

Rig på Natur! – ideer i et RURAGRI projekt

Med dette oplæg vil vi gerne belyse, hvordan man ved hjælp af oplevelsesøkonomi og forretningsstrategier kan gå nye veje i landdistriktudvikling og skabe vækst uden øget resurseforbrug. Samtidig kan det i sin yderste konsekvens være med til at sætte en ny dagsorden for landbruget, der ikke blot fungerer som producenter, men som forvaltere af vores fælles resurser i naturen både som landbrug og til rekreative formål.

Indhold

Naturparker som forretningscentre for bæredygtig landdistriktudvikling	1
Værdiinnovation i naturturismen	3
Værdi-innovation og bæredygtig transport i naturparker	4
Værdi-innovation i landsbyudviklingen	4
Foreløbig projektorganisation	5

Naturparker som forretningscentre for bæredygtig landdistriktudvikling

Formålet med dette RURAGRI projekt er at forvandle de højt besungne naturværdier i europæiske naturparker til håndgribelige økonomiske værdier til gavn for landbrug, erhverv, turisme og bosætning. Projektet tager udgangspunkt i naturparkerne og den værdi, som de repræsenterer på det oplevelsesmæssige plan, en værdi, der i dag ikke bliver afspejlet i nogen særlige former for økonomi – tvært imod opfatter folk, at naturen er noget, som skal være gratis!

Der er heldigvis en voksende forståelse for naturens betydning og vigtigheden af at bevare vores dyre- og plantearter, vores biodiversitet. Det vil vi synliggøre, så de virksomheder og landbrug, der ligger i og omkring naturparkerne og tilgodeser miljøet og biodiversiteten, får markedsført denne indsats sammen med deres varer. Det vil betyde, at folk kan vælge at betale mere for disse varer, der vil blive forsynet med et logo som synliggør, at virksomheden bidrager til bæredygtighed.

Men vi vil ikke nøjes med et logo, vi vil også skabe direkte sammenhæng mellem producenten eller naturparken og den vare, forbrugeren køber, ved hjælp af moderne formidlingsteknologi. Ved hjælp af QR koder kan man med en smartphone eller tablet computer få vist en video direkte fra den naturpark eller det landbrug, som har leveret varen. Derved får kunderne en direkte oplevelse af, hvad det er, de støtter ved at købe varen.

Man kan også knytte en anden form for formidling, måske i form af tegnefilm, som kan skifte hver uge, og som derved yderligere kan tilføre produktet en oplevelsesværdi. Den vil skabe præference hos forbrugeren og øge oplevelsen af produktets værdi.

Samtidig er det også vigtigt, at den biodiversitet, som man støtter gennem sit køb, og som der arbejdes på at etablere eller vedligeholde i naturparken, er i overensstemmelse med de mål og rammer, som ligger i f.eks. Natura 2000 planer eller i Europarcs charter for bæredygtighed, hvor man forpligter sig til at arbejde ud fra nogen bestemte mål. For at kunne måle og monitorere denne biodiversitet og konstatere, at der rent faktisk sker en forbedring af biodiversiteten, vil vi arbejde med frivillighed. Der er mange lokale naturinteresserede og organisationer, som kan bidrage med at gå ud og tælle dyr og planter og på den måde være med til at

Rig på natur! – ideer i et RURAGRI projekt

dokumentere, at der sker en forbedring af områdets biodiversitet. Det kan de gøre ved at rapportere deres resultater til forskere, som arbejder med at kortlægge biodiversiteten i området. De kan også tage et videokamera med og lave optagelser, der dels kan dokumentere deres observationer, dels kan bruges i markedsføringen af naturparken og dens virksomheder.

På den måde kan man skabe en alliance mellem naturelskere og landmænd, fordi begge parter vil arbejde for den samme sag: biodiversitet. Landmanden vil derigennem få mere for sine produkter, og han vil derfor kunne se en direkte økonomisk fordel ved at arbejde for biodiversiteten. Naturelskerne kan se, at deres indsats nyttede gennem forskning og desuden var med til at markedsføre området.

Det kan så lede til øget turisme gennem en bedre opfattelse af naturområdet i den brede befolkning, som vil have en positiv afsmitning på aktiv naturturisme og bosætning.

