



SKOGSMÄSTARPROGRAMMET
Examensarbete 2016:07

Skogliga landskapsvärden i Bergslagen – Utbud och efterfrågan

*Forest landscape values in Bergslagen – Demand
and supply*



Simon Paulin

Examensarbete i skogshushållning, 15 hp
Serienamn: Examensarbete /SLU, Skogsmästarprogrammet 2016:07
SLU-Skogsmästarskolan
Box 43
739 21 SKINNSKATTEBERG
Tel: 0222-349 50

Skogliga landskapsvärden i Bergslagen – Utbud och efterfrågan

Forest landscape values in Bergslagen – Demand and supply

Simon Paulin

Handledare: Per Angelstam, SLU Skogsmästarskolan

Examinator: Eric Sundstedt, SLU Skogsmästarskolan

Omfattning: 15 hp

Nivå och fördjupning: Självständigt arbete (examensarbete) med nivå och fördjupning G2E med möjlighet att erhålla kandidat- och yrkesexamen

Kurstitel: Kandidatarbete i Skogshushållning

Kurskod: EX0624

Program/utbildning: Skogsmästarprogrammet

Utgivningsort: Skinnskatteberg

Utgivningsår: 2016

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Serienamn: Examensarbete /SLU, Skogsmästarprogrammet

Serienummer: 2016:07

Omslagsbilder: Fotograf Ingegerd Paulin.

Motiv överst till vänster: Gamla Pershyttans hytta.

Motiv överst till höger: Ledmarkering vid Klosstjärnen i Kindla naturreservat.

Motiv nederst till vänster: Vindskydd i Kloten.

Motiv nederst till höger: Höstfärger vid Smedsjön.

Nyckelord: skogspolitik, sociala värden, planering



Sveriges lantbruksuniversitet
Skogsvetenskapliga fakulteten
Skogsmästarskolan

FÖRORD

Detta examensarbete är en del Skogsmästarutbildningen vid Sveriges Lantbruksuniversitet i Skinnskatteberg. Examensarbetet omfattar 15 hp, vilket motsvarar tio veckors heltidsstudier. Arbetet påbörjades sommaren 2014 och slutfördes vintern 2016.

Idén till detta examensarbete väcktes tillsammans med Per Angelstam, SLU-Skinnskatteberg, som tidigare har genomfört ett antal forskningsstudier inom Bergslagen (se figur 1).

Jag vill tacka Per Angelstam som har gjort detta arbete möjligt med goda råd och i rollen som handledare, forskningsrådet FORMAS har bidragit ekonomiskt.

Till sist vill jag tacka alla människor som har ställt upp och svarat på min intervju/enkät.

Ramsberg 2016-03-07
Simon Paulin

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

FÖRORD	III
INNEHÅLLSFÖRTECKNING	IV
1. ABSTRACT	1
2. INLEDNING	3
2.1 BAKGRUND	3
2.2 SYFTE	4
3. BAKGRUND	5
3.1 OMFATTNING OCH AVGRÄNSNING	5
3.2 LITTERATURSTUDIE	5
3.2.1 TURISM – DEFINITION OCH BEGREPP	5
3.2.2 RIKTLINJER OCH LAGAR FÖR SKOGENS SOCIALA VÄRDEN	6
3.2.3 FYSISK PLANERING FÖR HÅLLBAR MARKANVÄNDNING	7
4. BERGSLAGEN SOM STUDIEOMRÅDE	9
5. METODER	11
5.1 ALLMÄNT OM RAMVERK	11
5.2 KATEGORISERING AV TURISMEN	11
5.3 KATEGORISERING AV TURISMENS SYFTE	11
5.4 UTBUD	12
5.5 EFTERFRÅGAN	12
5.6 PLATSEN	12
5.7 SWOT-ANALYS	12
6. RESULTAT	15
6.1 BAKGRUNDSFAKTORER OCH KATEGORISERING AV INTERVJUSVAREN	15
6.1.1 ÅLDERSFÖRDELNING OCH ANDEL MÄN, KVINNOR, PAR OCH BARNFAMILJER	15
6.1.2 HUR OFTA BESÖKARNA ÄGNAR SIG ÅT FRILUFTSLIV OCH TURISM	17
6.1.3 LÄNGDEN PÅ BESÖKARNAS VISTELSE I ANTAL DYGN	17
6.1.4 FÖRDELNING AV BESÖKARNA	18
6.2 UTBUD	19
6.2.1 SAMARBETSORGANISATIONER	19
6.2.2 FÖRETAG OCH BESÖKSMÅL	20
6.3 EFTERFRÅGAN	21
6.3.1 VILKA TJÄNSTER SOM NYTTJATS	21
6.3.2 VILKA TJÄNSTER/VILKET UTBUD SAKNAS	21

6.4 PLATSEN	22
6.4.1 LANDSKAPSVÄRDEN SOM VARIT ANLEDNING TILL VISTELSEN I BERGSLAGEN	22
6.4.2 SKOGLANDSKAPETS KARAKTÄRER	22
6.5 SWOT-ANALYS	25
<u>7. DISKUSSION</u>	<u>27</u>
7.1 UTBUD OCH EFTERFRÅGAN	27
7.2 PLATS	28
7.3 PLANERING	28
<u>8. SAMMANFATTNING</u>	<u>31</u>
<u>9. REFERENSLISTA</u>	<u>33</u>
<u>BILAGA 1. SVERIGES 16 MILJÖKVALITETSMÅL</u>	<u>35</u>
<u>BILAGA 2. INTERVJUMANUAL OM EFTERFRÅGAN OCH PLATS</u>	<u>37</u>

1. ABSTRACT

The current Swedish forest policy has two overall and equally important goals: production and environment. However, a long history of developing the production goal has made it difficult to achieve the environmental goal. The latter includes both biodiversity conservation and social values. Definition and development of social values of forests are increasingly being discussed in society.

This report focuses on the social values of forest landscapes which are connected to tourism and outdoor recreation. Knowing what those values are is a prerequisite for including them in planning processes aimed at long-term sustainable land use.

To do this, I studied the demand and supply of forest landscape values. The study area was Bergslagen, an informal region in Sweden that has the longest history of forestry focusing on production of wood for different purposes. The study includes two parts. To study the supply of products aimed at tourism and outdoor recreation I surveyed and categorized active companies in the study area (i.e., offering recreation, sightseeing, food and accommodation). To understand the demand of landscape values for tourism and outdoor recreation among users of companies' services in Bergslagen, I interviewed 100 persons at a selection of companies representing each category.

I observed clear differences among the locals from the Bergslagen (26%), other Swedish (53%) and foreign visitors (22%). Locals from Bergslagen itself and other Swedes were the most frequent users of services like cafés and food. Their main reason to visit Bergslagen was to experience the natural and the cultural landscape. In contrast foreign visitors focused on services like accommodation followed by guiding and shopping. A total of 91 % of the foreign visitors stated that the natural landscape was the most important reason to visit Bergslagen, followed by the nature activities and hiking trails.

In planning of forestry, agriculture, urban and rural development it is thus important to maintain natural and cultural landscape values. The landscape itself is the Bergslagen region's biggest strength and strongest opportunity for future tourism. Conservation and restoration of the attractive forest and cultural landscapes are therefore important for developing tourism in Bergslagen. Bergslagen supplies a beautiful nature and landscape, with good opportunities for outdoor life, fishing and experiencing nature and wildlife. Bergslagen also supplies a range of different accommodations, cafés and restaurants and cultural expressions. While visitors reported that the products offered by companies were appropriate, they were concerned that naturalness values are threatened by intense forest management, and that cultural landscape values were threatened by abandonment of agriculture.

