

VÄGAR TILL HÅLLBAR BESÖKSNÄRING



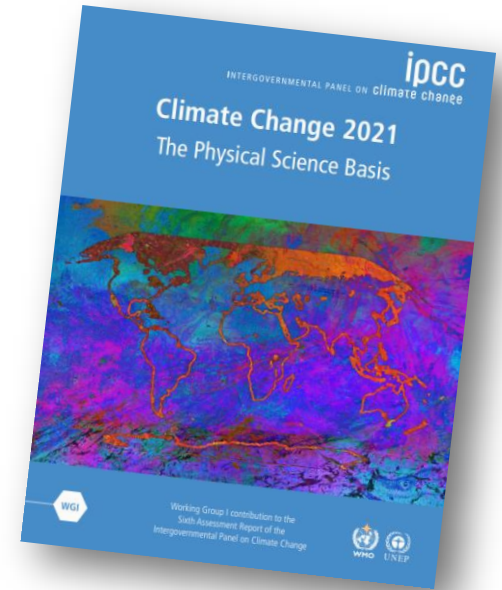
EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

REGION
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN



IPCC: Läget är mycket allvarligt

- Vi kommer att uppleva stora klimatförändringar.
- Vi riskerar att passera 1,5-gradersmålet inom 10-20 år.
- Människans utsläpp av fossilgaser är huvudorsaken som driver på extremvädret.
- Vi närmar oss tröskeleffekter med större risker och oåterkalleliga effekter. Det kan förstärka klimatförändringarna ytterligare.
- Kraftiga, snabba utsläppsminskningar behövs nu för att minimera temperaturökningen och är avgörande för miljön, biologisk mångfald, liv på jorden och luftkvaliteten.



Lägesrapport agenda 2030

SWEDEN

OECD Countries

OVERALL PERFORMANCE

COUNTRY RANKING

Sweden

2 /165

COUNTRY SCORE

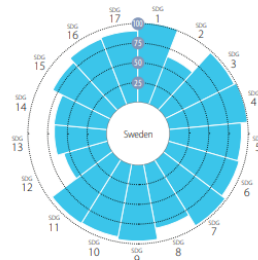


REGIONAL AVERAGE: 77.2

STATISTICAL PERFORMANCE INDEX
0 (WORST) TO 100 (BEST)