Derved vil projektet også adressere nogle af de politiske konflikter mellem de naturorganisationer, der står meget stejlt på at national- og naturparker skal være områder, der er præget af særlige regler for naturbeskyttelse, og landmænd, der er bange for, at der bliver indført restriktioner på tværs af deres rent dyrkningsmæssige interesser. Her vil vi prøve at vende bøtten, så landmanden får en økonomisk fordel, og det derved bliver attraktivt for landmænd at dyrke deres afgrøder i naturparken. I den forbindelse er det vigtigt at sige, at det ikke er et krav, at dyrkningen skal leve op til egentlige økologiske standarder; det kan være et fuldstændigt konventionelt landbrug, så længe der bare på bedriften tages nogle hensyn til biodiversiteten, så der arbejdes for at forbedre vilkårene for vilde dyr og planter andre steder i området. Man kan f.eks. tage hensyn ved at anvende en bæredygtig gødning og sprøjtning, så man kun gør det mest nødvendige.

Det betyder desuden, at landmanden både kan sænke sine omkostninger ved driften, f.eks. også ved at tage urentable områder, der kun dyrkes for at få arealtilskud, ud af drift, og anvende det til barjordstriber eller lignende, som stadig indbringer landbrugsstøtte. Når man samtidig får markedsført sine produkter som naturvenlige, får de en højere værdi både for kunden og for landmanden, samtidig med at man altså sænker omkostningerne ved driften. Derved har vi brugt værdi-innovation som strategi for landbrugsdriften.

Værdi-innovation – kernen i Blue Ocean strategien

I "Blue Ocean Strategy"¹ defineres begrebet værdi-innovation som kernen i strategien, som vist i fig. 1.

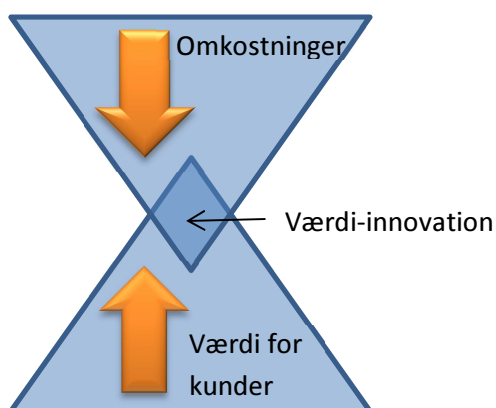


Fig. 1, Princippet for værdifornyelse i Blue Ocean strategien

Denne strategi er resultatet af en analyse, der peger på den som den ideelle vej til at opnå et konkurrencefrit marked, men den kan også ses som en del af et svar på de globale udfordringer, vi nu står i. Europa har kæmpet med en stædig økonomisk krise i fem år. Flere og flere mennesker taler om dette dødvande som

¹ W. Chan Kim & Renée Mauborgne, Blue ocean strategy - De nye vinderstrategier, 2005 ISBN 87-7664-045-0

Rig på natur! – ideer i et RURAGRI projekt

den ene side af en global systemisk krise, hvor de finansielle problemer spiller en selvforstærkende rolle sammen med klimakrise, olie og ressource krise, fødevarerkrise osv. - En systemisk krise, som ikke kan løses inden for rammerne af traditionel økonomisk tænkning.

Siden 1950'erne har de industrialiserede lande oplevet et vedvarende fald i vækstraterne fra 5,4 % i 60'erne til 1,4 % i 2000-2010². Der er derfor behov for en proces, der fører i retning af et nyt økonomisk system, der kan udfolde sig inden for de grænser, som vores planet sætter. Vi peger i den forbindelse på værdi-innovation som en genvej til bæredygtighed, og som en særlig velegnet strategi i forhold til udvikling i land-distrikterne, herunder i første omgang i udvikling af bæredygtig landbrugsdrift og naturturisme.

Flere eksempler på anvendelse af værdi-innovation

Værdiinnovation i naturturismen

Synliggørelse og skabelse af præferencer hos publikum i naturparker er ikke let. Og der er masser af naturområder rundt omkring i Europa og i Danmark. Så opgaven er at få synliggørelse og bæredygtighed til at gå hånd i hånd, så der skabes præferencer hos et større publikum – ikke kun ornitologer, botanikere og sommerfuglejægere, der allerede kender området og benytter sig af det. Og få udnyttet deres viden og forkærlighed for naturparken.