2. INLEDNING

2.1 Bakgrund

Svensk skogspolitik jämställer produktions- och miljömål. Produktionsmålet innebär att skogen och skogsmarken ska utnyttjas effektivt och ansvarsfullt så att den ger en uthålligt god avkastning. Miljömålet omfattar dels miljöhänsyn kopplade till bevarande av biologisk mångfald, och dels sociala värden. Skogsbruket har utvecklat metoder för skötsel, skydd och restaurering som bidrar till att bevara biologisk mångfald. Trots detta så har produktionsaspekter en mer framträdande roll i dagens skogsbruk. En konsekvens av detta är att det visats sig svårt att nå de biologiska miljömålen för skogen i form av skyddade områden och god bevarandestatus för livsmiljöer och arter (OECD, 2014). Efter årtionden av debatt om biologisk mångfald har även skogslandskapets sociala värden definition och utveckling har kommit att diskuteras allt mer. Svårigheter att nå sociala mål framkom tydligt i den debatt som Maciej Zaremba skapade med sin uppmärksammade artikelserie på temat "Skogen vi ärvde" i Dagens Nyheter våren 2012. Zaremba (2012) ifrågasatte om skogen bara är en industriråvara eller om den också är ett landskap, människans miljö, alltså kultur. Detta stimulerade framtagande av en utredning om skogens sociala värden (Skogsstyrelsen, 2013). Skogens sociala värden ingår som en del i sektorsansvaret och Skogsstyrelsen anser att det behöver förtydligas om och hur sektorsansvaret för skogens sociala värden skiljer sig från andra miljövärden (Skogsstyrelsen, 2013).

En förutsättning för uppföljning av mål är att de är mätbara. De skogspolitiska målen är kopplade till en gradient i mätbarhet från ekonomiska via ekologiska till sociala dimensioner av hållbart skogsbruk. För produktionsmålet är både produkterna och de pengar som genereras tydliga och konkreta. Produkterna omfattar distinkta sortiment som timmer, massa- och energived, och det finns utvecklade principer för marknadsvärde med angivna priser. Även bevarandet av biologisk mångfald är konkret i form av fokus på arter, livsmiljöer och ekologiska processer. Arter kan inventeras i form av rödlistade arter, signalarter och paraplyarter. Livsmiljöers mängd och kvalitet kan uppskattas genom att kombinera information från skogsbruksplaner, fjärranalys och fältinventeringar av t.ex. död ved. Processer som viltbete och brand är kända faktorer som påverkar den biologiska mångfalden. Viltbetetrycket är på många håll så stort att det påverkar trädslagsmångfalden. Detta påverkar inte bara den biologiska mångfalden utan också landskapsvariationen (Skogsdata, 2014). Det sista århundrandets framgångsrika bekämpning av skogbränder har lett till att flera brandberoende arter har fått problem (Johannesson & Dahlberg, 2001). Därför praktiseras idag skogs- och hyggesbränning som en naturvårdsåtgärd, och det är också en av förutsättningarna för att bedriva FSC-certifierat skogsbruk i Sverige idag.

Konkretiseringsgraden av de sociala värdena är däremot både mindre utvecklad och har inte präglat skogsbruket lika länge. Sociala värden har idag ett fokus på rekreation och friluftsliv. Skogen och skogsbruket har dock även en historia av mycket stor betydelse för jobb på landsbygden. Från att ha varit en av huvudnäringarna, har dock ökad rationalisering minskat skogsbrukets roll som arbetsgivare. Idag är det endast ca 1 procent av arbetskraften i Sverige som arbetar inom skogsnäringen (Skogsstyrelsen, 2014). Samtidigt som sysselsättningsgraden inom skogsbruket sjunker så växer andra näringar. På landsbygden kan nya former av skogsbruk spela en betydande roll för det lokala näringslivet. Ett sådant exempel är turismen, där antalet sysselsatta har ökat med 28 procent sedan år 2000 (Tillväxtverket/SCB, 2012). Denna ökning har lett till en satsning på att besöksnäringen ska bli en av basnäringarna i Sverige år 2020 (Svensk Turism, 2010)

Att tillgodose ekonomiska, ekologiska och sociala dimensioner av hållbart skogsbruk innebär krav på en långsiktigt hållbar markanvändning (SOU, 2013). Hur vi använder marken påverkar hela landskapet och alla de ekosystemtjänster som vi förväntar oss att få. Detta innebär att vi måste tänka i ett landskapsperspektiv för att på så sätt visa hänsyn till olika intressen och anspråk. Avseende turism sammanfattar Tillväxtverket (2013): "För att nå framgång förutsätts därför ett ökat samarbete mellan näringen, turismföreträdare, samhällsplanerare och övriga förvaltningar. Gemensamma miljömål, omsorg om den fysiska miljön, hög kvalitet på aktiviteter och arrangemang samt bevarande av och tillgängliga natur- och kulturmiljöer har en avgörande betydelse för att skapa attraktionskraft."

2.2 Syfte

Syftet med denna studie är att bidra till att konkretisera svårsmätbara sociala skogliga landskapsvärden som är kopplade till turism och friluftsliv så att sådana kan inkluderas i planering för en långsiktigt hållbar markanvändning. Vad finns det för utbud av ekologiska och sociala värden inom besöksnäringen? Med vilka landskapsvärden marknadsför sig lokala tjänste- och serviceföretag? Motsvarar detta de landskapsvärden som kunderna/turisterna/besökarna efterfrågar?

3. BAKGRUND

3.1 Omfattning och avgränsning

Som fallstudie har jag valt Bergslagen, en informell region mitt i Svealand. Bergslagen har den längsta historien i Sverige av skogsbruk inriktad på produktionsmål i form av vedråvara för olika ändamål (Obbarius 1845-48, Brynte 2002, Angelstam m.fl. 2013, 2015). Än idag så spelar det traditionella virkesinriktade skogsbruket en viktig roll i Bergslagen. Samtidigt görs också satsningar för att göra regionen mer attraktiv för turism och friluftsliv, liksom för att behålla och öka den bofasta befolkningen, genom att dra nytta av skogslandskapets natur- och kulturvärden som viktiga aspekter för en attraktiv region (Länsstyrelsen i Västmanland 2014, Regionförbundet Örebro, 2013).

Först har jag gjort en marknadsundersökning, där utbudet av verksamma företag har inventerats och kategoriserats. För att förstå vilka landskapsvärden som efterfrågas så har jag intervjuat besökare vid ett urval av företagen inom varje kategori. Genom att analysera intervjuresultaten så fås en inblick av den relativa betydelsen av de skogliga landskapsvärdena för turism och friluftsliv. Slutligen diskuteras balansen mellan utbudet och efterfrågan på sociala värden i skogslandskapet, och om dessa värden inkluderas i dagens skogliga planering.

Denna studie är ett kandidatarbete som omfattar 10 veckors heltidsstudier. Detta ger både möjligheter och begränsningar. Undersökningen av utbudet har utförts genom studier av turistbroschyrer och sökningar på internet. Enkätundersökningen utfördes under sommaren år 2014. Urval och kategorier av företag/platser har fått begränsats med hänsyn till vad som varit praktiskt genomförbart för att få ihop 20 intervjuvar vid varje företag/plats. För att rationalisera arbetet så har också antalet kategoriseringar begränsats till fyra stycken, rekreation (att aktivt göra saker), sightseeing (åskådare av saker, miljöer, kulturyttringar), äta (restauranger och caféer) och logi (camping, vandrarhem m.m.).

3.2 Litteraturstudie

3.2.1 Turism – definition och begrepp

Alla näringar behöver en god informationskultur som omfattar dels grundläggande begrepp, och dels en kunskapsbaserad process så att information av god kvalitet utvecklas, analyseras och sprids (Tillväxtverket, 2013). För att förenkla vad som menas med turism och möjliggöra insamling av nationell och internationell statistik om turism så har det tagits fram definitioner som ska vara jämförbara mellan olika regioner och länder (United Nations 2010, RMF 2008). I Sverige är det för närvarande Tillväxtverket som ansvarar för turismstatistiken. Begreppet turism omfattar människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften (Turistdelegationen, 1995). Begränsningen av vad som menas

med vanlig omgivning avgörs av tre faktorer: avstånd, restid samt plats/region. Turistdelegationen (1995) delar upp turism i tre grundformer, beroende på inom vilka gränser (tex. region, kommun eller annat område) resorna genomförs:

1. Inhemsk turism, innefattar de som bor i ett givet land och reser inom detsamma.
2. Inkommande turism, innefattar de som reser i ett givet land och bor i ett annat land.
3. Utgående turism, innefattar de som bor i ett givet land och reser i något annat land.

