



# Jämtland Härjedalen Turism

SLUTRAPPORT - HÅLLBAR BESÖKSNÄRING

# Jämtland Härjedalen Turism (JHT)

JHT ekonomisk förening (1995)

JHT är den professionella och affärsmässiga samverkansplattformen som företräder regionens besöksnäring i nationella och internationella sammanhang.

JHT ägs och samverkar med regionens destinationer och turistföretag, företrädare för offentlig sektor, intresseorganisationer m fl.

## Arbetsområden

- ✓ Destinationsutveckling
- ✓ Produktutveckling
- ✓ Marknadskommunikation
- ✓ Tillgänglighet
- ✓ Statistik & Analys



# Verksamhet JHT

## Basverksamhet ca 3,5 tjänster

- ✓ Mediabearbetning
- ✓ IT/Webb, drift och utveckling av jamtland.se
- ✓ Analys/statistik
- ✓ Länturistbyrå och länturismdatabas
- ✓ Strategisk marknadsföring
- ✓ Bildbank
- ✓ Reseguiden Upplev (egen budget)

## Projektverksamhet

- ✓ Export 2.0 2014
- ✓ Jakt & Viltskådning 2012-2014
- ✓ Hållbar besöksnäring 2012-2014
- ✓ Destination Storsjön 2012-2014
- ✓ Film & Event 2012-2014
- ✓ Kreativ Matregion Jämtland (Regionförbundet) 2013-2014
- ✓ Utveckling av fiskeområden (Länsstyrelsen) 2012-2014



Jämtland Härjedalen  
**HÅLLBAR** BESÖKSNÄRING



Sammanfattande presentation av projektet Hållbar Besöksnäring innehållande kort projektbeskrivning, måluppfyllelse, delaktiviteter, styrkor, svagheter samt utmaningar för framtiden.

# Projektbeskrivning

2011 medverkade Jämtland Härjedalen Turism tillsammans med Destination Funäsfjällen som partnerregion för det nationella projektet för Hållbar Besöksnäring (initierad av Tillväxtverket och Västsvenska Turistrådet). Projektet handlade om att utveckla ett kvalitetssäkringssystem för hela Sveriges besöksnäring, en modell som testats på ett antal attraktioner och boendeanläggningar i länet.

Projektet Hållbar Besöksnäring startades sedan för att Jämtland Härjedalen skulle kunna fortsätta vara en del av implementeringen av modellen, som senare kom att kallas Swedish Welcome. På grund av brister i leveransen och den nationella förankringen av systemet valde dock JHT senare 2013 att avbryta samarbetet och fick 2014 beviljat av projektets finansiärer att använda resterande projektmedel till att arbeta med hållbarhetsfrågorna på andra sätt, i synnerhet genom workshops, seminarier och studieresor - samtliga med företag som målgrupp.



# Mål & Resultat

## Mål

- ✓ 100 deltagande företag
- ✓ 60 kvalitetssäkrade företag
- ✓ 4 kunskapshöjande seminarier

## Resultat

- ✓ 105 deltagande företag
- ✓ 10 kvalitetssäkrade företag
- ✓ 7 kunskapshöjande seminarier/workshops
- ✓ 3 studieresor

# Resultat

1. Kvalitets- och hållbarhetsmärkning: tio deltagande företag, upparbetat samarbete med Swedish Welcome, ett informationsseminarium.
2. Sju kunskapshöjande seminarier/workshops med teman: ekoturism, Naturens Bästa, hållbart fiske, värdskap, facebookmarknadsföring samt hållbar turism generellt.
3. Tre tematiska studieresor:
  - Chamonix och Mont Blanc Marathon (tema: hållbara evenemang i känslig miljö)
  - Köpenhamn och Copenhagen Cooking (tema: hållbar mat)
  - Mallorca (hållbar tränings- och hälsoturism)
4. Webb- och contentutbildning för destinationerna. Åtta deltagande destinationer varav fem fått individuell coachning.
5. Sammanställning av inspirationsbetonade tips till besökare som vill bidra till en mer hållbar turism i länet (publiceras på [jamtland.se](http://jamtland.se) och resemagasinet Upplev JH)
6. Sammanställning av rapport och två artiklar från intervjuer med invandrare som flyttat till JH och startat turismföretag (artiklarna publiceras på [jamtland.se](http://jamtland.se), inflyttningsidan).

# Resultat

## Styrkor

- ✓ Nöjda företag som deltog i hållbarhetsutvärderingarna med Swedish Welcome.
- ✓ Positiv feedback på studieresor - bra medel för inspiration och kompetensutveckling.
- ✓ Positiv feedback på workshops och seminarier. Relevanta teman och bra kursledare.
- ✓ Att över 100 företag dragit nytta av projektet på ett eller annat sätt
- ✓ Projektaktiviteter har i hög grad önskats av destinationer/företag själva (teman för workshops, resmål studieresor), vilket främjat god förankring av dessa.

## Svagheter

- ✓ Brister i leverans av märkning-/rådgivningssystemet Swedish Welcome och avbrutet samarbete.
- ✓ Få deltagande företag på vissa workshops/seminarier.





# Utmaningar inför framtiden

## 1. Kvalitets- och hållbarhetsmärkningar av företag

Märkningar kan vara ett effektivt sätt för företag att uppvisa sin kvalitet och/ eller miljömässiga eller sociala ansvar. Dessutom får företagen ofta tillgång till särskilda nätverk, rådgivning, m.m. som kan stödja företagets utveckling i positiv riktning. Kvalitet och hållbarhet kan dock även uppvisas mot gäst med andra metoder, som smart kommunikation av värderingar och aktiviteter på hemsida, media, sociala medier, ingå i nätverk eller samarbeten, synas i olika sammanhang eller i själva leveransen mot gäst. Utmaning för varje företag att hitta sina vägar och att aktörer på regional eller destinationsnivå stödjer med kompetens/kontakter.

# Utmaningar inför framtiden

## 2. Kompetens- och idéutveckling för företag

Att driva ett miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbart företag kräver kontinuerlig utveckling av kompetens, samt inspiration för att stimulera utveckling av nya idéer. I projektet har vi främst använt metoderna rådgivning, workshops, seminarier och studieresor för detta. Utmaningen är att få fler småföretag att kunna ta sig tid till detta och att de insatser vi gör får bestående resultat.

## 3. Efterfrågan och förväntningar från gäst på hållbar turism

Dagens och framtidens gäster blir alltmer medvetna och efterfrågar i högre grad varumärken som förknippas med ansvarstagande och hållbarhet. Kommunikation kring detta blir allt viktigare - på företags, destination och regional nivå, likväl som att i själva leveransen av turismupplevelserna leva upp till ställda förväntningar.

# Utmaningar inför framtiden

## 4. Underlätta för gäster att själva bidra till hållbarhet

Genom rätt information, infrastruktur, tjänster och ”styrning” av besökare kan gästerna lättare göra egna val och tillämpa beteenden som bidrar till en mer hållbar turism. Utmaning att göra detta på ett inspirerande och tilltalande sätt.

## 5. Hållbarhet som begrepp inom besöksnäringen

Ett alltmer urvattnat begrepp med risk att bli mer diffust ju fler betydelser vi tillägnar det. Behov av att istället konkretisera hur och vilken aspekt i begreppet vi talar om.



# Jämtland Härjedalen Turism

Hemsida - [jamtland.se](http://jamtland.se)

Brandbook - [jamtland.se/kommunicera](http://jamtland.se/kommunicera)

Strategi - [jamtland.se/strategi](http://jamtland.se/strategi)