

SAFARI

NYHETSREVISOR FRÅN EKOTURISMFÖRENINGEN # 4-01
www.ekoturism.org

I DETTA NUMMER:

Säfsen - ett avgörande steg på vägen

- Om ekoturismkonferensen i Dalarna.

Tänk kund först

- Simon McArthur om erfarenheter från Australiens märkningssystem.

Svensk hästturism ska sälja Sverige

- Hur våra hästar kan bli en turistisk spetsprodukt.

Givande diskussioner i samisk miljö

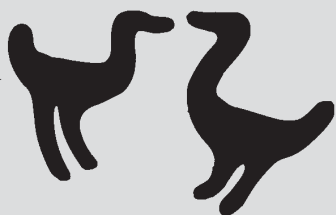
- Rapport från referensgruppsmöte i Ammarnäs.

Hållbar turism på TUR-seminarium

- Engelska forskare lägger fram sina senaste rön.

Skogen och turism

- Ekoturism - en alternativ inkomstkälla för skogindustrin.



ETT BÄTTRE NYHETSREVISOR MED MER INNEHÅLL

Nu är det officiellt att ett svenskt ekoturismmärknings-system ska sjösättas någon gång nästa vår. Det stod att läsa i Dagens Nyheters resebilaga första söndagen i november, och föreningens seminarium om ekoturism i Säfsen bevakades i sin helhet av Sveriges största morgontidning.

Vi uppskattar den publiciteten. Det sprider information om att en märkning nu är på väg och bidrar till en bred diskussion om varför mer ekoturism behövs.

Men de som först ska få tillgång till nyheterna och snabbt få en överblick om vad som händer inom svensk natur- och kultur-turism är givetvis föreningens egna medlemmar.

Nu när aktiviteten ökar inom föreningen måste också att vårt nyhetsbrev hänga med i svängarna.

En av våra huvudsakliga ambitioner är att brett spegla vad som nu händer inom det pågående märkningsprojektet. I detta nummer kan du bland annat läsa mer om vad som händer i Säfsen och hur arbetet inom referensgruppen utvecklas.

En annan målsättning är att spegla olika delar av natur- och kultur-turismen för att få djupare kunskaper om deras speciella problem och främja ett ökat erfarenhetsutbyte.

Svensk hästturism växer stadigt, och det har aldrig funnits så många hästar i Sverige som i dag. Allt fler vill upptäcka den svenska naturen från hästryggen. I detta nummer kan du läsa mer om hur

svensk hästturism kan utvecklas.

Dessutom vill Safari översiktligt samla nyheter och värdefull information från många olika källor. Det kan vara myndighetsbeslut, intressanta projekt, affärsmöjligheter och läsvärda rapporter. I vårt nyhetsbrev ska Du snabbt få en uppfattning om vad som händer inom svensk naturturism och hitta tips om var Du kan läsa mer.

Avslutningsvis önskar Safari lyfta fram mer av det arbete som pågår i det fördolda landet runt. Vi vill peka på alla duktiga företagare som i det tysta värnar om naturen på sin egen ort, vi vill skriva om projekt i avlägsna landsändar som miljöanpassar turismen, och vi vill lyfta fram gemensamma satsningar för bättre kvalitet och mer kreativitet inom svensk turism.

Som sagt, vi spänner bågen hårt, och det mesta återstår att göra.

Just nu tar vi dock ett litet steg på den vägen med en tjockare, och förhoppningsvis matnyttigare och snyggare Safari. Innan nyårsklockarna ringer hoppas vi vara tillbaka med ett extranummer.

Men Safari är till för er. Hör därför av er med synpunkter, kritisera och tipsa oss om vad just Du vill läsa om i Svenska Ekoturismföreningens nyhetsbrev.

Annelie Nilsson - redaktör

ORDFÖRÄNDEN HAR ORDET

Vintern står inför dörren och mörkret sänker sig över Sverige.

November är för många naturturismföretagare en stund då höstens aktiviteter är avklarade och julborden ännu inte står uppdukade. Det finns en stund att hämta andan, fundera över verksamheten och smida framtidsplaner.

Som ordförande för Ekoturismföreningen faller det sig naturligt att reflektera över en spännande höst fylld med aktiviteter och initiativ. Tack vare det pågående märkningsprojektet har föreningen kunnat visa upp en del av all den kompetens och kunskap vi besitter. Vi kan också tydligt känna av det stora intresset som våra idéer nu rörer runt om i Sverige.

Höstens stora händelse blev naturligtvis ekoturismseminariet i Säfsen, som präglades av intressanta föredrag, konkreta exempel och inte minst givande informella samtal med myndigheter, bransch-

organ och olika intresseorganisationer.

Och nästan på en gång har vi börjat skönja de första resultaten.



◆ Sveriges Rese- och Turistråd har uttalat ett seriöst intresse för att formellt ställa sig bakom en svensk ekoturismmärkning.

◆ Näringsens tyngsta branschorgan Sveriges Hotell och Restaurangföretagare (SHR) visar ett tydligt intresse för att inleda en dialog om ett möjligt framtida samarbete kring en svensk ekoturismmärkning.

◆ Naturvårdsverket signalerar en vilja att revidera gamla förbud mot kommersiell turism inom Sveriges nationalparker, och märkt ekoturism kan bli en lösning.

◆ Och Turistdelegationen deklarerar sin vilja att fortsätta sitt stöd till utvecklingen av en fungerande ekoturismmärkning i Sverige.

Mycket arbete återstår, och några segrar ska inte firas förrän björnen är skjuten, men ovanstående punkter ger en tydlig indikation om vart vinden blåser.

Även inom föreningen rör det på sig ordentligt. Nästan dagligen kontaktas via av intresserade företagare. Hemsidan slår nya besöksrekord och på kort tid har föreningens medlemsantal mer än fördubblats. Bland övriga arktiska länder ökar nu intresset för vad som sker i Sverige, och det känns naturligt och hedrande att Sverige i slutet av april står som värd för en av de sex officiella konferenserna under det internationella ekoturismåret - 2002.

”Sveriges bäst bevarade hemlighet” är på väg att avslöjas.

Jan Wigsten

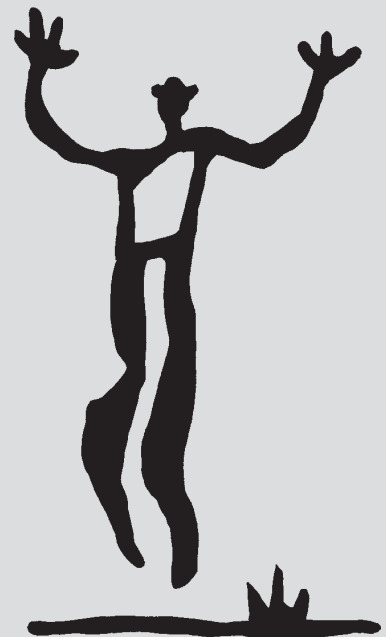
SÄFSEN – MITT I VILDMARKEN

Vargspårning i fullmånens sken, älgafari, rådjursjakt och fiske. Som en vildmarksupplevelse i Sveriges vilttätaste skog, bara några få timmar från våra storstäderna. Så vill Säfsen Konferens locka gäster till sin anläggning.

Säfsen AB är medlemmar i svenska ekoturismföreningen och strävar efter att kunna märka några av sina arrangemang i framtiden. Företaget är involverat i olika turismrelaterade projekt i regionen, bland annat by- och företagsutveckling i samarbete med markägare och lokalbefolkningen, och framtagandet

av en Kvalificerad Yrkesutbildning inom ekoturism.

I ett forskningsprojekt i samarbete med Statens Lantbruksuniversitet tittar man på turismens nötningskador i naturen för att förstå hur stort tryck naturen tål. Turistisk infrastruktur byggs med ambitionen att inte förstöra och störa för mycket, och därför vill man hellre satsa på hundspann än skoter på Säfsens arrangemang, säger Christer Rosén, Vd på Säfsen AB. Här jobbar vi för att reducera buller – tystnaden är en mycket viktig resurs för oss. För mer information se www.safsens.se



SÄFSEN - ETT AVGÖRANDE STEG PÅ VÄGEN

Den 22 till 23 oktober samlades drygt sjuttio företrädare från olika myndigheter, organisationer och företag till ett seminarium om ekoturism i Dalarna.

Arrangörer var Svenska Ekoturismföreningen och Turistdelegationen, i samarbete med Trollbältet i Östergötland, HälsingeTur och ALMI i Västerbotten och på programmet stod en presentation av ekoturismens innehåll och planerna på en svensk ekoturismmärkning.

Seminariet i Säfsen hade som syfte att informera om ekoturismens grundbegrepp till en bred samling företrädare för statliga myndigheter, nationella intresseorganisationer, näringsbranschorgan, länsturismorganisationer, regionala projekt, enskilda turistföretagare och representanter från den akademiska världen. En närmare titt på deltagarlistan visar att till Säfsen kom företrädare för myndigheter som Naturvårdsverket, Skogsstyrelsen, Miljö- och Näringsdepartementet, Landstingsförbundet och Riksdagen. Bland de närvarande branschorganisationerna kan nämnas Turistrådet, SHR, RTS och representanter från länsturismorganisationer i Dalarna, Sörmland och Hälsingland. Även landets högskolor var väl

representerade med deltagare från ETOUR, Ultuna, högskolan i Dalarna, Karlstad Universitet och Centrum för Biologisk Mångfald. Dessutom deltog företrädare från intresseorganisationer som Friluftsrådet, STF, Hushållningssällskapet, LRF och skotersammanslutningen Snofed, liksom internationella gäster från Australiens märkningsprogram för ekoturism (NEAP), WWF:s arktiska program och Estlands Ekoturismförening.