AVERAGE PERFORMANCE BY SDG

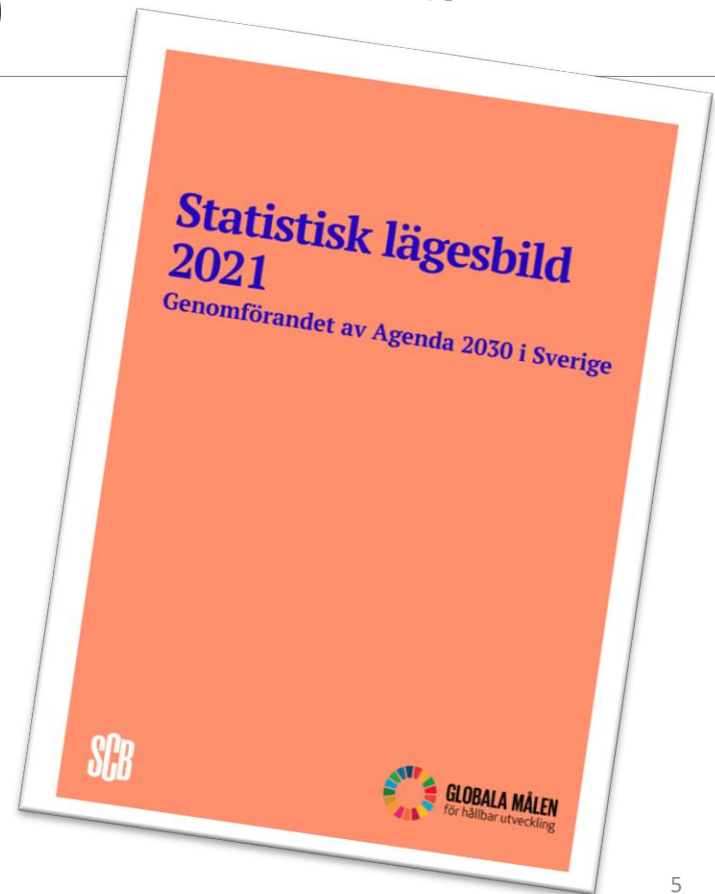


SDG DASHBOARDS AND TRENDS



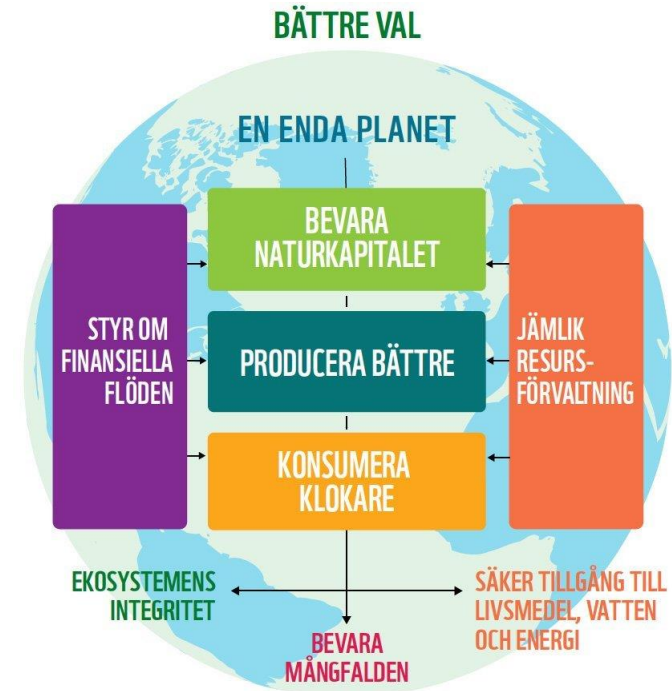
■ Major challenges
 ■ Significant challenges
 ■ Challenges remain
 ■ SDG achieved
 ■ Information unavailable
↓ Decreasing
 → Stagnating
 ↗ Moderately improving
 ↑ On track or maintaining SDG achievement
 ● Information unavailable

Notes: The full title of Goal 2 "Zero Hunger" is "End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture".
The full title of each SDG is available here: <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainabledevelopmentgoals>



SVERIGE GÖR STORA AVTRYCK

- Sverige har en positivt utveckling och ligger mycket bra till på de mål som har med fattigdom, jämställdhet, energi och infrastruktur att göra.
- Däremot har vi stora utmaningar inom de mål som har med klimat och konsumtion att göra.
 - Vår importerade konsumtion ger stora avtryck i andra delar av världen
 - Vår totala CO2 utsläpp fortsätter att öka
 - Våra hav mår fortsatt dåligt
 - Den biologiska mångfalden är fortsatt lika hotad



Fler efterfrågar mer

Allt fler i näringslivet, finansiella och offentliga aktörer i samhället förväntar sig hållbara produkter/tjänster.

- Konsumenter vill göra hållbara val
- Hållbara investeringar mer säkra
- Lägre utlåningsräntor
- Högre krav och lagar skärps
- Uppmuntran till olika initiativ



"Näringslivet kan fortsätta vara en motor i klimatarbetet"

Stämman 2019 "Svenskt Näringsliv kommer ett med ännu större kraft driva klimatfrågorna. Vi är redo att anta utmaningen, men även regering och riksdag måste göra sina delar av jobbet." Det sade vd Jan-Olof Jacke i ett tal på stämman på torsdagen. [Läs mer](#)

AH Aktuell Hållbarhet

START KARRIÄR UTBILDNING EVENT ANNONSERA PRENUMERERA

2019-12-10

SPP Fonder exkluderar fossila investeringar



SPP Fonder exkluderar alla bolag med fossil verksamhet från samtliga sina fonder. Beslutet är en anpassning till att nå 1,5-gradersmålet och att minska ekonomiska risker inför framtiden. Forsättningslaget innebär att SPP Fonder har slutt av allt innehav i bolag där mer än 5 procent av omsättningen kommer från produktion eller distribution av fossila bränslen eller bolag med stora fossilreserver. Några nya investeringar ska inte heller göras i sådana verksamheter.