En besökare definieras av följande tre krav:

1. Resan ska gå utanför resenärens vanliga omgivning. Detta exkluderar regelbundna pendlingsresor till arbete eller studier.
2. Den sammanhängande vistelsetiden ska vara maximalt 1 år.
3. Resans huvudsyfte ska vara annat än arbete som avlönas av någon som verkar på platsen. Exkluderar arbetsmigration.

3.2.2 Riktlinjer och lagar för skogens sociala värden

Skogen har varit viktig för människan i alla tider, från att ha varit källa för bränsle, byggmaterial och jaktbart vilt, så är det i Sverige idag, de mest ekonomiskt betydelsefulla produkterna timmer, massaved och biobränsle. Dessutom diskuteras också värdet av skogslandskapets sociala värden allt mer. En definition av skogens sociala värden lyder enligt skogsstyrelsen "de värden som skapas av människans upplevelser av skogen" (Skogsstyrelsen, 2013:6). Det handlar alltså om vad människan upplever av skogen såsom jakt, tystnad, vildmark, bärplockning och friluftsliv. I Skogsvårdslagens (2016) 30 § så berörs skogens sociala värden indirekt vid hänsyn till natur- och kulturmiljövårdens intressen. De berörs också direkt med föreskrifter om hänsyn till skydds zoner, landskap, stigar och leder.

Ytterligare dimensioner av skogslandskapets sociala värden är en fortsatt levande landsbygd. Skogslandskapets arbetstillfällen, såväl i skogsbruket som i turismen och andra näringar bidrar till en fortsatt möjlighet att leva och verka på landsbygden. Detta skapar positiv feedback genom ökat socialt kapital, tillgång till service och en mer hållbar och attraktiv landsbygd. Vem som äger skogen kan också vara betydelsefullt. Angelstam m.fl. (2015) observerade ett tydligt positivt samband mellan andelen skog som ägs av icke-industriella ägare och befolkningsförändringen under 30 år i 114 mellansvenska kommuner.

I den svenska miljöpolitiken har man gemensamt beslutat om ett miljömålssystem (SOU 2013:43). Det övergripande syftet med miljömålssystemet

är att vi i Sverige ska ha ett miljömässigt och långsiktigt hållbart samhälle till år 2020. Systemet är uppbyggt av generationsmål, miljökvalitetsmål och etappmål. Systemet ska präglade omställning som krävs för att nå målet med god miljö kvalitet.

- Generationsmålen visar på den samhällsomställning som krävs inom en generation för att miljö kvalitetsmålen ska uppnås.
- Miljö kvalitetsmålen anger det tillstånd i den svenska miljön som miljö arbetet ska leda till. Det är totalt 16 miljö kvalitetsmål som ska uppnås till år 2020 (se bilaga 1).
- Etappmålen är ett sätt att tydliggöra arbetet med miljö kvalitetsmålen. Stegvis så visar dessa vad som kan göras och vad som krävs för att nå miljö kvalitetsmålen.

Flera av miljö kvalitetsmålen berör skogens sociala värden framförallt Levande skogar, Ett rikt växt- och djurliv, Levande sjöar och vattendrag samt God bebyggd miljö. Dessa miljö kvalitetsmål innehåller alla preciseringar med fokus på skogens sociala värden. Det är bl.a. bevarande och hänsyn till friluftsliv, vidmakthållande av ekosystemtjänster och bevarande av natur- och kulturmiljö värden (Naturvårdsverket, 2013).

3.2.3 Fysisk planering för hållbar markanvändning

Fungerande nätverk av representativa skogsekosystem – dvs. grön infrastruktur (European Commission, 2013) - bidrar med ekologiska, ekonomiska och sociala värden. En välplanerad grön infrastruktur med uthållig leverans av ekosystemtjänster kan vara ett billigare alternativ och/eller komplement jämfört med tekniska avancerade lösningar. Genom att planera, bevara och förstärka de naturliga processerna så kan den gröna infrastrukturen göra stor samhällsnytta.

Definitionen av grön infrastruktur lyder enligt naturvårdsverket "strukturer i landskapet och brukande av densamma som säkerställer en långsiktig överlevnad av livsmiljöer och arter, genom att spridningsmöjligheter säkerställs och på så sätt vidmakthålls ekosystemens förmåga att leverera viktiga ekosystemtjänster" (SOU 2013:43).

Ekosystem definieras som "Ett dynamiskt komplex av växt-, djur och mikroorganismersamhällen och dessas icke-levande miljö som interagerar som en funktionell enhet" (SOU 2013:43). Följaktligen så blir ekosystemtjänster "Nyttor som människan får från ekosystemen" (SOU 2013:43). De nyttor som människan har från olika ekosystem kan sedan klassas som följande (SOU 2013:68):

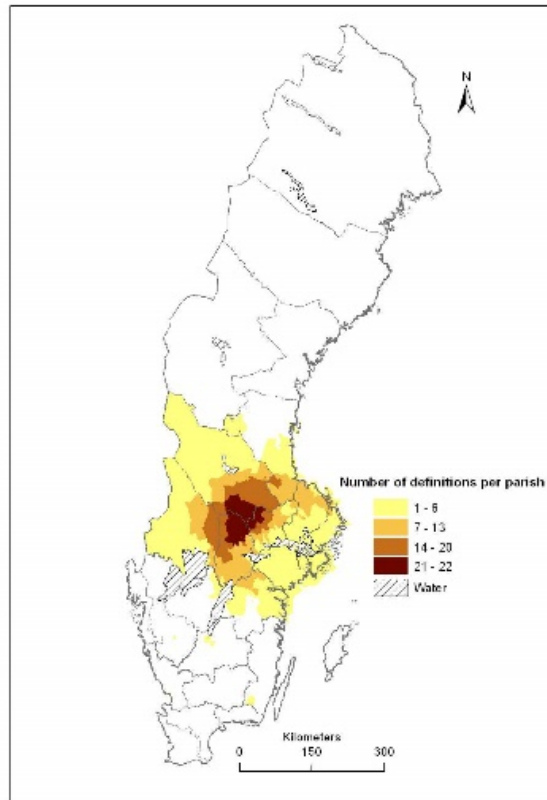
- Försörjande (producerande) ekosystemtjänster är de varor som produceras, t.ex. mat, vatten, trä och fiber.

- Reglerande ekosystemtjänster är nyttan människor har av ekosystemfunktioner som påverkar miljöfaktorer som t.ex. klimat, översvämningar, avfallsnedbrytning och kontroll av sjukdomar samt pollinering av våra grödor.
- Kulturella ekosystemtjänster innefattar skönhet, inspiration, rekreation och andliga värden som bidrar till vårt välbefinnande.
- Stödjande ekosystemtjänster är grundläggande funktioner i ekosystemen som är en förutsättning för alla de andra ekosystemtjänsterna, bl.a. jordmånsbildning, fotosyntes och biokemiska kretslopp.

Ekosystemtjänster handlar alltså om grundläggande överlevnadsvillkor för mänskligt välbefinnande. WHO (2005) definierar fem aspekter: (1) fysisk hälsa (2) minimum av basmaterial(mat, husrum, energi, kläder osv.), (3) goda sociala relationer, (4) säkerhet (5) personlig frihet. Genom överdrivet utnyttjande av enskilda ekosystemtjänster så kan en obalans skapas och intressekonflikter kan uppstå. Det kan exempelvis handla om maximal produktion av träråvara, som tydligt kan orsaka brister i reglerande ekosystemtjänsterna, såsom översvämning vid höjt grundvatten efter en avverkning, eller påverkan på biologisk mångfald. Även de kulturella ekosystemtjänsterna kan påverkas, då bl.a. rekreation och skönhet som bidrar till vårt välbefinnande.

