



Co-funded by  
the European Union



# HÖJA KOMPETENSEN BLAND KOMMUNALT ANSTÄLLDA FÖR ATT PLANERA OCH HANTERA HÅLLBAR TURISM

## MODUL 4: INTESSENER OCH DET TURISTISKA EKOSYSTEMET

NIVÅ : ADVANCED



[WWW.USTPROJECT.EU](http://WWW.USTPROJECT.EU)



[WWW.FACEBOOK.COM/UST.PROJECT](https://WWW.FACEBOOK.COM/UST.PROJECT)

**FALKÖPING**  
KOMMUNEN



**CARDET**

# I DENNA MODUL KOMMER DU ATT LÄRA DIG...



Photo by Frames For Your Heart on Unsplash

Här är målen för vad vi ska lära oss i denna modul:

- Identifiera olika typer av intressenter
- Skapa en intressentkarta
- Identifiera de mest fördelaktiga villkoren
- Hantera turismekosystemet



Co-funded by  
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Pr. nr.:2022-1-SE01-KA220-VET-000089744





# INLEDNING

**Partnerskap för målen kan ses genom många olika perspektiv. Det finns internationellt samarbete mellan nationer, nationellt samarbete mellan myndigheter inom ett land, men partnerskap sträcker sig hela vägen ner till destinationsnivå där ett antal olika intressenter interagerar med kommunen.**

**Ur ett destinationsperspektiv är DMO (Destination Management Organization) den centrala punkten för alla turismpartnerskap, och i avsaknad av en DMO ses vanligtvis den kommunala organisationen som DMO, oavsett om det är ett aktivt val från kommunen eller inte.**

**SDG 17 fokuserar på de partnerskap som behövs för att nå och påskynda målen. Detta innebär att alla andra SDG:s drar nytta av att ta en partnerskapsansats.**

**I UST-projektet är det tydligt att en kommun kan skapa policies för hållbar turism och agera för att minska fattigdom, bevara liv på land och driva på cirkulär ekonomi. Projektet har också visat hur mycket partnerskap betyder för förmågan att genomföra strategier, policies och planer.**

**Varje destination är unik i sin uppsättning av intressenter, men det finns grupper av intressenter som de flesta destinationer har gemensamt. Det är avgörande för kommuner att identifiera dessa intressentgrupper och engagera dem i ömsesidigt fördelaktiga partnerskap. Vad som innebär att vinna är olika för varje grupp, men vissa gemensamma nämnare finns som vi kan använda som riktlinjer när vi börjar utforma våra partnerskap.**

**Alla dessa partnerskap skapar ett ekosystem som blomstrar när intressenterna börjar hjälpa varandra att nå sina individuella målsättningar.**



# INTRESSENTER FINNS I OLIKA SKEPNADER OCH STORLEKAR

Man kan dela in intressenter i 3 kategorier:

- Interna intressenter
- Intressenter i destinationen
- Externa intressenter

- Interna intressenter är dina kommunala kollegor som arbetar i din avdelning eller något område inom den kommunala organisationen.
- Intressenter i destinationen är typiska turismintressenter som företag, lokala föreningar och det lokala samhället.
- Externa intressenter kan vara regionala intressenter eller partnerskap som sträcker sig utanför destinationen, såsom resebyråer eller internationella samarbetsinitiativ.