VI TAR ANSVAR!
HÅLLBART NÄRINGSLIV GÄVLE

gavle.se/hallbartnaringliv



Yngre generationer ställer krav



Manifeste étudiant
pour un
réveil écologique



Franska toppstudenter ratar företag som inte tar hållbarhetsfrågor på allvar



Mer än 18 000 franska studenter har skrivit under ett manifest där de hotar att tacka nej till arbetsgivare som inte tar miljö- och klimatfrågor på allvar.

Klimatupprop bland studenter får internationell spridning



Det franska studentmanifestet som ställer tuffa klimatkrav på företag får nu internationell spridning. Svenska studenter lanserar i dag studentmanifestet här i Sverige och liknande upprop är på gång i fler länder.



Hållbar turism i mångas fokus (redan innan pandemin)



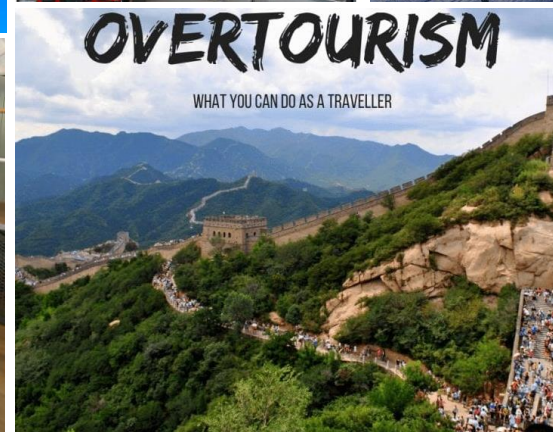
Reform travel

Sustainable Tourism For Everyone



Från flygskam till tågskryt

DEBATT. Att resa med tåg på semestern, för klimatet, har blivit en folkrörelse i Sverige. Journalister från hela världen skriver om revolutionen när det gäller svenskarnas resvanor och fenomen som "flygskam" och "tågskryt". Allt fler vill även kunna resa hållbart med tåg i tjänsten. För att detta ska vara möjligt krävs att Sveriges regering och beslutsfattare på kommunal nivå kraftsamlar för att göra tåget attraktivt.



De främsta associationerna till Sverige som land



De främsta associationerna till Sverige som semesterdestination



Mycket att se & göra Bra storstadsupplevelser

Ett tryggt & säkert resmål

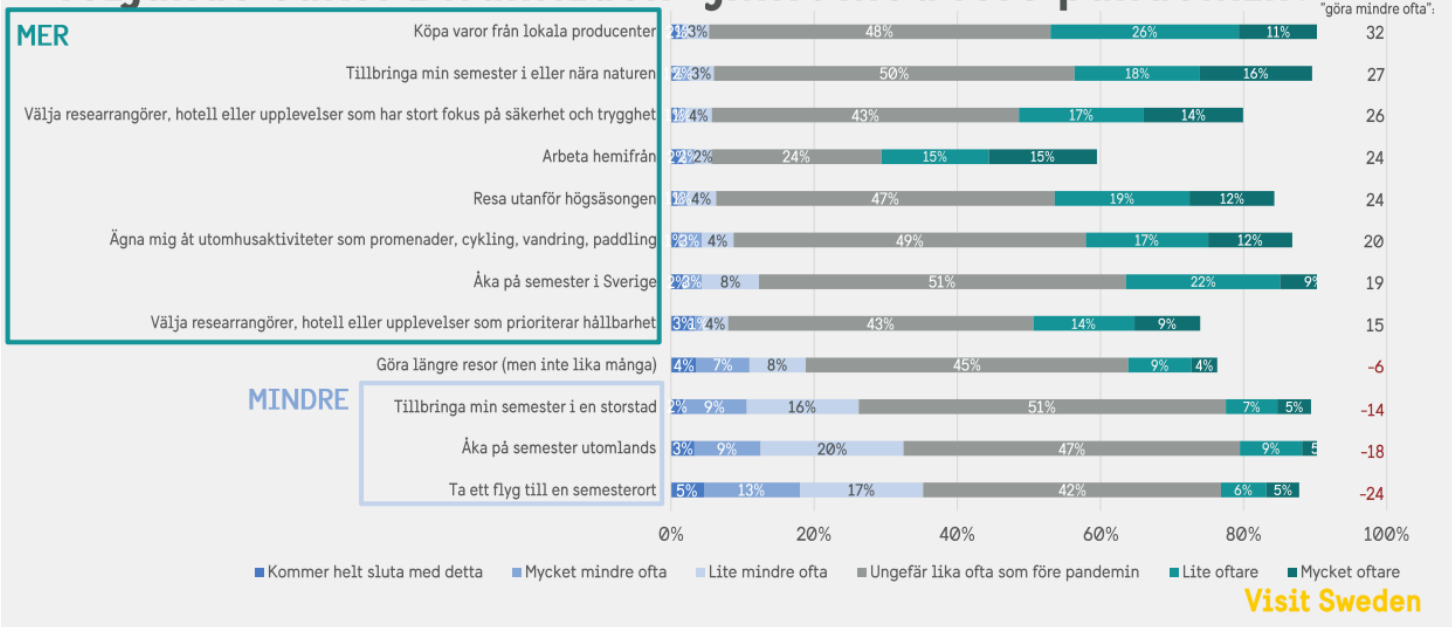
Intressanta kulturella
sevärdheter och besöksmål **En gästvänlig region**

