

## Gemensam session första dagen — **Regenerativ turism**

### Frågeställningar:

- Alla besökare tjänar på att få ta del av vår fantastiska natur men vi är ofta dåliga på att direkt ge tillbaka. Länsstyrelsen har fått mindre pengar för att ta hand om nationalparkerna hur ska vi börja att få besökarna att direkt bidra till biodiversitet, det som är själva reseanledningen, det som besökarna kommer hit för att titta på?
- Scandic ligger långt fram i hållbarhetsarbete, utsett till det mest hållbara VM i brand insight index vilket vi är väldigt stolta över, men hur kan vi få våra kollegor och andra hotell som finns i stan att vara lika fokuserade på just hållbarhet. Vi vet att det är viktigt för våra gäster, 94 % av gästerna tänker på hållbarheten. Hur kan vi göra så att det här viktiga punkten hållbarheten blir viktig för alla, så att vi kan spela på samma plan? Vilka krav kan vi ställa på destinationen? Hur kommer det sig att hotell som inte jobbar med hållbarhet kan vara med i upphandlingar?
- Göra det regenerativa konkret, Pratar om det som den hållbara framtida turismen, men vi behöver konkreta exempel?
- Vi kan utveckla turism så att vi överträffar besökarnas förväntningar men hur möter vi lokalbornas välmående, hur tar vi det konkret vidare tillsammans för att utveckla regenerativ turism, en turism som är bra för boende och besökare? Vi har ett antal samhällsutmaningar, hur tittar vi på det ur ett holistiskt perspektiv?

— —

Sätta det sociala perspektivet mer i fokus än bara ekologiskt perspektiv.  
Vad betyder det? Återskapa, återutveckla, se till de sociala perspektiven. En ständig utveckling av individen.

Lämna platsen bättre än man fann den när man åker därifrån.  
När du lämnar platsen har du laddat den med mer värde än du kom.

Flavour of the day -frågan, riskera att bli kidnappat då det är ett positivt begrepp. Kan riskera att devalvera värdet om vi använder det som ett "trendord".

Nettonytta för platsen som är högre än turismen.

Riskerar att få en kommunikativ värdeladdning här och inte ett ordentligt jobb bakom.  
Vi är som ekosystem inte riggade i dag att jobba med regenerativ turism, vi behöver vända på kakan och titta på hur destinationen, platsen, invånarna ska må bra av att ha besökare.

Det är ett otroligt besökarfokus i vårt system i dag vilket gör det svårt.

Finns en koppling i care for the arctic, ursprungsbefolkningar, de har ofta ett cirkulera tänkt i sitt sätt att leva, ge dem en större röst!

Happie camp I värmland- ett alternativ till skogsbruk. Ska vara attraktivt för besökaren , gör ingen åverkan på naturen, flyttar campen varje år två personer max i tälten, skogsägaren få betalt för att människorna kommer ut i naturen, istället för att de huggar ner skogen. Lär också ut hur man ska bete sig i skogen. Spännande sätt att bedriva företagande.

Upphandlingar, vad ställs det för krav? Finns kollegor i branschen som drar ner på priser då de inte jobbar med hållbarhet och kan pressa priser. Ses som Premiumprodukt de som jobbar med hållbarhet. Hur kan det inte ställas bättre krav?

Ställa krav på frågor att ställa till bolagen, hur kan ni bidra till platsen, kan ni bidra med utbildning till folket i staden. Vad kan ni ge tillbaka utan att bara få?

Upphandlingsfrågan, det krävs mycket av beställarledet, våga ta in leverantörer som utmanar, den rörelse och skifte som behövs, kräva att vi beställer något som är bättre, någon som har en framåtrörelse och inte bara bekräftar "vår bild av hållbarhet".

Kort kommentar om att det skulle vara dyrare med hållbarhet, tror att framtiden är med oss där, det kommer snabbt bli billigare att vara hållbar.

Bli tuffare och Ställa krav på hållbarhet vid upphandlingarna.  
Hur ska man bryta mönster för att komma åt det nya? Finns positiva exempel i Västsverige.

Ex Dalsland DANO, försäljningen av naturturismkort. Togs fram när man såg att det slogs om naturen. Ni kan köpa kortet och då vet ni att ni har möjlighet att övernatta här, förses med ved, för att få använda rastplatser med mera. Gör att man får in pengar för att städa upp i naturen. De allra flesta väljer att köpa kortet. Kommunikerar man på rätt sätt blir det en positiv upplevelse.

Ställa krav i upphandlingarna, de gör Helsingborg men är vi överens om vad kraven är? En miljöcertifiering kan du köpa. Vad är kraven och uppföljningen. Är kraven bara för business eller för att faktiskt göra skillnad?

Legacy - handbolls VM jobbade med ungdomar. Jobbade hårt med kommunikationen. Ta med plastpåse, plocka upp skräp. Vasaloppet - Lade till tidstillägg på de som slängde skräp!

Utbildning - hur får man folk med på tåget, Sina kollegor, konkurrenter? Ett tips att bjuda in sina kollegor.

Lyfta blicken från företagen till naturplatsen - Visit Hornborgasjön, jobbar tätt ihop med länsstyrelsen. Var ute och gick på en av lederna där det inte röjt, viktigt att lyfta leder som är underhållna. Hade satt upp en lapp om att vi inte kunnat röja pga de minskade medel till naturvård.

Budgeten kommande år baseras på hur många som går in på Naturum, besökarna har minskat vilket får direkt effekt på budget nästa år. Hur får vi besökarna att ge pengar till platsen. Tanken är en miljöfond, good box? En box för att rusta upp leder, biodiversitet, ge människor möjligheter att betala för att platsen ska fortsätta se ut som den gör.

