

Til Nærings- og fiskeridepartementet
Referansenr.:

Dato: 30/06/2026

HØRINGSINNSPILL

Innspill til handlingsplan for bærekraftig reiseliv

Norsk Bonde- og Småbrukarlag takker for muligheten til å gi innspill til regjeringas handlingsplan for bærekraftig reiseliv. Det er avgjørende at denne handlingsplanen både ivaretar og beskytter jordbrukets interesse i møte med økende turisme og friluftsliv, samtidig som jordbruket og norsk matproduksjon vil være en viktig del av reiselivet fremover.

I 2022 uttalte daværende generalsekretær i Den norske turistforening (DNT), Terje Klarp Solvang, at «landbruket er avgjørende for at landet vårt skal være interessant å besøke»¹. Reiselivsdestinasjonen Norge og landskapet som selges til norske og utenlandske turister, er et resultat av tusenvis av år med slått, beitebruk og matproduksjon. Jordbrukets kulturlandskap er en viktig del av vår historie, kultur og tradisjon, og et aktivt beitebruk i hele landet er avgjørende for å ivareta det landskapet som både lokalbefolkningen og turistene holder kjært. I arbeidet med handlingsplan for bærekraftig reiseliv er det viktig at jordbruket og beitebrukernes interesser ivaretas og styrkes, samtidig som det tilrettelegges for å styrke koblingen mellom norsk matproduksjon og reiseliv.

Oppsummering av tiltak

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hvordan bidra til godt samspill mellom et reiseliv i vekst og gode lokalsamfunn? | <ul style="list-style-type: none">• Forskriftsfeste informasjonsplikt om beiterett i områder hvor det bygges ut eller selges hytter, inkludert hvilke plikter (som eksempelvis gjerding) dette påfører hytteeier.• Tydeliggjøre regelverk og sikre god informasjon om gjeldende lover knyttet til gjerding, beitebruk, ferdsel i utmark mm. for reiselivsaktører.• Vurdere oppdatering av forskrifter, veiledere og annet regelverk for å håndtere utfordringen med utenlandske reiselivsaktører.• Kommune, Statsforvalter, reiselivsaktører og beitebrukere/landbruksorganisasjonene må i fellesskap sikre god informasjon til turister og turgåere om beitedyr, båndtvang og andre regler. |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

¹ <https://www.bondebladet.no/mener-landbruket-er-helt-avgjorende-for-reiselivet/f/5-150-16245>

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Sikre god dialog og samarbeid mellom beitebrukere og grunneiere, forvaltningen, og reiselivsaktører som DNT mm., gjennom å legge til rette for lokale nettverk og dialogforum. Det bør vurderes å opprette et nasjonalt dialogforum hvor disse partene er representert, for å i fellesskap arbeide med mulige konfliktsituasjoner. • Pålegge medvirkning av beitebrukere og andre berørte parter i saker hvor det skal settes opp naturstier, gapahuker og lignende i beiteområder. • Sikre at beitebrukernes interesser og rettigheter vektlegges tungt i saker hvor beitebruk og turisme/friluftsliv er i konflikt. |
| <p>Hvordan kan vi sammen sikre en ansvarlig og balansert vekst?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Styrke regionale matfestivaler, gjennom økte tildelinger, bedre samhandling, tilrettelegging for samarbeid, og utvikle matfestivalene som arealer for nettverksbygging mellom lokale matprodusenter, og mellom produsenter og reiselivsaktører. • Oppfordre kommunene til å utarbeide egne strategier for mat- og måltidsbasert reiseliv, gjerne i samarbeid med andre kommuner i samme region. • Styrke arbeidet med mat- og reiselivsregioner, og igangsette prosjekter over hele landet for å identifisere og synliggjøre regionale matkulturer, tradisjoner og råvarer som en del av et reiselivstilbud. • Ansvarliggjøre kommunene for å informere friluftsliv- og reiselivsaktører og turister om gjeldende regelverk, og sørge for tydelig skilting der dette er nødvendig. • Ansvarliggjøre reiselivsaktører i møte med beitebrukere og grunneiere, med krav om medvirkning i utvikling av friluftsliv- og reiselivstilbud som kan være inngripende for landbruket og beiteretten. |
| <p>Hvordan legge til rette for økt lønnsomhet og helårige arbeidsplasser i reiselivet?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Tilrettelegge for gårdsturisme og besøkssetre, gjennom styrket kompetanse om gårdsbaserte reiselivsopplevelser i tilbudet til <i>Kompetansenettverkene for lokalmat</i> og gjennom økonomiske støtteordninger i <i>Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping</i>. • Åpne for markedsføring av reiselivsbaserte opplevelser innen lokalmat og -drikke, inkludert alkoholholdig drikke. Dette må sees i sammenheng med nytt regelverk for gårdssalg av alkoholholdig drikke. • Styrke de mat- og landbruksfaglige utdanningene, og tilrettelegge for at kunnskap om lokale råvarer og måltidsbasert reiseliv er en del av opplæringen. |