Erbjuder utomhusupplevelser Lätt att resa till
vår, sommar & höst

Pandemin verkar förändra våra beteenden

I vilken utsträckning tänker du att du kommer att göra följande saker i framtiden* jmfrt med före pandemin?

Netto
"Göra mer ofta" minus
"göra mindre ofta"



Pandemin verkar förändra våra beteenden

Sverigeturismen kan toppa åren före pandemin

PUBLICERAD I GÅR 19:49

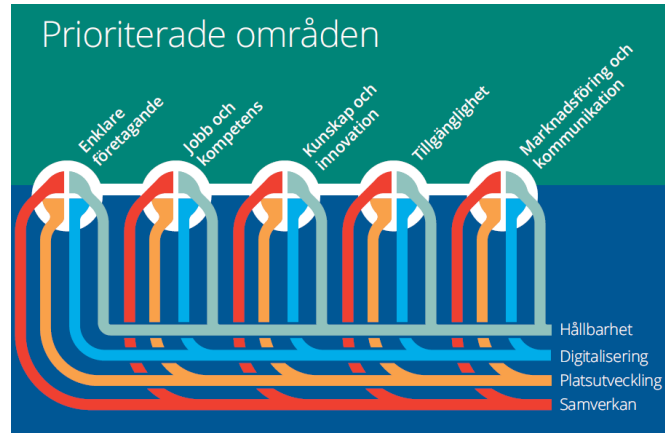


Abisko turiststation med Čuonjavaggi, den så kallade Lappporten, i bakgrunden. Foto: Pär Englund

Trycket på vinterresor i Sverige är stort - bokningarna är till och med fler än före pandemin. Det uppger Svenska turistföreningen (STF) som tror att många törstar efter nya kunskaper, inte minst eftersom intresset för nybörjarkurser ökat markant.

Strategi för hållbar turism och växande besöksnäring

- Nationell strategi för de kommande 10 åren
- 2030 är Sverige världens mest hållbara och attraktiva resmål byggt på innovation



UTBLICK



Västerbotten Experience



Västerbotten Experience

Tillsammans för en hållbar
utveckling av besöksnäringen

Västerbotten Experience bidrar till att Västerbotten blir
en ännu bättre plats att besöka, verka och leva i!



Västerbotten Experience

Global Sustainable Tourism Council

Initiativ från FN för att ge inriktning och ta fram kriterier som är universella principer för hållbar turism

Besöksnäringen bidrar med

- ✓ Inkomster och arbetstillfällen
- ✓ Ekonomisk utveckling lokalt och nationellt
- ✓ Utveckling av infrastruktur
- ✓ Initiativ för natur- och kulturskydd
- ✓ Förståelse mellan folk
- ✓ Förändring och förståelse kring attityder om mångfald, jämställdhet och ickediskriminering

- 41 kriterier kopplade till arbetet med Agenda 2030 och de Globala målen
- Kriterierna ger riktlinjer om vad som ska göras – inte hur
- 4 fokusområden/pelare, se nästa bild



Västerbotten Experience

Hållbar förvaltning

- Tydliggör hållbarhetsarbetet
- Hållbarhetspolicy
- Lagar och regler
- Personalfrågor
- Tillgänglighet
- Underlag till hållbarhetspolicy



Kulturarv

- Maximera nyttan för kulturarv
- Minimera negativ påverkan
- Presentation av kulturarvet
- Hantering av föremål