Seminariet blev en lyckad mix av tyngre föreläsningar, konkreta exempel ur företagens vardag, bildvisningar och officiella deklarerationer. Följande korta sammandrag är ett axplock ur seminariets olika föredrag.

Turistdelegationens chef Göte Ekström inledde med att redogöra för innehållet i den nyligen presenterade regionalpolitiska propositionen. Där anger regeringen bland annat att en del av den framtida satsningen på svensk turism ska stimulera mer miljömärkning bland turistföretagen. Göte Ekström betonade att utvecklingen av en svensk ekoturismmärkning ska ses som en viktig spetsinsats på det området.

Staffan Widstrand från Ekoturismföreningen bjöd sedan på en global bildodysse där han visade hur djurarter, som exempelvis isbjörnar och jaguarer, fått ett bättre skydd tack vare värdefulla intäkter från besökande resenärer. För den indiska tigern, där inträdet till nationalparken är på tok för billigt, är däremot situationen mer problematisk.

Dåliga löner till parkvakter och små intäkter från besökarna gör tigern till ett attraktivare och relativt lätt byte för tjuvjägare. Staffan Widstrand slog fast att ekoturism är ett globalt koncept, som i Sverige ännu inte tagits på tillräckligt allvar, trots att vi kan erbjuda storslagna fjällvidder och djupa skogar till köpstarka resenärer från Centraleuropa. Dessutom ställdes frågan om varför inte björnen eller älgen har fått samma symbolvärde för Sverige, som späckhuggaren fått för marknadsföringen av Norge.

Från Australien berättade Simon McArthur om erfarenheterna av världens första ekoturismmärkning. Han förklarade att vi i Sverige bör lära av Australiens misstag. Sätt marknaden och resenären i centrum. Uppslukas inte av kriterieutvecklingen, utan se till att märkningen marknadsförs och framför allt att symbolen blir efterfrågad bland resenärerna. Med ett attraktivt, respekterat och starkt varumärke skapas automatiskt en stark drivkraft för företagen att märka sina produkter.

Med båda fötterna på jorden och på bred värmländska **förklarade sedan Anders Wiss varför flottfärder på Klarälven** blev ett framgångskoncept på bland annat den tyska marknaden. Vi höll fast vi det vi var duktiga på, bestämde oss för att satsa på kvalitet, räknade fram en ordentlig ekonomisk kalkyl och satte rätt pris. Många skakade på huvudet, men poängterade Anders Wiss, oftare än vi tror är kunden villig att

RÖSTER FRÅN SÄFSEN

“Sverige bör lyfta fram ekoturismen för att skapa slagkraftiga spetsprodukter till vårt varumärke utomlands. Turistrådet är intresserat av att ställa sig bakom en svensk ekoturism-märkning.”

Ellika Nyqvist, Sveriges Res- och Turistråd AB.

“Ekoturism är en god dörröppnare för att resa mer i Sverige. Något som hela branschen kan dra nytta av.”

Charlotte Stiernstedt, informationschef på Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare. (SHR).

“Detta var en av de bästa konferenser som jag har varit på. Konkret. Målinriktat. Ovanligt många företagare. Stor entusiasm.”

Göte Ekström, chef på Turistdelegationen och en ytterst frekvent konferensdeltagare.

“Svensk ekoturism har en stor framtid. Den kan hjälpa människor att hitta det de i dag söker, men inte kan finna.”

Kjell Larsson, miljöminister

“Man skulle kunna tänka sig att ekoturismmärkta företag får tillträde.”

Gunnar Zettersten, Naturvårdsverket, apropå en eventuell uppluckring av förbudet att bedriva kommersiell turism inom svenska nationalparker.

betala för ett genomtänkt kvalitetsarrangemang. Flottfärderna på Klarälven blev inte bara en framgång för Anders Wiss, utan också en spetsprodukt som marknadsfört hela Värmland och representerat Sverige på utländska mässor.

Vi ser inte skogen för alla träd, inledde **Gösta Westin från Äventyrsresor**. Bara ett stenkast från Stockholms centrum ligger en världsattraktion av högsta klass – den svenska skärgården. En unik tillgång som kan locka med spännande kajakturer, fågelskådning, sålsafari och en spegelblank fjärd i arla morgonstund. Allt på lagom avstånd från Sveriges största internationella flygplats. Sedan fortsatte Gösta Westin att berätta om hur Äventyrsresor kajakturer har utformats för att passa till ekoturismens grundkrav med kunniga guider, lokal förankring och kvalitetskrav.

Miriam Geitz från WWF:s arktiska program rapporterade sedan om hur Världsnaturfonden aktivt verkar för att anpassa arktisk turism till känsliga polarområden och samtidigt stärka skyddet av hotade arter.

Att ekoturism kan vara ett bra verktyg för att göra samisk kultur levande för dagens människor vittnade **Anki Vinka** om. Med egen jakt, fiske i sjön och en nybyggd kopia av en samisk bosättning i Vindelfjällens naturreservat har familjen Vinka visat att hotade samiska värden kan bli värdefulla byggstenar i en nu efterfrågad turismprodukt.

Miljöministern Kjell Larsson mindes en stilla vårmorgon med orrspel vid myren, och uttryckte sin förhoppning om att ekoturismmärkningen ska bli ett värdefullt verktyg för stressade storstadsbor att finna harmoni i svensk natur. Miljödepartementets huvuduppgift är att hjälpa till så att unika naturområden bevaras, och se till att de svenska miljömålen uppfylls.

Från **Näringsdepartementet framhöll Leif Byman** den regionalpolitiska propositionens ambitioner att utveckla entreprenörskap och företagsamhet, värna om en god servicenivå i hela landet och främja utveckling som skapar mer

jobb i glesbygden. Ur det perspektivet har svensk turism en viktig roll att fylla, och statsministern har framhållit turismens stora utvecklingspotential förklarade enhetschef Leif Byman.

Ingemar Kristell som driver Tjuonajokk Vildmarkscamp berättade om avigsidorna av en okontrollerad fiskekortförsäljning, helikopterföretag som inte tar aktivt ansvar för sina kunder och det ökade slitaget som har följt i ett känsligt fjällområde. Dessutom gav han exempel på hur en liten fiskeentreprenör nu förbättrar sin miljöanpassning genom att byta ut tidigare tvåtaktssnurror till fyrtaktsmotorer på företagets båtar.

En inblick i vilka fantastiska möjligheter som Sverige erbjuder med en portion fantasi och kreativitet var Ulf Åbergs röda tråd. Svenska hållristningar förädlades till en helt ny produkt när de visades på kvällen i fackelsken och med suggestiv dans. Dessutom kunde prislappen bli en helt annan. **Ulf Åberg** (företagskonsult) pekade på den kommande generationen friska, resugna och köpstarka pensionärer som högst på önskelistan sätter spännande och annorlunda resor.

Idag diskuteras en uppluckring av gamla förbud mot kommersiell turism i svenska nationalparker.

Gunnar Zettersten från Naturvårdsverket berättade att man är på väg att revidera tidigare uppfattningar, men att det då krävs nya mekanismer för att förhindra oseriös och ansvarslös turism. En svensk ekoturismmärkning kan bli ett sådant verktyg, där kommersiell entreprenörskap kombineras med naturkänsla, omsorg om känsliga miljöer och gedigna kunskaper om resmålet.

Att vandra med svenska samer och deras renar är minst lika exotiskt som ett besök hos Nepals sherpas. Men **Lennart Pittja samisk turistföretagare** efterlyste en större medvetenhet hos besökarna om att detta har ett pris. Med en större förståelse hos resenärerna och en effektiv marknadsföring till rätt kundgrupper kan förutsättningarna skapas för nya spännande turistupplevelser med stort kulturinnehåll byggda på

uråldriga samiska traditioner.

Lika viktigt som alla föredrag var samtalen och diskussionerna i kaffepauserna, vid matbordet eller på kvällen ute i deltagarnas stugor. Här utväxlades erfarenheter, diskuterades idéer om framtida samarbete och debatterades framtiden för en svensk ekoturismmärkning. Ytterligare en pusselbit till begreppet ekoturism föll på plats under kvällens exkursion ut i vargreviret. Gruppen var visserligen aningen stor, närvaron av TV:s kameramän alltför märkbar och dagens intryck ventilerades väl högljutt för att den rätta känslan skulle infinna sig. Men ett smakprov blev det med norrsken och radiopejling av närmaste varg i skenet av fotogenlyktor.

En värdeomätare på ekoturismseminariets framgång blev det avslutande panelsamtalet där representanter från Turistrådet, Förtur, SHR, LRF och Friluftsförbundet fick ge några avslutande synpunkter och kommentarer.

Dessa företrädare var samstämmiga om att vi behöver mer och bättre ekoturism, och att Sverige har fantastiska möjligheter att stå som värd för spännande natur- och kulturturism.

