

Arbeidsbok for bærekraftspilotene

ARENA

Innovativ Fjordturisme

FORORD	3
1. BAKGRUNN	4
<u>OM PROSJEKTET</u>	4
<u>ARENA-PILOTENE BÆREKRAFT</u>	5
<u>FORMÅL MED ARBEIDSBOKA</u>	6
<u>DISPONERING AV ARBEIDSBOKEN</u>	7
2. BÆREKRAFTIG REISELIV	8
<u>HVA ER MILJØSTYRING</u>	8
MILJØTILSTAND, MILJØPÅVIRKNING OG RETNINGSANALYSE	8
260 ULIKE MILJØORDNINGER	9
<u>HVA SKAL VI STYRE ETTER - BÆREKRAFTIG UTVIKLING OG GEOTURISME</u>	9
TRIPLE BOTTOM LINE	10
DEN TREDELTE BÆREKRAFTSUTFORDRINGEN I REISELIVET	11
LOKAL OG GLOBAL DIMENSJON	12
<u>ULIKE SERTIFISERINGSORDNINGER</u>	13
MILJØARBEID – ULIKE TYPER OG ULIKE MOTIV	15
ERFARINGER MED SERTIFISERINGSORDNINGER	18
MILJØFYRTÅRN	18
ISO 14001	19
SVANE	20
DEBIO	21
ØKOTURISME	22
IKKE-SERTIFISERTE	24
<u>INDIKATORER</u>	24
VALG AV INDIKATORER	26
UNDERSØK VIRKSOMHETEN	26
VELG OMRÅDE OG PROSEDYRE	27
TILPASSEDE INDIKATORER	27
LANGSIKTIG FOKUS	28
GJENNOMFØRBARE TEMA	28
INTEGRERING I STYRINGSPROSESSEN	29
EN PÅGÅENDE PROSESS	29
FORSLAG PÅ TEMAOMRÅDER	31
3. PRAKSIS	33
<u>HVEM ER DU?</u>	33
<u>HVA ØNSKER DU Å KUNNE BRUKE ET STYRINGSSYSTEM TIL?</u>	33
<u>HVORDAN ER TILGANGEN TIL INFORMASJON OG DATA I DAG?</u>	34
<u>HVA ØNSKER DERE AT ET STYRINGSSYSTEM SKAL KUNNE PRODUSERE RENT KONKRET?</u>	34
<u>HVILKE FORVENTNINGER HAR DERE TIL Å DELTA I ARENA-PROSESSEN?</u>	34
SPØRSMÅL PÅ FØRSTE SAMLING	35

LITTERATUR	36
VEDLEGG	39
HISTORIEN BAK BÆREKRAFTIG REISELIV	39
FNS INTERNASJONALE ÅR FOR ØKOTURISME	39
<u>MILJØKRAV TIL/FRA MILJØOPERATØRER</u>	40
STAR TOUR	40
TUMLARE	41
<u>ERFARINGER FRA INTERNASJONALE ORDNINGER I INDIKATORUTVIKLING</u>	41
<u>WHISTLER - EN SUKSESSHISTORIE VI KAN LÆRE AV?</u>	42
ECOCERTIFICATION	43
CERTIFICATION FOR SUSTAINABLE TOURISM	43
NATURENS BÄSTE	44
PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO EM TURISMO SUSTENTÁVEL	44
THE GREEN TOURISM BUSINESS SCHEME	44
GREEN GLOBE	44
DEN GRØNNE NØGEL/ THE GREEN KEY	45
THE BLUE FLAG	45
ECO-ROUTE OG ECO-DESTINET	45
AGORA	45
MILJØLEDELSESSYSTEM	46

Forord

Formålet med denne arbeidsboken er å hjelpe Arena-pilotene i utprøvingen av miljøstyringssystemer. Utprøvningsfasen vil foregå over en periode på ca ett år. I første omgang vil dette være et arbeidsredskap i Arena-prosjektets første fase. Samtidig er arbeidsboken tenkt som en foreløpig versjon av noe som etter hvert skal bli en håndbok. En slik håndbok må også sees i sammenheng med tilsvarende prosess i Innovasjon Norge (IN) sin satsing ”Bærekraftig Reiseliv 2015”. Resultatet av IN sin satsing – og da også med innspill fra vårt prosjekt - skal forhåpentligvis bli en papir- og nettbasert ”Håndbok i bærekraftig reiseliv” som bl.a. er ment å beskrive generelle og bransjespesifikke områder/metoder for arbeid med bærekraft og valg og bruk av miljøstyrings- og sertifiseringssystemer.

Arbeidsboken skal gi et grunnlag for de utvalgte pilotene i Arena Innovativ Fjorturisme - i dialog med Forskningscenteret for bærekraftig Reiseliv - å komme frem til fremgangsmåte i selve utprøvingen av miljøstyringssystemer. Vi må bli enige om (1) hvilke deler av virksomheten som skal omfattes av prosessen; og (2) hvordan selve miljøstyringssystemet skal bygges opp og fungere. Dette skal vi komme til enighet om i løpet av *oppstartmøtet* i Bergen og i Nord-Norge i juni.

Vi forutsetter at prosjektdeltakerne går gjennom arbeidsboken i *forkant* av oppstartmøtet og at dere tar den med når vi møtes. Bruk arbeidsboka til å notere i; den er ment som nettopp en *arbeidsbok*! Gjennom plenumsdiskusjoner skal vi så komme frem til enighet i forhold til de ulike problemstillinger og spørsmål som er stilt i arbeidsboken.

Omfanget på arbeidsboken er relativt stort. Dette skyldes en omfattende teoretisk diskusjon sammen med mer praktiske perspektiver og eksempler som til sammen er ment å skape et reflekterende utgangspunkt for deltakerne. I tillegg vil dette være et utgangspunkt for den håndbok som prosjektet skal ende opp med og som vil være vesentlig mer konkret og presis i sin tilnærming.

Sogndal

Mai 2009

Prosjektleder

Ståle Brandshaug

Prosjektmedarbeider

Carlo Aall, Frida Ekström, Agnes Brudvik Engeset, Hanna Storm & Marte Lange Vik

1. Bakgrunn

Om prosjektet

Bærekraftig reiseliv er ett av tre hovedmål i regjeringens strategi for norsk reiseliv fra 2007, *Verdifulle opplevelser*. Gjennom prosjektet Arena Innovativ Fjordturisme og ARENA Innovative Opplevelser (2008-2010) er reiselivsbedrifter og destinasjonsselskaper inviterte til å være med å utvikle og teste et praktisk verktøy for å operasjonalisere innholdet i prinsipper for bærekraftig reiseliv og geoturismebegrepet. Arena-programmet er en felles satsing mellom Innovasjon Norge, Norges forskingsråd og SIVA. Programmets mål er å øke verdiskapningen i regionale næringsmiljøer gjennom å styrke samspillet mellom næringsaktører, kunnskapsaktører og det offentlige.

Forskingscenteret for bærekraftig reiseliv i Sogndal har fått i oppdrag å løse denne delen av ARENA Innovativ Fjordturisme-prosjektet. Forskingscenteret er et samarbeid mellom Vestlandsforskning og Høgskulen i Sogn og Fjordane med ambisjoner om å være det sentrale forskningsmiljøet på bærekraftig reiseliv i Norge. Senteret arrangerer en årlig konferanse i Balestrand om bærekraftig reiseliv med deltakere fra reiselivsnæringen og myndighetene. Konferansen blir arrangert i samarbeid med Innovasjon Norge og ulike forskningsmiljø, nasjonalt og internasjonalt.

Prosjektets målsetting er å bidra til å utvikle hvordan aktørene kan jobbe mer målrettet med bærekraft i praksis. Vi vil fokusere på miljømessig bærekraft, men vil kople dette til økonomiske forhold (lokal verdiskaping) og sosiokulturelle forhold (samspillet med lokalsamfunnet). Vi ønsker også å komme med anbefalinger knyttet til valg og bruk av miljøsertifiserings- og styringssystem (f.eks. Miljøfyrtårn, ISO 14001, Økoturisme m.fl.). Vi er opptatt av å samle inn erfaringer fra utprøving av – i hovedsak – eksisterende systemer. Vi ønsker derfor ikke å bruke mye ressurser på å utvikle nye systemer fra grunnen av. I den grad prosjektet skal utvikle noe nytt vil det være tilpasninger og supplement til eksisterende systemer.

Erfaringene skal inngå som en del av Innovasjon Norge sitt arbeid med en håndbok i bærekraftig reiseliv. Boken skal brukes av alle former for reiselivsbedrifter.

Prosjektets målsetting er å vise helt konkret hvordan bedriftene kan bygge inn hensynet til bærekraftig reiseliv og geoturisme i sin daglige virksomhet. Dette for:

Å styrke kvaliteten på den *interne styringen* av bedrifter og destinasjonsselskaper som ønsker å arbeide med bærekraftig utvikling, og da spesielt for:

å styrke beslutningsgrunnlaget der bedriftene må ta stilling til konflikter mellom hensynet til bærekraftig utvikling og andre hensyn, som økonomiske hensyn

å styrke muligheten til å avdekke vinn-vinn muligheter til miljøforbedringer også kan innebære styrking av bedriftenes økonomi

Å styrke kvaliteten på den *eksterne informasjonen* fra bedrifter og destinasjonsselskaper som ønsker å arbeide med bærekraftig utvikling. Dette kan være informasjon til:

Offentlige myndigheter (jf kravet i aksjeloven om å informere om hvordan bedriften påvirker det ytre miljøet)

Andre bedrifter (jf krav fra andre reiselivsbedrifter til underleverandører om å dokumentere sin miljøinnsats)

Kunder (jf at enkelte kundegrupper etterspør miljøsertifiserte produkter)

Å styrke kunnskapen i omverdenen (myndigheter, bransjeorganisasjoner, andre) om hvordan norsk reiseliv arbeider med å støtte opp om målet om en bærekraftig utvikling, som i neste omgang er et viktig input i å bygge merkevaren om Norge som et bærekraftig ferieland

ARENA-prosjektet er koblet til *Sustainable Destination Norway 2025* som er et nasjonalt forskningsprosjekt på bærekraftig reiseliv som er styrt av Vestlandsforskning og knyttet til den nye, nasjonale reiselivsstrategien ”Verdifulle opplevelser”), Innovasjon Norge sitt nasjonale bærekraftprosjekt, *Bærekraftig reiseliv 2015*, og kvalitetssikringsprosjektet knyttet til Nærøyfjorden verdensarvområde i indre Sogn, *KSR-prosjektet*. Forskningscenteret i Sogndal er knyttet direkte til alle disse fire prosjektene og vil sørge for samkjøring og overføringsverdi mellom prosjektene.

ARENA-pilotene bærekraft

Prosjektet skal omfatte to nivå: bedrifter og destinasjoner. Destinasjoner er imidlertid avgrenset til destinasjonsselskap. Prosjektet i seg selv legger derfor ikke direkte opp til for eksempel å involvere kommuner eller andre i og for seg relevante aktører på regionalt nivå i denne omgangen.

Inviterte piloter i prosjektet er et utvalg av bedrifter og destinasjonsselskaper fra reiselivsnæringen i Fjord-Norge og i Nord-Norge. Pilotene vil i dialog med fagmiljøet velge ut aktuelle områder der man ønsker å jobbe med måling og tilpasning av bærekraft i perioden fra nå av og frem til april 2010.

Forskningscenteret vil fungere som rådgiver underveis, og vil legge opp til en jevnlig dialog med pilotene for å hente ut erfaringer og tilpasse arbeidet hos hver enkelt pilot.

