å være familier. Kanskje ville besøkende i større grad bestå av par og grupper med voksne. Det var ikke vurdert som negativt for rovdyrturisme, som uansett var ansett som lettere å tilpasse eldre barn og voksne. Disse internasjonale gjestene ble beskrevet å være veldig interesserte i skandinavisk natur, som for dem var eksotisk (Tabell 8, Markedsinteresse for natur). Internasjonale gjester kom kanskje fra områder med få eller ingen rovdyr, og informantene antok at de passet inn i målgruppa for rovdyrturisme.

Informantenes beskrivelse av rovdyrturisten passet overens med endringene i Trysils hovedmålgruppe. Besøkende bestod i hovedsak av familier, og det var økende interesse for å delta på tilleggsopplevelser for å aktivt oppleve og lære om natur (Tabell 8, Markedsinteresse for natur). Den økende internasjonale turismen sammen med endrede interesser hos norske besøkende, øker potensialet for naturbasert turisme i Trysil. Informantene fortalte at Trysil og de andre SITE-kommunene fokuserte mye på å tilby og utvikle naturbaserte opplevelser, særlig med fokus på flere barmarksaktiviteter. SITE-området skulle markedsføres som et sted for å oppleve skandinavisk natur, og rovdyrturisme kunne passe inn i profilen (Tabell 8, Destinasjonsprofil). Dette ble blant annet gjort gjennom opprettelsen av guidenettverket, veiledning av utvalgte naturbaserte bedrifter og nettverksbygging mellom små aktører. Informantene beskrev at natur ble oppfattet som eksotisk hos ei urban og internasjonal målgruppe, og Norge og Sverige var kjent for sine «villmarksområder» og allemannsrett (Tabell 8, Markedsinteresse for natur). Økende interesse for naturopplevelser, men mindre kunnskap om å ferdes i natur, ble knyttet opp mot behovet for tilrettelegging. Mange besøkende, spesielt den kommende internasjonale gruppa, ble beskrevet å være usikre i naturen.

Informant E: Man må pakke produktene, ellers blir det for voldsomt for dem. Det blir for mye, så de tør ikke. De er livredde. Kan man gå ut når det er mørkt?

Informant C: Når det kommer til utenlandske gjester så, de tør nesten ikke å orientere seg i vårt område i Trysil- fjellet om de ikke ser neste skilt og vet akkurat hvor de skal gå, de vil ha med seg en guide liksom.

Noen informanter mente at Trysils utmark måtte tilpasses for å kunne benyttes som et reiselivsprodukt. Tilrettelegging kunne være passive tiltak, som skilting, eller aktive tiltak,

som å arrangere turer med guide. Noen mente at en del besøkende som var interessert i rovdyr tok med seg nødvendig utstyr og overnattet i skogen på egenhånd. Disse hadde møtt besøkende som ønsket å vite hvor de kunne dra for å lete opp rovdyr selv. Rovdyrturistene kan med andre ord ha forskjellige behov. Med mange besøkende med manglende kunnskaper om å ferdes alene i naturen, kunne det allikevel tenkes at de fleste rovdyrturistene var betalingsvillige for et ferdig pakket og tilrettelagt produkt.

4.1.3 Lokalsamfunnet

Informantene ble bedt om å beskrive hvordan de trodde lokalsamfunnet ville reagert på etablering av rovdyrturisme. På spørsmålet om tryslingene ville vært for eller imot oppstart av rovdyrturisme kom det ulike svar. Én mente lokalbefolkninga ville se på det som positivt og sa at «Jeg tror de fleste hadde heiet på og syntes det var bra» (informant G).

Noen informanter mente det ville være svært heterogent, med mange motstandere og mange støttespillere. Dette baserte de på at også i rovdyrdebatten var tryslingene ei heterogen gruppe satt sammen av både rovdyrtilhengere og rovdyrmotstandere.

Intervju J: Det er klart at alle steder er det både for og imot (...). Noen hadde nok syntes det var helt greit, andre hadde nok ikke syntes noe om det.

Informant B: Det er et veldig kontroversielt tema. Noen er for, noen er mot. Og med ulike argumentasjoner, og jeg kan for så vidt forstå begge.

Noen av informantene mente at positive holdninger kunne bygge på at alle burde være tilhengere til at det deles kunnskap om rovdyra. Videre mente noen at det ville være å gjøre noe godt ut av en vanskelig situasjon, og å utnytte de mulighetene man hadde.

De fleste mente at tryslingene i større grad ville være imot et slikt initiativ. De mente at mange tryslinger hadde opplevd tap til rovdyr og innskrenket bruk av utmarka, og å utvikle rovdyrturisme derfor kunne bli sett på som å ta rovdyras side.

Informant I: En sånn etablering, det tenker jeg ville ha vært kontroversielt i Trysil ja, fordi rovdyra har medført så mye negativt for så mange og er så kontroversielt, så at noen kommer inn og skulle til å tjene penger på rovdyr, det. Tviler på at en sånn etablering ville ha fått noen særlig god forankring i lokalsamfunnet.

Andre informanter mente at motstandere i Trysil ville føle at det var å gjøre knefall for en kontroversiell rovdyrpolitikk. Konfliktnivået rundt rovdyr ble sett på som et hinder mot å etablere rovdyrturisme, da de negative holdningene til rovdyr kunne videreføres som negative holdninger for rovdyrturisme (Tabell 8, Høyt konfliktnivå, Andre landskapsinteresser). Informantene mente at rovdyrturisme kunne oppfattes som å godta dagens rovdyrbestand og rovdyrpolitikk. Selv hvis det var støtte i lokalbefolkninga, mente de det kunne være at de negative holdningene ville være så dominerende at positive holdninger ikke ble tydelige i debatten.

Informant F: Jeg tror det er nok selvfølgelig begge deler, men jeg tror tendensen er nok større imot. Etter min mening er meningen som er mot ulv for eksempel mye sterkere enn de som er for.

Noen informanter mente at selv hvis tryslingene ikke ville ytt noen form for aktiv motstand mot rovdyrturisme, kunne en entreprenør støte på passiv motstand. Ednarsson (2006) mente det var mulig at turisme var særlig sårbar for interessekonflikter knyttet til bruk av landskapet, fordi reiseliv krever mye samarbeid med andre interessenter, for eksempel grunneiere. Informantene mente tilsvarende at misnøyen kunne gjøre det vanskelig å få tilgang til grunneiernes veinett og overnattingsmuligheter. Tilgang til områder av interesse var sett på som en mulig hindrende faktor (Tabell 8, Tilgang). Holdningene mot rovdyr ble beskrevet som såpass dominerende i lokalsamfunnet, at lojalitet og fellesskapsfølelse kunne føre til en passiv motstand også fra dem som ellers ikke hadde noe imot rovdyr eller rovdyrturisme.

Informant D: Det høres kanskje barnslig og litt rart ut, men det er litt slike holdninger ute. (...) 'Jo, jeg kunne kanskje egentlig ha tenkt meg å låne ut denne koia til denne gjengen, det går ikke noe særlig utleie på den, hvis noen vil leie den så - nei, jeg kan forresten ikke, da blir jeg uvenner med naboen og svoger og bestefar og. Nei, det kan jeg ikke gjøre, da kommer jeg på kant med dem.' Vi er mennesker.

Noen informanter mente at nå (2017) var feil tidspunkt for å starte med rovdyrturisme, spesielt på ulv, fordi konfliktnivået var svært høyt. Det var enkelt sagt feil timing (Tabell 8, Timing). Det kunne derimot være at det ville være mer rom for det i fremtida. Slik bjørn, jerv og gaupe var blitt mer akseptert, mente noen informanter at også motstanden mot ulv ville reduseres. Det kunne innebære at konfliktnivået ville bli et mindre viktig hinder.

Informant I: *Men hadde du spurt meg for noen år sien, så hadde jeg trodd at det med bjørn hadde vært kontroversielt. Så ting forandrer seg med tida.*

Én deltaker forklarte at i reiselivet slik som i all kommersiell virksomhet, var timing essensielt - «Hvis du har feil timing på et godt produkt så lykkes du bare rett og slett ikke» (informant H). Rovdyropplevelsen kunne være godt designet, men hvis lanseringa skjedde på feil tidspunkt var alt annet forgjeves. En entreprenør kunne altså aktivt planlegge for å tilpasse seg lokalsamfunnets holdninger til rovdyrturisme.

Informantene ble spurt om det ville ha påvirket tryslingenes holdninger til rovdyrturisme om en eventuell entreprenør hadde vært lokal eller innflytter (Tabell 8, Lokal tilknytning). I Lundberg og Fredmans (2012) undersøkelse betydde lokal tilknytning at det kunne være enklere for en lokal entreprenør å etablere et produkt, men Ednarssons undersøkelse viste at lokalt tilknyttete entreprenører ikke var like positive til rovdyrturisme som entreprenører med tilknytning utenfra. Her var det uenighet mellom informantene, og det kom argumenter for begge sider. De som mente det hadde vært best med en lokal entreprenør argumenterte med behovet for lokalkunnskap og tilhørighet. Entreprenøren ville da være en av folket. Enkelte deltakere mente at det var vanskelig å få innpass som innflytter, eller enda vanskeligere - utlending.

Informant G: *Det er alltid bedre om det er en trysling. Det er tøffere å være innflytter, sånn er det bare. Bedre med en nordmann enn en utlending og bedre med en trysling enn en innflytter, men jeg tror alle hadde vært velkomne uansett.*

Informantene mente at tryslinger selv følte at de var veldig inkluderende, og slik som informantene ovenfor sa det, alle var uansett velkomne. Enkelte informanter mente at i praksis var ikke tryslingene så åpne som de selv trodde. Selv om Trysil med sitt utviklete reiseliv var noe for seg selv, var det allikevel beskrevet som «bygde-Norge», og en måtte jobbe for å bli kjent med folk.

Informant F: *Jeg var litt overraska når jeg kom hit så trodde jeg egentlig at tryslinger er litt mer åpne fordi det er så mye turisme her. (...) Og det sier de gjerne selv også, men jeg føler ikke at det stemmer.*

Selv om innflyttere ble generelt godt mottatt, mente enkelte informanter at man ikke automatisk var en del av samfunnet. Det ble beskrevet å være mye opp til en selv å ta plass i Trysil-miljøet. Det krevde at man tok initiativ og var på hele tiden.

Informant F: Men jeg tror hvis man flytter til et sånt sted uansett om det er her eller andre plasser, så må man forvente at man jobbe litt for å komme seg inn i miljøet, så man kan ikke forvente at alle kommer til deg og sier at 'Yes, det er den personen vi har ventet på.'

Informantene trodde at å starte opp med rovdyrsturisme ville bli sett på som å ta et standpunkt i rovdyrdebatten. En entreprenør ville ikke nødvendigvis oppfattes som nøytral, men som en rovdyrforkjemper eller en som hadde gitt opp i kampen mot en rovdyrvennlig politikk. Noen informanter mente at rovdyrsturisme ville være tjent på en større rovdyrbestand, og lokalsamfunnet kunne anta at entreprenøren ønsket flere rovdyr.

Informant A: Så jeg tror, er du lokal så tenker du deg minst tre ganger til før du tør å gjøre noe sånt noe for det definerer deg veldig. Du er den eller han eller hun som starta dette her og valgte side.

Informant D: Det er fryktelig vanskelig å dra det uten at du på en måte blir assosiert med dette at, da aksepterer du på en måte den ulvebestanden vi har i dag, og da er du ikke helt på lag med den næringa (...) som har selvfølgelig utfordringer med ulven.

Informant B: De synes på en måte at det er å gjøre knefall for politikk som de ikke er enig i. Og derfor så tar de avstand fra det.

Disse informantene mente at et slikt stempel kunne være lettere å bære for en innflytter, og at det derfor ville det være en fordel å komme utenifra. Man ikke ville ha det samme behovet for å leve opp til forventningene til lokalbefolkninga og man kunne bli unnskyldt fordi man ikke «visste bedre». En innflytter ville ikke ha noe å tape.

Informant H: (...) det er jo lettere å komme kunnskapsrik og fri og frank inn hit utafra, etablere et produkt, kritikken fra lokalbefolkninga preller av. Du har ikke de relasjonene til folk om at du må innfri noe.

Informant A: *Jeg tror faktisk det er lettere for en innflytter. For du har ikke fem generasjoner som skal få svi for dette her. (...) Du tør å ta litt mere sjanser kanskje når det er sånne veldig ømtålige spørsmål, for la oss si det ikke går bra da og du må finne på noe annet. Da kan man alltid flytte et anna sted.*

Noen informanter mente også at en innflytter lettere ville oppdage det eksotiske Trysil kunne tilby. Tryslingene ble beskrevet å være for vant til naturen de hadde vokst opp i, det var vanskeligere for dem å designe og selge et naturbasert reiselivsprodukt. Stillhet, ensomhet, utilgjengelighet og stjerneklar himmel var oppfattet å være mangelvare for mange som besøkte Trysil.