4. BERGSLAGEN SOM STUDIEOMRÅDE

Bergslagen är en informell region i Mellansverige. En sammanställning av 22 olika definitioner av var Bergslagen är lokaliserat visar på en gradient i uppfattningar av var Bergslagen ligger (Figur 1). Kärnområdet som de allra flesta definierar som Bergslagen omfattar norra Örebro och Västmanlands län och södra Dalarna (Angelstam m.fl. 2013).



Figur 1. Definition av Bergslagen, där kärnområdet med mer än 14 definitioner utgör studieområdet.

Bergslagens historia är väl dokumenterad (Nelson 1913). För tusentals år sedan började människan att utveckla jordbruket där jordarna var goda strax söder om Bergslagen. För mer än 2000 år sedan påbörjades en småskalig produktion av järnmalm. Tyskar tog järnmalmsproduktionen till en industriell skala under medeltiden. Belgiska valloner utvecklade stålproduktionen på 1700-talet. Under lång tid var det exploateringen av Bergslagens naturresurser som grundlade den ekonomiska utvecklingen i hela Sverige (Heckscher 1935-49). Exploateringen av malmen, skogen och vattendragen har varit som mest omfattande i Bergslagens kärnområde. I kärnområdet är antalet gruvor och dämnda vattendrag som störst för att sedan minska i antal längre ut i Bergslagens ytterområden (Angelstam et al. 2013). Bergslagen har den längsta historien i Sverige av skogsbruk inriktad på produktionsmål i form av vedråvara för olika ändamål (Obbarius 1845-48, Brynte 2002, Angelstam m.fl. 2013, 2015). Än idag så spelar det traditionella virkesinriktade skogsbruket en viktig roll i Bergslagen. Samtidigt görs också

satsningar för att göra regionen mer attraktiv för turism och friluftsliv genom att dra nytta av skogslandskapets natur- och kulturvärden.

Bergslagens kärnområde är idag relativt glest befolkat med skog och många sjöar, och lämpar sig därför för turism och friluftsliv. Närheten till tätt befolkade områden i Mälardalen och till goda kommunikationer innebär att området är lätt tillgängligt för både svenska och internationella besökare. Det är därför som Bergslagen som ett tätortsnära skogslandskap är valt som studieområde.

5. METODER

5.1 Allmänt om ramverk

Det finns ingen enskild metod som kan ge en heltäckande bild av turismen i Sverige eller inom en specifik region. För att få en bättre helhetsbild så rekommenderar Fredman m.fl. (2009) att en kombination av flera metoder används. Deras förslag lyder enligt följande:

Vi föreslår fyra mätningar – två konsumentundersökningar, en producentundersökning, samt systematiska besökarstudier (och uppbyggandet av en databas för naturturistiskt utbud). På så sätt är det möjligt att få en helhetsbild omfattande den inhemska naturturismen, den inkommande naturturismen, utbudet av naturturism samt mer ingående kunskap om naturturismen i för ändamålet särskilt intressanta naturområden.

(Fredman m.fl. 2009. s. 66)

5.2 Kategorisering av turismen

Med de tre grundformerna av turism, dvs. inhemsk, inkommande och utgående turism så berör detta arbete endast av de två förstnämnda. Så vi har två kategorier av turister:

1. Inhemska turism – de som bor i ett land och reser inom detta.
2. Inkommande turism – de som reser i ett givet land och bor i ett annat land.

De inhemska turisterna kan sedan delas upp med hjälp av att efterfråga postnummer vid intervjuerna. Då får vi lokalbor med postnummer inom studieområdet samt övriga inrikes turister. Vi har då kategorierna:

1. Inhemska turism – de som bor i ett land och reser inom detta.
 - 1.1. Lokalbor – har sin vanliga omgivning i studieområdet.
 - 1.2. Inrikes turister – de som rest till studieområdet.
2. Inkommande turism – de som reser i ett givet land och bor i ett annat land.

5.3 Kategorisering av turismens syfte

Turismen har olika syften, det är allt ifrån spabehandlingar till vandring och fiske. De olika syftena kan härledas till olika kategorier även de:

Rekreation – aktiviteter såsom fiske, vandring, paddling och cykling m.m.

Sightseeing – kultur- & historieföremål, landskap och natur, teater, hantverk och konstutställningar m.m.

Logi – camping, stugor, bed & breakfast, pensionat och hotell m.m.

Kost – matservering och café

Övrigt – ej tidigare nämnt

5.4 Utbud

Utbudet av tjänster för turism och friluftsliv undersöktes genom en inventering av tjänste- och serviceföretag. Först identifieras samarbetsorganisationer för turism och friluftsliv i Bergslagens kärnområden (de innersta zonerna i Figur 1 omfattande kommunerna Nora, Lindesberg, Hällefors och Kopparberg i Örebro län, Skinnskatteberg, Fagersta, Norberg, Hallstahammar, Surahammar i Västmanlands län, samt Ludvika och Smedjebacken i Dalarnas län). Därefter studerades broschyrer och hemsidor för att identifiera företag och besöksmål, vars utbud kategoriseras enligt de tidigare beskrivna syftena med resan.

Med hjälp av Excel skapas en tabell med där företagen och besöksmålen listas enligt det utbud som marknadsförs. Många av företagen/besöksmålen har ett större utbud än att det kan härledas till endast en kategori. Där har företagets/besöksmålets utbud angivits i flera kategorier.

5.5 Efterfrågan

Efterfrågan undersöktes med kort intervjumanual (se bilaga 2) som 20 besökare utsattes för vid fem platser ur de fyra kategorierna rekreation, sightseeing, logi och kost. Undersökningen genomfördes under sommaren år 2014. Valet av de totalt 20 olika platserna för intervjuer gjordes med hänsyn till en god spridning inom studieområdet. Samtidigt eftersträvades det att ha så stort besökarunderlag som möjligt, för att uppnå det önskade antalet svar.

I intervjun så ombads alla svaranden att ange vilka tjänster de har nyttjat under sin vistelse i studieområdet. De svarande har fått ange flera svar. Totalt intervjuades 400 personer.

5.6 Platsen

Typen av platser för utbud och efterfrågan identifierades, och karakteriserades som urbana, odlingslandskap/kulturlandskap, skogslandskap och vatten. För utbudet har detta gjorts utifrån om företaget/besöksmålet är lokaliserat/verksam i ett område som kan karakteriseras enligt ovan nämnda kategorier.

Vad gäller platsen för efterfrågan så ingick detta i intervjun där besökaren efterfrågades om vad som hade fört denna till studieområdet. De svarande fick ange flera svar om vad som fört dem till platsen. Dessa svar härledes sedan till tidigare definierade kategorier, urbana, odlings-/kulturlandskap, skogslandskap och vatten.

5.7 SWOT-analys

Avslutningsvis så inkluderades en SWOT-analys i intervjumanualen. SWOT-analysen genomförs i de tre steg som Harrison (2010) beskriver. Steg 1 – insamling och utvärdering av bakgrundsinformation. Steg 2 – SWOT, interna

styrkor och svagheter, externa möjligheter och hot. Steg 3 – sammanställa en SWOT-matris med insamlad data.