Upplevelse kvaliteten

- Lokal mat och kultur
- Värdskap och service
- Byggnader, faciliteter
- Västerbotten Experience

Social och ekonomisk hållbarhet

- Bidra till social och ekonomisk nytta för lokalsamhället och minimera påverkan
- Stöd till lokalsamhället
- Lokala entreprenörer, handla lokalt
- Jämlikhet och diskriminering
- Anställningsvillkor och löner



Miljö

- Resursanvändning
- Energiförbrukning
- Luft-, vatten- och ljusföroreningar
- Naturmiljöer
- Underlag för miljöplan



Västerbotten Experience



Västerbotten Experience är nominerat till Stora Turismpriset, vi håller tummarna 24 november!



Stärka Världsarvet Falun

→ PROJEKTETS SYFTE

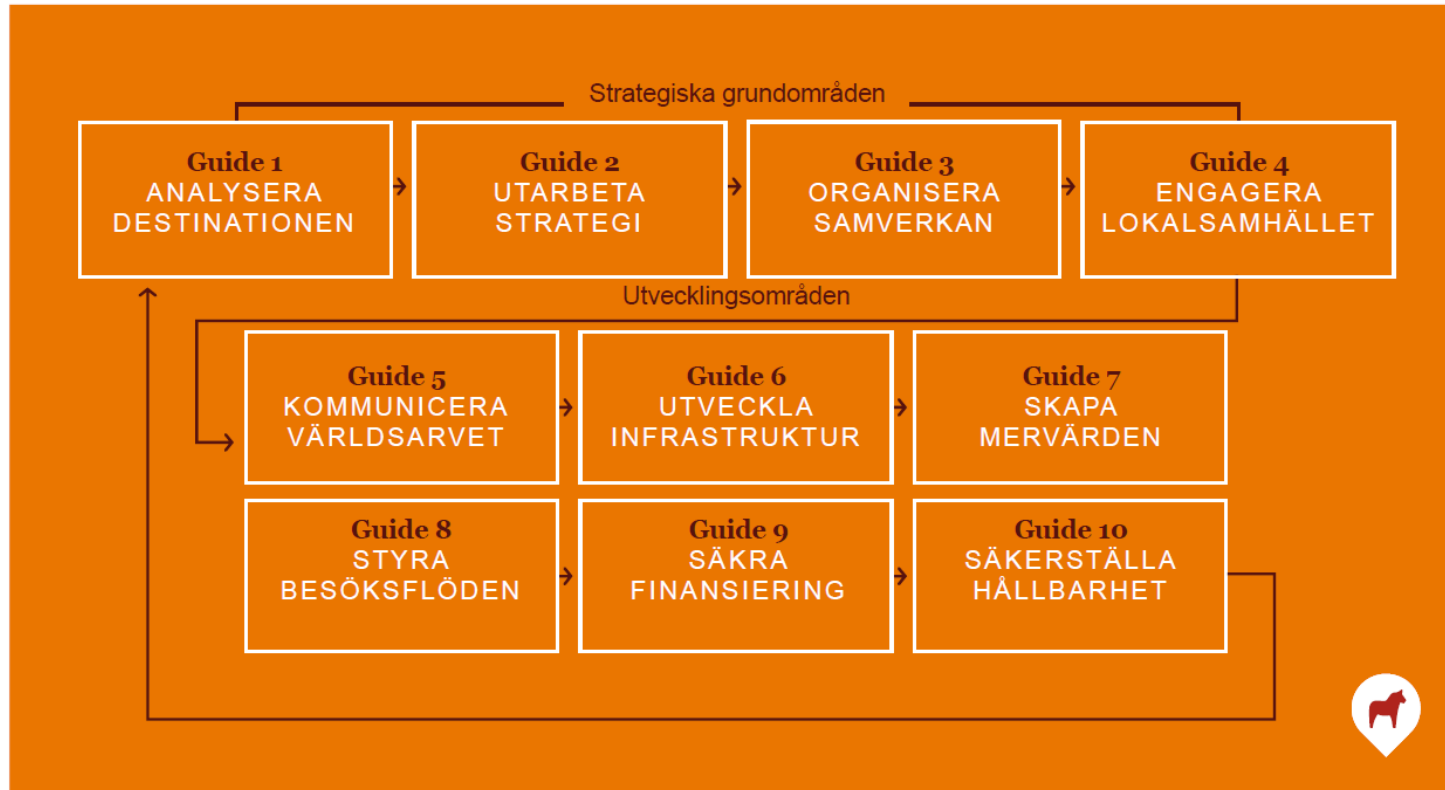
Samordnad besöksmåls- och världsarvsutveckling

Testa och anpassa UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit för att stärka en hållbar utveckling av svenska och nordiska världsarv och kulturmiljöer.