Tematurisme	Contrast Adventure (Møre og Romsdal) Voss Fjellandsby Myrkdalen (Hordaland) Hvalsafari AS (Nordland) Andøy Friluftsentersenter (Nordland) Kobbelv Vertshus (Nordland) Bergen Base Camp (Hordaland)
Rundreiser	Rødne Fjord Cruise (Rogaland) Fjord Tours (Fjord-Norge) Lofotferga (Nordland)
Destinasjon	Lysefjorden Utvikling (Rogaland) Destinasjon Voss (Hordaland)

Vi forventer at pilotene er villige til å bruke tilstrekkelig tid på å arbeide praktisk med bærekraft fra og med mai 2009 til april 2010. Hovedpunktene i arbeidet blir som følger:

Mai – juni 2009	Pilotene får en ”Arbeidsbok i bærekraftig reiseliv” som utgangspunkt for prosjektet. I dialog med pilotene vil vi komme frem til konkrete måter en skal jobbe med måling og tilpasning av bærekraft frem til april 2010
Juni 09 – april 2010	Egeninnsats: arbeid med måling og tilpasning av bærekraft hos pilotene Vi vil ha jevnlig kontakt med pilotene for rådgiving, måling og tilpasning Vi blir enige om felles samlinger og besøk hos pilotene etter behov
April/mai 2010	Konklusjoner, anbefalinger og erfaringer basert på pilotarbeidet 1. utgave av ”Håndbok i bærekraftig reiseliv” i papir- og nettutgave (nasjonalt forankret på Innovasjon Norge sine nettsider)

Formål med arbeidsboka

Arbeidsboken vil kunne brukes på følgende måte i prosjektet:

- Informere om det faglige utgangspunkt for hele prosjektet
- Være en hjemmelekse før oppstartmøtet
- Til oppstartmøtet forutsetter vi at deltakerne har gått gjennom spørsmålene og svart på disse
- På oppstartseminaret går vi gjennom svarene og diskuterer spørsmål som er uklare og ender opp med en avklaring av mer presist hva hver enkelt bedrift faktisk ønsker å utvikle og prøve ut i prosjektet.

Forslag til måter å bruke arbeidsboken på?	
Forslag på alternative arbeidsmåter i tillegg?	

Disponering av arbeidsboken

Utformingen av arbeidsboken vil bidra til en arbeidsprosess, og er derfor inndelt i to arbeidsområder; en venstrekolonne med innholdstekst og en høyrekolonne med spørsmål som er ment å 1) hjelpe leseren til å forstå og tenke gjennom teksten, og 2) få leseren til å ta stilling til spørsmål som er nødvendig for å avklare mer spesifikt hva leserens bedrift skal prøve ut i Arena-prosjektet.

2. Bærekraftig Reiseliv

Hva er miljøstyring

Ut fra de systemene som faktisk er utviklet og delvis tatt i bruk kan vi i alle fall skille mellom to kategorier av overordnede miljøstyringssystemer:

- Systemer for beskrivelse av lokal *miljøtilstand* (tilstanden i miljøet lokalt) eller lokal *miljøpåvirkning* (hvordan man lokalt påvirker miljøet i positiv og/eller negativ retning).
- Systemer for beskrivelse av *utviklingsretning* – såkalte *retningsanalyser*.

Miljøtilstand, miljøpåvirkning og retningsanalyse

Den første kategorien er strengt tatt ikke et *styringssystem*, i den forstand at det sjelden ligger noen formelle føringer i retning av styring i denne typen systemer. I mange tilfeller kan det også synes som nettopp *fraværet* av elementet ”styring” er karakteristisk for mange av de systemene som faktisk er tatt i bruk for beskrivelsen av den lokale miljøtilstanden eller miljøprofilen.

Eksempler på styringssystemer på dette området varierer stort i metodisk tilnærming; fra enkle sjekklister over hvilke tema som bør omhandles til avanserte indikator- og ”grønne regnskapssystemer”:

1. ”Sjekklister” med tema som kan omtales
2. Enkle naturvitenskapelig orienterte miljøindikatoroppsett for beskrivelse av miljøtilstanden
3. Noe mer avanserte og samfunnsfaglig orienterte miljøindikatoroppsett for beskrivelse av både miljøtilstanden og miljøpåvirkningen fra ulike aktiviteter i samfunnet
4. Avanserte miljøindikatoroppsett som forsøker å fange opp årsak-virkningsforhold når det gjelder miljøpåvirkning, miljøtilstand og miljøtiltak
5. Ulike grader av sofistikerte *bærekraft*indikatorer der poenget er å ta med en sosial dimensjon i tillegg til ”tradisjonelle” miljøindikatorer

Det er en glidende overgang mellom de indikatorbaserte systemene vi har omtalt over og det vi omtaler som ”*retningsanalyse*”. Også her er det i stor grad indikatorbaserte systemet. Poenget er at systemene på den ene siden gjerne metodisk sett er mer ”raffinerte”, samtidig som de også ofte presenterer resultater med en lavere detaljeringsgrad – og derfor er egnet mer for å beskrive en utviklingsretning enn en ”nøyaktig” miljøtilstand; derav betegnelsen ”retningsanalyse”.

Denne formen for systemer er også gjerne i større grad eksplisitt knyttet opp til ”bærekraftig utvikling” enn de før omtalte indikatorbaserte systemene.

260 ulike miljøordninger

Tall fra 2002 viser at det var om lag 260 ulike frivillige initiativ verden over som skal vise til miljøinitiativ. Disse dekker alt fra økomerking, benchmarking, utdeling av årlige priser etc. Mer enn 100 av initiativene er miljømerker for turisme, vertskap og økoturisme (Bendell and Font 2004; Haaland and Aas 2006). I 2006 var det i følge Crabtree og Black (2007) 80 sertifiseringsordninger innen økoturisme på verdensbasis. Tall fra WTO viser at 2/3 av alle økomerker er etablert og driftet av privatbaserte turistorganisasjoner og NGO'er, mens 1/3 er utviklet av offentlige etater og organisasjoner (Haaland and Aas 2006). *Utfordringen for alle programmer eller merker, uavhengig om de er produkt-, aktør- eller destinasjonsorienterte, er at den store mengden av ulike programmer bidrar til å utvanne betydningen av dem.* Allerede i 1995 sendte UNEP ut en advarsel om at for mange "codes of conduct" er like farlige som for få, og at å øke antall av slike initiativ kan resultere i forvirring heller enn handling (Bendell and Font 2004).

I mengden av ulike kvalitets- og økomerker er det vanskelig å få en god oversikt over de forskjellige programmene og deres innhold. Noen programmer har imidlertid større utbredelse enn andre og er dermed også mer internasjonalt anerkjente (Bendell and Font 2004).

Hva skal vi styre etter - bærekraftig utvikling og geoturisme

<p>Hvor kommer begrepet bærekraft i fra? For å forstå en dypere forståelse av bærekraftig reiseliv, kan gå tilbake til 1987. Det året ble Brundtlandrapporten publisert med bærekraftig utvikling som et <i>politisk mål</i>. I følge rapporten er bærekraftig utvikling en "<i>utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov og sikre grunnleggende behov for alle i dag og for all fremtid</i>". Dette er med andre ord en beskrivelse av ønsket utviklingsretning, et globalt sosialt ansvar. I kjølvannet av rapporten oppstod en eksplosjonsartet interesse for temaet, rapporten har hatt enorm innflytelse og er blitt et referansepunkt for en hver debatt om hva bærekraftig utvikling bør inneholde. I ettertid oppstod det mange diskusjoner om</p>	<p>Hvordan sikrer vi et minstekrav om bærekraft?</p>
--	--

<p>begrepet, men det finnes ingen entydig definisjon i dag som det er bred oppslutning om. Likevel enes forskere om to karakteristiske trekk:</p> <p>1) Økologisk bærekraft – opprettholde sentrale økosystem. 2) Sosial bærekraft – globalt (alle i dag) og over tid (mellom generasjonene) har lik rett til å få dekket grunnleggende behov. Dette er også Norges offisielle definisjon, nedfelt i Stortingsmeldingen nr 58 (1996-1997):</p> <p><i>Bærekraftig utvikling må bygge på velferdsperspektivet, det økologiske perspektivet og generasjonsperspektivet. Et bærekraftig reiseliv går dermed utover målsettingen om økonomisk bærekraft. En turistbedrift kan også etterstrebe en miljømessig og sosial bærekraft.</i></p>	
---	--

Triple bottom line

<p>I 1994 ble et annet sentralt begrep lansert, <i>triple bottom line (TBL)</i>, som representerer tre sentrale tema innen bærekraftig reiseliv. Briten John Elkington skapte begrepet for å få næringslivet til å engasjere seg i temaet bærekraft. Han tok utgangspunkt i det eksisterende begrepet ”bottom line” (økonomisk overskudd), definerte deretter den eksisterende sosiale bevegelsen i næringslivet som den andre bottom line (hensyn til arbeidsretter ol). Til slutt la han til miljømessig bærekraft som en tredje bottom line. I etterkant oppstod en perspektivforskyvning som har påvirket både forskere og politikere i omtalen av bærekraftbegrepet. For Elkington var bærekraftig utvikling knytt til den tredje bottom line, men i ny betydning er bærekraft nå alle tre bunnlinjene: økonomi, sosial og miljø bærekraft.</p>	<p>Refleksjoner</p>
--	----------------------------

Den tredelte bærekraftsutfordringen i reiselivet

<p>Reiselivet kan både sees som problem, offer og som løsning på bærekraftutfordringen.</p> <p>Reiselivet som del av problemet handler om at reiselivet utøver en stor belastning på klimaet. For eksempel fører person- eller varetransport til store utslipp av klimagasser. På andre områder er reiselivet offer for utviklingen gjennom for eksempel tap av urørt natur, snø- og ismelting og ekstremvær. Reiselivet kan også være en del av løsningen ved å innføre et mer bærekraftig reiseliv. En hypotese går ut på at vi er mer åpne for å lære oss en mer miljøvennlig praksis på fritiden enn i hverdagslivet. Holdningene som vi erverver oss på fritiden, kan vi ta med oss tilbake til hverdagslivet. Det kan med andre ord være et stort potensial for lære mer om miljøvennlig oppførsel på fritidsarenaen. (Høyer og Aall 1997: Miljø- og bærekraftindikatorer.)</p>	<p>Hvilke utfordringer vil din bedrift ha, sett fra den tredelte bærekraftsutfordringen?</p>
---	---

I 2004 definerte Verdens Turismeorganisasjon (UNWTO) bærekraftig reiseliv i form av 3 hovedmål:

1) Bevaring av natur, kultur og miljø, 2) Styrking av sosiale verdier og 3) Økonomisk levedyktighet.

