

Uppbyggnadsperiodens främsta resultat

Inledning

Ekoturismmärkningen Naturens Bästa sattes den 1 februari 2002. Systemet blev den första nationella kvalitetsmärkningen av ekoturism på det norra halvklotet och utvecklades i nära samarbete med ett tjugotal organisationer.

Avsändare bakom märkningen är Svenska Ekoturismföreningen som huvudman, tillsammans med Svenska Naturskyddsföreningen och Sveriges Rese- och Turistråd.

Det gemensamma målet är att skapa mer och bättre ekoturism i Sverige.

I juni 2002 inleddes på allvar uppbyggnadsfasen och arbetet med att fylla Naturens Bästa med ett urval av Sveriges främsta naturturismarrangörer.

Nu kan vi summera de viktigaste resultaten.

Naturens Bästa har skapat ett första landslag av våra främsta naturresearrangörer

Den nya ekoturismmärkningen har fått ett varmt mottagande och väckt stort intresse bland svenska naturturismföretagare. Totalt har nästan 150 arrangörer inlett arbetet med att kvala in bland märkningens godkända arrangörer. Runt 90 av dessa företag har också presenterat en ansökan och i början av september 2005 är 62 av dessa godkända arrangörer inom Naturens Bästa.

Naturens Bästa visar vägen till naturupplevelser utöver det vanliga

Med drygt 220 märkta arrangemang från Kristianstads Vattenrike i söder till Övre Soppero långt i norr har Naturens Bästa underlättat för resenären att hitta fram till kvalitetssäkrade arrangemang.

Ekoturismmärkningen syftar både till att få ut fler människor i svensk natur och till att underlätta för resenären att hitta fram till just den upplevelse som han eller hon söker.

Med Sveriges första och största naturresesajt www.naturensbasta.se skapades ett användarvänligt, effektivt och lustfyllt sökverktyg, som både fått prestigefyllda priser och ständigt slår nya besöksrekord.

I maj 2005 registrerades närmare 13 500 besökare, vilka tillsammans använde över 190 000 sidor. Jämfört med maj 2004 betyder det att både antal besökare och använda sidor ökat med drygt 75 procent.

Alla märkningar måste skapa kundnytta och efterfrågas av köparna för att långsiktigt kunna överleva. Naturens Bästa är nu på väg att fylla ett tomrum, och även om mycket återstår att göra pekar det mesta på att allt fler resenärer kommer att efterfråga märkningens utbud.

Naturens Bästa har ökat intresset för all svensk naturturism

På samma sätt som idrottsstjärnor och landslag främjar en hel idrott, har Naturens Bästa ökat intresset för svensk ekoturism i allmänhet. Under de senaste tre åren har märkningen bidragit till bortåt 450 artiklar och notiser om ekoturism i svensk press, flera radio- och TV-inslag, ett halvt dussin regionala samarbeten och uppmärksamhet på flera viktiga konferenser.

En bra indikator är också Ekoturismföreningens ständigt stigande medlemsantal, vilket har mer än fördubblats under samma period. Bland dessa nya medlemmar går det att upptäcka en hel del nystartade företag, och det är sannolikt att Naturens Bästa har stimulerat etablerandet av ett antal nya naturturismföretag runt om i Sverige. Något som i framtiden bör gå att belägga i vetenskapliga studier.

Naturens Bästa har på rekordtid skapat ett uppmärksammat varumärke

Att skapa starka varumärken tar tid och kräver stora investeringar i marknadsföring.

Trots detta har Naturens Bästa på tre år och med begränsade resurser skapat en respekterad och uppmärksammat kvalitetssymbol.

Redan under våren 2004 fann Turismens Utredningsinstitut i Göteborg att mer än tio procent av Sveriges resenärer hade hört talas om Naturens Bästa och att två av tre personer var positiva till ekoturism.

Naturens Bästa har också en stor potential för olika former av sponsrad marknadsföring i samband med exempelvis mässor, annonsbilagor och resekataloger, eftersom märkningen ger profil och skiner tillbaka på samarbetspartnern. Detta kan i framtiden utvecklas än mer, då många hotell, stora persontransportörer och glesbygdskommuner själva inte är ett tillräckligt starkt skäl för en resa.

Naturens Bästa placerar Sverige på den internationella kartan

Ett antal kända turistprodukter som Icehotel, regalskeppet Vasa och Glasriket sätter Sverige på den internationella kartan. Naturens Bästa kan bli ännu ett profilstarkt argument för att besöka Sverige.

Med ett kvalitetssäkrat utbud ökar andelen nöjda besökare, vilka i sin tur genererar fler framtida besökare. Efter lanseringen av Naturens Bästas webbplats på engelska har samarbetet med Sveriges Rese- och Turistråd fördjupats till ömsesidig nytta.

