

## FJÄLLENS NYHETER

ÖKAR MEST I FJÄLLEN!

TISDAGEN DEN 17 NOVEMBER

30 KR

### PÅVERKAR FJÄLLTRENDER MILJÖMÅLET?

FORSKARE KARTLÄGGER FRAMTIDENS FJÄLLANDSKAP

Forskare vid Mittuniversitetet, Karlstads universitet och University of Surrey har under tre år studerat trender i de svenska fjällen för att ta reda på vilken påverkan dessa har på uppfyllandet av miljömålet Storlagen fjällmiljö. **Sid 2**



Foto: Sandra Wall-Reinius

### SOCIALA MEDIER LOCKAR INTE FJÄLLTURISTER

FÅ ANVÄNDER MODERN TEKNIK

Sociala medier står inte högt i kurs bland turister i de svenska fjällen. Ny forskning visar att få lockas av att använda den senaste teknologin för informationsdelning. Bland de turister som ändå nyttjar de nya medierna, används främst Facebook, Twitter och Instagram. **Sid 4**



Foto: Ulrika Håård

### HÖGRE TRYCK PÅ LEDER

NÖJDA BESÖKARE VILL HA ÖKAD SERVICE

Sommarbesökarna är nöjda och återkommer till Jämtland, men det finns framtida utmaningar kring ökad efterfrågan på service, fjällstationer och underhåll av leder. **Sid 5**

### I VÄNTAN PÅ EVENT

FLER IDROTTSTÄVLINGAR I FJÄLLEN?

Få människor kommer i kontakt med sport, tävling och event när de besöker de svenska fjällen. Att detta ska förändras hoppas dock allt fler, särskilt ungdomar. **Sid 8**

” Jag upplever att event och aktiviteter av olika slag ökat, eller åtminstone blivit betydligt mer ”inne” bara de senaste fem-tio åren. ”

Turistentreprenör om den ökande sportifieringen.

### OMVÄRLD FORMAR ÅRETURISM

GLOBALA KRAFTER VIKTIGA VISAR STUDIE

Företagare i Åre har tillsammans med forskare från Mittuniversitetet analyserat hur samhällsutvecklingen påverkar fjälldestinationens turistverksamhet. **Sid 6**

### VINTERFJÄLL LOCKAR MILJON

FJÄLLEN FÖRBLIR ETT POPULÄRT RESMÅL FÖR SVENSKARNA, SÄRSKILT PÅ VINTERN

Nästan hälften av alla personer i åldern 15-70 år har besökt svenska fjällen åtminstone en gång under de senaste fem åren. Var femte person har varit där tre gånger eller mer under samma period. **Sid 3**

### BESÖKEN AVTAR I FULUFJÄLLET

MENVILDMARKSZONEN LOCKAR

Tolv år efter invigningen är besöksiffrorna tillbaka på samma nivåer som innan nationalparken etablerades i området. **Sid 7**



Foto: Ulrika Håård



Foto: Johnér Bildbyrå

# PÅVERKAR FJÄLLTRENDER MILJÖMÅLET?

## FORSKARE KARTLÄGGER FRAMTIDENS FJÄLLANDSKAP

**Det går trender inom turism och friluftsliv. Vad får det för effekter i fjällen? Kan vi nå vårt miljömål Storslagen fjällmiljö?**

Forskare vid Mittuniversitetet, Karlstads universitet och University of Surrey i England har försökt att ta reda på detta. Deras projekt *Den nya fjällupplevelsen* har pågått sedan 2013 och avslutas nu vid årsskiftet.

– Projektets olika delar fokuserar på saker som besöksantal, evenemang, fjällsport, sociala medier, service och tillgänglighet, berättar Peter Fredman, som är projektledare och forskare vid Mittuniversitetet i Östersund.

### Ursprunglighet och upplevelser

Miljömålet ställer höga krav. Artrikedomen av växter och

djur på fjället ska vara så ursprunglig som möjligt. Värden kopplade till upplevelser av natur och kultur ska bevaras. Kommer trenderna att hjälpa oss nå miljömålet, eller blir de en bromskloss? Projektet avslutas under 2016.

