



Kan destinationsutveckling bidra till hållbarhet inom jordbruket och på landsbygden?

En studie av landsbygdsturism i södra Sverige

Axeline Nilsson

Examensarbete/Självständigt arbete • 30 hp
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU
Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Agronomprogrammet – landsbygdsutveckling
Uppsala 2025



Kan destinationsutveckling bidra till hållbarhet inom jordbruket och på landsbygden? En studie av landsbygdsturism i södra Sverige.

*Can destination development contribute to sustainability in agriculture and rural areas?
An analysis of rural tourism in southern Sweden.*

Axeline Nilsson

Handledare:	Malin Beckman, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land
Examinator:	Arvid Stiernström, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land
Bitr. examinator:	Emil Sandström, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land
Omfattning:	30 hp
Nivå och fördjupning:	Avancerad nivå, A2E
Kurstitel:	Självständigt arbete i landsbygdsutveckling för agronomer A2E
Kurskod:	EX1025
Program/utbildning:	Agronomprogrammet – landsbygdsutveckling
Kursansvarig inst.:	Institutionen för stad och land
Utgivningsort:	Uppsala
Utgivningsår:	2025
Elektronisk publicering:	https://stud.epsilon.slu.se
Nyckelord:	destinationsutveckling, jordbruksturism, hållbar utveckling, platsidentitet, tillväxt, idyllisering

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap

Institutionen för stad och land

Avdelningen för landsbygdsutveckling

Sammanfattning

Denna uppsats syftar till att belysa hur relationen mellan destinationsutveckling, jordbruk och landsbygd konstrueras diskursivt i texter och dokument från olika aktörer. I takt med att destinationsutvecklingen får en allt mer framträdande roll i lokal utveckling ökar det sambandet mellan destinationsutveckling, jordbruket och landsbygden. Jordbruket tar relativt lite plats som en sektor som kan bidra till destinationsutvecklingen. Trots att jordbruket är en central del av landsbygdens ekonomi, identitet och fysiska landskap, framträder det inte alltid som en självklar aktör i destinationsrelaterade satsningar. Denna uppsats undersöker därför hur jordbrukets roll formas genom språket, vilka hållbarhetsdimensioner (ekonomiska, ekologiska eller sociala) som betonas samt hur turismens utveckling påverkar lantbrukares verksamhetsförutsättningar. Uppsatsen lyfter också hur bilden av landsbygden som en idyll också formar dess platsidentitet och turismutveckling. Genom att använda en textanalys inspirerad av diskursanalys som metod granskas hur olika aktörer uttrycker sig kring hållbarhet, turism, jordbruk och landsbygd, samt vilka värden och prioriteringar som dominerar i diskussionen. Ett särskilt fokus riktas mot hur turisterna ofta konstrueras som den mest inflytelserika aktören, vilket kan leda till att lantbrukare anpassar sina verksamheter efter turismens logik snarare än efter långsiktiga hållbarhetsmål. Uppsatsen undersöker därmed både möjligheter och utmaningar som uppstår i skärningspunkten mellan destinationsutveckling, landsbygd och jordbruk genom att lyfta fram hur olika synsätt på hållbarhet formar denna relation.

Nyckelord: destinationsutveckling, jordbruksturism, hållbar utveckling, platsidentitet, tillväxt, idyllisering.

Abstract

This thesis aims to shed light on how the relationship between destination development, agriculture, and the rural is discursively constructed in texts and documents produced by various actors. As destination development plays an increasingly prominent role in local development, the interconnection between tourism, agriculture, and rural areas becomes more apparent. Despite agriculture being a central component of the rural economy, identity, and physical landscape, it is not always positioned as a natural or prominent contributor to destination-related initiatives. This thesis therefore examines how the role of agriculture is shaped through language, which dimensions of sustainability (economic, ecological, or social) are emphasized, and how the development of tourism influences the conditions under which farmers operate. The thesis also highlights how the image of the countryside as an idyllic place contributes to shaping both place identity and tourism development. Using text analysis influenced by discourse analysis as a method, the study explores how different actors articulate sustainability, tourism, agriculture, and rural development, and what values and priorities dominate the discourse. Particular attention is given to how the tourist is often constructed as the most influential actor, which can lead to farmers adapting their businesses according to the logic of tourism rather than long-term sustainability goals. The thesis thus investigates both the opportunities and challenges that emerge at the intersection of destination development, rural areas, and agriculture, by illustrating how different understandings of sustainability shape this relationship.

Keywords: destination development, agricultural tourism, sustainable development, place identity, growth, idealization.

Innehållsförteckning

1.	Inledning och problemformulering	6
1.1	Syfte och frågeställningar	8
2.	Metod.....	9
2.1	Foucaultiansk diskursanalys	9
2.2	Strategi för analys	10
2.3	Etiska överväganden	11
2.4	Material och urval.....	11
2.4.1	Destination Ingeland	13
2.4.2	Visit Skåne	14
2.5	Undersökningens tillförlitlighet	15
3.	Bakgrund och litteraturöversikt	16
3.1	Jordbruket och landsbygden kopplat till destinationsutveckling:	16
3.2	Hur mycket turism tål en destination?	19
3.3	Är det invånarnas eller företagarnas perspektiv som är i fokus?.....	20
3.4	Hållbarhet inom destinationsutveckling	21
3.5	Finansieringskällor	23
4.	Teori och begrepp.....	24
4.1	Hållbar utveckling.....	24
4.2	Den ekologiska dimensionen	25
4.3	Den ekonomiska dimensionen.....	25
4.4	Den sociala dimensionen	26
4.5	The rural gaze och platsidentitet.....	26
5.	Textanalys och diskussion	29
5.1	Hur hållbarhet beskrivs i relation till destinationsutveckling kopplat till landsbygden och jordbruket	30
5.2	Den ekologiska dimensionen/ Balansgången mellan turism som främjar respektive utmanar miljön.....	31
5.3	Den ekonomiska dimensionen och tillväxt.....	36
5.4	Den sociala dimensionen	39
5.5	Idylliseringen av landsbygden och jordbruket.....	41
5.6	Platsidentitet.....	43
5.7	Jordbrukets roll som kulturbärare och attraktionskraft inom besöksnäringen	44
6.	Slutsatser.....	48
6.1	Hur beskrivs relationen mellan jordbruket, landsbygden och destinationsutvecklingen, samt vilka värden är det som lyfts fram?	48
6.2	Hur skiljer sig synen på hållbarhet mellan aktörer inom destinationsutvecklingen kopplat till jordbruket och landsbygden?.....	50

6.3	Framtida forskning	52
	Referenser.....	53

1. Inledning och problemformulering

Turism och jordbruk är två centrala delar av landsbygdens ekonomi och identitet, men relationen mellan dem är inte självklar. Destinationsutveckling har blivit en viktig strategi för att skapa attraktiva platser för besökare och stärka lokala ekonomier, samtidigt som hållbarhetsfrågor har fått en allt större betydelse i samhällsdebatten. Trots ett växande intresse för hållbar turism, närproducerade råvaror och platserns identitet är sambandet mellan destinationsutveckling och jordbruk fortfarande otydligt och relativt outforskat, särskilt ur ett diskursivt perspektiv. Det är viktigt att studera sambandet för att förstå i vilken utsträckning sättet vi beskriver landsbygden och jordbruket i relation till destinationsutvecklingen också påverkar den faktiska utvecklingen mot en hållbar riktning.

Sambanden mellan destinationsutveckling och jordbruk har fått allt större utrymme inom samhällsutvecklingen, i media och på landsbygden då en ökad medvetenhet kring hållbarhetsfrågor samt det identifierade behovet av att stödja lokalt jordbruk har ökat (Visita, 2017). Jordbruket har fått en större plats inom destinationsutvecklingen i och med globaliseringen som har lett till färre jordbruksföretag vilket gör att lantbrukarna väljer att nischa in sig på andra områden än det traditionella jordbruket. Detta har lett till att turismutveckling kan bidra till att skapa nya arbetstillfällen på landsbygden, speciellt i de områden där jordbruket har minskat sin utbredning. Enligt Region Gotland stärker turismen ekonomin men medför ekologiska och sociala kostnader och utmaningar för samhället (Region Gotland, 2024). Det råder därför en osäkerhet kring i vilken utsträckning turism och destinationsutveckling kan stärka både lokala jordbrukares ekonomiska, ekologiska och sociala hållbarhet samtidigt. Jag vill därför studera vilka hållbarhetsaspekter som prioriteras i diskussionen kring jordbrukets koppling till turismen. Detta görs genom en textanalys för att analysera vilka hållbarhetsaspekter som får störst utrymme i skrift. Denna studie undersöker hur destinationsutveckling i relation till jordbruk och landsbygd konstrueras diskursivt.

Genom en textanalys granskas hur olika aktörer uttrycker sig kring turism, hållbarhet och jordbruk och landsbygd samt vilka värden och perspektiv som dominerar diskussionen. Särskilt analyseras vilka hållbarhetsdimensioner: ekologiska, ekonomiska eller sociala, som får störst utrymme och hur dessa prioriteringar tar sig uttryck i språkbruket. Vidare undersöks hur destinationsutveckling kan tänkas påverka jordbruksföretagen både genom att potentiellt stärka lokala jordbrukares hållbarhet och genom att skapa nya utmaningar. Genom att studera destinationsutveckling kopplat till jordbruk och

landsbygd kan man studera hur olika aktörer arbetar med olika frågor, genom det kan man få en djupare insikt i hur destinationsutveckling kan bidra till, eller utmana, hållbart jordbruk och landsbygd. Ett sätt att utröna vad som lyfts fram eller utelämnas inom språkbruket är att studera hur olika aktörer uttrycker sig. Med denna uppsats vill jag bidra till ökad kunskap om hur olika synsätt och intressen formar diskussionen om turismens och jordbrukets framtid.

Jag finner också att det är viktigt att studera hur det uttrycks i dokumenten vad olika aktörer lyfter fram i sina förslag om destinationsutveckling och hur det samspelar med hållbar utveckling när aktörer bygger sitt platsvarumärke och utvecklar destinationer. Det kan vara intressant att undersöka sambandet mellan destinationsutveckling och platsidentitet eftersom "plats" ofta förknippas med var människor bor, medan en "destination" vanligtvis är en plats som främjas för turism (Wannemo & Halvardsson, 2022).

Inom destinationsutvecklingen kopplat till jordbruk finns en rad aktörer som spelar centrala roller, där turisten, lokalbefolkningen, destinationsutvecklingsföretagen, föreningar, lantbrukarna och kommunerna är de mest framträdande. Den aktör som framställs som starkast är turisten, då den utgör den primära konsumenten av de upplevelser som erbjuds i samband med jordbruket (Visita, 2017). Turisten värderar djur och ett varierande landskap som positiva men inte vallodling och åkermark i samma utsträckning, vilket kan göra att lantbrukare väljer att utforma sina verksamheter utefter vad turisterna efterfrågar för att attrahera besökare, där ett diversifierat jordbruk är att eftersträva i ett besöksnäringssammanhang (AgriFood, 2010). Detta påverkar också hur landsbygden porträtteras och hur landskapsbilden utformar sig. Denna obalans kan medföra att det påverkar jordbrukarnas roll inom destinationsutvecklingen. I vissa sammanhang kan lantbrukarna ses som nostalgiska förvaltare av traditioner, medan de i andra sammanhang framträder som moderna entreprenörer som söker ekonomiska fördelar genom att integrera turism i sina verksamheter. Detta skapar en komplex bild där lantbrukarens roll är både flexibel och ibland motsägelsefull.

Jag hoppas att denna studie ska bidra till ökad förståelse av hur turism och destinationsutveckling kan bidra till bättre förutsättningar för hållbar utveckling för lantbruk och landsbygd. Jag är också intresserad av att se hur både positiva och negativa effekter av turism framställs i skrift och analysera vad det kan ha för konsekvenser för en hållbar utveckling av jordbruket och landsbygden.

1.1 Syfte och frågeställningar

Uppsatsen syftar till att undersöka hur destinationsutveckling kopplat till jordbruk konstrueras diskursivt. Genom en textanalys vill jag analysera hur olika aktörer uttrycker sig i de dokument uppsatsen analyserar och genom det se hur relationen mellan hållbarhet, jordbruk och landsbygd uttrycks. Detta görs för att bidra till förståelse av olika aktörers syn på hållbarhet och hur destinationsutvecklingen skulle kunna bidra till hållbar utveckling inom lantbruk och landsbygd.

Följande frågor är uppsatsens frågeställningar:

- Hur beskrivs relationen mellan jordbruket, landsbygden och destinationsutvecklingen, samt vilka värden är det som lyfts fram?
- Hur skiljer sig synen på hållbarhet mellan aktörer inom destinationsutvecklingen kopplat till jordbruket och landsbygden?

2. Metod

I det följande avsnittet kommer jag att presentera en genomgång av de metoder som har använts, inklusive urval, genomförande och en reflektion över hur metodvalet kan ha påverkat studiens resultat. I denna uppsats för jag en diskussion utifrån uppsatsens frågeställningar, med hjälp av både en textanalys av dokumenten och litteraturen, vilket är fokus för denna uppsats. Jag har använt mig av en textanalys inspirerad av diskursanalytiska tankesätt som teoretisk utgångspunkt och metodologiskt ramverk. Detta för att undersöka språkbrukets betydelse i relation till uppsatsens empiriska material, i form av olika dokument som är relaterade till destinationsutveckling, vilket kommer presenteras i detta avsnitt.

2.1 Inspiration från foucaultiansk diskursanalys

Denna uppsats utgörs av en textanalys som är inspirerad av en foucaultiansk diskursanalys som metod för att analysera och hjälpa mig att förstå vad olika aktörer har för syn på sambanden mellan turism och hållbar utveckling av lantbruk och landsbygd. Den foucaultianska diskursanalysen baseras på filosofen och historikern Michel Foucault (Svensson, 2019). Foucaults diskursanalys bygger på att ta hänsyn till den sociala praktik som producerar och legitimerar de texter som studeras (Borgström & Boreus 2012: i Svensson, 2019). Enligt Foucault är diskursanalysen ett viktigt verktyg för att analysera hur diskurser påverkar människans syn på sig själv och verkligheten och det som inom vår begreppsram anses som normalt (Berger & Luckman, 1966). Jag har valt Foucaults diskursanalys som inspiration då jag anser att den hjälper mig att förstå hur olika aktörer genom språket konstruerar synen på sambanden mellan turism, lantbruk och hållbarhet. Detta används också som ett verktyg i denna uppsats för att dekonstruera föreställningar kring landsbygden och jordbruket i relation till destinationsutvecklingen. Detta går att utläsa genom att titta på hur det porträtteras i skrift genom hur saker sägs, av vem, samt vilka underliggande normer som kan tänkas uttryckas genom språket. Foucault har en stark tro på att språket formar vår förståelse av världen och att språket därför inte är neutralt. Det i sin tur leder till att hur vi uppfattar världen också skapar den verklighet som anses självklar (Börjesson & Palmblad, 2007).

Genom att använda mig av diskursanalysen som inspiration i min textanalys kan jag analysera vilka ord och uttryck som används för att beskriva jordbruket inom destinationsutvecklingen. Genom det kan jag på ett djupare plan förstå hur språket formar vår förståelse av hållbar utveckling i relation till lantbruket och landsbygden. Dessutom tydliggörs vilka aktörer som är framträdande och vilka värden som lyfts fram och på så vis också synliggöra vilka perspektiv som riskerar

att osynliggöras. Kulturella föreställningar går att utläsa genom att se hur landsbygden och jordbruket framställs i relation till destinationsutvecklingen, exempelvis om den framställs genom en romantiserad bild där landsbygden och jordbruket porträtteras som ett idylliskt kulturlandskap eller inte. Sociala relationer går att utläsa genom att se hur bilden av relationen mellan stad och land och mellan turisten och landsbygdsbon/lantbrukaren konstrueras. Maktsymmetrier går vidare att utläsa genom att titta på vilken aktör som får störst utrymme i skrift. Identiteter går att utläsa genom att titta på hur platsidentiteten beskrivs i relation till landsbygden och jordbruket i en turismkontext.

Diskursanalys är en kvalitativ analysmetod som fokuserar på språkets underliggande betydelse genom studier av diskurser. Enkelt förklarat innebär en diskursanalys dels att det är en teori om språkets funktion, dels en metod för att undersöka språkets innebörd (Svensson, 2019). En diskursanalys handlar om att förstå hur människor använder sitt språk och hur språkanvändningen formar samhället (Svensson, 2019). Språket konstruerar vår värld och formar våra självbilder och föreställningsramar och kommer till uttryck genom skriftliga och muntliga uttalanden (ibid). Diskursanalysen som metod används för att empiriskt undersöka konstruktionen av kunskap, kulturella föreställningar, identiteter, maktasymmetrier och sociala relationer (ibid). Genom att ha diskursanalysen som inspiration i min textanalys hjälper det mig att förstå dekonstruktionen av självklara betydelser och hur mening skapas genom språket. Ofta kan begrepp bygga på dolda hierarkier vilket kan avslöjas genom dekonstruktion, därav finner jag det relevant att ha diskursanalysen som inspiration i min uppsats.

2.2 Strategi för analys

Som grund för min uppsats har jag gjort en dokumentanalys med fokus på hur jordbruket och landsbygden framställs i relation till destinationsutveckling. Arbetet med uppsatsen har inletts med en litteraturgenomgång av tidigare forskning kring destinationsutveckling för att skapa mig en teoretisk förståelse av ämnet vilket har varit värdefullt för min efterföljande textanalys.