Informant F: *(...) gjester kommer hit, og så er det plutselig helt stille, og så, 'jammen, det er så stille her, det er liksom ikke noe som beveger seg, det er helt fantastisk'. Vi ser det ikke selv, til og med jeg ser det ikke lenger, for jeg har blitt så vant med det selv.*

En trengte ikke satse så voldsomt stort, for mye av det tryslingene tok for gitt hadde informantene erfart at kunne være spektakulært for en besøkende fra en storby. Informantene forklarte at de trodde mange var flau for å kommersialisere naturen, fordi det var hverdagslig og vanlig. Noen informanter mente at det var for få tryslinger som hadde kompetanse innen reiseliv, og at en trengte utdanna tilflyttere.

Informant H: *Det ligger lite entreprenørånd i tryslingen. Og derfor så tror jeg at Trysil trenger folk som kommer hit med kunnskap, innsikt og erfaring, og på det grunnlaget kan etablere et tilbud som kan fungere internasjonalt og nasjonalt.*

Noen informanter fortalte at de ønsket at flere tryslinger skulle ta høyere utdanning, eller at det skulle komme flere kunnskapsrike innflyttere, for å gi nytt liv til de stedene av bygda som slet med fraflytting. Det var mange muligheter i utkanten av kommunen.

Andre informanter var raske med å si at det ikke var opphavsstedet til entreprenøren det kom an på, men å etablere ei tilknytning til Trysil og et kunnskapsgrunnlag som ville sette en i respekt. De mente at tryslingene var så vant til innflyttere at det i seg selv ikke ville påvirke holdningene til rovdyrisme.

Informant C: *Jeg tror for tryslingene, at de er opptatte av at man skal ha god kunnskap om det, da. Uavhengig av om du er herfra eller fra andre steder.*

Informant I: *Om bosted til vedkommende har noen stor betydning vet jeg ikke, det går vel mer på person, personlighet, hvem det er. Inntrykk av at han har en lokal tilhørighet og er en av folket på en måte.*

Tilknytning kunne heller være knyttet til arbeidsbakgrunn enn til hjemområde. Også hvis det hadde vært en lokal trysling var det en bonus med tilknytning til primærnæringa og deres interesser, en «person som har relevans til skog, jakt, utmark for eksempel» (informant D).

Ednarsson (2006) ønsket opprinnelig å bruke medlemskap i lokale foreninger og organisasjoner til å vurdere etablering av lokal tilknytning. Han mente at dette var en praktisk måte å vise at også innflyttere kunne etablere ei sterk lokal tilknytning, uavhengig av fødested og oppvekstområde. Informantene la også vekt på at entreprenørens personlighet var viktigere enn hjemmeområde. For eksempel burde entreprenøren være åpen og vise forståelse for rovdyras påvirkning på tryslingenes hverdag (Tabell 8, Ledelse).

Informant B: *Jeg tror du må ha en viss forståelse, og ydmyk i forhold til andre syn. At det er et konfliktfylt tema. Hvis du ikke har det og går inn med litt sånn arroganse, så tror jeg det er vanskelig å få gode ambassadører i lokalsamfunnet.*

Det kunne hjelpe om entreprenøren vise sosialt ansvar og utførte konfliktdependende tiltak (Tabell 8, Sosialt Ansvar). Bruk av ulike konfliktdependende tiltak diskuteres i del 2 av analysen.

4.1.4 Entreprenøren og rovdyrproduktet

Informantene hadde tydelige meninger om hvilke kvaliteter en entreprenør og guide burde ha, og hvordan et godt rovdyrprodukt burde legges opp. Informantene ble bedt om å vurdere hvilket eller hvilke av de fire store rovdyra det var best å gjøre rovdyraturisme på. Gaupe og jerv var antatt å være for fåtallige og sky til at de var egnet for rovdyraturisme (Tabell 8, Naturressurser).

Informant H: *Gaupe er ikke god å lage produkt på, tror jeg. For du skal være veldig heldig hvis du ser gaupe i løpet av livet, liksom. (...) Jerven er, er ikke så veldig sexy dyr å lage noe på.*

Intervju J: *Så sky, så det. Å satse på noe slikt er dødfødt tror jeg.*

Informant B: *Gaupe er så sky, så den ser du nesten ikke. Jerven er mer en sånn slenger her. Den er vel kanskje litt mere i nordlige delen av kommunen. (...) Den er en ordentlig luring, så den er ikke så lett å se.*

Ulv ble derimot beskrevet som en mer utbredt art og kanskje lett å lage et produkt på. Enkelte av informantene så for seg at det kunne være størst markedsinteresse for ulv og det fleste ville forbinde med rovdyrsturisme. Ednarsson (2006) mente at spesielt ulven var et symbol på villmark og utemmet natur, og derfor av særlig interesse for rovdyraturister.

Informant F: *Men fra et lokalt sted så er det jo lurt å fokusere på den type rovdyr man kanskje har i området, eller som man har mest fokus på i området (...) tror [jeg] i det store og hele kan være ulv.*

Allikevel var det bred enighet om at ulven var for kontroversiell til at man burde lage en rovdyropplevelse basert på den (Tabell 8, Høyt konfliktnivå, Andre landskapsinteresser). Konflikten bunnet i landskapsinteresser, som jakt og beitenæring. Bjørn, gaupe og jerv var mindre kontroversielle.

Informant D: *(...) det er helt annen temperatur (...) å drive rovdyrsturisme knyttet opp mot bjørn, her, jerv kanskje, kongeørn andre av disse artene. Det vil være relativt uproblematisk, tror jeg. Men ulv, det er en utfordring.*

Et par informanter mente at bjørn, jerv og gaupe fikk sin bestandsvekst før ulven kom tilbake til Trysil. De mente at det hadde vært diskusjoner også om disse dyra, men ikke så store som dagens ulvedebatt. Jerv og gaupe utgjorde et lite trykk på beitenæringa, og lokalbefolkninga var mer tolerante ovenfor tap av sau til bjørn. Ingen av de tre var en fare for hunder, ifølge informantene.

Informantene hadde størst tro på å lage opplevelser basert på bjørn. I motsetning til gaupe og jerv var det lett å finne sportegn av bjørn, særlig hi (Tabell 8, Naturressurser).

Intervju J: *For finn du et hi da, så er jo bare hiet i seg selv en attraksjon, da. Så du behøver ikke se en bjørn, men bare å komme til et bjørnehi der en vet at der har det*

ligget bjørn fram til april måned og mai måned, så er det ganske spennende da. Og samtidig, er du da heldig så kan du da få se en bjørn.

Bjørnen var sett på som mindre kontroversiell enn ulven. En grunn var at tryslinger gjerne reiste til Sverige på bjørnejakt. Det betyr at noen tryslinger deltar på en type konsumerende rovdyropplevelse, som definert av Reynolds og Braithwaite (2001). Slik en informant forklarte det – «Den har liksom fått litt status som et jaktobjekt, og da får jo folk helt en annen holdning til dyret» (informant I). Jakt ble beskrevet som en stor del av tryslingenes identitet. Ulven var ansett å være en trussel mot tradisjonene, fordi den påvirket både jaktmulighetene og beitenæringa. Bjørnen ligger i hi vinterstid og informantene mente at den tok lite byttedyr utenom vår og høst. Derfor utgjorde bjørn et mindre trykk på beite- og jaktæringa, og ble ikke opplevd som en trussel mot den lokale tradisjoner.

Informant D: Bjørnen, han ligger jo i hi store deler av året. Og han blir på en måte akseptert. Selv om den tar jo elgkalver i, på våren, spesielt da. Og tar en voksen elg på våren når den går ut av hi. Tar disse nyfødte kalvene første levemåned.

Informant B: Og den [bjørnen] er borte halve året, og den gjør ikke skader hele sesongen heller. Men, den et seg opp om våren og så er den rolig en periode så ser vi ofte før den skal inn i hi at det kanskje kan være litt større tap.

Selv om informantene mente at å se dyr kunne være en viktig del av et produkt, vurderte de det som vanskelig. Det ble foreslått å legge ut åte eller få tillatelse til å spore opp radiomerka dyr. I kategoriene fra Reynolds og Braithwaite (2001) ville dette være en rovdyropplevelse knyttet til en lokalitet med stor sannsynlighet for å se dyr. Åteplasser kunne være positivt for å øke sjansen for å se dyr, men negativt fordi det å trekke dyr til et område kunne øke konflikten med andre landskapsinteresser.

Informant D: I forhold til dette å få se dyr, så er det jo, ville det være bra om en hadde fått lagt ut et åte. Men jeg tror altså det er en utfordring. (...) For det vil da på en måte trekke til seg store rovdyr som også øver et trykk på hjorteviltbestanden.

Ingen av informantene uttrykte noen direkte form for bekymring for at kunder eller guide skulle bli angrepet av rovdyr (Tabell 8, Risiko). Derimot fortalte noen av dem historier om lokale innbyggere som var blitt angrepet av bjørn, og det var tydelig de mente at rovdyra

skulle respekteres og holdes på avstand. Det var også for dyras skyld at man burde holde seg unna. Stadige forstyrrelser kunne være til skade for dyra, fordi de kunne flytte på seg eller endre atferd (Tabell 8, Kan være til skade for dyra). For å unngå å forstyrre dyra unødvendig ble det foreslått å satse på et eksklusivt nisjeprodukt med mindre grupper, men høyere servicenivå og pris.

Informant E: *Det er klart at er du en ekte idealist så vil du jo ikke forstyrre dyra for mye heller. Så du har jo en begrensning der, for blir det for hyppig så drar de jo unna.*

Informant F: *Skal man komme så tett på (...) hva gjør det med en sånn ulveflokk. Vil de flytte seg, vil de ikke flytte seg.*

Informant E: *For du kan liksom ikke dra ut tjue og tjue personer, da har du sikkert skremt bort dyra for lenge siden for å komme inntil dem. Så det bygger på små grupper som er pengesterke.*

I likhet med i Ednarssons (2006) undersøkelser hadde en del informantene vanskelig for å tenke ut andre måter å oppleve rovdyr på enn å se dem. Andre informanter la vekt på at det var enklere å utforme et produkt som baserte seg på kunnskapsformidling og historiefortelling eller å finne sportegn og bjørnehi. Noen få informanter nevnte også å høre ulvehyl som en mulig rovdyropplevelse. Reynolds og Braithwaite (2001) har ikke en egen kategori opplevelser knyttet til å finne spor og sportegn eller å høre ulvehyl, men det kan anees for å være en type habitatspesifikk opplevelse, da en slik tur må finne sted i dyrets habitat.

Informant A: *Vi har jo elgsafari her oppi i dag og det er ikke gitt at du ser elgen, men du lærer mye om elgen. Og sånn kan du også lære mye om ulven, mye om bjørnen, gjennom rovdyrturisme, uten å måtte se den.*

Også i likhet med Ednarssons (2006) undersøkelse hadde informantene lite kjennskap til etablerte rovdyropplevelser. Noen sa at de følte de visste lite om hva rovdyrturisme var. Det er mulig at denne mangelen på erfaring var grunnen til at mange informanter ikke var sikre på hva en rovdyropplevelse kunne inneholde annet enn å direkte observere dyr. De forskjellige kategoriene av rovdyrturisme som er definert av Reynolds og Braithwaite (2001) er også i stor grad fokusert på mulighetene for å se dyr. Bare kategorien habitatspesifikke opplevelser er ikke basert på å observere dyr direkte. Informantene tenkte i første omgang ofte på

menneskeskapt attraksjoner i form av dyrehager og rovdyrjakt. Mange tok også opp safariparker, som kan sies å være både habitatspesifikke turer og en lokalitet med høy sannsynlighet for å se dyr. Noen informanter kjente til at det var steder i Skandinavia hvor man kunne fotografere rovdyr på nært hold, som etter Reynolds og Braithwaite (2010) kan defineres som spesialisert observasjon av dyr. Da informantene i første omgang tenkte på opplevelser hvor man kan observere dyr direkte, mente noen at det kunne oppstå en tilsvarende forventning blant besøkende om å se rovdyr. Det var viktig å regulere forventningene på forhånd, slik at kundene ikke ble skuffet og gav produktet et dårlig rennømmé (Tabell 8, Forventninger). Det kunne også påvirke graden av gjenkjøp. En deltaker sammenlignet det med å dra på fiskeferie - «Om du ikke for noe napp, så gidder du ikke å dra dit mer» (informant E).

Informant F: Kanskje se noen, det er selvfølgelig ikke noen garanti på det og det synes jeg man må være tydelig på. At dette er et vilt dyr som det ikke går an å bare automatisk se uansett om man er ute.