Områdene var også utgangspunktet da Innovasjon Norge og NHO 4 år senere utformet 10 prinsipp for et bærekraftig reiseliv:

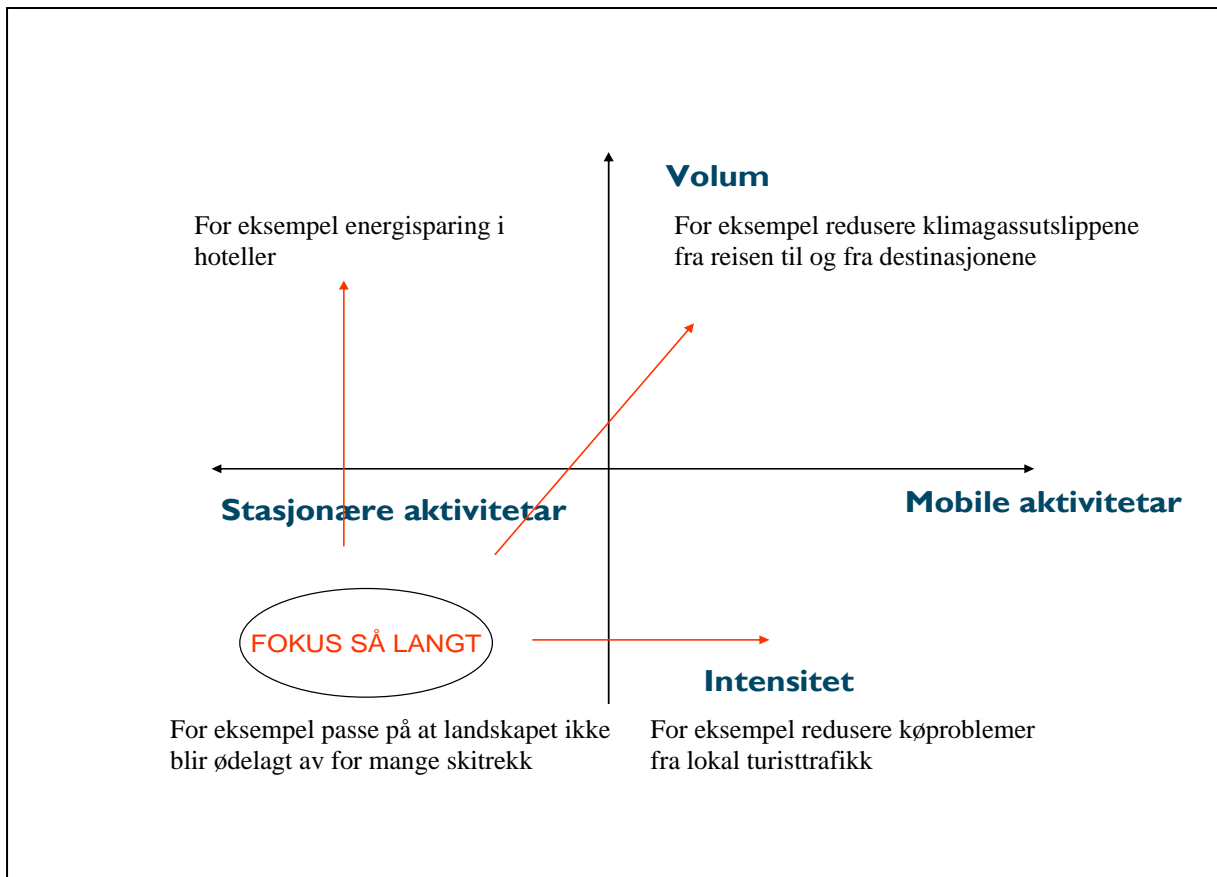
<p>Bevaring av natur, kultur og miljø</p>	<p>Styrking av sosiale verdier</p>	<p>Økonomisk levedyktighet</p>
<p>1. Kulturell rikdom</p> <p>2. Landskapets fysiske og visuelle integritet</p> <p>3. Biologisk mangfold</p> <p>4. Rent miljø og ressurseffektivitet</p>	<p>5. Lokal livskvalitet og sosial verdiskapning</p> <p>6. Lokal kontroll og engasjement</p> <p>7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte</p> <p>8. Gjestetilfredshet og trygghet; opplevelseskvalitet</p>	<p>9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskapning</p> <p>10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter</p>

I ettertid har UNWTO også lagt til klima som et fjerde hovedmål for bærekraftig reiseliv. I modellen ovenfor kommer klima under området Bevaring av natur, kultur og miljø.

<p>Gjennom ARENA-pilotene skal vi også forsøke å operasjonalisere begrepet <i>geoturisme</i>, som defineres av National Geographic Society (2005) som ”Reiseliv som ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart – miljø, kultur, estetikk, kulturarv – og som kommer et lokalsamfunn til gode”. Definisjonen av geoturisme er operasjonalisert i et charter med 13 punkt. Det nye i geoturismebegrepet sett i forhold til bærekraftig reiseliv, er altså å ivareta et steds <i>lokale egenart</i> eller ”sense of place”. Dette kan innebære en større grad av lokalsamfunnsorientering (i tillegg til bedriftsfokusering) enn det som har vært den dominerende tilnærmingen i debatten omkring bærekraftig reiseliv. Både geoturisme og TBL er knytt opp til bærekraftig reiseliv som en samfunnsmessig overbygning.</p>	<p>Hva er den lokale egenarten til den plassen der din virksomhet er lokalisert?</p>
---	--

Lokal og global dimensjon

Reiselivsnæringen grep fatt i temaet bærekraftig utvikling i 1980-årene, og modellen under viser oss hvor innsatsen har vært rettet. Satsingen har vært størst på stedbundne aktiviteter som gir lokale resultat., for eksempel miljøproblem knytt til transport innenfor et geografisk avgrenset område, et såkalt intensitetsperspektiv. Et volumperspektiv på turisme og miljø vil være å for eksempel å se på et totalt transportvolum uavhengig av geografiske grenser. Et volumperspektiv på transportsiden av reiselivet vil dermed være et steg i retning av et mer bærekraftig reiseliv.



Ulike sertifiseringsordninger

Siden begynnelsen på 90-tallet har det kommet mange sertifiseringsprogram med standarder for bærekraft. Turisme har fulgt etter utviklingen i andre industrier som har relativt godt etablerte sertifiseringsprogrammer, som innenfor skog og fiskeri. Økt interesse for bærekraftig turisme har kommet sammen med beskyldninger om grønnvasking og tiltak for å løse dette. Tilnæringer varierer fra den lysegrønne som handler mer om turismeutvikling og tilfredshet blant turister og operatører, til den mørkegrønne som tar mer hensyn til føre-var-prinsippet og bæreevne. Mangelen på metoder for å sikre bærekraftig utvikling i turismen har ført til en stor øking av ”codes of conduct”, veiledere, priser og miljømerkinger (Font 2002b). Sertifisering har vært en metode for å tydeliggjøre og operasjonalisere definisjoner av

Hvilket bilde synes du en sertifisering gir (alternativt bør gi)?

bærekraftig turisme, samtidig som de søker å forbedre prestasjon og påvirke markeder. Fordelene med dette verktøyet er at det får fokus på gode eksempler og oppmuntrer frivillige forbedringer, men har også mange ulemper, som at de ikke er effektive og like lett tilgjengelige for alle (Haaland and Aas 2006). Et stort problem for markedet er at det finnes et hav av ulike sertifiseringsordninger og ulike metoder (Font 2002a). Sertifiseringsordningers popularitet er noe av grunnen til at mange ordninger ikke har lykkes som en seriøs mekanisme for å heve kvaliteten (Black and Crabtree 2007; Font and Harris 2004). Det eksisterer så mange av varierende type og kvalitet at det skaper forvirring hos kundene og dermed får en redusert markedsføringseffekt (Black and Crabtree 2007).

Reiselivsbransjen består av et mangfold av produkter og aktører på ulike nivå. Dette gjør både intern organisering og sertifisering vanskelig. Dette gjør også at enkelte merkings- og sertifiseringsprogrammer fokuserer på produkt, mens andre fokuserer på bedrift eller selskap. Turistbransjen har også vært dårlig til å orientere seg mot bærekraftig drift, blant annet fordi bærekraft har vært dårlig definert rent praktisk og vanskelig å operasjonalisere (Haaland and Aas 2006).

De fleste sertifiseringsprogrammene er ment å oppmuntre organisasjoner til å møte standarder som er mer enn hva som er nasjonalt lovpålagt (Font 2002a). Men for å vurdere om prinsippene for bærekraftig turisme, geoturisme eller økoturisme blir oppnådd må man ha en viss

<p>kontroll av prestasjon. Man må derfor ha metoder som måling, overvåking benchmarking, rapportering, indikatorer, evaluering eller revisjon. Troverdigheten til det kvalitetssikringsverktøyet man bruker avhenger av å ha slike metoder (Black and Crabtree 2007).</p>	
---	--

Miljøarbeid – ulike typer og ulike motiv

Det finnes to hovedtyper sertifiseringsprogram. På den ene siden har vi prosessbaserte sertifiseringer og på den andre siden har vi prestasjonsbaserte sertifiseringer. *Prosessbaserte sertifiseringer* omtales til daglig som miljøstyringssystem. Miljøstyring er et verktøy for virksomheter som ønsker å systematisere sitt miljøarbeid, sette seg mål og dokumentere at målene er nådd. Sertifiseringen kan brukes til å kommunisere et forpliktende miljøengasjement til kunder og brukere. Slike ordninger omfatter vanligvis disse elementene:

- Kartlegging av miljøpåvirkning
- Etablering av miljøpolitikk for virksomheten
- Miljøforbedringsprogram for virksomheten med mål, tidsfrister og kontinuerlig forbedring
- Styringssystem med prosedyrer, rapporteringsrutiner og ansvar

Prosessbaserte sertifiseringer stiller store krav til den enkelte bedriften. *Prestasjonsbaserte sertifiseringer* omtales vanligvis som miljømerking, og disse er ment å gi en enkel veiledning til forbrukere og innkjøpere av varer og tjenester. Disse sertifiseringene omfatter vanligvis:

Et sett eksklusive miljøkrav som blir jevnlig skjerpet

Offisielle merker med tredjeparts verifikasjon

Grunnlaget for merkingen er miljøpåvirkning fra “vugge-til-grav” eller ”vugge-til-disk”, og omfatter således kriterier/indikatorer over produktet sitt livsløp.

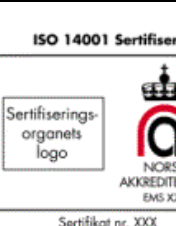



På bakgrunn av dette kan vi si at bedrifter velger ulike miljøsertifiseringer basert på ulike motiv; de vil arbeide med kontinuerlig forbedring gjennom styring av virksomheten, eller de vil ta i bruk ulike miljøindikatorer. Dette er to ulike måter å arbeide med miljøarbeid på.

En spesiell type program er rettet mot sertifisering av bærekraftig turisme, og her fokuserer programmet på både miljømessige, sosioøkonomiske og økonomiske sider ved virksomheten. En målsetning er å redusere negative effekter av bedriftens virksomhet både utad og internt. Dette betyr effekter på for eksempel lokalsamfunn og fysisk miljø. Disse programmene er ofte *resultatorienterte* og har krav om å oppfylle spesifikke mål, men består ofte av en blanding av prosess- og prestasjonsmål. En annen kategori av sertifiseringsprogram omfatter virksomheter og produkter innen økoturisme, som for eksempel Norsk Økoturisme. Denne typen fokuserer på intern virksomhet og

berørte interessegrupper. Standardene er oftest utformet i forhold til område eller region, og har et større aspekt utover miljømessige, da de blant annet stiller krav til virksomhetens bidrag til lokalsamfunnet. Forskjellen mellom sertifiseringsprogram rettet mot bærekraftig turisme og økoturisme er små, men går på vekting av eksterne og interne effekter av virksomheten. I økoturisme legges det i tillegg mer vekt på driftens bidrag til bevaring av natur- og kulturmiljø, til lokalsamfunnet og læringsaspektet.

Utover disse to måtene og motivene for å arbeide med miljø er det et tredje motiv, som gjør seg gjeldende uansett hvilken type sertifisering man velger. Nesten alle virksomhetene fra undersøkelsen sier at de har valgt å sertifisere seg på grunn av den økte markedsføringsverdien det innebærer. Dagens kunder blir i større og større grad miljøbevisste forbrukere som etterspør miljøriktige produkt og – tjenester. Derfor blir det viktig for bedriftene å kommunisere sin miljøprofil ut til potensielle kunder, uansett hvor de er i verden. Ulike sertifiseringer har ulik kjennskap og gjennomslagskraft i ulike land. Hvilken type sertifiseringer en bedrift velger, kan derfor også henge sammen med i hvilket land bedriften ønsker å markedsføre seg.

