



Förstudie

Nya möjligheter med hållbar turism

2018

Projektgrupp

Destination Läckö Kinnekulle AB,
Mariestads kommun, Mariestads turismorganisation &
Unescos Biosfärområde Vänernskärgården med Kinnekulle.
Projektledare Sofia Guldbland, biosfärkontoret.

Finansiärer

Skaraborgs kommunalförbund,

Destination Läckö Kinnekulle AB, Mariestads Kommun, Mariestads turismorganisation &

Unesco Biosfärområde Vänernskärgården med Kinnekulle.

Innehåll

1 Syfte

2 Bakgrund

2.1 UNESCO'S BIOSFÄROMRÅDE VÄNERSKÄRGÅRDEN MED KINNEKULLE

2.2 TERMER

3 Förstudiens genomförande

4 Resultat

4.1 ERFARENHETER FRÅN TIDIGARE PROJEKT

4.2 OMVÄRLDSANALYS

4.3 WORKSHOPS, SAMTAL OCH IDENTIFIERADE BEHOV HOS
BESÖKSNÄRINGSFÖRETAGARE OCH NÄRLIGGANDE ORGANISAIONER

5 Slutsats

6 Källförteckning

1 Syfte

Syftet med förstudien har varit att skapa en aktuell bild av hur vi skulle kunna utveckla biosfärområdet för att öka attraktionskraften och utvecklas än mer i en hållbar riktning. Förstudien har uppstått ur en gemensam bild av att biosfärområdet har en större potential när det kommer till attraktionskraft och kraft hos besöksnäringen, än vad som realiserats idag. Ett syfte med förstudien har varit att se om besöksnäringens företag har intresse av Unescos biosfärutnämning i samband med affärsnytta. Som ett resultat av förstudien har ett syfte varit att utkristallisera ett tydligt genomförandeprojekt där vi vill omvandla slutsatser från förstudien till konkreta handlingar. Ansökan om genomförandeprojektet sänds in till Leader Nordvästra Skaraborg i mars 2019.

2 Bakgrund

Lidköping, Götene och Mariestads kommuner har sedan 2010 haft utnämningen som biosfärområde. Detta efter en gemensam ansökan från kommunerna till FNs organ Unesco. Utnämningen fick man därför att det finns speciell natur, unika kulturarv och initiativtagande för en hållbar utveckling i området. Utnämningen innebär att vi är ett modellområde för hållbar utveckling och vi är idag ett av 680 biosfärområden i världen. Det har hänt mycket sedan 2010. Klimatförändringarna gör det högaktuellt och direkt nödvändigt att se över nya möjligheter för att ställa om till ett hållbart samhälle. Här finns FNs 17 mål i Agenda2030 som riktmärken för oss. Besöksnäringen är en viktig del i arbetet med att minska klimatpåverkan.

Det har tidigare skett en rad studier som berör hållbar turism inom biosfärområdet. Då dessa ligger en bit tillbaka i tiden har vi sett det som betydelsefullt att återblicka på de lärdomar som fanns i dem, och även göra bedömningar om vilka av dessa som är applicerbara på nuläget. Den här förstudien är också ursprunget ur idén om att vi vill öka attraktionskraften till området, samtidigt som vi inte ger vika på de tre dimensionerna *ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet*. Istället har vi undersökt vägar för där turismen och hållbar samhällsutveckling går i samma linje. Med förstudien kan vi se intressanta vägar och val för att i samverkan komma framåt till nya möjligheter med hållbar turism.

Utgångspunkter i förstudien har varit en rad frågeställningar som Mariestads turistorganisation, Destinationsbolaget Läckö Kinnekulle AB och Unescos Biosfärområde Vänerskärsgården med Kinnekulle funnit extra intressanta att undersöka. Biosfärorganisationen har stått projektledning i form av genomgång av tidigare studier,



insamlade av information från andra biosfärområden och samordning medans förstudiens alla parter har bidragit i arbetet med omvärldsanalys, workshops och dialog för att nå fram till slutresultatet och ansökan till ett genomförandeprojekt.

2.1 UNESCO'S BIOSFÄROMRÅDE VÄNERSKÄRGÅRDEN MED KINNEKULLE

Unescos biosfärområde Vänerskärgården med Kinnekulle ligger i Vänerns sydöstra skärgård vilket innefattar Kålland, Kållandsö, Mariestads skärgård samt Kinnekulle. Området finns beläget i Lidköpings- Götene och Mariestads kommuner. År 2010 fick Lidköping, Götene och Mariestads kommuner tillsammans utnämningen. Sedan dess har många olika projekt genomförts av Biosfärområdets organisation som är en ideell förening där de tre kommunerna bland andra finns representerad tillsammans med en rad andra aktörer i samhället.

År 2017 hade Lidköpings kommun 39506 invånare med 23 282 i tätorten. Mariestads kommun hade 24290 invånare med 16 249 i tätorten och Götene kommun hade 13242 invånare varav 5 076 i tätorten (SCB).

I hela Vänerskärgården med Kinnekulle finns stora naturvärden och skyddade områden. Norr om Lidköping ligger Kålland och Kållandsö. På Kållandsö finns Spikens fiskeläge. Jordbruk, fiske och vattnet är sådant som präglat ön mycket. Samma sak gäller Läckö slott. Slottet har 700-åriga anor och är till stora delar öppet för allmänheten. Här kan man uppleva guide turer, utställningar, mat, badplats, gästhamn, camping och aktiviteter för barnen. Stiftelsen Läckö slott arrangerar musikevenemang och teater under sommarsäsongen. Ekens skärgård finns norr om Kållandsö och är en del av Kållands skärgårdars naturvårdsområde.