Metoden är generell och kan användas för att säkerställa en hållbar plats- och destinationsutveckling i stora och små destinationer, kommuner och regioner.



Stärka Världsarvet Falun





HÅLLBARHETSSTÖD TILL GOTLANDS BESÖKSNÄRING

Pågående uppdrag

Nuläge

- Omvärld. Vad händer i omvärlden. Hållbarhet post-covid-19.
- Aktörer. Kunskapsnivå och vilja till hållbar utveckling.
- Marknad. Vad efterfrågas? Idag? Imorgon?.

Analys

- Kan. Dagens styrkor och förutsättningar.
- Vill. Ta fram gemensam vision och ambition för hållbarhetsarbetet.
- Bör. Matcha mot ambitioner med marknadens efterfrågan.

Plan

- Process. Kunskapsöverföring. Benchmark. Workshops.
- Plattform. Skapa effektiva kanaler för kommunikation och dialog.
- Metod. Val av metod för det fortsatta arbetet.

TYRÉNS EGEN MODELL DESTINATION 2030

Förstå platsen & turismen

Nuläges- & behovsanalys

Exempel på aktiviteter:

- Intervjuer
- Platsanalys
- Väsentlighetsanalys
- Målgruppsanalys
- Dialog & delaktighet

Arbeta strategiskt

Gemensam strategi & handlingsplan

Exempel på aktiviteter:

- Visions- och målformulering
- Scenarioplanering
- Prioritering åtgärder
- Utveckla ansvar & roller
- Processledning
- Definiera ansvar & roller

Uppnå hållbar turism

Implementerad plan

Exempel på aktiviteter:

- Projektera
- Vård, underhåll & restaurering
- Tillgänglighetsanpassning
- Lagtillämpning
- Fysisk planering
- Dialog & delaktighet

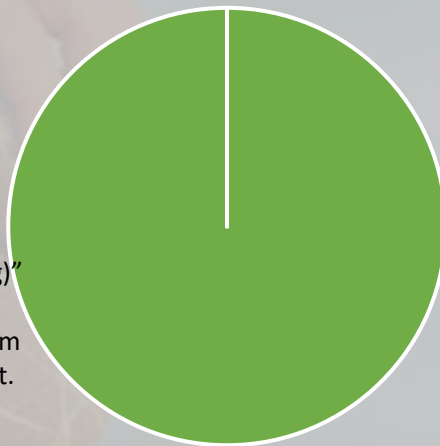
Följa upp

Indikatorer & sammanvägda analyser

Exempel på aktiviteter:

- Samla in data
- Lagra data
- Analysera data
- Kommunicera data
- Ompröva/förändra

Känner du dig motiverad att bidra till en hållbar omställning av turism- och besöksnäringen på Gotland?



■ Ja ■ Nej ■ Vet ej

” Vi behöver en sund blandning ö-bor, besökare och jobba mot samma mål när det gäller öns framtid. Vi behöver hitta vägen från ord till handling”

”Hela vår anläggning har en hållbar miljömärkt ambition. är med i Sustainable speis - vi tänker fortsätta med det här”

”Vi kan gärna t ex dela kunskap om hur vi arbetar med vattenbesparing (ex regnvattendrivna toaletter o bevattning)”

”Vi kan inte ha alla på besök på Gotland samtidigt, och som dessutom vill besöka och vara på samma platser samtidigt. Det är inte hållbart. Vi behöver jobba aktivt med målgrupper och se vilka målgrupper vi kan få hit vår och höst, kanske även vinter. Mitt företags överlevnad hänger ihop med att vi får ett jämnare flöde besökare till Gotland”

”gemensamma utveckling - kommer tappa besökare om vi inte jobbar för en hållbar destination - annars åker de någon annanstans”

”Vet ej hur, har för dålig kunskap och kompetens på området”