Informantene la vekt på behovet for pedagogikk, dramaturgi, produktpakking og språkkompetanse for å gjøre den guidede opplevelsen best mulig. Med god kunnskap om hvordan å designe en opplevelse mente de at det kunne bli lettere å lage et spennende produkt uten å behøve å se dyr. I stedet kunne man fokusere på kunnskapsformidling og historiefortelling, en type opplevelse som Reynolds og Braithwaite (2001) ikke inkluderer i sine kategorier. Med kunnskap om dramaturgi kunne opplevelsen gjøres til en spenningssøkende tur. Da kunne det være at nettopp usikkerheten om man ville få sett dyr ville være et virkemiddel til å skape spenning - «Det er spennende å gå i skogen og kunne ha med deg en god guide som forteller og viser. Kanskje ser vi, kanskje ser vi ikke. Bygge opp en litt sånn dramaturgi rundt det» (informant B).

Informant C: Så jeg tror hele det der jobbinga med selve innholdet og hvordan man skal presentere og gjennomføre det tror jeg blir, det er kjempeviktig da.

Intervju J: Jeg tror man må ha noe pedagogisk bak hvis du skal kunne være en god guide. Du må ha noe kompetanse der og gjerne en språkkompetanse.

Informantene mente at guidens personlige framtoning, serviceinnstilling og interesse for temaet kunne løfte opplevelsen (Tabell 8, Ledelse). En guide som tydelig viste et ønske om å

formidle ville lettere skape engasjement hos besøkende. Serviceinnstilling innebar for eksempel å virke nøytral i rovdyrdebatten, slik at hverken guide og besøkende ble unødvendig provosert.

Informant G: Så må man nok være litt sosialt begavet slik at man kan ta folk som hater ulven, og at man liksom ikke blir en som ikke kan prate med enkelte bare fordi de ikke liker rovdyr i det hele tatt. (...) Så ingen ensom ulv, kan du si (ler).

Kunnskap og erfaring hos en entreprenør ble tatt fram som svært viktige faktorer (Tabell 8, Erfaring og kunnskap). Informantene la vekt på viktigheten av god kjennskap til rovdyras biologi. Denne kunnskapen kunne bunne i et indre ønske om å lære grunnet en genuin interesse for rovdyr (Tabell 8, Livsstil). Også Lundberg og Fredman (2012) viste en viktig kobling mellom å ha genuin interesse for et tema, å tilegne seg kunnskap om det og å kunne videreformidle det med entusiasme. Genuin interesse hos guiden blir derfor et viktig grunnlag for å skape en ektefølt og spennende opplevelse. Guiden burde også sitte inne med generell naturvitenskap, for eksempel innen geologi og botanikk. Informantene så for seg at besøkende kunne komme til å stille spørsmål om landskapet, fugleliv og andre ting som ikke var direkte knyttet til rovdyrbiologi. I tillegg ble det beskrevet som viktig med kunnskap om bedriftsstyring, blant annet markedsføring og økonomi. Slik kunnskap ble ansett for å være mangelvare hos mange entreprenører.

Intervju J: En guide bør kunne utru[lig mye], ha litt kunnskap om mye. (...) Får ikke si 'jeg vet ikke'. Det får ingen si.

Informant E: De som er skikkelige idealister er normalt ikke flinke til å selge. Annet enn at de er kjempeflinke på sitt, men kan ikke markedsføring og kan ikke ta betalt og kan ikke legge opp struktur. Det er sjeldent du har den kombinasjonen. E

Informantene forklarte at det kunne være ei utfordring for mange som ønsket å starte en egen guidebedrift, fordi de ekstra arbeidsoppgavene i tillegg til guiding kunne komme uventet på. Små bedrifter ble beskrevet å ha for få ressurser til å hyre inn ekstern hjelp. Bedriftsstyring, pakking og markedsføring mente informantene at man kunne tilegne seg gjennom kursing eller en kunne bygge seg opp et nettverk for å få hjelp av andre (Tabell 8, Nettverk og Erfaring og kunnskap). Videre fortalte noen av informantene at Destinasjon Trysil avholder

kompetansekurs kompetansehevingskurs, men få små bedrifter deltar. Små aktører hadde ofte for lite tid til å kunne ta seg fri, og for få og ressurser til å hyre inn vikarer.

Informant H: *De store aktørene jobber sammen og samarbeider på alle mulige måter og de stiller opp når det er kompetansetiltak og når det er ditt og datt, mens de små aktørene de faller litt langt ute i sirkelen og lever litt sitt eget liv.*

Intervju J: (...) *når du er for liten, så skal du sitte med alt ifra A til Å, da nedprioriterte de fleste akkurat den biten der [kompetanseheving]. For da hadde de, om dagen drev de med, hundekjøring da, hvis det var det de skulle drive med, for eksempel. Og så måtte de da ta papirarbeidet på kveldstida. Da nedprioriterte de mer og mer de møtene som vi hadde.*

Reiselivskunnskap kunne man også tilegne seg ved få erfaring fra andre reiselivsdestinasjoner, som gjest eller ansatt. Perspektivet fra andre destinasjoner ble beskrevet som en styrke for en innflyttende entreprenør. Enkelte informanter mente at mange tryslinger ikke hadde den egenskapen.

Informant H: *Jeg tror de må ha gjort noe mere enn å ha bodd i Trysil hele sitt liv. De må ha vært ute i verden og sett hva som fins. Det er det dessverre alt for få som har.*

Informant F: *Og det er ikke bestandig så enkelt hvis man ikke har vært på gjesten sin side. Og det er ikke så mange tryslinger som har vært. Det er en del tryslinger som har vært rundt omkring ute i verden og kommet tilbake, men ikke så mange heller.*

Informantene hadde generelt lite tro på at en nyoppstartet rovdyrbedrift ville ha spesielt god økonomi, i det minste i begynnelsen, og det kunne være behov for økonomisk substitusjon (Tabell 8, Økonomisk situasjon, Ekstern Støtte). Å ha en fast jobb i tillegg ble beskrevet å både være en fordel og ei hindring. På én måte ville det gi ei nødvendig ekstrainntekt, men det kunne også ta mye tid og gjøre at man ikke satset nok på virksomheten.

Informant A: *Det går ikke noe enormt i pluss de første åra. Det er ikke sikkert at du går i overskudd i det hele tatt.*

Informant D: *Det skal være artig å se når den virksomheten går med plusstall.*

Intervju J: *Det som kanskje er problemet altså med disse guida er det at det er noe de tar på fritida for å si det så, for dem har andre jobber, kanskje. Da legger de ikke noe helhjertig i det fordi dem ser ikke at det er noe inntjening på det kanskje til å begynne med. Og da må dem ha en jobb ved siden av.*

Dette ble som en ond sirkel, hvor den faste jobben var nødvendig, men også det som hindret bedriften til å bli stor nok til å gå rundt. Et par informanter diskuterte mulige hindringer i form av lovgivning (Tabell 8, Eksterne restriksjoner). Fra SITE-prosjektet hadde noen informanter erfart at det var mange regler å forholde seg til for grenseovergang mellom Norge og Sverige. Det ble spekulert på om det kunne være regelverk rundt det å gjøre turisme på annenmanns eiendom, nærme seg rovdyr og bjørnehi og for å få lov til å peile radiomerka dyr.

Informant A: *I dag så er det en del regler som du aldri har hørt om som bare er sånn og så må man løse opp de for at det skal bli en enhetlig destinasjon.*

Intervju J: *Jeg synes da jeg kan minnes, ble det prøvd med guida turer da (navn) var daglig leder oppi fjellet. Og der, da måtte dem i hvert fall ha godkjenning av grunneieren. Du måtte ha godkjenning av kommunen, miljøavdelinga. Fylkesmann. (...) Og så er det når det gjelder bjørn om du kan få lov å peile den.*

I Lundberg og Fredmans (2012) undersøkelse ble det foretatt et intervju med en entreprenør som tilbød bjørnebaserte opplevelser i Sverige. Han fortalte at nettopp restriksjoner var et stort problem, da det var svenske lover som strengt regulerte utlegging av kjøtt til åte.

Informantene så på Trysil som et godt sted for å utvikle rovdyrsturisme i Norge (Tabell 8, Lokalitet). Trysil satt på et stort salgs- og markedsføringsapparat som kunne hjelpe rovdyrsturisme å bli mer kjent enn i andre kommuner. Det er foreløpig få steder i Norge som tilbyr opplevelser basert på rovdyr. En informant mente det burde være attraktivt for Trysil, fordi det ville gi et unikt preg for destinasjonen (Tabell 8, Unikhet) - «(...) det kan være noe veldig unikt, for det finnes ikke noe annet sted her heller» (informant F).

Noen av informantene så for seg at i et «grenseløst» SITE var det mange områder som passet rovdyrsturisme (Tabell 8, Destinasjonsprofil). «For [i] Scandinavian Mountains, der finnes ingen grenser». For eksempel mente en informant at det kunne det passe profilen til Engerdal, som ble beskrevet som mer «villmarkspreget». En annen foreslo at grenda Ljørdalen, som

ligger inntil Fulufjell og svenskegrensa, kunne være et godt sted for å oppleve rovdyr i et mer naturlig habitat. Kanskje kunne rovdyrturisme være av interesse for de svenske samarbeidspartnerne i SITE.

Informant E: Og kanskje den skal være basert i Ljørdalen, denne her aktiviteten, eller kanskje på svensk side.

Informant H: For da bor du ikke på Radisson Blue, tenker jeg, da, hvis det er mennesker som er naturinteressert og ønsker å oppleve villmarka og dyreliv og de tingene der, da bor du i Engerdal.

Informantene så for seg at rovdyrturisme ville være en god sekundær- eller tertiærattraksjon (Tabell 8, Supplerende). Mange informanter mente det ville være vanskelig å profilere rovdyrturisme alene, men at det kunne tilbys sammen med andre naturbaserte tilleggsprodukter som SITE satset på å utvikle. Rovdyrturisme ble beskrevet som et såpas tilspisset nisjeprodukt at det var ansett som vanskelig å utvikle til en primærattraksjon.

Informant G: Og nettopp det at man liksom skal kombinere muligheten til å se dyr, muligheten til å lære om dyr, med annen turisme. Så jeg tror mye på å ha det der man har noe annet, for ellers så reiser bare de som har en spissinteresse.

Det ble forklart at man i stedet ønsket å utvikle andre primærattraksjoner som kunne ta imot mange gjester, for eksempel høyt-og-lavt-park og sykkelstier. Skulle rovdyrturisme kunne bli en primærattraksjon måtte det storstilt satsning til, med penger, kompetanse og felles innsats. Informantene mente at ekstern økonomisk eller kompetansemessig støtte kunne være nødvendig (Tabell 8, Nettverk, Økonomisk situasjon, Ekstern støtte, Satse stort). Noen informanter mente at en godt profilert og stor bedrift ville bli tatt mer seriøst blant potensielle samarbeidspartnere, for eksempel SkiStar AB eller andre store bedrifter i området.

Informant F: Så jeg tror for å bli en stor type turisme så må det løftes opp på et helt annet nivå. Det kan ikke bare ligge på et lokalt eller kommunalt nivå.

Det var også hindringer knyttet til Trysil og SITE som lokalitet for rovdyropplevelser. I skogen kunne det være vanskelig å benytte seg av teknologiske hjelpemidler. Det kunne sette begrensninger til hvordan produktet skulle designes, da man ikke kunne basere seg på interaktiv teknologi, slik mange opplevelser gjør (Tabell 8, Forventninger).

Informant A: *Du skal ikke langt herifra før du ikke har nettdekning på mobil. (...) Veldig mange legger jo opp til at det skal være interaktivt. Og det, det går akkurat rundt området her, men man skal ikke lagt ut før man, du er egentlig tilbake til steinalderen.*

Hvis det var behov for å komme seg langt vekk fra turistsentrene, mente noen informanter at det kunne bli utilgjengelig for besøkende. «Om man er avhengig av å ha egen bil, så kommer det til å hindre enkelte» (informant G). Hvis stedet ikke var lett-tilgjengelig med rutebuss, kunne det være nødvendig med inkludert transport i produktdesignet. Selv med tilgang til veinettet og transport kunne terreng gjøre det vanskelig å komme fram (Tabell 8, Tilgang).

En deltaker vurderte hvilken påvirkning media kunne ha på markedsføringa av rovdyrturisme (Tabell 8, Mediadekning). Hvis media stilte seg negativ til rovdyrturisme kunne det skade rennomméet. Det kunne også være at det ville ha motsatt effekt. «Hvis man bruker Carl I Hagen, all PR er bra PR, kanskje selv om man skriver negativt så er det kult å se det» (informant A).