| | |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none">• Synliggjøre norske råvarer, matkultur og restauranter som en del av Visit Norway sitt arbeid, inkludert egne kampanjer rettet mot norske turister.• Inkludere norske råvarer og matkultur som en naturlig del av andre reiselivsaktiviteter og arenaer: lokalmat på DNT-hytter, lokale råvarer på hoteller, reiselivsopplevelser sentrert rundt norsk mat og norske råvarer, og markedsføring av matklyngene og matreiserutene. |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Landbruk og reiseliv: Matdestinasjonen Norge

Norsk mat er i verdensklasse. Den norske lokalmatproduksjonen er tuftet på lange tradisjoner og dyktig håndverk, og er viktig for reiseliv, turisme og verdiskaping i bygdene. Tidligere var det for mange utenkelig å ha norsk ost på ostefatet en lørdagskveld, men de siste årene har norsk ost hevdet seg i verdensklasse og i dag finnes det over 80 norske osteprodusenter som produserer over 300 forskjellige oster. Norsk sider er anerkjent internasjonalt, og flere norske produsenter har vunnet priser for sine produkter.

Lokalmatprodusenter er innovative, utnytter gårdens ressursgrunnlag og skaper arbeidsplasser i distriktet. Produsentene ivaretar tradisjoner og bygger den norske matkulturen. Lokal mat og drikke er viktig for verdiskaping, bosetting, bygdeutvikling og næringsutvikling – og en avgjørende brikke i en satsing på bærekraftig reiseliv.

For utenlandske turister er mat en lavterskel introduksjon til en del av norsk kultur. Fra 2024 til 2025 økte andelen turister som vil ha matopplevelser fra 36 til 43 prosent. Særlig interessen for å oppleve spesielle retter eller restauranter har økt, og generelt er interessant størst for å oppleve matkulturen. I gjennomsnitt bruker denne gruppen med turister i overkant av 2000 kroner per reisedøgn i Norge.

83 prosent av norske turister og 80 prosent av utenlandske turister er svært fornøyd eller litt fornøyd med maten på restauranter og spisesteder, mens 15 prosent av utenlandske turister anser matopplevelser til å være ikke relevant for reisen sin til Norge. Dette er en positiv utvikling fra 2024 hvor andelen var 19 prosent.

Lokalmatprodusenter ivaretar mattradisjoner og mathåndverk – og gjør dem tilgjengelige som reiselivsopplevelser. Om det er å levere fantastiske råvarer til hoteller, restauranter eller andre aktører, eller ved å selv være en destinasjon for turister gjennom gårdsutsalg, gårdsturisme eller annen aktivitet i tilknytning til gårdsbruket eller produksjonen, er potensialet for å videreutvikle koblingen mellom jordbruk, norsk matproduksjon og reiselivet enorm. Turistundersøkelsen 2025 viser blant annet at det er et stort potensial i å øke tilgangen på attraktive lokale produkter som matvarer. **Ved å tilrettelegge for bedre tilgang til dagligvare som marked for**

lokalmatprodusenter, vil det også tilgjengeliggjøre lokale produkter for turister. Det må legges til rette for bedre samarbeid mellom lokalmatprodusenter og reiselivsaktører. Norske råvarer og norsk matkultur bør inngå som en naturlig del av et øvrig reiselivstilbud, som å servere lokalmat på hoteller og DNT-hytter, eller reiselivsopplevelser bygget opp rundt matkultur og –tradisjon. Dette vil gi et mer helhetlig reiselivstilbud og gi merverdi både for jordbruket, reiselivsaktørene og for kommunene gjennom å synliggjøre særegenheter i de ulike regionene.