”Alla måste bidra på sitt sätt för att Gotland ska fortsätta vara ett populärt resmål. Det finns ett stort krav från framtidens besökare att destinationen ska jobba mer med hållbarhet”

”vi har inget annat val. och det vore så fantastiskt om vi vågade ge oss ut på resan att bli bäst i hållbarhet. vi får börja i det lilla och jobba tillsammans”

”Alla bör hjälpas åt - men hur ska det stödjas, dessa marginaler i ekonomin har ju inte vi”

”Ligger inte på prio 1 för oss men självklart vill vi bidra i den mån vi kan”

”Som en del av världsarvet vill vi också vara drivande att bevara världsarvet”

”Hur lockar vi rätt kompetenser till Gotland? Och vart ska de bo under sommaren! Samordning av hållbarhetsinsatserna organisationerna mellan behövs, nu är det väldigt spretigt, många gör mycket men pratar man med varandra? Börja med stråkarbetet för att öppna upp Gotland lite i taget. Börja med några pilotorter och testa! Tänk brett kring vilka som är besöksnäringen - tex matproducenter och gårdsbutiker ska också vara med”

”ett måste att jobba med hållbarhet”

Agenda 2030 för turism



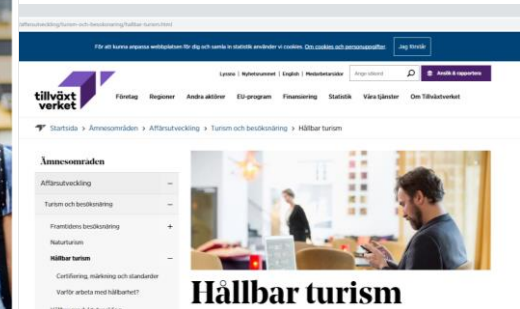
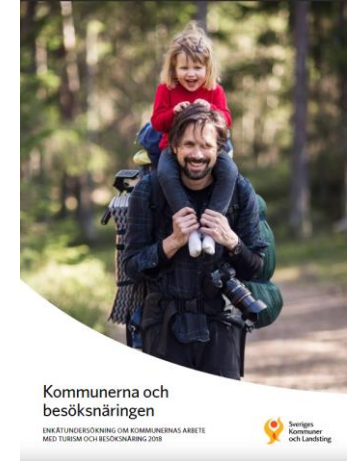
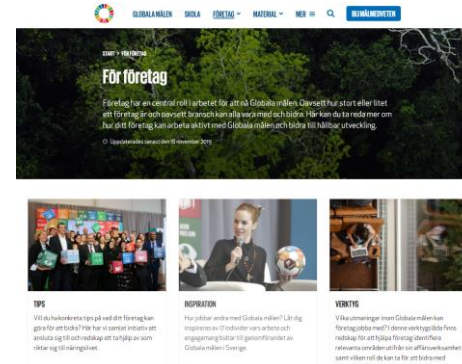
Global inspiration

- Förenta Nationerna (FN)
- Tourism for SDG (tourism4sdgs.org/)
- United Nations Development Programme (UNDP)
- Internationella arbetsorganisationen (ILO)
- World Tourism Organization (UNWTO)
- United Nations Educational
- Scientific and Cultural Organization (UNESCO)
- The United Nations Global Compact
- Business Call to Action (BCtA)



Nationell källor

- Riksdag och regering
- Globalamålen.se
- Sveriges Kommuner och Regioner
- Tillväxtverket
- Visit Sweden
- Visita
- Svensk turism AB
- Naturvårdsverket
- Studieförbundet
- Styrelsen för internationellt utvecklingssamarbete (SIDA)



**Genomförandet av
Agenda 2030 i
Sverige**
Statistisk lägesbild 2019

Projekt om coronapandemins effekt på besöksnäringen

- Tillväxtverket har beviljat åtta projekt för att öka kunskapen om hur turism- och besöksnäringen har påverkats och kan utvecklas i spåren av coronakrisen.
- Kan vara av intresse att följa dessa projekt framåt