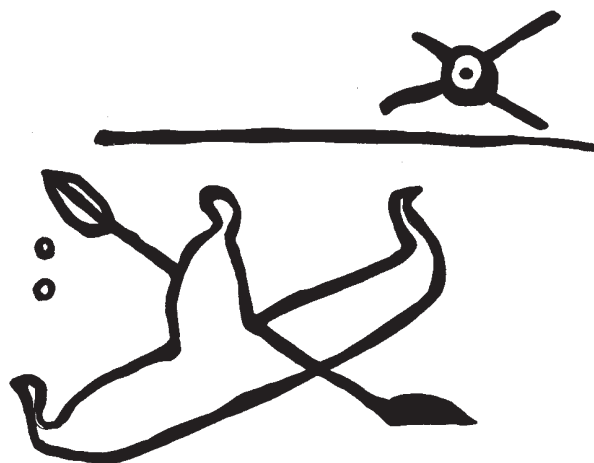
Vikten av att slå vakt om kvaliteten framhölls av flera talare liksom att värna om nöjda kunder. Ekoturism kan bli ett kitt som främjar lokal samverkan, bevarar vårt unika kulturarv, men också något som ställer krav på varsamhet och ansvar från såväl utländska som inhemska besökare. SHR betonade sitt långa miljöarbete inom hotellsektorn, och hoppades att märkningen skulle bli en naturlig framtida samarbetspart. Turistrådet pekade på möjligheten att utveckla starka spetsprodukter, medan Förtur menade att ekoturismen är en turismform som verkligen når ut i glesbygden, skapar arbetstillfällen där och förtjänar därför ett visst mått av stöd från samhället. LRF framhöll de möjligheter som nu

skapas för bättre relation med markägare genom avtal och uppgörelser. Friluftsförbundet poängterade vikten av att informera om vad begreppet ekoturism står för hos den breda allmänheten.

Slutomdömet från höstens ekoturismseminarium, vilket delades av många, får sammanfattas av Göte Ekström från Turistdelegationen.

- Konferensen blev en av de bästa jag varit på. Konkret och målinriktat, och med ovanligt många företagare. Entusiasmen var stor bland deltagarna, vilka lämnade Säfsen med höga förväntningar på den kommande svenska ekoturismmärkningen.

Nedtecknat av Per Jiborn, ansvarig för märkningsprojektet

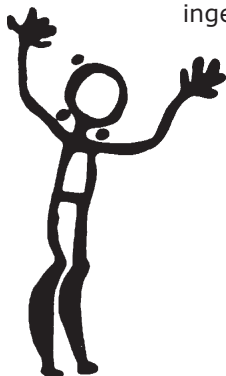


VARGYLET BLEV ETT PIP

Hur lätt vore det inte att sälja vargsafari till godtrogna utlänningar. När det är hur lätt som helst att få femtio sansade svenskar att frivilligt ge sig ut i en kall mörk natt för lyssna på vargyl. Ja, vargyl! När man i stället kunde sitta kvar i värmen och njuta av en konjak efter maten.

Rätt ut i skogen far vi. Och mörkt är det. Här har ingen hört talas om

ljusföroreningar. De mörkrädda håller krampaktigt i sina fotogenlyktor. Om det skulle finnas några vargar i närheten skulle vi inte märka det. För vi varken ser eller hör något



när vi slingrar oss som en lysmark uppför berget. Ögonen håller vi mot marken för att inte trampa snett, och öronen är fyllda av allt annat än susande grantoppar och tassande djurtramp – nämligen prat. Det är inte lättare att få tyst på vuxna än barn. Tro mig.

Vi närmar oss toppen av berget och välkomnas av en sprakande eld. En sotsvart kaffepanna hänger över elden och sprider doften av kokt kaffe.

I handen har jag snart en varm kopp kaffe och en stelfrusen kanelbulle. Över oss spelar norrskenet och under oss utbreder sig mil efter mil av kolsvarta grantoppar. Det är snudd på magiskt. Och någonstans därute är vargen.

Vår guide plockar upp ett långsmalt metallföremål. Har du geväret med dig, utbrister jag, och förtrollningen är bruten. Nej,

skrattar han och drar ut sin pejlantenn. Det är dags att kolla om vargarna är i närheten – de är försedda med radiosändare. Han svingar sin antenn i vida rörelser och snart piper den. Jodå, de är här. Spänningen stiger.

På säker avstånd, långt ifrån den farliga elden och den högljudda samlingen uppe på berget har vargen koll på oss. Och de tänker inte bjuda oss på ett enda yl, glöm det. Vi får nöja oss med ett pip. Men ett är då säkert – de hör oss mer än vi hör dem.

TÄNK KUND FÖRST

Ouppfyllda förväntningar är turismnäringens största problem. Om man som kund inte får det man tror sig betala för blir man besviken. Ha därför en tydlig definition på vad ekoturism är. Och ta reda på vad köparna vill ha för att skapa attraktiva produkter. Först då kan ni framgångsrikt sälja in ett märkningssystem. De råden ger Simon McArthur, en av grundarna till märkningssystemet NEAP i Australien.

Simon McArthur är en riktig "aussie", men säger hey mate bara när man ber honom om det. Han har tonat ner sin dialekt för att göra sig förstådd i de länder världen över han reser till för att hjälpa såväl arrangörer som myndigheter att utveckla natur- och kulturturismprodukter, och ta fram märkningssystem. Sverige blir ett stopp mellan Kanada och Italien.

Simon McArthur har utvecklat åtta olika märkningssystem och är inbjuden till konferensen i Säfsen för att dela med sig av sina erfarenheter, främst från systemet Nature and Ecotourism Accreditation Program (NEAP) i Australien som är det första i världen.

En utmaning som alla står inför är att göra ekoturism trovärdig, säger Simon McArthur. Det råder stor begreppsförvirring i dag över vad ekoturism är, och många missbrukar namnet. Det gäller att hitta en definition som alla kan förstå och ta till sig. Australien försöker lösa problemet genom att ha två definitioner. En enkel och lättbegriplig som riktar sig direkt till kund, och en mer utförlig som man använder mot deltagande företag.

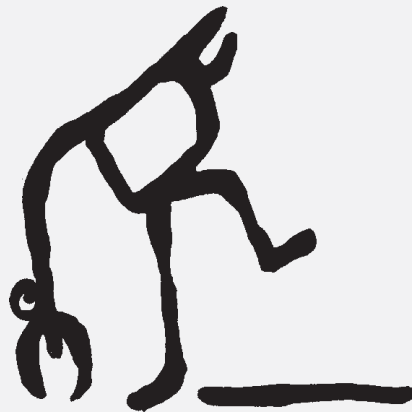
Simon McArthur poängterar vikten av att tänka på kunden först

och främst. Vad vill kunden ha och vad är den beredd att betala. Och vilka kunder, det vill säga målgrupper ska märkningen i första hand vända sig mot? Vet man inte det, kan man stå där med ett system som är utformat efter vilket utbud som finns, inte efter vad kunderna vill ha. Ett misstag som Australien gjorde. Turism styrs av efterfrågan inte utbud, glöm inte det uppmanar Simon McArthur.

- Lyckas man definiera kunden och säljbara produkter har man också kommit ett stort steg på väg att sälja in systemet till företag genom att kunna peka på vilka fördelar det innebär att vara med i märkningssystemet.

Men han varnar för att lägga ribban för högt och för att ha för stor tilltro på att det finns tillräckligt med företag som kan och vill märka ekoturismprodukter.

- I Australien finns det fem gånger fler naturturismprodukter än ekoturismprodukter men endast fem procent av dem är märkta. Vi har insett att vi måste få med fler av dem för att betala kostnaderna för systemet.



Märkningssystemet har fått en rad positiva effekter och Simon McArthur pekar framför allt på följande:

◆ Det har klargjort en tidigare otydlig produkt genom att visa vad som är äkta ekoturism, och vilka mervärden det ger kunderna. Återförsäljarna kan nu särskilja och sälja tillförlitlig ekoturism och missbruket av ordet ekoturism, så kallad green-washing har minskat betydligt. Väldigt få icke-märkta

arrangörer använder numera termen ekoturism.

◆ Försäljningen av ekoturismprodukter har ökat för de arrangörer som säljer till kunniga marknader, och för dem som tydligt förklarar vad märkningen står för och vilka kundfördelar det innebär.

◆ Möjlighet för märkta företag att marknadsföra sig på fler marknader och till mindre kostnader, till exempel gemensam hemsida och i resereportage på TV.

◆ Arrangörerna får tips om hur de kan minska sin påverkan på miljön och naturen på sitt resmål.

◆ Naturskyddande myndigheter har fått ett verktyg välja ut vilka arrangörer som till exempel ska få bedriva verksamhet i nationalparker.

Det finns dock fortfarande svagheter i det australiensiska systemet, säger Simon McArthur. Det är för beroende av ett litet antal eldsjälur och är inte ekonomiskt självgående. Vad det gäller marknaden, är medvetenheten fortfarande liten och marknadsföringen av produkterna är otillräcklig.

De hot som finns mot systemet i dag är att kundernas förtroende för ekoturismprodukter inte infinner sig, och då blir det inga marknadsfördelar för arrangörerna. Arrangörerna själva kan också förlora tron på systemet och andra konkurrerande system kan dyka upp och ta marknadsandelar.

Simon McArthur tror dock fortfarande starkt på att märkningssystem har en framtid. Det gäller bara att ta lärdom av sina egna och andras erfarenheter.

- Om systemen kombineras med äkta motivation och stark marknadsföring kan de spela en enormt stor roll för en växande ekoturism. Men det gäller att nya märkningssystem tar sitt ansvar och förbättrar redan existerande system. Av oss kan ni lära att marknadsföringen ska vara fokuserad på köparna av produkterna, inte leverantörerna.