4.1.5 Oppsummering av kapittel 4.1

For at det skal være et potensiale for rovdyrturisme er man avhengig av at det finnes ei målgruppe som er interessert i å betale for produktet. Informantene ble derfor bedt om å beskrive en typisk rovdyr turist. Tilbakemeldingene var i stor grad overlappende og gav et ganske unisont bilde av deres oppfattelse av markedet. Rovdyrturistene ble beskrevet som aktive og naturinteresserte urbane voksne eller familier med eldre barn, som kunne tenke seg å lære og oppleve noe nytt (Tabell 8, Markedsinteresse for natur). Informantene hadde inntrykket av at markedet i Trysil var i endring. Det var flere familier, internasjonale, naturinteresserte og aktive, noe som i stor grad var i overenstemmelse med bildet av en rovdyr turist.

Informantene ble bedt om å vurdere lokalbefolkningas reaksjon om en entreprenør hadde startet med rovdyr turisme. Tilbakemeldingene viste mange ulike syn på tryslingenes antatte reaksjon, men mye bunnet i fellesskap og samhold. Mange informanter mente at Trysil var splittet i rovdyrdebatten, noe som betydde at det ville være både positive og negative holdninger til rovdyr turisme. Andre mente at flertallet av tryslingene ville være mot rovdyr turisme, og at motstanderne ville ha stor innflytelse på resten av samfunnet. På spørsmålet om det ville vært best om entreprenøren var lokal trysling eller en innflytter kom

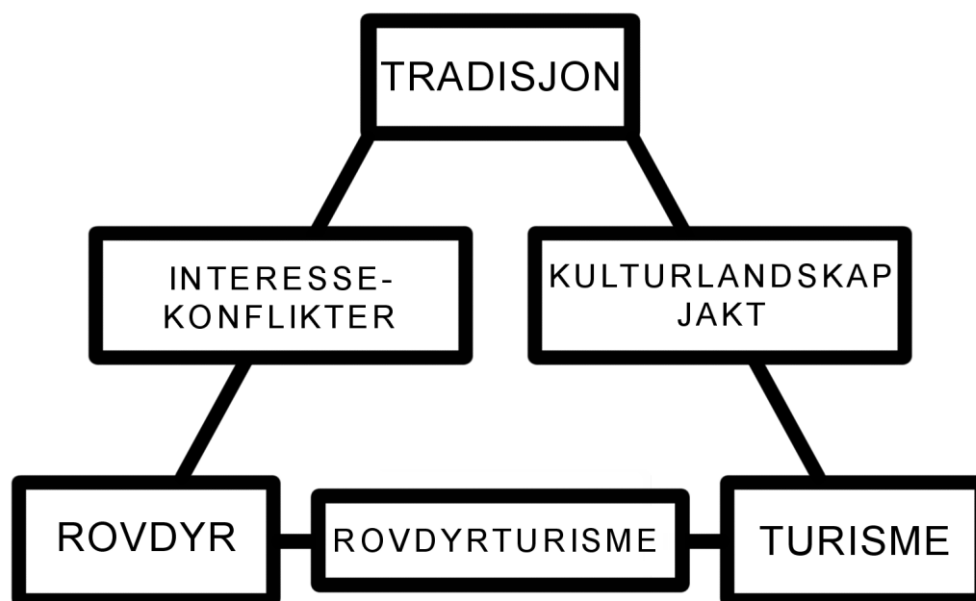
det ulike tilbakemeldinger. Noen av informantene mente en lokal trysling automatisk ville være en del av fellesskapet i Trysil, mens innflyttere måtte jobbe mer for den samme statusen. Andre mente at innflyttere hadde en fordel, fordi de ikke ville ta seg like nær av negative holdninger. Andre igjen forklarte at lokal tilknytning kunne etableres, og derfor var tillitsvekkende personlighet og kunnskapsgrunnlag viktigere enn hjemområde.

Informantene hadde mange innspill på hvordan en rovdyropplevelse burde legges opp og hvilke egenskaper en entreprenør og guide burde ha. Informantene vurderte hvilke eller hvilket av rovdyra som var best egnet for rovdyropplevelser. Generelt kom informantene fram til at ulven var for konfliktfull mens gaupa og jerven var for sky. Informantene hadde derimot inntrykk av at bjørn egnet seg bedre, fordi det var mindre konflikter forbundet med den og det var lett å finne sportegn i form av bjørnehi. Informantene var usikre på hvordan man skulle designe en rovdyropplevelse, da det er vanskelig å få sett dyr. I likhet med studien til Ednarsson (2006) hadde informantene vanskelig for å tenke ut alternative opplevelsesdesign til å observere rovdyra direkte, kanskje fordi de hadde lite forkunnskap om rovdyrturisme. Det ble lagt mye vekt på entreprenørens kunnskapsgrunnlag og personlige egenskaper. Økonomi og mulige lovbaserte restriksjoner og reguleringer kunne ifølge informantene være til hinder. Trysil og SITE ble beskrevet som et godt sted å utvikle rovdyrturisme, spesielt som et supplement til andre naturbaserte opplevelser.

4.2 Del 2 - Nærmere om hvordan tradisjonene møter rovdyra møter turismen

4.2.1 Rovdyrturisme som en indirekte interessekonflikt

Informantene fortalte at Trysil stod ovenfor store problemer knyttet til sesongmessige svingninger i turismen, fraflytting, fellesgodefinansiering og rovdyrs påvirkning på jakt og beitenæring. Kulturarven, som jakta og kulturlandskapet, var ifølge informantene viktig for turismen og lokal identitet, men kom i konflikt med rovdyr. Dermed så informantene for seg at lokalbefolkninga kunne vurdere reiselivsinteressen rovdyrturisme å indirekte være en trussel mot tradisjonene (Figur 7). De antok at det kunne bli oppfattet som et symbol på å gjøre knefall for rovdyrpolitikken. I denne delen av analysen settes dette opp mot Scheyvens' (1999) rammeverk for lokalsamfunnets styrkelse og mot Innovasjon Norges ti prinsipper for bærekraftig reiseliv. Fra Tabell 8 er faktorene Konfliktnivå, Landskapsinteresser og Sosialt ansvar av særlig interesse her.



Figur 7: Mellom rovdyr og tradisjon er det interessekonflikter. Rovdyrturisme er en rovdyrbasert interesse for turismen. Kulturlandskap og jakt er viktige tradisjoner som også kan være av interesse for turismen.

4.2.2 Fraflytting og landskapsinteresser

Informantene fortalte at Trysil kommune lenge hadde hatt en negativ befolkningsvekst, og særlig i grendene gikk fraflyttinga raskt. Noen fortalte om lokalbutikker som stengte, skoler som ble lagt ned og gardsbruk som stod tomme.

Intervju J: Først la de ned ungdomsskolen. Så sa jeg det at dette er en pen måte å legge ned hele skolen på, for nå blir det, i neste omgang, så ser dem at det er for få unger til å opprettholde skolen, det blir for dyrt. Og det gikk kanskje fem år, så var det barneskolen som før.

Det ble fortalt at reiselivet hadde mange arbeidsplasser, men i hovedsak bare i vintersesongen. Ifølge informantene skapte det dominerende reiselivet et ubalansert arbeidsmarked som var lite attraktivt for par og familier. Det var få arbeidsplasser å tilby en partner som ikke ønsket å jobbe med turisme. Trysil er en utpreget vinterdestinasjon og mange i reiselivsbransjen er sesongarbeidere som bare bor i kommunen halve året. Informantene fortalte at spesielt skiguider og hotellansatte vanligvis var utenlandske arbeidere som enten reiste til hjemlandet eller til større sommerdestinasjoner når skisesesongen var over.

Informant A: Turistnæringa er dominerende her oppe (...) på godt og vondt. På godt er det at det skaper veldig mye. Ulempen er at det er veldig ensidig. (...) Liksom mann og dame flytter til Trysil, så er det kanskje en som synes det er kult å jobbe innen

turisme, og så er det ikke noe til partneren. Alle kan ikke være (...) frisører eller jobbe i matvarebutikken eller sånt no.

Informant A: Og du har jo hotell på Fageråsen på andre siden av fjellet her. Altså giganthotell på over 30 000 kvadrat. Det er jo stengt 8-7 måneder i året. For det er ikke folk. Og da kan du ikke ha heltidsansatte. Og da drar jo folk hjem igjen.

En deltaker fortalte hvor overraska besøkende kunne bli når de fikk vite hvor få som egentlig var fast bosatt i Trysil. På grunn av det store antallet sesongarbeidere og besøkende var det mange matvarebutikker og et yrende folkeliv vinterstid. Sommerstid var det derimot lite mennesker i Trysil. Informanten fortalte at sommerbesøkende oftere var på gjennomreise, for eksempel med bobil, og bodde ikke lenge nok til å legge igjen mye penger. De andre informantene hadde også inntrykk av at andelen fastboende var liten i forhold til andelen besøkende og sesongarbeidere.

Informant H: Vi bruker å si at det er flere elg i Trysil enn det er folk, men det er definitivt flere turister enn det er fastboende.

Arbeidsplasser og stabil inntekt er blant Scheyvens' (1999) faktorer for å styrke lokalsamfunnet. Gjennom merket for bærekraftig reisemål skal destinasjonen som en helhet jobbe for flere helårs arbeidsplasser, blant annet ved å forlenge sesongen og tilby sesongansatte helårsansettelse (Innovasjon Norge 2013). Informantene så tilsvarende et stort behov for å utvikle reiselivet i barmarksesongen, for slik å opprette faste arbeidsplasser og stanse fraflyttingstrenden. Informantene fortalte om mange tiltak som var iverksatt. Innen turisttilbud skulle stisykling og klatrepark ta imot store mengder besøkende og det var satsning på å utvikle flere guidede naturopplevelser. På destinasjonsnivå ble det jobbet med å gjøre Trysil til en mer attraktiv og lett-tilgjengelig destinasjon ved opprettelsen av den nye flyplassen. Det nye naturinteresserte internasjonale markedet ble antatt å være mer interessert i Trysil som en sommerdestinasjon enn skandinaviske turister, og flyplassen skulle være i stand til å ta imot internasjonale direktefly. En informant fra kommunen fortalte at det var yrker med behov for flere yrkesfagutdanna. Kommunen jobbet derfor med å promotere disse yrkene, og Trysil skulle sikre alle yrkesfaglige videregående elever lærlingeplass. Det var nødvendig å tenke langsiktig. En informant fortalte at hytteutbygginga helst skulle utføres av lokale håndverkere, selv om flere hytter kunne stått klar i løpet av kort tid om næringa hadde

hyrt inn håndverkere utabygds fra. Slik var det lokale næringslivet sikret arbeid i mange år fremover.

Informantene så for seg at de negative holdningene til rovdyr kunne skape tilsvarende negative holdninger til rovdyrturisme. Fraflyttinga ble koblet til rovdyrpopulasjonen. Tradisjoner og kultur skaper identitet, og informantene mente at tryslingene var veldig beskyttende ovenfor jakt- og landbruksinteresser. Rovdyr var en trussel mot tradisjonelle landskapsinteresser, som var ansett for å være nødvendige for at folk ville bli boende. Informantene opplevde at mange fikk redusert sin tradisjonelle bruk av utmarka på grunn av rovdyr. Det var snakk om redusert mengde jaktbart vilt, vanskelige beiteforhold og en frykt for å gå alene i skogen.

Informant B: Og det gjør noe med bruken vår, i hvert fall min bruk av skogen. Jeg brukte den mye alene før. Jeg sykla og gikk mye mer på tur og forskjellig. Nå er jeg mye mer forsiktig.

Å ivareta og støtte opp om tradisjoner og å sørge for at lokalsamfunnet har tilgang til naturressurser, gir ifølge Scheyvens (1999) psykisk styrking. Gjennom merket for bærekraftig reisemål skal det utvikles en plan for å holde materiell og immateriell kultur og kulturarv i hevd (Innovasjon Norge 2013). Trysils årlige Elgfestival er et eksempel på et tiltak som støtter opp om lokal kultur. Her er det blant annet handlegate, opplevelser knyttet til tradisjonelt skogbruk, elgsafari og fokus på lokalmat og småskalaprodusenter (Destinasjon Trysil 2017).

De tradisjonelle næringene i Trysil var beskrevet å være truet av fraflytting og moderne drift. Modernisering av primærnæringene betydde færre arbeidsplasser. For eksempel hadde skogbruket tidligere vært arbeidsplassen til mange av innbyggerne, men skogsmaskiner og flatehogst hadde tatt over for hoggerne - «Alt går på maskinbruk. Så det er ingen som jobber i skogen lengre» (intervju J). Kulturlandskapet i Trysil bestod opprinnelig av et småskalajordbruk, som informantene fortalte at var blitt for dyrt til å drifte effektivt. Å ivareta kulturlandskapet med et lappeteppes av engkulturer var ansett som viktig, ikke bare for biologiske interesser, men også for turismen og lokal identitet.