Jag har valt ut dokument för min textanalys som rör landsbygdsutveckling, hållbar utveckling, turism och jordbruk. Dokumenten som valts har också valts ut för att de alla har ett hållbarhetstänk som genomsyrar dokumenten vilket jag finner relevant för att knyta an till mina frågeställningar. För att hitta återkommande teman i de texter jag har analyserat har jag använt mig av tematisk kodning för att kategorisera och identifiera återkommande teman och genom det, identifiera de mest synliga diskurserna samt fungerat som analytiska ingångar för min textanalys.

De teman jag kommer att fokusera på är hållbar utveckling, idyllisering av landsbygden och tillväxt samt platsutveckling och platsidentitet. Dessa teman är relevanta att studera för att tillsammans belysa hur hållbarhet kan tolkas olika beroende på aktör. De hjälper mig också att förstå hur turism och destinationsutveckling både formar och formas av landsbygdens villkor och vilka värden som lyfts fram i samband med det. Valet av teman gjordes utefter en tematisk kodning där jag kunde identifiera de teman som var mest återkommande i det material som jag har analyserat, de teman som har valts har också gjorts utefter mitt personliga intresse. Textmaterialet har kategoriserats utefter dessa nämnda teman som varit återkommande teman i flertalet av de texter jag läst och analyserat. Koderna har därefter utvecklats och omarbetats under arbetets gång utefter att nya mönster har kunnat identifierats. Jag har vidare haft i åtanke att de ska vara relevanta för uppsatsens frågeställningar.

2.3 Etiska överväganden

Denna uppsats har som huvudfokus att undersöka hur jordbruket porträtteras och beskrivs inom destinationsutvecklingen och vilken diskurs som är dominerande. Min avsikt med uppsatsen är att kritiskt undersöka hur jordbruket målas upp inom destinationsutvecklingen och vad det kan få för konsekvenser både ur positiv och negativ bemärkelse. Som skribent av uppsatsen är jag medveten om att materialet som ligger till grund för uppsatsen också präglar den. Hur jag läser och tolkar materialet som jag samlar in, blir också till grund för uppsatsen. Genom att uppvisa transparens gentemot läsarna hoppas jag kunna förmedla en nyanserad bild av diskursen kring jordbruket inom destinationsutvecklingen.

Som författare till denna uppsats bör jag vara kritisk mot min egen roll i analysen, detta för att undvika subjektiva slutsatser. Därför är det viktigt att som författare vara medveten om hur jag kan påverka analysen vilket kan vara viktigt för att inte förlora tillförlitligheten. Detta gör jag genom att förhålla mig reflexivt till mitt eget arbete, för att säkerställa tillförlitligheten försöker jag tydligt redogöra för mitt analytiska tillvägagångssätt samt motivera mina val. Eftersom jag analyserar offentliga dokument behöver jag inte ha något samtyckeskrav. Men däremot har jag försökt vara noga med att återge material på ett rättvist sätt och inte rycka citat ur dess sammanhang.

2.4 Material och urval

I en kvalitativ studie är forskaren det främsta verktyget för insamling av material, vilket innebär att det insamlade materialet i hög grad speglar forskarens perspektiv,

intressen och bedömning av vad som är relevant (Bryman, 2018). Det leder till att de teman och de diskurser som har identifierats också speglar mina intressen och vad jag finner relevant. Vilket gör att en annan forskare sannolikt hade fått ett annat utfall av studien eller identifierat andra teman som är relevanta för analysen. Genom att jag har kännedom kring min egen påverkan på studien, kan jag också öka transparensen i studien genom att tydligt motivera och redogöra varje steg i urvalsprocessen och materialanalysen. Genom att självreflektera i min roll som uppsatsskrivare kan jag förhålla mig till uppsatsen mer transparent.

Materialet i denna uppsats grundar sig i strategiplaner och rapporter kring hållbar turism men också media såsom debattartiklar samt olika företags hemsidor. De rapporterna som har analyserats diskursivt är följande Visitas – svensk besöksnäringens rapport – *Sverige – vi löser det!* från 2017. Visita är bransch- och arbetsgivarorganisationen för den svenska besöksnäringen. Visita tecknar bland annat branschens kollektivavtal och är en medlemsorganisation i Svenskt Näringsliv (Visita, 2025). Vidare analyseras också rapporten *Hållbar platsutveckling genom turism* framtagen av Falköpings kommun i samarbete med Skara kommuns rapport kring projektet ”Turism vid Hornborgasjön – arbetsmetoder för långsiktigt hållbar omställning med fokus på destinationsutveckling i samklang med samhällsplanering och regionala processer” från 2022. Rapporten är en skrift som är baserad på en slutrapport inlämnad till Tillväxtverket. Sedan kommer jag också att analysera Regeringen och Jordbruksverkets SWOT – analys (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) från 2022: *Förutsättningar för den gemensamma jordbrukspolitiken 2021–2027. SWOT – analys*. Samt Jordbruksverkets rapport från 2020: *Rekommendationer för att stärka besöksnäringen på landsbygden*. Jag har vidare valt att fördjupa mig kring destinationerna Visit Skåne, Destination Ingeland och Hornborgasjön, vilka jag kommer att presentera i följande avsnitt. Hornborgasjönvalde jag eftersom Falköpings kommuns rapport kring Hållbar platsutveckling baseras på Hornborgasjön. Jag har valt de ovan nämnda destinationerna för att jag ska ha möjlighet att på ett djupare plan kunna besvara mina frågeställningar.

Det material som används som underlag för min textanalys påverkar också studiens utfall. Därför bör jag som uppsatsskrivare reflektera över vilka aktörerna är som står bakom de dokument som jag har valt att analysera. Eftersom olika aktörer har olika syften med vad de vill förmedla kan det påverka innehållet i rapporterna och i sin tur även denna uppsats utfall. Visita exempelvis, som är en bransch- och arbetsgivarorganisation har som syfte att främja tillväxt och goda villkor inom besöksnäringen vilket också påverkar hur de uttrycker sig och väljer att lyfta och inte. Det kan göra att det ekonomiska perspektivet får större utrymme gentemot de

sociala och ekologiska aspekterna. Falköpings kommuns rapport däremot, som är en kommunal rapport framtagen av ett offentligt finansierat utvecklingsprojekt kan ha ett visst politiskt och strategiskt syfte vilka också kan påverka uppsatsens utfall. De destinationer jag har valt får man ha i beaktande att de arbetar i marknadsföringssyfte och att de gärna vill lyfta vad som är attraktivt med deras destination och ett hållbarhetsarbete är ofta något som värdesätts av turisterna. Detta är viktigt att ha i åtanke vilka berättelser som ges legitimitet när man som uppsatsskrivare tolkar sitt material.

I följande två avsnitt presenteras de två destinationer som jag har valt att fördjupa mig kring. Destination Ingeland är en ekonomisk förening och Visit Skåne är Skånes regionala destinationsbolag. Visit Skåne kommer att ta större plats i min textanalys jämfört med Destination Ingeland, just för att Ingeland är en mindre destination. Destination Ingeland får därför inte lika mycket utrymme men är med som ett exempel på en destination för att berika analysen. De två fallen Visit Skåne och Destination Ingeland har mestadels tjänat som en del av min egen process för att få förståelse för destinationsutveckling. Därför används inte destinationerna för att specifikt analysera dem utan de används mer för att öka förståelsen för destinationsutveckling, dels för min egen del, dels för läsarens del.

2.4.1 Destination Ingeland

Destination Ingeland är en ekonomisk förening som med samlad kraft verkar för att utveckla den lokala destinationsutvecklingen och bidra till en levande landsbygd. Destination Ingeland är också ett projekt som arbetar för att attrahera nya besökare genom en besöksdestination med lokal förankring. Detta sker genom samverkan mellan företag, föreningar och boende i området (Ingeland, 2024). Det som utmärker destinationen är den kustnära naturen i relation till inlandets skogar som lockar flertalet besökare, både inhemska och från utlandet. Destination Ingeland startade som en Leaderprojekt och har vidare finansierats av Harplinge lantmän som projektägare och med EU-medel från Jordbruksverket.

Namnet Ingeland är Alf Hambes sagobygd som är beläget väster om Nyårsåsen och öster om havet (Ingeland, 2024). Alf Hambes var en viskompositör, trubadur och författare som levde mellan 1931 – 2022 och var född i Rävinge i Halland, vilket ligger inom destination Ingeland. Mer specifikt är Destination Ingeland beläget i Halland och sträcker sig från norra Halmstad till södra Falkenberg och in mot Slättåkra (Ingeland, 2024). Området är känt för flertalet olika saker men något som särskilt utmärker platsen är bland annat det välkända glasstillverkaren SIA glass och den omtalade Harplinge-grönkålen. Årligen anordnas Inge dagarna i samband med Grönkålens dag, för att hylla det gröna guld: grönkålen (ibid). Ingeland som

destination inriktar sig specifikt på kulturella traditioner där fokus ligger på musik, konst och hantverk på platsen (ibid). Destination Ingeland arbetar särskilt med något som kallas för svenska kulturupplevelser vilket ingår i svensk turismstrategi kring besöksnäringen. De flesta aktörerna som är med i Destination Ingeland är jordbrukare som har gårdsbutik vilket gör att de är jordbruksföretag som nischat in sig på destinationsutveckling.

2.4.2 Visit Skåne

Visit Skåne är Skånes regionala destinationsbolag som arbetar för att stärka besöks- och eventnäringen. De har fokus på att utveckla skånsk besöksnäring med fokus på hållbarhet och innovation (Visit Skåne, 2025). Skåne domineras av ett rikt jordbrukslandskap, något som Visit Skåne lyfter fram. Österlen framställs som en bit av paradiset där man kan uppleva romantiska vyer av böljande fält, eller handla i lokala gårdsbutiker eller bo i en idyllisk fiskeby (Visit Skåne, 2025). Österlen beskrivs som vackert som en tavla där man kan njuta av blommande kullar och en utsikt över hav och land och de berömda äppelodlingarna (ibid). Platsen för ett genuint lantliv. Matrundan är en populär kulinarisk resa som sker årligen under Kristihimmelfärdshelgen, där gårdsbutiker, hotell, kaféer och restauranger öppnar upp och erbjuder provsmakning och lokala rätter (ibid). Flera aktörer marknadsför och lyfter gårdsbutikerna som en turistattraktion, vilket direkt har en koppling till jordbruket kopplat till destinationsutveckling.

Visit Skåne och Destination Ingeland är destinationer som har ett utbrett utbud av gårdsbutiker, vilket också utgör en viktig del i deras utbud av attraktioner för turism. De lokala gårdsbutikerna med traditionella svenska råvaror kan vara en del av besöksupplevelsen, vilket stärker lokala ekonomier och sysselsättning på landsbygden. Lokala livsmedelsprodukter bidrar till den platsbundna matkulturen vilket ofta utgör en viktig del av besöksupplevelsen för besökare. Urvalet har skett genom att jag själv kommer ifrån södra Sverige och tycker därför att det är intressant att fördjupa mig kring hur destinationsutvecklingen ser ut i södra Sverige. Det finns ingen direkt koppling mellan de nämnda dokumenten som jag valt att analysera. Varför jag valt just Falköpings kommuns rapport kring Hornborgasjön är för att jag själv besökt området och fann det därför intressant att analysera djupare. Hornborgasjön är ett unikt område som årligen lockar stora besöksströmmar. Varför jag valde Falköping kommuns rapport var också för att de skriver om en platsens bärkraft vilket jag tycker är en intressant infallsvinkel på hållbar platsutveckling. Ytterligare anledningar till att jag valt just Falköpings kommuns rapport var för att jag ville ha en kommun som exempel på en aktör i min rapport och valde därför Falköpings kommuns rapport för jag fann den som ett

intressant exempel. Jag har valt destinationer som har utbredd besöksnäring eftersom jag finner det mer intressant att analysera platser som har mycket turism jämfört med platser som inte har det. Jag var tvungen att göra en avgränsning då jag har ett begränsat tidsutrymme och fann därför att det var mest relevant för denna studie att undersöka destinationer som redan har mycket turism som kan kopplas till landsbygden och jordbruket. Geografisk sett i Sverige tror jag att det är en stor skillnad kring hur det ser ut i Skåne respektive hur det ser ut i norra Sverige.

2.5 Undersökningens tillförlitlighet

Som författare till uppsatsen finns det en risk att jag som författare medvetet eller omedvetet bortser från alternativa förklaringar. Genom att vara medveten kring detta och följa de teoretiska ramverk som tillämpas hoppas jag kunna undvika feltolkningar av materialet. Eftersom jag själv är uppvuxen på ett lantbruk på landsbygden påverkar det hur jag tolkar mitt material. Genom att försöka vara transparent vill jag undvika att min världsbild och egna uppfattningar kring landsbygden och jordbruket påverkar utfallet av studien allt för mycket. För att hantera denna risk strävar jag efter att tillämpa en systematisk metod vilket innebär att jag följer etablerade teoretiska och metodologiska ramar och följer en struktur där jag dokumenterar noggrant mina tolkningar. Det är också viktigt att låta empirin tala för sig själv och inte bekräfta existerande antaganden. Jag är också medveten om att ett annat tillvägagångssätt eller annat material hade gett uppsatsen ett annat utfall vilket är något som man bör ha i åtanke när man reflekterar över tillförlitligheten i denna studie. Därför bör jag som uppsatsskrivare understryka att denna studie inte representerar en generaliserbar eller objektiv bild av relationen mellan destinationsutveckling, landsbygd och jordbruk. Tolkningarna präglas av mina egna intressen, analytiska val och erfarenheter. Min studie är också till stor del begränsad till södra Sverige vilket inte ger en heltäckande bild av hela Sverige.

3. Bakgrund och litteraturöversikt

Inför arbetet med denna uppsats har flera studier kring ämnet destinationsutveckling identifierats, samt publicerade dokument från myndigheter kring hur de arbetar med hållbar destinationsutveckling. Det finns en hel del tidigare forskning som inriktar sig på turism men forskningen som rör sambandet mellan destinationsutvecklingens koppling till jordbruk och landsbygd är inte lika utbrett. Detta avsnitt är relevant för att få bakgrundsfakta kring ämnet destinationsutveckling och var jordbruket och landsbygden kommer in i det, vilket behövs för att kunna besvara uppsatsens frågeställningar.

3.1 Jordbruket och landsbygden kopplat till destinationsutveckling:

Lantbruksföretagen i Sverige minskar i en snabb takt och idag är endast 16 000 heltidslantbruk kvar, vilket är en halvering på trettio år (Visita, 2017). Vad som kan hjälpa det svenska lantbruket idag är besöksnäringen, som kan bidra med sin köpkraft och genom det upprätthålla hållbart producerad mat där gäster efterfrågar lokala specialiteter (ibid). Besöksnäringen ses som en viktig binäring för det svenska jordbruket i takt med att jordbruksföretagen blir allt färre men det finns utmaningar. Jordbruket ligger till grund för en levande landsbygd vilket också är en grundförutsättning för besöksnäringens existens (ibid). En storleksrationalisering inom jordbruket har lett till färre företag som producerar allt mer. Färre jordbruksföretag leder till minskad diversifiering bland jordbruksföretagen eftersom den ekonomiska effekten av diversifiering ofta är större på mindre gårdar (Remvig, 2023).

En studie vid Lunds universitet visar på att det finns ett värde för jordbrukarna att ha turism som en extra inkomst såsom att exempelvis hyra ut bostäder till turister eller börja med gårdsförsäljning (Andersson, 2018). I takt med att jordbrukssektorn går mot en verklighet där det blir färre och färre lantbruk, där de flesta jordbrukarna är beroende av EU stöd, kan turismen vara av betydelse för att nå ökade intäkter för jordbruksföretagen (ibid). Besöksnäringen bidrar positivt till den svenska ekonomin och till arbetsmarknaden vilket också leder till lokal och regional attraktivitet (SKR, 2024). Besöksnäringen beskrivs som att ha positiv inverkan på andra näringar, vilket innebär att jordbruket är en näring som ska ta del av besöksnäringens positiva aspekter (ibid).

Turismutvecklingen har tagit en allt större plats på landsbygden i takt med att jordbruksföretagen har minskat till följd av en hårdare konkurrens i en globaliserad värld (Henriksson & Grosselin, 2017). Turism ses som en lösning och strategi för att möta negativa utvecklingstrender (LRF, 2025). Dessa negativa utvecklingstrender kan vara på grund utav globaliseringens negativa effekter såsom ökad konkurrens för inhemsk livsmedelsproduktion mot importerat vilket har lett till färre jordbruksföretag. Företagen som diversifierar sina företag och satsar på turism, stärker företagets ekonomi, bidrar till nya arbetstillfällen och stärker i sin tur det lokala näringslivet och kan på så vis vända negativa utvecklingstrender (LRF, 2025).

Betydelsen av begreppet destination syftar på dit turisten åker - resans mål och kan förstås både funktionellt och territoriellt (Ton & Zhuang, 2013). Ur ett territoriellt perspektiv definieras destination av dess geografiska gränser, såsom floder och vägsträckningar, samt av själva området som turismen omfattar. Destinationens attraktionskraft utgör reseanledningen och för att den ska ha förutsättningarna för att uppfattas som attraktiv krävs service och tjänster kring dessa attraktioner. Det funktionella perspektivet fokuserar istället på interaktioner, aktiviteter och attraktioner som avgör en destinations betydelse. För att en plats ska klassificeras som en turistdestination måste den ha en tydlig identitet som känns igen av besökare och som vanligtvis beskrivs i geografiska termer. På många platser spelar turismen en avgörande roll för både den sociala och ekonomiska välfärden (ibid).

