

Hållbar turismutveckling inom upplevelsenäringen på svenska vintersportdestinationer

Erika Mikaelsson

Luleå tekniska universitet

D- uppsats

Upplevelseproduktion

Institutionen för Musik och medier

Avdelningen för Medier och upplevelseproduktion

Förord

I skogen bakom mitt barndomshem höggs träden ner någon gång i början på 90-talet. De fick ge plats åt den nya motorvägen. Våra upptrampade stigar, den blomfyllda ängen och de gamla husdjurens viloplatsar fanns en dag plötsligt inte kvar. Jag och min vän tänkte protestera. Hur kunde de hugga ner träden och förstöra den vackra natur som vi brukade leka i? Vi var upprörda. Arga! Vi tyckte att så där får man bara inte göra. Där startade mitt miljöengagemang.

Drygt 20 år senare befinner jag mig i slutskedet av universitetsstudierna men innan jag kan kalla mig upplevelseproducent ska en D-uppsats skrivas. Jag ville skriva något som jag kunde känna mig stolt över. Jag ville föra in miljöengagemanget i upplevelseindustrin. Jag läste Johan Tells bok *"100 sätt att rädda världen"* där han bland annat skrivit att om man vill leva miljövänligt ska man välja längdskidor istället för utförsåkning. Längdskidor i alla ära, men jag föredrar att åka utför. Men jag vill samtidigt leva så miljövänligt som möjligt. Är det en möjlig ekvation att göra båda? Och jag frågade mig varför en vintersportdestination inte kan vara ett bra miljöval. Eller kan de kanske vara det? Hur arbetar egentligen de svenska vintersportdestinationerna med miljöfrågor? Utifrån dessa tankar formades denna uppsats om hur just de svenska vintersportdestinationerna arbetar för hållbar turismutveckling.

När jag började denna utbildning hade jag ingen tanke om att skriva en D-uppsats. Men nu nästan fem år senare är uppsatsen skriven. Det har varit en lång process som bidragit till en del känslomässiga bergochdalbansfärder. Därför vill jag tacka alla som står mig nära och som stötta mig genom detta. Tack till min pojkvän, vänner, familj, klasskamrater och lärare. Tack till min handledare Yvonne som har gett mig många värdefulla tips och kommentarer. Och ett speciellt tack till min bror Rickard som uppmuntrat och väglett mig genom denna process.

Stockholm den 24 maj 2009

Erika Mikaelsson

Sammanfattning

Klimatförändringen hotar påverka oss dramatiskt om vi inte göra något nu. Vi människor uppmuntras till att byta till miljövänlig el, åka kollektivtrafik och att sopsortera. Tidigare hölls denna debatt bort från turismen, men allt eftersom debatten har vuxit har även turismen börjat påverkas. Det förutspås att turister i allt större utsträckning kommer börja välja resmål utefter dess miljöpåverkan och därav kommer de destinationer som arbetar aktivt med miljöfrågor att vinna konkurrenskraft. Den del inom den svenska turismen som är starkt hotad av den eventuella klimatförändringen är vintersportdestinationer. Deras verksamhet är beroende av snö och en välbevarad natur, därför kan det tyckas att dessa destinationer borde arbeta aktivt för att göra så lite miljöpåverkan som möjligt. Men gör dem det? Och om de gör det, hur gör de då? Dessa frågor syftar denna studie till att ge svar på. Och för att genomföra detta har en kvalitativ studie genomförts och arbetet för ekologisk hållbarhet inom fyra olika aktörer på svenska vintersportdestinationer har studerats.

Det framkom i studien att samtliga aktörer ansåg att ekologiskt hållbar turismutveckling är viktigt, men det var stor skillnad i hur aktivt de arbetade med detta. Aktörerna bedömdes utefter deras engagemang inom olika utvecklingsområden och utifrån detta uppenbarades två läger mellan aktörerna. Den ena sidan arbetar aktivt för hållbar turismutveckling, medan den andra sidan är i inledningsskedet av sitt hållbarhetsarbete och är därför inte lika aktiva. Det uppenbarades även skillnader i vad som motiverade aktörernas hållbarhetsarbete. Fyra olika motivationsfaktorer blev synliga i studien och den starkaste av dessa var från vad som valt att kallas för *"den medvetna turisten"*. Om antalet medvetna turister ökar kommer dessa att driva på de aktörer som ännu inte arbetar aktivt med hållbar turismutveckling. Under studien framkom även åtta stycken handlingsverktyg som är viktiga vid arbete med hållbar utveckling. Dessa verktyg kan aktörerna ta hjälp av för att dra igång ett hållbarhetsarbete och för att driva processen framåt.

Abstract

Today's climate change is threatening to affect the world dramatically if nothing is done. We are encouraged to change our lives to more environmentally friendly ways like alternative electricity usage, by using public transportation and to recycle our garbage. The debate has just recently started to effect the tourism industry by it's strong statement and ability to engage the world's population into taking a stand. In previos studies from tourism motivations, the trend has been that tourists in the future will choose destinations depending on its effect on the environment. Therefore are destinations, which are working towards environmentally friendly issues within its activities more competitive, compared to other destinations that do not have that focus.

One area in Swedish tourism industry that has been strongly affected by the climate change are the winter sport destinations. Their activity strongly depend on snow and a well-preserved environment, and therefore it seems important to work enthusiastically towards decreasing their effect on the environment. The question however is, are they? And if they are, what are they doing? This paper aim is to answer these questions in-depth and through that show how this qualitative study has been put into practice. Four winter sport destinations and their work towards ecological sustainability have been studied: SkiStar Åre, Hemavan/Tärnaby, Abisko Turiststation and Björkliden Fjällby.

Throughout this study of the four operators, it became clear that they consider sustainable tourism development as important. However, there are big differences between how actively they were working with it. The operators were graded according to their engagement in different areas of development. This showed that two different leagues were apparent: on one side the operators worked consciously towards sustainable tourism development and on the other side they were still in the initial phase of starting the work towards sustainability. Difference between the things that motivate the operators became evident, and the strongest factor was the environmentally friendly tourist. If this kind of tourist increases at winter sport destinations, they will hopefully motivate the operators to work even harder towards sustainability.

During this study of operators, eight action tolls were created which are important in the work towards sustainability. These tools could be helpful for the operators when starting conscious work for sustainability and to keep the process moving forward.

Innehållsförteckning

1. Klimatsmart – vintersportdestinationers utveckling	8
1.1 Längd före utförs	8
1.2 Naturens År	8
1.3 Problemformulering	9
1.4 Studiens syfte	10
1.5 Frågeställning	10
2. Studiemetoden – utgångspunkter och tillvägagångssätt	11
2.1 Positivistiska och hermeneutiska synsätt	11
2.2 Multipel fallstudie	12
2.2.1 Val av destinationer och aktörer	13
2.3 Kvalitativ eftersträvan	15
2.4 Studiens teoretiska utgångspunkter	15
2.5 Intervjuer ur ett kvalitativt perspektiv	16
2.5.1 Bearbetning av materialet	17
2.6 Validitet och tillförlitlighet ur ett kvalitativt perspektiv	18
2.6.1 Källkritik	19
3. Turism – en hållbar näring	20
3.1 Upplevelseindustrin	20
3.2 Vad är turism?	21
3.2.1 Upplevelseturismen	22
3.2.2 Fjällturism	23
3.3 Destinationsbegreppet	23
3.3.1 Upplevelseområdet	24
3.4 Historien kring hållbar utveckling	25
3.4.1 Begreppen utveckling och hållbarhet	26
3.5 Varför hållbar turismutveckling	28
3.6 Turisten och dess motivation	28
3.6.1 Den medvetna turisten	30
3.7 Klimatförändringens påverkan	32
3.8 Avgränsning	33
4. Utvecklingsfaktorer	34
4.1 Transport	34
4.2 Energi	35
4.3 Vatten	36
4.4 Inköp och livsmedel	36
4.5 Avfallshantering	37
4.6 Lokal miljöpåverkan	38

5. Intervjupresentation – detta sades	39
5.1 SkiStar Åre - presentation	39
5.1.1 SkiStar Åre – hållbar turismutveckling.....	40
5.1.2 SkiStar Åre - transport	42
5.1.3 SkiStar Åre – energi.....	44
5.1.4 SkiStar Åre – vatten.....	44
5.1.5 SkiStar Åre – avfallshantering.....	45
5.1.6 SkiStar Åre – inköp och livsmedel	45
5.1.7 SkiStar Åre – lokal miljöpåverkan.....	46
5.2 Hemavan/Tärnaby - presentation	48
5.2.1 Hemavan/Tärnaby – hållbar turismutveckling	48
5.2.2 Hemavan/Tärnaby - transport.....	50
5.2.3 Hemavan/Tärnaby - energi.....	51
5.2.4 Hemavan/Tärnaby – vatten	52
5.2.5 Hemavan/Tärnaby - avfallshantering.....	53
5.2.6 Hemavan/Tärnaby – inköp och livsmedel.....	53
5.2.7 Hemavan/Tärnaby – lokal naturpåverkan	54
5.3 Abisko Turiststation – presentation.....	55
5.3.1 Abisko Turiststation – hållbar turismutveckling	55
5.3.2 Abisko Turiststation - transport.....	56
5.3.3 Abisko Turiststation – energi	57
5.3.4 Abisko Turiststation – vatten.....	57
5.3.5 Abisko Turiststation – avfallshantering	58
5.3.6 Abisko Turiststation – inköp och livsmedel.....	58
5.3.7 Abisko Turiststation – lokal naturpåverkan	59
5.4 Björkliden Fjällby - presentation.....	61
5.4.1 Björkliden Fjällby – hållbar turismutveckling	61
5.4.2 Björkliden Fjällby - transport.....	62
5.4.3 Björkliden Fjällby - energi	63
5.4.4 Björkliden Fjällby - vatten	64
5.4.5 Björkliden Fjällby - avfallshantering.....	64
5.4.6 Björkliden Fjällby – inköp och livsmedel	65
5.4.7 Björkliden Fjällby – lokal miljöpåverkan	66
6. Svar på frågeställningarna	67
6.1 På vilket sätt arbetar aktörerna inom svenska vintersportdestinationerna för hållbar turismutveckling?	67
6.2 Vad är det som motiverar aktörerna i deras arbete för hållbar turismutveckling?	70
6.3 Vad är de beredda att göra i arbetet för hållbar turismutveckling?	72
6.4 Vilka handlingsverktyg är viktiga för att bedriva en hållbar turismutveckling?	73
7. Sista kapitlet – De avslutande slutsatserna	76
7.1 Fyra aktörer, två läger.....	76
7.2 Den medvetna turisten?	77

7.3 Tillmötesgående utveckling	78
7.4 Vintersportdestinationers vara eller inte vara	79
8. Fler frågor kan ställas	82
8.1 Förslag på fortsatta studier	82
Referens	83
Bilaga 1. Intervjuguide	88

Figurförteckning

Figur 1. Upplevelserummet	25
Figur 2. Behovstrappa	29
Figur 3. Turistens situationella kombination av resmotiv	30

1. Klimatsmart – vintersportdestinationers utveckling

I detta första kapitel kommer det ges en inledande presentation och bakgrund till denna studie. Därefter kommer problemformuleringen att beskrivas, samt syftet och frågeställningarna att presenteras.

1.1 Längd före utförs

I boken *100 sätt att rädda världen* skriver författaren Johan Tell (2007) att istället för att ta liften upp för berget och åka utförsåkning ska vi istället utöva längdskidåkning som vintersport. Längdskidor kräver inget energiförbrukande liftsystem, utan istället får kroppen arbeta. Den enda el som krävs är elen till lamporna som lyser upp elljusspårerna under kvällarna och eventuellt bensin som driver maskinen som drar upp skidspårerna. För den klimatsmarta kanske detta låter som ett bra tips, men för den klimatsmarta som gillar utförsåkning kan detta tips vara svårt att följa. När jag läste boken frågade jag mig själv; *Kan man vara klimatsmart och ändå åka utförsåkning?*

Det finns ett flertal böcker om hur vi ska gå tillväga för att få en mer miljövänlig vardag. Men kan en vintersportsdestination drivas på ett miljövänligt och hållbart vis? En destinations natur och klimatförhållande kan vara en avgörande faktor för dess turism. Därmed kan det påstådda hotet från klimatförändringen ha en förödande effekt på fjällturismen i Sverige och även på den svenska turismen och upplevelseindustrin. En god miljö är själva grundförutsättningen för turismen därför behöver människan lyfta blicken och se möjligheten till förändring (Dwyer et al. 2008; Turistdelegationen 1998). Frågan som återstår är dock vad destinationerna har för tankar kring hållbar utveckling. Anser aktörerna inom destinationerna att hållbar utveckling är något som de behöver sträva efter?

1.2 Naturens År

År 1909 inrättades Sveriges och Europas första nationalpark och de första naturskyddslagen antogs. Det är i år 100 år sedan och denna milstolpe har uppmärksammats runt om i landet. Arbetet för miljön har fortsatt och kommer att fortsätta för kommande generationers skull. Ett 20-tal organisationer och myndighet har gått samman och samverkar i vad som kallas Naturens år 2009. Syftet med samverkan är att *”lyfta fram naturvården, visa på bredden av engagerade*

aktörer och skapa intresse för alla de aktiviteter som äger rum under 2009. (...) Grunden för detta är att vi ska ära oss att nyttja naturen på ett hållbar sätt.” (Naturens År, 2009).

För bara något decennium sedan ansågs ingen turism vara skadlig för naturen men idag är vi mer medvetna om att alla mänskliga aktiviteter påverkar miljön. Turismnäringen har börjat jämföras med andra industrier som drivs genom att nyttja naturens resurser, till exempel malminindustrin (Garrod & Fyall, 1998; Nordin, 2005). Liksom de ”tunga” industrierna lägger turismen beslag på miljöns resurser, paketerar dem och säljer dem vidare. Den ökande miljömedvetenheten har dock lett till en insikt om att naturens resurser är begränsade och konsumenternas krav på att destinationer ska ta ansvar för den påverkan de har på naturen tros öka ytterligare.

Enligt Nordin (2005) har hållbar utveckling blivit en global rörelse och efterfrågan på hållbar turism anses komma att öka. Detta beror på att människor idag har ett längre perspektiv vid planering av turismutvecklingen. Det har även skett en ökad kunskap i miljöfrågor och medvetenhet om den påverkan som turismen har på naturen. Även den turism som ansetts vara bevarande för naturen har på lång sikt, och genom människans ökande resande, haft negativa konsekvenser för miljön.

1.3 Problemformulering

Engagemanget kring miljöfrågor och människans påverkan på klimatförändringen har ökat och förutspås av WTO att öka ännu mer. Människor tar allt större ansvar för sin miljöpåverkan. Källsorteringen, användande av lågenergilampor och miljöskatter har blivit allt vanligare. Och nu väntas turismen påverkas av miljöengagemanget. Det kommer att ske en tillväxt i vad som kallas den medvetna turisten, de turister vars val av resmål påverkas av deras miljöengagemang. De destinationer som profilerat sig som ett miljövänligt resmål kommer att vinna fördelar gentemot de som inte hunnit med i utvecklingen (Turistdelegationen, 2004; Nordin, 2005).

Vintersportdestinationer ses idag inte som ett miljövänligt alternativ för den medvetna turisten, men kan detta förändras?

Hållbar utveckling inom turism är beroende av en förståelse för den påverkan turismen har på naturen och hur sårbar natur är. Det krävs även att människor tar ansvar för den påverkan vi gör. Detta inkluderar alla aktörer inom turistnäringen, allt från näringsledningen inom aktörer på

vintersportdestinationer, lokalbefolkningen och besökarna (Cooper et al. 2005). För att arbeta för hållbar utveckling inom turism krävs kunskap om turismens påverkan på miljön och vad som kan göras för att minska den negativa påverkningen. Turismnäringen för med sig många positiva effekter men det finns även negativa sidor av turismen. Det är viktigt att se båda sidorna av myntet. Samtidigt som turismen kan bidra till ökad miljömedvetenhet och vars inkomst kan ge möjlighet till skyddande av hotade arter och förbättring av miljön, kan turismen orsaka förändringar i djur- och växtliv. Dessutom ökas föroreningar i och med utsläpp kopplat till det ökande resandet (Turistdelegationen, 2004).

Det krävs ökad kunskap om turismens negativa påverkan och långsiktiga, hållbara lösningar för att möta denna påverkan. Människan måste erkänna problemet, ta ansvar för det och inse sin möjlighet att göra en förändring. Vi behöver ställas oss frågan 'hur borde framtiden se ut, och hur kan vi möta denna framtid'? (Dwyer et al. 2008).

1.4 Studiens syfte

Syftet är att studera om och hur utvalda aktörer inom svenska vintersportdestinationer arbetar för ekologisk hållbar turismutveckling. Eftersom turismen, och framför allt vintersportdestinationer, är starkt beroende av miljön är det intressant att se vad dessa aktörer har för tankar kring hållbar utveckling.

1.5 Frågeställning

I detta arbete har jag valt att inrikta min studie mot följande frågor.

- På vilka sätt arbetar aktörerna inom svenska vintersportdestinationer för hållbar turismutveckling?
- Vilka faktorer motiverar aktörerna i deras arbete för hållbar turismutveckling?
- Vad är de beredda att göra i arbetet för hållbar turismutveckling?
- Vilka handlingsverktyg är viktiga för att bedriva en hållbar turismutveckling?

2. Studiemetoden – utgångspunkter och tillvägagångssätt

I denna del diskuteras studiens metodologiska utgångspunkter. Det redogörs vilka metoder som kommer att användas i denna studie och varför. Avslutningsvis redogörs tillvägagångssättet för studien.

2.1 Positivistiska och hermeneutiska synsätt

Enligt Hartman (2004) är en vetenskapsteori en samling beskrivande satser med tillhörande definitioner. När det gäller vetenskapsteorier menar Hartman att det är ett försök att tydliggöra hur man bör bedriva vetenskap. Vetenskapsteorin sätter upp normer för hur man ska formulera teorier, hur man ska ge stöd till teorier och hur man kan förklara händelser genom att hänvisa till teorier.

Inom vetenskapsteorierna finns det två huvudlinjer, den positivistiska och den hermeneutiska vetenskapsteorin. Dessa skiljer sig åt via sina olika undersökningsmetoder och hur resultatet av undersökningen ser ut. Inom den positivistiska teorin undersöker man och försöker endast beskriva den observerbara världen (Hartman 2004). Metoderna ska ge tillförlitlig kunskap och kunskapen ska vara empiriskt prövbar, det vill säga att uppskattningar och bedömningar ska ersättas med mätningar. På så vis kan förklaringar anges i form av orsak och verkan. Inom positivismen är det också viktigt att forskaren förblir objektiv och inte påverkar resultatet genom sina egna värderingar. Forskaren får inte tolka resultatet genom att ta känslor och upplevelser i beaktning. Man ska därmed kunna byta ut forskare och ändå få samma resultat på undersökningen (Wallén, 1996; Patel & Davidson, 2003).

Den hermeneutiska teorin sägs vara positivismens raka motsats (Patel & Davidson, 2003). Inom hermeneutiken använder man sig utav tolkning och försöker inte finna någon absolut sanning. Istället försöker man förstå och tolka, samt beskriva själva förståelsen och dess villkor. Hermeneutik kan fritt översättas till tolkningslära och läran om tolkning i allmänhet (Wallén, 1996; Patel & Davidson, 2003; Hartman, 2004). Man är inte intresserad av hur världen är utan hur den uppfattas och tolkas. Och man vill inom hermeneutiken förstå hur människor uppfattar världen.

”varje människa uppfattar sig själv och sin situation på ett speciellt sätt, genom att de knyter en särskild mening, vad som ibland kallas människans ”livsvärld”, fås inte genom mätning, utan genom att man tolkar människors beteende, både verbalt och annat, och försöker ”leva sig in i” deras föreställningar om världen.”

(Hartman, 2004, s. 106)

Det anses inom hermeneutiken att forskaren bör använda sig av förförståelse för att kunna göra tolkning av det studerade fenomenet. Vid intervjuer måste forskare använda sig av bakgrundsinformation om intervjupersonen för att kunna tolka dess svar, men även att under intervjun använda tidigare svar för att tolka de senare svaren. Det påstås att tolkning bygger på annan tolkning och inom hermeneutiken talas det om den hermeneutiska spiralen. Denna syftar på att tolkning växer fram via individens förförståelse och möten med nya erfarenheter och idéer, vilket leder till ny förståelse som i sin tur blir förförståelse i kommande tolkningsansatser (Lindholm, 2005).

Positivismen och hermeneutiken är de två ytterligheter inom forskningsvärlden och därför anser jag att denna studie grundar sin vetenskapsteori mellan båda dessa teorier. Forskningsfrågorna syftar till att ge svar på om de utvalda aktörerna inom vintersportdestinationer arbetar med hållbar turismutveckling och därför anser jag att det är viktigt att försöka hålla sig objektiv under intervjuerna, men samtidigt kommer materialet tolkas med hjälp av förförståelse i området. Syftet är att både lyssna till deras åsikter om hur de arbetar med hållbar turismutveckling och samtidigt tolka vilka faktorer som påverkar arbetet och vilket engagemang de har i hållbarhetsarbetet. Därför tar denna studie avstamp från båda positivismen och hermeneutiken.

2.2 Multipel fallstudie

Denna studie har genomförts genom att studera fyra utvalda aktörer inom vintersportdestinationer i Sverige. Studien fokuserar på att ge djupgående kunskap inom utvalda delar av verksamheterna och därav är . Vid genomförande av fallstudier kan informationen hämtas genom att besöka den plats som studeras för att inhämta material genom bland annat intervjuer, arkiverat material, observationer på plats och deltagande observationer. Inom fallstudier uppmuntras till att flera av dessa metoder används (Yin, 2003). Denna studie har materialet inhämtats genom ett flertal intervjuer och observationer på plats, förutom vid en av de utvalda aktörerna när det inte fanns ekonomiska möjligheter att besöka platsen.

2.2.1 Val av destinationer och aktörer

Inom intervjustudier som denna är valet av intervjuperson av stor vikt. Det är viktigt att metoden för urval leder till intervjupersoner som har bestämd kunskap inom ämnesområdet (Hartman, 2004). I denna studie gjordes val av destinationer först, därefter valdes intervjupersonerna inom destinationerna ut.

Vid denna studie genomfördes ett strategiskt urval. Detta innebär att ett antal variabler av teoretisk betydelse valdes ut (Trost, 2005). I detta fall är dessa variabler ifall vintersportdestinationer är belägna i det södra, mellersta eller norra delen av den svenska fjällvärlden. För att avgränsa urvalet valde jag att endast välja bland de vintersportdestinationer som är belägna vid fjällområden i inlandet. De utvalda destinationerna är;

- **Åre** i det södra fjällområdet. På grund av deras många stora vintersportsarrangemang, t.ex. VM i alpin skidåkning, har Åre en möjlighet att via ett arbete för hållbarhet profilera sig inom alpinsporten och vara en förebild för andra vintersportdestinationer. Destinationens största och viktigaste företag är aktieföretaget SkiStar och det är detta företag som intervjuades till studien (SkiStar Åre, 2009 b).
- **Hemavan/Tärnaby** är den största destinationen inom den mellersta delen av den svenska fjällvärlden. Destinationen drivs i huvudsak av Strömma Turism och Sjöfart AB. (Strömma.se, 2009)
- **Abisko Turiststation** drivs av Svenska turistföreningen (STF) och ligger ca 9 mil norr om Kiruna. Destinationen är en start- och slutpunkt för Kungsleden och erbjuder endast offpiståkning på berget (Karlsson, 2009).
- **Björkliden** ligger endast 9km norr om Abisko och ägs sedan 2004 av holdingbolaget Visionalis (Björkliden, a). Destinationen har länge levt i skuggan av granndestinationen Riksgränsen men siktar idag mot att bli Sveriges bästa turistdestination (Åka skidor, 2008).