Naturens Bästa fyller allmänna uppmaningar om att Sverige är fantastiskt med ett konkret och bokningsbart innehåll. Äntligen finns ett verktyg för att profilera Sverige på mässor, till vilket utländska researrangörer kan hänvisas och om vilket intresserade resejournalister kan tipsas.

Naturens Bästa har redan via några av sina märkta arrangemang bidragit till massmedial uppmärksamhet i exempelvis BBC, belgisk TV och flera engelska dagstidningar. Märkningen lyftes också fram som ett positivt exempel på FN:s Världstoppmöte i Johannesburg 2002.

Naturens Bästa ökar förädlingsgraden i svensk naturturism

Svensk naturturism präglas av enkel uthyrningsverksamhet, och den svenska allemansrätten har under årtionden varit ett av landets viktigaste försäljningsargument.

Ekoturism handlar till stor del om att förädla dagens utbud.

Naturens Bästa vill bidra till att en del av dagens enkla utbud där besökaren gör det mesta på egen hand, utvecklas till attraktiva, kommersiella och bokningsbara reseprodukter. Detta ger mer klirr i den lokala kassan, skapar roligare arbeten med högre status, erbjuder besökaren nya och annorlunda upplevelser och minskar risken för slitage och störningar på känslig natur. Naturens Bästa har genom sina kriterier tydligt pekat åt vilket håll naturturismbranschen bör gå, och lyft fram en rad norrländska pionjärer där utvecklingen kommit längst.

Naturens Bästa stimulerar produktutveckling och samarbete mellan arrangörer

Bokningsbara och prissatta arrangemang är en akilleshäl inom svensk naturturism. Svensk naturturism är alltför ofta outvecklad och behöver bli mer professionell och kommersiell. I en missriktad önskan att tillmötesgå alla kunders olika krav, väljer många arrangörer att saluföra allmänna upplägg. Resultatet blir ett olyckligt moment 22 där en villrådig kund inte kan orientera sig i ett opreciserat utbud, och där arrangören av rädsla att stöta sig med någon inte vågar tala om vad han eller hon är bäst på. Här har Naturens Bästas krav på tydliga produkter och strukturen på vår naturresesajt redan sporrat många arrangörer att utveckla mer genomarbetade och prissatta produkter. På sikt kan märkningen bli en värdefull källa som både stimulerar och sprider kunskaper om olika kundgrupper, fungerande produktupplägg, lyckade försäljningskanaler och mycket annat. På samma vis har Naturens Bästa stimulerat till nya samarbeten mellan godkända arrangörer, bildandet av lokala kluster och studiebesök mellan olika landsändar.

Naturens Bästa bidrar till utvecklingen av hela naturturismnäringen

De erfarenheter som nu växer fram inom Ekoturismföreningen, bör inte bara användas till att främja de företag som redan har kvalat in. Tvärtom måste hela naturturismbranschen få tillgång till den spetskompetens som utvecklas inom märkningen. Formerna och kanalerna för detta är flera. Hit hör bland annat baskurser, introduktionsträffar, nyhetsbrevet Safari, skraddarsydda fortbildningar och särskild rådgivning till ansökande arrangörer. Att över 160 personer från drygt 130 olika arrangörer har gått Ekoturismföreningens baskurs om Naturens Bästa, visar på möjligheterna att knyta utbildningar till en ekoturismmärkning. Ett ännu större antal (*uppskattningsvis bortåt tusen personer*) har också deltagit på de närmare 70 introduktionsträffar, som har organiserats runt om i Sverige under de senaste tre åren. En viktig lärdom är att ansökningsprocessen till Naturens Bästa skapar ett tydligt mål, och därmed mer motiverade deltagare än många andra jämförbara insatser.

Naturens Bästa medverkar till lokal ekonomisk utveckling

I många fall är den enskilda arrangörens bästa bidrag till den lokala ekonomin att stärka sitt eget företagande. Det är ett mål som Naturens Bästa prioriterar och stimulerar. Märkningen har dessutom bidragit till att några arrangörer har bytt till underleverantörer på närmare håll, har fördjupat samarbetet med byns lokala handlare, har stärkt olika lokala nätverk och har stimulerat anställning av lokala guider. Här handlar det emellertid ofta om ganska långa processer, där märkningens påverkan först på några års sikt lär kunna utvärderas i sin helhet.

Naturens Bästa ger skyddad natur ett ekonomiskt värde

En grundtanke i märkningen är att ekoturism inte bara ska vara ett skonsamt och hänsynsfullt resande, utan att godkända arrangörer aktivt ska bidra till naturskydd och kulturvård. Detta har för många arrangörer varit en ny tanke. Samtidigt inbjuder uppgiften till värdefullt partnerskap med naturskyddskrafter. Flera goda exempel har utvecklats under de tre första åren, som exempelvis arrangörens Rid i Jorns samarbete med projekt Jaktfalk, Lapplandsafaris bidrag till bevarandet av den samiska

kulturen, Ammarnäs Fiskecentrums åtgärder kring fiskevård och Larsbo Gårds engagemang i ett lokalt bestånd av flodpärlmusslor.