Kinnekulle ligger i Götene Kommun. Bygden var under medeltiden en viktig centralbygd i riksperspektiv. På Kinnekulle, som är ett platåberg, finns många olika naturtyper samlade. Kinnekulle beskrivs ofta som det blommande berget och är ett populärt turistmål tack vare höga natur- och kulturvärden samt spännande geologi. Här finns vandringsleder och sevärdheter i form av herrgårdar och gamla kyrkor. Det finns områden med hällristningar och andra historiska sevärdheter och 17 stycken naturreservat. Varje år arrangeras "Vårrundan Kinnekulle" som är ett evenemang där konstnärer, hantverkare, lokala näringsidkare och organisationer visar upp vad de har att erbjuda.

Mellan Kinnekulle och Mariestad ligger Lugnåsberget som är ett mindre plåtåberg. Lugnåsberget är ett av Sveriges främsta områden för fossil och här finner du bland annat den välbesökta Qvarnstensgruvan.

I skärgården utanför Mariestad ligger Torsö och Brommö, de största öarna i Vänerns skärgård. På Torsö finns möjlighet till bad och fiske. Där finns också en restaurang och en färja till Brommö. Delar av Brommö är naturreservat och det finns vandrings- och cykelled. I reservatområdet är motordrivna fordon förbjudna och färjan till ön tar endast gående och cyklister. Det finns toaletter men inga affärer och restauranger.

Söder om Torsö ligger Onsö och norr om Torsö ligger Kalvö som är naturvårdsområde och bjuder på fina möjligheter till kajakpaddling och Stand up paddling.

Väster om Torsö och Brommö ligger Djurö som är nationalpark. Syftet med nationalparken är att bevara en förhållandevis stor, opåverkad och attraktiv insjöskärgård med exklusivt läge. Skogen ska få utvecklas mot urskog, fågellivet ska skyddas och området ska hållas tillgängligt för friluftslivet.

När det kommer till turism och gästnätter hos hotell, vandrarhem och stugbyar i biosfärområdet var siffran 57'564 för Mariestad år 2017 med 11 rapporterande anläggningar enligt preliminära siffror från Västsvenska turistrådet och SCB. Antalet var under samma tidsperiod 72'171 gästnätter i Lidköping och 14'762 gästnätter i Götene. Totalt 144'497 gästnätter rapporterades alltså i biosfärområdet under år 2017. Till detta tillkommer de som rest till området och bor kvar i husbilar och gästbåtar.

2.2 TERMER

Unescos biosfärutnämning. Unescos Biosfärområde Vänerskärgården med Kinnekulle är ett av världens ca 680 modellområden för hållbar utveckling. Det finns 5 biosfärområden i Sverige och två kandidatområden. (2018). Unesco är FNs organ och det är en omfattande process att ansöka om att bli ett biosfärområde. Unescos biosfärutnämning tillhör alla som lever och verkar i biosfärområdet. Man får utnämningen tack vare speciella natur- och kulturarv samt att människor engagerar sig i hållbar utveckling. Biosfärområdet har i uppdrag att jobba med FNs globala mål i Agendaz030.

Affärsmässiga hållbarhetsmöjligheter. Hållbara aktiviteter, produkter och tjänster hos företag och organisationer lyfts alltmer fram som betydelsefulla. Det kan handla om ekologiska, sociala och ekonomiska hållbara insatser som både bidrar till en bättre värld på olika sätt och även FNs globala mål. Utöver direkt vinning för företaget, de anställda och kunderna är hållbara insatser dessutom strategiskt värdefulla för företagen på sikt när det kommer till företagets marknadsföring. Kundernas medvetenhet om hållbara insatser ökar och i en tid där arbetskraft och kompetens är allt svårare att få tag på finns också ett värde för företagen när de anställda medarbetarna ser och känner stolthet för de hållbara insatserna som företaget investerar i. Företag som verkar inom modellområdet för biosfärområdet har möjlighet att stärka sin marknadsföring om hållbara insatser genom att berätta att de ingår i ett av världens, av Unesco utnämnda, modellområden för hållbar utveckling.

Hållbar turism. Hållbar turism används som en term för att skapa en utveckling som är ekonomiskt, miljömässigt och socialt hållbar. Konkret kan det innebära att bidra till att skapa en oförstörd natur, en bättre hälsa, hållbart företagande, kulturellt utbyte och värdeskapande upplevelser för kropp och själ.

FNs globala mål i Agenda2030. Globala målen och Agenda 2030 syftar till att utrota fattigdom och hunger, förverkliga de mänskliga rättigheterna för alla, uppnå jämställdhet och egenmakt för alla kvinnor och flickor samt säkerställa ett varaktigt skydd för planeten och dess naturresurser. Globala målen är integrerade och odelbara och balanserar de tre dimensionerna av hållbar utveckling: den ekonomiska, den sociala och den ekologiska.

Ekoturism. Ett till naturturismen näraliggande begrepp är ekoturism som kan sägas vara en normativ form av naturturism där bland andra hållbarhet, lärande och värdeskapande är nyckelord.

Biosfärturism. Uttrycket kan beskrivas som sammanfattande för naturturism, ekoturism, hållbar turism och kunskapsturism. Uttrycket har också sin grund i just de unika natur- och kulturarv som finns inom biosfärområdet.

3 Förstudiens genomförande

För att identifiera sätt att stärka attraktionskraften och utveckla besöksnäringen i Lidköpings- Götene och Mariestadsområdet har vi gått igenom tidigare rapporter för att dra lärdom utifrån dessa. Vi har också samlat in information om andra biosfärområdets lyckade insatser i en omvärldsanalys. Nuläget har också ringats in genom frågor inom våra kontaktnät, pågående projekt och sökningar på internet. Artiklar och rapporter har lästs igenom. En betydelsefull del av förstudien har varit att lyssna till företagare inom besöksnäringen, samt ansvariga inom olika närliggande organisationer, för att ta del av deras tankar, behov och idéer. Detta har vi gjort genom intervjuer, samtal och workshops. Inom förstudiens ram har vi varit i kontakt med ett femtiotal besöksnäringföretag och ett tiotal tjänstemän inom kommuner och andra nyckelverksamheter inom turism och hållbarhet. Projektgruppen har sedan gått igenom materialet och valt ut vissa delar som extra intressanta för ett tydligt, avgränsat och av oss genomförbart projekt.