Inom destinationerna och de utvalda aktörerna intervjuades den person som ansågs ha störst insyn i arbetet för hållbar turismutveckling eller deras arbete med miljöfrågor överhuvudtaget. Främst intervjuades platschefen på destinationen, men på en destination intervjuades dess miljökonsult, som även jobbat inom destinationen med andra uppgifter i flera år. Intervjupersonerna var följande;

- **SkiStar Åre**, destinationschefen Niclas Sjögren. (intervju på plats)
- **Hemavan/Tärnaby**, platschef Torbjörn Utsi (telefonintervju). Samt Strömma Turism och Sjöfarts VD, Pelle Lindgren. (intervju på plats)
- **Björkliden Fjällby**, platschef Jennie Wikström. (intervju på plats)
- **Abisko Turiststation**, miljökonsult Martin Karlsson. (intervju på plats)

Inför studien av destinationerna planerades det även att intervjua miljö- eller naturvårdsansvarig i länsstyrelsen inom respektive destinations län. Upptäckte dock efter några intervju försök att det inom länsstyrelsen inte fanns en enskild person som kunde svara på mina frågor. Hållbar utveckling beaktas över hela länsstyrelsen arbete och ingen kunde svara på vilket sätt deras arbete påverkar turismdestinationers. Därför valdes att intervjua de kommuner som destinationerna är belägna i. Intervjuerna med kommunerna genomfördes som telefonintervju och dessa kommuner är;

- **Åre kommun** (Åre): Bengt Aspmann, miljöinspektör. (telefonintervju)
- **Storuma kommun** (Hemavan/Tärnaby): Annette Fagerlund, miljöinspektör. (telefonintervju)
- **Kiruna kommun** (Björkliden och Abisko): Anders Fjällborg, miljöinspektör. (telefonintervju)

Via intervjuerna med kommunerna blev det möjligt att göra kopplingar mellan kommunernas miljö- och hållbarhets arbete och destinationernas. Och eventuella påverkningsfaktorer på de utvalda aktörerna kunde analysera.

Till en början var det svårt att få en intervju med platschefen för Hemavan/Tärnaby, därför kontaktades Pelle Lindgren, VD för Strömma Turism och Sjöfart AB, för en eventuell intervju med honom. Han godkände en intervju och efter att denna bokats godkände även platschefen i Hemavan/Tärnaby en telefonintervju. Trots detta genomfördes intervjun med Pelle Lindgren för att på så sätt få möjlighet att se en eventuell likhet eller skillnad i destinationen och ägareföretagets arbete med och syn på hållbar turismutveckling.

2.3 Kvalitativ eftersträvan

Metodteorin ställer upp regler för hur forskaren ska genomföra studien, det vill säga hur det empiriska materialet ska genereras, bearbetas och analyseras (Patel & Davidson, 2003).

Kvalitativa studier som denna har en subjektiv och social karaktär och syftar till att studera ett fenomenets karaktär och egenskaper (Wallén, 1996; Patel & Davidson, 2003). Den kvalitativa forskningen har ett intresse i att öka förståelse och att lära sig mer om ett fenomenets karaktär.

Därmed blir frågor som ”varför” av intresse för forskaren som bedriver denna typ av studie (Patel & Davidson, 2003; Hartman, 2004).

Denna studie syftar till att förstå de utvalda aktörerna inom vintersportdestinationer och deras tankar kring hållbar turismutveckling, därav faller det sig lämpligt att genomföra en kvalitativ studie. En kvantitativ studie, som syftar till att studera mängd och antal, skulle inte ha gett möjlighet till tolkningar av materialet i samma utsträckning som vid en kvalitativ studie (Hartman, 2004; Patel & Davidson, 2003).

2.4 Studiens teoretiska utgångspunkter

Studien har ett ledningsperspektiv och intresset ligger i att tolka och förstå de utvalda aktörerna. Därav är studien av kvalitativ karaktär och kvalitativa intervjuer har genomförts.

Enligt Trost (2005) är det viktigt att intervjuaren är väl insatt i ämnet innan intervjutillfället. Med grund från denna åsikt inleddes studien med en litteraturstudie vilket upplevdes som nödvändig för att undvika risken av att känna sig vilse i studien. Den inledande litteraturstudien hade som syfte att skapa en förförståelse i problemområdet. På så viss möjliggjordes en inblick i hållbar turismutveckling och vilka eventuella lösningar som vintersportdestinationer kan använda sig av. På detta vis kunde jag vid intervjuer med de utvalda aktörerna på vintersportdestinationerna förstå de ord intervjupersonen använde sig av och det möjliggjorde en mer djupgående intervju. Om en litteraturstudie inte genomförts fanns risken att intervjupersonen inte skulle bli förstådd och dessutom kunde viktiga frågor missas på grund av okunskap i ämnet. Det fanns dock en risk att litteraturstudie skulle medföra färgning av teorier. Det fanns en medvetenhet om problematiken, men litteraturstudien bedömdes vara nödvändig i inledningsskedet för att bidra med den nödvändig kunskap inom området som krävde för att genomföra en tillförlitlig studie.

2.5 Intervjuer ur ett kvalitativt perspektiv

Studien är av kvalitativ karaktär och därmed har kvalitativa intervjuer genomförts. De utvalda aktörerna har studerats för att förstå deras tankar och arbete för hållbar turismutveckling. Med intervjuerna var syftet att försöka förstå hur intervjupersonen tänker och känner kring ekologisk hållbar turismutveckling. Hälften av de genomförda intervjuerna skede öga mot öga med intervjupersonen, detta eftersom telefonintervjuer skapar en distans mellan intervjuaren och intervjupersonen och det kan därmed inte vara lämpligt för mer djupgående frågor och svar (Trost, 2005). Förhoppningen var att alla intervjuer skulle se öga mot öga, men detta var tyvärr inte möjligt av ekonomiska skäl. Därav skedde den övriga hälften av intervjuerna via telefon.

Enligt Trost (2005) kan kvalitativa intervjuer delas in i två olika varianter; ostrukturerad och strukturerad. Hartman (2004) däremot anser att ytterligare en variant kan läggas till, den halvstrukturerade formen.

- Ostrukturerade; intervjun består av öppna frågor där intervjupersonen styr samtalet.
- Halvstrukturerade; intervjun följer en viss ordning men intervjupersonen får stor frihet i att formulera sig fritt.
- Strukturerade; frågorna och strukturen är förutbestämt. Det finns färdiga svarsalternativ och det finns inget krav på kontakt mellan intervjupersonen och intervjuaren.

I denna studie genomfördes öppna intervjuer där inga svarsalternativ fanns givna. Intervjuerna höll även vad som kallas en låg standardiseringsgrad, vilket innebär att frågorna ställs i den ordning det passar inom varje intervjutillfälle. Det var intervjupersonen som fick styra ordningen på frågor och följdfrågor. På detta sätt kunde intervjuerna anpassas utefter varje intervjuperson och intervjutillfälle (Trost, 2005). Därmed klassas intervjuerna vara av halvstrukturerad form.

Under intervjuerna användes en intervjuguide som bygger på ett antal huvudfrågor och fungerade som stöd under intervjusituationen (se: Bilaga 1) (Widerberg, 2002). Detta var enbart som hjälpmedel för mig som intervjuare så att jag om nödvändigt kunde styra tillbaka intervjupersonen mot ämnet ifall diskussionen svävar iväg. Den fungerade även som överskådlig mall över vilka punkter som behövde besvaras och diskuteras under intervjun (Svensson &

Starrin, 1996). Denna intervjuguide vara uppbyggd ungefär likadant vid alla intervjutillfällena med de utvalda aktörerna vid destinationerna. Vid intervjuer med kommunerna, samt Strömme Sjöfart och Turism AB var intervjuguiden upplagt på ett annat sätt och innehöll inte lika många punkter. Dessa intervjuer vara inte lika djupgående utan berördes deras övergripande arbete med hållbar turismutveckling och samarbete med turismföretagen inom de utvalda destinationerna.

Varje intervjutillfälle spelades in med hjälp av diktafon och med mobil vid telefonintervjuerna. Detta för att jag under intervjun skulle kunna koncentrera mig på att lyssna till intervjupersonen och inte behöva försöka hinna anteckna allt som sades. De inspelade materialet gav mig även möjlighet att lyssna till intervju flera gånger och göra analyser utifrån tonfall och pauser. På så sätt kunde jag avläsa osäkerheter i intervjupersons svar. Det bandade materialet blev dessutom transkriberat. Via transkriberingen blev det lättöverskådligt vilken information som kom fram under intervjuerna. Bandningen och transkriberingen gav möjlighet till nya upptäckter i det som sades under intervjuerna (Trost, 2005).

2.5.1 Bearbetning av materialet

Det finns ingen bestämd metod vid bearbetningen av kvalitativt studiematerial. Varje forskare får hitta sin egen unika arbetsmetod som passar forskaren och studien. Det som dock är typiskt vid kvalitativa studier är att bearbetningen innefattar en stor mängd text (Patel & Davidson, 2003). Trost (2005) delar in materialbearbetningen i tre stadier. Först insamling, som i denna studie genomfördes via intervjuer, därefter analyseras materialet. Patel & Davidson (2003) anser att materialet ska analyseras medan intervjun fortfarande är färskt i minnet. Därmed riskerar man inte att gå miste om detaljer som inte är synliga i transkriberingen. Trost (2005) rekommenderar dock att analysen inte ska genomföras i direkt följd efter intervjun. Detta eftersom det ibland krävs distans till materialet. Han hävdar dock att enstaka idéer och detaljer gärna kan antecknas i nära samband med intervjun så det inte går förlorat. I denna studie genomfördes transkribering efter Trost rekommendationer. Det tredje steget i materialbearbetningen är tolkning av materialet. Dessa tre steg integrerar dock i varandra eftersom det redan vid insamling och transkribering av materialet kan förekomma analys och tolkning av materialet (Trost, 2005).

Vid transkribering av materialet finns det olika metoder som kan användas. En del väljer att skriva ut hela intervjun noggrant inklusive pauser, skratt och diskussioner som inte rör ämnesområdet. Andra väljer att skriva ner sammanfattningar av intervjun och endast det som rör ämnesområdet (Trost, 2005). I denna studie har intervjun transkriberats utan pauser och skratt, och ett fåtal stycken som inte berört ämnet har sammanfattats. Men för att inte gå miste om information som senare kan uppfattas som viktigt för studien har ytterst lite från intervjuerna sammanfattats. Det transkriberade materialet analyserades därefter och delades in i kategorier som jag valt att kalla utvecklingsområden. Dessa utvecklingsområden är de miljöpåverkningsområden som det fokuserats kring i studie. Resultatet från varje aktör presenteras tillsammans med övriga aktörer och kommuner under respektive utvecklingsområde, detta för att göra materialet mer lättöverskådligt. Utifrån detta formulär uppenbarades mönster mellan aktörerna och det uppstod en tydlig skillnad dem emellan. Dessa skillnader gjordes mer överskådliga i ett bedömningssystem där aktörernas engagemang utvärderas. Denna bedömning grundar sig på vilka faktorer inom varje utvecklingsområde som aktörerna arbetar aktivt med och grundar sig på tolkningar från intervjuerna. Aktörerna kan bedömas ha inget eller ett lågt engagemang (-), ett medel engagemang (0), eller ett högt engagemang (+). Om aktören arbetar aktivt med transportfrågor och gjort investeringar för att minska bränsleförbrukningen inom verksamheten och aktivt uppmuntrar gästerna till miljövänligt resande har deras engagemang bedöms som medel. Medan om de inte arbetar aktivt med att förbättra transportalternativen till och från, samt inom destinationen har deras engagemang bedöms som lågt.

2.6 Validitet och tillförlitlighet ur ett kvalitativt perspektiv

Det är viktigt att studiens resultat överensstämmer med verkligheten och i vetenskapliga sammanhang är det viktigt att studien är valid. Med det menas att det som studeras är detsamma som det var avsett att studeras, och att det är gjort på ett korrekt sätt. Detta berör studiens samtliga moment (Hartman, 2004). Då detta är en kvalitativ studie krävs det att intervjupersonerna är väl insatta i ämnesområdet och får möjlighet att prata fritt för att skapa validitet i studien (Stenbacka, 2001). Det är lätt att forskaren har selektiv uppmärksamhet under studien, det vill säga att den uppmärksammar sådan som den söker. Då kan viktig information missas och därmed kanske inte resultatet överensstämmer med verkligheten (Hartman, 2004). För

att undvika detta har intervjuerna i denna studie spelats in, därefter transkriberas och analyserats. Genom att intervjuerna är inspelad finns det möjlighet att lyssna igenom den flera gånger och uppmärksamma sådan som missats tidigare.

Inom vetenskapen är det även viktigt att studien är tillförlitlig. Med detta brukar det innebära att studien ska kunna upprepas flera gånger med samma verktyg men oberoende forskaren och få samma resultat (Hartman, 2004). I kvalitativa studier kan det dock vara svårt att genomföra upprepade studier och få samma resultat. Detta eftersom det kan ha skett en inläring eller påverkan sedan tidigare intervju som bidrar till att utgångsläget för upprepade studier förändras (Wallén, 1996). Därav är det även i detta fall viktigt med dokumentering, att intervjuer spelas in, transkribering och sparas. Detta för att andra forskare ska kunna använda materialet till att testa studiens tillförlitlighet (Patel & Davidson, 2003).

2.6.1 Källkritik

Den information som använts till denna studie har hämtats från etablerade organisationer och erkända författare inom området, samt från de personer inom destinationerna som har kunskap i aktörens hållbarhetsarbete. Den information som använts vid förstudien har bildat referensramen inför resterande delar av studien och analysen grundar sig på tolkningar av intervjuerna utifrån denna referensram.

Det som framkom under intervjuerna med aktörerna har efterforskat via hemsidor, observationer på plats och broschyrer. Även vid intervjuer med representanter från kommunen har information kunnat granskas. Och vid kommunintervjuerna är det endast en person som agerat representant för deras arbete och därefter kanske inte informationen är fullständig, men den ger ändå en fingervisning i vilket engagemang som finns inom kommunen för detta ämne.

3. Turism – en hållbar näring

I detta kapitel kommer den data som genererades under litteraturstudien att presenteras. Kapitlet inleds med en presentation av upplevelseindustrin som är den industri som innefattar turismen. Därefter kommer begreppen turism och hållbar turismutveckling att förklaras. Kapitlet avslutas med en presentation av de olika påverkningsområden som studerats i denna studie.

3.1 Upplevelseindustrin

För att förstå de faktorer som driver turismen måste vi även förstå industrin som den verkar inom. Redan under 1970-talet förutspådde trendgurun Alvin Toffler att människor skulle börja konsumera upplevelser likt prylar. Han menade att välståndet skulle öka och att det skulle medföra att andra värden än materiella ting blir centrala (KK-stiftelsen 2008). I dagsläget kan vi se att det västerländska samhället har utvecklats från ett tjänstesamhälle till att nu vara ett upplevelsesamhälle. Vi har gått från att producera varor och tjänster till att skapa förutsättningar för upplevelser. Det immateriella värdet i en produkt har fått allt större betydelse (Pine & Gilmore, 1999). Man köper inte längre en produkt, utan man köper upplevelsen som produkten medför. Det sågs tydligt när upplevelsen blev utnämnd till 2008 års julklapp i Sverige (Handelns Utredningsinstitut, 2008).

År 2000 satsade Stiftelsen för kunskap- och kompetensutveckling (KK-stiftelsen) 60 miljoner kronor under fem år på upplevelseindustrin. Detta för att Sverige ska bli ledande inom upplevelser. Satsningen ledde till en etablering av åtta mötesplatser runt om i Sverige, ett nätverk för upplevelseindustrin och tillväxtmodellen FUNK (forskning, utbildning, näringsliv och kultur). Sju år efter satsningen omsatte upplevelseindustrin 485 miljarder kronor, den utgör 5 % av den svenska BNP och sysselsätter ungefär 280 000 personer (KK-stiftelsen, 2008). Men vad menas egentligen med begreppet upplevelseindustrin? KK-stiftelsen definierar begreppet på följande sätt.

”Upplevelseindustrin ett samlingsbegrepp för människor och företag med ett kreativt förhållningssätt och som har till huvuduppgift att skapa och/eller leverera upplevelser i någon form.”

(KK-stiftelsen, 2008)

Upplevelseindustrin är den bransch där upplevelsen står i fokus. Upplevelsen i att köpa och äga en mobil, tv eller bil och upplevelsen i att äta på en restaurang, gå på bio eller åka på skidsemester. Det är inte längre bara produkter som köps utan den upplevelse som produkten medför. Ett viktigt ledord inom upplevelseindustrin är dock att man inte skapar upplevelser eftersom den är individuell utan istället skapar man förutsättningar för människor att uppleva (Mossberg, 2003).

Upplevelseindustrin består av följande 15 delområden som alla producerar eller levererar upplevelser:

- Arkitektur
- Datorspel/Tv-spel
- Design
- Film
- Foto
- Litteratur
- Konst
- Media
- Mode
- Musik
- Marknadskommunikation
- Måltid
- Scenkonst
- Turism/besöksnäring
- Upplevelsebaserat lärande

(KK-stiftelsen, 2008)

3.2 Vad är turism?

Turism är med sina 3 % av Sveriges BNP den delbransch inom upplevelseindustrin som sysselsätter flest människor (Bohlin & Elbe, 2007; Aha Sweden, 2001). I Sverige sysselsätts 140 000 personer inom turism vilket innebär att turismen är större än personbilsindustrin (Svensk turism, 2008; NUTEK, 2008).

Den grundläggande betydelsen av begreppet turism innebär förflyttning i rummet, det vill säga förflyttning från hemorten till en eller flera destinationer och åter hem. Aronsson (1997) menar att definitionen bygger på vem det är som konsumerar, inte vad som produceras. Människan inom turismbegreppet har den avgörande faktorn för definitionen. Det kan därmed även påstås att

turism innebär förflyttning av konsumtion (Turistdelegationen, 1998). För att en resa ska hamna under turismbegreppet krävs det att vistelsen på besöksdestinationen är minst tjugofyra timmar och maxtiden är ett år. Destinationen ska ligga över tio mil från hemorten eller arbetsorten och resan måste göras av frivillig natur. Säsongsarbetare på destinationer anses inte som turister, detta eftersom de pengar de spenderar på orten är intjänad på orten (Aronsson, 1997; Cooper et al. 2005).

Turismen består även av fyra hörnstenar; göra, bo, äta och resa. Dessa är förutsättningar för att ett resmål ska vara attraktivt och locka turister. Platsen måste ha en attraktion, det vill säga något som turisten kan sysselsätta sig med, t.ex. friluftaktiviteter, sightseeing eller kurser. Det måste finnas goda möjligheter för boende och restauranger där turisten kan äta. Och för att turisten ska ta sig till resmålet krävs någon form av kommunikation, t.ex. vägar, flygplats eller tågstation (Blom et al, 2002).

När de fyra hörnstenarna är uppfyllda får resmålet en dragningskraft. Denna dragningskraft kan delas upp i tre klasser, primär-, sekundär- och tertiärattraktion. Den primära attraktionen har en hög dragningskraft och kan locka turister enbart på grund av ett besök på den specifika platsen, t.ex. Florida dit turister kanske reser enbart för att besöka Disney World. Den sekundära attraktionen har en något lägre dragningskraft men har fortfarande en viss betydelse för valet av resmål, t.ex. Big Ben vilket är en plats som många vill besöka när de besöker London. Tertiär attraktionen är en plats som turisten innan resan inte var medveten om utan upptäcker på plats, t.ex. en restaurang eller naturupplevelse. Dessa platser har därmed ingen påverkan i beslutet av resmål. (Blom et al, 2002). På grund av det ökade miljöengagemanget i samhället kan en destinations arbete med hållbar turismutveckling vara en dragningskraft och det kan komma att ha en stor inverkan vid val av resmål (Turistdelegationen, 2004).

3.2.1 Upplevelseturismen

Det ses en märkbar ökning av intresset för att resa och upptäcka nya platser. Orsakerna till det ökande resandet kan vara många men Fernström (2005) skriver att med dagens tuffa verklighet, att balansera arbete, fritid och relationer på ett fungerande sätt, ökar vårt behov av att drömma oss bort och uppleva annorlunda miljöer, historia och världar. Vi vill resa bort för att fly från de

dagliga rutinerna (Krippendorf, 1986). Den ökade välfärden har medfört att människor har möjlighet att uppfylla sin längtan efter att uppleva något som skiljer sig från vardagen. Det kan innebära att resa till mer tropiskt klimat, historiska platser eller miljöer där man kan bete sig på ett sätt som inte är accepterat i sin hemmamiljö (Cooper et al. 2005). Likt som Toffler förutspådde har människan, på grund av den ökande välfärden, börjat samla på reseupplevelser som de en gång samlade på materiella ting. Därmed är det inte bara resan i sig som är viktig utan vistelsen på destinationen måste vara en upplevelse som skiljer sig från vardagen (Mossberg, 2003). Vi söker efter produkter som inte enbart har ett användarvärde. Vistelsen på destinationen behöver fylla mer än våra basbehov som boende, mat och någonting att göra. För att ha god konkurrenskraft behöver destinationen ge turisten ett mervärde till sin vistelse (Mossberg & Hannefors, 2007). Det krävs ett extraordinärt innehåll som bidrar till att skapa ett optimalt ekonomiskt mervärde till turisten (Elbe & Bohlin, 2007). Kan ett ökat miljöengagemang bidra till destinationers miljöarbete blir ett framtida mervärde för turisten?

3.2.2 Fjällturism

En del inom svensk turism är fjällturism, det vill säga den turism som sker i de svenska fjällområdena. Sveriges landarea består till 18 % utav fjäll och det är det område som anses vara Sveriges tredje största turistdestination, efter kusten och storstäderna (Sahlberg, 2001). Intresset för det svenska fjället har ökat och det beräknas att var fjärde svensk har under en ett års period gjort åtminstone en resa till fjällen med minst en övernattningsnatt. Vintertid anses de södra fjällområdena vara den mest betydelsefulla turistdestinationen i Sverige. Det beräknas att vintern står för 85 % av omsättningen inom fjällturismen (Fredman & Heberlein, 2001).