I et andet EU projekt under CIP rammen introduceres en løsning, der skaber ansatsen til en vedvarende bæredygtig formidlingsstrategi. I dette projekt anvendes edutainment³ i form af et brætspil, der kan spilles med brug af smartphones, som via QR-koder giver adgang til applikationer (apps), der bl.a. indeholder video og muligheder for interaktion. Disse QR-koder kan tillige anbringes skjult eller synligt i naturparken og derved understøtte de fysiske oplevelser i selve naturparken. Derved implementeres værdi-innovation i Naturpark Spillet på følgende måder:

- Synliggørelse sker i vid udstrækning i form af egentlig oplysningsvirksomhed, dvs. naturvejledning i spillet, der også kan bruges på guidede ture.
- Synliggørelsen inddrager brugerne fysisk ved besøg i naturparken og virtuelt via artikler på hjemmesiden og øvrige sociale medier.
- Der tiltrækkes turister, der ønsker at opleve f.eks. fugle- og dyreliv i naturparken på alle tider af året, fugle på træk i forårs- og efterårsmåneder, fotografering af fugle i vinterlandskabet, hvor der ikke er blade på træerne, kulinariske rejser til traditionelle danske højtider, osv.
- Der arbejdes med at oprette netværk omkring en hjemmeside, der formidler nyheder, samt etablering af positive relationer til allerede eksisterende netværk, som er interesserede i de emner og temaer, spillet arbejder med.

² Den økonomiske vækst er en undtagelse, <http://www.information.dk/311679>

³ Edutainment er et engelsk låneord og sammensat af education og entertainment. Netop uddannelsesaspektet er centralt i forståelsen af edutainment, da formålet med uddannelse er at sætte et individ i stand til at forvalte informationer. ... Edutainment kan opfattes som et læringsmateriale, der rummer underholdning, men det kan også vendes rundt, så det defineres som et underholdningsprogram, man kan lære noget af. (Edutainment og computerspil i et læringsteoretisk perspektiv, Jannik Gorm Hansen, Speciale, maj 2004).

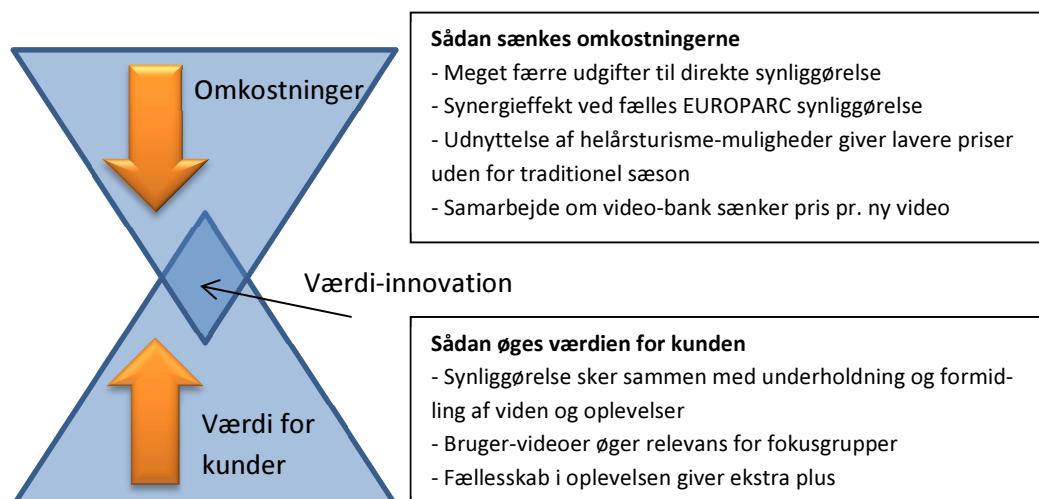


Fig. 2, Sådan skabes værdiinnovation i forhold til traditionel synliggørelse af naturparker.

Men også i udviklingen af infrastruktur og bosætningsmuligheder kan værdi-innovation anvendes som udviklings princip for en grøn udvikling, der øger biodiversitet og oplevelsesmuligheder.

Værdi-innovation og bæredygtig transport i naturparker

Et andet oplagt strategisk samarbejde ses omkring tilrettelæggelse af individuelle oplevelsesture i naturparker. Bæredygtig, lydløs transport er en ekstra vigtig faktor, når naturoplevelsen er i fokus, og såfremt man ikke cykler er en el-bil en oplagt mulighed. En mindre bilpark, der kan lejes ud til endagsture om sommeren og fungere som delebiler for den lokale befolkning om vinteren.