Tabellen under viser en skjematisk oversikt over hvilke krav som blir stilt i ulike sertifiseringer, hvor de er kjent, og hvilke kategori de tilhører¹:

Innhold	 ISO 14001	 Miljøfyrtårn	 Debio/ Ø-merket	 Svane-merket	 EU-blomsten	 EMAS	 Norsk økoturisme
Kategori	Prosessbasert Miljøstyring	Kombinasjon	Prestasjonsbasert Miljøstyring	Prestasjonsbasert Miljømerking	Prestasjonsbasert Miljømerking	Prosessbasert Miljøstyring	Kombinasjon
Hva blir sertifisert?	Virksomheten	Virksomheten	Næringsmiddel-produkt og prosess	Forbrukerprodukt og tjenester	Forbrukerprodukt og tjeneste	Virksomheten	Virksomheten
Krav til miljøforbedring	Kontinuerlig	Ved nye krav	Ved nye krav	Ved nye krav	Ved nye krav	Kontinuerlig	Ved nye krav
Fornyelse av sertifikat	1-3 år	3 år	3-5 år	3-5 år	3-5 år	1-3 år	3 år
Hvor er merket kjent?	Internasjonalt	Norge	Norge	Norden	Europa	Europa	Norge
Krav til miljønivå over myndighetskrav før sertifisering?	Nei	Ja	Ja	Ja	Ja	Nei	Ja
Krav om miljøinformasjonen	Ingen krav	Miljørapport til kommunen	Merking av produkt	Merking av produkt	Merking av produkt	Verifisert miljørapport til offentligheten	Merking av produkt

¹ Kjelde: <http://www.grip.no/miljoledelse/sertifisering/Sertifisering.mht!Sertifisering-filer/slide0001.htm>

I tabellen over er Norsk Økoturisme tatt med. Dette er av hensyn til sammenligningen som blir gjort i tabellen. Denne sertifiseringsordningen er likevel i en egen klasse. Som nevnt i forrige kapittel finnes det en spesiell type program som retter seg inn mot bærekraftig turisme. Norsk Økoturisme er en av disse sertifiseringene og er laget spesielt for reiselivsnæringen. Ordningen inkluderer derfor et bredere sett med indikatorer enn de andre sertifiseringene, som er rene miljøsertifiseringer.

Erfaringer med sertifiseringsordninger

Høsten 2008 har det vært gjennomført en kvalitativ undersøkelse blant virksomheter tilknyttet reiselivet. Målet for undersøkelsen var å kartlegge erfaringer med bruk av ulike sertifiseringsordninger. Ordningene som var inkluderte i undersøkelsen var Miljøfyrtårn, ISO 14001, Svane, Debio og Økoturisme. Undersøkelsen inkluderte både virksomheter som er, eller har vært sertifiserte, og virksomheter som aldri har vært sertifiserte. Til sammen ble 11 bedrifter intervjuet, i tillegg til eierne av de ulike ordningene. Når det gjeld svarprosent på de innledende skrivingene som ble sendt ut, tilsvarer disse 11 ca. 60 %. Svarprosenten blant de usertifiserte bedriftene var nede i 33%, mens de sertifiserte bedriftene hadde en svarprosent på 78 %.

I dette avsnittet vil vi kort presentere funnene fra denne undersøkelsen. Før vi sier litt om de ulike ordningene hver for seg, skal vi innlede med noen generelle inntrykk som er tydelige, uavhengig av de ulike sertifiseringsordningene. Det blir understreket fra flere at spesielt miljøsertifiseringer er aktuelt og viktig for markedsføringsverdien til bedriftene. Mange av de som ble intervjuet ga uttrykk for at det var vanskelig å kommunisere bedriften sin miljøprofil ut til kundene, og at ved å miljøsertifisere seg, fikk man tydeliggjort både dette arbeidet og bedriften sterkere ut til potensielle kunder. Videre ser vi at mange av bedriftene har hatt eller er i kontakt med og/eller innom flere av ordningene. Ut av dette kan vi lese at mange av ordningene ikke er tilstrekkelige i seg selv, men at de sammen kan utfylle og forsterke hverandre.

Miljøfyrtårn²

Miljøfyrtårn opplever en økende interesse for sitt produkt. Flere og flere kommuner blir tilsluttet nettverket, og tallet på sertifiserte bedrifter vokser. Ordningen er lagt opp som et "lavterskeltilbud" og for mange er det et enkelt sted å starte. I våre samtaler med brukerne av miljøfyrtårnordningen var det to aspekt som ble diskutert av brukerne. Det første handlet om

Er denne ordningen interessant å bruke i din bedrift? Hvorfor/hvorfor ikke?

² <http://www.miljofyrtarn.no>

<p>desentraliseringen av organisasjonen rundt Miljøfyrtårn. På den ene siden ble kommunens rolle i sertifiseringen oppfattet som positiv. Med andre ord er nærheten til de som sertifiserer en positiv faktor for virksomhetene, så vel som denne ordningen. Men på den andre siden blir det også nevnt av noen av de som sertifiserer at den desentraliserte strukturen gjør at ordningen blir praktisert litt ulikt i ulike kommuner, avhengig av hvem som står for sertifiseringen. Det er naturlig at skjønn blir praktisert i større grad når det er et større antall konsulenter. Det andre aspektet som blir nevnt handler om hva ordningen omfatter. Som nevnt er Miljøfyrtårn et enkelt sted å starte, og i våre samtaler blir det lagt vekt på at ordningen fungerer godt for å sette ting i system. Mange av elementene som er krevd for å bli sertifisert, har sammenheng med eksisterende lovverk som arbeidsmiljøloven og HMS-arbeidet i virksomhetene. Miljøfyrtårn kan i så måte oppfattes som et slags ryddeverktøy for å få på plass gode rutiner for miljøarbeid. På den negative siden blir det likevel nevnt at Miljøfyrtårn er en for bred ordning, og at det, til tross for ulike krav for ulike bransjer, ikke er nok muligheter for spissing og tilpasning til ulike bedrifter sine behov.</p>	
---	--

ISO 14001³

<p>ISO 14001 blir ofte sammenlignet med Miljøfyrtårn. Som vi skal se i neste kapittel, er disse ordningene del av den samme familien, og derfor er en slik sammenligning naturlig. På samme måte som Miljøfyrtårn er ISO 14001 en</p>	<p>Er denne ordningen interessant å bruke i din bedrift? Hvorfor/hvorfor ikke?</p>
---	---

³ <http://www.dnv.no/sertifisering/systemsertifisering/miljo/ISO14001.asp>

<p>ordning som omfatter flere bransjer, og som opererer med spesifikke krav for hver bransje. Sammenlignet med Miljøfyrtårn, er ISO 14001 bedre kjent internasjonalt. Ordningen har likevel hatt liten utbredelse i reiselivsnæringen i Norge. Nå er noen enkeltbedrifter og en hotellkjede (Choice) i gang med å ISO-sertifisere seg. På grunn av at ingen har blitt sertifisert mens undersøkelsen ble utført, er det ikke grunnlag for å innhente erfaringer fra brukere av denne ordningen. Vi har likevel snakket med noen av de som er i ferd med å gjennomgå sertifiseringsprosessen med ISO 14001. Det som blir fremhevet som bakgrunn for hvorfor disse bedriftene velger ISO 14001, er at dette er en streng ordning, med krav til kontinuerlig forbedring. En virksomhet nevner at ISO har fått kritikk for at det ikke er noen absolutte krav som må oppfylles før sertifisering, slik at alle kan sertifiseres, uansett hvilket nivå de ligger på i miljøarbeidet. Men samtidig blir det understreket at det er svært motiverende at enkelte virksomheter alltid konkurrerer med seg seg om å bli bedre.</p>	
---	--

Svane⁴

<p>Svane er en annen kategori sertifisering enn Miljøfyrtårn og ISO 14001. Mens ISO og Miljøfyrtårn griper inn i hele styringssystemet for sertifiserte virksomheter, har Svanemerkingen mer konkrete krav til forbruk i virksomhetene. Ellers blir Svanemerkingen omtalt som produktmerking, altså at enkeltprodukt (f.eks. tørkepapir og vaskemiddel) oppnår Svanemerking, og Svanemerking av</p>	<p>Er denne ordningen interessant å bruke i din bedrift? Hvorfor/hvorfor ikke?</p>
---	---

⁴ <http://www.ecolabel.no>

<p>reiselivsvirksomheter krever derfor at disse virksomhetene i stor grad benytter Svanemerkede produkt i sin drift. Denne ordningen blir kommentert i våre intervju. Virksomheter opplever det som positivt at de som storforbrukere har større mulighet til å påvirke sine leverandører av f.eks. renholdsprodukt når de selv er Svanemerket. Når det gjelder negative erfaringer med Svanemerket, har ikke de vi har snakket med av Svanesertifiserte reiselivsbedrifter konkrete eksempler å komme med. Dette kan ha sammenheng med at dette er en sertifiseringsordning som i mindre grad enn de over, påvirker rutiner og driften i virksomheten, uten at dette er bekreftet av noen.</p>	
---	--

Debio⁵

<p>Debio er, slik som Svane, også hovedsaklig produktmerking. Debiomerket blir gitt til produkt som blir fremstilt økologisk. Dette dreier seg i stor grad om landbruksprodukt, men også om f.eks. fisk.. Utover dette har Debiomerket også mulighet til å merke en del prosesser som blir godkjente som økologiske. Reiselivsbedrifter kan godkjennes i to trinn, både for å ha rett til å merke økologiske varer de serverer, og for å ha rett til å fremstille økologiske matretter. Vi har snakket med bedrifter som har ulike godkjenningsnivå. I våre intervju blir det understreket at det er svært positivt for bedriftene å kunne synliggjøre de økologiske varene de tilbyr på f.eks. en frokostbuffet. I tillegg til dette er det en bedrift som understreker at det har blitt lettere å bruke lokale råvarer etter at de ble</p>	<p>Er denne ordningen interessant å bruke i din bedrift? Hvorfor/hvorfor ikke?</p>
--	---

⁵ <http://www.debio.no>

Debio-godkjente. Dette blir forklart med at det er større tilgang på lokale økologiske produkter, mens tilgangen på økologiske produkt fra nasjonale leverandører er blitt dårligere. Dette siste punktet blir trukket frem som negativt med ordningen, at det er vanskelig å få til en endring til økologisk meny. På den andre siden blir det altså fremhevet som positivt for nærmiljøet og for følelsen av å være på et spesielt sted at en kan bruke flere lokale råvarer i serveringen.

Økoturisme⁶

Økoturisme er den eneste sertifisering som er rettet utelukkende inn mot reiselivsbedrifter. Prosessen frem mot spesifikasjonen av kravene som ligger til grunn for økoturismesertifisering av bedrifter i dag, ble utarbeidet i samråd med flere ulike pilotbedrifter gjennom to år. Ordningen er relativt ny, de første bedriftene ble sertifiserte i mai 2008. I dag omfatter ordningen ti bedrifter i ulike deler av landet. Økoturisme er også den mest omfattende godkjenningsordningen for reiselivsnæringen i Norge i dag, og ordningen griper inn i hele virksomheten til bedriftene. Av den grunn finner vi flest små aktivitetsbedrifter som er økoturismesertifiserte. Det er et gjennomgående trekk at disse bedriftene har valgt nettopp denne ordningen på grunn av en ideologisk overbevisning om så sporeløs ferdsel som mulig, og det er nettopp den helhetlige tilnærmingen som blir understreket som denne ordningen sitt sterkeste kort. Likevel er ikke alle helt fornøyde med alt innenfor denne ordningen. Det første punktet som blir trukket frem som negativt er at

Er denne ordningen interessant å bruke i din bedrift? Hvorfor/hvorfor ikke?