Annelie Nilsson

AUSTRALIEN FÖRST MED EKOTURSIMMÄRKNING

Redan 1996 lanserade Australien, som första land i världen, ett nationellt märkningssystem för ekoturism – Nature Ecotourism Accreditation Program, NEAP. Syftet med märkningen var att möta branschens och kundernas behov av att identifiera genuina ekoturism- och naturturismarrangörer i Australien. NEAP är ett gemensamt initiativ av Ecotourism Association of Australia (EAA) och the Australian Tourism Operators Network (ATON). Programmet består av tre olika nivåer; **Nature Tourism**, **Ecotourism** och **Advanced Ecotourism** där varje nivå innebär hårdare kriteriekraV. Alla tre nivåer ska uppfylla följande krav:

- kunderna ska få en personlig och lärorik upplevelse av naturen, inte bara se den genom glas eller från en utsiktsplats.
 - bästa metoder för hållbar turism ska användas.
 - kundernas förväntningar ska uppfyllas och marknadsföringen får inte lova mer än som kan uppfyllas.
- För en ekoturistisk produkt gäller

samma krav, men dessutom:

- hårdare kunskapskriterier.
- bidra till lokal ekonomi och naturskydd.
- respekt för andra kulturer, speciellt ursprungsbefolkningen.

NEAP har tre olika nivåer för att, dels få med fler företag, dels för att locka till ständiga förbättringar för företagen på de lägre nivåerna. I dag är nästan alla märkta produkter ekoturismprodukter. Men eftersom de flesta arrangemangen i Australien finns inom naturturismområdet så måste fler av dessa produkter komma in i systemet för att det ska finnas en stabil ekonomisk grund att stå på. Inom varje nivå finns det i sin tur tre olika typer av produkter som kan märkas: Turresor inkluderar guidade turer till och i naturen, ofta i form av vandring, ridning eller dykning. Attraktioner är anläggningar i naturmiljö som djurparker eller reservat, akvarium eller besökscentrum. Logi inkluderar logimöjligheter i naturmiljö som stugor, friluftsanläggningar och campingplaster. Ofta kopplade till olika turresor.

I Australien har endast certifierade företag tillåtelse att söka licens för verksamhet i nationalparkerna. Företagen i Advanced Ecotourism har dock fördelar framför de övriga två – längre licenstid, tillgång till speciella områden och experthjälp från nationalparkernas personal. Andra fördelar för märkta produkter är:

- gratis marknadsföring på årlig Turismmässa samt gemensam hemsida.
- information och hjälp att förbättra sina produkter
- skräddarsydda program för besökande journalister – för att underlätta för journalisterna att hitta märkta produkter.
- marknadsföring i bland annat National Geographic och reseprogram på TV.

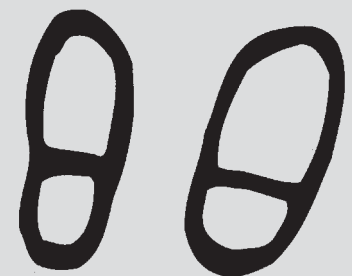
Märkningen är giltig i tre år, och varje år lämnar arrangören in en årsrapport tillsammans med årsavgiften. Vart tredje år revideras och skärps också kriterierna för att få kontinuerligt förbättrade produkter.

EKOTURISMÄRKNING I ESTLAND

Ett ekoturismmärkningssystem är på gång i Estland. Namn och symbol är redan klart. Estonia – the Natural Way ska det heta och symbolen är en stork. Tio företag har ingått i ett pilotprojekt som nu utvärderas. Syftet med märkningen är att främja lokal utveckling och bidra till natur- och kulturskydd. Och precis som för det svenska märkningssystemet är spridandet av kunskap via duktiga guider ett viktigt kriterium. Föreningen har satsat på ett enkelt och billigt system för att göra det attraktivt för företagen

att gå med. En kommission bestående av sju olika organisationer, däribland Turistrådet, Miljöministeriet och Union of Protected Areas, behandlar ansökan och avgör vilka produkter som får märkningen. Tio produkter är klara för lansering och marknadsföring, men är än så länge bara presenterade på estniska. Den estniska ekoturismföreningen hoppas på uppmärksamhet och draghjälp under FN's Ekoturismår 2002.

Vill du veta mer om Estonia – the Natural Way?
Gå in på www.ecotourism.ee



HÄSTEN SOM NATUR- VÅRDARE

I dag finns det mängder med betesmarker som fullkomligt skriker efter hästar. Samtidigt som det finns allt för gott om hästar som vistas i små överbetade och gödselstinna "hästöknar". En samverkan mellan djurägare och markägare skulle göra både naturen och djuren en tjänst.

En betesmark är inte naturlig utan är hela tiden beroende av att skötas ordentligt. Betas och sköts den inte på rätt sätt blir den mer och mer "förslummad" med allt sämre kvalitet som följd. Sambetade eller växelbetade marker får både bättre kvalitet och produktion.

Hästar är suveräna på att beta av gräsmarker, även sådana med grovt, förvuxet gräs. Har de fri tillgång till betesmark kan de beta ända upp till 18 timmar per dygn, medan idisslare bara betar halva den tiden. Hästarna är bra på att beta nära marken, men är inga effektiva lövbetare vilket dock får och nötkreatur är.

Ett sambete eller växelbete med andra djurarter skulle innebära fler öppna landskap där biologisk mångfald, kultur- skönhets- och rekreationsvärden bevaras. En annan positiv effekt av växelbete är att parasitproblemet minskar, då parasiter från idisslare fungerar som "damsugare" och hjälper till att sanera bort de andra djurens parasiter. I dag är kemiska avmaskningsmedel en tickande bomb, då resistensutvecklingen hos parasiterna går fortare än utvecklingen av nya preparat.

Eftersom hästar ofta rör sig mer än andra djurslag blir det mer trampeffekter på gott och ont. Vissa växter gynnas av kraftigt tramp, andra trampas ihjäl och det kan bli rejäla trampsador på

fuktig mark.

Praktiska tips för att bättre utnyttja hästarna i landskapet:

Styrning av beteseffekter

- Hårdare betestryck på önskade ställen kan man få genom att placera saltsten strategiskt.
- För att undvika trampsador på känsliga marker bör man begränsa betesgången vid ihållande fuktig väderlek.
- Tar man bort skorna på hästarna minskar risken för oönskade trampsador.
- Risken för barknag minskar om bete sker senare på säsongen. Annat djurslag bör då gärna beta innan.

Samarbete och växelbete

- Genom växelbete eller sambete med nötkreatur eller får kan man slippa avmaska vuxna hästar helt.
- Låt hästarna vänja sig vid andra djurarter under kontrollerade former innan de släpps ihop på bete. De kan annars bli rädda för varandra och vissa hästar tycker det är roligt att jaga andra djur.

Samverkan djurägare/markägare

- Uppgifter på "lediga" betesmarker kan man få via länsstyrelsen.
- Kontakter med andra djurägare kan man få via till exempel husdjursförening, LRF:s länsförbund, fåravelsförening, hushållningssällskap eller länsstyrelsen.
- Använd ett skriftligt betesavtal (markägare - djurägare) om miljöersättning är aktuell.

Källa: Hästnäringens Kvalitets- och Miljöråd, Miljöfakta Hästen i landskapet: www.ridsport.se/miljofakta

TIPS OCH RÅD

FRÅN HÄST- NÄRINGENS KVALITETS- OCH MILJÖRÅD

Betande hästar kan bidra till att bevara odlingslandskapet biologiska mångfald, kultur- och skönhetsvärden. Men hästar kan också förstöra ömtålig mark som mjuka skogsstigar, ängar och hagar. Som hästturismarrangör finns det en mängd information att hämta på nätet om hur man till exempel utnyttjar hästarna optimalt i landskapet och vilka skrivna och oskrivna lagar man måste hålla sig till.

Hästnäringens Kvalitets- och Miljöråd ger ut Miljöfaktblad som tar upp olika teman kring hästen och miljön.

I **Hästen och landskapet** får man praktiska tips om styrning av beteseffekter, samarbete och växelbete, samverkan djurägare/markägare. Miljöfakta om **Allemansrätten** tar upp vad som gäller för organiserad verksamhet, hur andra lagar begränsar allemansrätten, vad som gäller i skyddade områden som naturreservat, skyltar och lokala trafikföreskrifter som kan förbjuda ridning och körning. Miljöbalkens **Allmänna hänsynsregler** beskrivs i faktatbladet med samma namn. Vad menas med kunskapskrav, försiktighetsprincip, bästa möjliga teknik och skadeståndkrav, och vad det kan betyda för dig och din verksamhet? Andra miljöfakta handlar om gödsel i kretsloppet, miljömärkning och varningsymboler och energikartläggning i ridanläggningar. Se www.ridsport.se/miljofakta för mer information. Via Hästnäringens Kvalitets- och Miljöråd får du också praktiska råd och checklistor för att kunna miljödiplomera ridklubbar. Adressen är www.ridsport.se/checkmiljo.

SVENSK HÄSTTURISM SKA SÄLJA SVERIGE

Hästturismen kan bli stor. Mycket stor. Kombinationen djur och storslagen natur kan ge ekoturistiska spetsprodukter som kan marknadsföra hela Sverige och skapa jobb i glesbygden. Bara branschen samordnar sig och tar fram bokningsbara produkter och satsar på gemensam marknadsföring, framför allt utomlands.

I dag finns det över 500 företag som arbetar med hästturism av något slag enligt en inventering som Lantbrukarnas Riksförbund (LRF) har gjort. Förmodligen är det fler. Det kan gälla arrangerad turridning, uthyrning av häst och vagn eller andra hästupplevelser.