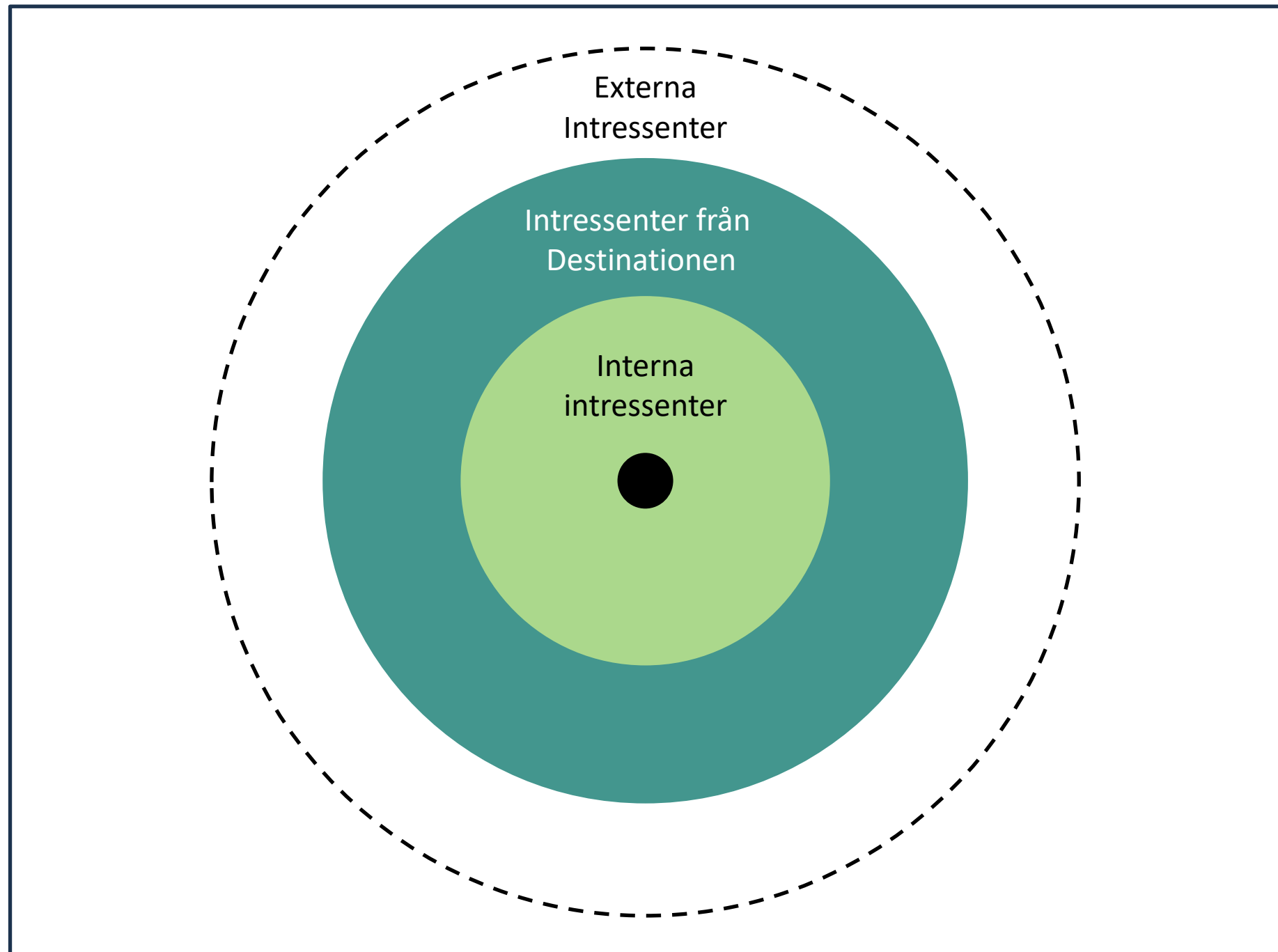
# Intressentkarta

För varje kommun och destination finns det en mängd intressenter i dessa tre allmänna kategorier. Dessa intressentkategorier har olika typer av partnerskap med kommunen och de söker vanligtvis olika saker från ett partnerskap.

En intressentkarta är ett bra verktyg för att hålla koll på partnerskap i dessa olika kategorier. Undvik frestelsen att lista varje möjlig intressent. Vissa är viktigare än andra – dina partnerskap för målen, dina SDG:s.

I centrum av kartan finns det du försöker uppnå. Din kommuns resa mot de SDG:s du har definierat är unik för dig. Det är viktigt att du tillkännager dessa mål och dina idéer om hur du ska nå dem med de relevanta intressenterna. När du gör detta är det viktigt att betona att dessa är kommunens mål, och för att skapa partnerskap behöver du förstå de olika intressenternas mål.