4 Resultat

Utifrån genomgången material har vi funnit en rad ämnen och konkreta saker som värdefulla att applicera till biosfärområdet med dess tre kommuner Lidköping, Götene och Mariestad. Detta har resulterat i ett avgränsat, tydligt och hanterbart genomförandeprojekt som ska bidra till ökad attraktion, ekonomisk stimulans och

besöksmålsutveckling. Genomförandeprojektet är starkt kopplat till de beskrivningar som företagen har gett oss om sina behov genom förstudien.

Genomförandeprojektet handlar om att skapa övergripande strategiska insatser som affärsmodell, marknadsföring och kvalitetssäkring av biosfärleden. Vi kommer också att arbeta med att stärka besöksnäringens företag utmed leden. Insatser som kommer att göras är bland annat affärsstärkande föreläsningar, workshops och forum för dialog inom besöksnäringen. Vi kommer marknadsföringsmässigt att belysa de hållbara aktiviteterna, boenden och matalternativ som finns idag inom biosfärområdet för att andra företag ska inspireras att lägga fler hållbarhetsinriktade aktiviteter, mat- och boendeupplevelser lokalt i biosfärområdet vid konferenser, kick-off eller representativa besök. Total beskrivning finner du i ansökan om genomförandeprojektet som du finner i bilaga 2.

Förstudien har resulterat i en del råmaterial när det kommer till såväl erfarenheter från tidigare projekt, omvärldsanalys och den information som vi fångat upp från besöksföretagare och tjänstemän. Mycket av det materialet återfinns därför relativt obearbetat i bilaga 1. Vår förhoppning är att förstudiens resultat, inklusive bilaga 1, ska inspirera fler att skapa projekt och rikta insatser i linje med de aktuella hållbara möjligheterna som förstudien har ringat in.

Nedan har vi istället valt ut de bitar som vi bedömer mest relevanta att ta med oss vidare i ett genomförandeprojekt. Detta utifrån förstudiens samlade resultat, den attraktionskraft och besöksnäringens utveckling som vi önskar att se, samt oss medverkande organisationers förutsättningar att genomföra ett lyckat och aktuellt projekt.

4.1 ERFARENHETER FRÅN TIDIGARE PROJEKT

Nedan väljer vi att visa ett urval av lärdomar, omvärldsanalys och workshopsinnehåll som vi kommer att ta hänsyn till i det genomförandeprojekt som vi har för avsikt att genomföra med start 2019.

Inom projektet *Hållbart resande för besöksnäringen Länsstyrelsen 2006* fann man bland annat att dessa saker kunde förbättras:

- Praktisk information om hur resenärer kan nå området med kollektivtrafik
- Information, marknadsföring och infrastruktur riktad mot lokalbefolkningen för att både locka människor att stanna i trakten och locka anhängerturism
- Bättre kommunikation till besökare som kommer utan bil, till exempel från tåget till vandringledd eller från vandringsled till busshållplats
- Information om utflyktsmöjligheter utan bil bör finnas hos lokala övernattningsställen (vandrarhus och hotell).
- Tematiska kortare leder utmed tex vandringsleder vore bra. Teman kan tex utgå från våra unika kulturarv och speciella naturvärden.
- Tydlig information bör ges om huruvida cykelleder är bilfria eller inte.

- Det finns en riktigt bra möjlighet för marknadsföring om regionen som destination för friluftaktiviteter
- Marknadsföring kan öka där man lyfter fram området som extra intressant för upplevelser och aktivitet.
- Förbättrat samarbete krävs mellan tex kommunerna, lokala turistbyråer, turistentreprenörer, kollektivtrafikbolag och vägverket.
- Gemensam cykelstrategi mellan vägverket och kommunerna kan skapa värde.
- Gemensam cykelstrategi mellan kommunerna kan skapa värde.
- Attraktiva möjligheter att lämna bilen och uppleva området utan bil.
- Skyltade vandrings- och cykelleder med hög säkerhet.
- Skyltning vid olika kollektivtrafikstopp med information om vandrings- och cykelleder.
- Kortare delsträckor på vandringsleder som startar och har sitt stopp vid kollektivtrafikens hållplatser.
- Hemsidor och informationsmaterial ska ha detaljerad information om kollektivtrafik och turistorganisationerna bör vara uppdaterade.

Man konstaterade i rapporten *Cykelrutten i biosfärkandidatområdet Vänerskärsgården med Kinnekulle Koucky & Partners AB 2008* att en investering i ökad cykling i området är både samhällsekonomiskt lönsam och gynnsam för den lokala besöksnäringen.

I studien *Ekoturistdestination Vänerskärsgården med Kinnekulle Hushållningssällskapet 2008* kan vi se följande lärdomar som viktiga att ta med oss in i genomförandeprojektet:

- Vikten av brett samarbete
- Cykelleden är en konkret sammanlänkning av området och det innebär möjlighet för produktutveckling
- Företagarnätverket finns
- Biosfärområdet har konkretiserats med innehåll genom vandrings- och cykelleder.

Ett par saker som man såg att man kunde gjort annorlunda var att man skulle ha skapat en organisation för strategiska frågor och man skulle haft bättre integration med turistbyråernas befintliga arbete.

Man såg också att man kunde gå vidare med fortsatt utvecklingsarbete, utbyggnad av nätverket, arbete kring värdegrund, marknadsföring, utveckla spetsprodukter med hög kvalitet, mer produkter mot affärsresenärer mm.

Projektet hade följeforskning som bland annat visade att man lärde och såg att det fanns en stor möjlighet i långsiktigheten med biosfär och i efterfrågan på hållbara produkter och upplevelser.

I genomförandeprojektet utgår vi också från följande ur *BioExp 2020 Biosfär Exportmogen destination 2020 Biosfärområde Vänerskärsgården med Kinnekulle 2013*

Projektidén som fanns som grund kändes inte förankrad i projektgruppen. Man visste inte hur en gemensam destination skulle se ut vilket ledde till att arbetet bromsades och stannades upp.