– Fjällandskapet är en viktig arena för naturturism och friluftsliv. Samtidigt är miljön känslig för påverkan. Om vår forskning bidrar till en mer hållbar utveckling i framtiden så har vi lyckats, säger Peter Fredman.





Foto: Linda Bylund

# VINTERFJÄLL LOCKAR MILJON

## EN PLATS ATT KOPPLA AV MED VÄNNER OCH FAMILJ

**Fjällen fortsätter att vara ett populärt resmål för svenskarna, särskilt på vintern. Utförsåkning och längre vandringar ökar, medan turskidåkning minskar.**

Turismforskningsinstitutet ETOUR har kartlagt svenskarnas resor till fjällen. Det visade sig att nästan hälften av alla personer i åldern 15-70 år har besökt svenska fjällen minst en gång under de senaste fem åren. Var femte person har varit där tre gånger eller mer under samma period.

– Under vintern 2013 uppskattar vi att det var över en miljon besökare i svenska fjällen, berättar professor Peter Fredman vid Mittuniversitetet. Han har tillsammans med sina kollegor ansvarat för forskningsprojektet *Den nya fjällupplevelsen*.

### Vill koppla av med familjen

På vintern är utförsåkning, turskidåkning och snösko-

teråkning populärast. Sommarsäsongen, som har ungefär hälften så många besökare som vintern, domineras av vandring, bärplockning och fiske. Men den viktigaste anledningen att folk reser, oavsett årstid, är att få koppla av och umgås med vänner och familj.

Jämförelser med undersökningar från 1980-talet och 2000-talet visar att utförsåkning och längre vandringar med övernattnings fortsätter att öka i popularitet. Den ökande snöskoteråkning tycks däremot ha mattats av nu, liksom turskidåkning. Stugor, hotell och fritidshus är fortsatt populära boenden.

– Det bör kunna ge ett positivt bidrag till ekonomin i fjällregionen, menar Peter Fredman.



Foto nedre raden: Linda Bylund

# SOCIALA MEDIER LOCKAR INTE FJÄLLTURISTER

## FÅ ANVÄNDER MODERN TEKNIK

**Sociala medier står inte högt i kurs bland turister i de svenska fjällen. Däremot används internet flitigt som informationskälla.**



Ulrika tar en selfie för att lägga upp på Instagram.  
Foto: Ulrika Håård

Ny forskning visar att få använder den senaste teknologin för att dela information. På TripAdvisor och liknande forum kan resenärer ranka sina upplevelser och lämna omdömen som andra kan ha nytta av. Denna teknik nyttjas dock inte särskilt mycket av besökare i de svenska fjällen.

### **Bilder av upplevelsen**

I den mån sociala medier används är det istället de enklare varianterna som Facebook, Twitter och Instagram som är populära.

– Mestadels är det foton av fjällandskap som delas. I andra hand kommer bilder som visar den aktivitet man ägnar sig åt, exempelvis skoteråkning, vandring, fiske, bär- och svamplockning, fjällbad eller utförsåkning, berättar Christine Lundberg som är docent i turism och en av forskarna i projektet.

### **Googlar fjällen**

Sju av tio fjällturister använder dessutom internet som huvudsaklig källa för att ta reda på information om de svenska fjällen. Det är främst sökmotorn Google som nyttjas, men även Svenska Turistföreningen och liknande hemsidor är populära. Nationalparksbesökarna är dessutom bra på att använda sig av Naturvårdsverkets och Länsstyrelsens hemsidor.

– Det kan bidra till en hållbar utveckling i fjällen då de innehåller mer information om regler och policys för olika områden, säger Christine.