Att starta ett partnerskap innebär inte att ni måste ha exakt samma mål av exakt samma anledning, och du kommer att märka att mycket få intressenter engagerar sig i partnerskap genom altruism för att kommunen ska nå sina mål utan att intressenterna når sina egna.



Co-funded by  
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Pr. nr.:2022-1-SE01-KA220-VET-000089744

# DIALOG MED INTRESSEENTER

“När folk talar, lyssna  
noggrant. De flesta  
människor lyssnar inte alls.”

– Ernest Hemingway

**Att ha dialog med intressenterna är viktigt då du informerar andra om vad din kommun strävar efter att göra inom hållbarhetsområdet med turism som verktyg, men framför allt är det där du lyssnar på vad intressenterna säger.**

**Dialogen kan vara ett informellt en-till-en-samtal eller en gruppdiskussion med flera intressentgrupper. Det är viktigt att betona att du inte behöver anpassa dina mål – allt du behöver göra är att respektera att alla dessa mål är linje med det övergripande målet**

# WIN-WIN PARTNERSKAP

Identifiera de ömsesidigt fördelaktiga villkoren, samarbeta för att bestämma möjliga lösningar och var villig att överväga olika alternativ för att hitta det mest optimala och bästa för alla parter.

**Win-win-partnerskap handlar inte om att enas om ett enskilt resultat som gynnar båda parter – eller ännu värre, att övertyga den andra parten att överge sina egna målsättningar och anta dina: ett win-win-partnerskap syftar till att skapa förutsättningar där båda parter når sitt ideala resultat.**

**All dialog inom partnerskapet bör inriktas på att skapa dessa förutsättningar.**

**Vissa vinn-vinn-partnerskap kan vara mellan två partners utanför kommunen där kommunen agerar som förmedlare.**



# VAD TALAR VI OM FÖR FÖRDELAR VI VILL UPPNÅ GENOM WIN-WIN-SAMARBETEN?

Tips: Övervaka och utvärdera regelbundet resultaten av partnerskap och samarbeten för att säkerställa att de levererar de avsedda fördelarna för alla intressenter.

De följande exemplen ingick i grundmaterialet för SDG 17:

- **Kommunen samarbetar med lokala livsmedelsproducenter för att främja arv och kultur, medan livsmedelsproducenterna får tillgång till en större marknad och en starkare känsla för platsen.**
- **Kommunen tillhandahåller infrastruktur, såsom cykelvägar, och ett guideföretag introducerar sina besökare till livsmedelsproducenterna och landskapet.**
- **Kommunen och lokala entreprenörer inspirerar och stärker lokala invånare att använda cykelvägarna för rekreation och köpa lokala produkter, vilket främjar en känsla av tillhörighet, och gemenskap: invånarna blir ambassadörer när de möter besökare.**