El-biler fås i både åbne og lukkede udgaver, og begge vil kunne tilbyde næsten lydløs og forureningsfri transport rundt i og omkring naturparker, hvor der kan være opstillet ladestationer på strategiske holdepladser. Færdige turpakker med picnicurver og tablets med guider og information kan være ekstra tilkøbsmuligheder for turisterne i naturparken. Igen bliver oplevelsesøkonomien udgangspunkt for en værdi-innovation, der her muliggør bæredygtig transport. Dette er illustreret i figur 3.

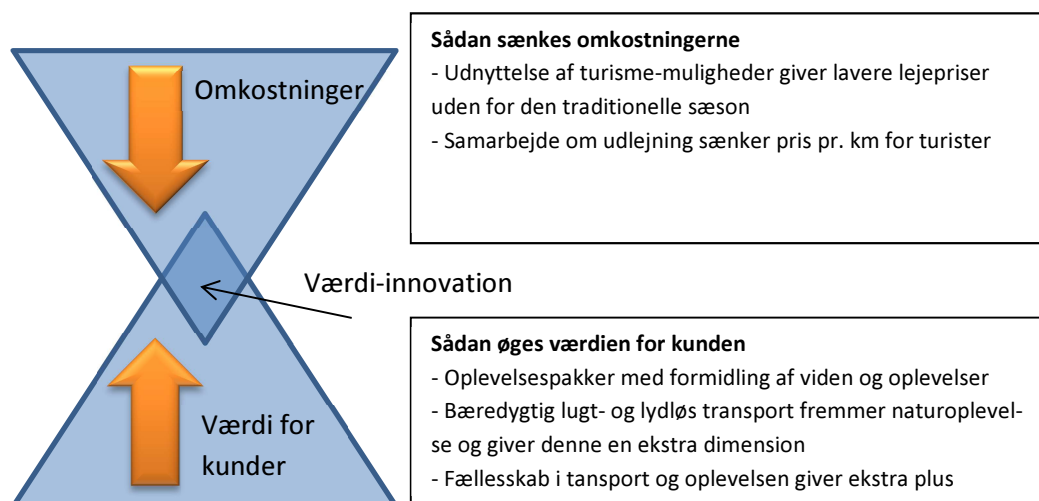


Fig. 3, Værdi-innovation om grøn transport i naturparker

Værdi-innovation i landsbyudviklingen

På samme måde kan værdi-innovation anvendes ved udvikling af landsbyer. Mange huse i danske naturparker ligger som små parcelhuse langs en vej med landbrugsjord på én eller flere sider af grunden. Men dele af

Rig på natur! – ideer i et RURAGRI projekt

landbrugsjorden rundt om landbyerne kan blive et naturpark-lignende område. Det vil fremme biodiversiteten i området og skabe en tydeligere profil af naturpark, som både turister og fastboende vil nyde godt af. Et fællesareal vil sænke omkostningerne for at udvide arealet omkring huset og give husejerne nye fordele:

- Plads til natur og friluftsliv
- Mulighed for niche-præget landbrugsproduktion
- Landsbyens beliggenhed i naturparken bliver tydelig
- En rekreativ oase, som øger husenes værdi

Naturzonen rundt om landsbyen kan lægges sådan, at det bliver nemmere for de store landbrugsmaskiner at komme rundt på marken uden at skulle zigzagge mellem husene. For landmanden betyder det, at han kan sænke driftsomkostningerne og ved at forpagte eller sælge et stykke jord, opnå bedre fortjeneste end ved dyrkning. Altså værdi-innovation for begge parter.

Foreløbig projektorganisation

Ovenstående beskriver de udviklingsmæssige muligheder i forskningsprojektet, som vi forventer at kunne sætte sådan sammen, at projektet foruden de bevilgede RURAGRI midler til forskning vil kunne søge støtte til implementering af flere initiativer, der bygger på den samme analyse og fremgangsmåde. Erfaringer fra Nordecos arbejde med udvikling af en strategi for bæredygtig turisme for Naturpark Maribosøerne 2012-16 er et godt eksempel på, hvordan forskning og udvikling kan gå hånd i hånd.