*”Mestadels  
är det foton av  
fjällandskap som  
delas.”*

# HÖGRE TRYCK PÅ LEDER

## NÖJDA BESÖKARE VILL HA ÖKAD SERVICE

**Jämtlandsfjällens sommarbesökare är nöjda och kommer gärna tillbaka. Men de önskar sig mer av fjällstationer och annan service, samt ökat underhåll av leder.**

Att ha kunskap om sina besökare och deras attityder är viktigt för privata och offentliga aktörer inom turism och friluftsliv, för att kunna fatta rätt beslut. Forskning vid Mittuniversitetet visar att besökarna i Jämtlandsfjällen är nöjda och lojala och känner starkt för platsen. Många fortsätter att komma tillbaka gång på gång. Överlag har besökarna blivit äldre, fler har universitetsutbildning, fler åker tåg och fler besöker området ensamma. Jämförelsen har gjorts mellan år 1999 och år 2013.

### **Ser gärna renar**

Vandring är den populäraste aktiviteten, följt av tältning och naturfotografering. De flesta tycker att naturen är

välbehållen och vandringslederna välskötta. Att se renar och spår av renskötsel upplevs positivt, även om besökarna inte är lika positiva idag som tidigare. Intresset för fjällstationer, service och markerade leder har ökat.

### **Vill uppleva ensamhet och bra service**

Trycket på vissa leder har blivit större, liksom kring stugor och fjällstationer. Forskningen visar att det är attraktivt att vistas där byggda miljöer inte syns och att besökarna inte vill träffa på för många andra turister på fjället. Att uppleva ensamhet i anslutning till bra service och med fortsatt bra kvalitet på lederna blir en av framtidens utmaningar.





Analys av omvärlden ger Åre lyftkraft inför framtiden.  
Foto: iStockphoto

# OMVÄRLD FORMAR ÅRETURISM

## GLOBALA KRAFTER VIKTIGA VISAR STUDIE

**Vad har året-runt-destinationen Åre med resten av världen att göra? Det har forskare från Mittuniversitetet tagit reda på tillsammans med ett antal företagare i Åre.**



Vårskidåkning i Åre.  
Foto: Linda Bylund

Globalisering, klimatförändringar, ekonomi och teknologisk utveckling är starka drivkrafter som påverkar hur turismen utvecklas i världen.

– Dessa drivkrafter påverkar även vad som händer i Åre, förklarar Maria Lexhagen, som är en av två forskare bakom rapporten "Vintersportorten året runt del II: Produkt och marknadsföring – nuläge, trender och benchmark".

Just nu, berättar hon vidare, måste företagarnas strategiska arbete förhålla sig till följande globala trender:

1. *Mobilen har blivit turistens främsta redskap för att ta reda på och sprida information.*
2. *Turister anser att vi bör hantera klimatförändringarna på ett lokalt plan.*
3. *Människor vill vara med om spektakulära upplevelser som berör alla våra sinnen.*
4. *Turister har många parallella resmönster och olika behov.*
5. *Hur vi väljer att konsumera och resa styrs inte längre bara av ålder, inkomst och utbildning.*

I trend nummer fem är det istället andra saker som är avgörande, berättar Maria. Hon räknar upp energi, självförtroende, intellekt, viljan att prova nya saker, uppfinningsrikedom, impulsivitet och ledarskap.

– Även fåfånga spelar en viktig roll, avslutar hon.

# BESÖKEN AVTAR I FULUFJÄLLET

## MEN VILDMARKSZONEN LOCKAR

**Sedan år 2002 är Fulufjället en nationalpark. Detta tror forskare på Mittuniversitetet kan spela roll när folk beslutar sig för att besöka området.**

**– Nationalparken visar att det är en speciell plats, bekräftar en besökare.**

I samband med att Fulufjällets nationalpark bildades gjorde forskare på Mittuniversitetet en besöksundersökning i området. Tolv år senare återvände de för att se hur turismen har utvecklats.

### Vandring populärast

Resultaten visar att nationalparken hade cirka 38 000-40 000 besök sommaren 2014. De vanligaste aktiviteterna var vandring, naturfotografering och naturstudier. Hela 84% av besökarna hade varit vid Njupeskar, Sveriges högsta vattenfall.

Fulufjällets nationalpark ligger i nordvästra Dalarna, vid norska gränsen. Där finns Njupeskar som med sina 93 meter är Sveriges högsta vattenfall (fri fallhöjd 70 meter). På Fulufjället växer även granen "Old Tjikko", som har upp till 9500 år gamla rötter och därmed är världens äldsta nu levande trädindivid.