3.3 Destinationsbegreppet

I denna studie har jag valt att fördjupa mig i vintersportdestinationer. Definitionen av ordet destination syftar till ett land, kommun, stad eller by som marknadsförs eller marknadsför sig själv som Ett resmål (Bierman, 2003). Men enligt Elbe och Bohlin (2007) kan en destination även vara en begränsad plats, till exempel ett slott. Dessa destinationer väljer de att kalla punktdestinationer. Samtidigt menar de att städer och mindre samhällen är platsdestinationer och större geografiska områden som kommuner, länder och ibland även hela kontinenter är områdesdestinationer. Men enkelt uttryckt påstår Elbe och Bohlin (2007) att ”en destination är en

plats eller område där turism utövas” (s.11). Det krävs dock tre saker för att en plats ska kallas för destination. Det ska ha en attraktion vilket är kärnan för turistens efterfrågan, det vill säga platsens dragningskraft. Därefter krävs även att destinationen har en infrastruktur. Det är dessa grundläggande resurser som vägar, energiförsörjning, vatten och andra system som får samhället att fungera, dessa behöver även vara bärkraftiga för att klara turisternas behov. Slutligen måste platsen även ha ett utbud av kringsservice, vilket innefattar bland annat boende, restauranger och transport (Elbe & Bohlin, 2007).

Med vintersportdestinationer menas i denna studie orter där möjligheten att utöva vintersporter, likt utförsåkning, är stora och att det finns närliggande boendemöjlighet, restauranger och möjlighet till andra aktiviteter t.ex. spa, hundspann och skoterturer. Exempel på sådana svenska orter är utvalda orterna till denna studie Åre, Hemavan, Tärnaby, Björkliden och Abisko.

3.3.1 Upplevelseområdet

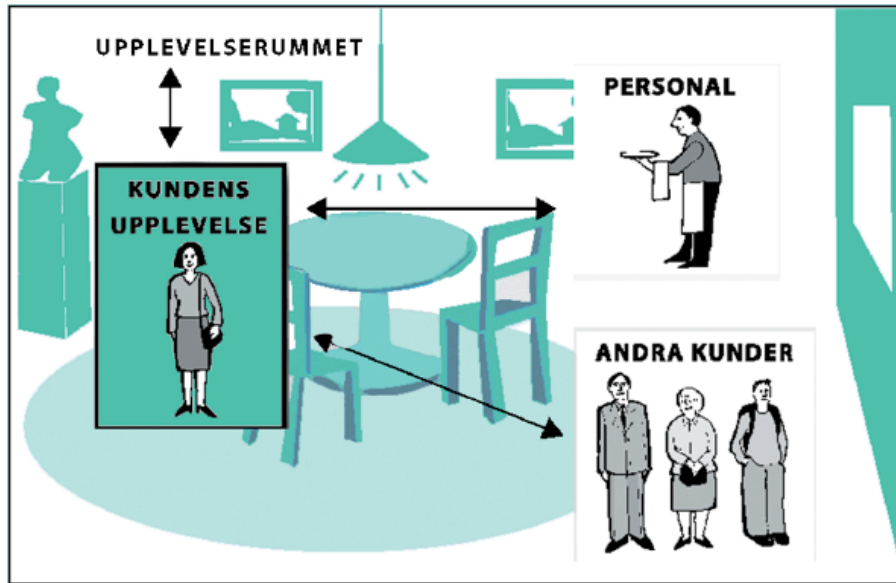
Grängsjö (2006) definierar begreppet destinationer som en plats där turistrelaterade verksamheter inom näringslivet och berörda samhällsfunktioner fungerar som en enhetlig turistproduktion. Det är en plats där alla aktörer på ett eller annat sätt aktivt intresserar sig för destinationens utveckling (Elbe & Bohlin, 2007). Inom dessa destinationer tvingas företag att arbeta tillsammans samtidigt som de är konkurrenter. Eftersom företagen marknadsför sig som en del av en destination utgör de tillsammans den totala turismupplevelsen och gästen upplever hela vistelsen på destinationen som en hel upplevelse.

”För att kunden ska känna sig riktigt nöjd är det av största vikt att allt fungerar. Det hela kan liknas vid pussläggning. Om man har lagt 299 bitar av ett 300-bitarspussel, men den sista biten saknas, kan allt arbete och nöjet vara förstört.”

(Mossberg & Hanefors, 2007)

Alla aktörer inom destinationen utgör tillsammans vad Mossberg (2003) kallar för upplevelseområdet. Med det innebär att gästen under vistelsen på destinationen kommer i kontakt med en mängd olika företag och gästen upplever alla företag som en gemensam del av destinationen. Det viktigaste för gästen är att deras behov tillfredsställs, de bryr sig inte vem som äger eller kontrollerar de olika företagen (Mossberg, 2003). I figuren 3.1 ses hur gästens

upplevelse påverkas av upplevelserummet, i destinationernas fall kallat upplevelseområde, där gästen interagerar med personal och övriga gäster. Faktorer som produktkvalitet, service och beteende hos andra gäster inom upplevelseområdet kan påverka gästens upplevelse. Det blir därför viktigt att varje företag inom destinationen håller en hög kvalité för att inte förstöra gästens totala upplevelse. Företagen har därmed ett ömsesidigt beroende av varandra och tillsammans måste de se till att överträffa gästens behov och förväntningar (Turistdelegationen, 2004; Grängsjö, 2006; Elbe & Bohlin, 2007).



Figur 1. Upplevelserummet (Mossberg, 2003)

3.4 Historien kring hållbar utveckling

Under 1960-talet ökade intresset för den planet vi lever på och vilken påverkan vi människor har på vår jord. Detta anses ha varit en katalysator för den utveckling som skett därefter i klimatfrågan. (Cooper et al. 2005) 1972 hölls den första United Nations (UNEP) konferensen om miljön. Detta ledde till bildandet av strategin The World Conservation Strategy (WCS) (1980) med mål att:

- *maintaining essential ecological processes and life support systems,*
- *preserving genetic diversity, and*
- *ensuring the sustainable utilization of species and ecosystems.*

(OECD¹, 2008)

¹ Organisation for Economic Co-operation and Development

Strategin kan ses som en handlingsplan då den fokuserar på att förklara bidragandet av naturvård för människors överlevnad och hur utveckling och hållbarhet kan arbeta tillsammans för att nå strategins uppsatta mål (NSSD², 2004; Cooper et al. 2005).

Världskommissionen skrev 1987 på uppdrag av FN en rapport för miljö och utveckling, den så kallas Brundtlandrapporten. Rapporten enade världens miljö rörelse då det i rapporten skrev om sambandet mellan ekonomisk utveckling och miljöförstörelsen och begreppet hållbar utveckling myntades (Cooper et al. 2005). I Brundtlandrapporten definieras hållbar utveckling som en utveckling som tillfredsställer de nuvarande behoven utan att kompromissa med framtida generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov (WCED³, 1987).

3.4.1 Begreppen utveckling och hållbarhet

Med begreppet utveckling menas förändring. Det är dock inte självklart vad denna förändring innebär eftersom det kan ha olika betydelser beroende ur vilket perspektiv man ser det. Man får därmed, om man arbetar med utveckling, fråga sig för vem utveckling är till för, på vilket sätt utveckling ska ske och till vad. Om utveckling är för en enskild individ, en organisation, en destination eller samhället i stort (Aronsson, 1997). Och inom hållbarhetsbegreppet finns det tre dimensioner; en geografisk/fysisk och ekologisk, en social och kulturell, och en ekonomisk (Bohlin & Elbe, 2007; Aronsson, 1997; Nutek, 2006).

- ”**Ekologiska hållbarheter**, syftar till att bevara det biologiska mångfaldet och minimera miljöpåverkan orsakad av mänskliga aktiviteter.
- **Social och kulturell hållbarhet**, syftar till att skydda och bevara de sociala strukturerna och kulturella mångfald genom att verka för etik och rättvisa.
- **Ekonomisk hållbarhet**, syftar till att främja en rättvis fördelning av inkomster och ekonomisk tillväxt mellan länder, regioner och människor.”

(Turistdelegationen, 2004. s.5)

I denna studie ligger fokus dock på den geografiska/fysiska och ekologiska dimensionen, fortsättningsvis kallad ekologiska dimensionen. Detta på grund av att omfattningen på studien annars skulle bli större än den avsedda tiden. Men enligt Asplund (2000) är det viktigt att komma

² National Strategies for Sustainable Development

³ World Commission of Environmental and Development

ihåg att miljösektorn inte ska ensam stå för genomförandet av den hållbara utvecklingen. Hon skriver att ”*det krävs att alla samhällssektorer medverkar aktivt för att eliminera de miljöproblem man bidragit till att skapa och förebygga uppkomsten av nya.*” (s.14). Alla dessa dimensioner behöver samverka och det är viktigt att det finns ett gemensamt intresse och ett nära samarbete mellan alla parter inom destinationen för att utvecklingen ska vara hållbar (Turistdelegationen, 1998; Aronsson, 1997).

Vid sammanfogandet av begreppen hållbarhet och utveckling menas att *de förändringar som sker har ett långsiktigt perspektiv där resurserna är tillräckliga och att miljön för framtida generation inte försämras*. Det är även viktigt att komma ihåg att utveckling är en ständig process som kan styras mot hållbarhet (Aronsson, 1997). Läger man till turismbegreppet i hållbar utveckling innebär det en utveckling med två dimensioner. Utveckling ska delvis bidra till förbättrad livskvalitet för individerna på destinationen genom ekonomisk tillväxt och lönsamt företagande, samt att utvecklingen har en bevarandedimension där syftet inte är att förstöra eller förbruka naturens resurser (Turistdelegationen, 1998).

The World Tourism Organisations (WTO) har tagit fram en definition som liksom Brundtlandrapporten bygger på att hållbar turismutveckling ska tillgodose behovet från dagens turister och mottagande regioner och samtidigt skydda och förbättra möjligheterna för framtiden. Därefter anser den även att hållbar utveckling förutsätter hantering av alla resurser på ett sådant sätt att ekonomiska, sociala och estetiska behov kan uppfyllas och samtidigt bevara kulturell integritet, grundläggande ekologiska processer och biologisk mångfald, och livsuppehållande system (WTO, 2001).

“Sustainable tourism development meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunity for the future. It is envisaged as leading to management of all resources in such a way that economic, social and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, and biological diversity, and life support systems.”

(WTO, 2001. s.10)

Hållbar turismutveckling har blivit ett allt mer accepterat och respekterat begrepp och tankesätt kring turismutveckling. Samhället har insett att utvecklingen av turismen inte får ruinera sig själv genom att fastna i en negativ spiral där turismutvecklingen påverkar området negativt och bidrar

till att turismflödet stagnerar och att destinationen slutligen upphör som resmål. Och för att turismens utveckling ska vara hållbar krävs en balans mellan det ekologiska, sociala och ekonomiska aspekterna (Hanefors & Mossberg, 2007).

3.5 Varför hållbar turismutveckling

Ovan har industrin som vintersportdestinationer verkar inom presenterats och innebörden med begreppet hållbar turismutveckling har förklarats. Men varför ska aktörer inom destinationer arbeta för hållbarhet?

Ett av den svenska turistnäringens viktigaste säljargument är ren och oförstörd natur. Enligt Turistdelegationen (1998) anser Sveriges Rese- och Turistråd att *”Sverige ska profileras som ett högkvalitativt resmål som erbjuder en mångfald av upplevelser i en ren, kulturrik och naturskön miljö.”* Försämras miljö kvalitén kan det ha en negativ påverkan på destinationens lönsamhet (Turistdelegationen, 2004). För att målet om att vara ett högkvalitativt resmål ska uppfyllas krävs det ett långsiktigt perspektiv där destinationen går från att exploatera miljön till att använda resurserna på ett hållbart sätt. Och eftersom den största anledningen till resande till Sverige från utlandet beror på naturen och aktiviteter kopplade till naturen är det viktigt att vi ser till att bibehålla vår natursköna miljö (Turistdelegationen, 1998).

Turismen kan även vara ett kraftfullt sätt att skapa miljöengagemang hos turisterna (Gössling, 2002; Naturens År, 2009). Turistande påverkar vår relation till miljön och arbetet med hållbar turismutveckling kan ge möjligheten till utveckling inom flera områden. Det finns därmed många fördelar med att aktivt jobba med hållbarhetsfrågor.

- ”Bevara och slå vakt om de resurser som näringens framtida lönsamhet vilar på.
- Leverera differentierade turismprodukter av hög kvalitet.
- Arbeta för en ren och trygg miljö, undvika hälso- och säkerhetsrisker.
- Utveckla och motivera en välutbildad arbetskraft på destinationen.”

(Turistdelegationen, 2004. s.11)

3.6 Turisten och dess motivation

En annan stor påverkningsfaktor, och kanske den viktigaste faktorn, till varför vintersportdestinationer bör arbeta för hållbar turismutveckling är turisten. Det är tack vare turisten som

verksamheten kan drivas och företagen behöver anpassa sig efter turistens krav och önskemål, annars blir anläggningen snabbt tom. Men innan vi går in på detta behöver vi förstå vad det är som motiverar turisten till resande.

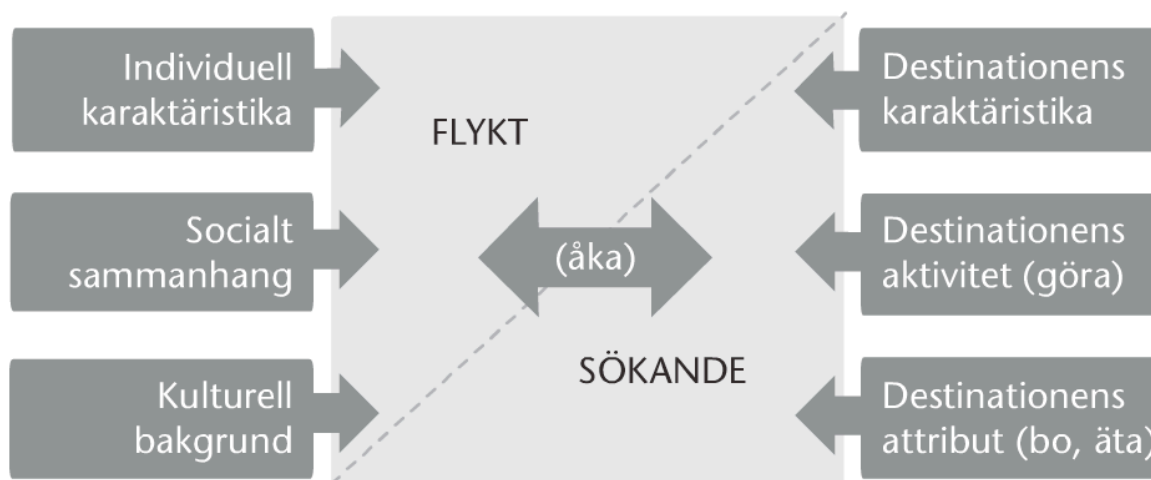
Semester har inte alltid varit den självklarhet som det är idag, utan människor har fått kämpa sig till rätten att ha semester. De ökade semesterdagarna i samband med vår ökande välfärd och möjlighet att resa längre sträckor har bidragit till en ökad lust att resa (Mossberg & Hannefors, 2007). Varför det är så kan vi få svar på genom att titta på Maslow's behovstrappa (fig. 3.2).



Figur 2. Behovstrappa (Maslow, 1964) (bild: Mellbygård, 2009)

Den utgörs av vad som anses vara människans sju grundläggande behov vilka anses vara gemensamt för alla människor. Dessa behov är; fysiska behov, trygghetsbehov, sociala behov, uppskattningsbehov, kognitiva behov, estetiska behov och självförverkligande behov. Det kan hävdas att många i det västerländska samhället har uppfyllt basbehoven som fysiska behov, trygghet och sociala behov. Därför strävar många människor i Sverige efter självförverkligande och det sägs vara detta som är motivet bakom människors resande (Mossberg & Hannefors, 2007). Men motivet bakom resandet är komplext och många människor vill uppfylla flera behov med sin resa och i ett resesällskap kan flera olika motiv förekomma (Swarbrooke & Horner, 2005). Mossberg & Hannefors (2007) ser dock två dominerande resmotiv, det faktum att människan alltid reser från något och till något. Detta kallas push- och pull-faktorer.

- Pushfaktor, (resan från något). Människan flyr från något, t.ex. arbetet, vädret eller vardagen.
- Pullfaktor, (resan till något). Destinationens dragningskraft motiverar människan till att resa.



Figur 3. Turistens situationella kombination av resmotiv (Mossberg och Hannefors, 2007)

Pushfaktorn anses av Dann (1981) och Leiper (1984) vara den faktor som utgör människor egentliga motiv till resande. Medan Iso-Ahola (1984) och Swarbrooke & Horner (2005) påstår att båda faktorerna kan ha en kombinerad roll i människors motiv till resande. Som det förklaras i figur 3.3 reser människor från sin vardag samtidigt som de även vill resa till ett specifikt resmål. Det är alltså både människans vilja att ta semester och vilja att besöka en specifik destination som påverkar motivationen till resandet.

3.6.1 Den medvetna turisten

Redan år 1991 skrev Edvardsson och Thomasson att miljöfrågor kommer att bli en central fråga för många företag och att Sverige kommer få en allt mer miljöorienterad profil. De ansåg att det kommer att ställas krav på vilken energi som används och hur produkter utformas. År 1996 hade Linnanen et al sett att samhällets attityd och inställning till miljöfrågor höll på att förändras. Konsumenternas ökade kunskap ansåg Linnanen et al bidrog till att allt fler konsumenter inte enbart ser på en produkt utefter dess pris- och kvalitetsfaktorer utan de blev villiga att betala mer för produkter som har mindre belastning på naturen än övriga produkter. Sättet att resa och valet

av resmål har blivit ett sätt att definiera sin livsstil. Genom att välja ett miljömärkt resmål och resa dit med till exempel tåg, visar turisten sitt engagemang för miljön. Resan kan även motiveras av ett behov av självförverkligan. När människor har boende, mat och känner sig trygga vill de förverkliga sig själva och ett sätt att göra det kan vara att leva ett miljövänligt liv och en destinations miljöengagemang kan därför vara en avgörande faktor vid val av resmål (Mossberg & Hanefors, 2007).

Den 27 november 2008 hölls Sveriges största klimatseminarium, Klimatforum 08. Temat för årets klimatforum var ”klimat och konsumtion – att konsumera för ett hållbart klimat” (Naturvårdsverket, 2008 a). Under seminariet presenterade Jessica Cederberg Wodmar, från Naturvårdsverket, en färsk studie som visar att svenskarna blivit allt mer villiga att ändra sitt beteende och konsumera mer klimatanpassat. Attitydundersökningen visade även att 76 % av svenskarna är villiga att betala ett högre pris för produkter med låg klimatpåverkan. Det råder en ökande medvetenhet om klimatpåverkan och viljan att bidra till en förändring växer. Försäljningen av ekologiska produkter ökar, liksom samåkningspooler och resande med kollektivtrafik. Undersökningen visade att det finns en tro bland den svenska befolkningen att Sverige kan bromsa klimatets förändring och att de själva, den enskilda individen, kan bidra till att minska problemet (Naturvårdsverket, 2008 b). Detta påverkar turistens val av resmål och turisten funderar över vilka konsekvenser valet av resmål ger upphov till. Det har blivit viktigt för turisten att känna ett gott samvete över sitt val av resmål (Nordin, 2005).

WTO förutspår att det inom Europa kommer ske en tillväxt av medvetna turister vars val av resmål påverkas av den miljöpåverkan som resan medför (Turistdelegationen, 2004). De destinationer som visar sitt engagemang i frågan kan i framtiden komma att ha en stor konkurrensfördel gentemot de konkurrenter som inte arbetar för hållbar utveckling. Den medvetna turisten förväntar sig att företag tar ansvar för sin miljöpåverkan. De företag som inte lever upp till dessa förväntningar kommer att förlora gäster (Turistdelegationen, 2004; Nordin, 2005).

”Den aktör som inte arbetar med hållbarhetsfrågorna kommer snart att straffa ut sig från branschen/.../förr eller senare kommer du att behöva en policy och du behöver kunna säga vad du gör och inte gör, annars kommer du att vara ute ur leken!”

(Turistdelegationen, 2004. s.8)

3.7 Klimatförändringens påverkan

I slutet av 1980-talet hade alperna i Europa en period av vintrar med snöbrist, detta gav vintersportdestinationerna en försmak av vad som idag sägs vara inledningen av den globala klimatförändringen och vad det kan betyda för de destinationer som är beroende av snö och vinterklimat (Unbehaun & Pröbstl, 2006; Bodén, 2007). Därav skapades en debatt kring klimatfrågan och under det senaste decenniet har frågan fått en ökad uppmärksamhet (Bodén, 2007). För vintersportdestinationer är debatten viktigt eftersom snö är den viktigaste resursen inom vinterturism och en förutsättning för att kunna driva en vintersportsdestination. Minskar mängden snö hotas vintersportdestinationer av förkortade skidsäsonger och ökade kostnader vid tillverkning av konstgjord snö, vilket i sin tur leder till ekonomiska förluster och bristande lönsamhet för verksamheten (Unbehaun, Pröbstl, 2006, Fernström, 2005; Bodén, 2007). Det bör därav vara av intresse för turistföretagen inom vintersportdestinationer att lära sig mer om den globala klimatförändringen, hur destinationen riskerar att påverkas och vad de kan göra för att ta ansvar och möta denna utveckling. Det borde vara av deras största intresse att arbeta för en hållbar utveckling av destinationen. Eftersom klimatförändringen påverkar oss alla borde bibehållandet av ekosystemets integritet vara människans primära mål (Gössling, 2002). Hur allvarlig klimatförändringen är och vad den beror på finns det olika teorier om och åsikterna kan delas upp i två olika läger. Den ena sidan anser att den mänskliga utvecklingen har gått för långt och att dagens västerländska levnadssätt är den största bidragande faktorn till klimatförändringen. Andra sidan menar att klimatförändringen är en del av en naturlig förändring som beror på solens aktivitet. Att dessa förändringar har skett kontinuerligt under jordens livslängd och att människan inte har någon påverkan på klimatförändringen (Clark, 2006). De skilda åsikter om vad som påverkar klimatförändringen och dess effekter gör det svårt för aktörer inom vintersportdestinationer att veta vilka åtgärder som behöver vidtas och om det överhuvudtaget behöver vidtas några åtgärder. Men oavsett om klimatförändringen påverkas av mänskliga utsläpp eller inte så är forskarna överens om att det pågår en klimatförändring. Sedan hur stor förändringen kommer att bli och om vi kan göra något för att motverka den är svårt att säga. Oavsett detta är hållbar utveckling och klimatförändringen en global debatt som allt mer anses påverka människors val av resmål. Och de destinationer som aktivt arbetar för hållbar turistutveckling kommer att ha möjlighet att vinna konkurrensfördelar. Att destinationen är

miljöcertifierad eller uppfattas ha lägre miljöpåverkan kan vara en avgörande faktor i människors val av resmål (Turistdelegationen, 2004).

3.8 Avgränsning

I denna studie syftar begreppet hållbar turismutveckling på en utveckling där behoven från dagens turister tillgodoses, samtidigt som den mottagande regionens miljö skyddas och där möjligheter för framtiden förbättras. Denna studie fokuserar dock endast på den ekologiska delen inom hållbar turismutveckling inom en destination. Och med destination menas en plats där turistrelaterade verksamheter inom näringslivet och berörda samhällsfunktioner fungerar som en enhetlig turistproduktion. Att det är en plats där alla aktörer på ett eller annat sätt aktivt intresserar sig för destinationens utveckling. För att destinationen ska upplevas som miljövänlig är det därför viktigt att så många aktörer som möjligt arbetar för hållbar turismutveckling (Grängsjö, 2006). I denna studie har endast en aktör, den största, inom varje destination intervjuats och det är utifrån en teori om att de stora aktörerna har möjlighet att påverka miljöarbetet hos andra aktörer inom destinationen.

