

# Det hållbara friluftslivet – Tankesmedja för friluftsliv 2019

Sammanfattning av seminarium



## Hållbara attraktiva vandringsleder för friluftsliv och turism

Arrangörer: Tillväxtverket och Naturvårdsverket

Sverige får allt fler internationella besökare intresserade av svensk natur och kultur. För att de ska ha möjlighet att uppleva naturen måste det finnas företag som guidar och paketerar naturupplevelser. Även svenskar kan ha behov av hjälp; kvalitetssäkrade vandringsleder gör naturen mer tillgänglig för både friluftsliv och turister.

Hur ska vandringsleder kunna utvecklas så att de gynnar både turism och friluftsliv och leder till en hållbar landsbygdsutveckling? Det var nyckelfrågan i det seminarium som Tillväxtverket och Naturvårdsverket arrangerade tillsammans vid Tankesmedja för friluftsliv i Kristianstad.

Hållbar regional tillväxt och landsbygdsutveckling är det sjätte målet för friluftspolitiken som Tillväxtverket som myndighet har uppföljningsansvaret för. Turismen är platsbunden och lokalt och regionalt baserad, vilket innebär att den därmed också kan främja regional tillväxt.

### Vandring – mest efterfrågad aktivitet

Johan Engström, Turistrådet Västsverige, berättade vid seminariet att vandring är den mest efterfrågade aktiviteten bland deras besökare, men att cykling växer och ökar nationellt och internationellt. Den utvecklingen förutsätter dock att det finns attraktiva, hållbara, kvalitetssäkrade leder. Investeringar i leder genererar nya intäkter och arbetstillfällen. Johans vision är att naturturism ska bli motorn i vår nationella utveckling, med attraktiva kommuner att bo, leva och verka i.

### Leder i nationalparker och låglandsleder

Ulrika Karlsson från Naturvårdsverket inledde med att berätta om Naturvårdsverkets ansvar för statliga leder i nationalparker och myndighetens ansvar som nationell samordnare av nätverket för låglandsleder.

### Vad menas med Hållbara leder?

- Den sociala hållbarheten innebär att den måste vara tillgänglig för medborgarna, till nytta för samhället, inneha ett visst upplevelsevärde och ledbesökarna ska känna sig trygga när de besöker den.
- Den ekologiska innebär att leden ska vara dragen på så sätt att den inte förstör känsliga miljöer.
- Den ekonomiska innebär att leden ska ha en huvudman som tar ansvar och sluter avtal med markägare. Det ska finnas en långsiktig plan för underhåll, skyltning, information och finansiering.

Ulrika berättade att de främsta utmaningarna kring låglandslederna är finansiering och skötsel, markägarkontakter och överenskommelser, ansvar och roller, ledförvaltare respektive arrangörer och deras ansvar mot markägare samt att nå målgrupper med information om leden. Hållbart friluftsliv måste inkludera konflikthantering när olika gruppers intressen och aktiviteter kolliderar.

## Skåneleden

Därefter fortsatte Sofie Norrby, ledutvecklare vid Region Skåne. Där har man med ett målinriktat arbete under de senaste åtta åren kvalitetsutvecklat den 40 år gamla Skåneleden. Sofie berättade att leden har kvalitetssäkrats för att bli attraktiv för internationella och nationella besökare. För att kunna attrahera internationella turister måste leden hålla hög kvalitet och det måste finnas boende, mat och kulturella upplevelser längs leden. Regionen är huvudman för leden, men den sköts av Stiftelsen Skånska Landskap, som har hand om samordningen av de 32 kommunernas arbete och kontakt med besökare. Kommunerna ansvarar för skötsel av leden. En utmaning är att få alla kommuner att sköta sina ledavsnitt. Det blir "morot och piska" i form av kunskap, stöd, information om potentialen för kommunen och i värsta fall hot om indragning.

Arbetet med leden utvecklas kontinuerligt eftersom besökarna och samhället förändras. På 1970-talet drogs lederna långt bort från samhälle, service och transporter, nu drar man om delar av leden för att komma närmare samhällsservice och transporter.

Utveckling av leder inom Hållbar produktutveckling av natur- och kulturturism Johan Engström från Turistrådet Västsverige och Marie Fors, Västarvet, berättade om sitt arbete med utveckling av vandringsleder inom Hållbar produktutveckling av natur- och kulturturism, HPU-projektet, vilket är ett regeringsuppdrag till Tillväxtverket. De betonade hur viktigt det är att tydliggöra ansvar och roller i planeringen av leden så att förvaltningen senare fungerar. Infrastrukturen runt leden måste även fungera det vill säga att man kan ta sig till och från leden och då helst med kollektiva transportmedel.

## Pilgrimsleden

När Västarvet och Turistrådet Västsverige satte igång sitt arbete med Pilgrimsleden trodde de att de skulle kunna använda Turistrådets sedan länge etablerade affärsutvecklingsmodell Sverige-Norden-Världen, det vill säga att direkt börja arbeta med företagets produktutveckling. Men de fick backa och tänka om – leden var i ett mycket sämre skick än de trott, den fungerade inte som infrastruktur för professionell naturturism. I arbetet som följde kom de att precisera vilka steg man måste följa för att utveckla en hållbar led:

### **10 steg för att utveckla en hållbar led**

1. Undersök och utvärdera förutsättningarna (viktigt att ställa frågan: Ska vi ha naturturism på denna led, kan leden bli tillräckligt bra?)
2. Bestäm ledens dragning (vad ger bästa upplevelsen? Dramaturgiskt?)
3. Inventera och bokför varje meter (samla in info, digitalisera! Lättare att budgetera)
4. Samla ihop data
5. Planera för förvaltning och utveckling

6. Säkra leden ur vandrarens ögon
7. Rapportera in leden till lantmäteriet
8. Samarbeta fram service och förutsättningar (det går inte att sälja något som inte är färdigställt)
9. Kommunicera att leden finns
10. Följ upp och utvärdera leden

### Nyckelpunkter i diskussionen under seminariet

- Samverkan är ledordet! Ledutveckling utifrån ett tvärsektoriellt regionalt utvecklingsperspektiv med tydlig struktur.
- Med initial och god markägarkontakt kommer man långt.
- Arbetet med ledutveckling måste vara en långsiktig organisation, inte enbart i projektform. Det måste finnas en plan för leden såväl som långsiktig finansiering.
- Jobba mot hållbar naturturism vilket i sin tur leder till ökad sysselsättning, en levande landsbygd, ett hållbart jordbruk och ökad folkhälsa. Skapar långsiktiga vinster inom många områden.
- Värdskapet är viktigt för framgångsrika leder.
- Digitalisera information om leder, naturreservat och nationalparker. Viktigt att göra information tillgängligt!
- Målet bör vara hållbara attraktiva leder av internationell standard.
- Professionalisera lederna, säkerställa en gemensam vision och plan.

De medverkande var Sofie Norrby, Region Skåne, Marie Fors, Västarvet, Johan Engström från Turistrådet Västsverige och Ulrika Karlsson, Naturvårdsverket. Lisa Hörnsten, Tillväxtverket, ledde seminariet.

Kontakt: Christina Rådelius, Tillväxtverket, [christina.radelius@tillvaxtverket.se](mailto:christina.radelius@tillvaxtverket.se) och Ulrika Karlsson, Naturvårdsverket, [ulrika.karlsson@naturvardsverket.se](mailto:ulrika.karlsson@naturvardsverket.se)