### Nationalparkseffekten har klingat av

Vilka upplevelsevärden har Fulufjället och hur har de förändrats över tid? Det ville Naturvårdsverket (som står bakom forskningsprojektet) ta reda på för att kunna utforma området med besökaren i fokus och samtidigt i linje med miljömålet Storslagen fjällmiljö.

För att få fler turister att besöka nationalparken satsade de bland annat på att ordna med tydlig information vid områdets entréer och andra väl valda platser. Man delade också in nationalparken i olika zoner, bland annat en vildmarkszon, för att guida besökaren genom olika naturtyper och upplevelser.

– Detta verkar ha fungerat väl, menar Peter Fredman.

– Vi ser att besöken har gått ner till ungefär samma nivåer som året innan nationalparken bildades. Samtidigt kommer det nya grupper, säger han och berättar att allt fler besökare gör längre vandringar.

– Man vistas längre tid i området. Fler och fler besöker också nationalparkens vildmarkszon.

*Turister vid Sveriges högsta vattenfall, Njupeskar i Fulufjällets nationalpark. Foto: Peter Fredman*



*Här fick besökare i Fulufjällets nationalpark fylla i besöksundersökningen. Foto: Peter Fredman*



Idrottsevenemangen i fjällen förväntas bli fler.  
Foto: Ulrika Håård

# I VÄNTAN PÅ EVENT

## FLER IDROTTSTÄVLINGAR I FJÄLLEN?

**En del unga, men inte många andra har kommit i kontakt med sport, tävling och event i de svenska fjällen, visar aktuell forskning. Är detta något som kommer att öka i framtiden?**

Turism i fjällen handlar ofta om naturupplevelser på egen hand eller i grupp. På kalvfället, i skogen eller ute på någon sjö.

– Men det kan också handla om andra saker, säger Klas Sandell som är forskare vid Karlstads universitet. Som exempel nämner han multisporttävlingar, fjällfestivaler och inomhusaktiviteter som äventyrsbad, klättrvägar och lekland.

### Yngre intresserade

Det är dock inte mer än 10-15 procent av den svenska allmänheten som kommit i kontakt med sport, tävling och event i Sveriges fjällmiljö och det är bara några enstaka procent som själva deltagit. Över hälften säger att de inte vill se mer av detta i framtiden.

– Ett visst intresse finns dock, särskilt bland yngre, sä-

ger Klas och berättar vidare att nyckelpersoner inom turism och förvaltning ser tydliga tecken på att tävlingar och event ökar, vilket ställer krav på planeringen.

### Många skeptiska

Bilden ser liknande ut för nämnda inomhusaktiviteter. Ungefär lika många har kommit i kontakt med dessa. Något fler har provat själva, men skepsisen här är ännu större mot att se mer av detta i framtiden.

Så hur kommer utvecklingen att bli för sport, tävling och events i de svenska fjällen?

– Det återstår att se, men sannolikt kommer det att öka, konstaterar Klas.

Storslagen Fjällmiljö  
www.storslagnafjall.se

Övriga publikationer  
i Storslagen Fjällmiljö  
finns här:  
www.storslagnafjall.se/publikationer

Christine Lundberg  
Forskare  
Fil. Dr. i företagsekonomi/Docent i turism  
0044 (0) 1483682015  
c.lundberg@surrey.ac.uk

Klas Sandell  
Forskare  
Professor i kulturgeografi,  
klas.sandell@kau.se

Maria Lexhagen  
Forskare  
Ek dr/universitetslektor turismvetenskap  
010-142 83 39  
maria.lexhagen@miun.se

Peter Fredman  
Projektledare  
Professor  
010-142 78 04  
peter.fredman@miun.se

Sandra Wall Reinius  
Forskare  
Fil. Dr. /lektor i kulturgeografi  
010-142 82 46  
sandra.wall-reinius@miun.se

Daniel Wolf-Watz  
Forskare  
Fil. Dr. i kulturgeografi  
010-142 78 31  
daniel.wolf-watz@miun.se