

Men hvad får vi ud af det? Idrætsforeninger i samarbejde med turismevirksomheder om outdooraktiviteter

Villumsen, Bo

Publication date:
2021

Document version:
Accepteret manuskript

Citation for pulished version (APA):
Villumsen, B. (2021). *Men hvad får vi ud af det? Idrætsforeninger i samarbejde med turismevirksomheder om outdooraktiviteter*. Abstract fra Idræt, Kultur og Samfund, Odense, Danmark.

Go to publication entry in University of Southern Denmark's Research Portal

Terms of use

This work is brought to you by the University of Southern Denmark.
Unless otherwise specified it has been shared according to the terms for self-archiving.
If no other license is stated, these terms apply:

- You may download this work for personal use only.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying this open access version

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details and we will investigate your claim.
Please direct all enquiries to puresupport@bib.sdu.dk

Men hvad får vi ud af det? Idrætsforeninger i samarbejde med turismevirksomheder om outdooraktiviteter

Af PhD-studerende Bo Villumsen, Syddansk Universitet, Institut for Sociologi, Miljø- og Erhvervsøkonomi og Varde Kommune

Abstract:

Muligheden for at benytte naturen aktivt og deltage i outdooraktiviteter spiller en stigende rolle for turisters valg af destination (Dansk Kyst- og Naturturisme, 2019). I regeringens nationale turismestrategi fra 2016 står der at en række kyst- og naturdestinationer potentielt kan udvikle internationalt konkurrencedygtige tilbud af naturbaserede outdooraktiviteter. Det anbefales, at de kommercielle tilbud udvikles med forankringen i det frivillige foreningsliv (Regeringen, 2016).

Anbefalingen om at de frivillige foreninger skal involvere sig i samarbejder med kommercielle aktører for at udvikle og understøtte turismens behov for outdooraktiviteter er en ny dimension, der ligger i forlængelse af årtiers stigende fokus på foreningernes potentiale for løsning af offentlige velfærdopgaver (Ibsen & Levinsen, 2019).

Men hvad får foreningerne ud af at involvere sig i samarbejder relateret til outdooraktiviteter med turismevirksomheder?

Spørgsmålet besvares med afsæt i van Tulder m.fl. (2016) forståelse af, at samarbejder kan skabe værdi på henholdsvis individ, organisations, samarbejds-mæssigt og samfundsmæssigt niveau, og at værdiskabelse kan ske som fire forskellige værdityper (Austin & Seitanidi, 2012). Tre cases med samarbejder mellem idrætsforeninger og turismevirksomheder på danske destinationer udgør empirien.

Foreningerne opnår en række gevinster, der også strækker sig ud over samarbejdets mål ved involvering i samarbejde med turismevirksomhederne, herunder øget opmærksomhed og legitimering af deres aktiviteter.

Litteratur:

Austin, J. E., & Seitanidi, M. M. (2012). Collaborative value creation: A review of partnering between nonprofits and businesses: Part I. value creation spectrum and collaboration stages. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 5(41), 726–758.

Dansk Kyst- og Naturturisme. (2019). Handleplan for outdoorturisme i Danmark 2020-2022.

Ibsen, B., & Levinsen, K. (2019). Collaboration between sports clubs and public institutions. *European Journal for Sport and Society*, 16(2), 187-204.

Regeringen. (2016). Danmark i vækst - den nationale strategi for dansk turisme. Erhvervs- og vækstministeriet.

van Tulder, R., Seitanidi, M. M., Crane, A., & Brammer, S. (2016). Enhancing the impact of crosssector partnerships four impact loops for channeling partnership studies. *Journal of Business Ethics*, 135, 1-17.

Konferencetemaer:

- Nye aktiviteter og organisationsformer for idræt
- Idrættens samfundsmæssige rolle