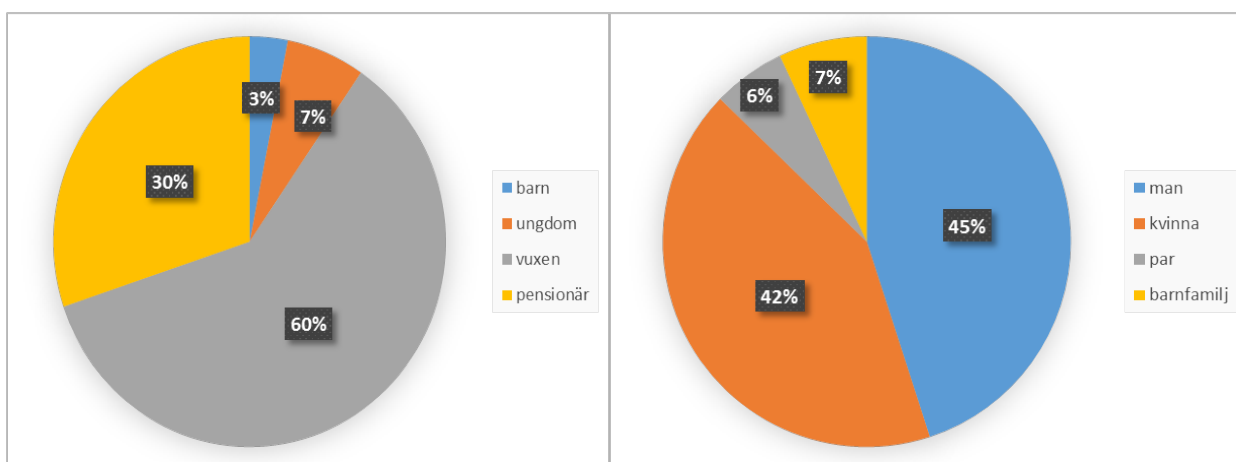
Som grundmaterial för detta användes svar på intervjuernas avslutande fråga angående vad besökarna ansåg som studieområdets och den aktuella platsens främsta styrkor och svagheter, samt framtida möjligheter och hot. Datat sammanställdes i Excel för bearbetning och skapande av SWOT-matriser.

6. RESULTAT

6.1 Bakgrundsfaktorer och kategorisering av intervjusvaren

6.1.1 Åldersfördelning och andel män, kvinnor, par och barnfamiljer

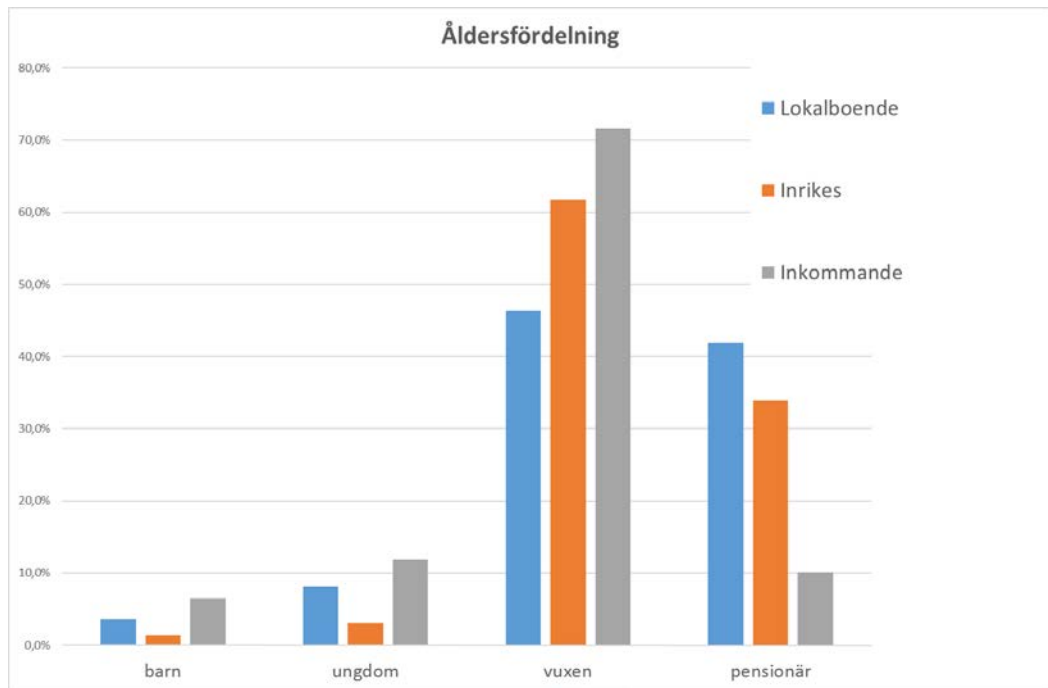
Av alla svarande så var majoriteten av de svarande vuxna (60 %). Detta följdes av pensionärer (30 %), ungdomar (7 %) och barn (3 %), se Figur 2. Fördelningen mellan män och kvinnor är jämn, 42 procent kvinnor jämfört med 45 procent män (Figur 3). Andelen par och barnfamiljer var 6 respektive 7 procent.



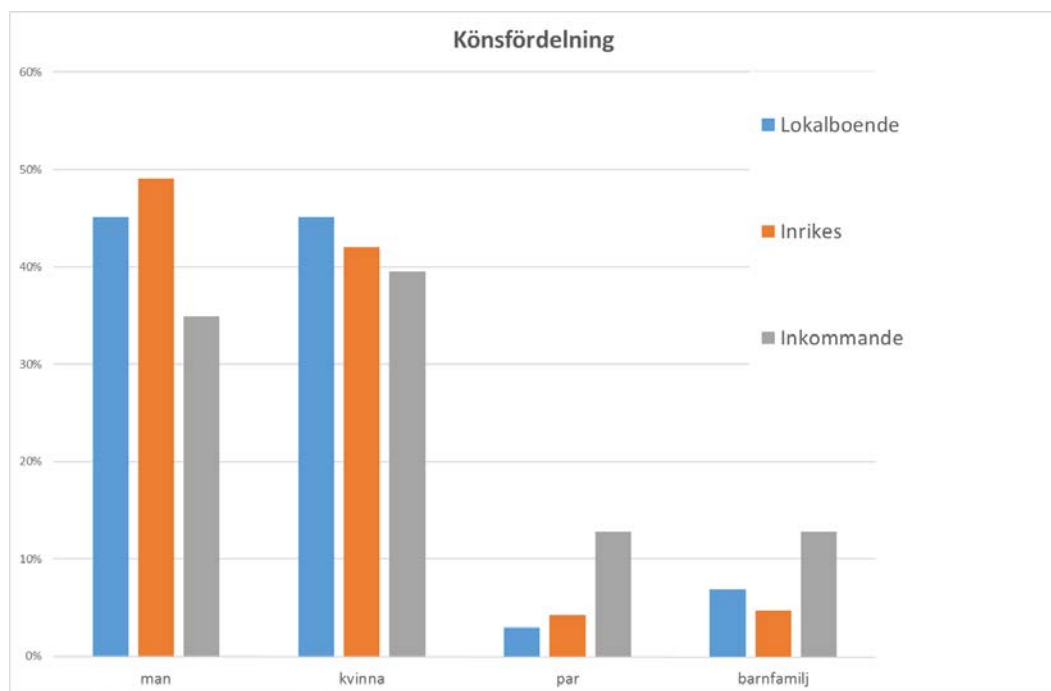
Figur 2. Åldersfördelning av alla intervjusvar.

Figur 3. Könsfördelning av alla intervjusvar.

Fördelningen på de tre olika kategorierna av turister, lokalboende, inrikes och inkommande (Figur 4), var mest olika avseende andelen pensionärer bland de inkommande turisterna, endast ca (10 %) jämfört med (34 %) av inrikes och (42 %) av de lokalboende besökarna. Bland de inkommande besökarna var medelåldern lägre än både lokalboende och inrikes besökande. Detta avspeglar sig också i könsfördelningen där andelen barnfamiljer är nästan dubbelt så stor bland de inresande besökarna jämfört med lokalboende och inrikes besökare (Figur 5).