Begreppet destinationsutveckling innefattar strategisk planering och utveckling av ett geografiskt område för att attrahera besökare och främja en hållbar turismutveckling (Tillväxtanalys, 2012). Detta innefattar frågor som rör turismens utbudssida, upplevelser samt den infrastruktur som krävs för att skapa attraktiva destinationer (ibid). Destinationsutveckling är en komplex process där flertalet olika aktörer finns representerade, både offentliga och privata men alla med ett gemensamt intresse: att utveckla en destination. Destinationsutveckling kan också beskrivas som en innovationsprocess och är en viktig del av landsbygdsutvecklingen (Tillväxtanalys, 2012). Destinationsutveckling innefattar ofta företagsutveckling, produktutveckling och marknadsföring (Falköpings kommun, 2022).

Inom samhällsplaneringen har turismen tidigare inte varit så utbredd men den förväntas bli allt mer betydelsefull (Henriksson & Grosselin, 2017). Som tidigare nämnt är strategisk planering en central del inom destinationsutveckling och dess planeringsprocess. Strategisk planering är en pågående process som innebär att ompröva tidigare beslut och att anpassa sig efter dess förändringar. Alla aktörer är

viktiga att inkludera inom destinationsutvecklingen. Näringslivet, lokalbefolkningen, besöksnäringen och den offentliga sektorn är särskilt viktiga aktörer (Henriksson & Grosselin, 2017). Turismutveckling pekas ut som ett område som skapar nya arbetstillfällen som ett svar på globaliseringen och utvecklingen inom teknologin som medfört att arbetstillfällen har minskat markant inom bland annat jordbruket, skogsbruket och industrin. Detta har lett till att många regioner utvecklar strategier för att stärka det lokala näringslivet i form av att arbeta med turismutvecklingen (Henriksson & Grosselin, 2017).

Tidigare forskning visar att turismutvecklingen på landsbygden har blivit allt mer betydelsefull då jordbruket har minskat i relevans på landsbygden. Vilket har skett till följd av globaliseringen och den ökade internationella konkurrensen som råder. I en globaliserad värld blir det också allt viktigare att synas och marknadsföra sin plats för en gynnsam destinationsutveckling (Edlund, 2014). Därför har ett skifte skett där turismutvecklingen har blivit en allt viktigare sysselsättning på landsbygden (Edlund, 2014). Ett begrepp som beskriver det lokala i en globaliserad värld, är det glokala vilket beskriver samspelet mellan det lokala och det globala i en global värld. Eftersom i en globaliserad omvärld har det lokala också blivit mer betydelsefullt och relevant också ur ett globalt perspektiv.

Turismutveckling bidrar till att skapa nya arbetstillfällen på landsbygden, särskilt där jordbruk, industrier och skogsbruk försvunnit, där vill kommunerna att sysselsättningen och ekonomin ska öka (Sjölund, 2013). Turismutvecklingen ska bidra till en positiv befolkningsökning. Globaliseringen har medfört en ökad konkurrens mellan regioner vilket har bidragit till att platsmarknadsföring har blivit allt viktigare. Där finns det en ökad medvetenhet kring platsidentitet och marknadsföra just det som är unikt för den specifika platsen (Sjölund, 2013). Den inhemska produktionen är viktig för det svenska jordbrukets konkurrenskraft på marknaden, en högre produktion och livsmedelsförsörjning kan minska det svenska jordbrukets sårbarhet för störningar i den globala livsmedelsproduktionen, handeln och infrastrukturen (Jordbruksverket, 2022).

För att locka besökare där en hårdare konkurrens råder krävs det att bygder lyfter fram vad som är unikt med den bygden (Håkansson et al, 2005). För att lyckas med att lyfta fram det unika krävs det att bygden berättar om sin historia och hur platsen har formats till vad den är idag (ibid). Detta fenomen kallas för Storytelling och används för att förklara, sammansvetsa, samla och skapa mening i en bygd (ibid). Genom Storytelling kan en bygd berätta om sin unika historia och skapa en mening och en känsla av ett kollektivt vi, vilket blir en typ av förening (ibid). Storytelling kan också fungera som en kulturförändrare genom att förändra normer och attityder och kan vara ett arbetssätt som kan löna sig på lång sikt (Tillväxtverket, 2025).

Genom att berätta positiva berättelser om en region eller ett specifikt område så kan det gynna destinationsutvecklingen.

3.2 Hur mycket turism tål en destination?

Inom destinationsutvecklingen är det viktigt att ha i åtanke hur mycket en plats klarar av att hantera utan att dess resurser överbelastas. Falköping kommuns rapport kring hållbar platsutveckling från år 2022 diskuterar hur mycket en plats tål och förklarar det som platsens bärkraft vilket handlar om hur mycket platsen tål innan den blir överutnyttjad. Detta är något som denna uppsats kommer att diskutera och analysera djupare i avsnittet textanalys och diskussion. Alla platser har en grundkapacitet som innebär att det finns en viss gräns på hur många besökare eller verksamheter en plats kan ha innan den påverkas negativt. Därför är platsens bärkraft en viktig aspekt och turismens bör utformas utefter platsens förutsättningar för att inte äventyra platsens bärkraft vilket kan leda till förstörande av platsen (Falköpings kommun, 2022). Tillväxt måste därför alltid ske med hållbarhet i fokus, i detta sammanhang handlar hållbarheten om hur mycket en plats klarar av och hur mycket den kan hantera på lång sikt utan att förstöras. Därför behöver man alltid utgå ifrån vad en plats klarar av att hantera, det finns flertalet olika anledningar till att det är viktigt. Men några framträdande aspekter är det miljömässiga skälet men också för att bevara attraktiviteten för turismen (ibid). Sveriges kommuner och regioner (SKR) lyfter också utmaningarna som finns inom besöksnäringen och turismen där problematik kan skapas om det skulle bli en överturism, då det dels påverkar natur – och kulturmiljöer negativt men kan även innebära stora kostnader för regioner och kommuner. Stora besöksströmmar under perioder kan också påverka lokalinvånarna negativt (SKR, 2024). Det svåra i detta sammanhang är att veta hur man mäter vad en destination klarar av (Falköpings kommun, 2022). Eftersom det är svårt att mäta hur mycket en plats klarar av råder det en osäkerhet och kunskapsglapp kring i vilken utsträckning det påverkar olika platser. Vad som försvårar arbetet ytterligare är att det saknas statistik kring besöksnäringen vilket kan vara en viktig förutsättning för att utveckla besöksnäringen. Statistik skulle kunna bidra till ökad kunskap kring ekonomiska förutsättningar och besöksvolymerna (SKR, 2024). I dagsläget saknas statistik från konsumentensida, vilket är något som SKR anser bör vara statens ansvar att ta tag i (ibid).

Frågor som ofta uppkommer när det handlar om destinationsutveckling kan vara var kunderna finns, vad som krävs av destinationen och hur marknadsföringen bör utformas (Hushållningssällskapet, 2025). På landsbygden handlar destinationsutveckling vanligtvis om jakt- och fisketurism, vandringsturism, naturturism och kulturarvsutveckling (ibid). En central fråga är hur destinationer

kan utvecklas för att öka sin attraktionskraft och konkurrenskraft. Naturturism har växt i popularitet, naturturism innefattar turismtjänster där naturupplevelser står i fokus. Vilket innefattar utomhusaktiviteter samt kringliggande aktiviteter som skapar intäkter och bidrar till besöksnäringen och landsbygden (Naturturismföretagen, 2018). Naturturismen som begrepp inriktar sig på den ekonomiska vinsten som besökaren medför (Naturvårdsverket, 2013).

3.3 Är det invånarnas eller företagarnas perspektiv som är i fokus?

När utveckling av en destination sker bör åtanke finnas kring att uppfattningen kan vara olika beroende på om det är invånarnas eller företagarnas perspektiv som är i fokus (Arnholm et al, 2011). Åtanke bör också finnas kring att det inte är en självklarhet att turistindustrin är det mest fördelaktiga för en viss geografisk plats (Muller, 2007). Turism kan medföra både fördelar och nackdelar och i processen att utveckla en destination bör man väga dessa för – och nackdelar emot varandra (Muller, 2007). För att både bibehålla och skapa en framgångsrik destination behövs flertalet olika komponenter och två betydelsefulla aspekter är lokalbefolkningen och entreprenörskapet (Murphy & Murphy, 2004). Det är entreprenörerna i området som driver utvecklingen men det är lokalbefolkningen som påverkas av turism på orten (Muller, 2007). När man talar om destinationsutveckling talar man ofta om den i nätverkstermer där destinationsutvecklingen kan ses som en innovationsprocess. Destinationsutvecklingen handlar om turismens betydelse för regional och nationell tillväxt (Tillväxtanalys, 2012).

Samverkan inom destinationsutvecklingen ses som en viktig framgångsfaktor (Besöksliv, 2018). Landets kommuner arbetar med landsbygdsutveckling och vad som prioriteras i arbetet är föreningar och eldsjälar. Dialoger är också viktigt (Mörbylånga kommun, 2025). Hushållningssällskapet beskriver destinationsutvecklingen som ett kluster av olika intressenter som kan möta motgångar i form av motverkande intressen, vilket kan ställa höga krav på bland annat ett gott ledarskap och vilja till förnyelse. (Hushållningssällskapet, 2025).

Destinationsutvecklingen handlar mycket om att bygga ett varumärke för en plats och att kapaciteten finns. Kapaciteten på platsen handlar om infrastrukturen (Besöksliv, 2018). Ett välfungerande samhälle hänger ihop med en god infrastruktur vilket är mycket viktigt för landsbygden och är en förutsättning för ett konkurrenskraftigt jordbruk. Det är också viktigt för andra grupper på landsbygden såsom turister, boende och företag (Jordbruksverket, 2008). Orsaker till brist på

infrastruktur kan handla om för lite ekonomiska medel eller att olika aktörer inte samverkar tillräckligt väl (ibid). Val av färdmedel är av betydelse och är en viktig del i en mer hållbar destinationsutveckling. Om man förflyttar sig med buss, tåg, bil eller flyg för att besöka en plats har betydelse (Henriksson & Grosselin, 2017). Innovationsförmågan på en plats är en förutsättning för att en destination ska kunna överleva i en konkurrensutsatt marknad (Tillväxtanalys, 2012). Både platsens anpassningsförmåga och återhämtningsförmåga är centrala aspekter för dess framgång och utveckling (ibid).

3.4 Hållbarhet inom destinationsutveckling

Det finns flera utmaningar när det kommer till hållbar turism och den främsta orsaken till det är osäkerheten kring vad hållbar turism innebär i praktiken (Danielsson & Jensen, 2020). Begreppet kan nämligen tolkas på flertalet olika sätt, hållbar turism kan innebära att den är livskraftig och samspelar väl med övriga aktiviteter inom destinationen (ibid). Men något som är gemensamt för all typ av hållbar destinationsutveckling är att den inte får medföra negativa effekter för platsen, varken ekonomiska, sociala eller fysiska (ibid). Det är av vikt att destinationsutveckling också ska gynna Ortsbefolkningen och främja dem och att de i sin tur också involveras i olika typer av planeringsprocesser (ibid). Hållbarhet inom destinationsutvecklingen är viktig för att skapa en konkurrenskraftig och stark turistdestination. I och med att det finns ett ökat intresse och behov i vårt samhälle efter mer hållbara val har verktyg såsom exempelvis certifieringar kring hållbarhet ökat inom destinationsutvecklingen (Gustafsson & Brodin Kibsgård, 2022). En typ av hållbarhetscertifiering är Svensk Hållbarhetscertifiering som är en ideell förening som har målet att öka medvetenheten kring hållbarhet samt göra Sveriges företag mer hållbara (Hållbarhetscertifiering, 2025).

Det finns en modell som kallas för "Tourism area life cycle" skapad av Richard Butler från 1980 som visar på hur en destination genomgår fem olika steg av utveckling: introduktion, tillväxt, mognad, mättnad, samt nedgång eller förnyelse (Gustafsson & Brodin Kibsgård, 2022). Hållbarhet inom destinationsutvecklingen kan även handla om att minimera negativ påverkan på miljön, bevara kulturella värden och skapa fördelar för lokalsamhällen (ibid).

Det kan vara viktigt att turisterna inte blir för många på en specifik plats för att värna om den småskaliga turismen. Begrepp som "free riders" används av jordbrukare som anser att stora turismaktörer åker snålskjuts och tjänar pengar på det kulturlandskap som jordbrukarna och lokalsamhället har skapat men att de inte får ta del av dessa inkomster (Andersson, 2018). Turism innebär ett ökat tryck på miljön och medför konsekvenser som är sociala, ekonomiska och ekologiska för den geografiska plats som besöks (Bohlin & Elbe, 2009). För att uppnå en hållbar

destinationsutveckling bör man därför följa samma krav som ett uthålligt samhälle bör anpassa sig efter. Vilket innebär att hantera resurser så att de inte äventyrar nästkommande generationer samt upprätthålla mångfald och ekosystemprocesser (ibid). Turismen bör även stärka samhällets identitet och öka människors kontroll över sina liv (ibid). Ekonomisk hållbarhet är viktig inom turistnäringen och den stora utmaningen som flertalet destinationer möter är säsongsproblematiken som innebär korta säsonger vilket medför att kapacitetsutnyttjandet förblir lågt (Bohlin & Elbe, 2009). Destinationer som Åre och Gotland är exempel på platser som påverkas starkt av säsongsbunden turism och begränsad bärkraft. Under högsäsong ökar trycket på den lokala infrastrukturen, sophanteringen, vattenförsörjningen och sjukvården kraftigt, samtidigt som det ofta saknas tillräckliga resurser för att möta detta behov. För att hantera dessa utmaningar har båda destinationerna föreslagit att införa en turistskatt. Trots att turismen är en viktig inkomstkälla för både Åre och Gotland, anser bland annat Åre kommun att en turistskatt skulle kunna bidra till att täcka de ökade kostnaderna och förbättra den långsiktiga hållbarheten i samhället genom att generera intäkter som återinvesteras i lokalsamhället (SVT, 2025).

Det finns vidare utmaningar med att förlänga turistsäsongerna i och med att arbetskraften är lättare att hitta under säsong då det finns fler möjligheter till bland annat sommarjobbansättningar (Bohlin & Elbe, 2009). Var i landet man befinner sig har stor betydelse för turismnäringen då befolkningsunderlaget är en betydelsefull aspekt när det handlar om den ekonomiska hållbarheten (Bohlin & Elbe, 2009). Sverige är ett av världens mest glesbefolkade länder vilket påverkar turistverksamheten negativt, något som däremot skulle kunna öka turismen är en ökad turismexport från utlandet, vilket innebär att fler utländska resenärer väljer att besöka Sverige (ibid).

Jordbruket och turismen beskrivs som att de har en komplicerad relation i förhållande till varandra (Andersson, 2018). Jordbruken blir allt större men färre, små gårdar har det generellt lättare att kombinera turism med jordbruk då det för de större gårdarna kan innebära en arbetsmiljöfara om de har turism på gården (ibid). En gård är en arbetsplats med stora fordon vilket leder till att det kan vara farligt att vistas på en gård. Detta kan exemplifieras genom att gårdsägare tvingas sätta upp staket in till gården när gårdsbutiken är stängd för att inte besökare ska gå in på gårdsplanen. En annan utmaning med turism kopplat till jordbruket är att det kan saknas tid och resurser för att både hinna sköta en hel gård och samtidigt ha tid över till att ta hand om turister, tiden räcker helt enkelt inte till i många fall. Kombinationen mellan jordbruket och turismen framställs som arbetsintensiv, särskilt när båda verksamheterna infaller under samma säsong. Detta kan leda till en känsla av otillräcklighet när individen ska hinna med att både vara jordbrukare,

värd och familjemedlem (ibid). Trots att de mindre gårdarna har generellt lättare att kombinera jordbruket med turism skulle de större gårdarna dock kunna ha mer fördelaktiga ekonomiska förutsättningar för att göra det möjligt att specialisera sig på besöksnäringen. De bättre ekonomiska förutsättningarna kan göra det möjligt att ta in anställda för att sköta besöksnäringen vilket kan underlätta för turism.

En trend kan ses där de större jordbruksföretagen väljer att producera bulkproduktion och de mindre gårdarna väljer att nischas in sig, där turismen kan vara en väg att gå (Andersson, 2018). Jordbrukarna som nischar in sig på turism kan få en viktig roll när det kommer till kunskap kring dagen jordbruk. Jordbrukarna kan genom turismen förmedla kunskap om jordbruket till turisterna vilket kan leda till goda synergieffekter (ibid).

3.5 Finansieringskällor

För att på ett djupare plan förstå destinationsutvecklingens förutsättningar har jag valt att lite kort presentera de finansieringskällor som finns tillgängliga för turism på landsbygden eller som är relaterat till jordbruket. Två viktiga och centrala finansieringskällor för destinationsutvecklingen på landsbygden som är kopplad till jordbruket är Landsbygdsprogrammet och LEADER- projekt.

Landsbygdsprogrammet har varit en viktig finansieringskälla för insatser som bidragit till att utveckla besöksnäringen på landsbygden (Länsstyrelsen, 2015). Landsbygdsprogrammet verkar för att bidra till livskraftiga och lönsamma företag, samt aktiva lantbrukare som bidrar med öppna landskap och betande djur. Detta kallas för bondepaketet som ska stimulera starka jordbruksföretag (ibid). Jordbruksverket spelar en central roll i utvecklingen och attraktiviteten inom landsbygdsturism med dess ansvarsområden inom landsbygdsturismen (Länsstyrelsen, 2015). Myndigheten samarbetar med Tillväxtverkets samordningsgrupp för att skapa förutsättningar för ett rikt och varierat odlingslandskap, där biologisk mångfald främjas och jordbrukets miljöpåverkan minimeras. Samtidigt arbetar Jordbruksverket för att stärka diversifieringen inom jordbruket, vilket bidrar till en mer hållbar och livskraftig landsbygd (ibid). Vidare finns också Leader-projekt är en viktig finansieringskälla för destinationsutveckling på landsbygden och som är populärt att söka. Leader står för Lokalt ledd utveckling och gör det möjligt att få stöd för utvecklingsprojekt som på ett eller annat sätt bidrar till utvecklingen av en bygd. Metoden bygger på att privat, ideell och offentlig sektor arbetar tillsammans för att bidra till lokal utveckling (Jordbruksverket, 2024).