De regionale matfestivalene er i seg selv en destinasjon for turister, men er også en arena for samarbeid og nettverksutvikling mellom produsenter utenom selve festivalen. **Det bør derfor satses ytterligere på regionale matfestivaler.** Å tilrettelegge for flere matnettverk og regionale matfestivaler vil kunne styrke eksisterende produsenter og legge til rette for kunnskapsutveksling og kompetansebygging, samt stimulere til mer mangfold og innovasjon. **Et tiltak for å bidra til mer produsentsamarbeid, kan være å opprette en ordning for dette gjennom *Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping.*** At produsenter går sammen om å skape lokale matnettverk med felles markedsføring vil være positivt både for Norge som matdestinasjon, men også for å nå regjeringas mål om 25 mrd. i omsetning av lokalmat og -drikke innen 2035. Gode eksempler på dette er Siderklynga i Hardanger, bøndene i Undredal eller Ostebygda Hol.

Matdestinasjonen Norge er bygget på gode råvarer og en synlig matkultur fra jord til bord. Reiselivet er ikke bare avhengig av bonden og råvarene hen produserer, men også av kokkene som formidlere av matkultur og tradisjoner. Årets tildeling av Michelin-stjerner til blant annet Heidi Bjerkan på Credo og Halvar Ellingsen på Kvitnes gård, er et tydelig eksempel på rollen kokkene spiller i å bygge kunnskap om norske råvarer. Både Bjerkan og Ellingsen er opptatt av råvarens kvalitet og opprinnelse, og er tydelige stemmer i samtalen om norsk matproduksjon. **Norsk Bonde- og Småbrukarlag mener handlingsplanen må legge til rette for å synliggjøre norske råvarer, matkultur og restauranter som en del av Visit Norway sitt arbeid. I tillegg må mat- og landbruksutdanningene styrkes, og det må tilrettelegges for at kunnskap om lokale råvarer og måltidsbasert reiseliv er en del av opplæringen.**

Et viktig grep for å øke omsetning av lokalmat, er å styrke forbrukerens kjennskap til produktene og deres kvaliteter. **Da må det satses på markedsføring av lokal mat og drikke. Dette bør blant annet gjøres gjennom å styrke merkevarerne «Spesialitet» og «Beskytta betegnelser», samt å øke bevilgningen til markedsføring av lokal mat og drikke. Kompetansebygging om markedsføring og salg hos produsent må også prioriteres.**

Markedsføring som tiltak kan gjennomføres på flere måter. **Det kan være å styrke bevilgningen til eksisterende arbeid hos Stiftelsen Norsk Mat, å styrke**

kompetansetilbudet på markedsføring fra produsent, å tilrettelegge for nasjonale prosjekter som markedsfører lokalmat til forbruker, eller å stimulere til samarbeid gjennom verdikjeden for markedsføring av lokalmat hos restaurant og dagligvare. Det kan også være tiltak som samarbeid med kokker eller påvirkere for å framsnakke lokalmat i sosiale medier, eller samarbeid med reiselivsaktører for å promotere lokalmat til turister.

For lokale drikkeprodusenter, er regelverket rundt salg og markedsføring av alkohol hovedutfordringen. Vi ønsker ikke å utfordre alkoholloven, men vil påpeke at regelverket i dag ikke er tilpasset lokale produsenter som eier verdikjeden fra gård til flaske – og til kundens glass. Lokale drikkeprodusenter bøtelegges om de legger ut en antydning til noe som kan antas som reklame i egne kanaler i sosiale medier. Dette vanskeliggjør salg av lokale drikkeprodukter, særlig salg til turister.

Det bør gis unntak for å vise alkoholholdig drikke eller situasjoner hvor dette konsumeres i markedsføringsøyemed for helhetlige konsepter av mat, drikke og reiseliv. Dette vil treffe lokale produsenter godt. Det skal ikke gis anledning til å vise etiketter (det er det heller ikke lov til i dag), men det må være mulig å bruke navn på gård og produsent. Det er et enormt potensial for å øke omsetningen av lokal drikke i Norge og internasjonalt, her trengs det bare å gjøre noe med regelverket slik at forbrukeren kan få vite hva som er tilgjengelig.

For å styrke arbeidet med Norge som matdestinasjon, mener Norsk Bonde- og Småbrukarlag at handlingsplanen bør satse på tiltak som:

- Styrke regionale matfestivaler, gjennom økte tildelinger, bedre samhandling, tilrettelegging for samarbeid, og utvikle matfestivalene som arealer for nettverksbygging mellom lokale matprodusenter, og mellom produsenter og reiselivsaktører.
- Oppfordre kommunene til å utarbeide egne strategier for mat- og måltidsbasert reiseliv, gjerne i samarbeid med andre kommuner i samme region.
- Tilrettelegge for gårdsturisme og besøkssetre, gjennom styrket kompetanse om gårdsbaserte reiselivsopplevelser i tilbudet til *Kompetansenettverkene for lokalmat* og gjennom økonomiske støtteordninger i *Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping*.
- Styrke arbeidet med mat- og reiselivsregioner, og igangsette prosjekter over hele landet for å identifisere og synliggjøre regionale matkulturer, tradisjoner og råvarer som en del av et reiselivstilbud.
- Åpne for markedsføring av reiselivsbaserte opplevelser innen lokalmat og -drikke, inkludert alkoholholdig drikke. Dette må sees i sammenheng med nytt regelverk for gårdssalg av alkoholholdig drikke.