Man såg att man behövde jobba fram en gemensam vision och värdegrund för att skapa en "vi-känsla" och arbeta åt samma håll, detta oavsett om man verkar inom offentlig organisation eller driver eget företag.

Man lärde/såg också att det behövs en sammanhållande part, tex biosfärkontoret, som behöver vara bemannat, resurssatt både kompetensmässigt och finansiellt för att säkerställa ett effektivt utvecklingsarbete för en gemensam destination.

Det var betydelsefullt för företagen att nätverka och träffas kontinuerligt. Viktigt att utvärdera med jämna mellanrum för att säkerställa kvalitén och trovärdigheten.

Det är svårt att skapa ett nätverk, att verkligen få företagare att vilja delta och komma till flera träffar. En anledning till detta är att företagen ofta är på olika nivåer och därför kan en del undvika att komma dit om de tror att de redan kan eller vet det som nätverksträffen kommer att handla om.

4.2 OMVÄRLDSANALYS

Några andra biosfärområden i världen jobbar aktivt med "biosfärturism" . Genom förstudien har vi sett på vad som fungerar lyckosamt hos dem bland annat genom frågor inom nationella och Unescos internationella biosfärnätverk. Vi har också tittat på några fler platser i omvärldsspaningen. Nedan följer, för genomförandeprojektet relevant information om några av de kontaktytor och platser som vi funnit kan vara värdeskapande för oss i Unescos Biosfärområde Vänerskärsgården med Kinnekulle att inspireras och lära av. Hela omvärldsanalysmaterialet återfinns i bilaga 1.

OASIIS (Opening Access to Sustainable Income Streams) är en plattform på nätet för företag och närliggande organisationer i biosfärområden där man kan dela idéer och erfarenheter världen över. Initiativtagaren till plattformen är Colin Campbell, Skottland. Det finns idag 15 biosfärområden med i plattformen. Rapporten omfattar biosfärområden i 12 länder. Att som företag registrera sig i plattformen bör tyda på kunskap om vad Unescos biosfärområden står för gällande ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet. Inom plattformen OASIIS finns 37% av de registrerade företagen

inom turistsektorn. Man har genom samlade data i plattformen dragit slutsatsen att det finns mycket stor potential att utveckla den hållbara turismen än mer i biosfärområdena.

Tyskland och Röhn

I Tyskland har man genomfört en studie som bland annat visar att man kan vinna mer ekonomi i betalande gäster därför att *kulturarv* finns i biosfärområdena. Detta jämfört med naturskyddade

områden som drar turism som vill uppleva naturen. I naturskyddade områden investerar man oftast inte lika mycket i boendet och restauranger osv. Inom biosfärområdet i Rhön arbetar man aktivt för att främja utvecklingen av biosfärområdet. Det gör man genom att beställa forskningsarbeten, ingå i miljöarbeten och sprida kunskap till allmänheten. I Tyskland jobbar man aktivt med att knyta till sig företag till biosfärområdena genom skrivna avtal.

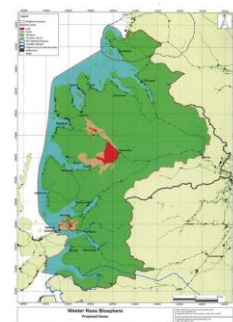
”BRs use a holistic approach to developing local solutions to global sustainable challenges. By providing a space to stimulate learning processes that strengthen long-term human wellbeing.”

OASIIS Biennial Report 2018

Scotland

The Wester Ross Biosphere Reserve

Här bor runt 8000 invånare. Området har runt 70'000 besökare varje år och turismen står för ca 35% av arbetsmarknaden. Skotsk galileiska är listad som 'definitivt hotat' i Unescos lista över hotade språk. I Wester Ross kan 10,6% av invånarna tala skotsk galileiska. Det som möter turisterna gällande hållbarhet är ett mycket speciellt naturlandskap, rika kulturarv med bland annat en rad platser att besöka från stenåldern, samt traditionella aktiviteter som fortfarande praktiseras idag som speciell och traditionell hantering av djurhållning vid produktion samt upplevelsen av galileisk musik.



Spanien, LaPalma

Här jobbar man mycket med biosfärцерifieringar som ger ett samlat intryck för turisterna om att man står upp för, och agerar hållbart. Man kan finna certifieringssymbolerna på både produkter och boenden.

Italien

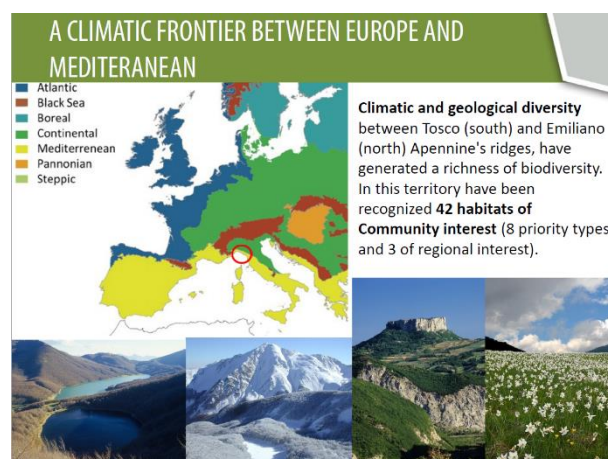
Biosfärområde Appennino Tosco-Emiliano bildades 2015 och ligger i norra Italien. Området har olika sorters klimat där söder med sin värme, och norr med sina snöklädda berg, möts. Här finns bland annat höga naturvärden.



Sett till hållbar turism har man lyckats dra till sig stor turism genom genuint mathantverk och den vackra naturen. Det svenska biosfärprogrammet anordnade i år en resa hit för dem som vill inspireras och ta till sig av områdets resa. Det planeras att genomföra en likadan resa nästa år 2019.