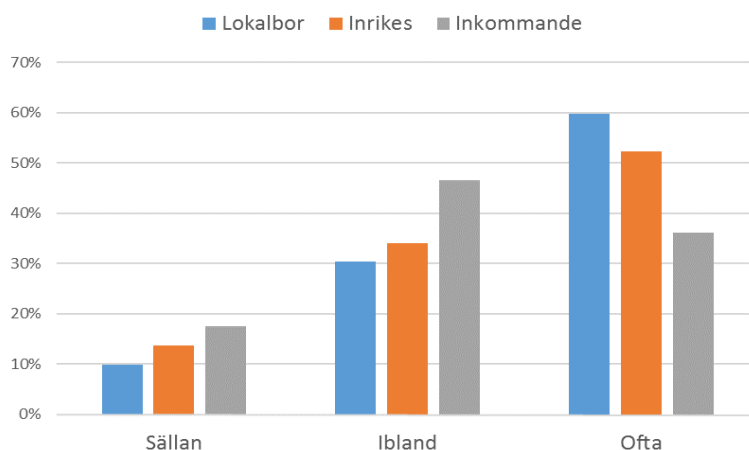
Figur 4. Åldersfördelningen fördelat i de olika turismkategorierna.



Figur 5. Könsfördelningen fördelat i de olika turismkategorierna

6.1.2 Hur ofta besökarna ägnar sig åt friluftsliv och turism

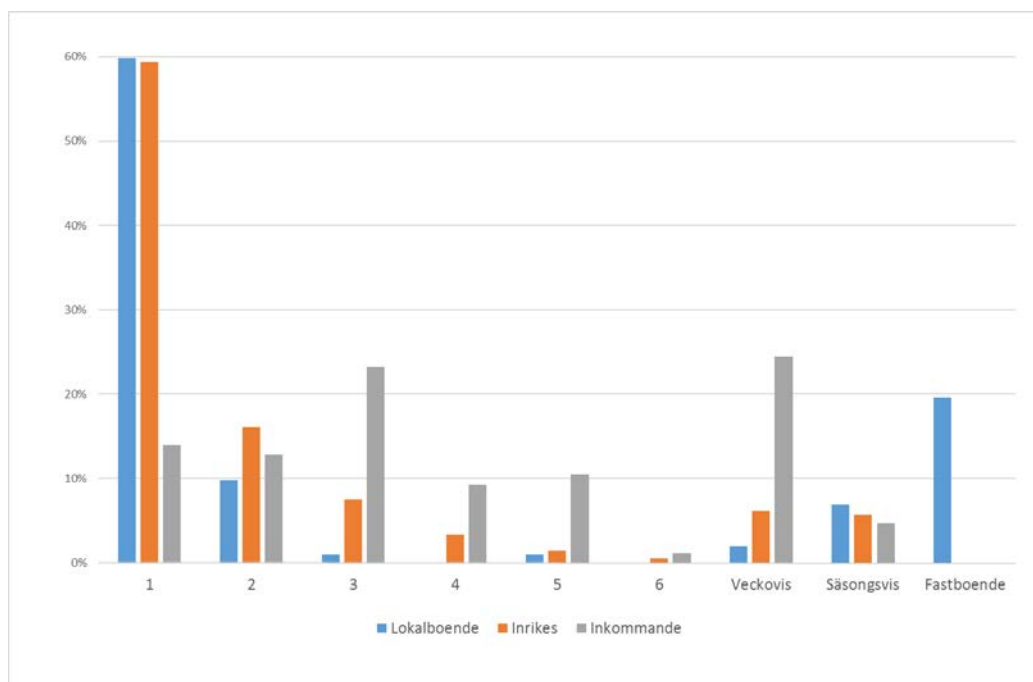
Majoriteten av de lokalboende och inrikes besökanden var frekventa utövare av friluftsliv och turism. Totalt 60 % av de lokalboende respektive 52 % av de inrikes besökare ägnade sig ofta åt friluftsliv och turism. Bland inkommande besökare ägnade sig nästan hälften (47 %) ibland åt friluftsliv och turism.



Figur 7. Hur ofta de svarande ägnar sig åt friluftsliv och turism. Ofta- något tillfälle i veckan, Ibland- något tillfälle i månaden och Sällan- något tillfälle per år.

6.1.3 Längden på besökarnas vistelse i antal dygn

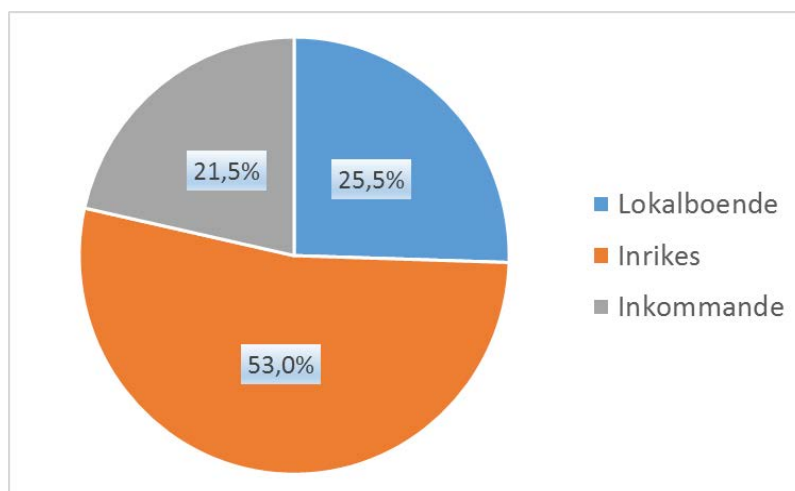
Besökarna uppgav längden i dygn på sin vistelse i studieområdet. Majoriteten av de lokalboende och inrikes besökande uppehöll sig en dag eller ett dygn i Bergslagen (Figur 8). I båda fallen angav ca. 60 % att de stannar 1 dygn eller mindre. Störst spridning på längden av sin vistelse fanns hos de inkommande besökarna. Bland dessa var den vanligaste längden på vistelsen veckovis (24 %) respektive tre dygn (23 %).



Figur 8. Längden på besökarnas vistelse i studieområdet på x-axeln, räknat i antal dygn upp till 6 dygn, därefter veckovis mer än sju dagar, säsongsvis ex. sommarsäsong, samt fastboende i studieområdet.

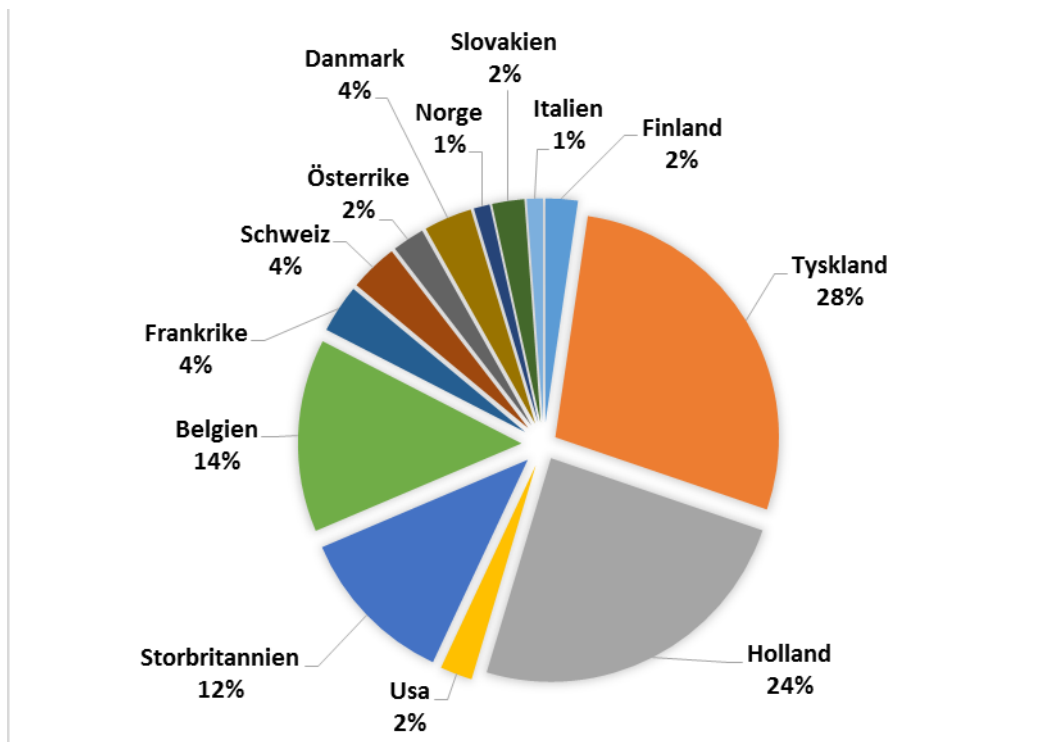
6.1.4 Fördelning av besökarna

Fördelningen av besökarna i de tre kategorierna Lokalboende, Inrikes och Inkommande turister ses i figur 9. Här ser vi att majoriteten av de intervjuade är svenskar (78,5 %) och den största delen kommer utifrån studieområdet (53 %).