Forskningsinstitutter

Invio

Invio - Innovationsnetværk for Vidensbaseret oplevelsesøkonomi - styrker forskning i oplevelsesøkonomi gennem bl.a. videndeling og samspil mellem virksomheder og videninstitutioner. På denne måde styrkes virksomhedernes evne til udvikling og innovation, så det i sidste ende skaber vækst i erhvervslivet. Invio fokuserer på seks områder:

- IT-baserede oplevelser
- Mobile oplevelser
- Business turisme
- By-og erfaring landskaber
- Bruger-erfaringer i social-og sundhedssektoren
- Fra jord til bord

Invio partnerne er RUC, Teknologisk Institut, Ålborg Universitet og CKO (Center for Kultur-og Oplevelsesøkonomi).

ENSPAC

Institut for Miljø, Samfund og Rumlig Forandring, RUC, bedriver forskning og uddannelse i emner nærtstående til interaktioner mellem mennesker og deres miljømæssige, samfundsmæssige og rumlige betingelser. Vi tager en holistisk tilgang til løsningen af komplekse miljømæssige og samfundsmæssige problemer.

Projektledelse

Projektledelse vil blive foretaget af to partnere:

Rig på natur! – ideer i et RURAGRI projekt

Nordeco

Nordisk agentur for udvikling og økologi (NORDECO) er en miljø- og udvikling rådgivningsvirksomhed ejet af den almennyttige Nordisk Fond for Miljø og Udvikling. De udmærker sig på følgende områder:

- De er fuldt ud ejet af en almennyttig fond
- Deres færdigheder kombinerer samfundsvidenskab og naturvidenskab
- De fokuserer på at levere kvalitet forskning og tjenester, der har indvirkning
- Deres løsninger er udviklet i tæt samarbejde med de lokale befolkninger
- De betragter samfund, kultur og miljø som en integreret helhed
- De arbejder med alle typer af interessenter på alle niveauer - fra globalt samarbejde gennem national politik til lokalsamfundene

Desuden vil Nordeco kunne anvende resultater fra deres forskning i bæredygtig miljøstyring blandt oprindelige folk for at opnå værdi-innovation i samarbejde med lokale organisationer, virksomheder eller enkeltpersoner, der er forpligtet til at arbejde med overvågning af den lokale biodiversitet på en måde der kan sammenlignes med den måde, CO₂ assimilation overvåges af lokalbefolkningen i tredje verdens lande.

EUROPARC Consulting

EUROPARC Consulting GmbH er konsulentdelen af EUROPARC Federation, en paraplyorganisation for Europas beskyttede områder. De er specialister i politik og praksis i beskyttede områders ledelse og er i en unik position til at yde rådgivning, uddannelse og ekspertise, idet de udelukkende anvender eksperter med førstehåndserfaring. EUROPARC Federation består af omkring 500 beskyttede områder, statslige afdelinger, ngo'er og virksomheder i 39 lande, der arbejder på at forvalte de grønne juveler i Europas naturlige og kulturelle arv fra bjergene til kysterne.

EUROPARC Consulting er også ansvarlig for at tilrettelægge projektets kommunikationsplatform fra starten, så en kommunikationsstrategi bliver en integreret del af projektet.

Projektpartnere

Projektet vil invitere naturparker, små og mellemstore virksomheder og statslige og lokale myndigheder i Danmark, Letland og Litauen til at deltage i projektet. Med EUROPARC Consulting som et tysk baseret projekt koordinator vil dette opfylde kravene til antallet af deltagende lande. EUROPARC Consulting vil være en fremragende platform til formidling af projektets resultater til andre europæiske naturparker.

Fra et projektforslag i EU CIP-program til fremme naturparker gennem edutainment, der i øjeblikket er ved at blive evalueret af EU-Kommissionen, kan følgende projektpartnere blive indbudt:

- Baltic Country Holidays, Letland
- Kemer National Park, Litauen
- Grazute Regional Park, Litauen
- Outdoor Gateway Hejrede Friluftsgård, Danmark

Med disse kontakter har vi en god platform til en projektorganisation, der vil opfylde kravene i RURAGRIs indkaldelse af ansøgninger om transnational forskning, der forbinder landbrugs-, landdistrikt- og bæredygtige udviklingsaspekter, og som vil kunne realisere projektets formål.

Naturpark Maribosøerne d. 19. november 2012

Troels Lyndelse, koordinator
Blue Sky Innovation/Nordeco