Eftersom vintersportdestinationer är en del av upplevelseindustrin där turistens upplevelse står i fokus behöver aktörerna inom vintersportdestinationer fråga sig vad det är turisterna vill uppleva. Vill gästerna uppleva skidåkning i ett vinterlandskap men samtidigt känna att deras resande inte sliter på miljö så måste aktörerna anpassa sin verksamhet utefter detta. Det finns en tro om att människor har stor påverkan på klimatförändringen och även om alla inte är överens om detta så har denna tro påverkat samhället. Allt fler eftersträvar att leva ett miljövänligt liv och denna förändring i turisternas beteendemönster måste vintersportdestinationer vara uppmärksamma på. Eftersom debatten kring klimatförändringen har påverkat dagens turister och intresset för miljövänligt resande lär öka kan destinationer som klassas som miljövänliga komma att ha konkurrensfördelar. Den medvetna turisten vill inte enbart ha miljövänliga prylar utan även en miljövänlig semester. Den information som blivit given i detta kapitel kommer att ligga som grund vid diskussionen kring det material som uppenbarades under intervjuerna.

4. Utvecklingsområden

Innan presentationen av materialet från intervjuer krävs en presentation av de olika områden som har studerats. Valet av områden utgår ifrån SHR⁴ (2006) miljöguide där det framtofs fem arbetsområden; transport, vatten, energi, livsmedel och inköp. I denna studie lades inköp och livsmedel under samma punkt och lokal miljöpåverkan lades till listan. Nedan presenteras på vilket sätt dessa faktorer påverkar miljö och vad inom dess områden som kommer studeras.

4.1 Transport

I turismbegrepp finns två element, transporten till och från destinationen och vistelsen på destinationen (Aronsson, 1997; Cooper et al. 2005). Transport begreppet kan även delas in i kategorier och Mossberg & Hannefors (2007) delar in transporten i dessa tre kategorier:

- Transport till och från destinationen
- Transport inom destinationen
- Transport som huvudattraktion

Inom en vintersportdestination innefinns alla dessa kategorier, då turisten reser till och från destinationen, den transporterar sig inom destination med t.ex. bil, buss eller skoter. Sedan kan även skoteråkning vara en huvudsaklig attraktion för turisten. Och för utländska turister kan det tyckas vara exotiskt att åka skoter ut i vildmarken.

Det fritidsrelaterade resandet motsvarar 50 % av allt resande i de industrialiserade länderna och globalt sett står dessa länder för 82 % av det fritidsrelaterade resorna. Detta är en stor siffra med tanke på att de industrialiserade länderna består av 15 % av den globala populationen (Gössling, 2002). Människor reser därmed i stor utsträckning under sin fritid och av valet av transportmedel menar Gössling att resande med flygplan har störst inverkan på den globala klimatförändringen. Och eftersom biltrafiken står för 19 % av Europas utsläpp av koldioxid är det av intresse att studera vilka transportalternativ som finns inom de utvalda destinationer och vilket alternativ som gästerna uppmuntras till att välja. På många vintersportdestinationers hemsidor hittas kampanjer

⁴ Sveriges Hotell och Restaurangföretagare

där resa och boende eller skidpass kombineras (Björkliden, 2009; SkiStar, 2009a; Strömman, Hemavan/Tärnaby, 2009). Via dessa kampanjer, samt övrig marknadsföring av transport val har destinationer en möjlighet att påverka turistens val av transportmedel till och från resmålet. Därför innefattar denna studie aktörernas arbete för hållbar turismutveckling vid val av transportmedel både till och från, samt inom destinationen.

4.2 Energi

Tillgången till energi är en nödvändighet i Sverige och vi har tidigare tagit denna resurs för givet. Debatten kring energifrågor har dock ökat och nu anses att energikällor som fossila bränslen och kärnkraft är av begränsad tillgång. Dessa har dessutom en negativ miljöpåverkan och kallas för icke-förnybara (Ekström, 2007). Användandet av dem är fortfarande mycket vanligt och bidrar till ökade koldioxidutsläpp och försurning, samt att kärnkraften skapar radioaktivt avfall som består i flera tusentals år. För att minska energiförbrukningen kan företag byt eller leverantör till något som erbjuder förnyelsebar energi eller investera i bergvärme. De företag inom en destination som ligger nära varandra kan gå samman och samordna uppvärmningen med hjälp av fjärrvärme, eller så kallade närvärmeverk, som drivs med biobränslen. Ett sådant verk kan ersätta direktverkande el och/eller småskalig uppvärmning med olja (Naturvårdsverket, 1998). Men det är dock inte alltid bättre att använda förnybara energikällor, som till exempel vattenkraft, eftersom det påverkar fisket och landområdet (Turistdelegationen, 1998). Det diskuteras även att vindkraft påverkar naturens estetiska skönhet vilket har en negativ inverkan på turismen i området där vindkraftsverken är monterade (Edenbrink, 2006).

Inom snötillverkning förbrukades till en början på 7 KWh energi för tillverkning av 1 m³ snö. Men under de senaste 8-10 åren har utvecklingen förbättrats och med det nya systemet förbrukas ca 1 kWh på samma mängd snö. Förbrukningen blir dessutom mindre om vattnet som används till snötillverkningen är kall och om det är kallt i luften (SLAO⁵, 2009).

Enligt Gössling (2002) kan energiförbrukningen delas upp i två olika kategorier:

- husering, t.ex. uppvärmning av hotell och tillagning av mat
- aktiviteter, t.ex. energi till liftsystemet och snötillverkning

⁵ Svenska liftanläggningars organisation

I denna studie har dock energiförbrukningen studerats som en helhet och ingen jämförelse har gjorts om hur mycket som går till husering eller aktiviteter. I denna studie har aktörernas val av elleverantör studerats, samt deras arbete för att minska energiförbrukningen inom verksamheten.

4.3 Vatten

Liksom med elen har vi i Sverige vant oss vid tillgången till billigt och rent vatten. Tillgången till vatten är en nödvändighet för mänsklig överlevnad och tillgången har blivit en sådan självklarhet för många i västvärlden att vi inte reflekterar över att vatten är en bristvara i många andra länder i världen. Vi duschar, tvättar kläder och diskar utan att fundera närmare över att vatten kan komma att bli en bristvara i det framtida Sverige. Genom de ökande kostnaderna för färskvatten och de sjunkande grundvattennivåerna kan vi redan märka av denna eventualitet (Turistdelegationen, 1998; Gössling, 2002; Ekström, 2007). Enligt Gössling (2002) kan människor som befinner sig på semester och bor på till exempel hotell unna sig långa duschar eller badar badkar oftare än hemma. Turisten kan därmed under resan bidra till en ökad förbrukning av vatten.

Inom vintersportdestinationer använder många snötillverkningssystem för att säkra snötillgång. Förutom att det förbrukas energi vid frysningsprocessen av vatten så krävs det även en stor mängd vatten. Det kan diskuteras vilken påverkan detta har på de sjöar och bäckar där vattnet hämtas eftersom den minskade mängden vatten i vattendraget kan påverka växt- och djurliv (UNWTO⁶, 2009). Även de länder som i dagsläget har god tillgång på vatten behöver se över sin vattenförbrukning eftersom denna fråga kan komma att bli en global konflikt på grund av den ökande befolkningens mängden och fortsatt miljöförstöring vilket försämrar kvalitén och tillgängligheten på vattnet (Gössling, 2002). Av denna anledning har aktörernas vattenförbrukning studerats och hur de gör för att minska denna förbrukning.

4.4 Inköp och livsmedel

Sveriges livsmedelshandel har blivit alltmer globaliserad och det är inte lätt att se hur vårt val av livsmedel påverkar naturen. En tredjedel av den mark som krävs för framställandet av den mat vi äter i Sverige ligger utomlands. Detta har gjort det svårt för oss att se de negativa konsekvenser som odlingen ger. Livsmedlen i sig är kanske inte miljöfarligt, men framställningen och

⁶ United Nations World Tourism Organisation

transporten av dem kan ha stor negativ inverkan på miljön. Regnskog skövlas, kemikalier från bekämpningsmedel sprids i naturen, hav utfiskas och transporten av råvaror bidrar till ökade koldioxidutsläpp (Turistdelegationen, 1998; Deutsch, 2007).

Att köpa råvaror och livsmedel från lokala producenter minskar den negativa påverkan på miljön. Och förutom att man får kännedom om varifrån råvarorna kommer ifrån, håller de även en högre kvalitet eftersom de inte behöver transporteras långa sträckor (Turistdelegationen, 1998). Då det är långa transportsträckor till de utvalda destinationerna är det intressant att se om de nyttjar de råvaror som framställs lokalt. Det är även intressant att se om aktörerna säljer ekologiska produkter, samt om de annars arbetar för att minska miljöpåverkan vid transport av produkter till destinationen.

4.5 Avfallshantering

Med avfall menas *”alla föremål, ämnen eller substanser som innehavaren vill göra sig av med eller är skyldig att göra sig av med”* (Naturvårdsverket, 2008 c). Och under år 2007 producerades lika mycket el från avfall som från vindkraften, den mängden kan stå för hushållselen i upptill 250 000 villor (Avfall Sverige, 2008). Man kan därför se avfallet som en resurs istället för att lämna det på tippen. Att minska mängden avfall som läggs på tipp är nödvändigt för att minska utsläpp av gifter och tungmetaller. Eftersom avfallet bryts ned väldigt långsamt sprids gifterna i avfallet genom regnvattnet och påverkar vattendrag, växter och djur. Genom att hantera avfall rätt anser Avfall Sverige (2008) att det kan bidra till minskat utsläpp av koldioxid och att klimatförändringen hämmas (Naturvårdsverket, 2008 d).

År 1998 deponerades 1 020 000 ton hushållsavfall och år 2007 låg den siffran på 186 490 ton, vilket är en minskning med 81,7%. Riksdagens delmål om att öka mängden återvinning av hushållssopor ser inte allt för avlägset ut. År 2007 återvann 48,7% av hushållsavfallet genom materialåtervinning, inklusive biologisk behandling, och målet är det till senast år 2010 ska 50 procent återvinnas (Avfall Sverige, 2008; Miljömålsrådet, 2008). Därför har denna studie tittat på hur avfallshanteringen ser ut på vintersportdestinationer och aktörerna har fått svara på frågor i området för att ge svar på hur viktigt de upplever att avfallshantering är och hur arbetar de med detta område.

4.6 Lokal miljöpåverkan

Förändring av markområden ses som den största och viktigaste komponenten vid global miljöpåverkan. Även de områden som inte utsätts för någon förändring påverkas av den förändring som sker i kringliggande områden (Gössling, 2002). Riksdagen har tagit fram miljömål där skydd av växt- och djurliv har tagits i beaktning. Målet för en storslagen fjällmiljö är det mål som direkt påverkar verksamheterna på vinterdestinationer. Förutom att minska buller från motordrivna fordon i fjällen från till exempel skottrar, ska verksamheter i fjällen arbeta för att bevara mångfalden, upplevelsevärdet, samt natur- och kulturvärden. Naturområden och arter ska skyddas samtidigt som man ska möta människans behov att nyttja naturen, detta för att främja en hållbar utveckling (Naturvårdsverket, 2009). Detta är den svåraste punkten att studera och därför berörs den endast kortfattat under intervjuerna. Men det ges ändå en bild över vilken omsorg aktörerna ger sin närmiljö.

5. Intervjupresentation – detta sades

Inom detta kapitel presenteras resultatet från intervjuerna med de utvalda aktörerna på vintersportdestinationerna. Åre presenteras tillsammans med Åre kommun, Hemavan/Tärnaby presenteras med Storuma kommun och Strömma Turism & Sjöfart AB. Abisko Turiststation och Björkliden presenteras tillsammans med Kiruna kommun.

Nedanföör varje område presenteras ett rutsystem där aktörens engagemang inom deras respektive område utvärderas med följande bedömningar: inget eller lågt engagemang (1), medel engagemang (2), högt engagemang (3). Därefter sammanräknas den totala poängen för varje aktör och för varje utvecklingsområde.

5.1 SkiStar Åre - presentation

SkiStar är ett bolag som består av fem destinationer; Åre, Sälen, Vemdalen, Hemsedal och Trysel i Norge. De är även ansvariga för Hammarbybacken i Stockholm. Varje destination har en destinationschef, i detta fall Sjögren, med en organisation under sig i form av försäljning, marknad, IT och fastighet. De äger ett antal restauranger men dessa ingår inte i kärnprodukten utan arrenderas ut. SkiStar äger hotell men bedriver inte någon logiverksamhet utan även dessa arrenderas ut, men via hemsidan SkiStar.com förmedlas logimöjligheter till gäster. Under webbsidan Åre360.com samlas företag inom destinationen för att underlätta för företagen att marknadsföra sig och för gästen att hitta rätt bland det stora utbudet av verksamheter inom destinationen. Sidan drivs av Åreföretagarna AB vilket är ett aktiebolag där 220 företag gått samman och marknadsför destinationen främst under den tid som SkiStar inte marknadsför, dvs. vår/sommar och höst. Inom bolaget samlas alla resurser inom destinationen och tillsammans arbetar företagen som är anslutna till bolaget med destinationsutveckling. Bolaget jobbar också med frågor som ingen äger, som drift och skötsel av gator vilket de vill hålla en högre standard på än vad kommunen erbjuder.

SkiStars kärnprodukt inom destinationerna är att erbjuda skidåkning, vilket inkluderar liftkortsförsäljning, skiduthyrning, skidskola och logiförmedling. De vill uppfattas som den ledande operatören av Europeiska vintersportdestinationer och grundkonceptet inom SkiStar är att leverera minnesvärda vinterupplevelser till sina gäster. SkiStar arbetar tillsammans med

Åreföretagarna, Holiday Club och Åre kommun och de ska ta fram en gemensam tillväxtstrategi där visionen är uppdelad i tre delar; unika upplevelser, ett gränslöst välkomnande och ansvarstagen för miljön.

5.1.1 SkiStar Åre – hållbar turismutveckling

För SkiStar innebär hållbar turismutveckling att kunna fortsätta verka inom området trots eventuella förändringar som sker i miljön, och samtidigt inte bidra till att förändringarna eskalerar. Eftersom SkiStar är ett börsnoterat bolag upplever Sjögren att det är extra viktigt att de ligger i framkant i utvecklingen. SkiStar ser en förändring hos den framtida gästen. Den ökade uppmärksamheten på klimatförändringen och debatten om hållbar utveckling kommer att bidra till att de framtida gästerna blir mer miljömedvetna. Än så länge har inte gästerna börjat ställa några höga krav men Sjögren tror att *”det kommer att gå blixtnabbt när förändringen sker och då är det viktigt att företaget är förbereda.”*

Sjögren tror att arbetet för hållbar turismutveckling är en möjlighet att profilera sig. Företaget vill aktivt jobba med miljöfrågor och för en hållbar utveckling inom destinationen även om det medför förhöjda årskostnader. SkiStar ser att arbetet kan vara en avgörande faktor vid gästers val av resmål. Sjögren jämförde med det rådande Big Mc index⁷. Han tror att det i framtiden kommer att finnas ett miljöindex där resmål kan jämföras för att se vilket val av resmål som bidrar till minst miljöpåverkan. På detta sätt har SkiStar och destinationen Åre en möjlighet att vinna fördelar gentemot sina konkurrenter. Att vinna konkurrensfördelar är en stark drivkraft för företagets arbete för hållbar turismutveckling men det är inte den enda. Åre har haft en bra säsong med kall februari och bättre snöläge i mars än vanligtvis för den årstiden men på lång sikt har det blivit ett varmare klimat och vintrarna och de kalla perioderna har blivit kortare. Men samtidigt påstår Sjögren att han mest märkt av klimatförändringen via medias rapporteringar. En viss förändring har skett men inget som har påverkar verksamheten i stort. Under säsongen 2006/2007 hade Sälen en dålig försäsong med lite snö och detta blåstes upp i media och ansågs vara en effekt av klimatförändringen. Sjögren är dock inte av samma åsikt och säger att dåliga säsonger

⁷ Uppskattningen av prisnivån i ett land

alltid har varit en risk och det beror mer på väder än på klimat. Men han avslår inte möjligheten om att det pågår en klimatförändring.

”Att det kommer ske förändringar det är vi nog helt eniga med forskarna, men hur stora dom är så är det ju nästan ingen som kan tala om, man pratar om väldigt många scenarion och det är också förutsatt att ingenting görs.”

(Sjögren, 2009-03-26)

Debatten om klimatförändringen och det faktum att SkiStar tror att förändringar kommer att påverka miljön om inget görs för att minska människans miljöpåverkan, är bidragande faktorer till SkiStars arbete för hållbar turismutveckling. De försöker att hitta miljövänliga alternativ som t.ex. förnyelsebar energi, billiga tågbiljetter och välorganiserad avfallshantering. Även Åre kommun har också påverkats av hotet om en eventuell klimatförändring. Kommunen jobbar med hållbar utveckling inom alla tre element, ekologiskt, socialt och ekonomiskt. Tankar kring hållbarhet ligger till grund för mycket av kommunens arbete och hållbarhetsarbetet grundar sig i Agenda 21⁸.

Som destinationens viktigaste företag är det många andra företag inom orten som ser till SkiStar som ett rättesnöre. Om SkiStar tar ansvar för sin miljöpåverkan och bedriver ett aktivt arbete för hållbar turismutveckling kommer det indirekt påverka övriga företag inom destinationen att göra detsamma. SkiStar ser att det måste ta ansvar och vara en god förebild och visa upp ett gott omdöme. Inom Åreföretagarna har destinationens företag och kommunen gått samman för att skapa en gemensam miljöstrategi. Projektet kallas Fjällkraft och visionen är att Åre år 2020 ska vara en klimatneutral destination och certifierad som en Carbonfree city. Detta innebär förenklat att efter att gästerna har nyttjat alla valda produkter och allt har producerats så har de inte förbränt mer koldioxid än vad som har skapats. Koldioxidförbrukningen ska ligga på plus minus noll. Förhoppningen är även att destination ska bli Svanen märkt. Sjögren tror att utveckling kommer bidra till att destinationer tvingas till att arbeta för miljön och att miljömärkning kommer att vara ett krav. SkiStar strävar efter att hinna före denna utveckling. *”Bättre att ha föregått det än att föregås av det”* (Sjögren, 2009-03-26).

⁸ Ett handlingsprogram för hållbar utveckling antagen av FN år 1992.

För Åre kommun är turismföretagens utveckling viktigt och kommunen arbetar för att göra orten till en året-runt-destinationen. Det har många fördelar för destinationen och Aspmand anser att orten inte kan överleva enbart på turismen under vintersäsongen. Utvecklingsplaner beror därför inte enbart på grund av den eventuella klimatförändringen utan det är även av ekonomiska skäl. En utveckling till en året-runt-destination är en nödvändighet enligt Aspmand och denna utveckling kan göras möjlig genom Åreföretagarna. Engagemanget hos turismföretagen inom destinationen anser Aspmand är stort. Många företag har kommit med förslag på förändringar som kan göras inom destinationen för att anpassa destinationen till eventuella klimatförändringar. Aspmand tror att många företag har ett eget intresse och anser samtidigt ser att det är nödvändigt med en utveckling och ett lokalt engagemang.

”Vi lever av turism så det är inte konstigt att vi från kommunens sida är angelägna om att det ska gå bra för turistföretagen så då gäller det att vi förebygger den typ av hot som klimatförändringar innebär, dom måste vi möta på något sätt och försöka vända de till tillgångar.”

(Aspmand, 2009-04-14)

5.1.2 SkiStar Åre - transport

På SkiStar.com (2009) erbjuds paketpriser för resa till destinationen kombinerat med boende och/eller skidpass. Detta är ett av sätten som SkiStar aktivt arbetar för att uppmuntra gäster till att ta tåget till destinationen. SkiStar är medvetna om att resan till och från destinationen har en stor negativ miljöpåverkan. Eftersom tåg i dagsläget är det mest miljövänliga transportalternativet bedriver SkiStar ett samarbete med både SJ och Veolia och arbetar mycket med att marknadsföra tågresor till Åre.

Via SkiStars biljettförsäljning av tågbiljetter för SJ har de sett en markant ökning av antalet gäster som anländer med tåg. Säsongen 2003/2004 såldes ca 9000 biljetter, men under säsongen 2007/2008 såldes över 50 000 biljetter. Sjögren tror att tåg har blivit ett populärt transportalternativ till Åre både för att människor har blivit mer miljömedvetna men även för att det är ett bekvämt alternativ. Kombinationen att Åre ligger långt från många gästers hemort och att tågförbindelsen är god gör att gästerna ser det som ett bättre alternativ än bil och flyg. I dagsläget anländer 30-32% av gästerna med tåg och förhoppningen är att detta ska öka

ytterligare. Men Sjögren tror att det alltid kommer att finnas gäster som anländer med bil eller flyg och detta mest beroende på gästernas hemort. För utlandsgäster kan flyg vara det enda alternativ på transportmedel, eller åtminstone det mest bekväma. SkiStar har därför inlett ett samarbete med Östersund flygplats och Luftfartsverket för att samarbete i deras program för gröna inflygningar. Inhemska gäster kan ha en hemort där tågresa blir ett mer omständigt transportmedel på grund av t.ex. många tågbyten. En del gäster kanske även är beroende av bilen under vistelsen på orten eller bor så pass nära att bil känns är ett bekvämare val av transportmedel. Detta är inget som Sjögren tror att de kan komma undan från men för att minska nyttjandet av bil under vistelsen på destinationen uppmuntras gästerna att låta bilen stå och använda kollektivtrafiken istället i form av skidbussar. Denna trafik kommer genom projektet Fjällkraft att effektiviseras och målet är att transporterna ska drivas med antingen el, biogas eller etanol.

De skotrar och pistmaskiner som används till verksamheten drivs med miljöbränsle och skotrarna är 4-taktare vilket är ett bättre alternativ ur miljösynpunkt än 2-taktare. För att optimera körningen av pistmaskinerna används GPS där maskinerna går efter speciella rutter så att de inte kör dubbelt på varje ställe eller korsar varandras vägar. De tittar även på ett snödjupsmättningsverktyg som mäter snödjupet vid pistning, detta innebär att de inte behöver stoppa ner bladen lika djupt för att schakta snö och det minska bränsleförbrukningen. Personalen inom SkiStar som använder motordrivna fordon i yrket är utbildade i eco-driving och engagemanget hos personalen är stort för att minska användandet fordonen. Personalen har uppmuntrat SkiStar till att samordna bilpooler och samåkning för resor inom destinationen.

Utifrån denna informations bedöms SkiStar Åre ha ett högt engagemang vid hållbarhetsarbetet inom området transport, eftersom de uppmuntrar gästerna till att åka tåg, de arbetar aktivt för att erbjuda miljövänlig kollektivtrafik och har optimerat körningen av deras pistmaskiner för att minska bränsleförbrukningen.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3			

Tabell 5.1 (Mikaelsson, 2009)

5.1.3 SkiStar Åre – energi

I dagsläget drivs SkiStar Åres verksamhet av förnyelsebar energi. När företaget bygger nya hotell för att sedan sälja vidare och när övrig utbyggnationer sker ansluter de till bergvärme eller till kommunens fjällvärmenät. Förhoppningen är att de ska kunna montera upp en vindkraftstation någonstans inom destination, gärna i anslutning till liftsystemet, som en symbolhandling.