I biosfärområde Appennino Tosco-Emiliano utgår man mycket från maten och kvalitetstänk kring lokalproducerade råvaror och traditionell produktion. Stoltheten för platsen och mathantverket är centralt.

Appennino Tosco-Emiliano utgör också ett gott exempel när det gäller samhällsentreprenörskap. De högkvalitativa matprodukterna ser man som värdeskapande för naturen för att motverka klimatförändringarna och för människor på både hälsosamt och ekonomiskt plan.



Att marknadsföra biosfärområdet i samband med produkterna är också givet. Här använder man uttrycket "I Care Appennino" på till exempel t-shirts inom företagen. Det är ett gemensamt grepp och något som turister och invånare ser och tar del av när de vistas i området.

Studier av forskaren Fredrik Hoppstadius

Forskaren Fredrik Hoppstadius, Karlstads Universitet, forskar om turism och har tittat särskilt på vårt biosfärområde. Han delar med sig av sina slutsatser, iakttagelser och tips för utveckling av biosfärområdet i en hållbar riktning utifrån sina forskningsresultat. Du finner det totala materialet från intervjun med honom i Bilaga 1. Här återges det som vi ser går i linje med det genomförandeprojekt som vi ämnar starta 2019.

I en av hans studier intervjuades ett antal personer inom besöksföretag i biosfärområdet. Dessa frågor visade sig vara centrala för besöksnäringens företagaren:

- Möten med turister, tvåvägskommunikation, personligt och via web mm.

- Nätverk är jätteviktiga. Formella nätverk med kontinuitet är viktigt för företag, här vill man helst inte se projekt och tillfälliga insatser. Informella nätverk, som samarbeten med andra branscher, ses som värdefulla.
- Platsen man befinner sig på spelar roll. Att man är i ett biosfärområde gör att man är mer vänligt inställda till att bidra till hållbarhet. Man beskriver att det bör finnas mer lättillgänglig information om biosfärområdet och dess funktion. Här fångas en hierarkisk syn upp där om vem man tror vet mest, man tror att Unesco gör det. Platsen är viktig, men också de personer som finns omkring företagaren på platsen.

Intervjuer av Hoppstadius visade på en rad anledningar hos turisterna för att resa hit:

- Äventyret. Att ha lite att prata om över en fika på jobbet.
- Landskapet, vackert, kontraster till staden.
- Ideologi. Nära, inom Sverige, miljön. Man vill visa barnen landskapet och att man inte måste resa till Gran Canaria mm.
- Funktion Man ville uppleva olika dimensioner av landskap, njuta av ledigheten. Lärandet och informationen är väldigt viktig del på platserna man kommer till. Det kan också handla om nostalgi, minnen. Sport. Löpning. Cykling. En del föredrar en aktiv semester vilket går bra att ha runt Kinnekulle.

Många visar sig vara intresserade av naturen, vad den betyder och vad kan man göra här. De flesta hade tankar om att vara hållbara resenärer, men andra faktorer avgjorde hur de verkligen gjorde. Något som utmärker sig som ett extra intressant för Hoppstadius är turism + lärande som kombination. Certifieringar är något som Hoppstadius menar kan ge styrka åt biosfärområdet.

Östergötland har av den världsomfattande organisationen Green Destinations blivit utnämnd till en hållbar besöksdestination. Östergötland är nu första regionen i Sverige på listan. Utnämningen är ett resultat av ett hållbarhetsarbete som pågår inom regionen via Visit Östergötland. ”Det vi gjort hittills är att samla ihop allt som redan gjorts av Östergötlands kommuner, Region Östergötland, Länsstyrelsen i Östergötland och östgötska företag och beskriva det på engelska. En oberoende jury ansåg att Östergötlands jobb med hållbarhet inom bl.a. natur, kultur, besöksinformation, säkerhet och kollektivtrafik redan är så pass bra att vi direkt rankas bland de 100 bästa destinationerna i världen!”

Platåbergens geopark, Sverige

Platåbergens landskapet i Västergötland består av speciella geologiska platser och landskap varav flera är unika i världen. Dessa kan utgöra intressanta och värdeskapande besöksanledningar. Det pågår just nu en ansökningsprocess om att etablera en Unesco

geopark i området. Geoparker har bara funnits i 17 år, och i sin nuvarande form under Unesco bara i två år.

Geologi är historieberättande, och genom att lära oss om geologi lär vi oss om planeten jordens historia. I platåbergen gömmer sig miljontals år av historia som kan intressera besökare. Du kan till exempel ta del av en lagerföljd med bergarter som berättar om den geologiska eran Paleozoikum (541 miljoner år sedan till 251 miljoner år sedan). Bergarterna vittnar om flera stora geologiska processer som är viktiga för att förstå jordens utveckling. Man hittar t.ex. både fossil från numera utdöda djur och några av världens allra äldsta fynd av meteoriter i platåbergen.

I ett genomförandeprojekt vill vi att besöksnäringens företag och andra företag i området lär sig mer om de möjligheter vi har till lokala upplevelser utmed Biosfärleden, som bland annat går över platåberget Kinnekulle. Vi ser bland andra följande arbetssätt som vinnande hos Platåbergets geopark:

- Marknadsföra platåbergslandskapet som en enhetlig destination
- Synliggöra det attraktiva värdet i platåbergslandskapet
- Utveckla platåbergslandskapet till ett starkt besöksmål
- Sprida kunskap om platåbergslandskapet – geologi, naturgeografi, biologi, kulturhistoria
- Göra platåbergen synliga och visuellt åtkomliga för en bred allmänhet, och därmed öka antalet besökande i området.

Genom att lyfta fram värdet med den historia som finns gömd i Platåbergens geopark finns hållbarhetsaspekter som att ta vara på, bygga stolthet kring och att skydda vårt kulturarv. Det handlar också om ekonomisk och social hållbarhet när vi ser till besöksnäringen och naturturismen.

