

# BÆREDYGTIGE DESTINATIONER I PRAKSIS

OPSAMLING PÅ FØRSTE MASTER CLASS FOR DANSKE DESTINATIONER 24. JANUAR 2022

## BAGGRUND

Med fokus på at genforestille og fremme danske destinationers fremtidigt bæredygtige praksisser, har Danske Destinationer afholdt den første af seks master classes i samarbejde med Group NAO. Group NAO faciliterede den pågældende master class i samarbejde med Global Destination Sustainability Movement (GDSM) og trak yderligere på præsentationer fra Dirk Glaesser fra UNTWO, Janie Neuman fra Visit Scotland og Jane Raidler fra Visit Fyn. Dette notat opsummerer de hovedpointer, der trådte frem i deltageres diskussioner og ide-generering under workshopen. Formålet med opsummeringen er at opsummere deltageres bidrag til 3 hovedspørgsmål samt indlede til Danske Destinationers fremtidig deklARATION for bæredygtig turisme.

## HVAD GØR DESTINATIONERNE I DAG?

*Deltagerne blev bedt om at forholde sig til, hvad de som destination gør for at fremme bæredygtighed i dag samt give deres bud på, hvad "impact" betyder for dem. Nedenfor følger nogle af hovedområderne:*

- **Igangværende strategi proces:** Deltagerne nævnte at alle som minimum i færd med at udvikle nye strategier for deres bæredygtige destinationsudvikling om end mange allerede har lanceret deres.
- **Netværk og vidensdeling:** Netværks- og vidensdeling er også en igangværende indsats, hvor forskellige aktører i turismeøkosystemet kan lære hinanden at kende, få hjælp med at komme i gang og forene agendaer i processen mod at samskabe bæredygtig udvikling.
- **Værktøjer og finansiering til virksomheder:** Flere destinationer taget gode skridt henimod at accelererer turismevirksomheder og -organisationers bæredygtige udvikling igennem deling af data, designede guides og finansiering.

## HVAD BØR DESTINATIONERNE GØRE I FREMTIDEN?

*Deltagerne blev her bedt om at argumenterer for, hvad de synes destinationer bør gøre for fremtiden.*

- **Grøn mobilitet og overnatning er trækplastre:** Deltagerne har fokus på at tilbyde grønne transportmidler til deres gæster. Foruden cykelturismen, nævnes også gratis eldrevne hop-on hop-off busser samt relevansen af at lave "laderstander analyser" for bedre at kunne forstå den



danske elbils infrastruktur. Samtidigt blev "energioptimering og miljømærkning af fremtidens grønne feriehus" som vigtig parameter at udvikle.

- **Regenerative turismeprodukter med naturen i fokus:** Deltagerne var tydeligt inspirerede af at produktudvikle i overensstemmelse med regenerative principper. Bl.a. forslås "Strandrensning på Fanø", "Klitbehandling ved Vesterhavet", hvilke er fulgt op med en række forslag om at udvikle vandre- og cykelturismen, som kan fokusere udvikling på øerne og i landdistrikterne. Af flere omgang forslås også at lave "verdens mindste krydstog", som skal give både økonomisk og social tilbage til lokalsamfund. Kort sagt, turismen give anledning til, at gæster kan nyde naturen og lokalsamfundene og samtidigt give tilbage.
- **Bæredygtig kommunikation og markedsføring, der aktiverer helårsturisme:** Målet er at sprede turismen ud på året, og midlet dertil at produkter, events og den rigtige markedsføring. Som en deltager forslø: "gæsterne skal spredes om sommeren, og samles om vinteren". Nye markedsføringsknob, der skaber opmærksomhed og guider gæster omkring destinationernes bæredygtige oplevelsesportefølje via både hjemmesider og designerede turisme apps er vigtigt for at tiltrække turister både inden og udenfor sæson.
- **Erhvervsfremme er et bærende ben:** Deltagerne udpeger erhvervet, som vigtige spydspidser for den bæredygtige udvikling af destinationer. Både på det økonomiske, sociale og miljømæssige område skal destinationerne indtage en katalyserende rolle i erhvervets innovative og bæredygtige udvikling, hvad end det drejer sig om kommunikation, produktudvikling, digitalisering eller effektmåling af specifikke aktiviteter. Af konkrete tilbud til erhvervets bæredygtige udvikling, nævner deltagerne bl.a. at tilbyde workshops, aktivitetsscreeninger, formidling og guides til finansiering og partnerskaber, som mulige løsninger.
- **Støt lokale fødevarer(-oplevelser):** Som en af deltagerne skriver, er "Madspiltdagsordenen" og det at fremme bæredygtige indkøbspraksisser af især lokale fødevarerproducenter, gårdbutikker m.m. en vigtig faktor i fremtidens turisme landskab. At destinationerne udarbejder "Food maps", der kommunikerer om og guider gæster i retning lokale bæredygtige (smags-) oplevelser var mange enige om.
- **Lokale kræfter skal kultiveres og inddrages:** Deltagerne peger på vigtigheden af at dygtiggøre sig i monitoreringen og engagementet af lokale borgere – også i forbindelse med udviklingsprojekter. Som det står skrevet skal "den lokale kultur for frivillighed understøttes", og der skal gives stærke anledninger til "selvstændige initiativer". Dette for at skabe mere levende lokalsamfund, der bedre kan rumme social inklusion i udviklingen af turismen og - ikke mindst - for at tiltrække tilflyttere og arbejdskræft.
- **Møde industriens indflydelse og aftryk:** Deltagerne mener også mødeindustrien har mulighed for få positiv indflydelse på bæredygtige erhvervsturisme ved at omlægge til bæredygtige praksisser. Destinationerne skal stille krav til internationale mødeplanlæggere og tilbyde omstillingsguides og effektmålinger til rådighed. Samtidigt kan



arrangementer, events og mesterskaber blive en vigtig del af aktiverer lokalsamfund udenfor sæson og på sigt besøgstal.