Vid snötillverkningssystemet investeras det i ett system som kräver mindre energi än tidigare system. För att minska energiförbrukningen tar de vatten från dammar med naturligt tillflöde upp på fjället där vattnet är kallare. Det kan skilja flera grader mellan vattnet från dammarna och det från sjön. Detta spelar en stor roll vid energiförbrukningen av den konstgjorda snön. SkiStar använder sig även utav energiledningssystem. Detta system ser till att energikrävande verksamheter inte startas upp samtidigt, som t.ex. liftarna inte startas samtidigt som andra energikrävande utrustning startas och att tillverkningen av snön inte sker samtidigt som alla gäster bastar. På de hotell som SkiStar äger används dessutom lågenergilampor och gäster uppmuntras att släcka lamporna när de inte vistas i rummen. SkiStar arbetar aktivt för att dra ner sin energiförbrukning, men Sjögren anser att det fortfarande finns mycket kvar som kan förbättras.

Även här bedöms engagemanget som högt eftersom de arbetar aktivt för att minska energiförbrukningen och investerar i användande av förnyelsebar energi.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3			
Energi	3			

Tabell 5.2 (Mikaelsson, 2009)

5.1.4 SkiStar Åre – vatten

Eftersom Åre är en vintersportdestination med snötillverkningssystem förbrukas det en stor mängd vatten men vattnet kommer från dammar med naturligt flöde och åker på våren ut i marken igen så det sker ett kretslopp i vattenförbrukningen vid tillverkning av snö. Och eftersom snötillverkningen sker utan tillsatser av kemikalier sprids inga gifter via konstsnön. I övrigt har

SkiStars monterat in snålspolande munstycken på duschar och kranar inom verksamheten och gäster uppmuntras att duschar kortare och inte låta vattnet att rinna när de diskar.

Inom detta område är engagemanget inte lika högt som vid de tidigare två, men det arbete som bedrivs för att minska vattenförbrukningen bidrar till en uppfattning som att har ett medel i engagemang inom detta område.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3			
Energi	3			
Vatten	2			

Tabell 5.3 (Mikaelsson, 2009)

5.1.5 SkiStar Åre – avfallshantering

Åre bedriver enligt Sjögren god avfallshantering. Både gäster, personal och privatpersoner har möjlighet till att sopsortera det mesta. I broschyrer uppmuntras gäster till sopsorteringen genom följande text, *”Glas, metall, papper, hårdplast, hushållssopor, batterier och pantförpackningar sorteras. Tack för ditt bidrag till en renare miljö.”* Kompost sorteras dock inte.

Även om SkiStar Åre arbetar aktivt med avfallshantering så hade deras engagemang kunnat vara större, och denna bedömning grundar sig bland annat på deras brist inom komposteringsmöjligheter.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3			
Energi	3			
Vatten	2			
Avfall	2			

Tabell 5.4 (Mikaelsson, 2009)

5.1.6 SkiStar Åre – inköp och livsmedel

Vid skiduthyrningen bedriver SkiStar Åre en viss försäljning av mjukvaror som handskar, mössor och strumpor. Vid denna försäljning har de inga tankar på att produkterna ska vara ekologiska. Men vid inköp av hyrskidor försöker de påverka leverantören till att packa alla skidor tillsammans istället för att alla plastas in separat.

Det arbete som SkiStar Åre bedriver för hållbar turismutveckling påverkar indirekt de lokala matbutikerna inom destinationen. De håller en dialog med butikerna för att uppmuntra till inköp av ekologiska produkter och genom enkätundersökningar visar de på att gästerna på destinationen efterfrågar ett större utbud av dessa produkter. Sjögren har uppmärksammat att hyllorna med ekologiska produkter har blivit fler och att butikerna har tagit åt sig av informationen. I dagsläget kan gästerna även kolsyra sitt eget vatten i butiken. Istället för att köpa färdigproducerat bubbelvatten får gästerna fylla på en flaska med kranvatten och kolsyra det i butiken.

Trots att SkiStar Åre inte bedriver någon livsmedelsförsäljning och endast en begränsad försäljning av produkter har de ändå en möjlighet att påverka den försäljningen som sker inom destinationen. Butiker påverkas indirekt av SkiStar Åres hållbarhetsarbete och därför bedöms det att SkiStar Åre har ett högt engagemang inom detta område.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3			
Energi	3			
Vatten	2			
Avfall	2			
Inköp/livsmedel	3			

Tabell 5.5 (Mikaelsson, 2009)

5.1.7 SkiStar Åre – lokal miljöpåverkan

SkiStar bedriver inga aktiviteter förutom skid/snowboardåkning, skidskola och fun park. Sjögren anser att dessa aktiviteter inte påverkar miljön speciellt mycket, förutom den påverkan som skedde vid tillverkningen av pistsystemet och när de i dagsläget underhåller backar med pismaskiner och iordningställer fun parken. Liftsystemet har funnits där så pass länge att dagens verksamhet inte påverkar växt- och djurliv. Men vid utbyggnationer försöker SkiStar ha dess miljöpåverkan i åtanke. Sjögren berättade att under sin tid på SkiStar Sälen när de avverkade skog till pisterna fraktades timret bort med häst och släde. Detta för att minska påverkan som bandmaskiner och bygglastar annars hade åstadkommit. I dagsläget flyger SkiStar ut timret, vilket inte är miljövänligt ur förbränningssynpunkt men som Sjögren säger gör mindre skada på miljön på plats.

Då SkiStar Åre inte är den aktör inom destinationen som erbjuder aktiviteter förutom skidåkning så har de en begränsad möjlighet att minska den lokala miljöpåverkan som skidaktiviteter medför. Men vid utbyggnationer försöker de aktivt minska deras miljöpåverkan och därför upplevs engagemanget som medel. Den totala bedömningen för SkiStars Åre hållbarhetsarbete bedöms vara hög och engagemanget för hållbar turismutveckling tros öka ytterligare.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3			
Energi	3			
Vatten	2			
Avfall	2			
Livsmedel	2			
Lokal påverkan	2			
Totalt	14			

Tabell 5.6 (Mikaelsson, 2009)

5.2 Hemavan/Tärnaby - presentation

Destination Hemavan/Tärnaby består av just dessa två byar, Hemavan och Tärnaby, som ligger mitt i ett av Europas största naturreservat. Destinationen drivs av Strömma Turism och Sjöfart som även driver Riksgränsen. Företaget Strömma är ett upplevelseföretag som erbjuder upplevelser, aktiviteter och nöjen för möten och fritid inom bland annat sjöfart, sightseeing och fjällupplevelser. Visionen är att skapa upplevelser som blir minnen för livet.

Byarna Hemavan och Tärnaby ligger med 2 mil mellan varandra men drivs gemensamt. Tidigare hade varje by en områdesansvarig men sedan två år tillbaka har Torbjörn Utsi varit platschefen över hela destinationen och vid sin sida har han en fjällchef. Hemavan/Tärnabys kärnprodukt är att erbjuda skid/snowboardåkning för hela familjen i välpreparerade backar. Inom destinationen är flera turismföretag verksamma men Strömma är det största företag. De driver liftsystemet och äger hotell och restauranger i anslutning eller nära liftsystemet.

5.2.1 Hemavan/Tärnaby – hållbar turismutveckling

För Utsi, platschef i verksamheten, innebär hållbar turismutveckling att tänka på naturen vi lever i och att verksamheten drivs med framtiden i åtanke. Tankar om att verksamheten ska drivas på ett hållbart sätt är något som de tänker på vid investeringar och utbyggnationer.

”Vi är ju inte de sista på jorden utan man ser till att man tänker på framtiden också och på vilket sätt kan jag som enskild person, som företag, som område och så vidare påverka det här så vi får en hållbar utveckling”

(Utsi, 2009-04-02)

Detta är ett arbetssätt som Utsi delar med Storuman kommun som jobbar med hållbar utveckling för att inte försämra förutsättningarna för kommande generationer. Men det engagemang har inte Utsi märkt hos kommunen utan han anser att det snarare är företaget som gör påtryckningar på kommunen. Fagerlund, miljöinspektör inom Storuma kommun, medger att det i dagsläget krävs av företagen att de kontaktar kommunen för samarbeten för hållbar turismutveckling. Storuman kommuns arbete för att uppnå Länsstyrelsen går sakta på grund av resursbrister och de har inte vidtagit någon åtgärdsplan för att uppnå målen. Och det arbete som kommunen genomför är inte direkt riktat mot turismföretagen men eftersom arbetet innebär en förbättring och bevaring av

naturen så blir företagen indirekt påverkade av deras arbete. Fagerlund anser dock att kommunen och turistföretagen i framtiden behöver arbeta närmare varandra.

Vid intervjun med Lindgren, VD inom Strömma Turism & Sjöfart, gavs dock en annan bild om vikten av hållbar turismutveckling inom företag. Lindgren påstod att de självklart var ett ansvarstagande företag och att de arbetade för att se till att de inte är några miljöskurkar men inom Strömma såg de på hållbarhet ur ett serviceperspektiv. Genom att arbeta med god service blir gästerna nöjda med upplevelsen och vill förhoppningsvis göra ett återbesök. Detta bidrar till en hållbar utveckling inom destinationen via det vinstmedel som skapas av nöjda gäster. Lindgren påpekade att detta vinstmedel gör det ekonomiskt möjligt för företaget att arbeta med miljöfrågor. Strömma arbetar därför för ekonomisk hållbarhet för att kunna uppnå ekologisk hållbarhet.

Enligt Utsi har miljöengagemanget i samhället ökat och han tror att det i framtiden kommer att vara nödvändigt att anställa någon som är miljöansvarig och arbetar med hållbar turismutveckling. Gästerna visar inte något miljöengagemang när de besöker destinationen, de ställer inga ytterligare krav. Men Utsi tror att om de gick ut med information om vilket ekologiskt hållbarhetsarbete som drivs skulle detta uppskattas hos gästerna. Det är viktigt att det ekologiska hållbarhetsarbetet som bedrivs på destination syns mot gästerna eftersom de vill ses som ett ansvarstagande företag. Men i dagsläget har de inga framtidsvisioner om någon certifiering och erkänner att de inte jobbar speciellt aktivt med miljöfrågor inom destinationen. Lindgren tror dessutom att en certifiering inte är nödvändigt längre, utan att det var populärt i samhället förutom men att det inte har någon betydelse i dagsläget.

Den eventuella klimatförändringen har inte varit något påverkande faktor på Hemavan/Tärnabys arbete för hållbar turismutveckling. Utsi har bott i kommunen sedan han var barn och märker en förändring i temperaturen men han påstår samtidigt att klimatet går i cykler och att det därför är svårt att säga hur stor klimatförändringen kommer att bli och vilken påverkan den kommer att ha på destinationen. Samtidigt säger Utsi att människans aktivitet påverkar klimatet och han anser att vi människor måste ändra vår slit-och-släng livsstil. Även Lindgren anser att det är svårt att dra några slutsatser om att det kommer att ske en klimatförändring som påverkar verksamheten i

Hemavan/Tärnaby. Men för att möta de eventuella förändringarna säkrar Hemavan/Tärnaby sitt viktigaste grundelement, vilket är snö, och de använder sig därför utav snötillverkningssystem för att säkra mängden snö inför och under säsongen.

5.2.2 Hemavan/Tärnaby - transport

Majoriteten av alla gäster kommer till Hemavan/Tärnaby med bil. Det finns ingen tågförbindelse till destinationen utan de transportalternativ som finns är bil, buss eller flyg. Utsi berättade att de försöker se möjligheter till samåkning från Norrlandskusten men arbetet går sakta framåt och det enda alternativet som finns idag är bussen från Umeå. Det går flera gånger dagligen busstrafik från Umeå men Utsi ser att fler gäster väljer att ta bilen eftersom det är ett bekvämare alternativ. De behöver inte passa några tider och har möjlighet att resa vilken tid de vill, dessutom har gästerna lättare att förflytta sig inom destination om de har bil. Det går en gratis fjällbuss mellan Hemavan och Tärnaby men ytterst få gäster väljer att nyttja den.

Från webbsidan uppmuntras gästerna från söderliggande städer att ta flyget som tar 2 timmar från Stockholm till destinationen. Hemavan har en flygplats som ligger mitt i byn direkt intill pister, boende och aktiviteter. För att ta sig vidare till Tärnaby kan man åka fjällbussen som tar ca 15 minuter. För långväga gäster är flyget det bekvämaste alternativet men gästerna kan även välja att åka Lapplandspilen som på 14 timmar tar gästen från Stockholms central till Hemavan.

Inom destinationen använder de sig utav 2-taktskotrar, men kommer att byta till det mer miljövänliga alternativet 4-taktare inför nästa säsong. Storuman kommun har startat projektet Biofuel där de är med och utvecklar snöskotermodeller till att bli mer miljövänliga. De tittar på att ha en etanol, el eller miljödiesel driven skoter med samma prestanda som en vanligt 4-taktare. Det är dock några år kvar innan resultatet av projektet presenteras.

Att använda bilar med miljövänligare bränsle är svårt inom destinationen eftersom det inte finns tillgång på dessa bränslen. Vid tankstationen i Hemavan har de pump för E85 bränsle, men denna är ännu inte i bruk. Därför använder sig inte destinationen utav miljöbilar, och elbilar har de ingen kunskap om de skulle fungera i fjällen. Personalen som använder bilen i yrket är inte

utbildade i eco-driving⁹ och det finns inga planer på att investera i detta eftersom personalen i dagsläget visar ett lågt miljöintresse.

Än så länge är flyg eller privatbil det bekvämaste transportmedlet till destinationen och arbetet för att förbättra och uppmuntra kollektivtresande bland gästerna från närliggande län går sakta framåt, detta medför att engagemanget inom detta område uppfattas som lågt.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1		

Tabell 5.7 (Mikaelsson, 2009)

5.2.3 Hemavan/Tärnaby - energi

Destinationen använder sig i dagsläget av förnyelsebar energi i form av vattenkraft från bolaget Vattenfall. De ser över att eventuellt konvertera till bergvärme men detta är en kostsam investering som kräver ett långt förarbete. Lindgren anser även att det finns en viss fördel med direktverkande el inom hotellrummen eftersom det då är möjligt att stänga av värmen i tomma rum och snabbt värma upp dem igen innan gästerna anländer. Detta skulle kanske även innebära en längre energiförbrukning eftersom rummen inte behöver hålla samma höga värme under hela säsongen trots låg bemanning.

Vid snö tillverkningsystemet har de investerat i en uppdaterad version som gör det möjligt att producera samma mängd som på 2-3 dagar som tidigare hade tagit en vecka. Detta minskar energiförbrukningen, dessutom hämtas vattnet från en fjällbäck i Hemavan och från en tjärn på fjället i Tärnaby. Båda dessa är kallare än vattnet i sjön och gör att det krävs mindre energi vid frysningen av vattnet. Däremot är det inget naturligt flöde av vatten till tjärnet i Tärnaby så en del energi går åt till att transportera upp vatten från sjön. Men i dagsläget använder sig inte verksamheten utav några övriga medel för att medvetet minska energiförbrukningen på destinationen, men de ser över att installera rörelsedetektorer i hotellkorridorer som automatiskt tänds vid rörelse. Detta skulle innebära att lamporna i korridorerna inte behöver stå tända dygnet runt och detta minskar energiförbrukningen kraftigt på hotellen.

⁹ Eco-driving är en körteknik som kan minska bränsleförbrukningen med 10-20% (Sveriges Trafikskolors riksförbund, STR).

En av Storuman kommuns huvudfokus vid hållbarhetsarbetet är att förbättra energiförbrukningen inom kommunen. Det påbörjades ett projekt, *Uthållig kommun*, där kommunen skulle samordna och driva på företag att arbeta för hållbarhet och då främst inom energifrågan. Vid projektstart fick det endast några månader på sig att genomföra projektet men de insåg snabbt att denna tid inte skulle räcka till utan att det är ett långt gående arbete därför ligger projektet nu på is på grund av resursbrist. De arbetar nu med en översiktsplan över vindkraftutbyggnad inom kommunen, men Utsi är inte positiv till detta arbete. Han anser att vindkraftverken förstör kommunens vackra natur som i dagsläget är något som lockar många besökare och är en stor resurs för kommunens turismföretag. Att sätta upp vindkraftverket på fjället tror inte Utsi kommer att bidra till hållbar utveckling för kommunen, utan att det istället kommer att försämra kommunen och destinationens konkurrenskraft.

Hemavan/Tärnaby använder sig av förnyelsebar energi och arbetar aktivt för att minska energiförbrukningen vid snötillverkningen. Det uppfattas dock som att de har ett bristande engagemang för att minska energiförbrukningen inom den övriga verksamheten och därför bedöms de ha ett medel i engagemang inom detta område.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1		
Energi	3	2		

Tabell 5.8 (Mikaelsson, 2009)

5.2.4 Hemavan/Tärnaby – vatten

Destination genomför inget aktivt arbete för att minska vattenförbrukningen, men Utsi är intresserad av att byta till snålspolande vatten/duschkranar inom verksamheten. Dessa ger enligt Utsi själv en markant minskning av vattenförbrukningen eftersom den blandar vattnet med luft men ändå känns det som om det kommer lika mycket vatten som från ett vanligt vatten/duschmunstycke. Men som Utsi säger *"Rom byggdes inte på en dag"* och företagets arbete för hållbar turismutveckling är inte prioriterat och de genomför inga förändringar förrän de känner att de klara utav att genomföra dem. Men vid nästa renovering av hotellen hoppas Utsi på att dessa kranar ska installeras. Men än så länge pågår inget aktivt arbete för att minska vattenförbrukningen och därför uppfattas engagemanget som lågt.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1		
Energi	3	2		
Vatten	2	1		

Tabell 5.9 (Mikaelsson, 2009)

5.2.5 Hemavan/Tärnaby - avfallshantering

Vid intervjun med Utsi framgick att han själv anser att sopsortering är enkel och en viktig insats för att bevara moder jord. Därför sorteras metall, ofärgat glas, färgat glas, papper, hushållssopor och hård- och mjukplast inom företagets alla verksamheter och de anser själva att de är bra på detta moment, de funderar även på att investera i en papperspress. Men det är inte alltid gästerna är lika engagerade och detta tror Utsi beror på att de inte vill tänka på saker som sopsortering när de är på semester. Sedan anser han även att sopsorteringen ibland kan kännas motsägelsefullt eftersom det fraktas till Umeå och det är inte positivt ur förbränningssynpunkt. Men på grund av deras utbud av möjlighet till sopsortering uppfattas deras engagemang som medel inom detta område.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1		
Energi	3	2		
Vatten	2	1		
Avfall	2	2		

Tabell 5.10 (Mikaelsson, 2009)

5.2.6 Hemavan/Tärnaby – inköp och livsmedel

Detta är den del som Hemavan/Tärnaby arbetar minst med och det är även denna verksamhet som är minst inom företag. De bedriver uthyrning och en viss försäljning av kläder och produkter men de tar inte in några miljövänliga produkter. Utsi anser att det är ett slöseri med material när alla produkter kommer förpackade för sig, men att de är en sådan liten inköpare av varorna att de inte har möjlighet att påverka leverantören. Han anser inte heller att de har möjlighet att påverka livsmedelsbutikens inköp av produkter. Med tanke på Hemavan/Tärnabys begränsade livsmedel och produktförsäljning är deras engagemang för detta område lågt och det är inget som de

behöver prioritera i deras arbete eftersom det finns andra områden som företaget har större påverkan på.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1		
Energi	3	2		
Vatten	2	1		
Avfall	2	2		
Inköp/livsmedel	3	1		

Tabell 5.11 (Mikaelsson, 2009)

5.2.7 Hemavan/Tärnaby – lokal naturpåverkan

Företaget försöker undvika att genomföra aktiviteter som kräver motordrivna fordon. Istället erbjuder de sina gäster toppturer och fjällvandring med skidor eller snöskor. De bedriver dock skoteruthyrning och denna anser de sig inte kunna ta bort eftersom många gäster upplever det som exotiskt att bege sig ut med skoter på fjället. Förhoppningen är dock som sagt att skotrarna inför nästa säsong ska vara 4-taktare för att minska bullret och miljöpåverkan.

Trots att Hemavan/Tärnaby bedriver skoteruthyrning så uppfattas deras engagemang inom detta område som medel, detta eftersom de i sina övriga aktiviteter inte använder motorburna fordon. Dessutom uttrycker Utsi en stark vilja om att bevara naturen i området, vilket tyder på ett personligt engagemang. Totalt bedöms Hemavan/Tärnaby ha ett medelhögt engagemang inom sitt hållbarhetsarbete. Det finns många områden som där hållbarhetsarbetet behöver utvecklas men det befinner sig i ännu i inledningskedet av sin hållbara turismutveckling.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1		
Energi	3	2		
Vatten	2	1		
Avfall	2	2		
Livsmedel	2	1		
Lokal påverkan	2	2		
Totalt	14	9		

Tabell 5.12 (Mikaelsson, 2009)

5.3 Abisko Turiststation – presentation

Destinationen Abisko som ligger ca 9 mil norr om Kiruna drivs av Svenska Turistföreningen (STF) som är en av Sveriges största ideella organisationer. De arbetar med att få människor att upptäcka den svenska naturen och syftet med verksamheten är ett främja svensk turism samt sprida kännedom om vår natur och kultur. STF arbetar även för att riksdagens miljömål ska uppnås i angiven tid. STF tar stor beaktning för miljöaspekterna i verksamhetens anläggningar eftersom de anser att det är viktigt att verksamheten inte inkräktar på miljön (STF, 2009). I dagsläget är alla STF:s hotellverksamheter märkta med Den Gröna Nyckeln vilket är ett bevis på deras miljöengagemang som ska bidra till minskning av miljöpåverkan inom områden som vatten, energi och produkter (Den Gröna Nyckeln, 2009).

Abisko Turiststation är den norra ändpunkten för Kungsleden som sträcker sig från Abisko och ner till Hemavan. De bedriver ingen klassisk skidåkning med pistade nedfarter istället har det en sittlift upp och väl uppe kan man välja att njuta av utsikten från Panorama caféet eller åka i offpisten ner. Abisko Turiststation erbjuder logi, restaurang och aktiviteter i form av t.ex. offpist åkning, vandring och fiske till sina gäster. Stationen driver även en matbutik med uthyrning av aktivitetsutrustning.