Figur 9. Fördelningen av besökarna i kategorierna, Lokalboende, Inrikes och Inkommande turister.

Definitionen av inkommande turism är turister som reser i ett givet land och bor i ett annat land. Av de svarande så var det totalt 21,5 % som var inkommande turister. I figur 4 framgår hur fördelningen av dessa ser ut mellan de olika länderna. Drygt hälften av de inkommande gästerna kommer från Tyskland och Holland.



Figur 10. Fördelningen av de inkommande turisterna, andel i % per land.

6.2 Utbud

Bergslagen är en informell region som omfattar ett flertal kommuner och delar av flera olika län. Den informella och mångfacetterade definitionen av vad som är Bergslagen, gör att olika aktörer har olika definitioner. Definitionerna har ofta anpassats till att inrymmas i enbart ett län alternativt delar av två län eller på liknande vis.

6.2.1 Samarbetsorganisationer

Den informella definitionen av Bergslagen tydliggörs av antalet olika samarbetsorganisationer som verkar inom Bergslagen och den geografiska avgränsningen hos de olika samarbetsorganisationerna.

Bergslagen.se (Kommunerna Nora, Lindesberg, Hällefors och Kopparberg i Örebro län)

Visitsödradalarna.se (Falun, Borlänge, Gagnef, Vansbro, Ludvika, Smedjebacken och Säter)

Ekomuseum.se (Dalarna & Västmanlands läns museer, kommunerna Ludvika och Smedjebacken i Dalarna samt Norberg, Fagersta, Skinnskatteberg, Surahammar och Hallstahammar i Västmanland)

Naturensbästa.se (nationell organisation för ekoturism)

Strömsholmskanal.se (Hallstahammar, Surahammar, Smedjebacken och Fagersta)

Västmanland.se (Kommunerna Norberg, Fagersta, Sala, Skinnskatteberg, Surahammar, Hallstahammar, Västerås, Köping, Arboga och Kungsör)

6.2.2 Företag och besöksmål

Det undersökta utbudet av företag och besöksmål ses nedan i tabell 1.

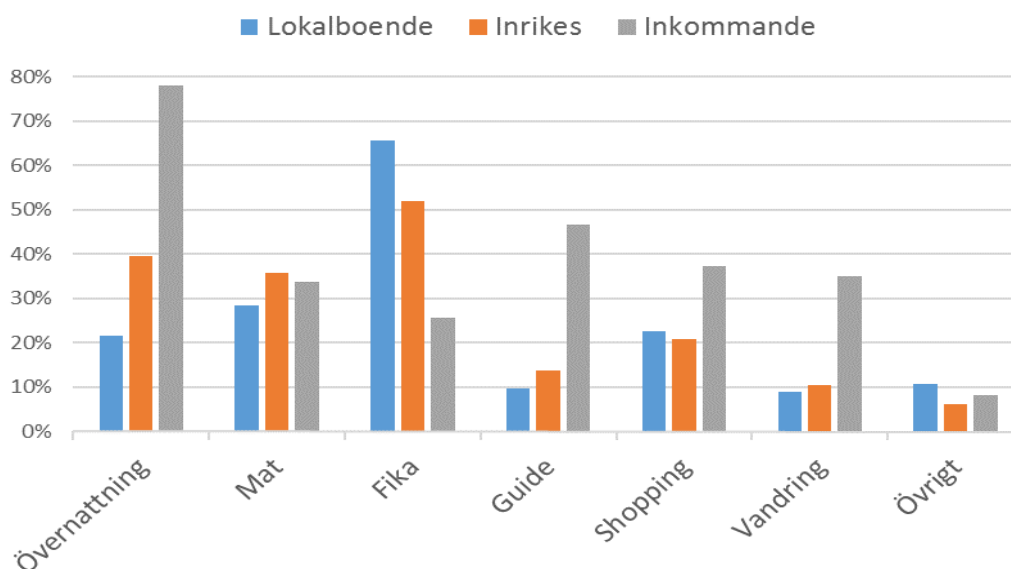
Tabell 1. Företag/besöksmål med utbud enligt de bestämda kategorierna, markerat i tabell med X. De fem färgmarkerade företagen/besöksmålen i respektive kategori är där intervjuerna har skett.

Företag/besöksmål	Plats	Sightseeing	Logi	Recreation	Kost
Wild Sweden	Karmansbo/Skinnskatteberg	X		X	
Naturarvskompaniet	Kloten	X	X	X	X
Säfsen resort	Säfsen/Fredriksberg	X	X	X	X
Bernshammar	Hed/Bernshammar			X	
Riddarhyttans FVO	Riddarhyttan			X	
Kloten fritid och konferens	Kloten		X	X	X
Kolarbyn	Skinnskatteberg		X	X	X
Liens camping	Riddarhyttan	X	X	X	
Malingsbo camping	Kloten	X	X	X	X
Uskavigården	Nora	X	X	X	X
Västanfors hembygdsgård	Fagersta	X			X
Karmansbo herrgård	Karmansbo	X	X	X	X
Loka brunn	Gryhyttan		X	X	X
Färna herrgård	Färna	X	X	X	X
Elsa Anderssons konditori	Norberg				X
Pershyttan	Pershyttan	X		X	X
Galleri Astley	Uttersberg	X			X
Engelsbergs bruk och oljeön	Ängelsberg	X			
Opera på skäret	Kopparberg	X			X
Baggbrodagarna	Baggbro	X			X
Rikkenstorp	Grängesberg	X	X	X	
Nordic Safari	Surahammar	X		X	
Färnas hjärta	Färna	X	X	X	
Ulvsbomuren	Ramnäs		X	X	X
Kloten lägret	Kloten		X	X	
Pensionat udden	Skinnskatteberg/Baggbro	X	X	X	X
Ebba Brahes lusthus	Bockhammar				X
Forsen islandshästar	Fors/Riddarhyttan	X		X	
Tallbacka	Ängelsberg	X	X		
Stall Slofallet	Allmänningbo/Riddarhyttan	X		X	
Natur Center Erik AB	Krampen/Skinnskatteberg		X	X	
Bergslagen försäkring	Lindesberg/Grönbo			X	
hyrfiske.se	Kloten			X	X
Hellefors Herrgård	Hällefors		X	X	X
outdooracademy.se	Hällefors		X	X	
Åkerby herrgård	Nora	X	X	X	X
Sikfors herrgård	Gryhyttan	X	X	X	X
Wildlive adventures	Kopparberg	X	X	X	X
Teatermaskinen	Riddarhyttan	X			X
Birdsafari Sweden	Svartådalen	X			
Stadra	Gyttorp	X			X
		27	22	30	25
		Sightseeing	Logi	Recreation	Kost

6.3 Efterfrågan

6.3.1 Vilka tjänster som nyttjats

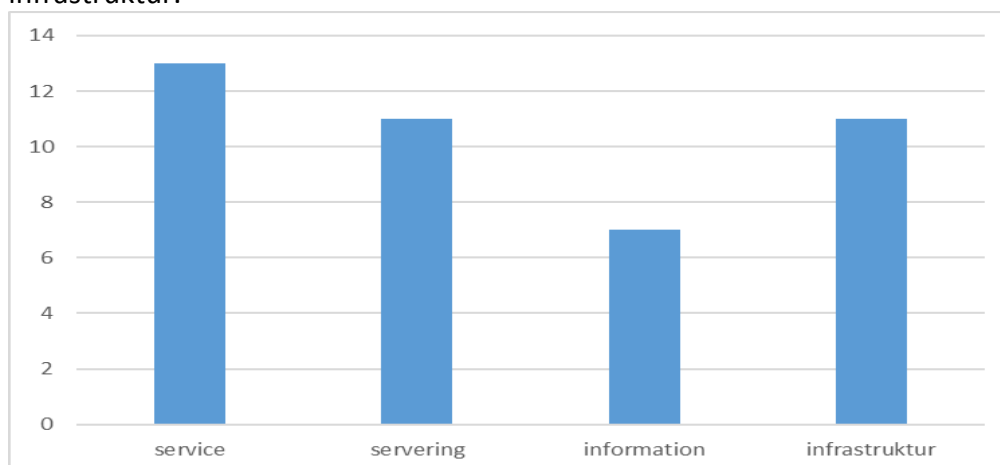
De tre mest utnyttjade tjänsterna bland lokalboende var fika, mat och shopping. För inrikes besökare var fika, övernattnig, och mat mest nyttjat. Störst skillnad ser vi bland de inkommande besökarna där övernattnig var den överlägset mest nyttjade tjänsten (78 %), följt av guidning (47 %) och shopping (37 %).