**Låt oss titta på dessa exempel ur ett perspektiv som innefattar win-win-samarbete.**





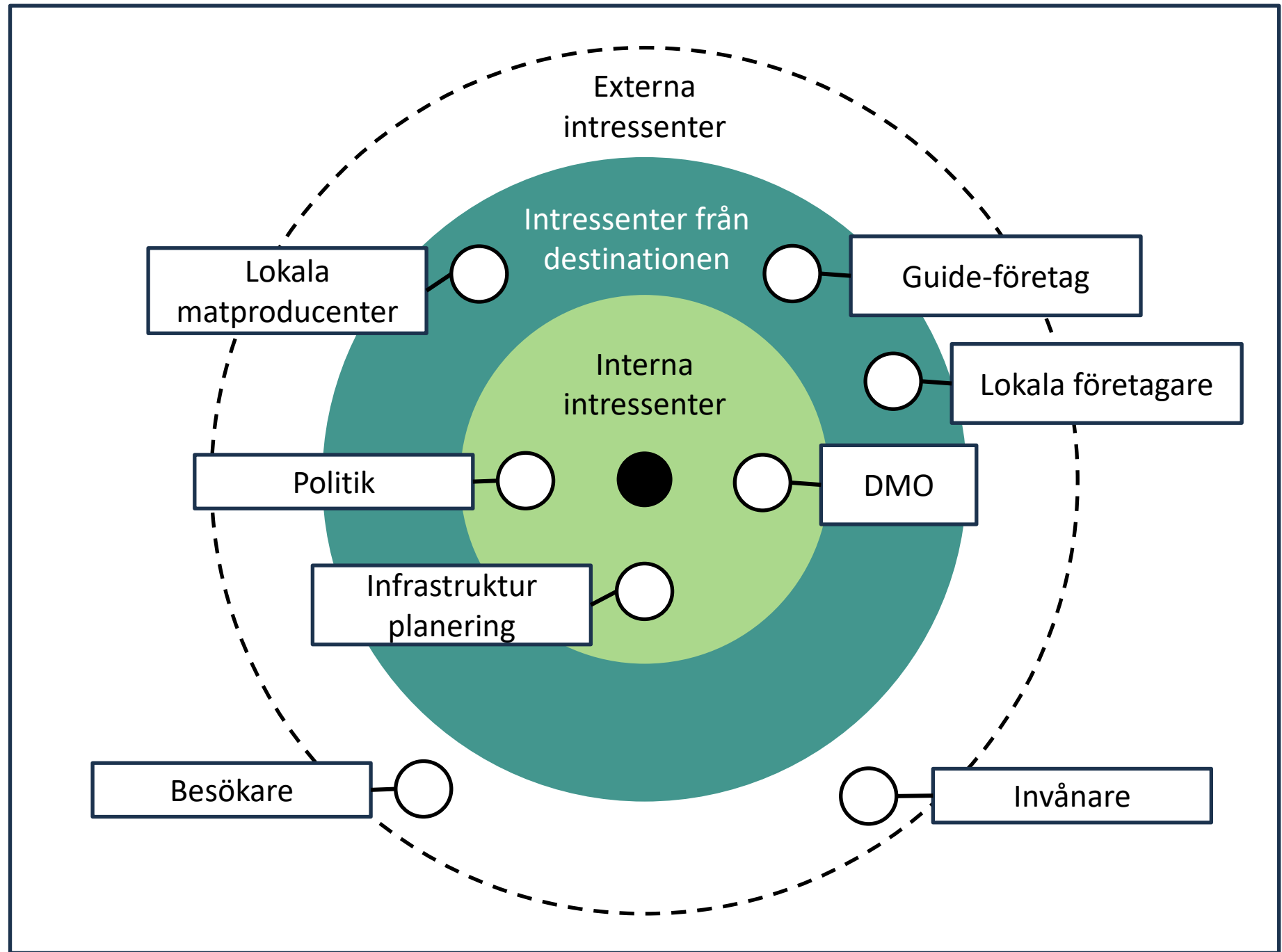
# Mappa upp fördelarna

I exemplen som presenterades på föregående slide finns följande intressenter: Kommunen, representerad av politiker, interna intressenter såsom infrastrukturplanering och en DMO (Destination Management Organization) - Dessa har alla olika vinstvillkor!

Politikerna kanske vill främja lokal produktion och kultur för att attrahera fler människor att flytta till kommunen, avdelningen för infrastrukturplanering vill att fler ska välja cyklar istället för att köra bil, och DMO:n kan vara ansvarig för att främja hållbara metoder genom partnerskap. Här har vi alltså tre olika vinstvillkor, baserade på olika SDG:s, och de kan ibland vara i konkurrens med varandra.

Den andra uppsättningen intressenter är destinationsintressenter. I det givna exemplet är dessa lokala livsmedelsproducenter, ett guideföretag och lokala entreprenörer. De lokala livsmedelsproducenterna söker nya kanaler där de kan sälja direkt till turister för att få bättre marginaler på sina produkter. Guideföretaget vill engagera besökare i sina produkter och använda partnerskapen för att erbjuda innehåll till sina guidade turer. De lokala entreprenörerna kan vara intresserade av att förlänga sin säsong genom det intresse som den lokalt producerade maten och aktiveringen av vandrings- och cykelvägarna som guideföretaget gör. De skulle gärna se fler övernattningsrum under perioder när de har många lediga rum.