4. Teori och begrepp

4.1 Hållbar utveckling

Jag har valt att använda mig av hållbar utveckling som teoretiskt begrepp för att lättare kunna förstå hur landsbygder kan nyttjas och förstås på olika sätt (Tillväxtverket, 2023). Det är vidare till hjälp för att analysera hur destinationsutvecklingen kan bidra till hållbarhet för jordbruksföretaget.

Hållbar utveckling används också i denna uppsats för att öka förståelsen kring att hållbarhet tolkas olika beroende på kontext och att sambanden mellan livskraftiga landsbygder och hållbarhet kan se olika ut beroende på vilket hållbarhetsperspektiv som står i fokus. Hållbarhet som begrepp kommer till uttryck i relation till besöksnäringen och destinationsutvecklingen genom att en hållbar besöksnäring mycket handlar om långsiktigt arbete, vilket ligger i linje med hur det ser ut i andra sektorer i samhället (Visita, 2017).

Begreppet hållbar utveckling etablerades under 1980-talet som en ambition att förena ekonomisk tillväxt med social rättvisa och bevarandet av ekologiska värden. En central milstolpe var FN:s rapport "Vår gemensamma framtid" även kallad Brundtlandrapporten från 1987, som har haft stor påverkan på både lokal och global samhällsutveckling (Europeiska unionen, 2025). Brundtlandsrapporten definierar hållbar utveckling som "en hållbar utveckling tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov" (ibid). Hållbar utveckling omfattar tre dimensioner – ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet och ska ses som förutsättningar för att bygga ett samhälle där mänskliga behov tillgodoses (Hedenus, 2022). Hållbar utveckling kan också definieras genom FN:s globala överenskommelse Agenda 2030, med 17 mål som ska fungera som en katalysator för ett mer hållbart samhälle (Hermelin, 2022). Agenda 2030 poängterar vikten av att hållbar utveckling och en omställning till ett mer hållbart samhälle kräver sektorsöverskridande samarbete (Hermelin, 2022). Hållbar utveckling är ett koncept i ständig förändring och utveckling där det behövs ett samhälle som kan lära sig av erfarenheter och anpassa sig till nya situationer (Nightingale et al, 2019).

Begreppet hållbar utveckling är nära besläktad med hållbarhet och kan beskrivas som ett försök till att organisera och genomföra investeringar inom projekt som har som målsättning att förändra samhället socialt och ekologiskt till det bättre. Hållbar utveckling i praktiken innebär ett verkställande arbete för att styra förändring inom det sociala, ekologiska och ekonomiska för att bidra till ett mer hållbart samhälle (Nightingale et al, 2019).

Hållbar utveckling är ett komplext begrepp som ständigt balanserar mellan kortsiktiga och långsiktiga mål. Miljömässiga åtgärder kräver ofta avvägningar över tid och rum, vilket gör hållbarhetsarbetet både utmanande och dynamiskt. Det är viktigt att ha tidsperspektivet i åtanke när det kommer till hållbar utveckling. Organisering, styrning och insatser för samhällsstrukturer bidrar till hållbarhet över tid och kan på så vis bidra till goda levnadsvillkor för framtidens generationer (Hermelin, 2022). Begreppet handlar om en kompromiss mellan miljö – och utvecklingsrörelserna. Det finns olika tolkningar kring hållbar utveckling och vilken av de tre dimensionerna som väger tyngst. En tolkning av begreppet är att naturen inte har ett värde i sig självt, utan har ett värde enbart när den bidrar till att uppfylla mänskliga behov (Hedenus, 2022). Men hållbar utveckling kan också tolkas genom att naturen har ett värde i sig självt (ibid).

4.2 Den ekologiska dimensionen

Denna dimension handlar om naturens produktionsförmåga och hur den kan förse människan med förnybara resurser vilket inkluderar allt ifrån produktiv jordbruksmark till rent vatten eller skog för att producera virke (Hedenus, 2022). Den ekologiska dimensionen handlar också om naturens ekosystemtjänster, biologisk mångfald och ekosystemens resiliens (Nightingale et al, 2019). Den ekologiska dimensionen är en förutsättning för mänsklighetens långsiktiga överlevnad och därför är det viktigt att ta hänsyn till de planetära gränserna eftersom de mänskliga aktiviteterna har pressat flertalet av jordens ekosystem till sina gränser (Nightingale et al, 2019). Detta går att koppla till platserns bärkraft och hur turismen kan utarma en plats ekosystem eller ekologiska gräns. Den ekologiska dimensionen kan tolkas som en gränslinje som mänskligheten måste hålla sig inom (Hedenus, 2022). Denna dimension av hållbarhet kommer ofta till uttryck när det handlar om klimatförändringarna. Klimatförändringarna är också en stor utmaning för både turismen och jordbruket då klimatet har påverkan på jordbrukarnas skörd och turisternas upplevelser (Anderson, 2018).

4.3 Den ekonomiska dimensionen

Betydelsen av begreppet ekonomi är att hushålla med knappa resurser och i denna kontext handlar det om hur vi ska hushålla med resurser som är viktiga för våra mänskliga behov (Hedenus, 2022). Resurserna innefattar dels de ändliga naturresurserna som metaller och fossila bränslen, dels mänskligt skapat kapital. Det mänskligt skapade kapitalet innefattar sådant som vi skapat själva såsom byggnader och infrastruktur men också humankapital såsom kunskap. Den

ekonomiska dimensionen innefattar att skapa långsiktiga ekonomiska system som ska kunna stödja långsiktig tillväxt utan att utnyttja eller utarma naturen genom kortsiktiga lösningar (Nightingale et al, 2019). Den ekonomiska dimensionen handlar mycket om hur vi ska hushålla med resurserna idag och i framtiden (Hedenus, 2022). En aspekt i den ekonomiska dimension är ekonomisk tillväxt, vilket är ett mått på den totala ökningen av varor och tjänster som produceras i ett land. Det är viktigt att skilja på olika typer av tillväxt i relation till hållbarhet. Det är vad som driver tillväxten i samband med miljön som är det viktiga. Om tillväxten enbart drivs av ökat uttag av ändliga och förnybara resurser leder det till negativa miljökonsekvenser men om tillväxten istället drivs av en ökad produktivitet kan den vara positiv ur miljösynpunkt om produktivitetsökningen sker genom minskat tryck på naturen och dess resurser. Vad som menas med ökad produktivitet är att varor och tjänster kan produceras mer effektivt genom teknisk och organisatorisk utveckling vilket leder till att mindre insatser behövs för varje producerad enhet (ibid).

4.4 Den sociala dimensionen

Den sociala dimensionen av hållbar utveckling omfattar frågor som social rättvisa, mänskliga rättigheter och en rättvis fördelning av resurser (Hedenus, 2022). För att ekonomiska och ekologiska frågor ska hanteras på ett effektivt sätt krävs det ett jämlikt och rättvist samhälle (Nightingale et al, 2019). Hedenus (2022) anser att det underlättar att tolka begreppet hållbar utveckling om vi håller isär de tre aspekterna: mål, medel och förutsättningar. Målet är att tillfredsställa mänskliga behov och för att uppnå dessa mål krävs det medel som kan vara allt från att garantera rättigheter för alla människor eller en ekonomisk tillväxt som bidrar till resurser för ekonomin. Men för att dessa medel ska fungera krävs det grundläggande förutsättningar för dem vilket innefattar ett rättvist samhälle. Trots att den sociala dimensionen är avgörande för ett hållbart samhälle, tenderar den ofta att behandlas som medel snarare än grundläggande förutsättningar för hållbar utveckling. Detta gör att den sociala dimensionen inte får lika stort utrymme inom begreppet hållbar utveckling som de resterande dimensionerna får, samtidigt är rättviseaspekten en central aspekt när man talar om hållbar utveckling. En hög tillit, goda sociala strukturer och starka sociala institutioner är viktiga grundpelare för ett välfungerande samhälle, vilket också är en förutsättning för långsiktig ekonomisk tillväxt (ibid).

4.5 The rural gaze och platsidentitet

The rural gaze kan på svenska översättas till synen på landsbygden och är en social konstruktion som formar hur vi förstår, konsumerar och upplever landsbygden (Woods, 2011). Den styr vår syn på landsbygden genom förväntningar och ideal, vilket i sin tur kan påverka och omforma det faktiska landskapet. Med andra ord är det våra föreställningar om landsbygden som bidrar till att skapa dess verklighet (ibid). Woods (2011) menar att bilden av landsbygden ofta bygger på en nostalgisk landsbygds idyll.

På liknande sätt kan turismens inflytande förstås genom begreppet tourist gaze, där turism fungerar som en formativ kraft. Den ekonomiska potentialen i turismen kan driva på bevarandet av traditionella landsbygdsmiljöer (Urry, 1992 i Woods, 2011). När förväntningar och verklighet skiljer sig åt finns dock en risk att turisternas och omvärldens ideal påverkar de beslut som landsbygdsborna fattar. Detta kan leda till en romantiserad bild av landsbygden, där lokala aktörer upprätthåller och anpassar sig efter dessa föreställningar för att möta besökarnas förväntningar (Wallberg, 2022). Foucault har också en tolkning på "gaze" som bygger på sociala konstruktioner, där kollektiva sociala normer definierar hur vi tolkar vår omvärld och hur vi väljer vad vi vill se (Foucault 1975 i Woods 2011). Dessa definitioner av the rural gaze och the tourism gaze använder jag som verktyg när jag analyserar vilka föreställningar som råder kring landsbygden och jordbruket kopplat till turism och hur de kommer till uttryck.

Dessa berättelser knyter an till begreppet platsidentitet. Platsidentitet är relevant begrepp att studera i samband med destinationsutveckling kopplat till jordbruk, då båda näringarna är platsbaserade och livnär sig på vad en plats har att erbjuda. Därför är det intressant att studera relationen mellan destinationsutveckling och platsidentitet. Platsidentitet är ett mångfacetterat begrepp som bland annat handlar om en individs relation till en plats (Berger, 2007). Den tillhörighet som en individ kan känna inför en plats handlar mestadels om den kunskap som individen har om omgivningen, ens egen historia där och de människorna som förknippas med platsen, då platsen bär på minnen och historia. Platsidentitet kan också handla om en grups identitet och hur den gruppen identifierar sig med platsen och kan beskriva den gemensamma synen på en plats (ibid).

Människor har under lång tid skapat både traditioner på orter och ekonomiska förutsättningar på platser i form av bland annat jordbruk, vilket i sin tur skapat ett utbyte mellan varor och tjänster som skapat möjligheter för människors liv. Denna platskultur skapar i sin tur immateriella aspekter som kan kopplas till en plats (Engberg & Gaute, 2015). "Platsen" har en betydelse för människor, och det som avgör om vi trivs med en plats eller inte har många olika förklaringar (Berger,

2007). För landsbygden där jordbruket historiskt utgjort en del av landskapet, är platsidentitet ofta starkt förankrad i de agrara traditionerna.

Idag blir platsen allt viktigare när man pratar om planering och destinationsutveckling. Vikten av "platsidentitet" har blivit viktigare i en global värld och i takt med en ökad konkurrenskraft (Holmgren, 2021). Platsen bär ofta på en stolthet och en historia och genom att ta hänsyn till detta kan den bidra till positiva sociala, ekologiska och ekonomiska samhällseffekter (ibid).

Platsutveckling har blivit ett allt vanligare begrepp när det kommer till destinationsutveckling, speciellt eftersom turismnäringen är beroende av det unika egenskaperna hos en viss plats (Svensk destinationsutveckling, 2025). Eftersom besöksnäringen är platsbunden finns det ett flertal olika anledningar till att en turist väljer att åka till en specifik plats och inte en annan, därför är platsutveckling ett relevant begrepp i detta sammanhang. Lokala näringar såsom jordbruk kan locka besökare. Platsutveckling är dels en filosofi, dels en process där fokus ligger på att främja lycka, välbefinnande och människors hälsa. Det kan handla om att identifiera vilka insatser som är relevanta för en specifik plats (ibid).

5. Textanalys och diskussion

Följande avsnitt utgör uppsatsens analysdel och här presenteras hur hållbarhet, jordbruk och landsbygden framställs inom ramen för destinationsutveckling. Syftet är att identifiera vilka värden som lyfts fram, hur landsbygden och jordbruket beskrivs samt vilken roll dessa faktorer har i diskussionen kring hållbar utveckling. Genom en textanalys med en diskursanalytisk ansats granskas olika skrifter, rapporter och dokument för att förstå om det finns en homogen diskurs kring hållbarhet eller om olika perspektiv och spänningar framträder. Fokus i denna analys är språkbruket kring hållbarhet och jag kommer att fokusera på uppsatsen teman som följande är de tre dimensionerna av hållbar utveckling, idyllisering av landsbygden, platsidentitet samt jordbrukets och landsbygdens värdeskapande i relation till destinationsutveckling.

Denna textanalys och diskussion har som syfte att besvara uppsatsens två frågeställningar genom en diskussion av textanalysens resultat, frågeställningarna lyder likt följande: "Hur beskrivs relationen mellan jordbruket, landsbygden och destinationsutvecklingen, samt vilka värden är det som lyfts fram?" Samt "Hur skiljer sig synen på hållbarhet mellan aktörer inom destinationsutvecklingen kopplat till jordbruket och landsbygden?". Jag vill i denna analys och diskussion belysa vilka konsekvenser framställningen av destinationsutvecklingen kan få för jordbrukets och landsbygdens utveckling.

Fokus ligger på språkets och meningsskapandets betydelse för hur destinationsutveckling, landsbygden och jordbruk, förstås och beskrivs. Diskurser existerar sällan isolerat utan de samverkar, påverkas och omformas ständigt i relation till kulturella och sociala kontexter samt genom historiska förändringsprocesser på mångfacetterade sätt. Diskussionsavsnittet kommer även djupare undersöka hur jordbruket skulle kunna påverkas av hur det framställs inom destinationsutvecklingen och jag kommer att diskutera kring hur destinationsutveckling och turism kan vara en väg framåt för jordbrukets hållbarhet.

5.1 Hur hållbarhet beskrivs i relation till destinationsutveckling kopplat till landsbygden och jordbruket

I följande avsnitt kommer jag att presentera hur hållbarhet framställs för att djupare förstå hållbarhetens komplexitet. Detta görs genom att analysera hållbar utveckling utifrån de tre dimensionerna.

Enligt rapporten *Sverige – vi löser det!* framtagen av Visita – svensk besöksnäring från 2017 ses det svenska lantbruket som en möjlighet för att minska klimatutsläppen, bedriva naturvård och för att tillgodose behovet av en lokalproducerad och hållbar matproduktion. Idag är besöksnäringen och turistföretagen den snabbast växande sektorn på landsbygden (Visita, 2017). Den svenska besöksnäringen vill både fördjupa, förmedla och erbjuda en livskraftig och hållbar svensk livsmedelsproduktion där man kan ta betalt för högkvalitativa upplevelser och mat som går hand i hand med en levande landsbygd (Visita, 2017). Det är viktigt med en hållbar och grön profil där besökaren betalar en extra peng för lokalproducerad svenskt livsmedel (ibid).

Jordbruk kopplat till destinationsutveckling kan bidra till värden som ökar hållbarheten, men vad som är hållbart beror på vem aktören är samt hur den har tolkat begreppet hållbarhet. Vad som är hållbart i någons ögon behöver inte nödvändigtvis vara det för någon annan, eftersom hållbarhet är ett mångtydigt begrepp (Danielsson & Jensen, 2020). Det råder också en osäkerhet kring vad begreppet innebär i praktiken, vilket ytterligare kan förklara varför hållbarhet är ett sådant mångfacetterat begrepp.

Synen på hållbarhet inom destinationsutvecklingen beskrivs ofta som en balans mellan ekologiska, ekonomiska och sociala faktorer. Hållbar utveckling ses som en viktig aspekt när det kommer till samhällsplanering och turism. Begrepp som hållbara val får stort utrymme och används frekvent i debatten kring besöksnäringens framtid. Följande stycke ger ett exempel på hur hållbarhet beskrivs i relation till jordbruket:

Besöksnäringen vill förverkliga, fördjupa visionen om matlandet Sverige och vill lägga grunden för en livskraftig, hållbar svensk mat- och dryckesproduktion med bra betalt för fina varor, goda upplevelser och en levande landsbygd - (Visita, 2017:4).

En hållbar besöksnäring är viktig och hållbarhetsfrågorna ses som en stark framtida konkurrensfaktor enligt Visitas rapport. Dock lyfter Visita att:

I nuläget råder också en begreppsförvirring kring ordet hållbarhet som idag ofta tolkas som enbart de miljömässiga frågorna medan de sociala och ekonomiska aspekterna inte får utrymme. – (Visita, 2017: 13).

Detta bekräftar att hållbarhet kan definieras och tolkas olika beroende på vem du frågar. Hållbarhet och framförallt hållbar utveckling är ett komplext begrepp som kräver att aktörer samverkar på mångfacetterade sätt. Det finns flera olika tolkningar kring begreppet hållbarhet och kan användas på olika sätt av olika aktörer, därför är synen på hållbarhet inte homogen. Jordbruket kommer in i bilden genom att besöksnäringen lyfter fram jordbruket som en nyckelaktör för en hållbar framtid likt följande:

Lantbruket är en fantastisk möjlighet att bedriva naturvård, minska klimatutsläppen och tillgodose den ökade efterfrågan på hållbar och lokalproducerad mat (Visita, 2017: 6).