Informant B: Og det [småskalalandbruket] hadde vært viktig for kulturlandskapet, som igjen er viktig både for oss som bor her, men også innmari viktig for reiselivet. Det er ikke ålreit å komme til et sted hvor arealene ikke er skjøtta.

Informantene fortalte at på grunn av rovdyr kunne ikke lenger beitedyr slippes på utmarksbeite. Småfe ble for det meste holdt innenfor rovdysikre gjerder, mens storfe ble tatt inn på kveldstid. Ifølge informantene ble det derfor mindre lønnsomt og mer arbeidskrevende å drive gardsbruk, og færre kunne ha det som ei attåtning.

Informant B: Jeg tror langt flere kunne hatt et deltidsjordbruk sånn som vi drev med sau hadde vi kunnet bruke utmarka. Folk gjør ikke det.

Jakt og husdyrhold ble sett på som viktige kilder til bærekraftig, sunn og lokalprodusert mat. Lokalmat er av stor interesse i reiselivet, og et av kriteriene for bærekraftig reisemål er å aktivt støtte salg av lokalmat. Et tiltak kan være å øke andelen spisesteder som hvor minst 25% av maten er kulturelt tilhørende og/eller produsert i lokalområdet eller regionen (Innovasjon Norge 2013). Jakta ble beskrevet som en viktig kilde for å få næringslivet til å gå rundt, særlig i delene av kommunen som lå et stykke unna kommunesenteret Innbygda. Ifølge informantene kunne inntekta komme direkte gjennom salg av jaktkort, eller indirekte ved at jegerne betalte for varer og tjenester mens de oppholdt seg i Trysil. Informantene mente at den store omsetninga i handelsnæringa i jaktseasonen veide opp for lav omsetning resten av året. En informant trodde at mindre jaktbart vilt kunne gi konsekvenser for de siste butikkene i grendene – «Hvis det fortsetter å bli så mye rovdyr som det ser ut til å bli, så går butikkene, blant annet, konkurs» (intervju J).

Noen informanter fryktet at nedleggelse av butikkene kunne bli kroken på døra for de grendene som allerede var truet av fraflytting. I tillegg fortalte noen informanter at frykt for rovdyrangrep gjorde mange mistet tilgang til å bruke utmarka slik de var vant til, for eksempel for å gå tur, sykle og plukke bær. Følelsen av ikke å bli tatt på alvor fyrte ytterligere opp under de negative holdningene til rovdyr - «Og så er det kanskje også det at det mange bygdefolk føler ikke at de blir tatt på alvor fra folk fra mer sentrale strøk. Altså, du føler at du blir latterliggjort» (informant B). Spesielt når det kom til ulv fortalte informantene at det var en følelse av å stå maktesløse. Slik rovdyrforvaltninga ble utført i dag, mente informantene at lokales ønsker ble satt til sides.

Intervju J: *Når du da står og ser på at ulven, det er jo den som er største konfliktdyret, tar hunden din på gårdsplassen og så skal du (...) nesten bli innsatt for det. Da mener jeg at det, da må det være [en] feil et sted. Du må få kunne forsvare deg og dine husdyr på din egen mark.*

Informant G: *Man har bygd store inngjerdede områder for at alle skal kunne ha sauene sine gående beskyttet på sommeren. Og så var det jo en ulv som tok seg inn her. Men den fikk de ikke skyte, bestemte fylkesmann.*

Informant E: *Og så er det bare en liten stund siden at det var et mord i Langsjøåsen. Det var ingen hjelp å få for det lokale politiet. Men til slutt fikk de opp én person. Og siden da de skjøt den her bjørnen her oppe, da kom det tjueen politi fra Oslo.*

Noen informanter mente at det var mindre konflikter knyttet til bjørn, jerv og gaupe. Disse ble beskrevet å utgjøre et mindre trykk på beite- og jaktneringa og hadde vært i området lenge. I tillegg var det mulighet til å drive jakt på dem, og informantene mente dette gav følelsen av å aktivt gjøre noe for å bedre situasjonen.

Informant E: *Den største tabben som er gjort for å skape [misnøye] for rovdyrspopulasjonen, det er at man ikke tillater jakt. Kontrollert jakt i kontrollerte former. For den som snikskyter da, han tar sjansen fra den vanlige jegeren til å få sitt trofé. Og da blir det snikjegeren som er den stygge. Men som det er nå, så er det snikjegeren som er helten.*

En del informanter mente at det var feil å prioritere rovdyr framfor mennesker. Bærekraftperspektivet ble tatt opp til fordel for tryslingene. For eksempel mente noen informanter at menneskene burde ha førsterett til elg, som var både lokalt og sunt kjøtt. Å fortsette kampen mot fraflytting og for flere helårs arbeidsplasser ble også beskrevet som et bærekraftig tiltak. Informantene var forventningsfulle ovenfor den nye flyplassen. Noen mente at bygginga av Scandinavian Mountains Airport var å anse som bærekraftig fordi det ville styrke lokalsamfunnet og gjenopprette et stabilt reiseliv. Nettopp derfor mente de det var viktig at Trysil som bærekraftig reisemål var med i satsninga. Merket for bærekraftig reisemål ble forstått å kun gjelde Trysil kommune som destinasjon, og flyplassen kunne derfor forsvares da den skulle bygges på svensk side.

4.2.3 Konfliktdependende tiltak

Informantene trodde at ved å ta et sosialt ansvar kunne lokalbefolkningas antatte holdninger til rovdyrsturisme bli mer positive (Tabell 8, Sosialt ansvar). Scheyvens (1999) mente at ei rettferdig fordeling av goder og inntekt var nødvendig for å unngå sjalusi. Informantene ble spurt om øremerking av midler fra rovdyrsturisme til lokal fellesgodefinansiering ville vært et godt konfliktdependende tiltak. Lokalbefolkninga ville da ha fått noe igjen for en kontroversiell turisme. De fleste informantene trodde det ville gjøre lokalbefolkninga mer positive.

Informant G: Det tror jeg alle er positive til. Det er jo vanskelig å få til dette her med infrastruktur og alle rundtomkring-kostnader.

Noen av informantene fortalte at næringslivet flere ganger hadde diskutert hvordan å løse fellesgodeproblematikken. Deler av reiselivet i Trysil var lagt opp til å kunne brukes gratis, for eksempel var det åpen tilgang til sykkelstiene. Å finansiere fellesgoder er et utbredt problem i Norge, og noen informanter mente at det var et nasjonalpolitisk problem.

Informant H: Kommer til Geiranger, så må folk gå på do i buskene fordi kommunen ikke har råd til å tilrettelegge og de få virksomhetene som tohundre og femti mennesker står bak klarer ikke å dra de tunge infrastrukturløftene. Og resultatet er at det bygger ned omdømmet (...) av Norge som et bærekraftig reisemål.

I Innovasjon Norges retningslinjer står det at besøkende og lokalbefolkning skal oppfordres til å arbeide frivillig for fellesgoder og at destinasjonsledelsen skal jobbe for at reiselivsnæringa viser et samfunnsansvar (Innovasjon Norge 2013). Informantene oppfattet at det var lite politisk vilje og støtte fra høyere hold for å løse problemene med fellesgodefinansiering. Det var i stedet beskrevet å være opp til hver enkelt destinasjon å løse fellesgodeproblematikken.

Informant H: Og det har ikke blitt bedre av at NHOs Kristin Krohn Devold har en virkelighetsoppfattelse som ikke stemmer med hvordan det er på reisemåla. Så når hun går ut og sier at vi skal ikke ha mer avgifter og skatter og i det legger fellesgodefinansiering, så har vi en litt vanskelig situasjon.

Med bakgrunn i Scheyvens' (1999) rammeverk må en huske at fellesgodene ikke bare skal være reiselivet til gode, men også bidra til lokalsamfunnets hverdag. Noen informanter mente

at slik fellesgodefinansiering burde brukes i primærnæringa, for eksempel til å finansiere innkjøp av gjerder til husdyrbeitene.

Informant C: Jeg tror ikke folk ser koblinga hvis det liksom er til offentlige bygg eller sånn type infrastruktur.

En annen deltaker mente fellesgodefinansiering kunne fungert, men ikke hvis midlene kom fra ulvebasert turisme - «Ja, alt unntatt ulv. Det er såpas betent om dagen» (informant D). Informanten mente timinga for opplevelser knyttet til ulv var feil, og selv ikke fellesgodefinansiering kunne veie opp for de negative konsekvensene av å ha ulv i området. Noen informanter mente at motstanden mot rovdyr generelt var for sterk til at fellesgodefinansiering ville ha noen effekt på holdningene til rovdyrturisme.

Intervju J: Så jeg tror kanskje ikke det hadde løst noe særlig på [holdningene], i alle fall lang ifra over natta.

Selv om de fleste informantene var positive til fellesgodefinansiering, var de skeptiske til om inntekta fra rovdyrturisme ville bli høy nok til at det ville være mulig å avse midler (Tabell 8, Økonomisk situasjon). Det ble antatt at oppstartsbedrifter generelt og guidebedrifter spesielt hadde dårlig økonomi.

Informant A: Det er ikke sikkert at du går i overskudd i det hele tatt. (...) Hvor mye skal du forplikte deg til for å få, for å få redusert støy eller uro.

Informantene kom i stedet med andre konfliktdempende tiltak de selv mente var bedre. Det var bred enighet om viktigheten av å informere tryslingene om hensikten og planene for rovdyrturisme. En del informanter mente at det var viktig å tydeliggjøre at rovdyra ikke tjener på turismen. Litt turisme basert på rovdyr var ikke antatt å få noen stor politisk påvirkning. En åpen dialog ble derfor antatt å kunne bidra til å tydeliggjøre at rovdyrturisme ikke var det samme som å være enig med dagens rovdyrpolitikk.

Informant I: Du må i hvert fall ha en veldig god dialog med grunneiere og lokalbefolkning i det området du skal drive virksomheten. For liksom å ture fram og ikke ta hensyn til dem som bor der du skal drive på, da tror jeg du får et problem. Med aksept, altså.

Informant A: *'Hør her, det er bare guiding, det er bare turisme'. Og hvis man er mot ulv, ulven tjener ikke noe på de er driver med turisme. Ulven er ulv uansett og du bare utnytter muligheten til at man faktisk lærer om ulven eller ser ulven eller bjørnen eller hva det måtte være.*

Scheyvens (1999) beskriver politisk styrking som når lokalsamfunnet har muligheten til å ytre sine meninger om turismen og når deres synspunkter tas i betraktning når reiselivet utvikles. Enkelte informanter mente at aktiv involvering i planlegginga var nyttig. De mente at hvis lokale bare fikk informasjon om noe andre hadde bestemt, ville det føles som enda et tiltak tredd over hodet på tryslingene. Informantene hadde inntrykk av at det allerede var mye misnøye med at forvaltningstiltak øyensynlig var styrt av folk utenfra. Det ble også foreslått å aktivt inkludere lokalbefolkninga gjennom å skape arbeidsplasser.

Informant E: *Det er mulig å skape det her, men det bygger på at man får bestemme noe selv, og ikke at det blir noe som skjottes fra Oslo.*

Intervju J: (...) *å informere og spille på lag med lokalbefolkningen, altså, ikke slik at man liksom trer noe over hue på dem, for da har dem i hvert fall pigga ut for det.*

Informant A: *Sosialt ansvar kan være å engasjere lokale, altså gi arbeidsplasser.*

Et annet tiltak flere informanter tok opp, var å belyse positive og negative sider ved rovdyr. Ved å forklare utfordringene, trodde de besøkende kunne få mer forståelse for hvordan det var å bo i en rovdyrkommune og entreprenøren ville vise at rovdyrturisme ikke nødvendigvis var det samme som å ta en side i rovdyrdebatten.

Informant D: *Se og lære om kan du si totaliteten, hva slags utfordringer ligger det i tilknytning til næring.*

Informant A: *Og da kan man også fortelle om på godt og vondt. For det er, det er ikke én sannhet for rovdyr.*

Interessant nok diskuterte sjeldent informantene hva de positive sidene ved rovdyr kunne være. Få informanter nevnte kort at rovdyr kunne være bra for økologisk samspill, og at rovdyr hadde en plass i naturen. Andre informanter sa at de egentlig kunne lite om rovdyr og økologi. Det er mulig de negative sidene var mer tydelige, og dermed lettere å snakke om. Det

var hvordan rovdyra påvirket hverdagen som ble tatt opp, ikke misnøye dyra i seg selv. En informant beskrev en ulv han hadde sett året før – «Sola skinte i pelsen på den, den var veldig så fin, så Gud bevares» (intervju J).