5.3.1 Abisko Turiststation – hållbar turismutveckling

För Abisko Turiststation är hållbar turismutveckling ett inarbetat begrepp i organisationen och de anser sig arbeta aktivt för att bedriva ett hållbarhetsarbete. Under vintern 2008/2009 anställdes en miljösamordnare, Martin Karlsson, på destinationen för att hjälpa organisationen i deras arbete för ekologisk hållbarhet och strävan efter att bli miljöcertifierade. Till sommaren 2009 räknar Karlsson med att destinationen ska vara först i Sverige med en certifiering som ännu hålls hemlig för allmänheten. Certifieringen kommer att innebära att destinationen kommer att arbeta mer ut mot gästerna. För tillfället pågår ett aktivt arbete inom organisationen men Karlsson tror inte att gästerna alltid är medvetna om att de befinner sig på en destination där hållbarhet är viktigt. När destination är certifierad kommer gästerna uppmuntras att inte utnyttja naturens resurser under vistelsen. De vill då även att gästerna ska uppfatta destinationen som ett miljövänligt alternativ gentemot andra resmål. För tillfället är de inte medvetna om gästernas egna miljöengagemang

och vad de anser om destinations hållbarhetsarbete. Ett av Karlssons uppdrag är att förbereda en enkätundersökning där målet är att få vet mer om gästernas åsikter kring hållbarhetsarbetet och hur långt destinationen kan driva detta arbete utan att gästerna påverkas negativt av det.

För Abisko Turiststation är det ekologiska elementet inom hållbar turismutveckling det viktigaste eftersom det är det som sätter ramar. Självklart är alla delar viktiga för de hör ihop, men Abisko Turiststation har valt att fokusera på miljöfrågor inom verksamheten eftersom att de är så beroende utav naturen. Drivkraften bakom arbetet ligger i platschefernas eget miljöintresse och det är ur det egna intresset som arbetet för hållbar turismutveckling av destinationen startade. Karlsson berättar att nästan alla som jobbar på destinationen har ett stort miljöintresse och är engagerade för att driva destinationen på ett så miljövänligt sätt som möjligt. Det finns ingen driftkraft inom organisationen att hållbarhetsarbetet ska vara en konkurrenskraft utan det är bidraget till naturen som är det viktiga. Sedan menar Karlsson är det en fördel om gästerna då ser Abisko Turiststation som ett miljövänligt resmål och därmed föredrar att resa dit.

Abisko Turiststation upplever inte att kommunen uppmuntrar organisationen till att sträva mot hållbar turismutveckling och vid en intervju med Kiruna kommunen medgavs det att kommunen mest arbetar med översynsarbete. De har endast kontakt med de vid tillsyn att lagstiftning följs och vid tillståndsansökningar. Och generellt är arbetet för hållbar utveckling lågt hos kommunen anser Fjällborg, miljöinspektör inom kommunen.

5.3.2 Abisko Turiststation - transport

Inom Abisko Turiststation anser de att transport är viktigt och något de arbetar på för att hitta en helhetslösning. De använder så lite motordrivna fordon som möjligt inom verksamheten, vaktmästarna använder bil i yrket men funderingar finns på att köpa in fyrhjulingar som skulle dra mindre bränsle. Detta är dock en budgetfråga som gör att investeringen dröjer. Gästerna tar sig enklast till destinationen via tåg eller bil. Turiststationen ligger endast några hundra meter från tågstationen och därför uppmuntras gästerna till att välja tåg som transportmedel. Även Björkliden uppmuntrar sina gäster att åka tåg eftersom deras tågstation ligger mitt i byn och majoriteten av destinationsgäster väljer också detta transportmedel. Det går nattåg från Stockholm till Narvik som passerar Abisko vilket gör resan smidig för gästerna.

Sammanfattningsvis så har Abisko Turiststation ett högt engagemang inom området transport eftersom de aktivt uppmuntrar tåg som transportmedel och i huvudsak använder kollektivtrafiken vid transport av gäster till aktiviteter utanför destinationsområdet.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	

Tabell 5.13 (Mikaelsson, 2009)

5.3.3 Abisko Turiststation – energi

Abisko Turiststation använder sig av Bra Miljövals el, vilket är 95 % vattenkraft och 5 % vindkraft. De har även investerat i bergvärme och därmed reducerat sin oljeförbrukning från 140 kubik till ca 30 kubik. Dock är det ingen bergvärme vid personalboendet i södra Abisko, men det är planerat att dras även dit och då kommer oljeförbrukningen minska till ca 15 kubik. Inom Abisko Turiststation arbetar organisation även med enkla medel för att minska energiförbrukningen. De använder sig utav lågenergilampor och under Earth Hour den 28 mars 2009 släckte det ner på hotellet och erbjöd gästerna en klimatsmart middag i restaurangen i skenet av stearinljus. Abisko Turiststation visar ett högt engagemang för att minska energiförbrukningen inom verksamheten.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	
Energi	3	2	3	

Tabell 5.14 (Mikaelsson, 2009)

5.3.4 Abisko Turiststation – vatten

Eftersom Abisko Turiststation har borrarat sitt eget vatten, som destilleras efter kommunens rekommendation, anser Karlsson att det inte finns någon risk att de använder för mycket vatten. Men enligt hotellmärkningens policy har de krav på sig att de inte får komma mer än 12 liter vatten ur kranen mer minut. I övrigt pågår inget aktivt arbete för att minska vattenförbrukningen, förutom att det inte erbjuds något inköpt kolsyrat vatten inom verksamheten.

Inom Abisko Turiststation bedrivs inte något aktivt arbete för att minska vattenförbrukningen inom verksamheten. De använder sig dock av egen brunn och planerar att utveckla arbetet inom detta område därav uppfattas engagemanget som medel.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	
Energi	3	2	3	
Vatten	2	1	2	

Tabell 5.15 (Mikaelsson, 2009)

5.3.5 Abisko Turiststation – avfallshantering

Avfallshantering inom verksamheten i Abisko Turiststation är välarbetad och personalen arbetar tillsammans för att så mycket som möjligt ska sopsorteras. Även gästerna uppmuntras via broschyrer att sortera sina sopor. Verksamheten har egen kompost vilket enligt Karlsson kräver mycket arbete men samtidigt kan kompostjorden används inom andra området på destination t.ex. i rabatter. Karlsson anser att de har kommit långt i sin avfallshantering och deras engagemang inom detta område bedöms som högt.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	
Energi	3	2	3	
Vatten	2	1	2	
Avfall	2	2	3	

Tabell 5.16 (Mikaelsson, 2009)

5.3.6 Abisko Turiststation – inköp och livsmedel

Ekologiska frågor är viktigt på Abisko Turiststation därför driver de en livsmedelsbutik som är kravmärkt, vilket innebär att det finns en kravmärkt produkt inom varje livsmedelsgrupp. De serverar även kravmärkt frukost och två kravmärkta luncher varje vecka. Inom verksamheten försöker de använda kravmärkt och lokalproducerat så långt det går och detta på grund av energi- och miljösynpunkt. Det kan dock vara svårt att ibland att få tillgång till alla varor. Och på grund av den långa transportsträckan är det inte alltid varorna, t.ex. bananer, håller kvalitén under resan. I byns andra livsmedelsbutik tror inte Karlsson att det inte drivs något aktivt arbete för att köpa in ekologiska produkter. Han tror inte heller att Abisko Turiststation har möjlighet att påverka butikens inköp av varor, men att de kanske har uppmärksammat fler ekologiska alternativ på

grund av Turiststationens stora utbud av dessa varor. Inom verksamheten använder de sig även utav miljömärkta kemikalier och i anslutning till kravbutikens drivs uthyrning av aktivitetsutrustning till gäster. De har valt att endast erbjuda uthyrning istället för försäljning eftersom det är bättre ur hållbarhetssynpunkt. Karlsson upplever att det är onödigt att gäster köper utrustning för enstaka resor. Då är det bättre att de hyr på plats och på så sätt slipper gästerna frakta utrustningen till och från destinationen. Gästerna har dock möjlighet att köpa friluftskläder på anläggningen, men Karlsson berättar att dessa tyvärr inte är ekologiska. Han anser att det är konstigt att inte fler friluftsföretag tillverkar kläder som är vänliga för miljön.

Abisko Turiststation arbetar aktivt inom detta område och har därmed ett högt engagemang.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	
Energi	3	2	3	
Vatten	2	1	2	
Avfall	2	2	3	
Inköp/livsmedel	2	1	3	

Tabell 5.17 (Mikaelsson, 2009)

5.3.7 Abisko Turiststation – lokal naturpåverkan

STF har som miljöpolicy att deras verksamheter ska undvika användande av motordrivna fordon under sina aktiviteter och detta eftersom onaturligt buller inte ska påverka möjligheten att ostörda upplevelser av naturområden. Därför erbjuder endast Abisko Turiststation aktiviteter där gruppen tar sig fram gående, med skidor eller med snöskor. Ibland genomförs aktiviteter vid annat område än kring Turiststationen och då transporteras gästerna med hjälp av lokaltrafik, endast vid grottturer i Björkliden använder de sig utav minibussar till och från destinationen. Destinationen har dessutom inga pistade nedfarter och så inga pistmaskiner används vilket skonar miljön

Eftersom Abisko Turiststation ingår i STF:s verksamhet arbetar de aktivt inom detta område och har därmed ett högt engagemang. Totalt bedöms de ha ett högt engagemang inom sitt hållbarhetsarbete.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	
Energi	3	2	3	
Vatten	2	1	2	
Avfall	2	2	3	
Livsmedel	2	1	3	
Lokal påverkan	2	2	3	
Totalt	14	9	17	

Tabell 5.18 (Mikaelsson, 2009)

5.4 Björkliden Fjällby - presentation

Björkliden Fjällby ligger 1 mil norr om Abisko och de kallar sig själv för en klassisk svensk skidort. Detta eftersom det började anlända turister till byn i början på 1900-talet och första liften sattes i bruk under 40-talet (Björkliden Fjällby, 2009). Sedan 2004 ägs Björkliden utav Stockholmsbaserade företaget Visionalis som även är ägare av Hotell Stureplan. Visionalis ser på Björkliden som en vacker oslipad diamant mitt i en av Europas sista vildmarksmiljöer och visionen är att Björkliden ska bli Sveriges bästa turistdestination (Visionalis, 2004).

I dagsläget består Björkliden Fjällby utav två hotell, en fjällstation och en stugby. Verksamheten driver även uthyrning av aktivitetsutrustning samt en lanthandel. På destinationen erbjuds aktiviteter som skidåkning, skoterturer och bandvagn till Låka fjällstation. De andra turismföretagen som är verksamma i byn arbetar på kontrakt med Björkliden Fjällby. Björkliden Fjällby vill inte bli en opersonlig massindustri utan vill förvara känslan av äkthet i destinationen.

5.4.1 Björkliden Fjällby – hållbar turismutveckling

Björkliden Fjällbys verksamhet har under den senaste tiden påverkats av klimatförändringen. Vintrarna har blivit kortare och detta medför att företaget har investerat i snötillverkningssystem för att säkra med snö inför säsongen. Under säsongen 2008/2009 hade de även möjlighet att öppnat anläggningen tidigare tack vare snötillverkningen. Wikström, platschef inom verksamheten, är medveten om att snötillverkningen inte är positivt ur förbränningssynpunkt men anser att de är nödvändig för att säkra den nödvändiga snömängden.

Liksom Abisko Turiststation upplever inte heller Björkliden Fjällby några påtryckningar från kommunen om att bedriva ett hållbarhetsarbete. Men för Wikström är hållbarhet turismutveckling viktigt och hon ser det som ett kretslopp, att man ska återvinna det man tar och då syftar hon på den ekologiska delen inom hållbarhetsarbetet.

*Det är viktigt för djur och natur att vi försöker göra så lite påverkan vi kan,
vi ställer ju till det otroligt ändå så att så lite vi kan göra vore ju bra.*

(Wikström, 2009-03-24)

För Wikström är hållbar turismutveckling viktigt men hon medger att det inte pågår något aktivt arbete för detta inom företaget. Hon är själv engagerade i miljöfrågor, handlar ekologiskt och har studerat på ekonomi-politik-och-miljöprogrammet i Östersund. Tyvärr anser hon att många inom företaget saknar engagemang för miljön och detta gör att arbetet för en hållbar turismutveckling på destination går sakta framåt. Funderingar har funnits på att liksom Abisko anställa en miljösamordnare men Wikström är av den åsikten att förändringen måste komma inifrån organisationen. Det är svårt att få igenom en förändring om det kommer någon utifrån som pekar på vad som behöver göras.

Fast det största hindret i Björklidens arbete för hållbar turismutveckling är att de inte har någon klar profil att jobba för. De vet inte vad Björkliden står för och vad de jobbar för, därför har de svårt att kommunicera ut sina visioner mot gäster och personal. Wikström är angelägen om att en förändring ska ske och planerar att vidta åtgärder efter vintersäsongen. Hon är dock medveten om att det kommer ta lång tid för Björkliden innan arbete för ekologisk hållbarhet blir så pass bra att det finns möjlighet att certifiera sig. Vägen mot att bedriva hållbar turismutveckling kommer att bli ett långsiktigt arbete, men Wikström anser även att det är många delar inom organisation som skulle kunna bli bättre bara de organiserades om.

5.4.2 Björkliden Fjällby - transport

Enligt Wikström har det tidigare erbjudits flygpaket till destinationen där gästen fått rabatterat pris för flyg och boende men detta vill Wikström sluta med eftersom flyg inte är ett miljövänligt transportmedel. Nattåget från Stockholm till Narvik som passerar Abisko Turiststation stannar även till mitt i Björkliden Fjällby. Därför ser Wikström att detta transportmedel är ett bättre alternativ för miljön.

De gäster som anländer till destination med bil behöver sällan använda den under vistelsen eftersom byn är liten och allt är inom gångavstånd och det går kontinuerlig trafik mellan de olika destinationerna i området, det vill säga till Riksgränsen och Abisko. De bilar som Björkliden Fjällby använder är inte miljöbilar eftersom det inte finns dålig tillgång till miljövänligt bränsle i området. Den personal som använder bil i yrket är inte utbildade i eco-driving, men de försöker effektivisera körningen och samköra så långt det går. Trots att destinationen är komprimerad är

bilar en nödvändighet eftersom hotellet ligger en bit upp i backen medan själva byn och tågstationen ligger i dalen.

Björkliden Fjällby uppmuntrar även deras gäster till att välja tåget som transportmedel, men inom destinationen kör personalen mycket bil mellan hotellet och dalbyn och än så länge bedrivs inget aktivt arbete för att minska bränsleförbrukningen. Därav bedöms Björkliden Fjällbys engagemang som medel.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	2

Tabell 5.19 (Mikaelsson, 2009)

5.4.3 Björkliden Fjällby - energi

Björkliden funderar också på att investera i bergvärme till hotellet och byn, detta trots att den i dagsläget endast är kompatibel med varmvattenberedaren. Detta innebär att det kommer att fortsätta använda direktverkande el till större delen av verksamheten vilket Wikström anser är väldigt kostsamt. Verksamheten förbrukar en stor mängd energi och de ser över hur energiförbrukningen kan minskas. De håller bland annat en av liftarna på fjället stängd under vardagar eftersom gästerna kan utnyttja hela fjället även om den är stängd. Wikström skulle vilja att liftarna drevs med vindkraft endast, men det är ett långsiktigt mål som kräver mycket förplanering och kunskap. Det finns många utvecklingsmöjligheter kring energifrågan anser Wikström, men till år 2010 hoppas hon att bergvärmerna ska vara i bruk och fram till dess uppmuntrar hon personalen till enkla saker som att släcka lamporna när de lämnar arbetsplatsen på kvällen.

Björkliden Fjällby befinner sig i planeringsskedet inom detta område och uppfattas ha ett medel i engagemang.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	2
Energi	3	2	3	2

Tabell 5.20 (Mikaelsson, 2009)

5.4.4 Björkliden Fjällby - vatten

I Björkliden Fjällby har de investerat i varmvattenberedare som är kompatibla med bergvärme. Wikström ser många utvecklingsmöjligheter inom vattenförbrukningen och hon vill att det ska ske en minskning i förbrukning på destinationen. Men för att det ska vara möjligt krävs det att information sprids bättre och där är de inte ännu eftersom de inte har någon miljöprofil att arbeta mot och därför inte vet vilket budskap de vill sprida.

Eftersom Björkliden Fjällby inte bedriver något aktivt arbete inom området bedöms engagemanget vara lågt på denna punkt.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	2
Energi	3	2	3	2
Vatten	2	1	2	1

Tabell 5.21 (Mikaelsson, 2009)

5.4.5 Björkliden Fjällby - avfallshantering

Avfallshanteringen är den viktigaste punkten för Björklidens ekologiska hållbarhetsarbete och detta eftersom det är en sådan enkel grej anser Wikström. Detta är verksamhetens första steg mot hållbar turismutveckling och i dagsläget fungerar det dåligt. De kämpar för att få denna del att fungera. Wikström tycker att det är svårt att få in ”tänket” hos alla. För tillfället försöker Björkliden sortera ofärgat glas, färgat glas, metall, papper och hushållssopor, samt farligt avfall, deponi och glödlampor. Men Wikström anser att arbetet kan göras bättre och förutom brist på engagemang är problemet utrymmesbrist. De vet inte var och hur de ska placera kärnen och var de ska rymma papperspressen som det funderas att köpas in. Sopsorteringen är även en ekonomiskfråga eftersom det kostar att köpa in sopkärl och om avfall sorteras fel måste Björkliden betala kostsamma böter. Detta är ett problem då inte alla inom destinationen sorterar rätt. Men Björkliden Fjällby kämpar på inom detta område. Och även om arbetet går sakta fram bedöms de ha ett medel i engagemang på grund av deras viljan för att förbättra detta område är hög.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	2
Energi	3	2	3	2
Vatten	2	1	2	1
Avfall	2	2	3	2

Tabell 5.22 (Mikaelsson, 2009)

5.4.6 Björkliden Fjällby – inköp och livsmedel

Wikström berättar att de inom Björkliden Fjällby precis har börjat se över deras inköp av livsmedel och produkter. Förhoppningen är att de ska börja köpa in fler miljövänliga produkter men det kommer att bli en lång process eftersom det är en ekonomiskfråga då miljövänliga produkter oftast är mer kostsamma. De ökade kostnaderna skulle leda till att utpriset i restaurangen skulle behöva höjas och det är inte möjligt i dagsläget. Sedan handlar det även om att ändra tankesättet hos personalen och i dagsläget är inte alla avdelningschefer villiga att köpa en dyrare produkt, även om den är mer miljövänlig. Här menar Wikström att det är viktigt att vara psykologisk i sitt ledarskap och försiktigt försöka få dem att själva inse fördelen med miljövänliga produkter. Av samma anledning köps det inte heller in mycket lokala produkter, förutom bär. För tillfället jobbar inte Wikström aktivt med detta utan menar att det finns andra områden inom verksamheten som behöver förbättras först.

Björkliden Fjällby har ett lågt engagemang och inte bedriver något aktivt arbete inom detta område. Orsaken till detta anses bero på de ökade kostnader som detta arbete skulle medföra för Björkliden och att det skulle tvinga utpriserna att stiga.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden
Transport	3	1	3	2
Energi	3	2	3	2
Vatten	2	1	2	1
Avfall	2	2	3	2
Inköp/livsmedel	2	1	3	1

Tabell 5.23 (Mikaelsson, 2009)

5.4.7 Björkliden Fjällby – lokal miljöpåverkan

I Björkliden däremot används pistmaskiner och med hjälp av bandvagnar transporteras gäster upp till Låktafjällstation. Wikström är omedveten om vilken lokal miljöpåverkan detta medför. På destinationen erbjuds också skoterturer, men dock ingen skoteruthyrning trots önskemål från gäster. Och liksom Abisko försöker Björkliden använda lokaltrafik vid aktiviteter på andra områden än inom destinationen, detta gäller främst sommartid. Tyvärr har destinationen upplevt problem med tågtrafiken sedan de bytte operatör. Sedan SJ tog över tågtrafiken har det blivit många förseningar som orsakat att aktiviteter tvingats ställa in.

Ice Hotel ligger ca 10 mil söder om Björkliden och är ett populärt resmål för många gäster. Björkliden har drivit ett samarbete med Ice Hotel och gäster har erbjudits dagsutflykter till Ice Hotel och vice versa. Dessa gäster har då transporterats med bussar mellan destinationerna men Wikström vill dock avsluta detta samarbete eftersom det inte är bra ur miljösynpunkt. Dessutom anser hon att när gästerna är i Björkliden ska de genomföra aktiviteter inom destinationer och inte transportas långt med buss för att aktiveras på andra destinationer.

Björkliden Fjällby försöker ha deras lokala miljöpåverkan i åtanke, men det finns andra områden inom organisation som prioriteras högre, och därav uppfattas engagemanget som ett medel. Den totala bedömningen för Björkliden Fjällby är att de har ett medelhögt engagemang inom sitt hållbarhetsarbete.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden	Totalt
Transport	3	1	3	2	9
Energi	3	2	3	2	10
Vatten	2	1	2	1	6
Avfall	2	2	3	2	9
Livsmedel	2	1	3	1	7
Lokal påverkan	2	2	3	2	9
Totalt	14	9	17	10	

Tabell 5.24 (Mikaelsson, 2009)

6. Svar på frågeställningarna

Utifrån frågeställningarna diskuteras i detta stycke resultatet från intervjuerna. Det sker ingen uppdelning mellan destinationerna utan alla diskuteras tillsammans för att presenteras skillnader och likheter dem emellan.

6.1 På vilket sätt arbetar aktörerna inom svenska vintersportdestinationerna för hållbar turismutveckling?

Denna fråga har varit drivkraften genom denna studie. Syftet har varit att ta reda på vilket sätt aktörerna arbetat med hållbar turismutveckling, om de gör de överhuvudtaget för det har inte alltid varit en självklarhet. Det som visade sig under studien var att alla aktörer ansåg att ekologiskt hållbar turismutveckling var viktigt och att de som företag vill ta ansvar för sin verksamhet. Det som skiljer aktörerna från varandra är graden av engagemang och kunskapen i ämnet. I vissa fall fanns det ett engagemang men låg kunskap om hur de kan arbeta med denna fråga.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden	Totalt
Transport	3	1	3	2	9
Energi	3	2	3	2	10
Vatten	2	1	2	1	6
Avfall	2	2	3	2	9
Livsmedel	2	1	3	1	7
Lokal påverkan	2	2	3	2	9
Totalt	14	9	17	10	

Tabell 6.1 (Mikaelsson, 2009)

Utifrån intervjuerna och bedömningssystemet ovan kan slutsatser dras om de olika aktörerna. Inom SkiStar Åre och Abisko Turiststation är hållbar turismutveckling ett inarbetat begrepp. De bedriver ett aktivt arbete för att utveckla destinationen till att bli mer miljövänlig och förhoppningen är att destinationerna ska bli certifierade. För Abisko Turiststation är naturen viktig och en förutsättning för hela deras verksamhet. Och eftersom verksamheten drivs av STF som arbetar för ansvarsfull turism i naturen, är arbetet för hållbar turismutveckling en självklarhet. Karlsson anser att ett företag som är beroende av naturen borde även arbeta på ett

sådant sätt som bäst skonar naturen från påverkan. Och detta tankesätt är djupt förankrat inom Abisko Turiststationsverksamhet. Detta ser vi tydligt om vi tittar på bedömningen av verksamhetens miljöarbete där det anses att de har ett högt engagemang inom nästan alla punkter.