Bäst resultat uppnås givetvis när dessa ansträngningar knyts till det märkta utbudet, ger besökande gäster bonusupplevelser och blir en aktiv del i arrangörens marknadsföring.

Naturens Bästa sätter miljöanpassningen på dagordningen

All turism påverkar miljön, och svensk ekoturism utgör inget undantag.

Med Naturens Bästa framhålls dock bättre alternativ, samtidigt som märkningen sätter fingret på ett antal nyckelfrågor för svensk naturturism.

Genom sin blotta existens har Naturens Bästa visat att ekoturism inte bara är resor långt bort, utan att både älgar och hundspannsäventyr kan var spännande och exklusiva. Aktiviteter på resmål som åtminstone vi svenskar kan nå utan långa transporter.

Naturens Bästa har också sporrat de godkända arrangörerna att förbättra sin service kring kollektiva transporter till och från resmålet. Flera arrangörer har också investerat ansevärd belopp i fyrtaktsmotorer för småbåtar och märkningen har fört upp frågan om fyrtaktsskotrar och alternativa bränslen för många vinterarrangörer.

Utifrån märkningens startpaket, baskurser och individuell rådgivning har också medvetenhet och kunskaper om en lång rad miljöproblem på ett naturligt sätt tagits upp inom naturturismbranschen.

Naturens Bästa främjar kulturvård och en levande historia

Den samiska turismen har utvecklats positivt de senaste åren, och Naturens Bästa har bidragit till detta. Att delta på en traditionell eller modern renflytt, följa med på rippjakt eller njuta av samiska mattraditioner är den centrala upplevelsen i flera samiska arrangemang märkta med Naturens Bästa.

Här har svensk ekoturism i praktiken visat på möjligheterna att kombinera kommersiell kvalitetsturism med höga ambitioner att bevara och levandegöra olika historiska traditioner.

Men även söder om Lappland kan turism kopplas samman med bevarandet av gamla kulturlandskap, vår vikingahistoria, fåbods-kulturen, traditionellt skogsbruk och mycket annat. Några märkta arrangemang finns redan som gästbud med kokpropar, övernattnings i kolarkojor och traditionell höskörd, men mycket återstår att göra.

Naturens Bästa bygger broar mellan olika intressegrupper

Ekoturism har visat sig öppna upp för samtal och samarbete mellan människor med olika bakgrund och ståndpunkter. Att närmare 20 organisationer lyckades komma överens och tillsammans utveckla Naturens Bästa var början på en gräsrotsprocess, som sedan rullat på. Inom Naturens Bästa har vi sett hur samiska arrangörer förbereder arrangemang kring järvskådning, hur arrangörer med vargspårning hjälper fåbodsbrukare med rovdjursstängsel och hur fågelskådare utvecklar ersättningssystem för öländska lantbrukare när de ”drabbas av” sällsynta fåglar.

Det verkar som om ekoturism ger bredare perspektiv, skapar nya infallsvinklar och möjlighet till ekonomiskt samarbete kring en gemensam resurs. Järven kan bli en resurs för renskötaren, fåbodsbrukaren kan bli en del i ett internationellt rovdjursarrangemang och bonden på Öland kan bli leverantör av råvaror och guidetjänster.

Naturens Bästa har resultatnriktade, uppskattade och verklighetsanpassade krav
Processen att utveckla kriterierna för Naturens Bästa var intensiv, omfattande och gjordes på rekordtid. Det var därför inte givet att de framtagna kriterierna skulle uppskattas av alla eller fungera i en komplex verklighet.

Idag kan vi konstatera att systemet överträffat våra förväntningar, och inte blivit en tandlös papperstiger. De godkända arrangörernas betyg, där 98 procent anser att kraven är mycket bra eller utmärkta, är ett tydligt bevis för det.

En allmän uppfattning är också att märkningen väl lyckats balansera mellan å ena sidan alltför allmänna och intetsägande krav och å andra sidan mer än nödvändigt detaljerade regler.

Under uppbyggnadsperioden har nya specialkriterier för grottbesök, dykning, viltskådning och ekoturism på fartyg utvecklats, och under våren 2005 reviderades kriterierna för en ny märkningsperiod 2006 - 2010.

Naturens Bästa har väckt stort internationellt intresse

Vår ekoturismmärkning har väckt stort intresse utanför landets gränser, och därför har Ekoturismföreningen involverats i tre större internationella samarbeten.