KKN Kreativa och Kulturella näringar utmed Kinnekullebanan

Kreativa och Kulturella näringar utmed Kinnekullebanan omfattar företag som verkar inom en rad branscher; arkitektur, dataspel, design, formgivning, film, foto, konst, kulturarv, litteratur, media, marknadskommunikation, mode, musik, mathantverk, scenkonst, slöjd, konsthantverk och upplevelsebaserat lärande. Kultur och kreativitet går många gånger hand i hand med samhällsutveckling. Här har vi tittat på hur KKNs arbete skulle kunna kopplas samman med våra vandrings- och cykelleder som utmed många sträckor likt KKN har gemensam nämnare i platsen; utmed Kinnekullebanan. En gemensam nämnare mellan KKN, Platåbergens geopark och Biosfärområdet är också Österplana Kyrka. En idé som funnits hos KKN är att se på om platsen skulle kunna vara en möjlig plats för hantverkare och geo-utställning mm. Österplana kyrka finns utmed biosfärleden och platsen har närhet till en rad speciella natur- och kulturarvsupplevelser.

Next Skövde

Next Skövdes syfte är att, i samverkan med privata och offentliga aktörer, stärka varumärket Skövde och bidra till att Skövde är utvecklande och attraktivt att leva, arbeta och studera i samt att besöka. Detta gör man genom att marknadsföra och medverka i utvecklingen av platsen Skövde som turist-, mötes- och evenemangsdestination. I bolaget finns mycket kompetens och det är intressant med samverkan och utbyte av flera anledningar. Skövde har bland annat förstärkt området på Billingen de senaste åren. Här har man växlat upp värdet av människors friluftsintrasse. Det har yttrat sig i arbete med spår, förstärkt vinter/skidsäsong, skogsmullerike och mycket mer. Just att veta mer om hur vandringleder kan kvalitetssäkras är något som både Next Skövde och biosfärområdet kan ha nytta av att veta mer om, konstaterades i förstudien.

4.3 WORKSHOPS, SAMTAL OCH IDENTIFIERADE BEHOV HOS BESÖKSNÄRINGSFÖRETAGARE OCH NÄRLIGGANDE ORGANISATIONER

Inom förstudiens ram har vi genomfört workshops med besöksnäringens företag och samtal med kommundienstämman. Ett femtiotal besöksnäringens företag var totalt med vid förstudiens workshops. Upplägget vid workshoparna var att vi startade med fika och en inspirationsföreläsning av Martin Maars, från företaget Ålska Billingen. Detta som ett exempel på hur man kan företaga hållbart. Sedan delades stora ark med rubriker och frågor på, ut på borden i rummet. Deltagarna uppmanades sedan att stanna en stund vid varje bord där man satt ner, samtalande om ämnet och fyllde på sina egna tankar under respektive rubrik eller fråga. Nedan visas merparten av det som framkom utifrån deltagarnas svar. Hela workshopsresultatet återfinns i bilaga 1.

EN VERKLIGT HÅLLBAR DESTINATION

De här förutsättningarna behövs hos företagen för att biosfärområdet ska bli och upplevas som en verkligt hållbar destination enligt de medverkande:

- Möjlighet till hållbart resande
- Information måste bli tydligare om att vi finns i ett biosfärområde
- Brunvita skyltar
- Samverkan/paketering
- Ekonomi – det måste vara hållbart ekonomiskt!
- Vi önskar löpande information.
- Tipsa mer utanför kommunerna.
- Ökad samverkan behövs!
- ”Tillsammans säljer vi en destination!”
- Man kan behöva ett bollplank kring de här frågorna
- Vi efterfrågar nätverksamhet mellan tex bussbolag, kyrkor, företag
- Infrastruktur som tex toaletter, eldstäder, tältplatser, enklare boenden mm.

- Stötning och samsyn från politiskt håll

För att biosfärområdet ska bli och upplevas som en verklig hållbar destination behövs de här förutsättningarna för invånare och besökare:

- Vi visar stolt det som vi har idag med
- Självklarhet att prata om och ”skryta” om att vi finns i ett biosfärområde!
- Skyltar som visar att du är i biosfärområdet
- Kunskap, medvetenhet, utbildning, information
- Samverkan
- Hållbara transportmöjligheter
- Digitala kartor med information utifrån olika intressen
- Boendialternativ
- Miljövänliga transportmedel / kollektivtrafik
- Miljövänliga engångsartiklar vid evenemang
- Informationscentral

HÅLLBARA SUCCÉ-PRODUKTER

De här hållbara produkterna ser jag att vi har idag i biosfärområdet:

- Cykling
- Vandring
- Boendeanläggningar
- Maten/lokalproducerat
- Fiske/kräftfiske
- Naturreservat
- ElectriVillage
- Giftfria plantor
- Retreat
- Nattvandring på Kinnekulle
- Vårrundan
- Returrundan
- Vänerlöjrom
- Hindens rev
- Naturreservat tex Munkängarna
- Ordnade vandringar som är paketerade med mat + annat samt kunskapsspridning
- Aktiva konstnärer och hantverkare – kurser och kunskapsspridning

Idéer om hur dessa kan utvecklas för att bli ännu bättre:

- ICA /COOP tar in mer lokalproducerat
- Mer samarbete mellan olika aktiviteter och boenden mm
- Hållbarhet genomsyrar även när man inte uttryckligen berättar om eller presenterar något som hållbart
- Ännu bättre mat
- Samverkan
- Paketering

MÅLGRUPPER

De här målgrupperna är extra intressanta att jobba med inom hållbar turism.

Motivera.

- Naturintresse
- Ekonomisk kraft
- Ekointresserade
- Technical visitors (tex till ElectriVillage)
- Naturintresserade som vill uppleva naturen med guide
- Barn och ungdom
- Miljömedvetna storstadsmänniskor
- Barnfamiljer
- Naturintresserade
- Djurintresserade
- Hållbar turism ska passa alla – oavsett förmåga och funktioner/nedsättningar
- Nysvenskar
- Grön omsorg
- Rehabilitering
- Pensionärer
- Kulturturism

Vilka förutsättningar behövs för att de här målgrupperna ska välja att stanna länge inom biosfärområdet?