- Styrke de mat- og landbruksfaglige utdanningene, og tilrettelegge for at kunnskap om lokale råvarer og måltidsbasert reiseliv er en del av opplæringen.
- Synliggjøre norske råvarer, matkultur og restauranter som en del av Visit Norway sitt arbeid, inkludert egne kampanjer rettet mot norske turister.
- Inkludere norske råvarer og matkultur som en naturlig del av andre reiselivsaktiviteter og arenaer: lokalmat på DNT-hytter, lokale råvarer på hoteller, reiselivsopplevelser sentrert rundt norsk mat og norske råvarer, og markedsføring av matklyngene og matreiserutene.

Ivareta beitebrukerne og grunneiers interesser i møte med reiselivet

Produksjon av rødt kjøtt basert på beitedyr, som en stor andel av norsk matberedskap er basert på, krever store arealer i utmarka. De samme arealene som benytter til beitebruk, er også regulert for offentligheten gjennom allemannsretten og -plikten. Med et aktivt friluftsliv, stadig økende interesse for norsk natur og naturbasert reiseliv, gir dette økende konfliktnivå mellom ferdsel i utmark for «folk flest», og nødvendig bruk av utmarksressursene og næringsinntekt for matprodusenter. Dessverre viser undersøkelser at bøndene opplever at turistnæringen ikke utviser tilstrekkelig forståelse for ulempene ved økt ferdsel i utmarka, og at aktørene ikke er villige til å forhandle frem løsninger som gir kompensasjon til matprodusentene.

Med 3,5 prosent jordbruksareal, er vi avhengig av både innmark- og utmarksbeite for å produsere mat på norske ressurser. Dette er også i tråd med Stortingets vedtak om 50% selvforsyningsgrad og generelle mål for landbrukspolitikken. Norsk Bonde- og Småbrukarlag ønsker at beitebruk og friluftsliv kan sameksistere i utmarka. Turgåere kan varsle om skadede dyr og andre forhold de oppdager som hjelper bonden, **men for at slik sameksistens skal fungere krever det tydelig regelverk, god informasjon, håndheving av brudd på lover og regler, og tydelig forvaltning av naturbasert reiseliv. I situasjoner hvor beitebruk, friluftsliv og turisme kommer i konflikt, må beitebrukernes rettigheter prioriteres. Da må reiselivsaktører, kommunene og forvaltningen ansvarliggjøres.**

De siste årene ser vi at stadig flere utenlandske aktører utnytter allemannsretten og lager naturbaserte reiselivsopplevelser. Ikke all slik aktivitet er innenfor dagens regelverk, men det er utfordrende å regulere. Uten tilstrekkelige ressurser til å følge opp reiselivsaktører, er beitebrukerne og grunneierne tapende part. Vi ser også en tendens til at stadig flere turister tar seg til rette over gårdstun og privat grunn, enten gjennom å fiske i private vann eller ved at populære turstier går gjennom tunet. Dette kan i verste fall føre til alvorlige ulykker, da gårdstunet er bondens arbeidsplass hvor det brukes store maskiner. **Det er avgjørende at reiselivsaktører tar hensyn til beitebrukere og grunneiere når de utvikler sine tilbud. DNT må sikre god dialog og samarbeid med lokale bønder. Kommunene, forvaltninga og Visit Norway må sikre god informasjon til både norske og utenlandske turister om beitedyr, ferdse i utmark og allemanspliktene som følger med allemannsretten.**

Konflikt mellom turisme, friluftsliv og beitebruk, legger press på utmarka, allemannsrett og allemansplikt, tydelig regelverk, ansvarliggjøre reiselivsaktører, kommunen må ta ansvar for å informere, tydelig skilting, samarbeidsarenaer i utsatte områder/kommuner, medvirkning av beitebrukere og lokalsamfunnet.