Via Smart har ett antal arktiska länder utbytt erfarenheter och diskuterat hur hållbar turism kan utvecklas runt Nordpolen. Idag finns det intresse för att bygga upp märkningar som liknar Naturens Bästa i bland annat Alaska, Canada, Norge och Finland.

I projektet Ecoroute sker ett samarbete mellan Sverige, Grekland och Rumänien för att utbilda människor i glesbygd till entreprenörer inom ekoturism. I september 2005 genomför projektet en slutkonferens i Sverige, där bland annat lärdomar från Naturens Bästa kommer att redovisas. Dessutom har Ekoturismföreningen genomfört ett större konsultuppdrag kring ekoturism runt Barents hav.

Via föreningens kansli och anställda har det även investerats en ansenlig mängd timmar i att hantera och besvara olika förfrågningar från forskare, utländska arrangörer och studenter runt om i världen.

Det är en grannliga uppgift att på rätt sätt hantera all denna uppmärksamhet. Framgångarna kring Naturens Bästa bygger till stor del på just prioriteringar, och internationella samarbeten riskerar att splittra krafterna. Samtidigt lär Naturens Bästas långsiktiga framgång till stor del bero på att det växer fram liknande ekoturismmärkningar i andra länder.

Analys & framtida utmaningar

Ingress

Arbetet med Naturens Bästa har lett till många framgångar, och uppbyggnadsfasens tre år har gett svar på flera avgörande frågor. Idag vet vi exempelvis att kriterierna fungerar i praktiken, att flera hundra arrangörer önskar kvala in i systemet och att en växande grupp resenärer vill använda kvalitetssymbolen för att hitta fram till sitt arrangemang.

Lika mycket återstår dock att göra, och Naturens Bästa behöver nu växla upp sina vunna erfarenheter i en offensiv och utåtriktad period av tillväxt och expansion.

Här analyseras därför de viktigaste utmaningarna och några av de flaskhalsar, som vi har mött under uppbyggnaden av Naturens Bästa.

Fler godkända arrangörer ska rekryteras till Naturens Bästa

Inom flera aktiviteter, som exempelvis samiska upplevelser, hundspanssäventyr och ridresor i norra Sverige, kan Naturens Bästa stoltsera med landets bästa samlade utbud.

Däremot är antalet märkta arrangemang inom bland annat jakt och fiske begränsat, och märkningen har inte lyckats etablera sig på den viktiga konferensmarknaden.

Andra brister är ett begränsat utbud i söder, liksom att märkningen behöver fler större och väletablerade arrangörer. Märkningen har en slagsida åt de mycket små arrangörerna. Skälen till ovanstående brister är flera, men de viktigaste är följande;

- ✓ Regionala och lokala samarbetspartners i framför allt norra Sverige var redan från början med i arbetet.
- ✓ Vissa delar av svensk naturturism med högre förädlingsgrad, som exempelvis hundspann och ridresor, har varit mer mogna för Naturens Bästas budskap och grundprinciper.
- ✓ Flera etablerade aktörer har inte sett ett omedelbart behov av att ansöka.
- ✓ Som alltid tar det tid att vinna ett förtroende. Många aktörer avvaktar med att investera flera tusenlappar och några veckors arbetstid i något, som de ännu inte fullt ut känner till fördelarna med.

Naturens Bästa har som uttalad ambition att samla Sveriges främsta naturresearrangörer.

Därför kvarstår tidigare mål på närmare 200 godkända arrangörer, vilket innebär att det under de närmaste fem åren behövs rekryteras ytterligare runt 140 arrangörer.

Märkningen behöver ett större utbud för att nå maximal slagkraft

Idag innehåller Naturens Bästa runt 220 märkta naturresor. Det är en bra början, men ett rimligt mål är att vår naturresesajt ska innehålla minst 600 bokningsbara arrangemang i slutet av 2010.

Det skulle ge många fördelar, av vilka de viktigaste kan summeras i följande punkter;

- ✓ Ett stort utbud är lika med kundnytta, och vår webbstatistik pekar entydigt på att ett brett utbud skapar större intresse. Därför ligger ridning, samiska upplevelser och hundspann högt bland de populäraste aktiviteterna.
- ✓ Naturens Bästa svenska landskapskarta dras med några vita fläckar, och tillgången på märkta arrangemang är sämre i framför allt södra Sverige.

- ✓ För flera aktiviteter som jakt, cykel, fiske och konferensmöjligheter är utbudet i minsta laget för att bli attraktivt för besökaren på sajten.
- ✓ Många arrangörer bör arbeta mer med att profilera sina produkter efter årstid, helger, skollov och andra faktorer som styr människors resande. Det är svårt att i text och bild framgångsrikt sälja in ett arrangemang som löper över hela året.