- Samverkan – känslan av ett område som jobbar tillsammans
- Varierat utbud
- Paketering för att förenkla
- Lättare att ta sig mellan aktiviteter/boende (kommunalt)

- Större meny av aktiviteter – det ska finnas något för olika typer av familjer/grupper
- Förstå att man måste jobba tillsammans och ha kunskap om varandras verksamheter
- Modernisera de hållbara produkterna och tjänsterna för att nå den yngre generationen
- Digitalisering
- Boende
- Infrastruktur
- Tillgänglighet
- Okej priser
- Marknadsföring
- Naturskön miljö
- Trivsel – bra värdskap
- Närhet
- Sevärdheter (hos oss och i regionen)
- Bemötande
- Ta med cykeln på bussen / tåget
- Kommunikationer - buss

SYSSELSÄTTNING

Om vi visste att sysselsättningen skulle öka stort inom hållbar turism i biosfärområdet. Vilka behov av fler tjänster/jobb ser du då framför dig?

- Bra kommunala transporter
- Guider + kartor
- Bra underhåll och markering av leder
- Paketlösningar: boende, mat, ledare upplevelser natur/kultur. (Samordning).
- Infrastruktur
- Fler språk
- Fler naturnära aktiviteter

Vilka förutsättningar behövs för att dessa jobb ska bli verklighet?

- Tillräckligt många fler besökare
- Finansiering
- Någon äger frågan och känner ansvar!
- Bra dialog mellan involverade
- Använda potentialen mer så att fler har semester i närområdet: vända oss till personer i södra Sverige och mer till närboende.

GEMENSAMMA STRATEGIER

På vilka sätt kan vi jobba gemensamt för att dela och öka kunskapen om hållbarhet?

- Workshops och träffar träffar likt den vi gör idag
- Våga testa
- Studiebesök i andra områden
- Informera mer om det miljöarbete man gör och var stolt över det
- Skyltning – det ska synas att vi är i ett biosfärområde
- Politisk tydlighet: prioritera hållbarhet
- Nätverka
- Lyfta bra exempel
- Information, fler språk
- Vara goda ambassadörer

På vilka sätt kan vi jobba gemensamt för att locka fram fler hållbara innovationer?

- Bidra genom att använda andras lokala produkter/tjänster inom biosfärområdet
- Bli bättre på att informera i våra egna "kanaler" på hur vi arbetar idag och inspireras av varandra
- Genom forum för samverkan
- Inventera och sammanställa vandringsleder
- Samverkan över gränser: kommuner, turistföretag, föreningar

Skyltning vore värdefullt

Fler saker som framkom inom förstudiens ram är att det finns visst intresse för Unescos biosfärutnämning och uttryck för att den skulle kunna bidra till mervärde för företagen. 60 % av biosfärområdets föreningsmedlemmar är idag organisationer och företag och flera av dessa är besöksnäringföretag som idag visar att de finns i ett biosfärområde genom biosfärområdets logotyp på sina websidor. En tydlig åsikt som framkom under genomförda workshops var att man ser det som självklart med brunvit skyltning för att invånare och besökare tydligt ska se att man befinner sig i ett biosfärområde.

Detta önskar kommundienstemännen

Genom förstudien framkom bland annat att kommunerna har som mål att hitta en samverkansmodell där man gemensamt tar ett helhetsgrepp kring utvecklingen av Vänerskärgården med Kinnekulle som besöksmål och reseanledning, en sammanhållen destination.

Ingångarna är:

- Att ta avstamp i att vara en hållbar destination, en landsbygd utvecklas som man även i framtiden ska kunna besöka, leva och verka i.
- Att hitta sätt att knyta ihop vårt område, från småstadspuls till storslagen natur och skärgårdsmiljö och skapa affärsnytta av det.
- Att underlätta, tematisera och knyta samman resandet på väg, sjö och med tåg och därigenom attrahera nya etableringar.

Man beskriver här också en möjlighet i att bygga vidare på befintlig cykel- och vandringsled genom att ta tillvara på och sätta de redan befintliga lederna i ett sammanhang.

Man ser det som intressant att kartlägga noder längs de tre resvägarna; sjön, Kinnekullebanan och landsvägen och identifiera platser som kan vara viktiga knytpunkter och utvecklingsområden i framtiden. Det är också av värde att analysera behov, efterfrågan, intresse etcetera genom besökare, näringsliv, boende och benchmark av andra destinationer med liknande förutsättningar. Det skulle vara värdeskapande att ta fram åtgärdsförslag, identifiera vilka insatser som krävs för att skapa förutsättningar för framtida utveckling och hur kan vi tillsammans stimulera det?

Det finns också idéer i riktning för att identifiera samverkansparter för att möjliggöra destinationsutveckling av området och att ta fram en gemensam kort- och långsiktig handlingsplan. Man vill även skapa förutsättningar och infrastruktur för identifierade insatsområden och kommunicera och följa upp de olika insatserna genom bland annat marknadsföring av identifierade tematiska reseanledningar och mätning av resultat.

5 Slutsats

Utifrån genomgången material har vi funnit en rad ämnen och konkreta saker som värdefulla att applicera till biosfärområdet med dess tre kommuner Lidköping, Götene och Mariestad. Valt fokus just nu är att vi ska stärka affärsutvecklingen och servicegraden på och utmed biosfärleden. Insatserna kommer bland annat att handla om

- Ta professionell hjälp för att skapa en affärsmodell för biosfärleden. Önskade effekter är ökad attraktion med många fler användare av leden, samt att stärka besöksföretagen utmed den
- Säkerställa kvalitén och servicenivån utmed leden. Skyltning, framkomlighet, toaletter, laddning av mobiltelefoner mm
- Finna och stärka nav utmed leden. Göra det tydligt för besökarna hur man kan ta sig vidare från leden tex via Sveriges vackraste tågsträcka

- Tydliggöra de hållbara alternativ som finns gällande aktiviteter, boenden, mat mm utmed leden och lyfta fram dessa som goda exempel och marknadsföra dem samlat med ny karta i både pappersformat och digitalt
- Ett viktigt grepp inom projektet är att se till så att andra företag (ej besöksnäring) inom biosfärområdet ska inspireras att välja lokala, hållbara alternativ vid kick-offer, konferenser och representationsbesök.