Det var også ei utfordring knyttet til å belyse begge sider ved å ha rovdyr. Informantene så for seg at turistene kanskje ikke ville være i stand til å forstå tryslingenes ståsted. Målgruppa som informantene beskrev hadde kanskje ikke det riktige grunnlaget for å forstå hvordan det var å leve med rovdyr - «Det er ikke noen mulighet til å skjønne det heller, for de lever ikke med det på samme måten» (informant F). Det ble forklart at bare de som selv hadde opplevd tap til rovdyr, et fåtall av tryslingene, virkelig var i stand til å vite hvordan det føltes. En deltaker fortalte hvordan han selv for første gang hadde opplevd det:

Informant I: En som driv med storfe oppe i [dalføret], for noen år tilbake så hadde jo han ulveangrep på besetningen sin da. Først på utmark, og så tok han inn dem, og så kom ulven på innmark og fortsette å angripe der. Og jeg var jo med dit på kveldstid når det skjedde. Det kjennes så (...) annerledes når du står der når det skjer, kontra når det skjer langt unna. Så det er helt umulig for noen som ikke har opplevd dette på kroppen å sette seg inn i hva det egentlig er.

Her ser vi at selv om informantene ikke hadde mistet egne dyr til rovdyr, hadde dette møtet gjort et sterkt inntrykk som hadde styrket lojaliteten til dem i lokalsamfunnet som ble direkte påvirket av rovdyr. Informantene beskrev hvordan fellesskapsfølelsen hos tryslingene var et viktig moment i rovdyrdebatten. De fortalte at tryslingene hadde medfølelse med og var lojale ovenfor dem i lokalsamfunnet som opplevde tap til rovdyr. Noen mente at man kunne bruke fellesskapsfølelsen til rovdyrturismens fordel, hvis man klarte å skape en felles eierskapsfølelse til produktet.

Informant A: Jeg tror janteloven blir sterkere når man bor mindre tett. Jo mindre samfunn, jo sterkere kan det være. Hvis man har egenskaper som gjør at man kan se forbi dette her og skape vi-følelse framfor 'jeg og de andre' så er det også større sjanse for å lykkes tror jeg.

Informantene fortalte om et felles ønske om å løfte Trysil som et reisemål for å holde liv i bygda. De beskrev hvordan alle i Trysil, både reiselivsnæringa og de andre næringene, var opptatte av å styrke kommunen som mange var så stolte av å bo i.

Informant F: *Jeg synes at folk er veldig gira for stedet. (...) Alle synes det er et veldig trivelig sted å bo, og alle jobber for å holde på det òg. Så det synes jeg er veldig gøy å se, at alle på en måte drar i samme retning. Vi løfter stedet opp til noe mer (...).*

Tross mulig motstand mot rovdyrsturisme ble tryslingene beskrevet som et viljesterkt slag, som er i stand til å klare det andre syntes er vanskelig. Informantene hadde stor tro på tryslingene og deres fleksibilitet. Fellesskapsfølelsen kunne på én side være et hinder mot å etablere rovdyrsturisme, men gjennom sosialt ansvar, forståelse og ydmykhet mente de at det var mulig å få tryslingene til å samles om produktet med en følelse av felles eierskap.

Informant H: *For å holde det til Trysil (...) har Trysil vist at hvis de først vil noe, så får de det til. De har bygd Norges største reiseliv på en steinrøys i et område som folk ikke tror det er fjell, og det er også bare ett fjell. Så i det ligger at dette kan vi gjøre igjen.*

Informant E: *Men tryslingene er spesielle. Trysil kommune var den første kommunen som tillot en tysker å kjøpe grunn etter andre verdenskrig. Man har aldri vært redd for utlendinger eller fremlinger i Trysil. Så er det noe sted det [rovdyrsturisme] går, så er det Trysil.*

5. Oppsummering

5.1 Diskusjon og konklusjon

I Trysil møtes tradisjonell bruk av utmarka, et godt utviklet reiseliv og bestander av alle de fire store rovdyra. I møtet mellom reiseliv og rovdyr finner vi rovdyrturismen, en lite utviklet del av turisttilbudet i Norge. I denne oppgava har reiselivsrepresentanter fra Trysil vurdert potensialet for rovdyrturisme, og kommet med sine vurderinger om samspillet mellom rovdyrturisme og lokalsamfunnet. Suksessfaktorene og hindringene som ble identifisert var i stor grad i overenstemmelse med dem utpekt av Lundberg og Fredman (2012) og Ednarsson (2006), men å ansette og lære opp et dyktig personale ble ikke diskutert av noen informanter. At det kunne være en risiko for at rovdyr skulle angripe guide eller gjester ble heller ikke diskutert direkte. Derimot fortalte noen av informantene at lokale tryslinger hadde blitt angrepet av bjørn. At disse kategoriene ikke kom fram i intervjuene kan skyldes at de ikke var ansett som viktige nok. Informantene kom i tillegg med suksessfaktorer og hindringer som ikke passet inn i kategoriene fra teorien. Basert på disse ble det satt opp fem nye kategorier - *destinasjonsprofil*, *sosialt ansvar*, *forventninger*, *timing* og *satsning*. Det er mulig deltakerne i Lundberg og Fredmans (2012) og Ednarssons (2006) undersøkelser tok opp temaer som kunne passet inn i de nye kategoriene, men at de i stedet ble tilegnet andre kategorier. For eksempel kunne *satsning* ha blitt vurdert som et økonomisk eller nettverksrelatert hinder, avhengig av kontekst. De justerte kategoriene gir en mer detaljert beskrivelse av suksessfaktorene og hindringene som finnes i det naturbaserte reiselivet generelt og i rovdyrturisme spesielt. Med et produkt som er godt tilpasset den lokale destinasjonsprofilen, vil man tiltrekke seg ei felles målgruppe i samarbeid med andre bedrifter på destinasjonen. Sosialt ansvar kan være et virkemiddel for å opprette lokal tilknytning og å styrke lokalsamfunnet, noe som kan være spesielt viktig når det er snakk om et kontroversielt reiselivsprodukt. Kundene må få tilstrekkelig informasjon før de kjøper produktet, slik at deres forventninger tilpasses forutsetningene. Selv et godt produkt kan lanseres på feil tidspunkt. Skal en tertiær- eller sekundærattraksjon bli en primærattraksjon må det satses tid og ressurser.

De fleste informantene var positive til rovdyrturisme, og få informanter var negative. Den typiske rovdyrturisten informantene beskrev, er turister som allerede besøker Trysil – en aktiv og urban familie med eldre barn, som ønsker å oppleve og lære om natur. De trendene i markedet som informantene så, kan legge forholdene ytterligere til rette. De fleste

informantene hadde inntrykk av at turister i økende grad ønsker å være i aktivitet og å delta på andre aktiviteter i tillegg til primærattraksjonene ski og sykkel. Det var også en oppfattelse av at flere besøkende ønsket å lære noe nytt og å oppleve naturen. Med den nye flyplassen forventet informantene at det ville komme flere internasjonale gjester, som ble beskrevet å anse Trysil's natur for å være eksotisk og spennende. De fleste anså rovdyrturisme å passe Trysil og SITEs profil som et godt supplement til de andre naturbaserte produktene det var ønske om å utvikle. Det var også informanter som hadde motsatt inntrykk, at turistene i Trysil i hovedsak ønsket å delta på primærattraksjonene og at det var vanskelig å få dem til å delta på tilleggsopplevelser. Det er mulig det betyr at turistenes ønsker har begynt å endre seg ganske nylig. De trendene som er gjeldende i dag har kanskje ennå ikke blitt bemerket av alle informantene. Det kan se ut til at markedstrendene legger forholdene til rette for å opprette rovdyrturisme i Trysil og SITE-området.

En del av informantene sa selv at de hadde lite kjennskap til rovdyrturisme. Likevel ble alle kategorier av viltturisme fra Reynolds og Braithwaite (2001) brakt opp. Informantene var mest kjent med rovdyropplevelser i form av å se dyr i menneskeskapt attraksjoner eller i dyrets habitat, som dyrehager og safariparker. Informantene foreslo ikke å inkorporere rovdyr som et supplement i en annen opplevelse, men å ha en rovdyropplevelse som et supplement til andre naturbaserte attraksjoner. Dette kan anees å passe definisjonen om naturbasert turisme med dyr som komponent, men ikke som hovedattraksjon. Definisjonene til Reynolds og Braithwaite (2001) baserer seg i stor grad på å observere dyr eller å befinne seg i områder med stor sannsynlighet for å se dem, med unntak av kategorien habitatspesifikke turer. Rovdyr kan være vanskelige å observere når de ikke er i fangenskap. Til sammen kom informantene med mange forslag til hvordan å gjøre et rovdyrprodukt uten behov for å se dyr direkte. Det ble foreslått å designe opplevelser basert på kunnskapsformidling, å finne spor og spor tegn, å besøke bjørnehi eller å høre ulvehyl. Informantene mente at med kunnskaper om dramaturgi og pedagogikk kunne denne typen opplevelser bli gode reiselivsprodukter, selv når mulighetene for å se dyr var små. Disse elementene kan passe inn i Reynolds og Braithwaites (2001) kategori for habitatspesifikke turer. Informantene mente at det var best å gjøre turisme på bjørn, framfor turisme på ulv, jerv og gaupe. De beskrev at tryslingene var mindre negative til bjørn enn til ulv, og at det var vanskelig å finne spor tegn av jerv og gaupe.

Informantene la vekt på at rovdyrkonflikten og etablerte landskapsinteresser kunne bli de største hindringene for rovdyrturisme. Lokalbefolkninga kunne se satsning på rovdyrturisme

som å gjøre knefall for dagens rovdyrpolitikk. Rovdyra var ansett for å være en trussel mot tryslingenes tradisjonelle bruk av utmarksressursene, slik det også er vist i andre studier (Skogen et al. 2013). Informantene fortalte hvordan rovdyr påvirket friluftslivet, beitenæringa og jaktinteresser. Selv om informantene fortalte at tryslingene var heterogene i rovdyrdebatten, hadde de inntrykk av at mange var lojale ovenfor dem som hadde direkte tap til rovdyr. Mange informanter følte at dagens forvaltning satt lokales interesser og velferd til sides. Rovdyr ble beskrevet som en trussel mot primærnæringene, som var ansett som essensielle for at Trysil skulle være et attraktivt sted å bo. Trysil er tildelt Innovasjon Norges merke for bærekraftig reisemål. Her er det blant annet krav om at destinasjonen skal jobbe for å ta vare på lokal kultur. Et reiselivsprodukt som er til skade for den lokale kulturen og som ikke har støtte i lokalbefolkninga, kan derfor sies å ikke være bærekraftig. Scheyvens' (1999) rammeverk for styrking av lokalsamfunn kan brukes for å vurdere hvordan rovdyrturisme påvirker lokal kultur. I denne undersøkelsen har det også vist seg nyttig for å vurdere dagens tilstand i Trysil, knyttet opp mot fraflytting, sesongmessige svingninger i reiselivet og rovdyras påvirkning på tryslingenes mulighet til å utøve tradisjonell bruk av utmarka.

For å bedre holdningene lokalbefolkninga kunne ha til rovdyrturisme, ble det foreslått ulike måter å ta sosialt ansvar. Med Scheyvens' (1999) rammeverk i bakgrunn, kan vi se nytten av disse forslagene. Fellesgodefinansiering kunne vært et godt virkemiddel, da det ville tilfredsstilt Scheyvens' krav til sosial styrking. De fleste informantene var positive til at fellesgodefinansiering kunne være et konfliktdependende tiltak, men at det ikke ville la seg gjøre i praksis. Informantene mente at de fleste oppstartsbedrifter hadde for dårlig økonomi til å kunne øremerke store nok midler til at det ville ha en effekt på lokalbefolkningas holdninger. I stedet foreslo de å aktivt inkludere lokalbefolkninga i utviklinga av rovdyrproduktet og å fortelle besøkende om positive og negative sider ved rovdyr. Dette ville bidratt til politisk og psykisk styrking. I Innovasjon Norges retningslinjer for merkeordningen for bærekraftig reisemål, står det at destinasjonsledelsen skal ha en oversikt over kulturelle- og kulturhistoriske interesser, og at reiselivet skal bevare og formidle lokal kulturarv (Innovasjon Norge 2013). Tradisjonell bruk av utmarka må kunne sies å være en kulturell interesse. Ved å formidle for rovdyrturister hvordan rovdyr påvirker denne bruken, blir den lokale kulturarven tatt hensyn til. Det må sies at som et bærekraftig reisemål skal Trysil ta vare på biologisk mangfold. Det er derfor i merkets interesse å ivareta rovdyrbestandene i

kommunen. Rovdyrturisme som både bidrar til økt kunnskap om de store rovdyra og om lokale tradisjoner, vil være i tråd med begge kravene fra Innovasjon Norge.