Men trots den stora mängden arrangörer är det svårt att som turist att hitta dem. Få arrangörer lyckas nå ut till sina potentiella kunder, och än färre kan ta tillräckligt bra betalt för att kunna leva på sin verksamhet. Våra grannländer är bättre på att sälja paketresor, trots att de har både färre hästar och arrangörer än Sverige.

I dag finns det ingen branschorganisation att vända sig till för att få stöd, tips och råd. Arrangörerna

är i stället engagerade i speciella intresseföreningar som västernridning, islandshästar eller avel beroende på inriktningen av sin verksamhet. Branschen behöver gå samman för att hitta vägar att profilera sig både nationellt och internationellt. Det anser LRF som vill föra samman olika arrangörer i nätverk.

Ekoturismföreningen ser också en stor potential i svensk hästturism. Att till häst få uppleva den svenska naturen kan locka många turister till Sverige, och få oss själva att stanna i det egna landet på semestern.

Ett enhetligt och etablerat märkningssystem skulle fungera som garant för hög kvalitet och fina naturupplevelser, men också

som en självsanering i branschen då oseriösa företag får svårt att hävda sig i konkurrensen. För ett ekoturismmärkt företag ger inte bara sina kunder en häftig upplevelse. De ser till att deras djur inte gör åverkan på naturen, har ett gott samarbete med andra arrangörer och markägare, och behandlar sina djur med största respekt.

Ekoturismföreningen vill hjälpa och stödja företag som vill märka sig, bland annat genom att ta fram kriterier för vad god hästturism och god hästhållning innebär. Om du har några tankar eller idéer om detta får du gärna höra av dig till föreningens kansli.

LRF SATSAR PÅ HÄSTEN

Aldrig har det funnits fler hästar i Sverige än det gör i dag. Bara Island har fler hästar per invånare i Europa. Hästnäringen är en jätteindustri. Inte minst för Sveriges lantbrukare där den utgör den femte största inkomstkällan. Och större ska den bli om LRF får bestämma.

Hästar har blivit ett mycket intressant alternativ till traditionellt lantbruk - ju fler hästar desto mer inkomster till lantbrukare som producerar foder och hyr ut stallplatser. I dag finns det omkring 300.000 hästar i Sverige och antalet kommer sannolikt att öka. Det som är bra för hästnäringen är

bra för Sveriges bönder. Därför satsar LRF på att utveckla svensk hästturism.

- Trots att vi har så många hästturismarrangörer i Sverige, är vi inte särskilt framåt internationellt, säger Anna Strömbäck, nationell koordinator för "Upplev landet", LRF's satsning på utveckling av landsbygdsturism. Vi tror att vi kan göra näringen en god tjänst genom att hjälpa till att synliggöra och utveckla hästturismen.

LRF tar därför tagit initiativet att skapa ett nationellt nätverk av hästentreprenörer, som ska fungera som ett forum för samverkan och erfarenhetsutbyte. Startskottet går på en konferens på Strömsholms slott i slutet av november. Här ska man diskutera marknaden, utveckling av ridleder och behov av ett nätverk för branschen,

något som saknas i dag.

Konferensen är ett led i projektet "Upplev landet" som arbetar för utveckling av en hållbar besöksnäring på landsbygden i Sverige. Målet är att stötta etablerade och blivande entreprenörer för att skapa och utveckla nya resmål och upplevelser på landsbygden. Hästtemat är ett av fyra prioriterade områden, där Bo på landet, Mat och Fiske utgör de övriga tre.

Upplev landet har också tagit på sig rollen som samordnare av nationell marknadsföring av landsbygdsturism och samarbetar med Sveriges Turistråd, säger Anna Strömbäck.

- Men för att kunna marknadsföra sig krävs att man som företag lever upp till det man utlovar. Vi håller därför på att utveckla ett kvalitetssystem "Ärlig Information" som ska underlätta arbetet med

att uppfylla krav på miljöansvar, kvalitet och säkerhet samt bevara ekologisk, kulturell och biologisk mångfald.

Upplev landet kan även hjälpa till med markanvändningsfrågor och nyttjandeformer. Ett generellt nyttjandeaftal för turism mellan markägare och turistägare och ett ridledsavtal finns att beställa på LRF Väst, 0521 – 621 77. För mer information om projektet "Upplev landet" och konferensen "Hästar & Turism" på Strömsholm se www.upplevlandet.com

MÄRKNING GYNNAR ARRANGÖ- RERNA

Fritt tillträde till annans mark, oseriösa företagare, dåligt organiserade arrangörer och osund konkurrens hindrar professionella hästarrangörer att leva på sin verksamhet. Det anser Olle Forsell på A-turism i Östergötland. Ekoturismmärkning kan vara lösningen på en del av problemen.

Allemansturism i Östergötland, A-turism kallad, bedriver all sin verksamhet i naturen. Det mesta på egen mark men även på andras marker, speciellt när de gör långritter till häst. Ibland sätter allemansrätten käppar i hjulet.

Frågan om allemansrätten är svår tycker Olle Forsell. Han är definitivt för bevarandet av allemansrätten och det rörliga friluftslivet men han tror inte på Naturvårdsverkets linje att ohejdat få använda annans mark. Trots att han använder sin egen mark vid sina stora arrangemang kan han inte vara säker på att den är tillgänglig när han vill använda den.

- Jag kan ha sålt ett arrangemang för flera hundra tusen kronor, men när jag kommer till

min lägerplats kan den vara upptagen av en scoutgrupp, och jag har inte rätt att köra bort dem. Turismarrangörer är nog den enda verksamhet som inte har kontroll över sina produktionsmedel ens på egen mark!

Olle Forsell avstår gärna delar av allemansrätten om han i gengäld kan få option på vissa områden så att han inte riskerar att inte kunna utöva sin verksamhet. Även i andra fall vore det bra att få frångå allemansrätten. Att mot ersättning få ta ner några torrtallar när han är ute på långritt till exempel.

Det bästa vore ett samarbete eller uppgörelse mellan markägare och turismarrangörer. Intresset ökar hos markägare om de kan vinna ekonomiskt på ett samarbete.

- Ett märkningssystem inom ekoturism kan leda till en sådan uppgörelse, tror Olle Forsell. Skogsägare som är certifierade har som krav att handla med andra certifierade företag om sådan finns. På så sätt skulle det också ske en självsanering i branschen. I dag finns det alltför många oseriösa företagare som håller på med hästturism som verksamhet vid sidan av.

Olle Forsell ser också positivt på att det ställs krav på god hästhållning för ekoturismmärkta företag. Förutom att djurskyddslagarna ska uppfyllas och man har gott omdöme och hästmannaskap borde även följande minimikrav ställas; rejäla hagar där hästarna kan umgås socialt större delen av dygnet, minst tre decimeter strö om hästen står på betonggolv, mat (grovfoder, ej kraftfoder) minst tre gånger om dagen för att undvika magsår.

Foderfrågan är viktig för Olle Forsell. Han ser helst att hästen har fri tillgång till mat för den äter inte mer för det och det blir inga slagsmål. Om hästen skulle bli för tjock kan man ge den halm i stället för hö. Han vill också slå ett slag för lokalt upphandlat naturligt foder.

- I dag köper många hästägare dyrt fullfoder med importerade sojaproteiner från utlandet i stället för att köpa lokalproducerat foder. Våra hästar är inte elithästar och behöver det inte. Och i stället för e-vitamintillsatser och aspbarkspellet – ge hästarna morötter och släng in en aspstock i hagen.

Olle Forsell ser med blandade känslor på olika satsningar av landskapsturism. De som gör

arrangemang som en sidoverksamhet tar oftast bara betalt för sin tid och då blir det inte konkurrens på lika villkor. Ännu värre är landsutvecklingsprojekt där man inte tar någonting betalt.

- Att behöva slåss mot ideell och offentlig konkurrens är svårt för oss arrangörer som har det som levebröd. Det vore nog inte så dumt om vi organiserade oss i branschen.



A-TURISM I YDRE

A-turism ordnar vildmarks-konferenser och kickoffer i skogarna kring Ydre i Östergötland. Men även långritter, ridläger och kurser i horsemanship. De kallar sig ett low-tech företag, där man använder sig av sina förfäders teknik när de är ute i skog och mark. Företaget vill visa hur man njuter av naturen. Det ska ta tid att bereda läger och laga mat på öppen eld. Visst kan man få femkamp och äventyrstävlingar men det sker på annorlunda vis och kompletteras av långsamma kanotturer eller hästritter i vacker natur.

A-turism välkomnar sina gäster att gå in i naturen. Inte ut i den.

Läs mer på www.atu.se



GIVANDE DISKUSSIONER I SAMISK MILJÖ

Mitt i kåtan sprakar en munter eld. I knät värmer en tallrik krämig och väldoftande kantarellsoppa, medan dagsfärskt tunnbröd med välsmakande västerbottenost smälter i munnen. En avspänd atomsfär fylld av samisk kultur, konstruktiva diskussioner och givande mänskliga möten lägger sig över platsen. Uptakten för märkningsprojektets första referensgruppsmöte gick i ekoturismens tecken.

Platsen var vald med omsorg – den samiska bosättningen Geunja i Vindelfjällens naturreservat. Vård för mötet var familjen Vinka, flerfaldiga mottagare av nationella och internationella utmärkelser, erfarna turistentreprenörer och detaljernas mästare. Transporten till och från Geunja var miljöanpassad och gick med nattåg från Stockholm, konferensbuss utefter Vindelälven och med säker båttransport med fyrtaktsmotor sista delen över Tjulträskets vatten.