6 Källförteckning

Länkar och källor på nätet

<https://www.regeringen.se/regeringens-politik/globala-malen-och-agenda-2030/>

<http://www.vastarvet.se/siteassets/vastarvet/tjanster-o-projekt/projekt/lab190/lab190-presentation170905.pdf>

<http://www.responsibletourisminstitute.com/en>

<http://www.lapalmabiosfera.es/en/turismo/club-del-producto-turistico>

<http://www.lapalmabiosfera.es/en/biosfera>

<http://www.biosferadeltapo.org/wp-content/uploads/2017/04/Intervento-Carolina-De-Leon-Garcia-Riserva-di-Biosfera-La-Palma.pdf>

<http://biosphaerenreservat-rhoen.de/>

<http://www.spreescouts.de/en/trips.html>

<http://www.brbgl.de/tourismus/angebot-freiwillig-aktiv/>

<http://www.fahrtziel-natur.de/natur/view/index.shtml>

Sigtunahöjden – Konferensanläggningen som tänker hållbarhet – hela vägen:

<https://www.turismnytt.se/sigtunahojden-hallbarhet-hela-vagen/?fbclid=IwAR3-kINAGjyqEYJ5FqhsZyNIFw4joWCqNWuf6ZjYQJugukOoGdQSA-zFJtc>

Så ska Sigtuna bli plastfritt 2020: <http://www.besoksliv.se/nyheter/sa-ska-sigtuna-bli-plastfritt-2020/?fbclid=IwAR2so4LpeSOOUO4yn5HUeBrHQE7oi-U4yBvcBlfDIRUsikiDvh9bQKhBAw>

Klimatsmarta och unika upplevelser i Sverige. STF ger 5 tips på unika upplevelser som alla har en låg klimatpåverkan: <https://www.svenskaturistforeningen.se/hallbara-initiativ/klimatsmarta-och-unika-upplevelser-sverige/Infoga din andra punkt här>

Wikipedia

SCB Statistiska centralbyrå

Projektrapporter

Hållbart resande för besöksnäringen *Länsstyrelsen 2006*

Cykelrutter i biosfärkandidatområdet Vänerskärgården med Kinnekulle *Koucky & Partners AB 2008*

Ekoturistdestination Vänerskärgården med Kinnekulle *Hushållningssällskapet Skaraborg 2012*

Ekoturistdestination Vänerskärgården med Kinnekulle Följeforskning *Kristina Lindström 2009-2012*

Rapport från MAB-BIRUP Workshop Promoting Green Economies in Biosphere Reserves through Certification, Labelling and Branding Schemes. *Johanna MacTaggart Shanghai 2015*

OASIIS biennial report 2018, Shining a light in the anthropocene 2018 www.oasis-br.org

Community tourism, The role of Social Enterprise, Scotland www.senscot.net

Adventure Tourism and social enterprise, www.senscot.net

Intervjuer och samtal

Johanna MacTaggart, Nationell koordinatör för Biosfärprogrammet Sverige. Del av den globala biosfärstyrelsen. www.biosfaromrade.org

Charlotte Backman, Visit Skaraborg, Marknadschef, Next Skövde Destinationsutveckling AB, Skövde Turistbyrå www.nextskovde.se

Anna Bergengren, Projektledare, Platabergens Geopark, Grästorp kommun www.platabergensgeopark.se

www.facebook.com/platabergensgeopark

<http://www.grastorp.se>

Ilona Pettersson, Projektledare, KKN Kulturella & Kreativa Näringar längs med Kinnekullebanan www.leadernvskaraborg.se/kkn

<https://www.facebook.com/kknkinnekullebanan/>

Emma Häggberg, Lovisa Johansson Hollsten, Leader Nordvästra Skaraborg, www.leadernvskaraborg.se

Anna Ohlin Ek, Malin Johansson Fahlström, Elin Sjöstedt Destination Läckö Kinnekulle AB

Lotta Samuelsson, Anna Söderberg, Mariestads Turismorganisation, Mariestads Kommun

Föreläsningar

En resa mot en hållbar destination. Christophe Risenius, VD för ICEHOTEL och ICE CREATIVE AB i Jukkasjärvi. *Om certifieringsprogrammet "Sustainable Arctic Destination" som beskriver vad aktörer och företag kan göra för att skapa en mer hållbar destination.*

Hållbar turismutveckling – vadå? Kristina Lindström, Forskare på Centrum för Turism, Göteborgs Universitet. *Forskning om besöksnäringens hållbara utveckling. Vad betyder hållbar utveckling i praktiken i besöksnäringen och vilka utmaningar står besöksnäringens intressenter inför i arbetet med att förverkliga hållbarhetsmål? Föreläsaren arbetar för närvarande i olika projekt tillsammans med Turistrådet Västsverige, samt Tanums kommun och Skaraborgs kommunalförbund.*

Kontakter Unescos internationella Biosfärprogram

Colin Campbell, OASIIS Executive Director, Assist Social Capital CIC. Scotland.

www.social-capital.net

www.oasiis-br.org

www.unlocking-potential.co

Tabi Ewing, OASIIS Project Coordinator, Assist Social Capital CIC. Scotland

www.oasiis-br.org

Barbara Engels, nationell koordinator. Tyskland

Federal Agency for Nature Conservation, International Nature Conservation, MAB-Geschäftsstelle/ Secretariat of the German MAB National Committee

Carolina de Leon, La Palma Brand Promotor. Spanien

<http://www.lapalmabiosfera.es/en/biosfera>

Dr. Annette Schmid Hofer, UNESCO Biosphäre Entlebuch. Schweiz

<http://www.biosphaere.ch/english/index.html>