Informantene ble spurt om det ville spilt noen rolle om en entreprenør var lokal trysling eller innflytter. Hos Lundberg og Fredman (2012) var lokal tilknytning en suksessfaktor som gjorde det lettere for en entreprenør å utvikle og etablere et naturbasert reiselivsprodukt, men Ednarsson (2006) viste at entreprenører med lokal tilknytning kunne være negative til rovdyrturisme. Tilsvarende gav informantene uttrykk for at fellesskap og lojalitet står sterkt i rovdyrdebatten, og at lokale tryslinger kunne være mindre troende til å etablere rovdyrturisme. Lokale som ikke selv hadde opplevd tap til rovdyr, fikk negative holdninger fordi de var lojale med dem i lokalsamfunnet som ble direkte påvirket av rovdyra. I likhet med Ednarssons undersøkelse mente noen informanter at innflyttere hadde en fordel, ved at de ikke har samme behov for å leve opp til lokale forventninger. Ednarsson ønsket opprinnelig å vurdere lokal tilknytning på bakgrunn av lokalt engasjement, i tillegg til føde- og oppvekstområde, fordi også innflyttere kunne etablere ei lokal tilknytning. Tilsvarende mente informantene at tillitsvekkende personlighet var viktigere enn hjemområde, fordi lokal tilknytning kunne etableres. Lokal tilknytning blir derfor ansett for å være en viktig suksessfaktor, men trenger ikke å bety at en ideell entreprenør bør være født og oppvokst i området bedriften opererer.

Fra informantenes tilbakemeldinger kan vi gi noen rettleidende råd til den som vurderer å begynne med rovdyrturisme. Mange av rådene passer ikke bare for entreprenører i Trysil, men generelt for entreprenører som ønsker å utvikle en rovdyropplevelse. De utfordringene som finnes i Trysil er ikke unike for kommunen. Naturbasert reiseliv er i fremmarsj flere steder i Skandinavia, og Visit Norway smykker Norge med slagordet «Powered by Nature» (Visit Norway u.å.). Heller ikke rovdyrdebatten er unik for Trysil. En entreprenør bør vurdere de suksessfaktorer og hindringer som her har blitt diskutert. Noen av dem er generelle for alle unge og små bedrifter, andre er spesielle for guidebedrifter eller rovdyrturisme. I forbindelse med rovdyr bør det legges vekt på å respektere lokalbefolkninga. Lokale bør aktivt inkluderes i utviklinga av produktet, slik at deres meninger tas i betraktning. En bør gjøre seg kjent med og respektere lokale tradisjoner og lokal identitet. Rovdyrturisme forutsetter at det finnes rovdyr i området der produktet skal tilbys, og kan dermed potensielt komme i konflikt med lokalbefolkningas bruk av utmarka. Gjennom aktiv inkludering er det mulig å skape en felles

lokal eierskapsfølelse for et rovdyrprodukt og å tilpasse turismen til lokalbefolkningas behov og meninger.

I Trysil møtes lokale tradisjoner, et yrende reiseliv og de fire store rovdyra. Det kan oppstå gnisninger i dette møtet, men i Trysil finnes det også vilje til å prøve nye ting.

Reiselivsrepresentantene som deltok i denne undersøkelsen var nyanserte og hadde gjennomtenkte vurderinger. De viste at det finnes et potensiale for rovdyrturisme i kommunen, men det krever kompetanse, erfaring, økonomiske ressurser og sist, men så absolutt ikke minst, lokal forankring. Kanskje ligger denne største suksessfaktoren i et avsluttende sitat fra en av informantene-

*Informant A: For det handler ikke bare om å møte turismens behov,
men også lokalbefolkningens følelser eller deres behov.*

5.2 Begrensninger og videre undersøkelser

Denne undersøkelsen foregikk med kvalitative semistrukturerte intervjuer med 13 deltakere. Statistisk sett er det få informanter, og en må være varsom med å generalisere funnene. For at stoffet skal være mest mulig valid er informantene valgt ut for å representere bredden i reiselivsnæringa i Trysil. Informantene fikk muligheten til å lese igjennom sitt eget transkriberte intervju og å trekke eller omformulere utvalgte sitater, for å sikre intra-reliabiliteten. Hvis informantene ikke tok kontakt innen en gitt dato, ble stoffet ansett som godkjent. Noen deltakere argumenterte for motstridende synspunkt. Nettopp at de hadde gode argumenter og var tydelige på at de selv var klar over at de kom med motstridende synspunkt, gir inntrykket av at dette ikke var uttrykk for manglende intra-reliabilitet. I stedet viste informantene at de var forståelsesfulle for begge synspunkt, og de mente at rovdyrturisme ikke kunne forstås svart-hvitt. Noen av deltakerne mente det var viktig å forhøre seg med en bredde av informanter, nettopp for å få et mer nyansert bilde. Informantene kom med ulike svar på like spørsmål, og var altså ikke inter-reliable. Et eksempel er spørsmålet om det ville vært best om en entreprenør var lokal trysling eller innflytter. Eventuelle svakheter ved undertegnede som intervjuer kan ha påvirket intervjusituasjonen. For eksempel kan spørsmål ha blitt formulert noe ulikt, tross bruk av en intervjuguide. Det var opprinnelig planlagt å bare bruke enkeltpersonintervjuer, men et intervju foregikk som et gruppeintervju med tre av bedriftens ansatte. I gruppeintervjuet er det mulig informantene tilpasset sitt syn på rovdyrturisme for å passe overens med de andre ansattes meninger.

Formålet med denne undersøkelsen var å se hvilke antagelser representanter fra reiselivsnæringa hadde om potensialet for rovdyrturisme. Det er reiselivsentreprenører som tar den endelige avgjørelsen om å etablere et reiselivsprodukt. Videre undersøkelser kan fortelle om informantenes antagelser samsvarer med virkeligheten. Det gjenstår å få et overblikk på markedets og lokalsamfunnets ståsted. Derfor foreslås det at man utfører en markedsundersøkelse blant turister i Trysil kommune, i SITE-området eller Norge for å kartlegge kjennskap til og interesse for rovdyr. Hvilke typer rovdyropplevelser ønsker markedet seg? Informantene antok mange typiske rovdyrturister ikke ville ha forutsetningene for å forstå de negative sidene ved å leve i en rovdyrkommune. Hvordan ville turistene reagert om en guide belyste negative sider ved rovdyr? Vil det komme i konflikt med kundens forventninger av produktet? Slik noen av informantene selv påpekte, var holdningene blant tryslingene heterogene, men de negative hadde lett for å virke dominante. Selv om de fleste representantene var innbyggere i Trysil kommune, kan det være interessant å utføre en større kvantitativ undersøkelse blant tryslinger og innbyggere i Trysil og de andre SITE-kommunene, for å kartlegge de faktiske holdningene til rovdyrturisme. Det er etablert noen få bedrifter i Skandinavia som tilbyr rovdyrbaserte opplevelser. Hva er deres erfaringer med å starte og drive en rovdyrbedrift i praksis? Har disse bedriftene utført konfliktdempende tiltak, og med hvilken effekt?

6. Litteraturliste

- AS Fulufjellet Alpinsenter. (2017). *Fulufjellet*: AS Fulufjellet Alpinsenter. Tilgjengelig fra: <http://www.fulufjellet.no/> (lest 24.02.2017).
- Benjaminsen, T. A. & Svarstad, H. (2008). Understanding traditionalist opposition to modernization: narrative production in a Norwegian mountain conflict. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90 (1): 49-62.
- Berg, P. O. (2005). *Ulik respons på fraflytting og sentralisering* [Nettartikkel]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <http://ssb.no/befolkning/artikler-og-publikasjoner/ulik-respons-paa-fracflytting-og-sentralisering> (lest 12.05.2017).
- Bugge, H. C. (2015). *Lærebok i miljøforvaltningsrett*. 4 utg. Oslo: Universitetsforlaget.
- Bygdefolk for Rovdyr. (i.d.). *Bygdefolk for Rovdyr* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <http://www.bfrnorge.com/omoss.html> (lest 12.05.2017).
- Child, B. (2003). *Origins and Efficacy of Modern Community Based Natural Resources Management (CBNRM) Practices in the Southern African Region* [Artikkel i elektronisk form]: IUCN Publication. Tilgjengelig fra: http://cmsdata.iucn.org/downloads/cca_bchild.pdf (lest 11.06.2017).
- Destinasjon Trysil. (2017). *Norsk Elgfestival* [Hjemmeside]: Destinasjon Trysil. Tilgjengelig fra: <http://www.trysil.com/elgfest> (lest 03.05.2017).
- Destinasjon Trysil. (u.å.-a). *Bærekraft* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <http://www.trysil.no/barekraft> (lest 27.02.2017).
- Destinasjon Trysil. (u.å.-b). *Mye har skjedd på 50 år* [Hjemmeside]. Trysil: Destinasjon Trysil. Tilgjengelig fra: <http://www.trysil.no/no/50-ars-jubileum/historien> (lest 24.02.2017).

- Destinasjon Trysil. (u.å.-c). *Turistbua i Ljørdalen* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <http://www.trysil.com/no/A/Turistbua-i-Ljordalen/?tab=2> (lest 12.05.2017).
- Ednarsson, M. (2006). Attitudes towards large carnivores and carnivore tourism among tourism entrepreneurs in Sweden. *Journal of alpine research*, 94 (4): 58-67.
- Frank, J., Johansson, M. & Flykt, A. (2015). Public attitude towards the implementation of management actions aimed at reducing human fear of brown bears and wolves. *Wildlife Biology*, 21 (3): 122-130.
- Fredman, P. & Tyrväinen, P. (2010). Frontiers in Nature-Based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10 (3): 177-189.
- Goodwin, H., Johnston, G. & Warburton, C. (2000). Tourism & Carnivores: the challenge ahead: a WWF-UK report. *The WWF Campaign for Europe's Carnivores*.
- Hanen. (u.å.). *Norsk økoturisme* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <http://www.hanen.no/norsk-okoturisme> (lest 06.06.2017).
- Hedmark Bondelag. (u.å.). *Trysil-bønder markerte motstand mot Helgesen*: Bondelaget. Tilgjengelig fra: <https://www.bondelaget.no/rovdyr/trysil-bonder-markerte-motstand-mot-helgesen-article96883-7734.html> (lest 12.05.2017).
- Hemson, G., Maclennan, S., Mills, G., Johnson, P. & Macdonald, D. (2009). Community, lions, livestock and money: A spatial and social analysis of attitudes to wildlife and the conservation value of tourism in a human-carnivore conflict in Botswana. *Biological Conservation*, 142 (11): 2718-2725.
- Høgskolen i Innlandet. (2017). *Ulv i Norge pr. 15. februar 2017* [Rapport i elektronisk form]: Rovdata. Tilgjengelig fra: http://www.rovdata.no/Portals/Rovdata/Dokumenter/Rapporter/Forel%F8pige%20ulverapperter/uManedsrapp%202_15feb17_2.pdf.
- Innovasjon Norge. (2013). *Standard for Bærekraftig reisemål. Kriterier og indikatorer* [Dokument i elektronisk form]: Innovasjon Norge.

- Tilgjengelig fra:
<http://www.innovasjon norge.no/globalassets/reiseliv/standard-for-barekraftig-reisemal-versjon-1.10-131218.pdf> (lest 10.06.2017).
- Innovasjon Norge. (u.å.). *10 prinsipper for et bærekraftig reiseliv* [Nettside]: Innovasjon Norge. Tilgjengelig fra:
<http://www.innovasjon norge.no/no/reiseliv/Baerekraftig-reiseliv/Prinsipper-for-et-barekraftig-reiseliv/> (lest 01.05.2017).
- Klima- og miljødepartementet. (2016). *Ikke hjemmel for lisensfelling av ulv* [Hjemmesiden]: Regjeringen.no. Tilgjengelig fra:
<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/ikke-hjemmel-for-lisensfelling-av-ulv/id2524951/> (lest 12.05.2017).
- Lie, L.-E. (u.å.). *Lars-Erik Lie* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra:
<http://www.larseriklie.com/> (lest 12.05.2017).
- Linnell, J. D. C., Andersen, R., Andersone, Z., Balciauskas, L., Blanco, J. C., Boitani, L., Brainerd, S., Beitenmoser, U., Kojola, I., Liberg, O., et al. (2002). *The fear of wolves: A review of wolf attacks on humans* [Rapport i elektronisk form]. Trondheim: NINA and NIKU, Stiftelsen for naturforskning og kulturminneforskning (lest 11.06.2017).
- Lundberg, C. & Fredman, P. (2012). Success factors and constraints among nature-based tourism entrepreneurs. *Current issues in tourism*, 15 (7): 649-671.
- Miljødirektoratet. (2016). *Færre gauper kan jaktes i 2017* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra:
<http://www.miljodirektoratet.no/no/Nyheter/Nyheter/2016/Desember-2016/Farre-gauper-kan-jaktes-i-2017/> (lest 26.05.2017).
- miljøstatus.no. (2015). *Fredning av rovvilt* [Hjemmeside]: Miljødirektoratet. Tilgjengelig fra:
<http://www.miljostatus.no/tema/naturmangfold/arter/fredete-arter/fredning-av-rovvilt/> (lest 01.03.2017).
- miljøstatus.no. (2016). *Gaupe* [Hjemmeside]: Miljødirektoratet. Tilgjengelig fra: <http://www.miljostatus.no/Gaupe/> (lest 01.03.2017).