Stycket ovan kan ge en indikation på att jordbruket ses som en källa till en mer hållbar konsumtion av livsmedel. Jordbruksverket påvisar också betydelsen besöksnäringen har för lantbruket och specifikt för diversifieringen inom branschen likt följande:

Landsbygden utgör en viktig resurs för utveckling av besöksnäring, samtidigt som den är en viktig bransch för lantbrukets diversifiering och utveckling av tjänstesektorn utanför lantbruket (Jordbruksverket, 2022 :125).

5.2 Den ekologiska dimensionen/ Balansgången mellan turism som främjar respektive utmanar miljön

I följande stycke kommer jag att analysera den ekologiska dimensionen av hållbar utveckling och hur destinationsutvecklingen beskriver den i relation till landsbygds- och jordbruksturismen. Jordbruksverket (2022) har tagit fram SWOT -analysen *Förutsättningar för den gemensamma jordbrukspolitiken 2021–2027* i uppdrag av regeringen som jag har valt att analysera. Denna SWOT- analys fokuserar på målen i den kommande gemensamma jordbrukspolitiken genom att analysera svagheter och styrkor med den (Jordbruksverket, 2022). En SWOT-analys är ett verktyg för att undersöka svagheter, styrkor, möjligheter och hot bland annat inom en verksamhet eller inom ett projekt vilket underlättar beslut kring utveckling och används ofta inom strategisk planering (Bryman & Bell, 2017). Jordbruksverket

lyfter att det finns potential för besöksnäringen att utveckla turism kring naturtillgångar som bidrar till hållbara upplevelser. Följande citat visar på detta:

Av specifikt intresse bland tjänstenäringarna är besöksnäringen. Detta är en näring som växer på landsbygden, och många naturtillgångar skulle kunna användas mer för att utveckla hållbara upplevelser och rekreation (Jordbruksverket, 2022 :124).

Besöksnäringen växer på landsbygden vilket gynnar utvecklingen, det är också en grundförutsättning för turismen eftersom den är beroende av en levande landsbygd. Visitas rapport beskriver det likt följande:

Den snabbast växande sektorn på landsbygden är turistföretagen. Många satsningar bygger på att det finns ett vackert, tillgängligt landskap. Besöksnäringen är beroende av en levande landsbygd som i sin tur kräver fungerande ekosystem med bevarad biologisk mångfald. Detta är nära kopplat till flera av de 16 nationella miljömålen. Miljömålsrådet lyfter i sin årsrapport fram ekologisk odling som en viktig del i att nå miljömålen. Eftersom många kommer till Sverige för naturupplevelser måste besöksnäringen främja ett aktivt lantbruk som bidrar till att miljömålen nås (Visita, 2017 :33).

Det finns flertalet olika typer av turism, det finns turism som främjar miljön samtidigt som det finns turism som utmanar och riskerar att skada miljön och platsers bärkraft. Natur och ekoturism hör till de förstnämnda medan mass- och kommersiell turism mer riskerar att tära på ekosystem. Stor skillnad finns det också mellan vem det är som definierar turismen, ifall det är företag, kommun eller turisterna själva.

I takt med globaliseringen och en ökad massturism har ekoturismen ökat som tillhör samlingsbegreppet naturturism. Ekoturismen har blivit en motpol mot massturismen. Ekoturismen har som mål att skydda kultur, natur och lokalbefolkningen och reducera turismens negativa effekter vilket innebär att turismen tar hänsyn till platsens ekologiska begränsningar samt lokalbefolkningens välbefinnande (Joelsson & Rosén, 2020). Naturturismen är utbredd på landsbygden och ses som en viktig del i skapandet av en levande landsbygd (Naturturismföretagen, 2022). Därför är naturturismen viktig för landsbygdsutvecklingen. Landsbygdsföretagen kan också diversifiera sig tack vare turismen då en guidad tur kan leda till både ett besök till en lokal restaurang eller en gårdsbutik (ibid).

I följande utdrag från Visitas rapport Sverige – vi löser det! beskrivs hur relationen mellan ekonomi, natur och turism kan se ut. Den biologiska mångfalden framställs som en ekonomisk resurs. Genom att säga att vargen kan ge större ekonomiska vinster genom turism än att skjutas, framställs naturen i en marknadslogik och den

biologiska mångfalden beskrivs som en affärsmöjlighet och inte i ekologiska eller etiska termer. Detta leder också till att naturens värde bestäms utefter människans nytta av den, och inte utefter naturens egenvärde i ett större ekologiskt sammanhang.

Ett exempel på detta är vargen. Troligen tjänar man långsiktigt mer pengar på vargen genom att skapa turismsatsningar runt den istället för att skjuta den. Likaså är guidade turer till fågelreservat, valsafari eller vildmarksvandringar bra exempel på kopplingen mellan biologisk mångfald och affärsmöjligheter för turism. Bevarad biologisk mångfald och främjandet av fungerande ekosystem utgör grundförutsättningarna för upplevelseindustrin som är framtidens arena för jobb och tillväxt. Mångfalden är också mänsklighetens försäkring mot t.ex. klimatförändringar eller naturkatastrofer - vid händelse av sådana kan turismen skadas allvarligt (Visita, 2017 :36).

Turismen lyfts fram som både en möjlighet och som en risk för miljön, vilket blir en slags paradox då turism både kan bidra till att bevara och till att förstöra platsers bärkraft och dess resurser (Falköping, 2022). Retoriken kring paradoxen är att den ses som en varning inför en ökad turism. För att en ökning av turismen ska kunna ske hållbart är det viktigt att försöka sprida ut besöksströmmarna och få dem att bli mer året runt än säsongsbaserat (ibid).

Denna dubbla roll som beskrivs blir särskilt tydlig i Falköping kommuns rapport framtagen tillsammans med Tillväxtverket när de beskriver turismen kring Hornborgasjön som är en av Sveriges främsta fågelsjöar, som årligen lockar tusentals besökare för att titta på Trandansen. Trandansen innebär att tusentals tranor årligen under våren på sin färd norrut samlas vid Hornborgasjön för att häcka. Hornborgasjön är ett natur- och kulturområde där turismen måste ta hänsyn till platsens känslighet och kapacitet (Falköpings kommun 2022). Det har förekommit konflikter mellan lantbrukare och besöksnäringen i området kring Hornborgasjön. Vad som ledde till konflikten var att det skedde en restaurering av Hornborgasjön för att återställa dess status som fågelsjö vilket ledde till att vattennivån höjdes. Detta drabbade lantbrukare negativt då jordbruksmarkerna i området blev svårare att bruka till följd av det. Denna konflikt kan illustrera hur turismutveckling och naturvårdsintressen kan krocka med jordbruket (Sveriges radio, 2013). Den höga vattennivån har lett till utmaningar för både jordbruket och det lokala livet i området (Röslmaier et al, 2017).

De som lever och verkar i området kring Hornborgasjön påverkas stort av turismen som trandansen medför. Hornborgasjön har satt området på kartan och har skapat en besöksström som gynnar de lokala företagen. Bland annat företag, butiker och caféer drar nytta av de ökade besöksströmmarna, detta gör att naturturismen kring

Hornborgasjön har ett positiv påverkan på områdets ekonomi. Det är de företag som är geografiskt närmst placerat sjön som kan förlita sig på de intäkter som turismen kring sjön ger. Den största effekten på området är inte de ekonomiska utan de sociala effekterna, då restaureringen av Hornborgasjön har ökat lokalbornas livskvalitet och välmående och möjligheten till bland annat rekreation och kreativitet (Röslmaier et al, 2017). Det är dock svårt att mäta exakt i ekonomiska termer vilken roll turismen har för området kring Hornborgasjön, turistindustrin är svår att mäta eftersom den består av flera olika branscher. Dock finns det flertalet företag i området som kan överleva tack vare de extra intäkter som turismen genererar (ibid).

Falköpings kommun ser inte hållbarhetsarbetet kring Hornborgasjön som en begränsning av turismen utan snarare som en balansgång mellan bevarande av natur och ekonomisk tillväxt, genom detta kan hållbarhetsperspektivet integreras i tillväxt i stället för att utmana den. Rapporten beskriver hållbarhet som en utmaning likt följande:

En mötesplats, ett öppet landskap, men också ett känsligt område som tidvis lockar stora mängder besökare. Just den komplexiteten ger oss både stora upplevelser och en rejäl hållbarhetsutmaning (Falköpings kommun, 2022 :10).

Detta indikerar att det är viktigt att försöka sprida ut besöksströmmarna för att kunna värna om platsens bärkraft på ett mer fördelaktigt vis. Det tyder än en gång på hållbarhetens komplexitet och de stora utmaningar som samhället står inför när det kommer till hållbarhet. Falköpings kommun skriver också kring vikten av att fortsätta upprätthålla en turism som bidrar till en positiv utveckling och inställning för lokalinvanare likt följande:

Visit Hornborgasjön måste nu ta ansvar för den boll man har satt i rullning, alla de insatser som har gjorts för att främja besöksnärsutveckling och för locka besökare till området. Vi behöver tänka kring våra öppna landskap och känsliga natur, kring volymer besökare, tillgänglighet, regler för hur gästerna måste uppträda i varje läge och hur vi bibehåller de lokalboendes positiva inställning till turismen och dess effekter. Vi behöver inse vad det offentliga kan tillföra, vad näringen kan leverera och hur vi på bästa sätt tar oss framåt – mot det nya normala. (Falköpings kommun, 2022. :23).

Stycket ovan handlar om naturturism, vilket är en växande form av turism som har stor betydelse för landsbygdsområden. Naturturismen påverkar landsbygden på flera nivåer och har också en nära koppling till jordbruket. Eftersom både naturresurser och jordbruk är centrala för landsbygdens identitet, blir samspelet mellan dessa avgörande för hur en plats utvecklas. Naturturism går även att kombinera med jordbruket som exempelvis guidade turer i naturen. Det ökande intresset för naturen gör också att högre krav ställs på intilliggande jordbruk såsom

markanvändning i närheten av naturturismattraktioner då turisten vill åt landskapets ekologiska värden.

I Visitas rapport *Sverige – vi löser det!* beskrivs hur hållbarhet inom turism kan medföra komplikationer för platser. Det ges ett exempel från Australien, där regeringen ville censurera en UNESCO-rapport om klimatförändringarnas hot mot Stora barriärrevet av rädsla för negativa ekonomiska konsekvenser för turismen. Följande stycke är ett exempel på det och illustrerar hur hållbarhet inom turism kan bli en politisk och ekonomisk fråga, där kortsiktiga mål kan prioriteras framför långsiktig ekologisk hållbarhet:

Medvetenheten kring resandets klimat- och miljöpåverkan ökar och allt fler resenärer väljer resmål och upplevelser med hållbarhet i åtanke. Att detta kan innebära problem för vissa turismdestinationer blev tydligt då Australiens regering krävde att få ett kapitel som beskrev hur Stora barriärrevet hotas av klimatförändringar, borttaget ur FN-organet UNESCO:s rapport *World Heritage and Tourism in a Changing Climate*. Anledningen var oro för att turismen i landet skulle påverkas negativt av rapportens innehåll.” – (Visita, 2017: 13).

Stycket ovan kan ses som en utmaning för miljön, vilket betyder att turismen har negativ påverkan på miljön och att de ekonomiska värdena väger tyngre än de ekologiska vilket medför problem sett ur ett hållbarhetsperspektiv. Det finns spänningar mellan turismens påverkan på miljön och dess ekonomiska vinster. Därför skulle jag säga att det inte råder en homogen syn kring hållbarhet, utan det finns spänningar och exemplet ovan bekräftar det. Det är svårt för platser som har en hög turism att kunna klara av de besöksströmmar som kommer samtidigt som de ska värna om platsens bärkraft för att inte riskera att förstöra den.

Som exemplet kring Stora Barriärrevet i Australien där Australiens regering ville mörka kapitlet i UNESCO:s rapport *World Heritage and Tourism in a Changing Climate*, kring att Stora Barriärrevet hotas av klimatförändringarna. Det finns liknande exempel som det i Stora Barriärrevet, i Sverige där ekonomiska intressen försöker tona ner miljöhot. Exemplet jag tänker på är konflikten mellan fjällturismen och rennäringen. Konflikten i Jämtlandsfjällen visar på ett behov att balansera olika perspektiv för att uppnå hållbar utveckling. Det har uppstått en konflikt mellan samebyar och Svenska Turistföreningen STF, då den ökande fjällturismen stör renskötseln. Därför har Länsstyrelsen i Jämtland sagt upp arrendeavtal med STF och nya avtal har gjorts som innebär större hänsyn till renskötseln, detta har lett till mindre turism i området, särskilt kring Jämtlandstriangeln (SVT, 2023). vilket har påverkat det lokala näringslivet negativt. Detta exempel illustrerar de komplexa utmaningar som kan uppstå när olika intressen kolliderar.

5.3 Den ekonomiska dimensionen och tillväxt

Detta avsnitt kommer att analysera den ekonomiska dimensionen av hållbar utveckling samt hur tillväxt beskrivs av olika aktörer i de dokument som jag har analyserat.

Det är oftast tillväxt som dominerar i samtalen kring destinationsutveckling kopplat till jordbruket i de dokument jag har analyserat. Det är den ekonomiska dimensionen inom hållbar utveckling som tenderar att få störst fokus och utrymme i olika projekt och inom strategisk planering. Turismen presenteras i stor utsträckning som en lösning på ekonomiska utmaningar på landsbygden där jordbruket och skogsbruket har minskat sin utbredning. (Henriksson & Grosselin, 2017). Detta leder till att narrativet om tillväxt dominerar och att den ekonomiska aspekten prioriteras, medan de sociala och ekologiska dimensionerna hamnar något i skymundan. Visitas rapport Sverige – vi löser det! definierar hållbar destinationsutvecklingen likt följande:

Att det ska ske på ett hållbart sätt, och själva målet är i grunden hållbarhet, eftersom det inte handlar om hur många som kommer hit utan om själva omsättningen. Därmed uppmuntras vi att ge de besökande en bättre upplevelse, så att de stannar längre och betalar mer - snarare än att vi helt enkelt skulle locka hit så många som möjligt (s. 5. Visita, 2017).

Stycket ovan är taget från när Visita diskuterar besöksnäringens fördubblingsmål, som innebär att besöksnäringens omsättning skulle fördubblas från år 2010 till år 2020. Målet om omsättningen är den måna om ska ske på ett hållbart vis, vilket är varför de skriver att "själva målet är i grunden hållbarhet" (Visita, 2017). Detta stycke går också att tolka som att det går att hålla ner besöksströmmar genom att sälja en mer exklusiv upplevelse som lockar en mindre kundkrets som är villig att betala mer. Dock lyfter Visita att en hållbar bransch inte längre handlar om att nå en liten målgrupp av lyxkonsumenter och att konsumenterna spänner över hela samhället (Visita, 2017). Sett ur ett ekologiskt och ekonomiskt perspektiv är det gynnsamt, men sett ur ett socialt perspektiv skapar det klyftor i samhället. Där enbart det mest köpkraftiga resenärerna har råd att ta del av skräddarsydda naturupplevelser, vilket skapar en obalans och en orättvisa i samhället och inom destinationsutvecklingen. Vilket leder till att tillgången till landsbygdens resurser och naturupplevelser kan bli en fråga om ekonomisk förmåga. Det kan leda till att låginkomsttagare och lokalbor inte kan ta del av naturupplevelser vilket kan utmana allas lika rätt till naturupplevelser. Dessa tankebanor går att koppla till The rural gaze som belyser hur landsbygden formas utefter det urbana och att landsbygden porträtteras som något exotisk och bortom det vardagliga. Genom att skräddarsy exklusiva upplevelser till en köpstark målgrupp reproduceras en bild av

landsbygden som en plats för estetik och idyll snarare än en vardaglig plats där det moderna jordbruket existerar.

Det finns många skäl till att verka för att det ska finnas en framtid för det svenska jordbruket. Omsättningen i det svenska jordbruket behöver öka – inte minst eftersom ett aktivt lantbruk är navet för en levande landsbygd, vilket i sig är en grundförutsättning för besöksnäringens existens (Visita, 2017 :33).

Stycket ovan beskriver Visitas perspektiv kring hur viktigt det svenska jordbruket är för en levande landsbygd och för besöksnäringen och att förutsättningarna för att det fortsatt ska kunna leva vidare är att det svenska jordbruket ska vara konkurrenskraftigt med en god ekonomi. Enligt statistik från Jordbruksverket från 2005 står annan näringsverksamhet för 28% av jordbruksföretagens omsättning, och 72% står för jordbruksverksamheten. Detta ger indikationer på att andra sidoverksamheter utgör en betydande del inom sektorn (Jordbruksverket, 2007). Statistiken som finns att tillgå är nästan tjugo år gammal, men kan ändå ge en någorlunda indikation på hur det ser ut i Sverige. Gissningsvis har den siffran ökat sedan dess. Som tidigare nämnt i uppsatsen (se bakgrund) finns det inte så mycket statistik kring destinationsutvecklingen vilket försvårar utvecklingsarbetet.

Det finns en optimism kring turismens potential som en ekonomisk motor för landsbygden och för jordbruket. Destinationsutvecklingen ses som ett medel för tillväxt, där hållbar ekonomisk tillväxt ligger i fokus och som i sin tur kan kopplas till en hållbar destinationsutveckling (Danielsson & Jensen, 2020). Främjandet av besöksnäringen ses som en viktig aspekt för att skapa tillväxt och ekonomisk utveckling (ibid). Inom destinationsutvecklingen råder det en problematik kring säsongsbetonad turism i vissa områden vilket inte bidrar till en plats fulla kapacitetsutnyttjande. Vilket kan tolkas som att turismen mäts i ekonomiska termer där tillväxt är i fokus istället för att mer fokusera på en turism som fokuserar på en plats bärkraft där besöksströmmarna bättre sprids ut. Dock fungerar inte all turism året om, utan det finns platser som enbart har turism som inriktar sig på säsong vilket oftast har väderrelaterade och årstidsrelaterade anledningar.