⁶ <http://www.ecotourismnorway.org>

<p>eierne av ordningen, tideligere GRIP, nå Innovasjon Norge, viser for liten vilje til å markedsføre de sertifiserte bedriftene samlet. Videre blir det understreket at noen bedrifter synes det er vanskelig å måtte kutte oversjøisk markedsføring, siden dette utgjør en stor del av det totale markedet. Det er med andre ord to element ved markedsføringsbiten som er vanskelig med denne ordningen. I tillegg til dette legger en bedrift vekt på at det er negativt med sterke restriksjoner på hvem bedriften kan samarbeide med. Mange små reiselivsbedrifter er avhengige av sine nettverk for å kunne nå ut til kunder, og dette blir vanskelig når Økoturismesertifiseringen legger bånd på hvilke bedrifter man kan ha denne typen samarbeid med.</p>	
--	--

Tabellen under viser en kort og stikkordsmessig oppsummering av sterke og svake sider ved ordningene

	Sterke sider	Svake sider
Miljøfyrtårn	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunen har en aktiv rolle - Bra å få sett ting i system 	<ul style="list-style-type: none"> - Desentralisert struktur gjør at det blir styrt litt etter skjønn - For lite spissing for individuelle bedrifter sine behov
ISO 14001	<ul style="list-style-type: none"> - Strengere system - Mulighet for alltid å bli bedre - Konkurransen mot seg selv 	<i>Ingen som har blitt sertifiserte ennå</i>
Svane	<ul style="list-style-type: none"> - Lettere å påvirke underleverandører 	<i>Ingen konkrete</i>
Debio	<ul style="list-style-type: none"> - Å kunne tydeliggjøre at varer er økologiske - Lettere å bruke lokale råvarer 	<ul style="list-style-type: none"> - Dårlig tilgang til økologiske produkter
Økoturisme	<ul style="list-style-type: none"> - Helhetlig tilnærming 	<ul style="list-style-type: none"> - Manglende satsing på markedsføring - Usikkerhet rundt forholdet til internasjonal markedsføring - Restriksjoner på hvem man kan ha i sitt nettverk

Ikke-sertifiserte

I tillegg til å ha snakket med bedrifter som er eller har vært med i ulike sertifiseringsordninger har vi også snakket med bedrifter som ikke er sertifiserte, for å høre om bakgrunnen for at de ikke velger å bli med i miljøsertifiseringsordninger. I disse samtalene fant vi ut at mange som ennå ikke er sertifiserte er i gang med å søke om godkjenning hos forskjellige ordninger. Men av de som ikke er i gang med dette arbeidet er det tre argument som blir trukket frem. Alle disse argumentene har en sammenheng. For det første blir det sagt at det er uholdbart at miljømerking er en frivillig ordning, og at det må bli en felles obligatorisk ordning for alle reiselivsbedrifter. Begrunnelsen er at en frivillig ordning er lett å bruke bare som et "skall" for å grønnvaske virksomheten sin og for å bedre markedsverdien. Argumentet er derfor at en må finne andre og bedre alternativ. Det siste argumentet er at bedriftene opplever seg som bedre enn hva de eksisterende miljømerkene kan fange opp. Ut av dette kan vi lese at miljøarbeidet også blir vektlagt i ikke-sertifiserte bedrifter, men noen bedrifter finner delvis gode grunner for ikke å sertifisere seg gjennom dagens ordninger.

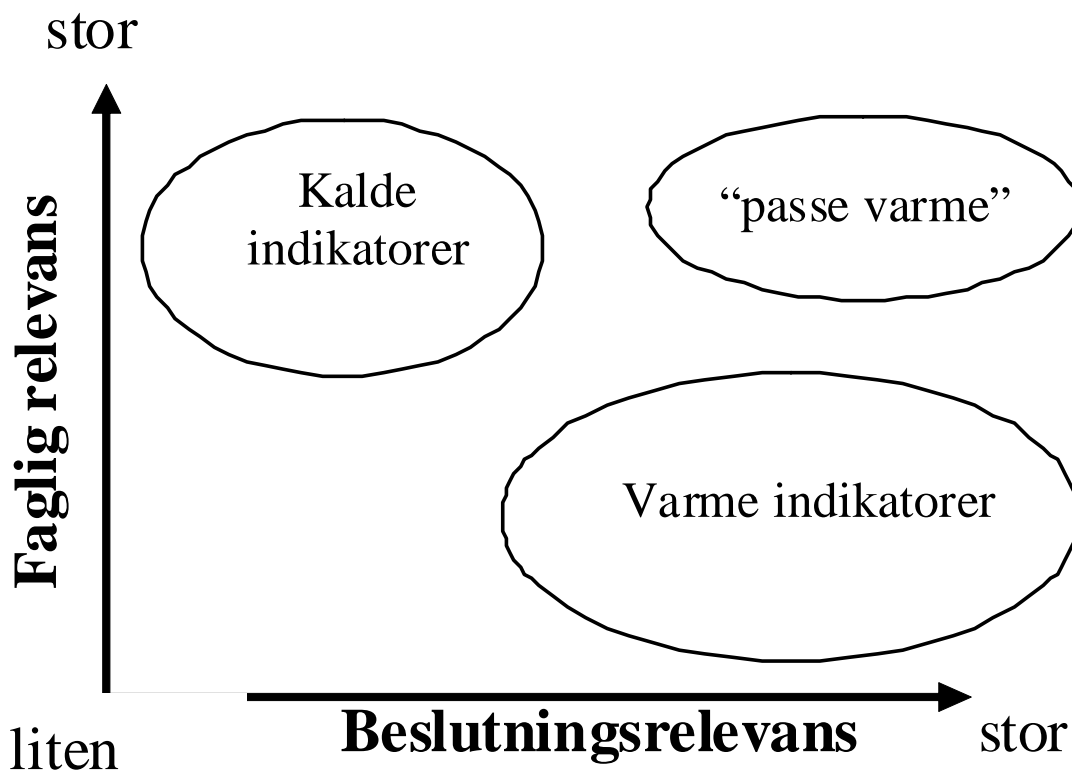
Til slutt er det verdt å nevne at et flertall av de vi snakket med, omtalte GRIP på en eller annen måte i løpet av intervjuet. Dette understreker at GRIP har hatt en viktig rolle for miljøarbeidet i reiselivsnæringen i Norge. Det kan bli en utfordring å fylle den rollen som GRIP har hatt.

Indikatorer

Indikatorer møter vi overalt i det moderne samfunnet, fra indekser på børsen til uttrykk for vår helsetilstand. "De utarbeides av alle slags aktører, fra myndigheter og organisasjoner, til konsulenter og forskningsinstitusjoner (...) Det er marked, nesten for en industri å regne. "Men historien viser oss at det ikke blir mer bærekraft av flere indikatorer (...). Indikatorene er bare et verktøy. Det hjelper ikke å utvikle dem, de må brukes" (Høyer, Lafferty (red.) og Aall 2002).

<p>Ordet indikator kommer fra verbet indikere som betyr "å anwise, angi". Indikatorer har vært brukt for å beskrive økonomiske, sosiale og miljømessige sammenhenger. Også i utviklingen av et bærekraftig reiseliv har man også tatt i bruk indikatorer. I ARENA-prosjektet skal pilotene teste indikatorer som blir utviklet i en dialog mellom Forskingsenteret og pilotene. I utvelgelsen av indikatorer er utfordringen å finne indikatorer som er "passe varme". Dersom indikatorene skal formidle informasjon, må de</p>	<p>Hvilke forhold ved din bedrift ønsker du å skulle si noe om?</p>
---	---

være nøyaktige, men informasjonen må også skape resonans for målgruppen. Det vil si at målgruppa må forstå informasjonen og bli motivert til å handle. ”Kalde” indikatorer er ofte faglig litt for tunge og detaljerte til å appellere til brukene. De ”varme” indikatorene som får god respons hos brukerne kan bli for faglig upresise. Målet er å finne en gylden middelvei, altså ”passe varme indikatorer”:



Tidlig på 1990-tallet ble den såkalte ”påvirkningstilstand-respons indikatormodellen” – på engelsk forkortet PSR-modellen (pressure, state, response) lansert. Menneskelig aktivitet påvirker miljøet på forskjellige måter gjennom utslipp og andre aktiviteter, og dette gjenspeiles i endret kvalitet og kvantitet av naturressurser (tilstand).

Hvilke forhold ved din bedrift kan være eks på de passe varme indikatorene å si noe om, dvs hva vil være forståelig og samtidig ha en relevans for kundene?

<p>Samfunnets respons for å hindre disse endringene eller utbedre miljøskader utgjør det tredje leddet i PSR-kjeden. Modellen er imidlertid svært komplisert og blir omtalt som en kald indikator. I stedet trekker vi frem en tredeling som dømme på en passe varm indikatormodell.</p>	
--	--

Valg av indikatorer

FNs kommisjon for bærekraftig utvikling sier at indikatorer skal være forståelige, realiserbare, velbegrunnet, begrenset i antall, dekke bredt og avhengig av data som er lett tilgjengelig. Ovenfor kundene må informasjonen være troverdig og pålitelig, samtidig som den er klar og forståelig (Black and Crabtree 2007).

Undersøk virksomheten

<p>Det aller første steget innebærer en fase med undersøking og organisering.</p> <p>Destinasjonen/virksomheten skal beskrives og defineres, samt definere den langsiktige visjonen. Videre skal man identifisere hvilket marked man ønsker, og hva som er de største verdiene og risiko forbundet med turisme. I denne prosessen bør relevante aktører involveres gjennom deltagende prosesser. Det kan for eksempel være relevant å jobbe sammen med myndighetene og frivillige organisasjoner for å sikre en tilnærming som er fordelaktig for alle. Dette er viktig i utviklingsprosessen, men også for videre samarbeid og overvåkingsprosessen. Alle bør ikke involveres på en gang, men det bør være bred representativitet av ulike aktører i prosessen. I økoturisme er det spesielt viktig å involvere lokalbefolkningen (Black and Crabtree 2007; Twining-Ward and Butler 2002; White et al. 2006).</p>	<p>Destinasjon/virksomhet</p> <p>Aktuelt marked?</p> <p>Samarbeidspartnere i utviklingsprosessen.</p>
--	---

<p>Før prosessen med å velge indikatorer starter, bør det vurderes om det er noen begrensninger i for eksempel tid, areal eller ressurser. Man bør bestemme hvem som er målgruppen, og hvem som skal stå for innsamling og analysering. Hvor mange indikatorer er relevant å operere med, og hvor komplekse bør de være (Black and Crabtree 2007; Twining-Ward and Butler 2002)?</p>	<p>Ev begrensninger i tid, areal og ressurser. Ansvarlige for innsamling og analyse.</p>
--	--

Velg område og prosedyre

<p>I neste omgang kan man velge hvilke saker og spørsmål som prioriteres. Kriterier for valg av indikatorer bør være basert på målene for bærekraftighet som aktørene har vært med på å definere. Videre bør man vurdere tilgjengelige datakilder og aktuelle indikatorer. Det er for eksempel viktig å sørge for at data er samlet på en konsekvent og egnet måte, og at data bør også kunne bli anvendt av andre. Man bør videre vurdere prosedyrene for å gjennomføre datainnsamling, overvåking, analyser, evaluering av resultater og hvordan resultatene skal kommuniseres (Black and Crabtree 2007).</p>	<p>Prioriterte saker og spørsmål. Hvordan resultater kan kommuniseres.</p>
---	---