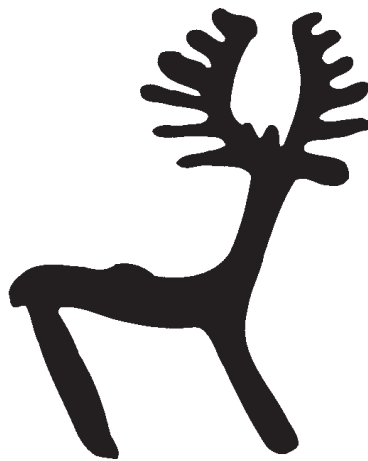
I mitten av september samlades referensgruppen¹ för att inleda diskussionen om den planerade ekoturismmärkningen. På dagordningen stod ett antal viktiga vägval och ett förslag på sex grundkrav för märkta ekoturismprodukter. Mötet var också startpunkten för höstens debatt om vad olika aktörer och organisationer lägger i begreppet ekoturism.

Inför mötet hade några av oss laddat för en tuff debatt om jakt och fiske, eller med lanser draget för försvaret av allemansrätten. Men diskussionerna hos familjen Vinkas fokuserade naturligt på det som vi har gemensamt och på ekoturismens möjligheter. Bland de första preliminära besluten kan därför följande framhållas:

- ◆ Det är turistföretagets produkter som ska märkas, men bakom produktionen står alltid ett godkänt företag.
- ◆ Flera trovärdiga aktörer bör stå bakom märket. Tillsammans

med Svenska Ekoturismföreningen gärna någon företrädare för turismbranschen, en annan part som kan hävda naturskyddet och kanske även någon markägarerepresentant.

- ◆ Ribban ska sättas relativt högt och märket ska bli en kvalitetssymbol för den natur- och kulturintresserade resenären. Det får som konsekvens, åtminstone inledningsvis, ett färre antal godkända företag och behov av kompletterande finansiering från myndigheter och inte minst sponsorintäkter från turismindustrins stora aktörer.



- ◆ Märkningens fokus är ekoturism i Sverige, men kriterierna bör skrivas och/eller kompletteras så att även svenska arrangörer med utländska resmål kan delta.

- ◆ De föreslagna sex huvudpunkterna är en bra utgångspunkt för märkningen, och arbetet kommer nu att koncentreras på vilka konkreta krav som ska ingå under varje punkt.

- ◆ Både jakt och fiske kan vara ekoturism, men givetvis under förutsättning att resmålets ekologiska bärkraft analyseras och respekteras.

- ◆ Skydd av orörd och attraktiv natur är en grundförutsättning som föreningar kommersiell ekoturism med det rörliga friluftslivet. Försvaret av allemansrätten för Sveriges invånare är en del av det arbetet.

- ◆ Ekoturism kan innebära att exempelvis flyg används till och från destinationen, liksom olika motorfordon för transport inom resmålet. Kollektiva färdmedel ska

dock alltid prioriteras, och varje användning ska granskas utifrån nyttan för besökaren, den lokala situationen och den miljöbelastning som förorsakas.

- ◆ Intresserade företag ska granskas via en process som bör innehålla steg som ansökan, personligt besök och beslut i en särskild märkningskommitté. Särskild vikt ska läggas vid att utnyttja resenärernas synpunkter, och ett företag som uppenbart bryter mot gällande kriterier ska kunna förlora rätten att använda märket.

Mötet i Geunja blev tveklöst en utmärkt start på referensgruppens arbete. Diskussionerna om ekoturism och märkningens kriterier blandades naturligt med uppfrisande bastubad, fångslande berättelser om samisk historia, orädda fjällämlar och morgonsolens första strålar över fjällbjörkskogens sista gula löv. En fantastisk inramning som blev en naturlig del i mötets innehåll och kärna.

Nu fortsätter referensgruppens arbete. Nästa möte går av stapeln på Naturvårdsverket i ett novembergrått Stockholm. På dagordningen står då konkreta kriteriekrav och ribbans mer definitiva placering. Den dagen lär också fler motsättningar komma upp till ytan och debatten skärpas om vad som verkligen ska krävas av godkända arrangörer.

I den stund hoppas vi att familjen Vinkas exempel på god kvalitetsturism kan tjäna som förebild och mål för vad vi vill nu uppnå på hundratals andra platser runt omkring i Sveriges avlånga land.

¹ På mötet i Geunja deltog företrädare för följande organisationer och företag;

ALMI Västerbotten, ETOUR, FriLuftsfrämjandet, Förtur, Lapplandsafari, LRF, Strömma Turist & Sjöfart AB, Sveaskog, Svenska Ekoturismföreningen, Svenska Jägarförbundet, Sveriges Fiskeföretagare, Vattudalens Eko Turism och WWF.

HÅLLBAR TURISM PÅ TUR- SEMINARIUM



Varje höst håller TUR höstseminarier på Svenska Mässan i Göteborg. Ett av seminarierna hölls av Professor Victor T.C Middleton och Rebecca Hawkins från England, författare till boken "Sustainable Tourism". De lade i sitt föredrag "Sustainable Tourism – marknaden, vägvalen och attributen som säljer" fram tankar kring vilket resande som kan omfattas av hållbarhetstänkande, vilken marknaden är för dessa produkter, vilka attribut som säljer och hur väljer kunden bland alla hållbarhetsmärken som i dag erbjuds.

Middleton och Hawkins ser framförallt tre trender i dag som påverkar utvecklingen av turismbranschen.

1. Förändrat fokus på internationell konkurrens.

Företagen tvingas av kundförväntningar, lagar, certifieringskrav, rädsla för dålig PR med mera att ta större ansvar för sin verksamhets effekter i samhället och på miljön. Engagemang och ansvar har blivit ett konkurrensmedel.

2. Förändrat fokus på internationella kundförväntningar.

Turisterna blir mer sofistikerade och massturismen finns snart bara kvar i vår tänkevärld. Trenden går från kollektivism och massproduktion till individualitet och personlig konsumtion, vilket i sin tur leder till högre kvalitetskrav och förväntningar.

Från sun, sand, sea och passivitet till information, insight, involvement och aktivitet. Högst upp på listan av vad turisterna söker när de åker på semester är avkoppling, njuta av naturen, rent vatten och ren luft. Det skulle vara omöjligt att uppfylla dessa önskemål om vi inte bevarar dessa värden på resmålen.

3. Förändrat fokus på produktutveckling och utformning

Samhällsutvecklingen går från industriell ekonomi till upplevelseekonomi. Från massproduktion och standardlösningar till organiserade upplevelser och personliga minnen. För researrangörer gäller det att möta dessa nya behov, och leverera hög kvalitet vad det gäller resmål, miljön på resmålet och andra tjänster. Kunden vill fortfarande ha lyx, men det ska vara hållbar lyx. Hållbarhet ger mer värde i dag.

Middleton och Hawkins ser att i utvecklingen under detta århundradet går från :

ekonomiska värderingar ⇒ miljömässiga företagsvinster ⇒ företagsansvar
tänk globalt ⇒ tänkt lokalt
konkurrens ⇒ samarbete och partnerskap
massproduktion ⇒ individuellt skraddarsytt

Hur möta dessa förändringar?

- Minimera resursanvändandet genom att minska driftkostnaderna (energispårande, effektivitet)
- Satsa på individualitet – det krävs något unikt som konkurrensmedel. Fula byggnader och omgivningar vill ingen längre ha.
- Engagera kunder och personal – det blir gratis PR om personalen tycker om att arbeta med miljöfrågor.
- Satsa på miljö och kvalitet – Miljöfrågor blir alltmer viktigt. Se till att det skrivs mer i resetidningar och visas i reseprogram på TV om dessa frågor.
- Lyft fram dina "hållbara" meriter. Ha koll på vilka märkningsystem som finns. Gäster kommer ihåg destinationer – inte vem de åkte med eller vilket hotell de bodde på. För att bibehålla en hög standard på ett resmål krävs följande:
- Anslut dig till ett märknings-

system med hög trovärdighet.

- Uppmuntra samarbetspartners att delta i naturskyddande program.
- Tvinga fram reglerande utvecklingsplaner (ministandard, maxantal av besökare i området)
- Satsa på lokal särprägel - lokala produkter, bilda matnätverk, kulturella evenemang (utan att överutnyttja). Uppmuntra till möten mellan turister och lokalbefolkningen, informera gästerna innan de kommer till orten.
- Påverka besökarna på resmålet. Undersök antalet besökare och vad de vill ha för att kunna anpassa dina produkter och tjänster. Samarbeta med turoperatörer för att minska marknadsföring av mycket populära turistplatser, erbjud mindre miljöpåfrestande transportsätt, tillåt återhämtningstid för utsatta områden, reinvestera del av turistintäkter i åtgärder som minskar negativ turismpåverkan.

Middleton och Hawkins använder hellre orden hållbar turism än ekoturism. Ekoturism är ett otydligt begrepp som används på fel sätt av många aktörer och det går inte att mäta anser de. Men mycket av det som kommer fram i deras studier stödjer det som vi arbetar för inom ekoturismföreningen. Och med ett märkningsystem skulle många av de avarter och begreppsförvirringar som finns inom branschen försvinna.

Annelie Nilsson

TURISM OCH BIOLOGISK MÅNGFALD

Varje år arrangerar Centrum för Biologisk Mångfald (CBM) en så kallad mångfaldskonferens. Årets konferens, med ETOUR som medarrangör, gick av stapeln i Östersund i slutet av september och hade temat "Turism och biologisk mångfald".