Destinationsutveckling och turism framställs som en central drivkraft för jordbruket i en globaliserad värld där konkurrensen blir allt hårdare. Genom att främja turism ses destinationsutvecklingen som en motor för både regional utveckling och ekonomisk tillväxt. Inom samhällsplaneringen är ekonomisk tillväxt ofta ett övergripande mål, och destinationsutveckling lyfts fram som en viktig katalysator i denna process. Den starka kopplingen mellan turism och regional tillväxt understryker dess roll i att skapa nya möjligheter för lokala näringar, inklusive jordbruket.

Det finns en sårbarhet i att bli allt för beroende av en turism, omvärldshändelser som skiftande ekonomiska svängningar, och politiska lägen och pandemier är något som gör besöksnäringen till en skör sektor. Därför bör inte landsbygdsutvecklingen och jordbruket enbart förlita sig på turism då det kan leda till ekonomisk osäkerhet. Vad som synliggjordes efter Covid-19 pandemin var att turism och besöksnäringen är dess svaga ekonomiska hållbarhet (Tillväxtverket, 2020).

Flertalet satsningar inom besöksnäringen kopplat till jordbrukssektorn bygger på att det finns ett lättillgängligt landskap (Visita, 2017). För att landsbygden ska vara lättillgänglig krävs det att det ska finnas goda transportförbindelser dit, det ska även finnas någonstans att bo samt någonstans att äta (ibid). Det är människorna som lever och verkar på landsbygden som kan göra detta möjligt. Det är lantbrukarna som gör det möjligt för besöksnäringen att inrikta sig på jordbruksrelaterad turism och för att detta samband ska fortgå krävs en levande landsbygd, För att det ska fortgå behöver besöksnäringen främja ett jordbruk som kan bidra till att de globala målen 2030 nås. Flera av de 16 målen som ingår i de globala målen 2030 är grundförutsättningar för ett rikt odlingslandskap med biologisk mångfald och välfungerande ekosystem. Dessa ekologiska aspekter är en förutsättning för att turister fortsatt ska vilja besöka Sverige och dess naturupplevelser.

Destinationsutvecklingen presenteras som lösning för att stärka landsbygdens utveckling genom ekonomisk tillväxt och ökad turism. Samtidigt existerar hållbarhetstänken parallellt, men den tenderar att integreras i tillväxt snarare än att utgöra ett självständigt ramverk enligt min uppfattning. Detta blir tydligt i hur hållbarhet ofta kopplas till ekonomisk bärkraft och marknadsanpassning snarare än ekologiska eller sociala mål.

Turismen är en "osynlig" befolkning som skapar planeringsutmaningar (Jordbruksverket, 2020 :19).

Detta medför problem eftersom den kommunala inkomstkatten baseras på folkbokföringsadress, vilket leder till komplikationer när kommunen ska tillhandahålla tjänster som exempelvis vattenförsörjning, sophämtning och sjukvård (Jordbruksverket, 2020). Utmaningarna med överturismen blir allt fler i takt med att besöksnäringen i Sverige växer (ibid). Detta kan dels leda till en överturism, dels till en lokal inflation där lokalborna känner en social exkludering (ibid). Exempel på sådana platser vilket jag har presenterat i uppsatsen är Åre och Gotland som har utmaningar med att möta de stora säsongsbetonade besöksströmmarna som belastar kommunerna hårt. Följande stycke ger en förklaring till vad som skapar denna spänning:

Populära turistmål drabbas av en inflation inom den lokala ekonomin vilket kan relatera till ökade mark – och fastighetsvärden men också ökade priser inom handel och upplevelser (Jordbruksverket, 2020 :19).

5.4 Den sociala dimensionen

Följande avsnitt presenterar den sociala dimensionen inom hållbar utveckling. Denna dimension är inte lika framträdande inom sammanhang relaterade till hållbarhet i relation till destinationsutvecklingen och jordbruket. När det kommer till den sociala hållbarheten inom destinationsutvecklingen och besöksnäringen handlar det om att branschen ska vara rättvis med ett gott företagsklimat, där de som verkar i branschen ska kunna hitta ett jobb och där den som vill anställa ska kunna hitta nya medarbetare (Visita, 2017). Den sociala hållbarheten kan vidare handla om bevarande av en levande landsbygd. Besöksnäringen kan bidra till en levande landsbygd genom att den kan bidra till sociala möten mellan lokalborna och turisten, följande stycke från Jordbruksverkets (2020) rapport Rekommendationer för att stärka besöksnäringen på landsbygden visar på detta:

Därtill kan också andra, mer oväntade effekter uppstå i samband med en stark besöksprägel på platsen. Turism i landsbygden skapar exempelvis mer sociala möten och utbyten mellan den lokala befolkningen och de utomstående besökarna, vilket antas öka produktiviteten hos den lokala befolkningen (Jordbruksverket, 2020 :17).

De sociala möten som sker mellan turister och lokalbefolkningen kan också öka stoltheten som invånarna känner för sin plats, vilket kan ge positiva ringar på vattnet som leder till att produktiviteten också ökar genom att lokalbefolkningen får upp glädjen kring att göra något med sin plats vilket leder till att gamla traditioner och hantverk kan komma till nytt liv (Jordbruksverket, 2020).

Visit Skåne lyfter också andra viktiga positiva effekter som destinationsutvecklingen har för en plats förutom de ekonomiska. Turismen ska spela roll för de människor som bor där och de anser att det viktigt att utveckla en plats utifrån invånarnas perspektiv. De förklarar hur de tänker kring deras destinationsutveckling likt följande citat från deras hemsida:

Det handlar inte längre bara om att fylla hotell och anläggningar även om de ekonomiska effekterna såklart fortfarande har stor betydelse. De långsiktiga effekterna kan vara kunskap, nätverksbyggande eller att ett positivt minne lever kvar och leder till ett ökat intresse för en aktivitet och i sin tur säkrar efterlevnaden och påverkar folkhälsan positivt - (Visit Skåne, 2025).

Turismen medför både fördelar och nackdelar även när det kommer till den sociala dimensionen. Turism kan bidra positivt till den lokala befolkningen men den kan

också ge negativa effekter för en plats där lokalbefolkningen känner att det blir en form av social exkludering när de tvingas konkurrera med turisterna som riskerar att pressa upp priserna på en ort (Jordbruksverket, 2020).

Upplevelsen står alltmer i centrum för besökaren. Jakten på det skraddarsydd, unika och interaktiva vinner ständigt ny mark - att gå på guidad tur med en lokal göteborgare ligger mer i tiden än en rundtur i buss. Alltfler söker också efter en upplevelse som känns rätt på alla sätt, inklusive hållbarheten - såväl den miljömässiga som den sociala (Visita, 2017 :22).

Citatet ovan ger ett exempel på hur besökaren vill åt autenticitet samt vill ha en unik och skraddarsydd upplevelse. Upplevelsen ska konsumeras som en personlig och gärna hållbar upplevelse. Detta kan kopplas till storytelling (se teoriavsnitt), där det inte räcker med att sälja en syltburk utan man säljer också en berättelse om gården, människorna och traditionerna bakom den. Det ovan nämnda exemplet är inte från landsbygden men jag anser ändå att det är lika relevant att applicera på landsbygden och jordbruket. Det är skillnaden mellan en industriproducerad syltburk från närmaste livsmedelsbutik och en syltburk från en gårdsbutik. Den från gårdsbutiken skiljer sig inte bara i innehåll utan även i symboliskt värde. Jag tolkar citatet ovan som att besökaren vill åt ett mervärde. Citatet visar också på hur hållbarhet är något som besökaren efterfrågar och inte något som utgår från platsens faktiska villkor eller begränsningar.

Ofta målas besöksnäringen upp som enbart positiv som en respons på globaliseringen, att istället planera för en hållbar och långsiktig minskning av turismen är något som sällan diskuteras. Men det går att marknadsföra mindre besökta platser genom den nya trenden där autentiska och unika resor ökar i popularitet. Det är framförallt resor som bidrar till miljön och lokala samhällen som är populära (Visit Sweden, 2023). Genom att marknadsföra mindre besökta platser kan besöksströmmarna spridas ut vilket är gynnsamt ur ett hållbarhetsperspektiv (ibid). Men om varje plats ska marknadsföras som unik, kan det riskera ett överutnyttjande av det unika vilket leder till att skillnader mellan platser riskerar att suddas ut. När autenticitet blir ett försäljningsargument kan det leda till att det blir en slags standardisering av det unika. Detta leder till att det unika och genuina förloras i en strävan att tillfredsställa turisternas önskan om autenticitet. Detta gör att lokalbefolkningen kan anpassa sina traditioner för att möta turisternas efterfrågan vilket kan påverka hur de ser på sin egen identitet (Maccannell, 1973).

I politiska, mediala och kulturella sammanhang kan landsbygden porträtteras som ett svagt område som är konservativt och bakåtsträvande (Svenberg, 2021). Från en urban synvinkel kan landsbygden ses som inskränkt, där mindre orter på landsbygden ligger efter i utvecklingen och hur de på landet har fördomar om det mesta och de flesta (SVT, 2014). Det råder en urban norm där städer ses som

progressiva och innovativa medan landsbygder beskrivs som oviktiga, statiska och bakåtsträvande (Svenska Dagbladet, 2018). Den urbana normen påverkar de som lever och verkar på landsbygden negativt, för detta kan leda till att landsbygden osynliggörs (Hela Sverige, 2025). Urbaniseringen antas vara orsaken till att landsbygdsbor upplever försämrade samhällsservice (Svenska Dagbladet, 2018).

5.5 Idylliseringen av landsbygden och jordbruket

Följande avsnitt tar sig an uppsatsens teoretiska begrepp The rural gaze och hur det påverkar hur landsbygden och jordbruket beskrivs.

Turisten vill ha en levande landsbygd med öppna landskap och blommande ängar, inte en landsbygd med nerlagda gårdar och igenväxta fält. Turisten vill köpa sagan om landsbygden som en plats för idyll och glada betande kor. Det som utmärker Sveriges är att vi ligger i framkant när det kommer till djuromsorg och miljökrav och man jämför med övriga Europa. Det är ett mervärde som konsumenten är villig att betala mer för. Att vistas i skog och mark skänker de flesta lugn och ro och kan vara ett bra avbrott från stadens stress och puls. Vad som ytterligare gör Sverige unikt, jämfört med övriga Europa är vår relativt låga befolkningstäthet i kombination med allemansrätten. Vilket gör att naturen blir lättåtkomlig och det blir lätt för utländska turister att uppleva den unika tystnad, en ostörd miljö med en unik flora och fauna som Sverige erbjuder (Visita, 2017).

Vad som genomsyrar destinationsutveckling kopplat till jordbruket är idyllisering av landsbygden där landsbygden ses som en romantisk plats för idyll och som behöver bevaras för att locka turister. Vilket kan bekräftas av The rural gaze som menar på att det är våra förväntningar på landsbygden som också formar den. Bilden av det svenska jordbruket som den genomsnittlige svensken är präglad av Astrid Lindgrens beskrivning av Bullerbyn likt följande stycke:

Bilden av det svenska lantbruket hos gemene man är präglad av Astrid Lindgrens beskrivning av Bullerbyn, med betande kor i en böljande hage där marken under träden är som ett salsgolv av skira små blommor och gräs. Landsvägar som slingrar sig mellan fälten där rågen vajar i vinden, grisar som bökar i jorden i en fälla utanför ladugården och lever på matrester från huset och så några höns som yrt springer omkring på gårdsplanen. Det är småskaligt och gammaldags, fritt från skräckbilder på fixerade suggor, hönor som trampar ihjäl varandra och kor i milsvida feed-lots (Visita, 2017 :34).

Att landsbygden framställs som en idyll bekräftas av flera studier som visar på att jordbruket och landsbygden framställs genom en romantiserad bild där fortfarande en gammaldags bild råder (Andersson, 2018). Besökare saknar ofta kunskap och förståelse kring det moderna jordbruket (ibid). Idylliseringen av jordbruket kan då

leda till en besvikelse för besökarna, när den förväntan av jordbruket som finns, istället möts av det moderna jordbruket som inte överensstämmer med deras förväntan kring idyllen (ibid). Dock är det främst de större gårdarna som inte lever upp till besökarnas romantiserade bild av jordbruket (ibid). Som jag tidigare nämnt porträtteras jordbruket och landsbygden i många fall likt Bullerbyn. Detta leder till att när landsbygden och jordbruket framställs som en idyll, hotar det att skapa en förenkling av landsbygdens och jordbrukets utmaningar, där dess invånare kan osynliggöras. Idylliseringsperspektivet fokuserar på att värna om en viss estetik och sälja en saga kring landsbygden inför turisten som konsumerar landsbygden. Det moderna jordbruket möter inte alltid den nostalgiska bilden som förmedlas. The rural gaze bekräftar detta synsätt genom att synsättet handlar om att våra föreställningar kring landsbygden också formar den (Woods, 2011). Genom att koppla The rural gaze till diskussionen kring bilden av landsbygden som en idyllisk plats blir det tydligt att den föreställning om landsbygden som existerar i samhället också blir en kraft som påverkar hur landsbygden utvecklas i praktiken. Om hållbarhet ska få en verklig betydelse bortom turismens behov, krävs en medvetenhet om hur dessa ideal påverkar beslutsfattande och hur en mer nyanserad bild av landsbygdens villkor kan lyftas fram.

Bilden förstärks i mataffären, i livsmedelsproducenternas marknadsföring och i de allt fler och mer nischade kokböckerna - eftersom det är det konsumenterna vill ha. Samtidigt finns en helt annan beskrivning i dokumentärerna, reportagen och böckerna om maten och dess ursprung, med fokus på alltifrån djurhållning och antibiotikaanvändning till hälsoeffekter av snabbmat. Sammantaget är det tydligt både att maten ligger oss allt varmare om hjärtat och att vi är oroliga för en utveckling mot alltmer massproducerad och industrialiserad mat. Oron yttrar sig bland annat i en mycket snabbt ökad försäljning av ekologiskt och i hur många som väljer att aktivt betala extra för svensk mjölk (Visita, 2017 :34).

Genom att associera dagens jordbruk och landsbygd med Bullerbyn, förstärks tron om att jordbruket är en idyll. Genom den associationen framställs jordbruket likt en saga där det ständigt är sommar och solen skiner. Landsbygden beskrivs också som en plats för upplevelser och autenticitet. Den framställs som naturskön och en plats för rekreation och turism. Ordval som "traditionellt kulturlandskap" skapar en nostalgisk bild av landsbygden, följande stycke exemplifierar detta:

Odlingslandskapet är en del av det som besöksnäringen saluför. Ett varierat landskap med ängar, hagar och åkrar genombrutna av åkerholmar, skogsbyn och vattendrag är inte bara livsmiljö för många vilda växter och djur utan också bärare av traditioner och historia (Visita, 2017 :40).

Stycket ovan är också intressant i kontexten kring lantbruket kan gå två olika spår, ett spår är nedläggning och mindre brukad mark och spår två, är rationalisering samt mindre lapptäckande landskap. Spår ett skulle innebära att arealer lämnas obrukade

vilket leder till att öppna landskap växer igen, vilket i sin tur hotar den biologiska mångfalden samt kulturhistoriska värden. Spår två skulle innebära större enheter vilket leder till en med homogen markanvändning. Vilket gör att de lapptäckande mosaiklandskapen hotas att försvinna. Vilket är just den landskapsbilden som Visita lyfter som attraktiv för turismen. Dessa spår innebär i praktiken några steg bort från den romantiserade bilden av ett småskaligt jordbruk som saluförs som ett mervärde. Detta komplicerar relationen mellan jordbruket och besöksnäringen. Eftersom det moderna jordbruket mer och mer styr i en riktning som kan förändra landskapet. Citatet kan också exemplifiera att lantbruksföretagen blir allt färre, vill leder till att det blir allt färre betande djur vilket i sin tur leder till färre öppna landskap och minskad biologisk mångfald, vilket är det landskap som turismen värdesätter (Visita, 2017). Detta är inte något som turismen per automatik kan lösa, eftersom det inte är landsbygden i sin helhet som saluförs. Besöksnäringen saluför i stället ett rikt odlingslandskap och den svenska idyllen och det som anses vara unikt med Sverige (ibid).

Landsbygden kan stundvis beskrivas som bakåtsträvande eftersom när landsbygden porträtteras som en idyll genom en romantiserad bild av landsbygden, så kan det leda till att den ses som en plats för traditioner och en oförändrad plats, snarare än en plats i utveckling. Vilket kan leda till att landsbygden uppfattas som något bakåtsträvande och okunnig, särskilt i urbana sammanhang och populärkultur. Stycket nedan är från Visit Skånes hemsida (2025) och visar på hur destinationsbolagen vill sälja idyllen:

Österlen i sydöstra Skåne är en bit av paradiset. Upplev romantiska vyer av böljande fält, handla lokalt mathantverk i gårdsbutikerna och bo över i en idyllisk fiskeby – (Visit Skåne, 2025).