Tilpassede indikatorer

<p>Mange har kommet med anbefalinger om at indikatorer og løsninger bør velges ut i forhold til lokale forhold, og tilpasses stedet. Indikatorene bør inkludere lokal kunnskap og fokusere på problem som de lokale aktørene peker på, samt tilpasses brukergrupper og aktørers prioriteringer. Tilpassede indikatorer er mer egnet enn universelle indikatorer. Indikatorer må bli valgt fordi de passer forholdene i lokalmiljøet, ikke fordi noen andre bruker de (Black and Crabtree 2007; Tsaur et al. 2006; White et al. 2006).</p>	<p>Inkluderende indikatorer for hele lokalsamfunnet, hvilke?</p>
---	--

Langsiktig fokus

<p>Indikatorer er videre anbefalt å ha et langsiktig fokus, kunne vise trender og være sammenlignbare over tid eller mellom destinasjoner eller bedrifter. Indikatorer bør også kunne beskrive system i stedet for enkeltfaktorer, og kunne fungere som en tidlig advarsel slik at tiltak kan settes inn i tide. Til dette trenger man tverrfaglig informasjon som for eksempel om sammenhengen mellom turisme og miljø, økonomi, økologi og kultur. Det behøves blant annet indikatorer som øker kunnskapen om den komplekse sammenhengen mellom menneskelige og natursystem (Black and Crabtree 2007; Tsaur et al. 2006).</p>	<p>Hvordan ha et langsiktig fokus?</p>
---	--

Gjennomførbare tema

<p>Samtidig som at indikatorene må være relevante for temaet som er valgt, må det være gjennomførbart å kunne finne og analysere den nødvendige informasjonen. Det kan være utfordrende å finne de rette indikatorene. Noen steder er det ikke mulig å fremskaffe et omfattende sett med indikatorer, og mange indikatorer kan være så komplekse at de er vanskelige å ta i bruk. Ofte er det komplekse spørsmål og prosesser, men samtidig som indikatorene må være relevante, må de samtidig være meningsfulle og mulig å bruke for de fleste. I stedet for å prøve å finne den perfekte indikatoren, må man i praksis finne den som er mest anvendbar i forhold til situasjonen og målsetningen. Indikatorer bør være enkle og praktiske å bruke. Man bør ikke prøve finne opp hjulet på nytt, men evaluere eksisterende system</p>	<p>Realistiske målsettinger</p>
--	---------------------------------

for å innhente data for å se hvordan de kan bli anvendt. (Black and Crabtree 2007; White et al. 2006).

Integrering i styringsprosessen

Det er viktig at indikatorene blir integrert i styringsprosessene for å forbedre planlegging og utvikling, i stedet for at det bare er et verktøy for sammenligning. Ofte fokuserer evaluering og overvåking mer på hva man skal måle i stedet for hvordan man skal bruke resultatene til å gjøre turismen mer bærekraftig. Det er også viktig at resultatene bør kommuniseres på en måte som er forståelig for målgruppen (Black and Crabtree 2007; Haaland and Aas 2006; White et al. 2006).

Hvordan få nye indikatorer integrert i en eksisterende styringsprosess?

En pågående prosess

Mange påpeker at indikatorutvikling er en pågående prosess, ikke en lineær. Det å utvikle riktige indikatorer er bare en del av arbeidet, den store utfordringen ligger i å bruke resultatene til bærekraftig utvikling. Det er derfor viktig å jevnlig evaluere om indikatorene er relevante for destinasjonens og målgruppens behov, og hvordan dette integreres i eksisterende informasjons- og styringssystem. Det kan for eksempel også være nyttig å samle inn data fra andre modeller og sammenligne indikatorer og prosesser. Prosessen bør være en måte å forbedre effekter av turisme, ikke som et produkt i seg selv. Fleksible, læringsbaserte tilnærminger som utvikles over tid kan bli tilpasset og forbedret ettersom ny kunnskap kommer til. Det bør i fra starten planlegges hvordan resultatene fra overvåkingen vil bli brukt for å forbedre

Hvordan bruke resultatene til stadig forbedring

styringsprosessen. (Black and Crabtree 2007).

White et. al (2006) viser til en inndeling med fem ulike kategorier for rammeverk der indikatorer blir benyttet; *i*) ytelsesbasert i forhold til samfunn, økonomi og miljø, uten at det er knyttet til spesielle mål, *ii*) målbasert med indikatorer som relateres til mål om bærekraft *iii*) sektorielle som er tilpasset et spesielt styringssystem, *iv*) tematisk basert i forhold til å reagere raskt på aktuelle spørsmål, uten å nødvendigvis ta hensyn til langsiktige effekter og *v*) kausale rammeverk som tar for seg dagens tilstand, påvirkninger og effekter (White et al. 2006).

Forslag på temaområder

Valget av relevante indikatorer må gjøres i samarbeid med den aktuelle piloten. Vi ønsker å presentere et utkast med eksempler på anbefalte temaer som vi tror kan være nyttige å se på. I et møte med piloten vil vi se på temaene og diskutere om disse er relevante tema/problemstillinger. I løpet av denne prosessen må det også avklares hva piloten ønsker å bruke måleresultatene til.

Hovedtema	Undertema	Bedrift/destinasjon: transport servering overnatting aktivitet markedsføring	Omland
Lokal egenart og stedsidentitet	Mat - lokal mat - økologisk mat Kulturelle aktiviteter Byggeskikk Suvenirer		
Klima	Transport Energiforbruk Forbruk av varer og tjenester		
Energi	Stasjonær Mobil		
Bio mangfold	Urørt natur Kulturlandskap Sjeldne naturtyper Sjeldne arter		
Lokale miljøproblem	Støy Estetikk Utslipp til lokale resipienter		

Er dette relevante temaer? Hvorfor/hvorfor ikke?

Ev. hva savner du?

3. Praksis

De nedenstående spørsmålene blir også sendt til pilotene med e-post, og skal besvares elektronisk i forkant av første samling i mai 2009.

Hvem er du?

Beskriv virksomheten:

type aktivitet/produkt:

omsetning/lønnsomhet:

antall ansatte:

antall gjester og målgruppe:

målsettinger:

ev. samarbeidspartnere:

nåværende styringssystemer (dvs på hvilken måte styrer du bedriften din?)

Hva ønsker du å kunne bruke et styringssystem til?

Informere utad – eks datagrunnlag til årsmeldinger, reklamemateriell, formell sertifisering

Eller:

Informere internt – og være til hjelp i bedriftens interne beslutninger, beslutningsstøtte- eks i daglig innkjøp og/eller investeringer, energieffektivisering

Hvordan er tilgangen til informasjon og data i dag?

Er dataene tilgjengelig i dag eller må de innhentes? (eks over energiforbruk, avfallsmengde, andel lokalt verdiskaping, biomangfold, arealbruk kulturlandskap, støynivå, energibruk til transport, andel lokalmat)

Hva ønsker dere at et styringssystem skal kunne produsere rent konkret?

(indikatorer, årsrapporter mm)

Hvilke forventninger har dere til å delta i ARENA-prosessen?

Spørsmål på første samling

Formålet med denne undersøkelsen er å kartlegge status i virksomhetens bruk av miljøstyring, hente inn synspunkter på hvilke typer miljøstyringssystemer virksomheten ønsker å ta i bruk og kartlegge mulige hindringer for økt bruk av miljøstyringssystemer.

<p>Brukes noen typer av styringssystemer på miljøområdet eller andre områder i virksomheten i dag?</p> <p>Hvilke og hvordan</p>	
<p>Er det noe du ønsker å forbedre ifht ev bruk av styringssystemer?</p>	
<p>Hva opplever du som hindringer for å ta i bruk miljøstyringssystemer?</p>	
<p>Hvilke muligheter gir bruken av miljøstyringssystemer?</p> <p>Til bedriften</p> <p>Til omlandet, lokalsamfunnet</p>	
<p>Forventninger til å delta i prosessen?</p>	

Litteratur

Agora. (2008). *Agora – Network Sustainable Tourism Developmen in the Baltic Sea Region*. Available at: <http://www.yepat.uni-greifswald.de/agora/index.php?id=59> (accessed: 10.09.2008).

Bendell, J. & Font, X. (2004). Which tourism rules? Green standards and GATS. *Annals of Tourism Research*, 31 (1): 139-156.

Black, R. & Crabtree, A. (2007). *Quality assurance and certification in ecotourism*. Wallingford, CABI. xxxix, 516 p.

Buckley, R. (2003). Environmental Inputs and Outputs in Ecotourism: Geotourism with a Positive Triple Bottom Line? *Journal of Ecotourism*, 2 (1): 76-82.

Department for Culture Media and Sports. (2002). *Measuring Sustainable Tourism at the Local Level*. Available at: http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4786.aspx.

Department for Culture Media and Sports. (2006). National Sustainable Tourism Indicators. Available at: <http://www.culture.gov.uk/images/publications/NationalSustainableTourismIndicators.pdf>.

Earthcheck. (2008). Available at: <http://www.earthcheck.org/> (accessed: 17.06.08).

ECO-DESTINET. (2008). *The Project*. Available at: <http://www.ecoroute.eu/destinet/project.php?id=1> (accessed: 13.08.2008).

Farsari, Y. (2001). Sustainable tourism indicators for Mediterreanean established destinations. *Tourism Today*, 1.

Font, X. (2002a). Certification Systems and Standards in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 869-971.

Font, X. (2002b). Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects. *Tourism Management*, 23 (3): 197-205.

Font, X. & Harris, C. (2004). Rethinking standards from green to sustainable. *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 986-1007.

FORTH. (2008). *The Foundation for Research and Technology* Available at: <http://www.forth.gr/index.php?l=e>.

GRIP. (2008). *Utprøving av det danske miljømerket Grønn Nøkkel i Norge*. Available at: <http://www.grip.no/Reiseliv/kompetansebibliotek/Prosjekter/Prosj47.htm> (accessed: 13.08.2008).

- Gössling, S. & Hultman, J. (2006). *Ecotourism in Scandinavia: lessons in theory and practice*. Wallingford, CABI. XII, 211 s. p.
- Hughes, G. (2002). Environmental indicators. *Annals of Tourism Research*, 29 (2): 457-477.
- Haaland, H. & Aas, Ø. (2006). Sertifisering av reiseliv - miljøtiltak eller markedsføring?, 82-426-1695-7. Oslo ; Lillehammer, Norsk institutt for naturforskning. 56 p.
- Laimer, P. & Öhlböck, P. (2004). *Indicators for Measuring the Sustainability of Tourism*. 7th International Forum on Tourism Statistics, Stockholm, Sverige.
- Linster, M. & Michalak, K. (2005). Oecd-China seminar on environmental indicators.
- Manente, M. & Celotto, E. (2004). *From sustainable tourism to decline: how to monitor the risk*
Theme 4: Sustainable Development in Tourism. 7th International Forum on Tourism Statistics, Stockholm, Sweden.
- Naturens Bästa. (2008). *Godkända arrangörer*. Available at: <http://naturensbasta.se/arrangorer/index.asp> (accessed: 13.08.08).
- Norsk økoturisme. (2008). *Norsk økoturisme*. Available at: <http://www.grip.no/okoturisme/> (accessed: 12.09.08).
- Sustour. (2008). *Sustour (EELM)*. Available at: <http://sutour.ier.uni-stuttgart.de/> (accessed: 09.09.08).
- The Blue Flag. (2008). *Blue Flag Programme*. Available at: <http://www.blueflag.org/> (accessed: 13.08.2008).
- The Rainforest Alliance. (2008). *Sustainable Tourism Stewardship Council*. Available at: <http://www.rainforest-alliance.org/tourism.cfm?id=council> (accessed: 09.09.08).
- The VISIT Initiative. (2008). *About this Publication*. Available at: <http://www.ecotrans.org/visit/brochure/en/index.htm> (accessed: 03.09.08).
- TNO Inro. (2002). Early warning system for identifying declining tourist destinations, and preventive best practices.
- TOMM. (2008). *Indicators*. Available at: <http://www.tomm.info/indicators/index.aspx> (accessed: 21.04.2008).
- Tsaur, S. H., Lin, Y. C. & Lin, J. H. (2006). Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism. *Tourism Management*, 27 (4): 640-653.
- Twining-Ward, L. & Butler, R. (2002). Implementing STD on a Small Island: Development and Use of Sustainable Tourism Development Indicators in Samoa. *Journal of sustainable tourism*, 10 (5).