- Moren, S. & Lillevold, E. (1943). *Trysil. I: Trysil-boka: bidrag til bygdens historie*, s. VII, 759 s. [Trysil]: Trysilboknemnda.
- Mountain King's Sledehundkennel. (i.d.). *Mountain King's Sledehundkennel* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <http://hstrial-tbrten.homestead.com/index.html> (lest 12.05.2017).
- Newsome, D., Dowling, R. K. & Moore, S. A. (2005). *Wildlife tourism*. 1 utg. Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Norderhaug, O. M. (2014). *Trysil kommunes uttalelse til faggrunnlag for bestandsmål for ulv og ulvesonen* [Offentlig tilgjengelig korrespondanse]: Klima- og miljødepartementet, regjeringen.no. Tilgjengelig fra: https://www.regjeringen.no/contentassets/ab8ab23682c84581868c66c6211ce58e/trysil_kommune.pdf (lest 12.05.2017).
- NRK. (2008). *Rovviltgjerde intet hinder* [Nettavis]: Norsk Rikskringkasting. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/ho/rovviltgjerde-intet-hinder-1.6174096> (lest 12.05.2017).
- NRK. (2014a). *Bjørn skutt innenfor gjerdet* [Nettavis]: Norsk Rikskringkasting. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/ho/bjorn-skutt-i-trysil-1.11888876> (lest 12.05.2017).
- NRK. (2014b). *Ulver tok hunden Kompass hundre meter fra huset* [Nettavis]: Norsk Rikskringkasting. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/ho/ulver-tok-hund-rett-ved-huset-1.12085803> (lest 12.05.2017).
- NRK. (2017). *Får ikke felle nærgående ulv i Trysil* [Nettavis]: Norsk Rikskringkasting. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/ho/far-ikke-felle-naergaende-ulv-i-trysil-1.13388528> (lest 12.05.2017).
- Ramnefjell, G. (2017). *Elg, elg!* [Kommentar i nettavis]: Dagbladet. Tilgjengelig fra: <http://www.dagbladet.no/kultur/elg-elg/66591234> (lest 13.05.2017).
- Reynolds, P. C. & Braithwaite, D. (2001). Towards a conceptual framework for wildlife tourism. *Tourism Management*, 22 (1): 31-42.

- rovbase.no. (2017). *ROVBASE* [Hjemmeside]. Trondheim: Miljødirektoratet. Tilgjengelig fra: www.rovbase.no (lest 24.02.2017).
- rovdata.no. (2017). *Rovdata* [Hjemmeside]: Rovdata. Tilgjengelig fra: <http://www.rovdata.no> (lest 24.02.2017).
- rovviltportalen.no. (2017). *Rovviltportalen* [Hjemmeside]. Trondheim: Statens Naturoppsyn. Tilgjengelig fra: www.rovviltportalen.no (lest 24.02.2017).
- Scandinavian Mountains. (u.å.). *Scandinavian Mountains* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <http://scandinavianmountains.se/en/> (lest 12.05.2017).
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20 (2): 245-249.
- Silverman, D. (2014). *Interpreting Qualitative Data*. 5. utg. London (Thousand Oaks, New Delhi, Singapore): SAGE Publications Ltd.
- SITE Destination. (u.å.). *SITE Destination* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <http://www.sitedestination.com/sv/> (lest 26.05.2017).
- Skogen, K., Krange, O. & Figari, H. (2013). *Ulvekonflikter- En sosiologisk studie*. 1 utg. Oslo: Akademika forlag.
- Skuland, S. & Skogen, K. (2009). Rovdyr og landskap. Rovdyras plass i ulike landskapsforståelser. *NINA Rapport 491*. Oslo: Norsk insititutt for naturforskning. 54 s.
- SSB. (2004). *Fra skuddpremier til fredning og irregulær avgang* [Publikasjon i elektronisk form]: Statistisk Sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/a/histstat/artikler/rovdyr/art-2004-05-05-01.html> (lest 22.02.2017).
- SSB. (2015). *Produktivt skogareal fordelt på fylker og størrelsesklasser* [Statistiske data]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/276976/produktivt-skogareal-etter-fylke-og-storrelsesklasse-i-dekar> (lest 07.06.2017).
- SSB. (2016a). *Befolkning og areal i tettsteder, 1. januar 2016* [Statistiske data]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/beftett/aar/2016->

- 12-06?fane=tabell&sort=nummer&tabell=286024 (lest 24.02.2017).
- SSB. (2016b). *Registrert avgang av store rovdyr, 2015/2016* [Statistiske data]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://ssb.no/jord-skog-jakt-og-fiskeri/statistikker/rovdyravg/aar/2016-08-30#content> (lest 11.05.2016).
- SSB. (2017a). *Elgjakt, 2016/2017, foreløpige tall* [Statistiske data]: Statistisk Sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://ssb.no/jord-skog-jakt-og-fiskeri/statistikker/elgjakt/aar> (lest 04.05.2017).
- SSB. (2017b). *Jord, skog, jakt og fiskeri* [Statistiske data]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/jord-skog-jakt-og-fiskeri> (lest 12.05.2017).
- SSB. (2017c). *Kommunefakta Trysil* [Statistiske data]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/kommunefakta/trysil> (lest 24.02.2017).
- SSB. (2017d). *Nesten alle hytter på norske hender* [Statistiske data]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/artikler-og-publikasjoner/nesten-alle-hytter-pa-norske-hender> (lest 04.05.2017).
- SSB. (2017e). *Statistikkbanken* [Statistiske data]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken> (lest 12.05.2017).
- SSB. (u.å.-a). *355 Felte rovdyr. Årsgjennomsnitt* [Statistiske data]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://ssb.no/a/aarbok/tab/tab-355.html> (lest 11.05.2017).
- SSB. (u.å.-b). *Rovdyr skutt. 1846-2003* [Statistiske data]: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: http://ssb.no/a/kortnavn/hist_tab/tab-2000-10-18-01.html (lest 11.05.2017).
- Statistikknett. (2017). *Statistikknett Reiseliv* [Statistiske data]: Regio AS. Tilgjengelig fra: <http://www.statistikknett.no/> (lest 24.02.2017).
- Steinset, T. A. (2015). *Nye tider for skogeigaren* [Artikkel i elektronisk form]. Samfunnsspeilet, 4/2015: Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/jord-skog-jakt-og->

- fiskeri/artikler-og-publikasjoner/nye-tider-for-skog eigaren (lest 12.05.2017).
- Store Norske Leksikon. (2016). *Trysil*: Store Norske Leksikon. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/Trysil> (lest 24.02.2017).
- Trouwborst, A., Fleurke, F. M. & Linnell, J. D. C. (2017). Norway's Wolf Policy and the Bern Convention on European Wildlife: Avoiding the "Manifestly Absurd". *Journal of International Wildlife Law & Policy*, 20 (2): 11 s. Artikkelen er godtatt for fremtidig publisering (7. februar 2017).
- Trysil kommune. (u.å.). *Landbruk* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <http://www.trysil.kommune.no/tema/arbeid-og-naering/landbruk/Sider/side.aspx> (lest 07.06.2017).
- UNWTO. (2001). *Global Code of Ethics for Tourism* [Brosjyre publisert i elektronisk form]: UNEP og UNWTO. Tilgjengelig fra: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglob.alcodeen.pdf> (lest 11.06.2017).
- UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable, A Guide for Policy Makers* [Rapport i elektronisk form]: UNWTO og UNEP. Tilgjengelig fra: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf> (lest 11.06.2017).
- Visit Norway. (u.å.). *Visit Norway - Powered by nature* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <https://www.visitnorway.com/> (lest 26.05.2017).
- Your Norwegian Nature. (u.å.). *Your Norwegian Nature* [Hjemmeside]. Tilgjengelig fra: <http://www.ynn.no/> (lest 05.12.2016).
- Østlendingen. (2008). *Rovviltsenteret avvikles* [Nettavis]. Tilgjengelig fra: <https://www.ostlendingen.no/trysil-engerdal/rovviltsenteret-avvikles/s/2-2.2757-1.4591036> (lest 12.05.2017).
- Østlendingen. (2011). *Planlegger ulvesafari* [Nettavis]. Tilgjengelig fra: <http://www.ostlendingen.no/nyheter/rovdyr/trysil-engerdal/planlegger-ulvesafari/s/2-2.2757-1.6416443> (lest 05.12.2016).
- Østlendingen. (2014). *Trysil kommune har flere hytter enn hus* [Nettavis]: Østlendingen. Tilgjengelig fra:

<https://www.ostlendingen.no/trysil-engerdal/trysil-engerdal/trysil-kommune-har-flere-hytter-enn-hus/s/2-2.2757-1.8384178> (lest 24.02.2017).

Østlendingen. (2015). *Kuvending fra Fylkesmannen, fellingstillatelse på ulv i Flendalen likevel* [Nettavis]: Østlendingen. Tilgjengelig fra: <https://www.ostlendingen.no/rovdyr/trysil-og-engerdal/nyheter/kuvending-fra-fylkes-mannen-fellingstillatelse-pa-ulv-i-flendalen-likevel/s/5-69-110842> (lest 12.05.2017).

Vedlegg I

1. Grunnleggende informasjon som må på plass. Oppvarming/small talk.

Om bedriften

-Hva heter du?

-Hva heter bedriften?

-Hvilken rolle har du i bedriften?

-Når begynte du å jobbe i bedriften/når ble bedriften opprettet/når ble avdelinga i Trysil opprettet?

-Hva gjør bedriften?

-Hvor mange ansatte har bedriften? I årsverk?

2. Om deltakeren

-Hvor er du født og oppvokst?

-Evt. Hvorfor flyttet du til Trysil?

-Har du bodd i området hele livet?

-Har du familie her?

3. Som reiselivsansatt

-Hva ser du for deg når jeg sier rovdyrturisme? Hva tror du det kan innebære?

-Kjenner du til noen rovdyropplevelser, i Norge, Norden, eller andre steder?

-Hva slags kunder tror du er interessert i rovdyrturisme?

(Evt. etterpå komme med eksempler på rovdyrturisme. Sportegn, hyl, fotohytter, kunnskapsformidling. Komme med en definisjon på rovdyrturisme.)

-Har noen av dine besøkende noen gang snakket om rovdyr?

-Har du noen gang hørt om andre i bygda som har snakket om rovdyrsturisme?

4. Tanker om muligheter og hindringer

Nå kommer jeg til å stille noen spørsmål som går på din vurdering av rovdyrsturisme og muligheter og hindringer for det. Smått og stort, alt som kunne støttet eller som gjør at man ikke burde. Med tanke på hvordan vi nå har definert rovdyrsturisme

-(Styrker) Hva ser du for deg at trengs av en bedrift som vil starte med rovdyrsturisme. Hvilke styrker må en slik bedrift ha?

-(Muligheter) Hvordan tror du markedet er?

-(Muligheter og trusler) Hvordan tror du andre tryslinger og bedrifter ville reagert hvis en bedrift valgte å satse på rovdyrsturisme?

-(Muligheter og trusler) Hvordan tror du de hadde reagert om de som gjorde en slik satsning var lokale tryslinger selv eller om de var innflyttere?

-(Svakheter) Basert på alt dette, hvilke egenskaper i en bedrift tror du ville ført til at de ikke lykkes?

-Er det noe mer du kommer på av muligheter og hindringer til rovdyrsturisme?

-Hva ville din holdning til rovdyrsturisme vært om deler av inntekta hadde gått til lokalsamfunnet? For eksempel hvis det hadde blitt brukt til å bedre infrastruktur, offentlige bygg etc.?

5. Avslutning

-Er det noe du synes jeg ikke har spurt om? Noe du vil si?

-Noe mer?

-Har du forslag til andre jeg burde kontakte for et intervju?

Si takk og gi dem en gave!

Sitt og snakk litt etter intervjuet. Hvis noe interessant kommer opp, så spør til slutt om du kan bruke den informasjonen også, selv om intervjuet var offisielt over. Notér, ikke lydbånd.

Eventuelle oppfølgingsspørsmål som kan bli relevante og som jeg kan forberede meg på om det trengs.

-Hvor plasserer du deg personlig i rovdyrdebatten?

-Hvorfor?

-Har du selv noe direkte erfaring med rovdyr?

-Hvorfor flyttet du til Trysil



Norges miljø- og biovitenskapelig universitet
Noregs miljø- og biovitenskapelige universitet
Norwegian University of Life Sciences

Postboks 5003
NO-1432 Ås
Norway