Naturens Bästa behöver ökade sponsorintäkter från övrig turismnäring

En utmaning för märkningen är att bygga upp en stabil ekonomisk bas¹.

Naturturismbranschen kan knappast själv stå för hela kostnaden under uppbyggnaden och i en kommande expansion. Det finns också flera goda skäl för att den övriga turismnäringen ska ta ett ansvar.

En viktig del, ibland merparten, av resenärens utgifter spenderas ju på väg till och från ett resmål. Det är därför rimligt att hotellnäringen, större persontransportörer och andra näringar i anslutning till turismen tar ansvar för Naturens Bästa.

Ekoturismföreningen har under uppbyggnadsfasen tagit flera initiativ på detta område, och delvis nått goda resultat. Framst gäller det samarbeten kring sponsrad marknadsföring med exempelvis Änglamark, tidningarna Turist och Mersmak, och resekatalogen Svenska Semestertips. När det gäller kontanta sponsorintäkter har dock resultatet låtit vänta på sig, vilket sannolikt beror på följande;

- ✓ Flera viktiga persontransportörer som exempelvis SJ och SAS har de senaste åren dragits med stora underskott och återkommande omorganiseringar.
- ✓ Naturens Bästa har fått stor uppmärksamhet och uppfattas av många som en frisk fläkt, men är ännu ingen etablerad och självklar spelare i relation till övrig turismnäring.
- ✓ Märkningen har nått massmedial framgång, men har ännu ingen tydlig och återkommande exponering i framför allt television, radio och viktiga dagstidningar. Något som skulle innebära att sponsorer lättare kan räkna hem investerade slantar.
- ✓ Ekoturismföreningen har som operativt ansvarigt varit tvungen att prioritera rekrytering av nya arrangörer, utveckling av märkningens webbplats och annat, framför kontakter med sponsor och relationer med möjliga samarbetspartners.

Under den kommande expansionen måste Naturens Bästa bredda och fördjupa samarbetet kring sponsrad marknadsföring. Här finns sannolikt en långt större potential, och dessa samarbeten kan bli en viktig del i marknadsföringen av Naturens Bästa.

Dessutom måste de kontanta sponsorintäkterna öka, vilket i sin tur torde fordra ganska genomarbetade sponsorsamarbeten till ömsesidig nytta. Initierade nyckelpersoner inom resenäringen menar att detta är möjligt, men att det både kräver många arbetstimmar och tålamod under den långa process som behövs för att bygga upp en framgångsrik relation.

Godkända arrangörer måste ta ett större ekonomiskt ansvar

Under de gångna tre åren har de godkända arrangörerna sammanlagt investerat mer än en miljon kronor i kontanta avgifter. Under 2004 uppgick företagens avgifter till drygt 525 000 SEK. Av följande skäl kommer dessa egna intäkter emellertid att vara otillräckliga under de närmaste åren;

- ✓ De första godkända arrangörerna köpte i princip grisen i säcken, och därför var det svårt att lansera en märkning med höga prislappar. En höjning av ansökningsavgifterna planeras dock i samband med den nya märkningsperioden för 2006 - 2010.

¹ Se också särskild **Ekonomisk översiktsrapport** med kommentarer från den 6 september 2005.

- ✓ Ansökningsprocessen inklusive utbildning och rådgivning kostar minst 25 000 kronor för varje ansökande arrangör. Idag betalar de ansökande företagen någonstans mellan 5 000 och 15 000 kronor av den summan. Få företag skulle dock vara villiga att betala den verkliga kostnaden på minst 25 000 kronor, samtidigt som kvaliteten på de godkända arrangörerna riskerar att urholkas med alltför stora besparingar på detta område.
- ✓ Märkningens marknadsföringsvärde är ännu begränsat. Av 40 tillfrågade arrangörer uppger nästan 60 procent att man **till viss del** fått bokningar via Naturens Bästa, medan 40 procent uppger att **inga bokningar alls** kommit via märkningen. Det är emellertid viktigt att komma ihåg att märkningen bara har marknadsfört under knappt ett år och med ytterst begränsade resurser. Sannolikt är också Naturens Bästas marknadsvärde avsevärt större, eftersom många arrangörer inte är medvetna om den trafik som den gemensamma webbplatsen vidarebefordrar till deras egna hemsidor. Oavsett detta, blir slutsatsen av företagets svar att utrymmet för att höja märkningsavgiften är begränsat.

Målet på totalt 200 godkända arrangörer tillsammans med välmotiverade höjningar skulle innebära att märkningsavgiften årligen inbringar minst en miljon kronor.

Dessutom tillkommer ytterligare intäkter i samband med kurser och nya ansökningar.

Under de närmaste åren bör vi undersöka förutsättningarna för gemensamma avtal med försäkringsbolag, liksom kollektiva lösningar kring resegarantilagen. Dessa förslag skulle kunna spara pengar för arrangörerna, vilket i sin tur skulle motivera höjningar av avgiften.