VISIT. (2008). *Mission Statement*. Available at: <http://www.visit21.net/> (accessed: 03.09.2001).

White, V., McCrum, G., Blackstock, K. L. & Scott, A. (2006). Indicators and Sustainable Tourism: Literature review.

Aall, C., Brendehaug, E., Fløtre, T. H., Aarethun, T. & Høyen, K. G. (2003). Næringsmessig potensiale for kvalitetsturisme: en utredning for Miljødepartementet belyst med analyser fra Sogn og Fjordane, 82-428-0231-9. Sogndal, Vestlandsforsking.

Aall, C. & Groven, K. (2004). Institutt for kvalitetsturisme: identifisering av eit kunnskapsfelt. Sogndal, Vestlandsforsking.

Aall, C., Sataøen, H. L. & Weinbach, J. E. (2007). Geoturisme i Sogn og Fjordane og Austerrike. Sogndal, Vestlandsforsking.

Vedlegg

Historien bak Bærekraftig Reiseliv

I 2000 etablerte Verdens Turismeorganisasjon (UNWTO) sammen med UNEP, UNESCO og 15 turoperatører et nettverk for operatører som arbeider sammen for å få bedriftene til å reflektere "best practice", dvs tiltak for å få i stand et bærekraftig reiseliv. Dette året var den første internasjonale konferansen om sertifisering av turismeindustrien, "Ecotourism and Sustainable Tourism Workshop" i New York. Denne hadde deltakere fra flere land, deriblant flere eksperter på økoturisme og sertifiseringsprogrammer. Resultatet var "Principles of Ecotourism and Sustainable Tourism Certification", og "Mohonk-avtalen". Dette var en uformell konsensus som formulerte et felles rammeverk og retningslinjer for bærekraftig turisme og for økoturisme. Denne avtalen har senere vært en prinsipiell referanse til utvikling av bærekraftig turisme og sertifiseringsprogram. Det har blandt annet vært en viktig referanse for WTO sine indikatorer i "A Guidebook for Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations", VISIT standarden og "Baseline Criteria for Sustainable Tourism Certification in the Americas" (Font 2002b; Haaland and Aas 2006). Konferansen i New York førte også til et forslag om et eget sertifiseringsorgan, der hovedformålet skulle være å akkreditere selve sertifiseringsprogrammene. Bakgrunnen var mangelen på tredjepartsevaluering, og det store antallet sertifiseringsorganer som skapte forvirring i markedet. Kriteriene som ble forslått skulle danne grunnlag for "Sustainable Tourism Stewardship Council". Initiativet ble ledet av Regnskogsalliansen, og rapporten med forslaget ble ferdigstilt i 2003. Foreløpig har dette initiativet vist seg å være svært kostbart å gjennomføre, men et resultat har vært opprettelse av det regionale "Sustainable Tourism Certification Network of the Americas" (Font 2002b; Haaland and Aas 2006; The Rainforest Alliance 2008).

FNs internasjonale år for økoturisme

Året 2002 er også viktig for utviklingen av en mer bærekraftig turisme. Dette året var FNs internasjonale år for økoturisme, og det ble et sterkt fokus på økoturisme over hele verden. I regi av UNEP og WTO ble det arrangert en verdenskonferanse om økoturisme i Canada samme år (World Ecotourism Summit), hvor en rekke aktører fra både privat og offentlig sektor deltok. I etterkant er det blitt avholdt en rekke konferanser og arbeidsseminarer hvor hovedfokus nettopp var økoturisme. I de senere år har verdens turismeorganisasjon (WTO) fortsatt å organisere konferanser i ulike deler av verden hvor hovedfokus er samarbeid mellom offentlige og private aktører for sertifisering av turismeaktiviteter (Haaland and Aas 2006).

Miljøkrav til/fra miljøoperatører

I det en bedrift/destinasjon ønsker å sertifisere seg, finnes det trolig forventninger fra kundekretsen og/eller at det stilles krav til ens egen virksomhet. Kan man si at det finnes et motiv til å sertifisere seg, er det noen forventninger til bedriften som bygger opp om at en bedrift skal vise hvordan de jobber? Gjennom Regjeringens Reiselivsstrategi som las frem i desember 2007 ligger det noen forventninger til å få et bærekraftig reiseliv i Norge. Bl.a. sies det her: "Miljøkvalitet blir et stadig viktigere kriterium for valg av reisemål. Skal vi hevde oss i den internasjonale konkurransen, må vi vise at vi tar miljøhensyn på alvor og bruker de beste miljøløsningene. Dagens reiseliv må drives på en måte som ikke forringer ressursene. Forurensende utslipp fra for eksempel transport er en utfordring. Vi må finne og ta i bruk mer miljøvennlige transportløsninger og løsninger for mer miljøvennlig energi." (Regjeringens Reiselivsstrategi. Verdifulle opplevelser. Nasjonal strategi for reiselivsnæringen, NHD, 2007)

Det finnes ikke noen omfattende undersøkelser som sier noe om forventninger eller krav som blir stilt til turoperatører i dag. Dette er et felt der det absolutt bør gjøres mer arbeid. Det vi vet er at det i dag er et stort engasjement for å få til en høyere kvalitet og bedre produkter. I dette inngår ofte kravet om å oppfylle bærekraftige minstestandarder. På Innovasjon Norges sin "kick-off" for å følge opp Regjeringens Reiselivsstrategi "Bærekraftig Reiseliv 2015", på Geilo i november 2008, var næringen samlet. Under samlingen ble det påpekt et stort engasjement fra næringen sin side til å stille krav og levere gode bærekraftige kvalitetsprodukter til kundene. At det er "noe som skjer" er nok veldig mange enig i, sett på regjeringens satsing, og næringens engasjement, men hva slags krav eller forventninger har kundene? Vi har spurt to turoperatører hvilke erfaringer de har.

Star Tour

Lena Petersson i Star Tour sier i en undersøkelse at "våre kunder etterspør i liten grad miljøvennlige produkter". Samtidig sier Peterson at Star Tour "oppmoder sine kunder til å kjøpe lokalproduserte varer, alt fra mat til suvenirer". Kunden stiller altså i svært liten grad krav til reiselivsprodukter generelt og Star Tour krever heller ikke per i dag noe fra kunden. Star Tour hevder imidlertid at de støtter en rekke prosjekter lokalt der de opererer, men sier at det er krevende å skulle stille strengere krav fordi lover og regler er så forskjellige fra plass til plass. Som en stor turoperatør blir standarder utarbeidet sentralt fra hovedkontoret i London som har satt miljø på dagsorden internasjonalt. Nasjonalt gjennomføres mindre prosjekt som for eksempel at "alle våre Blue Village [et miljøtilbud fra Star Tour] i Europa ISO-sertifiseres, likeså vårt flyselskap TUI flynordic. Star Tour er i dag også den eneste turoperatøren som gir kunden mulighet til å betale klimabidrag samtidig som man bestiller sin reise". Star Tour som turoperatør "...tar et ansvar, men den enkelte kunden må også selv ta et ansvar. Vi kan i tillegg til å legge føringer internasjonalt, også gi kunden et konkret alternativ..." sier

Petersson. Hun påpeker også viktigheten av miljømerking, og at det trengs en enda mer tydelig internasjonal sertifiseringsstandard av miljøvennlige alternativer. Det ville gjort det enklere for både turoperatører gjennom markedsføring og for kundene som et hjelpemiddel for å kunne ta de rette valgene, som hun uttrykker det. (BA-oppgave Bærekraftig Reiseliv, 2008)⁷

Oppsummerende mener Star Tour at de kan legge til rette for de riktige valgene, og at kundene selv kan velge. Petersson etterlyser i tillegg synlige og enkle internasjonale symboler gjennom merking som ville hjulpet både kunder og bransjen.

Lena Petersson⁸ påpeker også at det er viktig å begynne med seg selv før man kan sette krav til andre. Hun henviser til kundeundersøkelser som er gjennomført av Star Tour selv, der det fremgår at interessen fra kundene er mindre i dag enn tidligere, og at det kan skyldes dårligere økonomiske tider. For eksempel har andelen som mener at tilbudet de velger bør ha et uttalt miljøengasjement har sunket fra 54 % til 46 %. Hun peker samtidig på at kundene forventer at det er bedriftens ansvar ”å ordne opp”, og at det er forstått som et indirekte krav fra kundene. Hun sier: ”Vi som stor aktør har et stort ansvar, mange følger etter oss”. Hun tror også at det vil komme flere bærekraftige tilbud fra bransjen i fremtiden, men at det også må være en sammenheng mellom tilbud og etterspørsel, det vil si at reiselivsaktører må tilby produkter som kunden finner attraktive. Hun etterlyser flere insentiver fra myndighetene slik at det blir enklere på lenger sikt for hver og en å velge bærekraftige tilbud.

Tumlare

Carl Langstrand hos reiseoperatøren Tumlare⁹ har også merket seg at kundene ikke setter konkrete krav til deres produkt, men at de kanskje forventer at de tilbud som Tumlare har allerede er bærekraftige tilbud, fordi Norge i utgangspunkt forventes å selge naturbaserte opplevelser. Tumlare stiller ingen krav til deres leverandører per dag, men forventer at det vil komme flere krav til dem som operatør i fremtiden. Dette synes Langstrand er en naturlig vei å gå og ønsker å sette sammen pakker som er mer miljøvennlige. Langstrand mener det er viktig å være i forkant av ev. reguleringer, samtidig som han mener at det må til en etterspørsel fra kunden. Han mener det er et nasjonalt ansvar å bevisstgjøre kunden og få dem til å velge et mer bærekraftig alternativ.

Erfaringer fra internasjonale ordninger i indikatorutvikling

Det finnes altså mange forskjellige ordninger. De har blitt brukt innenfor ulike typer næringer og i ulike sammenhenger. Til felles har de ønsket om å synliggjøre innsats på områder som defineres ut

⁷ Undersøkelse gjennomført av to studenter ved Høgskulen i Sogn og Fjordane, BA-oppgave 2008

⁸ Telefonintervju gjennomført med Lena Petersson, Star Tour, 20. mars 2009

⁹ Samtale med Carl Langstrand, Tumlare, den 30. mars 2009

ifra ønsket å forbedre en profil, for eksempel innenfor miljø, avfallsmengde og energibruk. Målet er å synliggjøre innsatsen innenfor bransjen for en selv, og for en kundemasse. Defineringsklargjøres ut ifra et antall variabler, dvs et sett med indikatorer, som er bestemt innenfor en virksomhet. Det vi kan ta lærdom av her er å finne frem til den ordningen som vil definere virksomhetens målsetting best mulig. Vi kan se på ordninger som er i bruk og prøve å finne ut om det er noe som vil passe min bedrift, samtidig som det går an å tenke på hva man savner. Hvilke indikatorer finnes ikke i ovennevnte ordninger og hvilke indikatorer ville hjulpet min bedrift i målsettingen om å bli mer bærekraftig? Vi skal gå videre med å se nærmere på indikatorer, indikatorutvikling og planleggingsverktøy i arbeidet med at som bedrift sette opp sine relevante indikatorer. Først skal vi se nærmere på destinasjonen Whistler i Canada og deres arbeid i omstruktureringen til en bærekraftig destinasjon.

