NATIONELLT RAMVERK FÖR VANDRINGS LEDER

PM
2026-03-03

Planera för upplevelse och service på en led

För att utveckla attraktionskraften hos en vandringsled finns material och verktyg som kan vara till hjälp. Detta dokument är en introduktion till det material kring upplevelsevärden och service som finns i verktygslådan på Nationellt ramverk för vandringsleder och innehåller ingångar och länkar till relevant material för dig som arbetar med ledutveckling. När vi pratar om upplevelsevärden på en led utgår vi från vandrarens perspektiv.

Om en led är attraktiv att besöka avgörs delvis av dess upplevelsevärden. Dessa kan vara såväl natur- och kulturvärden som ett särskilt tema för leden. Tillgång till service längs leden bidrar också till ledens attraktion.

Det är ofta helheten som avgör hur populär en led är, dvs det sammanvägda intrycket av bemötande, atmosfär, skönhet, variation, unika upplevelser, sevärdheter, mat och boende samt kommunikation.

Genom att aktivt arbeta med ledens upplevelsevärden och service kan man höja besökarens upplevelse och därmed ledens attraktionskraft, och här vill vi peka på verktyg och metoder som kan vara till hjälp i det arbetet.

Att arbeta med hållbar platsutveckling innebär att skapa attraktiva platser för både besökare, boende, företag och investeringar. Arbetet utgår från den specifika platsens förutsättningar, utmaningar och behov. Det kan till exempel handla om att ta hänsyn till platsens natur- och kulturmiljöer. För en vandringsled innebär det att den ska passa för såväl besökare som lokalbefolkning, samt vara förankrad och accepterad.

Om begreppet hållbar platsutveckling (Tillväxtverket)

Handbok för hållbar turismutveckling i världsarv och kulturmiljöer

Mistra - handbok för hållbara platser

Något övergripande om målgrupper/vandrare när det gäller upplevelser och service på led

Ledens upplevelsevärden, dess längd och vilken service och kommunikationer som är kopplat till leden påverkar vilka målgrupper leden passar för. Hur viktig själva vandringsupplevelsen är i valet av resmål styr också vilken målgrupp en led attraherar. Kortare dagsturer kan vara besöks- eller aktivitetsanledningar medan längre leder som tar flera dagar att gå kan vara reseanledningar för den vandringsintresserade.

Mixen av upplevelsevärden och service ger leden dess attraktivitet oavsett om målgruppen är besökare eller lokalbefolkning, friluftslivsutövare eller turister, vandringsentusiaster eller någon som bara söker en aktivitet.

För planering av upplevelser kan det vara bra att som en grund ha en bild av **upplevelsevärdena** på leden eller i området. Upplevelsevärden kan delas in i dessa fyra kategorier: 1) naturkänsla, 2) vyer, 3) variation och artrikedom, 4) kulturhistoria och levande landskap. Upplevelsevärden kan förstärkas och utvecklas genom bland annat ökad tillgänglighet, natur- och kulturvägledning, berättelser och service.

Här kan du läsa mer om hur du kan använda upplevelsevärden på din vandringsled

En stigs berättelser kan bidra till rika upplevelser med lokal förankring för besökare till en vandringsled. De flesta stigar har en historia om hur de blev till, vilka som har använt en stig och händelser som har inträffat.

För att få en bild av **serviceutbudet** på din vandringsled se sidorna 29–31 i: guide för att utveckla hållbara vandringsleder för turism.

Service som en del av upplevelsen

Att kombinera service med de upplevelsevärden som finns längs leden kan ge synergieffekt och skapa genuina upplevelser, till exempel att servera mat lagad på lokala råvaror, träffa lokalbefolkning på boendeanläggningar och så vidare. Det finns flera metoder för att förstärka dessa synergier och underlätta för besöksnäringsföretag att skapa genuina upplevelser. Här är några konkreta exempel från pilgrimsleder i Sverige:

- Pilgrimsmat är ett koncept som gör det möjligt att bygga måltider kring vårt medeltida arv, se mer på www.pilgrimsmat.se
- *Pilgrims Welcome* är ett koncept för att lyfta fram boenden som har särskilda erbjudande till pilgrimer. Det underlättar för att skapa fler boenden, ett bättre värdskap och att pilgrimer hittar varandra längs lederna. Följ länken för mer information: ÖVERNATTNING | stbirgittaways.se
-

- Kyrkor är bra exempel på kombination av upplevelser och service. Nyfikenheten på kyrkans kulturarv väcks lätt när man får rasta i en sval kyrka, låna toaletten och fylla på vatten längs en vandring.

För vandrare kan **naturvägledning**, som skyltar, guidningar, ljudguider, upplevas som en viktig del av upplevelse och service på en led. Det kan bidra till att besökaren bygger kunskap och anknyter till platser längs leden. Om du tänker ta fram naturvägledning utgå gärna från de rekommenderade åtta planeringsstegen på www.slu.se/nvl-planering-leder. De betonar betydelsen av samarbete med berörda aktörer, utgå från platsers berättelser, vandrarnas perspektiv och vad du vill kommunicera. Planeringsstegen bygger till stor del på rekommendationerna som finns i rapporten Att kommunicera natur och kulturarv längs pilgrimsleder, där CNV även presenterar goda exempel och teman att lyfta – rekommendationer som ofta även kan användas på andra typer av leder. Här är ett konkret exempel på hur planeringsprocessen kan se ut, för pilgrimslederna Saint Birgitta Ways på väg mot Vadstena Kultur- och naturvägledning för pilgrimslederna S:ta Birgitta Ways | slu.se

Olika målgrupper, olika upplevelsevärden?

För att skapa meningsfulla och minnesvärda upplevelser längs vandringsleder krävs en förståelse för olika typer av målgrupper, och att arbetet med upplevelsevärden anpassas därefter. Vandrare är ingen homogen grupp utan består av olika nyanser och subgrupper. En barnfamilj, en ovan friluftsutövare eller en erfaren långvandrare har olika behov och förväntningar på sin upplevelse.

Genom att identifiera dessa målgrupper blir det lättare att säkerställa positiva upplevelser för fler utövare genom riktade insatser – till exempel genom att erbjuda korta, lättillgängliga slingor för nybörjare, tydlig skyltning för trygghet, eller längre etapper för den mer erfarna vandraren.

Låglandsleder har en speciell position genom att de kan erbjuda höga upplevelsevärden, samtidigt som de är mer tillgängliga för många människor. Denna position gör att låglandslederna kan fungera både som en inkörsport där ovana eller nyfikna vandrare hittar sin första led, och som en arena där erfarna ”purister” kan fortsätta att utveckla sitt friluftsliv.

Olika instanser och institutioner har tittat lite noggrannare på detta och har skrivit underlag som kan hjälpa till i arbetet. Exempelvis finns Svenskt Friluftslivs rapport som tittat på olika utövares motiv till vistelser i naturen i samt Skogsstyrelsen rapport om skogens rekreationsvärden:

Friluftslivet i framtidsperspektiv,

Kartläggning - Naturovana friluftsutövare 2021,

Målgruppsanalys och råd till vidareförmedlare naturovana friluftsutövare 2023

Skogsstyrelsens Skogens rekreationsvärden.

Har du ett bra exempel på hur man kan arbeta med upplevelsevärden för vandringsleder? Kontakta gärna funktionsbrevlådan ramverkvandring@naturvardsverket.se