En særskilt kilde til konflikt mellom beitebrukere, friluftslivet og reiselivet, er manglende forståelse kunnskap blant turgåere og andre som ferdes i utmarka om beitedyr og beiterett. I områder hvor sau og storfe beiter, må turgåere og andre turister vise hensyn, og **kommunen, reiselivsaktører og beitebrukerne i fellesskap må sørge for god informasjon om hvordan man skal oppføre seg i møte med beitedyr. Båndtvangen må håndheves strengt, og det må sikres god informasjon til turgåere og turister om at båndtvangen gjelder i fjellet - også om hunden er "snill".**

Vi ser også eksempler på at hytteeiere ikke har kjennskap til beiterett i området, og både blir overrasket når de blir klar over dette og at gjerdeplikten ikke følges opp. Dette fører til ytterligere konflikter. **Utbygger må ansvarliggjøres og pliktes gjennom forskrift til å tilstrekkelig informere kjøper av hytte om beiterett i området. Både kommunen og Statsforvalteren må følge opp dette.**

For et lokalsamfunn er det større potensial for bedre lønnsomhet ved å satse på turisme, eiendom og friluftsliv enn å satse på landbruket. For distriktskommuner med hardt presset økonomi sitter det langt inne å regulere og begrense satsing på turisme, men dette er en uholdbar situasjon i mange turistdestinasjoner som også er sterkt landbruksavhengige. I mange kommuner er landbruket den enkeltstående næringen som skaper flest arbeidsplasser i bygda, med avgjørende viktige ringvirkninger for bosetting. **Det er derfor avgjørende at kommunene utarbeider gode planer og systemer for å ivareta landbruket og beitebrukerne ved økende turisme, og sikrer medvirkning av aktører som blir berørt av økt reiselivsaktivitet. Beitebrukernes**

rettigheter må prioriteres, og i konflikt mellom landbruk og turisme må det søkes løsninger med færrest ulemper for bonden og uten konsekvenser for matproduksjonen.

I samarbeidet mellom representanter for friluftsliv og grunneiere vil vi understreke at det er særlig viktig med **aktiv forvaltning og mulighet for forhandling**. Tilpasninger mellom friluft og matproduksjon krever lokal forståelse og forankring for den enkelte kontekst, bygget på kunnskap og forståelse for gårdbruker og grunneier. Det må være tydelig overfor kommunene og landbruket hvilket departement som har ansvar for å følge opp eventuelle konfliktsituasjoner, og utfordringene knyttet til økt turisme i utmarka.

For å ivareta beitebrukerne og grunneiernes interesser i møte med friluftsliv- og reiselivsaktører, og redusere konfliktnivået, mener Norsk Bonde- og Småbrukarlag at handlingsplanen bør satse på tiltak som:

- Ansvarliggjøre reiselivsaktører i møte med beitebrukere og grunneiere, med krav om medvirkning i utvikling av friluftsliv- og reiselivstilbud som kan være inngripende for landbruket og beiteretten.
- Forskriftsfeste informasjonsplikt om beiterett i områder hvor det bygges ut eller selges hytter, inkludert hvilke plikter (som eksempelvis gjerding) dette påfører hytteeier.
- Tydeliggjøre regelverk og sikre god informasjon om gjeldende lover knyttet til gjerding, beitebruk, ferdsel i utmark mm. for reiselivsaktører.
- Vurdere oppdatering av forskrifter, veiledere og annet regelverk for å håndtere utfordringen med utenlandske reiselivsaktører.
- Kommune, Statsforvalter, reiselivsaktører og beitebrukere/landbruksorganisasjonene må i fellesskap sikre god informasjon til turister og turgåere om beitedyr, båndtvang og andre regler.
- Ansvarliggjøre kommunene for å informere friluftsliv- og reiselivsaktører og turister om gjeldende regelverk, og sørge for tydelig skilting der dette er nødvendig.
- Sikre god dialog og samarbeid mellom beitebrukere og grunneiere, forvaltningen, og reiselivsaktører som DNT mm., gjennom å legge til rette for lokale nettverk og dialogforum. Det bør vurderes å opprette et nasjonalt dialogforum hvor disse partene er representert, for å i fellesskap arbeide med mulige konfliktsituasjoner.
- Pålegge medvirkning av beitebrukere og andre berørte parter i saker hvor det skal settes opp naturstier, gapahuker og lignende i beiteområder.
- Sikre at beitebrukernes interesser og rettigheter vektlegges tungt i saker hvor beitebruk og turisme/friluftsliv er i konflikt.

Med vennlig hilsen,

Anders Bakke Klemoen, Generalsekretær
Norsk Bonde- og Småbrukarlag

Elektronisk godkjent, uten underskrift