Närmare ett hundratal personer samlades under två dagar för att lyssna på olika föredrag och titta närmare på några jämtländska exempel på naturturism.

Konferensen¹ inleddes med några allmänna föredrag om hållbar turism, konventionen för biologisk mångfald och turismens roll i skärgården. Förmiddagens behållning var Stefan Edmans inledning där ekoturismen sattes i centrum, och där han pekade på behovet av fler och bättre utbildade naturguider, attraktivare turism genom ökad förädling och behovet av att kvalitetssäkra och märka svensk ekoturism.

Ett par föredrag senare framhöll Lars Emmelin från Blekinge Tekniska Högskola att "turismen är i Sverige i stort sett ett begränsat och kontrollerbart miljöhot". Han fortsatte med att framhålla att "ekoturism kan vara värdefullt för natur- och miljövård, men att det inte är självklart att ekoturism så som det idag marknadsförs är speciellt miljövänligt."

Sedan följde fyra parallella seminarier kring fjällturism, turismbranschens miljöarbete, valskådning och våtmarker. Här presenterade exempelvis Peter Fredman från ETOUR fakta om turismutvecklingen i den svenska fjällvärlden – som ökat kraftigt i fjällkedjans södra delar och med aktiviteter som utförsäkning och skoterkörning. Däremot lockar den traditionella fjällvandringen inte fler turister idag än för 20 år sedan. Från Göteborgs Universitet föreläste Erland Lettevall om en växande valskådningsindustri. Idag beräknar man att valskådning

lockar minst fem miljoner turister varje år, och denna form av naturturism är redan en viktig samarbetspart för världens valforskare.

Under eftermiddagen presenterade även Ekoturismföreningen sitt pågående märkningsprojekt, vilket var konferensens mest välbesökta delseminarium. En kort genomgång av de sex föreslagna grundkraven följdes av en givande debatt- och frågestund.

Under dag två genomfördes två olika exkursioner. En buss for till Vålådalsens Turiststation för att granska turismens miljöpåverkan i fjällen, medan den andra gruppen tittade närmare på två mindre turistföretagares arbete med att miljöanpassa verksamheten.

Helhetsintrycket blev dock att konferensen inte mer än skrapade på ytan till ett intressant ämne. Både diskussion och atomsfär var dessutom stundtals aningen akademisk och präglad av gamla föreställningar om att ekoturism är exklusiv, står i motsättning till massturismen och där intresset fokuserades på avsidorna i stället för på ekoturismens möjligheter. Konferensens huvudsyfte var att skapa en gemensam plattform för vidare diskussioner om hur turism och biologisk mångfald hänger samman, kan samexistera och dra ömsesidig nytta av varandra. Svenska Ekoturismföreningen välkomnar den programförklaringen och vi deltar mer än gärna i det fortsatta samtalet. Dessutom tar vi tillfället i akt att tacka CBM och ETOUR för deras värdefulla deltagande i märkningsprojektets referensgrupp.

¹ Önskar du ta del av hela konferensprogrammet och de sammanfattade föreläsningarna, kan du besöka CBM:s hemsida – www.cbm.slu.se och klicka vidare på rubriken konferenser och seminarier.

SMAL PRODUKT SÄLJER SVERIGE

Svenska Turistföreningen uppmärksammar ett av våra medlemsföretag, 30.000 är i sista numret av tidningen Turist. Artikeln handlar om hur företaget lyckas paketera svensk fridfullhet och orörda isar och ta betalt för allemansrätten. Samtidigt som det gynnar skärgårdsbefolkningen. Det är holländska skridskoåkare som betalar dyra pengar för en paketresa i Stockholms skärgård. Men för dem ger tre dagars långa skridskoturer, sköna bastubad och goda middagar mer än två veckor på Kanarieöarna – och de behöver bara ta ledigt en dag från jobbet. De utgör en perfekt målgrupp för researrangörer – välutbildade i yngre medelåldern med hög inkomst och äventyrliga sinnen.

Läs mer i Turist nr 5/2001 eller på www.30000oar.se.



SVEASKOG VÄLKOMNAR EN SVENSK EKOTURISMMÄRKNING

Safari ringde upp Bo-Göran Karlsson, ansvarig för Sveaskogs affärsområde Upplevelser, för att fråga om Sveaskogs syn på en svensk ekoturismmärkning och höra oss för om detta nya affärsområde.

Det statliga skogsbolaget Sveaskog har i uppdrag från dess ägare att bedriva ett kommersiellt skogsbruk med hänsyn till natur och kulturvärden samt att öka tillgängligheten till jakt-, fiske- och naturupplevelser på sina marker.

Att aktivt öka tillgängligheten för jakt, fiske och naturupplevelser är ingen självklarhet för ett svenskt skogsbolag som av tradition mestadels ägnat sig åt skogsproduktion och virkesförädling.

Efter en del funderande kom man fram till att skapa ett nytt affärsområde "Upplevelser". Målet är att genom samarbeten med lokala entreprenörer utveckla

upplevelsepaket i svensk natur. Sveaskog ser naturturismen som en utvecklingsbar affärsidé och kommer därför att bygga sina upplevelsepaket på affärsmässiga grunder. Genom samarbetet med lokala turistföretag vill man stödja en lokal utveckling och talar därför om omsättningsmål och inte resultatmål.

För närvarande omsätter affärsområde "Upplevelser" 13 miljoner kronor. Målet är att naturturismen inom tio år skall omsätta 45 miljoner, tio procent av Sveaskogs totala omsättning. För att realisera detta hoppas man på ett ökat antal jakt- och fiskeföretag som använder Sveaskogs marker till goda och seriösa upplevelsepaket. Den största utvecklingspotentialen ser man dock i möjligheterna till ökat samarbete med lokala företag för att utveckla långsiktiga och hållbara naturupplevelsepaket på sina marker.

Bo-Göran Karlsson avslutar med att säga; en ekoturismmärkning ligger helt i linje med våra ambitioner och miljötankande för en långsiktig och hållbar turism i våra skogar. Om Ekoturismföreningen inte startat utvecklingen av en ekoturismmärkning skulle vi själva tagit fram en miljökravsspecifikation för våra samarbetspartners. Som det nu är avvaktar vi och ser med spänning fram mot en svensk ekoturismmärkning. När märkningen är sjösatt ser vi det som en självklarhet att märka Sveaskogs affärsområde "Upplevelser" och att alla våra samarbetspartners är ekoturismmärkta företag.

Bo-Göran Karlsson intervjuades av Håkan Strotz, jägmästare och styrelsemedlem i Ekoturismföreningen.

SKOGEN – EN VIKTIG GREN FÖR SVENSK EKOTURISM

Skogen, i alla sina former från högstammig skånsk bokskog till tätt fuktig norrländsk gran-skog, är en av naturturismens viktigaste resurser. Samtidigt är skogen basen för en av Sveriges viktigaste näringar – export av massa och papper. Därför kan turism och skogsbruk lätt hamna på kollisionskurs och det är välkommet att Turistdelegationen nu tillsammans med Skogsstyrelsen tar tag i frågan i en nyligen publicerade skrift – Skogen och turismen.

Det är en informations- och idéskrift på drygt 30 sidor, som kortfattat behandlar dagens skogsbruk, skogen som bas för upplevelser, relationen mellan markägare och turismen, allemansrätten, vikten av att utveckla kommersiella turismprodukter och några goda exempel på naturturism runt om i Sverige.

Som positionsmarkering och introduktion i ämnet fyller häftet en viktig funktion. Skogen är kanske den viktigaste resursen för svensk naturturism. Våra djupa vidsträckta skogar saknar motstycke i stora delar av Europa, och kan tjäna som en utmärkt grund för spännande ekoturismprodukter.

Därför behövs mer dialog och mer konkreta samarbetsplaner mellan naturturismnäringen och landets skogsägare. Inte minst som en naturlig konsekvens av att stora delar av Sveriges skogar numera är miljömärkta med FSC:s symbol för ett ansvarsfullt skogsbruk.

Skriften innehåller en del praktiska tips om skoterleder i skog, de stora rovdjuret som attraktion och hur ett varsamt skogsbruk kan förbättra fisket i sjöar och strömmande vatten. Jaktturism är en annan verksamhet med stor potential och där skogen är basen för en förnyelsebar resurs.

Vidare diskuteras hur samverkan mellan markägare och turism kan fördjupas, vikten av att göra markägarna delaktiga och då även i de intäkter som naturturismen skapar. Ett avsnitt ägnas också åt hur allemansrätten ska tolkas och vad miljöbalkens fem huvudprinciper innebär för varje turistföretagare.

En förutsättning för en lönsam naturturism är dock att företagen kan producera kommersiella produkter som framgångsrikt går att sälja på en marknad. Ingen lätt uppgift, eftersom skogen är en fri resurs som många turister, framför allt svenskar, är vana vid att röra sig själva i. Här finns stora utmaningar, men skriften nöjer sig med några allmänna tankar kring olika kundgrupper, marknadsföringsstrategier och hur man jobbar mot utländska respektive inhemska marknader.

Skogen och turismen kan beställas direkt från Turistdelegationens hemsida www.tourist.se till en kostnad på 70 kronor.

Per Jiborn

ATT INTE KONTROLLERA SIN EGEN RÅVARA

Det mesta av svensk naturturism äger rum på någon annans mark - kanotfärden genom sjösystemet, ridturen på ensliga skogsvägar eller den tidiga morgonexkursionen till fågelsjön. Möjligheten att använda annans mark för kommersiell turism är en fantastisk möjlighet som den svenska allemansrätten ger oss, men skapar samtidigt problem eftersom företagaren inte kontrollerar den resurs som är grunden för verksamheten. Bästa lösningen för både markägare och turistföretagare är någon form av överenskommelse.