Stycket ovan kan tolkas som att Österlen ofta förknippas som en plats som är till för turism, råvaror och rekreation. Där landsbygden ses genom stadens behov där den definieras av det som staden får ut av landsbygden. Det kan leda till att landsbygden måste moderniseras eller utvecklas utifrån externa aktörer snarare än invånarnas egna perspektiv och behov. Men detta framställs inte lika tydlig då diskussionen kring landsbygden fokuserar på utveckling, där man kan se en tydlig strävan att kombinera traditioner med modern utveckling.

5.6 Platsidentitet

Följande avsnitt presenterar hur platsidentitet tar sig uttryck i språkbruket kring jordbruket och landsbygden i relation till destinationsutvecklingen.

Jordbruket har historiskt varit en central del av landsbygdens identitet och framställs som en viktig del i platsers identiteter. Platsidentitet på landsbygden påverkas av jordbruket och de människor som lever och verkar där. Genom generationer har jordbruket format lokalsamhällen, de ekonomiska förutsättningarna, kulturen och traditioner. Jordbruket har präglat landskapets utseende och skapat förutsättningar för de som lever och verkar på landsbygden. Jordbruket framställs som en ekonomisk möjlighet inom destinationsutvecklingen där upplevelseturism och lokalt producerad mat ligger i fokus. Upplevelseturism och lokal matkultur har blivit centrala aspekter i hur jordbruket integreras i destinationsutvecklingen och besöksnäringen.

Betydelsen av att marknadsföra det unika med en plats och hur platsen har formats av dess historia, både platsmarknadsföringen och storytelling ses som avgörande för att attrahera besökare till en plats. Destinationerna skapar sin identitet genom historia och kulturella narrativ som exempelvis Alf Hambes sagobygd i Destination Ingeland. De beskriver själva sin destination som en plats där det finns ”en levande landsbygd fylld av gemenskap, kreativitet och naturskön charm” (Destination Ingeland, 2025). Storytelling används för att skapa en stark koppling mellan platsens invånare och platsen, men även för att locka turism genom att framställa platsen som exempelvis genuin och unik. Platsers utveckling påverkas av besöksnäringen och följande stycke är ett exempel på det:

Besöksnäringen har inneboende självförstärkande mekanismer som gör att den kan ha stor potential att bidra till platsens utveckling. Ju fler turismrelaterade tjänster som en plats erbjuder, desto fler besökare attraherar den och därmed växer också efterfrågan på sådana tjänster, vilket i sin tur leder till fler företag etableras inom besöksnäringen osv (Jordbruksverket, 2022 :124 – 125).

Många gånger bär platsen på en stolthet som går att koppla till platsen identitet, vi känner ofta en tillhörighet till en plats vilket gör att själva platsen utgör vår identitet och hur vi ser på oss själva. Följande stycke ger ett exempel på det:

Turismen kan även bidra till ökad stolthet för platsen. Många hantverk och traditioner kan komma att få nytt liv i och med den autenticitet det tillför turisterna som besöker platsen. Detta skapar förutsättningar för turismen som funktion för ökad förståelse och öppenhet gentemot andra kulturer (Jordbruksverket, 2020 :17).

5.7 Jordbrukets roll som kulturbärare och attraktionskraft inom besöksnäringen

Följande stycke presenterar de värden som lyfts och beskrivs inom destinationsutvecklingen kopplat till landsbygden och jordbruket. Vilket är relevant

att lyfta, särskilt för att besvara en av uppsatsens två frågeställningar som lyder likt följande: ”Hur beskrivs relationen mellan jordbruket, landsbygden och destinationsutvecklingen, samt vilka värden är det som lyfts fram?”.

Jordbruket beskrivs som mer än bara en sektor som verkar på landsbygden, den beskrivs som en bärare av historia, tradition och biologisk mångfald. Jordbruket framställs som något som bör bevaras där landskapsmosaikerna utgör en viktig del i det. Mervärden inom jordbruket innehåller därför både kulturella och estetiska dimensioner som gör landsbygden mer attraktiv. Mervärden som är särskilt tydliga inom jordbruket kopplat till destinationsutvecklingen är lokala råvaror, traditionella hantverk och mattraditioner samt agroturism. Visitas rapport Sverige - vi löser det! belyser sambandet mellan besöksnäringen och jordbruket i Sverige där ett aktivt jordbruk ses som en förutsättning för en blomstrande landsbygd och turismsektor. Visita lyfter landskapet som något att bevara och skydda snarare än förändra. Visita skriver om deras arbete kring destinationsutveckling kopplat till jordbruket likt följande, där de lyfter mervärden som det svenska jordbruket har:

svenska jordbruket ställer om till hållbara produktionssystem redan nu - det blir vår konkurrensfördel i framtiden. Vi försvarar de svenska mervärdena och verkar för en ökad produktion av produkter som värnar dessa. Vi vill erbjuda svenska matupplevelser och svenska premiumprodukter. Vi gör det lätt för branschens många aktörer att handla hållbart - lokalt, ekologiskt och rättvist - och genom nära och täta samarbeten direkt med lantbrukare skapar vi underlag för mer lokal förädling samt verkar för ökad export av svenska livsmedel. Landskapen ska vara öppna med stor mångfald, djurvälståndet världsledande, miljöarbetet i framkant, bondeyrket fruktsamt och maten och det svenska mathantverket i världsklass - och allt detta uppnås med besöksnäringens hjälp! (Visita, 2017 :42).

Mervärden kan innebära olika saker för olika individer, och vad som konkret anses vara hållbart skiljer sig också åt beroende på vem som tillfrågas. Hållbarhet är ett mångfacetterat begrepp vilket gör det komplext att hitta en enhetlig riktning. Ett konkurrenskraftigt jordbruk kan anses vara hållbart vilket är något som Visitas rapport lyfter. Rapporten lyfter hur besöksnäringen på landsbygden är beroende av ett konkurrenskraftigt svenskt jordbruk likt följande:

Odlingslandskapet är inte ett statiskt landskap utan kräver kontinuerlig hävd för att värden ska finnas kvar. Det ligger alltså i besöksnäringens intresse att det finns ett aktivt lantbruk med betande djur över hela landet, särskilt i skogs- och mellanbygder - och att detta genomsyrar livsmedelsstrategin. (Visita, 2017 :40).

Detta visar på betydelsen av hur besöksnäringen kan vara med och bidra till ett aktivt och konkurrenskraftigt jordbruk. Det skapar en situation där både

besöksnäringen och jordbruket kan gynnas av att samarbeta. Det lokala jordbruket påverkas i många fall positivt av besöksnäringen och följande stycke visar på detta:

Studier visar att det också tycks finnas ett ömsesidigt positivt samband mellan besöksnäring och uppkomst av lokala produkter i vissa delar av landet. Många sådana produkter har en direkt koppling till det lokala jordbruket (Jordbruksverket, 2020 :16).

En kombination mellan jordbruket och destinationsutvecklingen kan skapa mervärden för både lokalsamhällen och turismen. Denna typ av turism kan främja regional tillväxt och utveckling och kan också skapa unika upplevelser. Genom att skapa turismupplevelser kring jordbruket kan man förmedla kunskap kring hur jordbruket ser ut idag och fungerar (Andersson, 2018). Genom det kan man dra slutsatsen att glappet mellan stad och land skulle kunna minska på så vis, genom att besökaren får lärdomar om dagens moderna jordbruk vilket leder till att konsumenten kan göra mer medvetna val i matbutiken. För om konsumenten har kännedom kring vart maten faktiskt kommer ifrån kommer den också med större sannolikhet att göra bättre och mer medvetna val som kan gynna svenskproducerad och lokal mat. Många lantbrukare handlar själva svenskproducerade livsmedel just för att de förstår arbetet bakom produkten från jord till bord och anser därför inte att prislappen är lika viktig utan det får kosta vad det kostar (Hajdu et al, 2020).

Ett annat värde som är av betydelse är att destinationsutvecklingen kan öka lönsamheten för jordbruksföretagen (Andersson, 2018), speciellt de som väljer att nischas in sig på något specifikt. Det kan handla om förmågan att kunna erbjuda unika upplevelser som att exempelvis ha en getsafari eller evenemang som lammsläpp.

Det lokala och det småskaliga i positiv bemärkelse i förhållande till storskalig produktion. Detta är något som besöksnäringen arbetar aktivt med då den lokalproducerade maten är något som besöksnäringen marknadsför som ett mervärde. Följande citat visar på hur besökare är villiga att betala mer för lokalt producerad mat:

Besökaren betalar bättre om maten är lokalt producerad istället för importerad. (Visita, 2017: 4).

Det lokala blir i det sammanhanget som en slags motpol mot det globala, det lokala ses som både konkurrenskraftigt och hotat. I detta sammanhang möter globaliseringen begrepp som konkurrenskraft och marknadsanpassning vilket tyder på att det lokala måste anpassa sig efter de globala ekonomiska villkoren som råder. Just därför uppstår det en spänning mellan att attrahera en bredare besökskrets och samtidigt värna om det småskaliga.

En tydlig koppling mellan destinationsutveckling och jordbruk återfinns i gårdsbutikerna, som är en av de vanligaste formerna av diversifiering mot turism. Genom gårdsbutiker skapas en direkt mötesplats mellan producent och konsument, där besökare inte bara kan handla lokalproducerade produkter utan också få inblick i den jordbruksverksamhet som bedrivs. Detta bidrar till att minska avståndet mellan stad och land, samtidigt som det främjar konsumtionen av svenska livsmedel.

6. Slutsatser

Följande avsnitt presenterar uppsatsens slutsatser som är baserade på den textanalys som genomfördes i avsnittet ovan. Vad som kunde identifieras genom textanalysen var hur relationen mellan turism, jordbruk och landsbygd uttrycks i dokumenten och vad det säger om synen på hållbarhet från olika aktörers perspektiv. Slutsatserna presenteras nedan genom att besvara uppsatsens två frågeställningar.

6.1 Hur beskrivs relationen mellan jordbruket, landsbygden och destinationsutvecklingen, samt vilka värden är det som lyfts fram?

Vad jag kunde identifiera i den textanalys jag har genomfört är att relationen mellan jordbruket, landsbygden och destinationsutvecklingen framställs som ljus och att de olika sektorerna kan dra vinning av varandra. Men att samarbetet också står inför utmaningar som ofta är hållbarhetsrelaterade utmaningar. Destinationsutvecklingen konstrueras som en lösning på landsbygdens utmaningar, såsom avfolkning och ekonomisk nedgång men olika språkbruk skapar spänningar emellan hur hållbarhet förstås och tillämpas. Det finns olika språkbruk kring hållbarhet, där vissa betonar miljövänliga och långsiktiga lösningar medan andra fokuserar på snabb ekonomisk tillväxt. Dessa motsättningar kan leda till motstridiga strategier och prioriteringar. Vilket i sin tur skapar en situation där hållbarhet kan förstås på olika sätt, beroende på vilken aktör eller vilket perspektiv som dominerar diskussionen.

Själva jordbruket benämns inte frekvent som en del inom destinationsutvecklingen men däremot benämns natur, kulturlandskap och landsbygd som viktiga inom destinationsutvecklingen. Vad som återkommer frekvent inom destinationsutveckling kopplat till jordbruket och landsbygden i de dokument jag har läst, är gårdsbutikerna. Gårdsbutikerna är centrala för marknadsföringen av både Visit Skåne och Destination Ingeland. Deras attraktionskraft för turismen kan ge en indikation på jordbrukets faktiska betydelse för destinationsutvecklingen i Sverige, eftersom det är något som indirekt berör jordbrukets roll. Genom gårdsbutikerna kommer jordbruket in som en viktig aktör inom destinationsutvecklingen, eftersom gårdsbutikerna utgör en del av jordbrukssektorn. Trots dessa samband som går att finna verkar jordbruket ses som en outnyttjad potential för destinationsutvecklingen. Genom att lyfta jordbruket som en resurs inom destinationsutvecklingen och som en aktiv del av turismen skulle det kunna leda till en möjlighet att utveckla och integrera området ytterligare inom destinationsutvecklingen. Min uppfattning utefter min textanalys är att

utveckling av jordbruksrelaterad turism skulle kunna ske genom exempelvis agroturism, bo på lantgård eller matupplevelser. Jordbruket och landsbygden skulle också mer djupgående kunna dra nytta av naturturismen.

Destinationsutveckling och turism kan fungera som en plattform för att sprida kunskap om jordbrukets och landsbygdens betydelse. För att detta ska vara möjligt krävs dock en medvetenhet om hur jordbruket framställs och hur turismen påverkar lantbrukarnas villkor. Det finns en risk och en utmaning med att jordbruket romantiseras och kommersialiseras, där en förenklad bild av både jordbruket och landsbygden skapar en missvisande uppfattning om verkligheten. Det finns en tendens att destinationsutvecklingen fokuserar på landskapet som en estetisk resurs, snarare än att lyfta fram jordbrukets aktiva roll i att forma och upprätthålla det. Detta var något som jag upprepade gånger identifierade i det material jag studerat genom om att landsbygden och jordbrukets paketeras likt en saga för att säljas till turisterna. Vilket jag tolkar som att destinationsutvecklingen ofta väljer att fokusera på landskapet som en estetisk resurs. Utifrån min textanalys tolkar jag det som att det sker en viss marginalisering i form av att viktiga aspekter kring hållbar utveckling som jordbrukets faktiska villkor och betydelse blir till förmån för estetiska perspektiv. Genom att förstå hur det dominerande språkbruket kring turism kopplat till landsbygden och jordbruket konstruerar och legitimerar specifika handlingsalternativ blir det synligt att hållbarhetsfrågor ibland underordnas ekonomiska incitament. Detta är något som jag diskuterar i avsnitt 5,3 i min uppsats kring hur ekonomisk bärkraft och marknadsanpassning ofta får ett större fokus. Detta kan spegla en bredare samhällsutveckling där marknadens logik styr diskussionen om hållbarhet, snarare än att hållbarheten i sig formar marknadens villkor.

Den svenska landsbygden och jordbruket framställs som en idyll, detta är något som är gynnsamt för att en idyll är något som är positivt betingat. Turisterna vill åt en saga och det är mervärdet som turisterna får av att konsumera landsbygden och jordbruket ur ett turismperspektiv. Min textanalys visar på att turismen säljer landsbygden som en idyllisk miljö, min förståelse av det är att det också kan få negativa konsekvenser för jordbruket och inte enbart positiva. I stället för att enbart porträttera jordbruket som en idyllisk miljö där en romantiserad berättelse säljs, behöver besökare och konsumenter få en mer realistisk bild av det moderna jordbrukets förutsättningar och de utmaningar lantbrukare möter. En ökad förståelse för jordbrukets roll i samhället kan bidra till att belysa hur sårbar sektorn är. Det är viktigt att lyfta jordbrukets komplexitet. Exempelvis påverkas jordbruket stort av kostnader för insatsmedel och priset på skörden som påverkas av ett oroligt världsläge och av dess stora beroende av väderförhållanden. Dessutom har Sverige några av världens striktaste djurskyddslagar, vilket ytterligare påverkar

produktionskostnaderna och därmed priset på svenska livsmedel. Genom att integrera dessa perspektiv i turismen och genom att nyansera bilden av landsbygden och jordbruket kan medvetenheten om jordbrukets betydelse stärkas och bidra till en mer hållbar utveckling. Då kan också en mer realistisk förståelse för sektorn skapas vilket kan bidra till ett mer långsiktigt stöd för sektorn.

Destinationsutvecklingen kopplat till jordbruket beskrivs inte direkt som en väg till ökad konsumtion av svenskproducerade varor, dock beskrivs den som att den bidrar till ökad konsumtion av lokala livsmedelsprodukter. Destinationsutvecklingen kan fungera som en katalysator för att öka efterfrågan på närproducerade produkter genom att lyfta det fram och marknadsföra det unika med en specifik region. Den globala konkurrensen driver på vikten av att synas och marknadsföra sig som aktör för att anses relevanta och på så vis kunna sticka ut. Jordbruket fungerar i mångt och mycket som ett kretslopp – de betande korna bidrar till att hålla landskapet öppet och möjliggör den biologiska mångfalden, vilket i sin tur skapar de blomstrande fälten som ofta förknippas med den svenska landsbygden. När konsumenter aktivt väljer att köpa svenskt kött och andra jordbruksprodukter, blir det inte bara en handling av konsumtion utan också ett sätt att stödja de lantbrukare vars arbete gör dessa landskap möjliga. Det kan liknas med *The rural gaze* som menar på att vi styr och formar landskapet genom våra förväntningar och ideal på det.

6.2 Hur skiljer sig synen på hållbarhet mellan aktörer inom destinationsutvecklingen kopplat till jordbruket och landsbygden?

Som jag presenterade i min textanalys är hållbarhet ett mångfacetterat begrepp som tolkas olika beroende på vilken aktör som uttrycker sig kring hållbarhet. Hållbarhet som begrepp är mångtydigt och olika aktörer tolkar begreppet olika, vad som skulle förenkla hållbarhetsarbetet är om det finns en gemensam bild av vad hållbarhet är. Hållbarhet beskrivs som ett viktigt mål enligt samtliga dokument som jag har analyserat. Om man ser på hållbarhet kopplat till jordbruket är inte de insikter som finns där unika för just jordbruket och destinationsutvecklingen. Utan de insikter som går att utläsa inom hållbar utveckling går också att sätta i ett större samhällskontext som visar på att avvägningarna mellan de tre dimensionerna inom hållbar utveckling inte är unik för jordbrukssektorn. Samma mönster finns i hela samhället, där politiska och ekonomiska beslut ofta prioriterar ekonomisk tillväxt, vilket i sin tur påverkar hur hållbarhetsmål formuleras och implementeras. Hur det ekonomiska kapitalet framställs har betydelse för hur det arbetet fortskrider. Enligt Kungliga tekniska högskolan (KTH) finns det två olika synsätt kring ekonomisk

hållbarhet. Ett synsätt är att ekonomisk hållbarhet kan likställas med ekonomisk tillväxt, vilket gör att ekonomiskt kapital kan öka på bekostnad av sociala och ekologiska aspekter. Ett annat synsätt kring ekonomisk kapital är att det ekonomiska kapitalet enbart får öka om det inte sker till bekostnad av övriga dimensioner (KTH, 2024). Detta kan väcka frågan om det verkligen går att skapa en hållbar framtid inom dagens system, eller om vi behöver omdefiniera vad hållbarhet betyder för att verkligen kunna förändra utvecklingen. I Visitas rapport *Sverige – vi löser det!* tolkar jag det som att den ekonomiska aspekten kan behöva rättfärdiga de ekologiska målen, vilket kan ha och göra med att Visita är en vinstdrivande branschorganisation vilket gör att de har den ekonomiska dimensionen kanske får något större fokus.