Om det är Länsstyrelsen som ska ta hand om lederna men inte har råd - hur skapar man möjligheter för privatpersoner och företag att betala för att tillgängliggöra naturen?

Kan vi blåsa upp det till ett platsutvecklingsperspektiv, när vi upphandlar hotell så ingår det att man tar hand om en led i upphandlingen. Vi som samhälle vill ha kvar naturen i hyfsat skick, Hur får vi in det holistiska perspektivet?

Risk med begreppet regenerativ, om man gör ett tufft ekologiskt avtryck i ett evenemang så gör man ett starkt sociala avtryck. Hur finner man sätt att väga de olika perspektiven så att det blir ett holistiskt positivt avtryck?

Hur man kan få alla hotell på en destination att röra sig i samma riktning? Från de stora koncernerna till de små aktörerna som kanske inte samma förmåga att jobba långsiktigt strukturerat?

STF hade samma problem med lederna i fjällen, gjorde en kampanj som vi kallade rädda kungsleden där man fick gå in och bli fadder för en del av leden. Tricket att ha en målgrupp som är känsligt engagerad i platsen. Sittningar med naturvårdsverket innan vi gjorde det här, kan en ideell förening samla in pengar som naturvårdsverket ska använda.

Söker skav! Vad ska det offentliga stå för, gästen, privata företag. Finns risk för att det privata tar ansvaret, Svårt att få fram de positiva konkreta exemplen.

Plockar vi upp skräp, blir det bara plus minus noll. Hur kommer vi framåt? Svårt att hitta de konkreta exemplen som gör att vi kommer framåt.

Många regioner och kommuner som bara har det som svep, att det ska vara hållbart. Skulle inte det här nätverket kunna hjälpa att utbilda, ställa krav på vad som behövs?

Måltidsupplevelser är också ett sätt för att förstå och få upp ögonen för vad hållbarhet är. Där man får gräva i hur man kan bidra konkret. Inte bara förstå utan också vara med och göra. Hjälpa till att plantera träd, är med och bidrar konkret.

"Giving back to society" - I Sverige gör vi genom att betala skatt men det ser kulturellt olika ut på olika platser i världen?

Vilka företag verkar helt hållbart? Mer regenerativt? Bra exempel som kommit upp men som riktar sig främst mot en mer rikare medelklass? Hur får vi det till att inte bli en klassfråga? Så att det blir till för alla?

Till Scandic oceanhamnen kommer många med bil, trots att har vi cykelbanor överallt, är en cykelvänlig stad. Hur kommer det sig? Hur får vi besökarna att bidra till platsen. Förslag; dra bonuspoäng om du inte källsorterar!

Kalmar slott gör jättemycket för miljön men har uppförsbacken att folk kommer på semester och tenderar att ta semester även från miljötanket. Många utländska turister som inte förstår. Behöver utbilda våra besökare! Var fullt med godispapper under bänkarna efter förra helgens utomhusevent.

Tanke nr 2 - vi hade amerikaner på besök. Vi har fjärrvärme på slottet, amerikanerna hade inte hört talas om det här men utbrast - Herregud ni är framtiden!

Kunskap behöver komma in!

Apropå skav - prata flyg det ska vara framtidsnyttan som gör något i upphandling. De flyg som försöker ställa om straffas då det bara ska vara tåg så hur gör vi för att uppmuntra omställningen. Saknar ett större perspektiv i resepolitics.

Kastar in en till skavgranat! För att gå från de rika få till massturismen - tio stycken välbärgade turister är där och hjälper till och röjer en väg. Nästa år är det 100, och sen tusen. Det vi börjar med ett positivt exempel med att röja kan slå över. Lokala och regionala strategier - vilken turism vill vi ha, kan vi inte fråga våra invånare om det? Åh nej, invånardialog är inte bra! Lätt att gissa sig till vad invånarna vill ha - måste ta de tuffa samtalen!

Skräp bohuskusten - metertjocka lager med skräp som hamnar där. Nu gör man sedan ett antal år försökt att få besökarna att ta sin del av ansvaret. Skräpa upp-turer där man ska plocka skräp. Strandstädarkartor. Skolklasser och turister. Bra exempel när många arbetar tillsammans.

Invånarna och lycka - under pandemin fick vi i Stockholm chansen att skicka med en del frågor - vi stockholmare var olyckliga för att det inte genomfördes några event. Gjorde samma undersökning under Taylor swift var vi lyckliga. Hur skapar vi tillit?

Helsingborgs destinationsstrategi - tog fram en gemensam för två år sedan. Ett resultat utav det var att gemensamt på destinationen var behovet att samarbeta stort. Har en bokningsplattform där man går med sin både liten och stor aktör vilket gör att man drar varandra.

Plötsligt blir den lilla cykelaktören attraktiv vid en hotellbokning.

Det andra är kallbadsveckan, drar inte tiotusentals besökare. Ett premium evenemang men vi drar in våra stammisar, som får vara med och utforma programmet som blir en del av utformningen av eventet.

Ess group - skräpplockarinsatser är viktigt men vill lyfta regenerativa perspektivet med "regenerationer", bilder vi fått på liv som skapats i våra hotellrum.

HR - hur laddar vi våra anställda med energi? Hur tar vi ansvar för att skapa lyckliga samhällen, välmående medarbetare.

Slutkund vill ha hjälp att göra rätt? Hur hjälper vi dem?