SkiStar Åre visar ett högt engagemang inom två områden och de resterande fyra områdena har ett medelhögt engagemang. Men i och med deras långsiktiga arbete mot sin certifiering kommer engagemanget att öka och inom några år förhoppningsvis vara hög inom samtliga punkter. Det som dock kan tyckas är att målet till att vara certifierad år 2020 är ett alldeles för långsiktigt mål som kan resultera i att förändringen inom företag eller i samhället kan göra att målet förändras eller förlorar sitt intresse. Eller så tappar verksamheten helt enkelt motivationen eftersom det tar lång tid innan de märker vilka framsteg som görs och vad framstegen har för positiv inverkan på miljön. Vid Åres utveckling finns även funderingar kring områdets bärkraft. Det har skett en stor utveckling av destinationen under det senaste decenniet och destinationen fortsätter att växa. Vid denna utveckling kan det anses att destinationens företag måste fråga sig hur de vill att gästerna ska uppleva vistelsen på destinationen. Om de vill att gästerna ska uppleva destinationen som ett miljövänligt alternativ gentemot konkurrenterna och att det inom destinationen erbjuds naturskön miljö där det kan andas frisk luft och dricka rent vatten från fjällbäcken, då bör inte destinationen utvecklas på ett sådant sätt att denna upplevelse av destinationen förhindras.

Inom både Hemavan/Tärnaby och Björkliden Fjällby är arbetet för hållbar turismutveckling under inledningsskedet. Hos platscheferna inom destinationerna upplevs ett eget miljöintresse och en önskan att företaget ska värna om den miljö som de är så beroende av. De saknar dock kunskap om hur detta arbete ska bedrivas. Det upplevs även en brist på resurser och ett engagemang från övrig personal inom företagen.

För platschefen i Björkliden Fjällby är arbetet för hållbar turismutveckling en självklarhet men det är inget som genomsyrar hela verksamheten. För Wikström är det viktigt att verksamheten är en del av ett kretslopp och att de försöker göra så liten åverkan som möjligt på miljön då det är en resurs som verksamheten är beroende av. Wikström upplever inga påtryckningar från ägarföretaget Visionalis och inte heller Kiruna kommun arbetar aktivt med att uppmuntra och stödja företag till hållbarhetsarbete. Detta kan vara anledningen för den stora skillnaden mellan

Björkliden Fjällby och Abisko Turiststation. Inom Björkliden Fjällby är Wikström själv den drivande kraften för hållbarhetsarbetet vilket ger ett lågt eller medel engagemang för de studerade områdena, medan Abisko Turiststation får stöd från STF och därav är deras engagemang högre.

Inom Hemavan/Tärnaby är miljöfrågor viktiga för verksamheten eftersom de vill vara ett ansvarstagande företag men certifieringar anses inte längre vara viktiga. Denna åsikt kan tolkas som en tro om att samhällets intresse för miljöfrågor håller på att dala och att miljöpåverkan inte är en faktor som påverkar gästers val av destination. Och att de därav anser att det inte är lika viktigt att företaget arbetar med dessa frågor. Det framkom under intervjun med Utsi, platschef för Hemavan/Tärnaby, att företaget inte jobbar aktivt med miljöfrågor, men han är ändå av den åsikten att vi människor måste blicka framåt och tänka på vilken påverkan våra aktiviteter har på miljön. Han uttryckte en åsikt om att vi människor inte kan fortsätta leva i en slit-och-släng mentalitet utan varje människa och företag måste se över hur de kan bidra till en hållbar utveckling. Utsi ser ett ökat miljöintresse i samhället och tror att det kan vara nödvändigt att anställa någon som är miljöansvarig och arbetar med hållbar turismutveckling på destinationen. Men han möter hinder i form av resursbris och ett lågt engagemang inom verksamheten. Detta kan förklara det låga engagemang inom de områden som studerats.

Sammanfattningsvis kan vi se att samtliga aktörer är överens om att deras verksamhet är starkt beroende utav miljön och att en eventuell klimatförändring som bidrar till minskad mängd snö kan ha en stark negativ inverkan på destinationen. Denna insikt gjorde att aktörerna ansåg att hållbar turismutveckling är viktigt. De ville alla vara ansvarstagande företag och att deras verksamhet inte ska vara någon miljöskurk. Även om det för samtliga aktörer är viktigt att tänka på naturen och ta ansvar för verksamhetens miljöpåverkan uppenbarades skillnader i hur högt prioriterat detta är. Och orsaken till denna skillnad kan beror på skillnader kunskap och resurser, stöd från kommun eller kringliggande företag och/eller vad det är som motiverar aktörerna i deras hållbarhetsarbete.

6.2 Vad är det som motiverar aktörerna i deras arbete för hållbar turismutveckling?

Under studien undersöktes vad det är som motiverar aktörerna i deras hållbarhetsarbete och det visade sig att de har olika källor för deras motivation. Utifrån studien kan aktörernas olika motiv delas in i fyra olika kategorier. Det kan tänkas att det finns fler faktorer men det var dessa som uppmärksammades i denna studie.

- **Miljöintresse:** har platschefen och/eller andra inom organisationen ett privat miljöintresse är chansen större att företaget kommer att bedriva ett aktivt ekologiskt hållbarhetsarbete.
- **Den medvetna turisten:** gästerna som ställer krav på att destinationen ska arbeta för miljön och som väljer resmål utefter dess miljöpåverkan uppmuntrar företag till att arbeta med dessa frågor för att vinna konkurrensfördelar.
- **Klimatförändringen:** debatten kring klimatförändringen och dess eventuella effekter kan bidra till att företagen vill ta sitt ansvar för sin verksamhets miljöpåverkan eller gesken om att är ett ansvarstagande företag.
- **Lokal förankring:** om kommunen arbetar aktivt för en ekologiskt hållbar utveckling eller om den lokala befolkningen är engagerade i dess frågor ökar chanserna att företaget inspireras eller känner påtryckningar om att också engagera sig.

Abisko Turiststations motiveras av ett genuint miljöintresse och hela verksamheten grundar sig i en grundtanke om att verksamheten inte ska bedrivas på naturens bekostnad utan med naturen i åtanke. Med verksamheten vill de väcka miljöintresset hos människor och visa dem orörd natur. Organisationen vill samtidigt utöka gästernas kunskap om naturen. Därför är hållbarhetsarbetet en självklarhet inom Abisko Turiststation.

För SkiStar Åre är hållbarhetsarbetet så pass viktigt att de är beredda att acceptera de ökade kostnader som arbetet bidrar till eftersom hållbarhetsarbetet anses vara ett sätt att bromsa klimatförändringens eventuella effekter. Sjögren tror att om alla arbetar för en bättre miljö behöver inte klimatförändringen ha den negativa effekt på området som en del forskare förutspår. Även inom Åre kommun är detta arbete viktigt och det medför att SkiStar Åre kan samarbeta

med kommunen vilket underlättar deras arbete eftersom hållbar turismutveckling förutsätter ett helhetstänk med samarbete över gränserna. Denna information tyder på att SkiStar Åre arbete för en hållbar turismutveckling motiveras av debatten om klimatförändrings eventuella effekter. Företagets verksamhet är hotad om klimatförändringen fortsätter, vintersäsongen förkortas och mängden snö blir låg, därför samarbetar kommunen med SkiStar Åre för att genomföra en gemensam insats för miljön. Men detta upplevs inte som den starkaste drivkraften för SkiStar Åre utan Sjögren berättar att de ser hållbarhetsarbetet och en certifiering som ett sätt att vinna konkurrensfördelar. De anser att en förändring är på väg hos turisterna och att de grundar sina val av resmål på mer än bara kostnad och upplevelse. Destinationer som bedriver ett aktivt ekologiskt hållbarhetsarbete och är certifierade tror Sjögren kommer att upplevas som attraktiva hos den framtida turisten och detta kan ses som en stark motivationsfaktor för SkiStar Åre.

I Björkliden Fjällby är motivationsfaktor lik den i Abisko Turiststation men i Björkliden Fjällby kommer denna motivation från en person. Wikström har ett genuint miljöintresse och vill ta ansvar för verksamhetens miljöpåverkan. Hon uttrycker tydligt att hon tycker att människan har en stor påverkan på miljön och det är därför som hon vill minimera denna åverkan. Tyvärr genomsyras inte företaget av detta intresse och övriga inom organisationen kan behöva motiveras av krav från gäster och via samarbete med kommunen. Även Hemavan/Tärnaby kan behöva detta som motivation till förändring eftersom de i dagsläget inte visar någon motivation för att utveckla hållbarhetsarbetet. Därför kan det tyckas att företaget behöver uppleva krav från gästerna och kanske även påtryckningar från kommunen för att motiveras för att arbeta mer aktivt med hållbar turismutveckling.

6.3 Vad är de beredda att göra i arbetet för hållbar turismutveckling?

Vad aktörerna är beredda att göra i arbetet för hållbar turismutveckling kan tyckas bero på samhället och klimatets utveckling. Om klimatförändringen fortsätter att värma jorden kommer nog samhällets röst om ekologiskt hållbar utveckling öka och detta kommer sätta press på företag att ta sitt ansvar. Men hur det framtida engagemanget kommer att se ut hos aktörerna beror även på deras motiv för det arbete som de bedriver idag. Abisko Turiststation som redan i grunden har ett miljöintresse kommer inte att tappa sitt engagemang även om klimatförändringen inte blir så omfattande som förutspått. Och deras arbete för hållbar turismutveckling kommer att fortsätta oavsett om miljöintresset ökar eller minskar i samhället. Det finns dock en risk att övriga aktörer kommer fokusera på andra områden om den framtida konsumenten tappar intresse för miljöfrågor. Dessa aktörer har inte samma grundvärderingar i sin verksamhet även om de anser att insatser för ekologisk hållbarhet är viktigt.

Men om utvecklingen går åt andra hållet och att destinationens miljöarbete blir en viktig faktor vid turisternas val av resmål kommer aktörerna att fortsätta sitt arbete för ekologisk hållbarhet inom verksamheten. Och en del aktörer kommer att vara tvungna att fördjupa sitt ekologiska hållbarhetsarbete för att kunna fortsätta vara konkurrenskraftiga. SkiStar Åre är i detta läge beredda att investera både tid och pengar på att profilera verksamheten som miljövänlig och de har redan gjort del investeringar. Inom både Hemavan/Tärnaby och Björkliden Fjällby upplevs ett intresse av att anställa en miljöansvarig/konsult om hållbar turismutveckling blir avgörande för destinationens överlevnad. Då krävs det även att engagemanget inom hela organisationen ökar och detta är något som både Wikström och Utsi arbetar för i dagsläget. Aktörerna behöver dessutom söka samarbete med kommunen och söka kunskap om hur de på bästa sätt kan arbeta med hållbar turismutveckling. Det blir då allt viktigare att aktörerna har en inom personalen som är ansvarig och har kunskap inom området.

Sammanfattningsvis så upplevs det som att aktörernas arbete för hållbar turismutveckling kommer att öka i takt med att debatten om klimatförändringen ökar engagemanget hos folket. Ju fler medvetna turister desto fler aktörer kommer att arbeta för att bli miljöcertifierade.

6.4 Vilka handlingsverktyg är viktiga för att bedriva en hållbar turismutveckling?

Hållbar turismutveckling är en process som kräver kunskap, åtgärder och verktyg med ett långsiktigt perspektiv för att bidra till en förbättring och ett ansvarstagande gentemot miljön. Och även om arbetet på kort siktigt kan vara resurskrävande finns det många fördelar ur ett långsiktigt perspektiv. Arbetet kan ge kostnadsbesparingar inom en del områden, som till exempel energiförbrukningen, och bidrar med ett mervärde till både företaget och destinationen (Turistdelegationen, 2004).

”Att arbeta med hållbar utveckling i en organisation innebär ett förändringsarbete, lärande av nytt och förkastande av gammalt, det kräver insatser, åtgärder och verktyg som bidrar till att alla aktörer vet vad som bör göras, som bidrar till kompetens att veta hur man gör det, skapa resurser att kunna göra det samt bidrar till viljan att göra det.”

(NUTEK, 2006. s.11)

Under studien uppenbarades verktyg som är viktigt vid arbete med hållbar turismutveckling och som underlättar aktörernas arbete. Samtliga aktörer kan ta hjälp av dessa verktyg för att driva arbetet för hållbar turismutveckling framåt. Nedan bedrivs dessa verktyg som är fetmarkerade.

Till att börja med är det viktigt att arbetet genomförs som en **gemensam insatts** inom verksamheten. Det är viktigt att engagemanget är utbrett inom företaget och att personalen arbetar tillsammans. Arbetet kan inte läggas på en person utan det krävs en gemensam insatts från organisationen. Genom studien av Björkliden Fjällby märks tydligt att engagemanget hos en person inte alltid är tillräckligt till för att genomföra ett hållbart utvecklingsarbete. Även om det som Wikström säger kanske krävs en eldsjäl för att arbetet för hållbar turismutveckling ska ta fart så krävs det även en gemensam insatts från hela organisationen. Som SkiStar Åre och Abisko Turiststation där det är ett utbrett engagemang inom företaget krävs det att även engagemanget hos personalen i Hemavan/Tärnaby och Björkliden Fjällby ökar. Att arbeta för hållbar turismutveckling kräver en del förändringar inom företaget och det kan inte läggas på en person att genomdriva dessa förändringar utan det krävs som sagt en gemensam insatt. Och det är viktigt att drivkraften kommer inifrån företaget själv.

För att det ska uppstå en drivkraft inom organisation så behöver de **motiveras**. Denna motivation är viktig för att driva arbetet framåt och för att personalen ska känna att arbetet är viktigt. Som det kan se i Hemavan/Tärnaby finns det en låg motivation till varför de ska bedriva ett hållbarhetsarbete därför bedriver verksamheten inte heller något aktivt arbete. Samtidigt som det i Abisko Turiststation finns en hög motivation för att bevara miljön och därför bedriver de ett aktivt hållbarhetsarbete. Motivation skapar en orsak till varför hållbarhetsarbetet bör bedrivas. Ett annat viktigt element för att driva arbetet framåt är att personalen arbetar mot **en gemensam vision och ett mål**. Det krävs en vision och ett tydligt mål som verksamheten kan jobba mot att uppnå. Utan vision och mål vet inte organisationen vad det är som ska uppnås med arbetet och då kan motivationen brista. Inom SkiStar Åre arbetar företag tillsammans med andra företag för att destinationen ska bli miljöcertifierad. Och även Abisko Turiststation arbetar mot en certifiering och det driver arbetet framåt. I Björkliden Fjällby saknas en profil och det finns inget tydligt mål i deras miljöarbete och detta bromsar arbetet. Aktörerna behöver fråga sig för vem utvecklingen är till för, hur utvecklingen ska ske och vad som är målet med utveckling.

SkiStar Åre som arbetar mot ett långsiktigt mål som sträcker sig på över 10 år kan behöva dela upp arbetet i **delmål** för att bibehålla motivationen hos personalen. Delmål i form av checklistor bidrar till att strukturera och precisera målsättningarna och kan vara till god hjälp vid både kortsiktigt som långsiktigt arbete. (NUTEK, 2004). Men för att genomföra ett hållbarhetsarbete krävs det **kunskap** inom de olika arbetsområdena, och om vilka förändringar och investeringar som är hållbara inom destinationen. Det är till exempel inte hållbart att köpa bilar som drivs av miljöbränsle om det inte finns tillgång till detta bränsle inom destinationen, vilket kan ses i både Hemavan/Tärnaby, Björkliden Fjällby och Abisko Turiststation. Men via kunskap har aktörerna möjlighet att hitta andra miljövänliga alternativ som passar för verksamheten. Abisko Turiststation anställde en konsult för att få tillgång till denna kunskap vilket är en snabb och effektiv lösning och även Hemavan/Tärnaby funderar på att göra detsamma. Men kunskap kan även nås om några inom organisationen får ansvar över hållbarhetsarbetet och de själva får söka information. Detta upplevs som det arbetssätt som skulle passa Björkliden Fjällby eftersom det är viktigt att personalen inom företaget engageras och att arbetskraften kommer från dem. Deras hållbarhetsarbete måste börja inifrån, fast med hjälp av en eldsjäl. Men även om arbetet kommer igång måste man ha i åtanke att arbetet för en hållbar turismutveckling är en lång process och det

kan vara ekonomiskt svårt att genomföra flera stora förändringar samtidigt. Därför kan företagen vara tvungna att göra **prioriteringar** och se vilka förändringar som till en början är av störst vikt och vilka de har resurser för att genomföra. I Björkliden Fjällby uppfattas utifrån deras förutsättningar är deras första fokus är att organisera upp avfallshanteringen. Medan SkiStar Åre prioriterar transportmöjligheterna och energiförbrukningen. När hållbarhetsarbetet har pågått länge som vid Abisko Turiststation kan hela verksamheten genomsyras av arbetet, men till en början kan en prioritering av arbetsområden vara nödvändig.

För att se hur arbetet fortskrider, vilka hinder som möts och för att lära sig av de misstag som har begåtts är det bra om hållbarhetsarbetet kontinuerligt **utvärderas**. Genom utvärdering får personalen en möjlighet att uttrycka sina åsikter om de förändringar som har gjorts, vad som har varit bra och mindre bra, och hur arbetet kan genomföras bättre. I SkiStar Åre kan man på detta sätt involvera alla personal i processen och ge dem en möjlighet att tycka till. I Abisko Turiststation vill de även undersöka gästernas upplevelse av hållbarhetsarbetet. Det är viktigt att hålla gästens upplevelser i fokus och därför är kontinuerliga **gästundersökningar** viktiga för att se vilket engagemang som finns bland dem, vilka förändringar de vill se inom verksamheten och hur stora förändringar de accepterar. Dessa undersökningar är desto viktigare hos företag som motiveras av den medvetna turisten eftersom de via gästundersökningar får en bild över vilka krav gästerna ställer.

7. Sista kapitlet – De avslutande slutsatserna

I detta avslutande diskussionskapitel kommer materialet från intervjuerna att diskuteras utifrån det material som ingick i litteraturstudien.

7.1 Fyra aktörer, två läger

Det visade sig i studien att alla de studerade aktörerna anser sig arbeta för en ekologiskt hållbar turismutveckling. Men trots att de anser att hållbar turismutveckling inom ekologi är något att sträva efter är det ändå stora skillnader mellan hur aktivt arbetet bedrivs och vilka motiv som ligger bakom arbetet. Om utvecklingen bland turister följer trendundersökningarna kommer hälften av de studerade aktörerna vara tvungna att utveckla sitt ekologiska hållbarhetsarbete för att fortsätta vara konkurrenskraftiga inom den framtida marknaden.

I resultatet av studien uppfattades det som att det finns två läger bland de fyra aktörerna. Det ena lägret består av SkiStar Åre och Abisko Turiststation som båda arbetar aktivt med ekologiskt hållbar turismutveckling och anser att detta är en långsiktig utvecklingsmöjlighet för turismen. Motiven till detta arbete är olika men det har skapats ett engagemang som genomsyrar hela verksamheten. Kunskapen inom området är också stor hos båda aktörerna vilket underlättar deras arbete. I det andra lägret finns Hemavan/Tärnaby och Björkliden Fjällby där arbetet för en ekologiskt hållbar turismutveckling är under inledningsskedet. Platscheferna inom båda destinationer har ett privat miljöintresse och en åsikt om att vi människor måste värna om vår miljö, men båda möter motstånd inom organisation i form av brist på engagemang och resurser. Det finns även en brist på kunskap om hur det ekologiska hållbarhetsarbetet ska bedrivas och vilka förändringar som är möjliga att genomföra med tanke på destinationens geografiska läge. Hemavan/Tärnaby och Björkliden Fjällby ska inte uppfattas som sämre än SkiStar Åre och Abisko Turiststation, de har bara inte kommit lika långt i arbetet. De har inte heller samma förutsättningar. Hemavan/Tärnaby och Björkliden Fjällby har inte samma ekonomiska förutsättningar som SkiStar Åre och inte heller samma historia och stöd inom organisationen som Abisko Turiststation. Och inom Hemavan/Tärnaby arbetar de mer mot social hållbarhet gentemot gästen för att på så sätt öka den ekonomiska omsättningen. Via den ekonomiska resurserna kan de därefter investera i ekologiskt hållbarhetsarbete.

	Åre	Hemavan/Tärnaby	Abisko	Björkliden	Totalt
Transport	3	1	3	2	9
Energi	3	2	3	2	10
Vatten	2	1	2	1	6
Avfall	2	2	3	2	9
Livsmedel	2	1	3	1	7
Lokal påverkan	2	2	3	2	9
Totalt	14	9	17	10	

Tabell 7.1 (Mikaelsson, 2009)

Skillnaden mellan de olika aktörerna ses tydligt i bedömningstabellen ovan. Där kan vi se att SkiStar Åre och Abisko Turiststation bedöms ha högt engagemang på hälften eller mer av studieområdena. Generellt sett har de ett högt engagemang inom hållbarhetsarbetet. Och ingen utav dem bedöms ha ett lågt engagemang inom något område. Hemavan/Tärnaby och Björkliden Fjällby däremot bedöms ha ett lågt engagemang på minst två av områdena och ett medel engagemang på resterade. Generellt sett bedöms de ha ett medelhögt engagemang inom hållbarhetsarbetet.

I denna bedömningstabell kan vi även urskilja vilka områden som upplevs svårast att arbeta med. I jämförelse med de övriga områdena har vatten och inköp/livsmedel i genomsnitt ett lägre engagemang. Detta kan tyckas bero på att det finns låg kunskap om hur aktörerna kan arbeta inom dessa områden ur ett hållbarhetsperspektiv. Och denna kunskapsbrist uppfattas som genomgående hos alla aktörer.

7.2 Den medvetna turisten?

En av motivationsfaktorerna bakom aktörernas hållbarhetsarbete kommer från det ökande kraven från den medvetna turisten. Det påstås av bland annat Turistdelegationen (2004) att det kommer ske en ökning av miljöintresserade turister som grundar sitt val av resmål på den miljöpåverkan som resan och vistelsen på destinationen medför. Detta kan dock ifrågasättas eftersom det samtidigt av Swarnbrooke & Horner (2005) påstås att människor reser för att komma undan från vardagen, att det är flykten från vardagen som motiverar turisten till resande. I Naturvårdsverkets (2008, a) studie där det framkom att människors beteende och konsumtion blir mer miljövänligt, visar det även att miljöengagemanget börjar bli en del av vardagen. Det kan då tänkas att

människor åker på semester för att lämna detta miljöengagemang hemma medan de njuter av en lång varm dusch i hotellrummet varje dag. Under intervjuerna med både Utsi och Wikström berättade de om svårigheterna med att uppmuntra gästerna till att sopsortera. De upplever det som att gästerna medan de är på destinationen inte vill behöva tänka på vilken soptunna chipspåsen ska läggas. Och det är även denna brist på engagemang hos gästerna som bidrar till att bromsa aktörerna i deras hållbarhetsarbete. Men vid undersökningar av Naturvårdsverket (2008, a), Mossberg & Hanefors (2007), Nordin (2005), samt Turistdelegationen (2004) framkommer det, trots visa aktörers skepsism, att en förändring är på väg att ske hos turisterna. Miljöengagemanget kommer inte att bara påverka deras val mellan ekologisk mjölk eller vanlig, det kommer inom en snar framtid även påverka deras val av resmål. Turisterna kommer istället för att fly från vardagen och sitt miljöengagemang börja söka sig till destinationer som delar deras engagemang i denna fråga och som ger möjlighet till att semestra med gott samvete. Sjögren, destinationschef på SkiStar Åre, tror starkt på denna förändring hos turisterna och vill därför ligga före i hållbarhetsarbetet för att vinna konkurrenskraft. Och om denna förändring sker kommer destinationer som SkiStar Åre och Abisko Turiststation genom deras aktiva hållbarhetsarbete uppfattas som bra resmål för skidsemestern. Miljöengagemanget hos aktörerna inom destinationerna kommer att i denna mening bidra till ett ökat mervärde för turisterna. De aktörer som är verksamma inom vintersportdestinationer är en del av upplevelseindustrin och där står gästernas upplevelser i fokus. Det är därför viktigt att aktörerna fokuserar på gästernas upplevelser av verksamheten och bedriver arbetet på ett sådant sätt som överensstämmer med gästernas krav på hållbar turismutveckling.