För en hållbar utveckling av landsbygden och jordbruket tolkar jag det som att det är av värde att turisten värdesätter hållbarhetsmålen samt att turisten är medveten om de ekologiska eller sociala effekterna som turism kan medföra. De ekologiska fotavtrycken bör finnas i åtanke för att det inte ska ske en överbelastning av resurser, vilket i sin tur kan motsäga de långsiktiga hållbarhetsmålen och äventyra platsers bärkraft. Det är något som destinationer likt Destination Ingeland och Visit Skåne kan påverka genom sitt arbete med hållbarhet. Tillväxtverket är vidare också en viktig aktör som påverkar hur balansgången ser ut emellan de lika hållbarhetsmålen. Tillväxtverket har som fokus att fokusera på att främja regional utveckling och ekonomisk tillväxt, vilket sätter hållbarhetsmålen i en annan kontext som är mer ekonomiskt inriktad.

Det finns vidare en underliggande maktfördelning inom destinationsutvecklingen där turisten framställs som en stark aktör med konsumtionskraft medan lantbrukaren har en mer ambivalent roll, där den framställs som både en bevarare av tradition och som en anpassningsbar företagare (Andersson, 2018). Detta går att koppla till avsnittet i uppsatsen kring idyllisering av landsbygden och jordbruket, som jag tolkar som att turistens bild av landsbygden som en idyll leder till att det är turisten som styr i vilken riktning destinationsutvecklingen går. Det i sin tur leder till att det blir köparens marknad. Den romantiserade bilden av landsbygden används för att attrahera turister. Naturen och kulturlandskapet beskrivs ofta som attraktiva inslag, men den bakomliggande arbetsinsatsen, de människor och den näring som möjliggör dessa miljöer ofta hamnar i skymundan. Detta osynliggörande riskerar att förstärka glappet mellan stad och land, där sambandet mellan jordbruk och landskapsbild blir mindre självklart för den urbana befolkningen. På sikt kan detta leda till en bristande förståelse för jordbrukets betydelse, både för landsbygdens utveckling och för ett hållbart samhälle i stort.

Sammanfattningsvis representerar studien inte en allsidig eller enhetlig bild av hållbar utveckling, utan snarare en diskursiv analys av hur vissa perspektiv får större utrymme än andra beroende på vilka aktörer som står bakom materialet. Destinationsutveckling kan fungera som en arena för att synliggöra jordbrukets villkor, utmaningar och möjligheter vilket kan stärka en ökad medvetenhet i befolkningen. Vilket i längden skulle kunna bidra till en mer verklighetsförankrad hållbar utveckling, där jordbrukets och landsbygdens roll varken romantiseras eller marginaliseras utan ses som centrala för en mer hållbar utveckling och framtid.

6.3 Framtida forskning

Framtida forskning skulle kunna fokusera på maktstrukturer, särskilt genom att undersöka hur maktdynamiker inom landsbygden och jordbrukssektorn påverkar vem som ges inflytande över utvecklingen. En sådan studie skulle kunna belysa både vilka aktörer som ges utrymme i det offentliga samtalet och hur deras språkbruk formar diskurser kring landsbygdens och lantbrukets framtid relaterat till hållbarhet.

Referenser

- Andersson, A-C. (2018). *Världsarvet södra Ölands odlingslandskap*. Lunds universitet, Centrum för miljö- och klimatforskning. https://sodraoland.com/wp-content/uploads/2018/07/Ann_Christin_Andersson_2018.pdf [2025-03-25].
- AgriFood (2010). *Ett rum med utsikt – vad är landskapet värt?*. https://www.agrifood.se/Files/AgriFood_Rapport_20102.pdf [2025-05-08].
- Arnholm, A., Ohlin, M., Olsson, S., (2011). *Destinationsutveckling – framgång eller undergång för mindre orter?*. Lunds universitet. <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=2166641&fileId=8961380> [2025-02-15].
- Berger, P. & Luckman, T., (1966). *The social construction of reality, a treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Penguin Books.
- Bohlin, M. & Elbe, J. (2011). *Utveckla turistdestinationer: ett svenskt perspektiv*. 2: a uppl. Liber.
- Berger, S. (2007). Identitet, provinsialism och rörlighet. |I: Arvidsson, B., Karlsson, S., Lönnbring, G. & Stolare, M. (red.) *Bilder av Värmland*. Karlstad: Karlstad University Press. s. 40–47.
- Besöksliv (2018). *"Destinationsutveckling är att bygga varumärke"*. <https://www.besoksliv.se/reportage/destinationsutveckling-ar-att-bygga-varumärke/> [2025-05-25].
- Börjesson, M. & Palmblad, E. (red.) (2007). *Diskursanalys i praktiken*. (1. uppl.) Malmö: Liber.
- Danielsson, E., & Jensen, N., (2020). *Fallet Lalandia: Ett exempel på hållbar destinationsutveckling?*. Linköpings universitet. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1433023/FULLTEXT01.pdf> [2025-03-02].
- Europeiska unionen (2025). *Hållbar utveckling*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=LEGISSUM:sustainable_development [2025-06-02].
- Edlund, E (2014). *Göteborg 2021 – en studie om destinationsutveckling, platsmarknadsföring och internationellt avtryck*. Örebro universitet. HumUS-institutionen. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:748832/FULLTEXT01.pdf> [2025-02-25].
- Engberg, J & Gaute, J., (2015). *Destinationsutveckling Säffle*. Karlstad Business School. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:839831/FULLTEXT01.pdf> [2025-02-27].
- Falköpings kommun (2022). *Hållbar platsutveckling genom turism*. https://www.falkoping.se/download/18.37394e4f183899a294f5f82/1668582415653/Hållbar%20platsutveckling%202022_tillgänglig.pdf [2025-03-11].

- Gustafsson, J & Brodin Kibsgård, P., (2022). *Hållbarhet är inte en utmaning, det är ett måste*. Mittuniversitetet Östersund. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1681467/FULLTEXT01.pdf> [2025-03-22].
- Hajdu, F., Eriksson, C., Waldenström, C., Westholm, E., (2020). *Sveriges förändrade lantbruk – Lantbrukarnas egna röster om förändringar sedan 1990-talet och strategier inför framtiden*. SLU Future Food, Sveriges lantbruksuniversitet. <https://pub.epsilon.slu.se/36924/1/hajdu-f-et-al-20250415.pdf> [2025-05-22].
- Hushållningssällskapet (2025). *Destinationsutveckling*. <https://hushallningssallskapet.se/tjanster/landsbygd/besöksnaring-och-turism/destinationsutveckling/> [2025-01-22].
- Hållbarhetscertifiering (2025). <https://www.hallbarhetscertifiering.se/hallbarhetsrapport/?id=c544393c85> [2025-05-06].
- Hermelin, B (2022). *Kommunerna och hållbar utveckling – demokrati, välfärd och lokal utveckling*. Lidsköpings universitet. <https://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1722964/FULLTEXT03.pdf> [2025-02-08].
- Henriksson, R & Grosselin, K, (2017). *Den goda gröna staden*. Karlstad: Karlstad Business School, <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1119216/FULLTEXT01.pdf> [2025-05-11].
- Håkansson, A., Ingvarsson, E., Persson, K., (2005). *Landsbygdens återkomst – mångsysslare i ny produktion*. Institutionen för matematik och naturvetenskap. Högskolan Kristianstad. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:229938/FULLTEXT01.pdf> [2025-05-14].
- Hela Sverige ska leva (2025). *Urban norm*. <https://www.helasverige.se/varasakfragor/urban-norm/> [2025-03-27].
- Jordbruksverket (2020). *Rekommendationer för att stärka besöksnäringen på landsbygden*. <https://www2.jordbruksverket.se/download/18.3cafaa381750fbbdbe6c4a1b/1602501640475/ovr561.pdf> [2025-04-15].
- Joelsson, A & Rosén, N. (2020). *Turism i en globaliserad värld – leder coronapandemin och klimatkrisen till ökad innovation inom turistindustrin?* Södertörns högskola. Institutionen för Samhällsvetenskaper. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1528139/FULLTEXT01.pdf> [2025-03-06].
- Jordbruksverket (2008). *Bra infrastruktur stärker landsbygden!* <https://www2.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/trycksaker/Jordbruksstod/lsi12.pdf> [2025-05-02].
- Jordbruksverket (2007). *Statistik från Jordbruksverket* https://jordbruksverket.se/download/18.514d3694172cce072377a3bc/1592692715796/komverks_2007_3.pdf [2025-04-04].
- Jordbruksverket (2024). *Det här är lokalt ledd utveckling genom Leader 2023–2027*. <https://jordbruksverket.se/stod/lokalt-ledd-utveckling-genom-leader/leader-2023-2027/det-har-ar-lokalt-ledd-utveckling-genom-leader> [2025-02-24].

- Jordbruksverket (2022). *Mervärden hos svensk mat*
<https://jordbruksverket.se/mat-och-drycker/hallbar-produktion-och-konsumtion-av-mat/mervarden-hos-svensk-mat> [2025-05-13].
- KTH (2024). *Ekonomisk hållbarhet*.
<https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/ekonomisk-hallbarhet-1.431976> [2025-05-21].
- Lantbrukarnas riksförbund (2025). *Landsbygdsutveckling*.
<https://www.lrf.se/sakomraden/landsbygdsutveckling/> [2025-05-16].
- Mörbylånga kommun (2025). *Så arbetar vi med landsbygdsutveckling*.
<https://www.morbylanga.se/foretag-och-naringsliv/landsbygds-och-destinationsutveckling/sa-arbetar-vi-med-landsbygdsutveckling/> [2025-02-21].
- Maccannell, D (1973). *Staged Authenticity: Arrangements of Social Place in Tourist Setting*.
https://www.researchgate.net/publication/284662037_Staged_Authenticity_Arrangements_of_Social_Place_in_Tourist_Setting [2025-04-26].
- Nightingale, A. J., Böhler, T., & Campbell, B. (2019). Introduction and Overview. In A. J. Nightingale (Ed.), *Environment and sustainability in a globalizing world*. Routledge.
- Naturturismföretagen (2018). *Nationell naturturismstrategi*.
<https://naturturismforetagen.se/natur-och-ekoturism/nationell-naturturismstrategi/> [2025-04-25].
- Naturturismföreningen (2022). *Naturturism är landsbygdsutveckling*
<https://www.naturturismforetagen.se/naturturism-ar-landsbygdsutveckling/> [2025-05-14].
- Naturvårdsverket (2013). *Friluftsliv i förändring*.
<https://www.naturvardsverket.se/om-oss/publikationer/6500/friluftsliv-i-forandring/> [2025-02-20].
- Projekt Hornborgasjön (2017). *Utvärdering av socioekonomiska effekter av friluftslivrelaterade aktiviteter för besöksnäringen omkring Hornborgasjön*. Mittuniversitet. <https://hornborgasjonsfaltstation.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/07/hornborgasjon-rapport-besoksnaring.pdf> [2025-04-08].
- Remvig, S. (2023). *Strategier för företagsutveckling – drivkrafter och ekonomiska effekter av diversifiering i lantbruksföretag*. Sveriges lantbruksuniversitet.
- Röslmaier, M., Wahlqvist, S., Loannides, D., (2017). *Utvärdering av socioekonomiska effekter av friluftslivrelaterade aktiviteter för besöksnäringen omkring Hornborgasjön*.
- Region Gotland (2024). *Globalisering*
<https://gotland.se/utveckla-gotland/omvarldsanalys/globalisering> [2025-05-08].
- Regeringen och Jordbruksverket (2022). *Förutsättningar för den gemensamma jordbrukspolitiken 2021-2027. SWOT - analys*
<https://www.regeringen.se/contentassets/bd779fd2cf644e7baec4d9bed12b9b61/bil>

- [aga-forutsattningar-for-den-gemensamma-jordbrukspolitiken-20212027---swot-analys.pdf](#) [2025-05-08].
- SVT (2023). *Nytt avtal mellan STF och samebyarna undertecknat*
<https://www.svt.se/nyheter/sapmi/nytt-avtal-mellan-stf-och-samebyarna-undertecknat-dh0qfs> [2025-05-21].
- Sjölund, A (2013). *Destinationsutveckling i Hallstahammars kommun*. Örebro: Örebro universitet. HumUS-institutionen.
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:641703/FULLTEXT01.pdf> [2025-05-03].
- Sveriges radio (2013). *Beslut om sänkning av Hornborgasjön imponerar inte på lantbrukarna*
<https://www.sverigesradio.se/artikel/5582472> [2025-04-29].
- Svenberg, R (2021). *Stadens syn på landet* Södertörns högskola: Institutionen för kultur och lärande.
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1540209/FULLTEXT01.pdf> [2025-04-14].
- SVT (2014). *På landsbygden är man inte ensam*
<https://www.svt.se/opinion/article2353730.svt> [2025-05-21].
- Svenska Dagbladet (2018). *"Gå inte på urbana myten i Almedalen"*
<https://www.svd.se/a/yvMGGA/ga-inte-pa-urbana-myten-i-almedalen> [2025-05-21].
- Sveriges kommuner och regioner (2024). *Turism och besöksnäring*
<https://skr.se/skr/naringslivarbetedigitalisering/turismochbesoksnaring.10078.html> [2025-03-03].
- Svensk destinationsutveckling (2025). *Platsutveckling*
<https://www.svedest.se/platsutveckling> [2025-01-29].
- Svensson, P. (2019). *Diskursanalys - Greppbar metod*. 1:a uppl. Studentlitteratur AB.
- SVT (2024). *Turistskatt välkomnas av Åre kommun: "Snarare en fråga om hur"*
<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/jamtland/turistskatt-valkomnas-av-are-kommun> [2025-05-05].
- Tillväxtanalys (2012). *Destinationsutveckling. Turismens betydelse för regional och nationell tillväxt*
<https://www.tillvaxtanalys.se/publikationer/rapport/rapportserien/2012-10-18-destinationsutveckling---turismens-betydelse-for-regional-och-nationell-tillvaxt.html> [2025-02-22].
- Ton, A. Zhuang, Q. (2013). *Kristianstad Kommuns destinationsutveckling – utvecklingen utifrån tre hållbara aspekter* Högskolan i Halmstad.
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:633231/FULLTEXT01.pdf> [2025-05-08].
- Tillväxtverket (2020). *Turism och besöksnäring efter coronapandemin*
<https://tillvaxtverket.se/download/18.6855bfcf184896002ffbaa/1668765849102/M>

- [ASTER%20Turism%20och%20bes%C3%B6ksn%C3%A4ring%20efter%20Corona%20Rapport%20juni%202020_rev08_18.pdf](#) [2025-05-06].
- Tillväxtverket (2025). *Storytelling som kulturförändrare*
<https://tillvaxtverket.se/tillvaxtverket/guiderochverktyg/guiderochverktyg/storytelling-som-kulturförändrare.6583.html> [2025-05-06].
- Urry, J (1992). *The Tourist Gaze and the 'Environment'*
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/026327692009003001> [2025-05-12].
- Visita – svensk besöksnäring (2017). *Sverige – vi löser det!*
<https://mb.cision.com/Main/1027/2188401/629135.pdf> [2025-05-08].
- Visit Skåne (2025). *Österlen* <https://visitskane.com/sv/stader-omraden/osterlen> [2025-03-03].
- Visita (2025). *Välkommen till Visita!*
<https://visita.se/om-visita/valkommen-till-visita/> [2025-06-02].
- Wallberg, F. (2022). *Löftet om landet – en studie om den nya gröna vågens föreställning omlandsbygden*. Sveriges lantbruksuniversitet. Institutionen för stad och land.
<https://stud.epsilon.slu.se/17944/3/wallberg-s-20220627.pdf> [2025-04-09].
- Wannemo, F & Halvardsson, T (2022). *Platsers och destinationers identitetsparadox*. Handelshögskolan vid Karlstads universitet.
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1681993/FULLTEXT01.pdf> [2025-05-08].
- Woods. M (2011). *Rural*, Routledge.

Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU kan publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver i sådana fall godkänna publiceringen. I samband med att du godkänner publicering kommer SLU även att behandla dina personuppgifter (namn) för att göra arbetet sökbart på internet. Du kan närsomhelst återkalla ditt godkännande genom att kontakta biblioteket.

Även om du väljer att inte publicera arbetet eller återkallar ditt godkännande så kommer det arkiveras digitalt enligt arkivlagstiftningen.

Du hittar länkar till SLU:s publiceringsavtal och SLU:s behandling av personuppgifter och dina rättigheter på den här sidan:

- <https://libanswers.slu.se/sv/faq/228316>

☒ JA, jag, Axeline Nilsson har läst och godkänner avtalet för publicering samt den personuppgiftsbehandling som sker i samband med detta

☐ NEJ, jag/vi ger inte min/vår tillåtelse till att publicera fulltexten av föreliggande arbete. Arbetet laddas dock upp för arkivering och metadata och sammanfattning blir synliga och sökbara.