Naturens Bästa kan bli en vital del i svensk turismpolitik

Utan anslagna pengar från offentliga myndigheter hade varken Naturens Bästa kommit till eller uppbyggnadsfasen blivit genomförd.

Från Ekoturismföreningens sida förespråkar vi inga omfattande subventioner till landets turismnäring, men menar att stat och offentliga myndigheter bör spela en genomtänkt roll för att stimulera en näring som gynnar hela Sverige. De viktigaste skälen för detta är;

- ✓ Redan idag investeras stora summor skattepengar i svensk turism. Flera åtgärder är bra och konkurrensneutrala, som exempelvis kommunala turistbyråer och en del regionala samarbeten. Samtidigt saknas det inte exempel på satsningar som hindrar privata entreprenörer eller där pengar används mindre klokt i kortlivade regionala satsningar. Här efterlyser vi mer genomtänkta, långsiktiga och nationella satsningar.
- ✓ Turism skiljer sig på flera vis mot vanlig produktionsverksamhet. Ett särdrag är att produktens olika delar (resa, bo, äta och göra) ofta är spridd på flera aktörer. Det är därför vanligt att transportörer, hotell, livsmedelskedjor och bensinbolag lägger beslag på merparten av turistens pengar. Den som arrangerar själva upplevelsen och är målet för resan får däremot nöja sig med en mindre del. Denna snedfördelning bör givetvis resenäringen själv ta ansvar för att rätta till. I väntan på att den processen kommer igång, vore det emellertid intressant att diskutera vilket ansvar offentliga myndigheter och statliga bolag med anknytning till turism har på detta område.
- ✓ Det finns och kommer alltid att finnas skillnader mellan storstäder och glesbygd. Krav på absolut rättvisa är därför knappast meningsfullt. Det kan dock finnas skäl att reflektera över i vilken mån offentliga bidrag och subventioner till storstädernas museer och offentliga attraktioner i semestertider snedvrider konkurrensen mellan stad och landsbygd.
- ✓ Under lång tid har staten, främst via medel till Sveriges Rese- och Turistråd, tagit ett övergripande ansvar för bilden av Sverige på en internationell resemarknad. Ett ständigt problem är dock att denna marknadsföring riskerar att snedvrider konkurrensen genom att några få aktörer premieras eller genom att bara företag med egna finansiella muskler kan delta i satsningarna. En annan risk är att marknadsföringen blir för generell och att vi bara

lockar med allemansrätt, rena sjöar, billigt sportfiske och tysta skogar. Sådana satsningar lär vara en del i förklaringen till att exempelvis många tyska turister vant sig vid att spendera relativt lite pengar i Sverige. Här finns också exempel på organiserad kanot- och vandringsturism där i stort sett allt köps i det egna hemlandet, medan värdlandet Sverige får nöja sig med bensinpengar och koldioxidutsläpp. Omfattningen av denna turism är ganska okänd, och vår information baseras på spridda kommentarer från arrangörer runt om i Sverige.

- ✓ Sist, men inte minst, behöver Sverige profilstarka reseprodukter. Givetvis har Göta kanal eller Icehotel inte bara gynnat något enskilt företag. Det är attraktioner som placerar Sverige på världskartan och gynnar hela landet. Naturens Bästa har via flera av sina karismatiska arrangörer goda förutsättningar att bli ytterligare ett profilstarkt argument för att besöka Sverige.

Vår uppfattning är därför att Naturens Bästa är en nationell satsning av strategisk betydelse för hela Sverige, och som har förutsättningarna att utveckla svensk naturturism utan att snedvrیدا konkurrensen mellan olika aktörer. Dessutom har Ekoturismföreningen under de senaste åren byggt upp en unik kompetens och kunskapsbank, som är en värdefull resurs för olika regionala och lokala satsningar.

En märkning mogen för en stabilare administrativ struktur

Under uppbyggnaden av Naturens Bästa har fokus legat på utåtriktat arbete mot resenäringen i stort, intresserade arrangörer och framtida kundgrupper.

Vi har försökt använda oss av den bästa kompetensen runt om i landet, och medvetet skjutit behovet av ett gemensamt kansli, ett samlat arkiv och administrativa rutiner framför oss.

Tanken har varit att investeringar i kontor och utrustning har varit av underordnad betydelse, innan vi ens vet om märkningen kommer att efterfrågas.

Idag är situationen en annan. Märkningen fyller en funktion, och vi kan konstatera att delegering av arbetsuppgifter försvåras och behovet växer av att ha merparten av administrationen samlad på ett ställe.

Inför en kommande offensiv expansionsperiod vore det därför önskvärt att samla märkningens och Ekoturismföreningens administration i ett gemensamt kansli. Något som skulle rationalisera vårt arbete och minska sårbarheten i driften av Naturens Bästa.