De externa intressenterna i exemplen inkluderar besökare men också invånare. Besökare vill uppleva äkta lokal kultur på ett aktivt sätt. Invånare vill ha underhållning och evenemang att delta i med vänner och familj. När alla dessa intressenter och deras respektive vinstvillkor har kartlagts kan du börja fundera på hur partnerskapen ser ut. Att samarbeta med kommunen kanske inte ger intressenten det de söker. Vinsten för en intressent är vanligtvis relaterad till vinsten för en annan intressent.



Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Pr. nr.:2022-1-SE01-KA220-VET-000089744

# TA HAND OM EKOSYSTEMET

Den sociala ekonomin och social, rättvis och ansvarstagande turism delar samma värderingar.

**Generera socialt värde genom utveckling av turism**



# EKOSSYSTEM VS SOCIALT KAPITAL

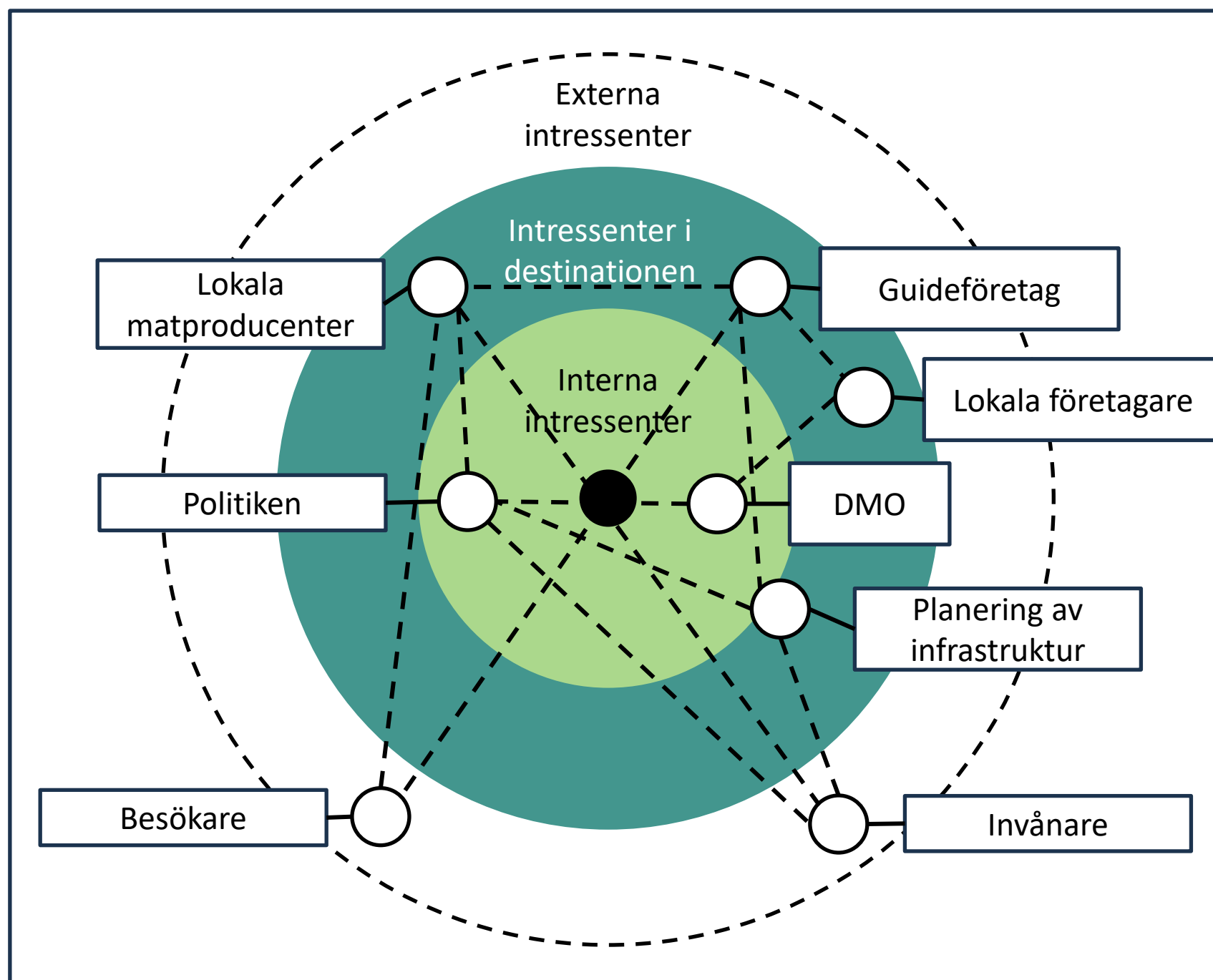
Tips: Se till att ditt ekosystem inte består av dina partners och intressenter som du alltid arbetar med. Bjud in nya röster, små entreprenörer, samhällsrepresentanter och grupper med mindre socialt kapital och hjälp till att skapa vinstvillkor för dem så att hela ekosystemet kan blomstra.