Whistler - en suksesshistorie vi kan lære av?

Whistler er et sted som ofte trekkes frem for å vise til et godt eksempel på destinasjonsnivå som har lykkes i sin bærekraftssatsing. Hvorfor? Kort oppsummert, de har vilje og evne til å uttøve godt samarbeid under sterkt lederskap, samtidig som evnen til å se helheten i en felles satsing har vært til stede. De har lagt frem fem prioriterte arbeidsområder for å utvikle en bærekraftig destinasjon:

- lokalsamfunnet
- opplevelsen
- lokaløkonomien
- miljøet
- samhandling – formell og uformell

I tillegg viser de til 16 strategiområder, som vil fungere som verktøy for å nå den overordnede målsettingen, for eksempel innenfor mat, avfall og energi. Tilnærmingen som Whistler jobber ut i fra stammer fra "Det naturlige steget" som er et prosessverktøy som bygger på dialog, konsensus, systemtenking og resultatorientering, for å nå en målsetting.

På hvert strategiområde jobber det en gruppe. Denne gruppen er ansvarlig for årlig å måle fremdrift og resultat innenfor området og foreslår "neste steg"-tiltak. Selve gruppen inkluderer lokale eksperter innenfor området, organisasjoner og bedrifter som trolig får ansvar for implementering av tiltakene, og andre aktører som er påvirket av strategiområdet og de anbefalte handlingene (f.eks. pensjonister, bedrifter, barnefamilier etc.) Et team fra kommunen fungerer som overordnet ansvarlige for prosessen, men avgjør ikke innholdet. Resultatene for Whistler har bidratt til:

En vellykket satsing som styrker samholdet i lokalsamfunnet

Energi og resurssparing

Sterk tro på fremtiden

Nye forretningsområder

Innovasjon hos myndighetene

Og et nytt lederskap på reisemålet, med overføringsverdi

Samarbeid har her vært selve kjernen og alle har vist vilje til forandring. Samarbeidet går mellom lokale myndigheter, næringslivet og lokalbefolkningen.

Les mer om Whistler på:

<http://www.whistler2020.ca/whistler/site/genericPage.acds?context=1967994&instanceid=19679951>

EcoCertification

Australias program for sertifisering av økoturisme og naturturisme, EcoCertification, er ett av de eldste nasjonale sertifiseringsprogrammene i verden, og er av de mest internasjonalt anerkjente ordningen. Australia begynte sin satsning på økoturisme allerede i 1991, med blant annet opprettelsen av den australske økoturismeforeningen (EAA). I 1994 ble det iverksatt en nasjonal strategi for økoturisme, og utvikling av sertifiseringsprogram begynte. Økoturismeforeningen, myndigheter og bransjeforeninger deltok i denne prosessen. Dette programmet ble derimot kritisert for å være dyrt og komplisert. Et mer brukervennlig program ble senere utviklet, "the Nature and Ecotourism Accreditation Program" (NEAP) og lansert i 1996. Dette var et frivillig sertifiseringsprogram for reiselivsprodukter, turer, attraksjoner og overnatting. Sertifiseringen var delt i to nivå og hadde to målsettinger. Det skulle fremme kunnskap om god praksis og standard, kontinuerlig oppgradering og gi informasjon til forbrukerne, lokalsamfunn, turoperatører om hva som var ekte natur- og økoturismeprodukter. NEAP er blitt revidert flere ganger. Revisjonen fra 2003 førte til at navnet ble byttet til EcoCertification Australia. (Haaland and Aas 2006)

Certification for Sustainable Tourism

Det costaricanske sertifiseringsprogrammet Certification for Sustainable Tourism (CST) er også av de eldste og mest anerkjente programmene. Det har vært en del av en satsning på bærekraftig turisme og en overordnet satsning på bærekraftig utvikling. CST sertifiserer overnattingsbedrifter og er inndelt i nivå ut i fra hvordan de tilpasser seg en bærekraftig ressursforvaltning, i forhold til biologiske, kulturelle og sosiale aspekter. Fire grunnleggende aspekter blir evaluert; i) samhandlingen mellom bedriften og de omliggende naturområdene, ii) forvaltningspolitikken og styringssystemene innad i bedriften, iii) samhandlingen mellom bedriften og klientene og iv) samhandlingen mellom bedriften og lokalsamfunnet. På hvert område er en rekke kriterier blitt etablert basert på Agenda 21 og ISO 14001. Dette er blant annet kriterier for reduksjon av avfall, gjenbruk og resirkulering, energieffektivitet, vern og forvaltning, miljøvennlige innkjøp, sosial og kulturell utvikling, håndtering av farlig avfall, transport i bedriften og påvirkning på miljøet, samt bevaring av kulturminner eller

unike naturforekomster. I 2005 skulle sertifiseringen utvides til å omfatte turoperatører. (Haaland and Aas 2006)

Naturens Bäste

Ordningen ble lansert i 2002 og er etablert av den svenske økoturismeforeningen. Den blir beskrevet som "kvalitetsmerking for miljøtilpasset opplevelsesturisme i naturen". De merkede produktene skal, i samsvar med organisasjonens mål, bidra til bevaring av natur og kulturarv. Kriteriene er utviklet for produkter og ikke virksomheter. Når de første aktivitetene er godkjente, kan bedriften selv merke flere aktiviteter. Grunnkravene om minst mulig slitasje på natur og kultur er en blanding av relativt konkrete krav som kan besvares med ja/nei og mer diffuse/subjektive krav. De subjektive er i stor grad basert på selvforståelse, mens de mer konkrete krever handlinger som utarbeiding av miljøplan og dokumentasjon. En miljøplan skal vise til hvilke miljøforbedringer som gjøres og når tiltakene må være gjennomført. Denne skal kunne være tilgjengelig for alle interesserte, noe som gir systemet økt grad av troverdighet. I tillegg må arrangøren av ulike produkter og aktiviteter ha en egen miljøansvarlig som skal ha ansvar for jevnlig miljørevisjon av produkt/bedrift. Arrangøren selv må være medlem av en naturvernorganisasjon. Det er altså ingen klar prioritering av tiltak knyttet til lokale ressurser eller faktiske forhold som kan oppstå som følge av virksomheten. (Gössling and Hultman 2006; Haaland and Aas 2006)

Programa de Certificação em Turismo Sustentável

Bærekraftig turismedestinasjon internasjonalt er en sentral del av programmet. Hovedmålgruppe er små og mellomstore overnattingsbedrifter. Utvikling av standarder har vært gjort i samarbeid med lokale interessegrupper og ved hjelp av offentlig høring. (Haaland and Aas 2006)

The Green Tourism Business Scheme

Dette er et tredelt merkingssystem fra Storbritannia. Målsetningen er å veilede turistvirksomheter. Noen kriterier er obligatoriske, men utover dette er en viss grad av fleksibilitet inkludert, slik at ordningen kan passe mange ulike typer virksomheter. Bedriftene måles opp mot 150 mål på god praksis, og representerer både miljømessige, økonomiske og sosiale aspekter. Disse omfatter 10 områder som for eksempel forvaltning og formidling, effektiv energibruk, naturvern, bruk av lokale produkter, fornybar energi og lokal deltakelse.

Green Globe

Green Globe 21 sertifiserer selskaper opp mot en global standard som inkluderer overvåking av årlig fremgang. Standard er utviklet for fire forskjellige områder; selskap, lokalsamfunn, internasjonal økoturisme og bygg og design. Standardene inkluderer både miljømessige og sosiale aspekter. Omtrent hvilken som helst sektor kan bli sertifisert. Første trinn er at selskapet melder seg inn i Green Globe og utvikler en plan for miljømessig og sosial bærekraft. Trinn to omfatter benchmarking, hvor

bedriften vurderes ut i fra spesifikke indikatorer knyttet til spesielle innsatsområder, og får råd om hvor forbedringer er mulige. Når kriteriene oppfylles får bedriften lov til å ta i bruk Green Globe's logo, men uten den store haken midt i logoen. Den får man kun lov til å benytte dersom bedriften også er sertifisert, som er det tredje og siste trinnet. (Haaland and Aas 2006) Green Globe har også blitt kritisert for å holde et høyt kostnadsnivå for å ikke ha et tydelig nok skille mellom de sertifiserte og ikke sertifiserte bedriftene, noe som kan skape misforståelse og forvirring blant kunder (Gössling and Hultman 2006).

Den Grønne Nøgel/ The Green Key

Dette er opprinnelig et dansk sertifiseringsprogram fra 1994, men dekker i dag under navnet The Green Key flere europeiske land. Den sertifiserer overnattingsbedrifter, fritidsaktiviteter og restauranter. Kriteriene dekker miljøledelse, kommunikasjon, opplæring og tekniske krav for blant annet avfall og bruk av energi, vann, kjemikalier. (Haaland and Aas 2006)

The Blue Flag

The Blue Flag er en sertifiseringsordning for stender og marinaer. I utgangspunktet fokuserte kriteriene på rensing av kloakk og badevannskvalitet, men tar for seg i dag elementer som blant annet vannkvalitet, miljøopplæring, informasjon, miljøledelse. (Gössling and Hultman 2006)

Eco-Route og Eco-Destinet

Målsettingen med pilotprosjektet Eco-Route var å jobbe for å etablere en kvalitetsmerking av økoturisme, utviklet med basis i Naturen Bäste. Merkingen skulle omfatte mat, naturbaserte opplevelser, transport osv. europeisk ordning som åpnet for lokale tilpasninger. Prosjektene kartla eksisterende lovgivning og reguleringer som er sentrale i forhold til sertifisering av produkter, i tillegg til pilotområdenes viktigste ressurser. Det ble utarbeidet en håndbok for merking av økoturisme. Som del av prosjektet ble det iverksatt tiltak for å oppmuntre og støtte økoturismemerking lokalt, og diverse tiltak for kapasitetsbygging. Et viktig resultat av dette arbeidet er en økt forståelse av utfordringene ved å bruke sertifisering for økoturisme i områder hvor dette verktøyet tidligere ikke har vært benyttet. Et annet viktig resultat er anledningen til å prøve ut om og hvordan økomerking kan iverksettes i ulike regioner, noe som også gir verdifulle erfaringer for en felles europeisk merking. Noe av erfaringene var at Europa ville ha god nytte av et europeisk standard for økoturismemerking, for å binde sammen de eksisterende kvalitetsmerkene. Eco-Destinet ble oppfølgeren til Eco-Route som har som mål å produsere og implementere praktiske hjelpemidler, kontaktnett, kurs og andre ting som kan hjelpe økoturismebedrifter (ECO-DESTINET 2008)

Agora

"Agora – Network Sustainable Tourism Development in the Baltic Sea Region". De mest vesentlige verkøyene her er; verktøy som integrerer utvikling av bærekraftig turisme med arealplanlegging på

lokalt og regionalt nivå, markedsundersøkelser som planleggingsverktøy, utvikling og merking av bærekraftige turistprodukter, strategisk samarbeid i turismenæringen og utsjekking av bærekraftighet i turismeprodukter. (Agora 2008)

Miljøledelsessystem

ISO 14001, den internasjonale standardorganisasjonens (ISO) system for miljøstyring, og EMAS, EUs system for miljørevisjon. Disse er begge sektor- og bransjeovergripende. Flere større sertifiseringsprogrammer bygger på disse, som The Green Globe og The Green Key. Det nordiske miljømerket Svanen, som blant annet brukes i sertifisering av norske hoteller og andre overnattingssteder, er også basert på ISO 14001. (Haaland and Aas 2006)