## HVAD SER DESTINATIONERNE SOM BEST PRACTICE I FREMTIDEN?

Deltagerne blev i denne sektion bedt om at beskrive, hvilke best practices de mener at destinationerne skal adoptere i fremtiden.

- **Destinationerne skal grønstemples:** Blandt deltagerne var der bred enighed vedrørende certificeringsorganernes rolle i at højne bæredygtighedsniveauet hos destinationerne. Global Destination Sustainability indekset og Green Tourism Organization var fremhævet, som de primære best practice eksempler på destinations niveau. Herudover blev en bredere certificeringsindsats med "fokus på alle virksomhederne i turismeværdikæden" nævnt som en måde, hvorpå destinationerne kan positionere sig som en stærk spiller i bæredygtighedsagendaen.
- **Den interne kapacitetsudvikling er vigtig for at gå forrest:** Den kollektive bevidsthed og kompetencer vedr. bæredygtighed i destinationernes arbejdsstyrke skal stimuleres indefra. Her blev det forslået at kendskabet igangsættes bl.a. via "personal møder", "workshops" og "mini-uddannelser om FNs verdensmål".
- **Destinationerne skal praktisere, hvad de prædiker:** i forlængelse af det ovenstående nævnes vigtigheden at gå forrest in-house med organisatoriske praksisser: såsom "affaldssortering, grønne indkøbspolitikker, grønne energikilder, flexjob politikker, hybride firmabiler, papirløst bogholderi, print på FSC-certificeret papir og arbejde i overensstemmelse med de 17 verdensmål" for at mindske organisationernes aftryk.
- **Regenerativt strategisk fokus:** deltagerne ytrede ønsket om en fremtidig strategisk dagsorden, hvor destinationerne skal fokusere på at bruge turismen som en middel til at give tilbage til verdenen (regeneration) på det sociale og miljømæssige område – dette ved bl.a. at yde inklusive indsats og "løfte de små", arbejde med de 17 "verdensmål i værdikæden" og sikre turismeerhvervets ansvarlige adfærd gennem medlemskab i bl.a. "Global Compact Network Denmark".

## DANSKE DESTINATIONERS DEKLARATION

Til sidst i workshoppen blev deltagerne bedt om at give deres indledende bud på, hvad Danske Destinationers Deklaration for bæredygtig turismeudvikling skal indeholde. De gav deres mening til kende på baggrund af to centrale spørgsmål:

- Hvem deklarerer vi for... og til?
- Hvad skal vi som destinationer forpligte hinanden på?

Ambitionen for Danske Destinationer er at være de "Førende i Norden" udviklingen er betinget af følgende punkter:

### #1 VIDENSDDELING, RÅDGIVNING OG PARTNERSKABER

- Vi forpligter os til at vidensdele og lære af andre DMOer, erhverv og nationale organer.
- Vi forpligter os til at indtage en faciliterende rolle i økosystemet.
- Vi forpligter os til erhvervets grønne udvikling
- Vi vil arbejde på at turismen tænkes ind i kommunalplaner.

## **#2 KOMMUNIKATION AF GRØNNE INITIATIVER**

- Vi forpligter os til at kommunikerer grønne tiltage til gavn for alle i Danmark.
- Vi forpligter os til at oversætte den grønne omstilling til erhvervet – både de store og de små.

## **#3 LANDSDÆKKENDE DEFINITION OG HANDLINGSPLAN**

- Vi forpligter os til at skabe et landsdækkende manifest for, hvad bæredygtig turisme er, samt at udvikle midler til, hvordan det kan opnås.
- Vi forpligter os til at være handlingsorienteret og sætte en standard for, hvad det vil sige at være en bæredygtig organisation.
- Vi forpligter os være forgængere til at implementerer bæredygtige praksisser internt i vores organisationer.
- Vi forpligter os til at forene destinationsaktiviteter med de 17 verdensmål.
- Vi forpligter os til at sætte og være ajour med de højeste certificeringskrav.

## **#4 FÆLLESKAB**

- Deklarationen skal afspejle at vi, som danske destinationer, er fælles om den danske turismeudvikling.
- Vi forpligter os til at skabe værdi i vores lokalsamfund
- Vi forpligter os til at skabe turismeoplevelser for social vinding fremfor forbrug.

## **#5 RESPEKT FOR NATUREN**

- Vi forpligter os til at tilbyde regenerative oplevelseskoncepter ved at vende udfordringer til oplevelser.

## **#6 ØKONOMI OG BUDGET**

- Vi forpligter os til at identificere de mest økonomisk bæredygtige veje i den grønne omstilling.
- Vi forpligter os til at allokere en minimumsprocent af destinationsbudgettet til bæredygtige indsatser.
- Leisure gæster skal komme fra nærmarkederne, og vi markedsfører herafter.
- Vi forpligter os til at udfase internationale booking kanaler.