**Ansatsen avseende Ekosystem skiljer sig från ansatsen som gäller socialt kapital.**

**Socialt kapital bygger på idén att nätverk och partnerskap byggs kring relationer och att dessa relationer själva bidrar till att förbättra dina vinstvillkor. Det är en teori som har fått kritik för att upprätthålla status quo och för att belöna de som redan har starka relationer.**

**Ansatsen avseende ekosystem medger att det redan finns ett fungerande system av ömsesidigt beroende parter på destinationen. Kommunens roll är att sköta och vårda detta, lyssna på olika perspektiv och hjälpa till att skapa en balans mellan de olika och mångsidiga delarna av detta ekosystem.**

# EXEMPEL PÅ ETT EKOSYSTEM



Exemplet med ekosystemet visar många relationer, som här visas med streckade linjer.

Varje enskild relation har sina egna vinstvillkor, och det är viktigt att kartlägga och förstå dem samt att intressenterna i ekosystemet accepterar att det finns flera sätt att vinna på och att ekosystemet vinner när alla vinner.

I exemplet kan vi se planering av infrastruktur. Ansvariga där får en fördel när de kan tillhandahålla infrastruktur som är användbar för både invånare och besökare inom en budget som diskuterats med politiker, men som också kan användas av lokala företag som guideföretaget. Dessa vinstvillkor ser annorlunda ut än guideföretagets vinstvillkor: De sistnämnda får fördelar när infrastrukturplaneringen skapar vackra vandringsleder som passerar de största sevärdheterna. De behöver också lokala livsmedelsproducenter och lokala entreprenörer som tillför värde till den guidade turen och högre inkomster genom en förbättrad upplevelse.

Genom att diskutera dessa vinstvillkor ur kommunens synvinkel, som fokuserar på hållbarhet, kommer nya perspektiv och vinstvillkor att framträda.



# LÄRDOMAR

**SDG 17 handlar om att skapa partnerskap för målen.**

**I praktiken innebär detta att turism- eller destinationspartnerskap kan ses som ett system av relationer och vinstvillkor. Detta kallas för Turismekosystem.**

**Det är kommunens roll att vårda och utveckla detta ekosystem genom att kartlägga de olika intressenterna på ett mångsidigt och inkluderande sätt samt initiera dialog så att de olika vinstvillkoren blir tydligare.**

**Ett mycket användbart sätt att göra detta är att använda en intressentkarta som utgångspunkt.**

**Se till att du introducerar nya och mer mångsidiga intressenter för att utvidga systemet och utmana status quo.**

**Ett väl omhändertaget turismekosystem kommer att leda till nya och starkare partnerskap, innovativa idéer och hållbara lösningar som omfattar alla 17 SDG:s.**



UST Project  
www.ustproject.eu/  
@UST Project



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Pr. nr.:2022-1-SE01-KA220-VET-000089744