Samarbetet med övrig turismnäring behöver fördjupas

Sponsorintäkter till Naturens Bästa har tidigare nämnts som ett skäl för att fördjupa samarbetet med övrig turismnäring. Men det finns fler goda argument.

Mycket tyder på att små naturturismarrangörer har en hel del att vinna på strategiska samarbeten med transportörer och hotell. Idag väljer många små entreprenörer att göra allt eller det mesta helt själv, vilket ibland innebär att inte allt hela tiden blir professionellt skött. Ett exempel är företagens hantering av bokningar och svar på olika förfrågningar.

Då många arrangörer tillbringar sin mesta vakna tid ute i skog och mark, blir detta ofta försenat eller inte bra utfört. Något som i sin tur resulterar i uteblivna bokningar. Här finns möjligheter att utveckla lösningar med exempelvis det lokala hotellet till ömsesidig nytta. Andra samarbetsområden kan vara inköp och tillredning av mat, bokföring, juridiska spörsmål och försäkringar.

Ur ett exportperspektiv är det också viktigt att utveckla förmågan att knyta samman olika mindre produkter till större sammansatta paket med boende, resor, mat och aktiviteter.

Även här kan Naturens Bästa med sina godkända arrangörer bana ny mark genom att sprida lärdomarna från lyckade samarbeten till övriga delar av naturturismbranschen.

Ett starkt varumärke byggs inte på en kafferast

Att boka dyra arrangemang långt bort, upplevs av många människor som ett riskmoment. Därför väljer resenären ofta resmål och produkt efter journalisternas rekommendationer eller utifrån tips från släkt och vänner. Inom turismen innebär det att årets nöjda kunder genererar nya bokningar först till nästa säsong, vilket i sin tur innebär att förtroendet för Naturens Bästa tar tid att bygga upp.

Trots kort tid och en begränsad marknadsföring har goda resultat uppnåtts, samtidigt som det finns en medvetenhet om att väldigt mycket återstår att göra.

- ✓ De godkända arrangörerna kan bli bättre på att informera om sitt märkta utbud.
- ✓ Märkningen behöver integreras bättre inom den övriga turismnäringen.
- ✓ Länksamarbete med andra webbsidor för transporter, logi och resor är en stor outnyttjad potential.
- ✓ Marknadsföringen mot vissa utvalda kundgrupper behöver utvecklas.
- ✓ Bearbetningen av den internationella resemärknaden har precis inletts.

Sammanfattningsvis visar emellertid uppnådda resultat och framtida möjligheter på en stor utvecklingspotential för Naturens Bästa.

Vem tar ansvar för en näring som behöver utvecklas?

När Naturens Bästa lanserades i februari 2002 fanns en överoptimistisk förhoppning att naturturismbranschen var mer mogen än den i praktiken visade sig vara.

Antalet duktiga arrangörer med färdiga bokningsbara produkter var inte så många.

Hade verkligheten motsvarat förväntningarna, hade arbetet med att samla guldkornen i en gemensam korg gått avsevärt fortare och kostat betydligt mindre.

Istället möttes vi av en naturturismbransch i tillväxt, med motiverade entreprenörer och många nystartade företag, men som behövde kunskap, utbildning och en hel del goda råd.

Naturens Bästa visade sig därför snabbt inte bara vara ett urvalsverktyg, utan i minst lika hög grad ett instrument för att fortbilda, motivera och kompetensutveckla entreprenörer inom svensk naturturism.

Det är också den viktigaste förklaringen till att bortåt 40 procent av alla pengar investerats i information, rådgivning och utbildning till arrangörer runt om i Sverige.

Naturens Bästa kan inte lastas för denna verklighet, men det tvingade oss att anpassa arbetet till den rådande situationen. Märkningen har också ett egenintresse av att kompetens och kunskaper höjs inom naturturismbranschen, så att antalet godkända arrangörer på sikt blir fler. Samtidigt är det relevant att ställa frågan om vem som ska ansvara för kompetensutvecklingen inom svensk naturturism. Tanken bakom Naturens Bästa är att det i första hand är ett urvalsverktyg och en marknadsföringskanal, och även fullt utbyggd lär märkningen knappast själv kunna axla detta utbildningsansvar för hela naturturismbranschen.

En naturlig aktör i detta sammanhang är uppenbart Svenska Ekoturismföreningen, men en ideell förening kan inte på egen hand kompetensutveckla en hel gren inom svensk resenäring. Snarare bör frågan ställas till olika myndigheter, statliga företag och resenäringens stora aktörer om vilken roll de vill och kan spela i detta sammanhang. Naturens Bästa som pionjär, gott exempel och banbrytande märkningssystem bör vara en självklar pusselbit, tillsammans med Ekoturismföreningens nätverk och utbildningskompetens.

