

## Parallellt spår 2 - Mätning

Ordf Lotta - Sigtunahöjden

Sekr Madde – Destination Uppsala

Vad ska vi ha siffrorna till av et som vi mäter? I vilka sammanhang?

Klimatavtryck i besöksnäringen, vilka branscher kan vi jämföra oss?

Eller besöksnäring i andra länder.

Vad har vi för nyckeltal? Hur kommunicerar vi resultaten? Resultaten kan medföra förändring.

Vet innan vi gör- mäta. Hur mycket omsätter ”tranan”? Hornborgasjön

Från vad besökaren vill ha till vad kan platsen ge? En resa de senaste åren om platsens bärkraft.

Hur ska vi jobba framåt? Destination Östersund jobbar med ett ramverk för destinationen och företagen.

Vilka klimatmål styr oss? Istället för att mäta kvantitativa mål kan man mäta kvalitativt.

Ex lyckoindex, hur nöjda är besökarna? Hur nöjda är medborgarna? Där kan man få fram nyckeltal.

Hur hanterar man svaren kopplat till hållbarhet? Möjligen social hållbarhet.

Djurgården 15-20 miljoner besökare, sedan pandemi utan besökare. 817 bofasta, 22 museum.

Hänsyn tas till de boende.

Olika mätverktyg finns, men hur utvecklas själva certifieringen? (Lotta) Svanenmärkt 1999, kunde inte känna sig nöjd med det, har jobbat med de här frågorna länge. Mäta det jobbet riktigt. Viktigt att veta hur bra det jobbet är. Ta fram nyckeltal och jämföra men också utveckla. Kanske ska ta ledartröjan.

PS Occasion, lätt med hårda fakta, svårare med unikiteten på destinationen mjuka världen.

Vill nudga kunden att välja hållbart, dialog med destinationen. Vill kunna mätta detta.

Anpassat till de lokala förutsättningarna. Tagit fram en responsibility guide och mäta förflyttningar.

Visit Finland, har ett annat uppdrag, men ställer stora krav genom ett gemensamt system-

STF. Kunna jämföra med Sverige. Har också kommit långt i Norge. När kommer det gemensamma verktyget i Sverige? Var ska det komma från? Visita, Tillväxtverket, Svensk Turism? Vem äger frågan i Sverige med hållbar destination? Hur gör vi en hållbar förflyttning i Sverige?

Mätningarna behöver kanske vara unika för platsen, inte för strömlinjeformat.

Objektivt – Subjektivt ex Visit Scotlands certifiering / Trip advisor.

Vasaloppet gör ett antal undersökningar gentemot de boende och markägarna.

En utmaning är glappet i uppfattningen om vad som är hållbart. Men, det man mäter spelar roll och det man gör i det ”lilla” spelar roll. Hitta när man ska jobba med vad.