Förra hösten (2000) genomförde Hushållningssällskapet i Norrbotten på uppdrag av Skogslandet LEADER II AB ett mindre pilotprojekt vid namn "Markanvändning för turism i Skogslandet".

Syftet med projektet var att utveckla en markanvändningsplan för ett enskilt naturturismföretag (Nordguide), engagera lokalbefolkning i en presentation om vad trakten har att erbjuda och utveckla en standardmall för nyttjandeavtal mellan turismföretag och markägare.



Den så kallade markanvändningsplanen innehåller punkter som exempelvis geografisk beskrivning, områdets olika naturvärden, en genomgång av olika markägare,

deras framtidsplaner och en skildring av den egna turistverksamheten inom området. Det finns med andra ord många beröringspunkter med vår egen föreslagna resmålsanalys för en ekoturismmärkning.

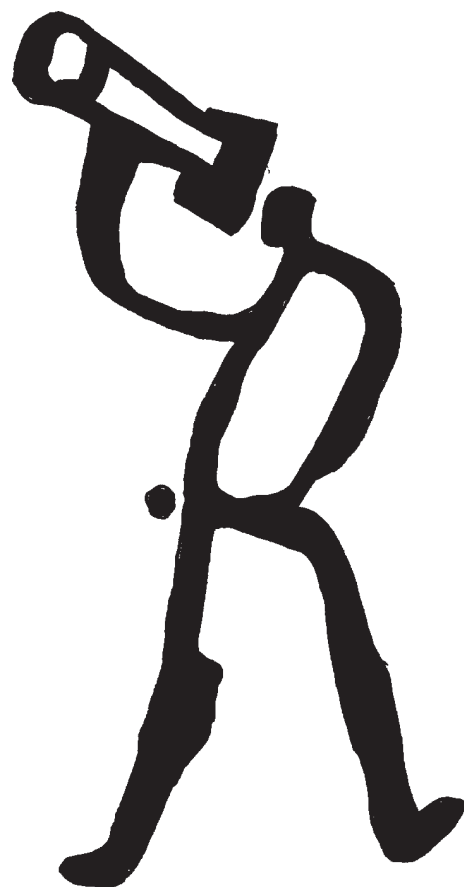
Det är lätt att tro att alla markägare skulle välkomna skrivna avtal med de turismföretag som bedriver verksamhet på deras mark. Avtalet syftar ju till att skapa en konstruktiv dialog mellan parterna, och på så vis får markägaren förhandsinformation om planerad turism, verksamheten kan styras så att onödiga konflikter undviks, och

speciellt värdefull natur för turismen kan skyddas. Samtidigt öppnar nyttjandeavtalet dörren för möjligheten till ekonomisk ersättning till markägaren.

Pilotprojektet i Norrbotten visar dock att vägen till ett underskrivet avtal kan vara lång, och att det ofta krävs en ganska lång tid av förberedande dialog. Det är inte sällsynt att markägaren är rädd för att ett avtal ska begränsa handlingsfriheten, som exempelvis rätten att avverka skog. Ett annat problem, åtminstone i Norrbotten, är att inte alla markägare bor på orten, vilket försvårar möjligheten till en nära och levande dialog.

Trots dessa svårigheter kommer sannolikt den ekoturismmärkning som i denna stund tar form att innehålla konkreta krav på avtal och/eller kommunikation med berörda markägare. Då kan det finnas skäl att titta närmare på erfarenheterna från Norrbottens skogsland och deras mall till nyttjandeavtal. I nämnda pilotprojekt ledde också dialogen med markägarna till konkreta resultat i och med att en slutavverkning kunde skjutas på framtiden. En erfarenhet som har visat sig vara giltig även på andra håll i Sverige, då gammelskogen visade sig vara mer värd i kronor och ören som del i en välutvecklad ekoturismprodukt, än som massaved till bruket.

Vill du veta mer om pilotprojektet "Markanvändning för turism i Skogslandet (Råneälvdal). Kontakta Maja Mella på Hushållningssällskapet i Norrbotten. Telefon: 0920 - 24 41 95 E-post: majam@hs-bd.hush.se



GRAND TRAVEL AWARD EKO- TURISMPRIS

Nu är det dags att nominera kandidater till nästa års Grand Travel Award Ekoturismpris. Priset är instiftat i samarbete mellan Svenska Ekoturismföreningen och branschtidningen Travel News, och delas ut till svenska turismföretag som i sin verksamhet visar ett föredömligt sätt att arbeta efter ekoturistiska principer. Prisutdelningen sker på Grand Hotel i mars nästa år då även andra aktörer i den svenska resebranschen belönas. Skicka in namnet på din kandidat tillsammans med en motivering till vårt kansli.

MER ÄN 50 PRO-CENT FLER SURFARE

I mitten av september sjösattes föreningens nya hemsida. Ett växande intresse för ekoturism i kombinationen med en uppfräschad hemsida har satt sina tydliga spår i besöksstatistiken. Jämfört med oktober förra året har antalet besökare ökat med minst 50 procent¹. Det betyder att sidan idag har mer än 1 500 unika besökare varje månad.

I samband med lanseringen av den omgjorda hemsidan förbättrade vi också sajtens statistikfunktion. Det innebär att vi numera kan se när hemsidan besöks, hur besökarna hittar dit och vilka delar som är mest populära.

Föreningens hemsida används främst under arbetstid. Under helgerna mer än halveras antalet be-

sökare, och en dygnsprofil visar tydligt att flest besökare är inne och surfar mellan tio på förmiddagen och klockan fyra på eftermiddagen.

Drygt en tredjedel hittar fram till hemsidan själva. Det vill säga utan hjälp av någon sökmotor eller länkning från någon annan hemsida. Bland sökmotorerna är Google Search och Yahoo de viktigaste leverantörerna följda av Altavista och MSN. Även ett par andra hemsidor med länkning till Ekoturismföreningens hemsida bidrar med många besökare. Viktigaste har Turistdelegationen varit, följt av några av våra medlemsföretag som Naturresor Annelie Utter, Jambo Tours och Äventyrsresor, och organisationer som Svenska Naturskyddsföreningen.

Ta gärna efter deras exempel med en tydlig och enkel länkning till vår hemsida. Dubbelriktad länkning mellan våra hemsidor är av gemensamt intresse, eftersom vi alla tjänar på att sprida informa-

tion om ekoturismens innehåll bland så många intresserade resenärer som möjligt.

En titt på rankingen över de mest populära sidorna visar att flest besökare klickar sig vidare till listan över anslutna företag, söker information om det pågående märkningsprojektet eller vill veta mer om begreppet ekoturism och föreningen. Vi kan också konstatera att många besökare via någon sökfunktion hamnar på hemsidan i sin jakt efter information om avlägsna resmål som Brasilien och Uganda eller texter om speciella djurarter som valar och gorillor. Ett faktum som i framtiden bör kunna utnyttjas för att styra besöken vidare in på hemsidans mer centrala delar.

¹ I samband med lanseringen av den nya webbsidan ändrades också sidans statistikfunktion, vilket försvårat en exakt jämförelse mellan de två perioderna.



VOLONTÄR FÖR WWF

Sommaren år 2001 startade WWF Sverige volontärarbete i Vindelfjällen. Gamla igenväxta raningsmarker (översvämningsområden) längs Vindelälven restaureras för framtiden, med stöd från Världsnaturfonden WWF. Betesmarker har röjts och boskap betar nu marken. Målet är att långsiktigt kombinera naturvård och jordbruk i det gamla kulturlandskapet. WWF:s volontärers bidrag i detta projekt var att hävda en fin äng med rik flora.

Information om WWF's volontärverksamhet sommaren 2002 presenteras på www.wwf.se under rubriken utbildning/volontär. Här finns även länkar till volontärorganisationer utomlands.

STYRELSEPRESENTATION

ORDFÖRANDE

Jan Wigsten, Eco Tour Production AB

VICE ORDFÖRANDE

Peo Jonsson, Västsvenska Turistrådet

SEKRETERARE

Maria Kjellström, Åre kommun

KASSÖR

Klas Wallin, Ecco Travel

LEDAMÖTER

Pelle Andersson, STF

Lalle Bergenholtz, TAP

Pieter Fürst, Vattudalens EkoTurism

Filip Hedberg, Sweden Wildlifesafari

Annelie Nilsson, UCT

Jan G Persson, Lunnevad Folkh.sk.

Annelie Utter, Naturresor

Gösta Westin, Äventyrsresor

Staffan Widstrand, fotograf

SUPPLEANTER

Karin Brann

Bengt Kull, 30 000 öar

Håkan Strotz, Ur Natur

Ann-Kristin Vinka, Lapplandssafari

REDAKTION

REDAKTÖR

Annelie Nilsson

MEDARBETARE I DETTA NUMMER

Per Jiborn, Håkan Strotz och Maria Johannessen

Vill du berätta något för Ekoturismföreningens medlemmar? Kontakta redaktionen på friagent@minmail.net, eller ring Annelie Nilsson 0703 19 01 15

MEDLEMSKAP & INFORMATION

För medlemskap och information om Ekoturismföreningen kontakta vårt kansli : Svenska Ekoturismföreningen, Box 87, 830 05 Järpen.

Tel/fax: 0647 - 66 00 25

E-post: info@ekoturism.org

Hemsida: www.ekoturism.org

Pg: 91 39 93-3 / Bg: 5034-52 89