Att ändra svenskarnas resvanor tar tid

Flera undersökningar har visat att svenskarnas inställning är att naturupplevelser ska vara gratis och något som bäst fixas på egen hand.

Naturens Bästa är därför delvis pionjär när märkningen presenterar unika märkta arrangemang för flera tusen kronor.

På några års sikt finns det mycket som tyder på att den här typen av naturturism kommer att växa. En trend är att gruppen av ressugna medelålders och pigga pensionärer växer. En annan är att allt fler storstadsmänniskor saknar både tid och kunskap om hur man bäst tar sig ut i naturen. Dessutom hoppas vi att Naturens Bästa kan visa på att många naturupplevelser blir både rikare och roligare tillsammans med lokal guide, ortens typiska mat och genuina möten med platsens människor.

Dessa förändringar tar förstås tid, och omedelbara resultat lär dröja.

Potentialen finns utomlands

Det är påtagligt att märkningens stora kundgrupp finns utanför landets gränser. En utländsk resenär saknar kunskap om Sverige, och är mer benägen att söka garantier för att besöket verkligen blir lyckat. Samma beteende syns när svenskar väljer att åka utomlands.

Att marknadsföra svensk naturturism i en handfull länder ställer dock helt andra och nya krav på marknadsföring, språk, samarbetspartners och genomtänkta strategier.

Här är det påbörjade samarbetet med Sveriges Rese- och Turistråd av fundamental betydelse.

Runt Naturens Bästa behövs det emellertid också egen kompetens kring internationell marknadsföring, och vi bör utvärdera möjligheten att knyta andra strategiskt intressanta och internationellt gångbara aktörer till märkningen.

Världsnaturfonden WWF är en tänkbara sådan partner, men förmodligen inte den enda.

Naturskydd och turism - partnerskap till ömsesidig nytta

Sverige kan stoltsera med 28 nationalparker och mer än 2 600 naturreservat. Under 2005 kommer totalt 1 800 miljoner kronor att investeras i att bevara landets biologiska mångfald. Merparten av dessa pengar, runt 770 miljoner, går till inköp av nya naturreservat².

Dessutom tillkommer ett antal miljoner kronor till nyanlagda våtmarker och restaurering av hagmarker och slåtterängar, som Statens Jordbruksverk betalar ut via Miljö- och landsbygdsprogrammet.

Allt detta är utmärkt och skapar goda förutsättningar för mer och bättre ekoturism.

Utifrån våra erfarenheter med Naturens Bästa är vi emellertid övertygade om att dessa satsningar skulle nå bättre lokal förankring och inte minst bli långsiktigt hållbara, om de knöts samman med insatser för att främja ekoturism i dessa värdefulla områden.

Både ur ett naturskyddsperspektiv och ur nationalekonomisk synvinkel kan dessa insatser möta en större acceptans om de blir synonyma med jobb i glesbygd, kvalitetsupplevelser och en källa till svenska exportintäkter.

Ett bra exempel på dessa utmaningar och möjligheter är den turism, som kan skapas kring de av riksdagens beslutade nationella rovdjursstammarna.

² Källa Naturvårdsverkets webbsida - www.naturvardsverket.se

Internationella samarbeten - både hot och möjlighet

Tidigare har det stora internationella intresse som Naturens Bästa rönt utanför Sverige redovisats. Att nå ut i internationella kretsar lockar och erbjuder möjligheter.

Under de senaste åren har problemet varit att Ekoturismföreningen saknat tid och resurser för att analysera vilka samarbeten som i första hand bör prioriteras. Dessutom vill vi gärna undvika att delta i projekt som bäst liknas vid internationella pratkvävar där arbetet bland entreprenörer mals sönder av akademiska kvasidiskussioner.

Det bästa hade troligen varit att Naturens Bästa fick ytterligare några år på sig för att verkligen få fäste och utvecklas i Sverige, men det är inte Svenska Ekoturismföreningen som ensam sätter den dagordningen. Därför behövs någon form av strategi och analys för att kunna ta ställning till vilka samarbeten som Naturens Bästa bör ingå i.

En slutsats bör vara att det redan ska finnas nationella ekoturismföreningar eller åtminstone tydliga ambitioner att utveckla sådana i de olika samarbetsländerna.

Det vore också till fördel om redan etablerade internationella organisationer som WWF eller The International Ecotourism Society kan delta i samarbetet.

Förmodligen skulle även framgångarna bli större om ett första samarbete begränsas till det nordiska närområdet, och/eller sker tillsammans med starka systerorganisationer som exempelvis AWRTA (The Alaska Wilderness Recreation & Tourism Association) i Alaska.

Per Jiborn
Märkningsansvarig för Naturens Bästa