7.3 Tillmötesgående utveckling

Som det berättats tidigare är resor och att uppleva nya platser populärt i de industrialiserade länderna och att vi samlar upplevelser som vi tidigare samlade prylar. Inom turismen fanns det tidigare ingen större tanke på att turismen kunde ha negativa konsekvenser för miljön. Men intresset för miljövänligt resande har ökat i och med den tilltagande debatten om klimatförändringen. Den medvetna turisten vill uppleva ett miljövänligt resande. Och eftersom mervärdet under vistelsen på destinationen kan vara en avgörande konkurrensfaktor borde aktörerna kunna arbeta för att deras hållbarhetsarbete ska uppfattas som ett mervärde. Om gästerna eftersträvar miljöengagemang inom destinationer och debatten om klimatförändringen

uppmunar individer som företag att agera miljövänligt borde det inte vara svårt för vintersportdestinationer att uppfylla önskemålen från båda sidorna. Genom att arbeta för en hållbar turismutveckling bidrar aktören till att bromsa klimatförändringen och hållbarhetsarbetet lockar till sig gäster som vill semestra på en destination där deras vistelse leder till så lite miljöpåverkan som möjligt. Men eftersom gästerna upplever alla aktörer inom destination som en del av upplevelseområdet och helhetsupplevelsen är det viktigt att hela destinationen arbetar tillsammans. Genom att de större aktörerna som till exempel SkiStar Åre arbetar för hållbar turismutveckling uppmuntras de övriga aktörer inom destination att göra detsamma och SkiStar Åre kan även fungera som mentorer för att guida andra aktörer. Och inom just SkiStar Åre ses ett stort samarbete mellan SkiStar Åre, kommunen och övriga aktörer inom destinationen. De arbetar tillsammans för att miljöcertifiera hela destinationen och arbetar tillsammans fram lösningar och handlingsplaner för att genomföra detta. Mellan Abisko Turiststation och Björkliden Fjällby finns det också möjlighet till samarbete. Även om de uppfattas som två skilda destinationer så ligger deras verksamhet så pass nära varandra att de kan dra nytta av varandras aktiviteter och därmed blir det viktigt för Abisko Turiststation att även Björkliden Fjällby arbetar miljövänligt. Och på grund av att Abisko Turiststation har arbetat länge med detta har de möjlighet att låta Björkliden Fjällby få tips om hur de kan gå tillväga för att undvika att begå samma misstag som Abisko Turiststation kanske begått. Inom Hemavan/Tärnaby uppenbarades inget samarbete med någon aktör som arbetar aktivt för hållbar turismutveckling eller med kommunen. Avsaknaden av samarbete och stöd från andra organisationer kan spela en stor roll i det arbete som bedrivs inom verksamheten i dagsläget och det kan som sagt vara viktigt att de skapar kontakt med kommunen för att driva på hållbarhetsarbete och få stöd och kunskap i ämnet.

7.4 Vintersportdestinationers vara eller inte vara

Snötillverkningssystem är en omdiskuterad faktor inom vintersportdestinationer. Med tanke på att människans miljöpåverkan har blivit ett problem kan det tyckas att snötillverkningssystemen är ännu en faktor som bidrar till problemet. Men om klimatförändringen påverkar snösäkerheten inom destinationer där snö är den viktigaste resursen är det denna resurs som aktörerna i första hand arbetar för att säkra upp. Samtliga aktörer förutom Abisko Turiststation har investerat i snötillverkningssystem för att säkra med konstgjord snö de vintrar då mängden snö är låg. Det kan tyckas att denna lösning, på vad som anses vara en effekt av klimatförändringens, är

motsägelsefull eftersom det är en dyr investering som leder till ökad energi- och vattenförbrukning. Och ju varmare klimatet blir desto mer energi krävs för att kyla vattnet. Detta kan leda till en neråtgående spiral där snötilverknigen bidrar till ökad energiförbrukning som påverkar miljön negativt vilket i sin tur förändrar klimatet och bidrar till minskad mängd snö som kräver att aktörerna tillverkar ännu mer konstgjord snö. Det är dessutom en lösning som kan leda till att priserna på destinationerna ökar och det kan ha en negativ påverkan på efterfrågan hos besökarna. Vilket även är ett hinder vid inköp av ekologiska produkter (Unbehaun & Pröbstl, 2006; Scott et al. 2005; Bodén, 2007). Och vad anser gästerna om att åka på pister som omges av grönområden? Detta ges det ingen fråga som denna studie svara på men det är en faktor som aktörerna behöver tänka på.

Eftersom snötilverknigen i framtiden kan komma att vara det enda sätt att preparera backarna så de håller en hel säsong, och i vissa fall är detta nödvändigt redan idag, innebär det då att alla vintersportdestinationer som upplever detta borde stängas? Inom de aktörer i denna studie som använder sig av konstgjord snö är det medvetna om den miljöpåverkan som aktiviteten har. Men för att försöka minska denna påverkan försöker de alla att använda förnyelsebar energi till systemet vilket bland annat innebär att ta vatten från så kalla vattendrag som möjligt och från vattendrag med ett naturligt tillflöde av vatten.

Så kan man vara klimatsmart och ändå åka utförsåkning och driva en vintersportdestination? Utifrån denna studie skulle det kunna påstås att Ja, det är möjligt. I arbetet för en hållbar turismutveckling och i hållbarhetsarbetet överhuvudtaget behöver människan komma ihåg att leva också. Det finns många områden där vi människor kan behöva minska förbrukningen av till exempel energi och vatten, vi kan åka mer kollektivtrafik och handla ekologiskt men det betyder inte att vi måste sluta förbruka energi eller att inte köra bil. Vi behöver flytta ut i skogen och förändra våra liv totalt. Trots ett miljöengagemang behöver vi tillåta oss själva att leva. I annat fall skulle det inte finnas badhus, biografier, nöjesfält, festivaler och kanske inte heller någon upplevelseindustri. Därför behöver vi inte stänga ner alla verksamheter som förbrukar mycket energi och vatten eller på annat sätt uppfattas som mindre miljövänliga. Hållbar utveckling behöver inte sammankopplas med en strävan bakåt i utveckling. Istället behöver vi se över verksamheternas, och det stora hela även samhällets, förbrukning av resurser samt deras

miljöpåverkan och därifrån inleda ett arbete för att verksamheten ska drivas på ett mer hållbart sätt. Och detta gäller inom alla delar av upplevelseindustrin. Inom vintersportdestinationer som SkiStar Åre och Abisko Turiststation ses att det är möjligt att bedriva ett hållbarhetsarbete inom denna typ av verksamhet. Med rätt kunskap, resurser, motivation och engagemang är det möjligt att bedriva en miljövänlig vintersportdestination. Men för att nå det målet krävs ett långsiktigt arbete eftersom turismutveckling är en ständig process som kan styras mot hållbarhet.

8. Fler frågor kan ställas

För att få djupare kunskap i turisternas engagemang för miljön och om detta engagemang kommer utvecklas krävs fortsatta studier. Detta kan vara intressant eftersom det skulle kunna motivera aktörer inom vintersportdestination och övriga naturberoende turistföretag att arbeta för en ekologiskt hållbar turismutveckling.

8.1 Förslag på fortsatta studier

Studier kring hur de svenska vintersportdestinationerna kommer att påverkas av klimatförändringen är viktiga för att se vilka åtgärder som behöver göras för att möta dessa förändringar. Och därför blir det även viktigt att studera vilka åtgärdsstrategier som är möjliga. Hur ska aktörer inom vintersportdestinationer arbeta för att möta dessa eventuella förändringar i klimatet?

Fördjupade studier kan göras kring turisternas åsikter kring hållbar turismutveckling, vad det är som motiverar dem i deras val av resmål och till vilken grad certifiering av aktörerna inom destinationen bidrar till ökar attraktionskraften för turisterna.

Det kan även undersökas om hållbar turismutveckling kan bedrivas med hjälp av metoden Total Quality Management (TQM). Eftersom hållbar turismutveckling kan jämföras med att bibehålla kvalitén av miljön, kanske TQM kan användas som en del inom hållbarhetsarbetet.

Avslutningsvis skulle det även kunna genomföras studier för att se hur stor miljöpåverkan dessa vintersportdestinationer har till skillnad från andra destinationer. Hur stor skillnad i miljöpåverkan är det mellan att åka till Hemavan/Tärnaby för att åka skidor eller att åka på en lång weekend i Paris eller på en två veckors solsemester i Thailand? Eller hur stor skillnad i miljöpåverkan är det mellan att åka från Luleå till Stockholm över en helg för att shoppa och gå på Gröna Lund eller att åka till Björkliden Fjällby för att åka skidor och ta bandvagn upp till Låka fjällstation.

Referens

Tryckta källor:

- Aronsson, L. (1997). *Turismens hållbara utveckling?* Högskolan i Karlstad. Forskningsrapport.
ISSN: 1103-8284
- Asplund, E. (2000). *Hållbar utveckling i praktiken; möten, gränser och perspektiv*. ISBN 91-7323-117-7
- Avfall Sverige, (2008). *Svensk avfallshantering, 2008*. Hämtad: 2009-05-01
http://www.avfallsverige.se/m4n?oid=848&_locale=1
- Blom, T., Ernfridsson, F., Nilsson, M. & Tengling, M. (2002). *Turism – natur, kultur och miljö*.
ISBN 91-47-06328-9
- Björkliden, (2009). <http://www.bjorkliden.com/> Hämtad: 2009-03-06
- Bodén, B. (2007). *Naturbaserad turism och klimatförändring*. ETOUR, 2007:17
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (2005). *Tourism: principles and practice*. Prentice Hall. ISBN-10: 0-273-68406-X ISBN-13: 978-0-273-68406-0
- Dann, G. M. S. (1981). *Tourist Motivation: An appraisal*. Annals of tourism research, vol. 8, no. 1, s. 159-187.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C. & Scott, N. (2008). *Destination and enterprise Management for a tourism future*. Tourism Management, vol.30, 63-74
- EC3 Global, (2009). <http://www.ec3global.com/about/who-is-ec3/Default.aspx#>
Hämtad: 2009-02-19
- Edenbrink, L. (2006). *Krafter mot vindkraft*. Good Technology, no. 2, s. 16-18.
- Edvardsson, B. & Thomasson, B. (1991) *Kvalitetsutveckling – ett management perspektiv*.
Studentlitteratur: Lund. ISBN: 91-44-34101-6
- Ekström, M. K. (2007). *Energieffektivisering med konsumenten i fokus*. Formas Fokuserar:
Konsumera mera – dyrköpt lycka. ISBN: 978-91-540-5998-0
- Fernström, G. (2005). *Upplevelser – är vägen till framtiden i rese- och turistindustrin*.
ISBN: 91-631-6874-X
- Fredman, P. & Heberlein, T. (2001). *Svensk fjällturism*. ISBN: 91-973902-7-5
- Garrod, B. & Fyall, A. (1998) *Beyond the rhetoric of sustainable tourism?* Tourism Management, vol.19. 199-212
- Grängsjö, P. (2006). *Om organisering av turism*. Studier av turismens samarbetsorganisationer i Sverige. ISBN: 91-85317-29-2

- Gössling, S. (2002). *Global environmental consequences of tourism*. Global Environmental Change, vol.12, 283-302
- Handelns Utredningsinstitut, (pressmeddelande: 2008-11-13) <http://www.hui.se/Litium/Dokument20/GetDocument.asp?archive=3&directory=139&document=1080>
- Hartman, J. (2004). *Vetenskapligt tänkande, från kunskapsteori till metodteori*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 978-91-44-03306-8
- Iso-Ahola, S. E. (1984). *Social psychological foundation of leisure and resultant implications for leisure counselling*. I: E. T. Dowd (ed.) *Leisure Counselling: Concepts and applications*. (s. 97-125).
- Jayawardena, C. (2003). *Sustainable tourism development in Canada: practical challenges*. International journal of contemporary hospitality management, vol.15/7, 408-412.
- KK-Stiftelsen, (2008) <http://www.kks.se/templates/StandardPage.aspx?id=10234> (Uppdaterad: 2008-07-15) Hämtad: 2008-12-19
- Koenig, U. & Abegg, B. (1997). *Impacts of climate change on winter tourism in the swiss alps*. Journal of sustainable tourism, vol.5, 46-58
- Krippendorff, J. (1986) *The new tourist – turning point for leisure and travel*. Tourism Management, vol.7: 2, 131-135
- Leiper, N. (1984). *Why do people travel: a causal approach to tourism*. Working Paper. Sydney: Sydney Technical College.
- Lindholm, S. (2005) *Vägen till vetenskapsfilosofin – En introduktion*. Fjärde upplagan. Lund: Academia Adacta. ISBN: 91-973200-7-2
- Linnanen, L., Boström, T. & Miettinen, P. (1996). *Miljöledarskap och miljösäkring*. Studentlitteratur, Lund. ISBN: 91-44-60381-9
- Maslow, A. (1964). *Religions, values and peak-experiences*. Columbus, Ohio State University Press.
- Mellbygard, (2009). <http://www.mellbygard.se/html/ADL.htm> Hämtad: 2009-05-12
- Mossberg, L. (2003) *Att skapa upplevelser – från OK till WOW!*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 91-44-02687-0
- Mossberg, L. & Hannefors, M. (2007) *Turisten i upplevelseindustrin*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 978-91-44-03701-1
- Miljömålsrådet, (2009). <http://www.miljomal.nu/> Hämtad: 2009-05-01
- Naturens År, (2009) <http://www.naturensar.se/sv/Om-oss--Kontakt/> Hämtad: 2009-03-23
- Naturvårdsverket, (1998). *Investeringar med miljönytta*. ISBN: 91-620-1186-3
- Naturvårdsverket (A), (2008). <http://www.naturvardsverket.se/sv/Nedre-meny/Nyheter/Dokumentation-fran-Klimatforum-2008/> (Uppdaterad: 2008-12-05)

- Hämtad: 2008-12-11
- Naturvårdsverket (B), (2008) <http://www.naturvardsverket.se/sv/Nedre-meny/Aktuellt/Dokumentation-fran-kurser-och-seminarier/Dokumentation-fran-Klimatforum-2008/Referat-Vem-ar-och-hur-agerar-konsumenten/> (Uppdaterad: 2008-12-01)
Hämtad: 2009-01-23
- Naturvårdsverket (C), (2008). <http://www.naturvardsverket.se/sv/Produkter-och-avfall/Avfall/Lagar-och-regler-om-avfall/> (Uppdaterad: 2008-11-28) Hämtad: 2009-05-01
- Naturvårdsverket (D), (2008). <http://www.naturskyddsforeningen.se/natur-och-miljo/klimat/klimatet-i-forandring/Vaxthuseffekten/> (Uppdaterad: 2008-12-02)
Hämtad: 2009-04-29
- Nordin, S (2005). *Tourism of Tomorrow – Travel Trends & Forces of Change*. ETOUR.
Utredningsserien, Rapport: U2005:27
- NSSD, (2004), <http://www.nssd.net/references/KeyDocs/IIEDa24.htm> (Uppdaterad: 2004-03-04)
Hämtad: 2009-01-23
- Nutek, (2006) *Verktyg för hållbar regional utveckling – stöd och tips för ett lyckat förändringsarbete*. Färgtryck: Elanders Tofters. ISSN 1102-2574
- Nutek, (2008). *Fakta om svensk turism och turistnäring*. Tryck: Danagårds Grafiska. ISBN 978-91-7318-398-7
- OECD, (2007) *Climate change in the European Alps*. Adapting Winter Tourism and Natural Hazards ISBN 92-64-03168-5
- OECD, (2008) <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=2941> (Uppdaterad: 2003-03-17)
Hämtad: 2008-12-25
- Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder, att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 91-44-02288-3
- Pröbstl, U. (2006). *Ecological improvement and sustainable development in European skiing resorts by adapting the Eu-Eco-Audit*. Sustainable Solutions for the Information Society –11th international conference on urban planning and spatial development for the information society.
- Sahlberg, B. (2001). *Möten, människor och marknader – om turism och resande*. ISBN: 91-47-020-6
- Scott, D., McBoyle, G. & Minogue, A. (2007). *Climate change and Quebec's ski industry*. Global environmental change, vol.17, 181-190
- SHR, (2006). *SHR Miljöguide – arbetsbok för miljöarbete i hotell och restauranger*.
- SkiStar (A), (2009) http://www.skistar.com/are/svenska/resan_hit/tag/index.app

Hämtad: 2009-03-06

SkiStar (B), (2009). <http://www.skistar.com/are/> Hämtad: 2009-02-18

SLAO, (2009). <http://www.slao.se/Sno.asp> Hämtad: 2009-05-01

Stenbacka, C. (2001). *Qualitative research requires quality concepts of its own*. Management Decision. Vol. 39, 551-555

STF, (2009). <http://www.hsr.se/sa/node.asp?node=1361> Hämtad: 2009-05-09

STR, (2009). <http://www.str.se/Miljo/Ecodriving/Korsatt/> Hämtad: 2009-06-12

Strömma Turism och Sjöfart AB, (2009). <http://www.stromma.nu/SE/verksamheter/fjallupplevelser.htm> Hämtad: 2009-02-18

Strömma, Hemavan/Tärnaby, (2009). <http://www.stromma.se/hemavan> Hämtad: 2009-03-06

Svensk turism, <http://www.svenskturism.se/asm/default.asp?ID=251&cat=> (Publicerad: 2007-06-25) Hämtad: 2008-12-19

Svensson, P.G. & Starrin, B. (red.) (1996) *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 91-44-39851-4

Tell, J. (2007). *100 sätt att rädda världen*. ISBN: 978-91-0-011865-5

Trost, J (2005). *Kvalitativa intervjuer* (3:e upplagan). Lund: Studentlitteratur. ISBN: 978-91-44-03802-5

Turistdelegationen, (1998) *Hållbar utveckling i svensk turistnäring*.

<http://www.nutek.se/sb/d/738/a/2952> (Uppdaterad: 2006-10-31) Hämtad: 2009-02-25

Turistdelegationen, (2004) *Perspektiv på hållbart turistiskt företagande*.

www.nutek.se/content/1/c4/29/52/info_045-2006.pdf Hämtad: 2009-02-24

Unbehaun, W. & Pröbstl, U. (2006). *Cloudy prospects in winter sport, how competitive are the Austrian winter sport destinations under conditions of climat change*. Sustainable Solutions for the Information Society – 11th international conference on urban planning and spatial development for the information society.

Unbehaun, W., Pröbstl, U. & Haider, W. (2008). *Trends in winter sport tourism: challenges for the future*. Tourism Review, vol.63, 36-47

UNWTO, (2008). *Climate change and tourism – responding to global challenges*. World Tourism Organization and United Nations Environment Programme. ISBN: 978-92-844-1234-1 (UNWTO) Hämtad från: <http://www.vestforsk.no/www/show.do?page=12&articleid=2216> Hämtad: 2009-05-14

Wallén, G. (1996). *Vetenskapsteori och forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 978-44-36652-4

Widerberg, K. (2002). *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 91-44-01828-2

Visionalis, (2004). *Anrika Björkliden Fjällby förvärvas av Visionalis*. Pressmeddelande, Stockholm, 2004-11-24. www.visionalis.com/upload/pdf/pm/PM_Visionalis_041124.pdf
Hämtad: 2009-05-09

World Tourism Organization, (2001). *The economic impacts of tourism in the islands of asia and the pacific*. A report on the WTO international conference on tourism and island economies. Republic of Korea, 13-15 juni 2001 Hämtad från: pub.world-tourism.org:81/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1241/1241-1.pdf
Hämtad: 2009-05-22

Världsnaturfonden. (1995) *WWF och turismen, miljöanpassad turism & ekoturism*. Trycksak, Solna

Yin, K.R. (2003). *Case study research - design and methods*. (3.e upplagan). ISBN: 0-7619-2553-8

Intervjuer:

Aspmand, B. Åre kommun. Genomförd: 2009-04-14

Fagerlund, A. Storuma kommun. Genomförd: 2009-04-23

Fjällborg, A. Kiruna kommun. Genomförd: 2009-05-07

Karlsson, M. Abisko Turiststation. Genomförd: 2009-03-20

Lindgren, P. Strömma Turism och Sjöfart. Genomförd: 2009-03-30

Sjögren Berg, N. SkiStar Åre. Genomförd: 2009-03-26

Utsi, T. Hemavan/Tärnaby. Genomförd: 2009-04-02

Wikström, J. Björkliden Fjällby. Genomförd: 2009-03-24

Bilaga 1. Intervjuguide

Introduktion

Börjar med att presenterar mig själv och min utbildning. Förklarar syftet med den D-uppsats jag skriver och hur materialet från intervjun kommer att användas. Frågor om det är okej att intervjun spelas in och förklarar att pappret i min hand innehåll stödfrågor så att jag undviker att missa något. Inleder därefter själva intervjun och utgår ifrån följande områden och frågor.

Frågeområden

Utgår ifrån följande områden och frågor, samt stödfrågor, under intervjun.

Ekologiskt hållbar turismutveckling

- Hur har de påverkats av klimatförändringen?
- Vad innebär begreppet ekologiskt hållbar turismutveckling för dem?
- På vilket sätt jobbar de för ekologiskt hållbar turismutveckling?
- Varför är hållbarhetsarbete viktigt för er?

Yttre påverkan

- Vilket miljöengagemang finns inom personalen?
- Vilka krav ställer gästerna på miljöarbete?
- Upplevs någon påtryckning från länsstyrelsen/kommunen i och med en ekologiskt hållbar turismutveckling?

Image

- På vilket sätt eftersträvas att destinationens ekologiska hållbarhetsarbete ska uppfattas?

Transport

- På vilket sätt arbetar verksamheten med att erbjuda miljövänligare transport till och från, samt inom destinationen?
- På vilket sätt tror ni att destinationen har möjlighet att påverka gästerna val av transportmedel till destinationen?

Avfall

- Vad sopsorteras inom verksamheten?

Energi

- På vilket sätt försöker verksamheten minska energiförbrukningen?
- Vad är verksamhetens energikällor?

Vatten

- På vilket sätt försöker verksamheten minska vattenförbrukningen?

Livsmedel och inköp

- På vilket sätt arbetar verksamheten med inköp av ekologiska och närproducerade produkter?

Lokal naturpåverkan

- På vilket sätt arbetar destinationen för att minska påverkning av växt- och djurliv på destinationen?

Avslut

Berättar att jag inte har några fler frågor och frågar om det är något mer de vill tillägga. Frågar även om de vill ta del av rapporten för att se om eventuella missförstånd har gjorts.

Tackar därefter för deltagandet och frågar om det är okej att återkomma med eventuellt fler frågor om någon information saknas.