Ö- och skärgårdsturism under pandemin, Södertörns Högskola	+
Framtidens evenemangsturism – konsumenters drivkrafter och behov i pandemins spår, Upplevelseinstitutet i Sverige	+
Coronapandemins effekter på resande, på kort och lång sikt, Annordia	+
Framtidens hållbara besöksnäring, Uminova Expression	+
Travel Signs, Kairos Future	+
Resilient destinationsutveckling i spåren av Covid-19, Lunds Universitet	+
Climate change and sustainable tourism in the new normal – learning from covid pandemic, Högskolan Dalarna	+
Utveckla och implementera indikatorer för uppföljning av coroneffekter inom turism och besöksnäring, Bjerking	+

Våra första slutsatser

Besöksnäringen stod stark före pandemin. Tillväxten i förädlingsvärde och sysselsättning var extra stor 2010-2018 inom Restaurang och Logi. I absoluta volymer dominerar Breda resmål (storstäderna) och Möte/Event i täta regioner längs kustlinjen.

Besöksnäringens betydelse är tydligast i Aktivitetsbaserade fjällkommuner, Handel längs gränsen mot Norge, i Storstäder samt kommuner med Flygplats/Hamn.

Våra första slutsatser

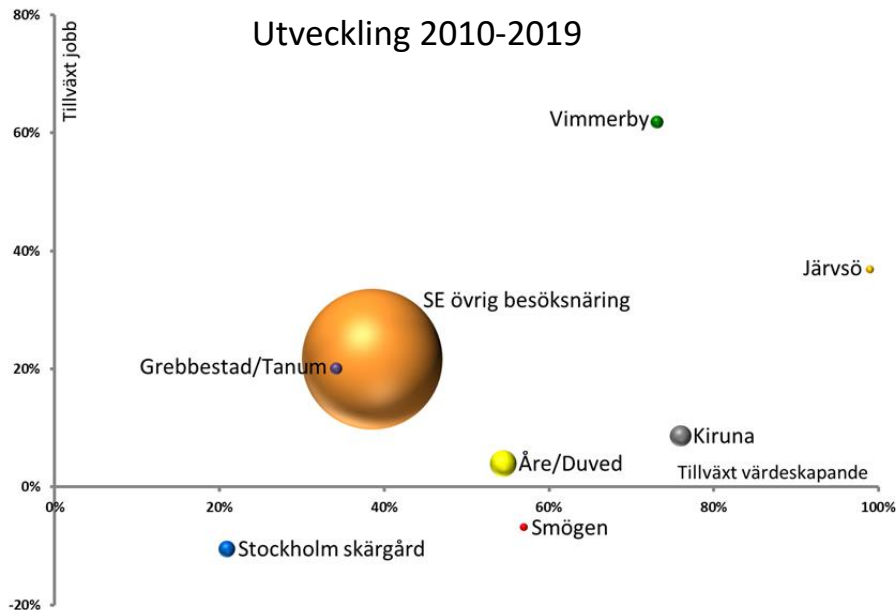
Under pandemin kan vi se att besöksnäringen drabbas hårdare av arbetslöshet och konkurser jämfört med övrigt näringsliv, med störst påverkan inom de personalintensiva sektorerna Restaurang och Aktiviteter. Arbetslösheten ser ut att öka mest för Breda resmål i våra storstäder, samtidigt som kommuner med Aktivitets- och Säsongsbaserade destinationer som helhet ser ut att ha klarat pandemin med mindre påverkan än övriga.

Besöksnäringen i våra storstäder plus orter med betydande affärsturism och event, våra största transportnoder samt gränsbaserad handel ser speciellt utsatta ut i vår analys. Individuella variationer förekommer, där mer lokala analyser kan belysa destinationsspecifika detaljer.

Kompetenser som lämnat besöksnäringen för andra branscher kan hämma återhämtningsförmågan. Nyvunnen kunskap om digitalisering, ompaketering och ökad samverkan ger nya möjligheter.

Distansarbete och hemester – nya vanor som är här för att stanna?

Vad är Hållbarhet värt?



- Hållbara destinationer utvecklas märkbart starkare än resten av besöksnäringen
- Tydliga destinationer med tydlig hållbarhetsprofil ger tydligare konkurrensfördel?
- 1,5 procentenheter starkare värdetillväxt per år för våra hållbara destinationer som helhet – motsvarar ett vinsttillskott på 5-10 %

TACK!

Johan Wahlgren, Geograf och samhällsplanerare

Johan.wahlgren@tyréns.se

[Destination 2030 | Tyréns \(tyrens.se\)](#)