Figur 10. Fördelning av tjänster som olika typer av besökarna nyttjade under sin vistelse. Procentuell andel av vardera kategorin av besökare och det sammanlagda värdet för jämförelse.

6.3.2 Vilka tjänster/vilket utbud saknas

Av besökarna så angav 11 % vad de saknade för tjänster/utbud. I figur 11 syns fördelningen av dessa svar, och i tabell 2 beskrivs det tydligare av vad besökarna saknat. Det som besökarna har saknat mest är service, servering, information och infrastruktur.



Figur 11. Kategorier av de tjänster/utbud som besökarna saknade. Skalan motsvarar antalet svarande som angett att denna kategori av tjänst/utbud saknas.

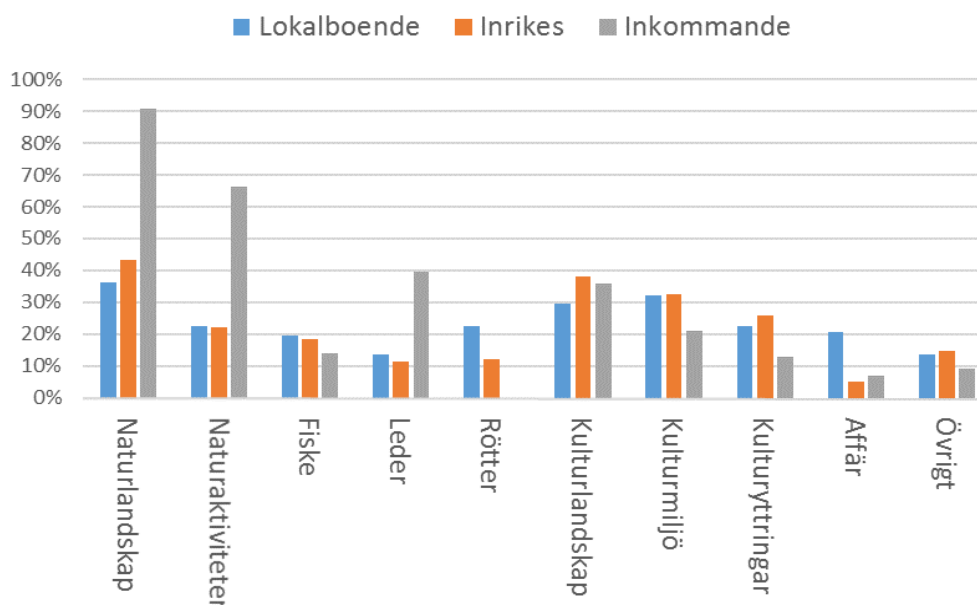
Tabell 2. Beskrivning av de tjänster/utbud som saknas.

service	uthyrningar, bensinmack, affärer, öppettider, tillgänglighet
servering	restaurang, café, servering
information	skyltning, information om platser, aktiviteter och leder
infrastruktur	ställplats för husbil/husvagn, naturreservat, underhåll av leder m.m. telefonmottagning

6.4 Platsen

6.4.1 Landskapsvärden som varit anledning till vistelsen i Bergslagen

De i genomsnitt största anledningarna till ett besök i Bergslagen var naturlandskapet (52 %), kulturlandskapet (36 %) och naturaktiviteter (32 %). Naturen i landskapet är den största anledningen för alla kategorier av besökare i Bergslagen. Det var i särklass viktigast för de inkommande besökarna där (91 %) angav att naturen i landskapet är en anledning till deras vistelse. Det följdes av naturaktiviteter (66 %) och leder (40 %). För lokalboende och inrikes besökare var kulturlandskap (lokalboende 29 %, inrikes 38 %) och kulturmiljöer (lokalboende 32 %, inrikes 33 %) den viktigaste anledningen efter naturlandskapet.



Figur 12. Anledningar till besökarnas vistelse inom studieområdet, fördelat per kategori besökare.

6.4.2 Skogslandskapets karaktärer

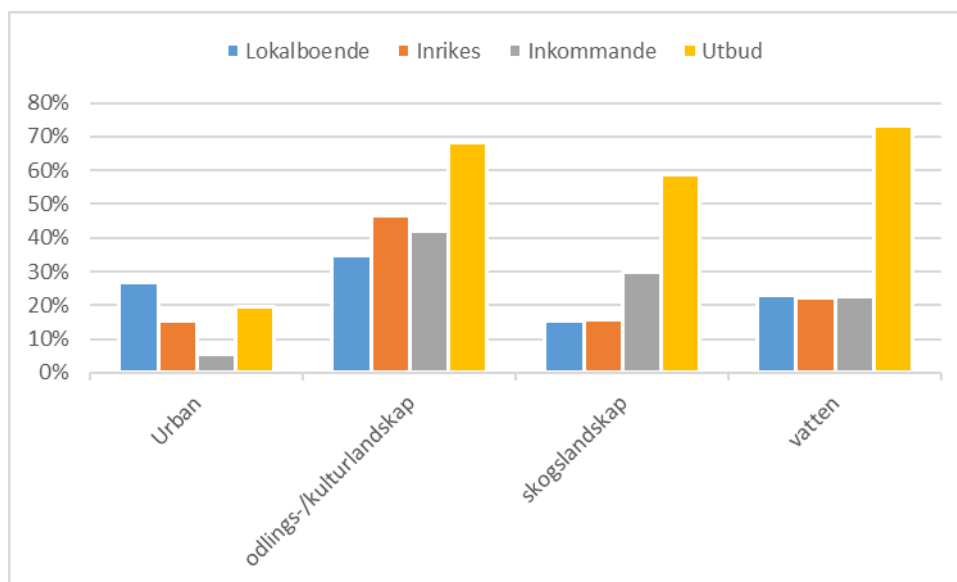
Beroende på var företaget/besöksmålet är lokaliserat/verksam så härleddes de till kategorierna urbana, odlings-/kulturlandskap, skogslandskap och vatten. I

tabell 3 så ses en förteckning av de studerade företagen/besöksmålen samt vilken landskapskaraktär de främst kan kopplas till utifrån lokalisering och marknadsföring.

Tabell 3. Sammanställning av företagens/besöksmålen landskapskaraktärer. Blåmarkering visar vart intervjuerna ägt rum.

Företag/besöksmål	Marknadsföring (bl.a. naturegenskaper)	Urbana	Odlingslandskap kulturlandskap	Skogslandskap	Vatten
Wild Sweden	Viltskådning och naturupplevelser		1	1	1
Naturarvskompaniet	Närmaste vildmark, viltskådning, paddling, naturreservat			1	1
Säfsen resort	nära hemmet, långt från vardagen		1	1	1
Bernshammar	hedströmmen			1	1
Riddarhyttans fiskevårdsförening	välordnat område			1	1
Kloten fritid och konferens	vildmark, avkoppling, aktivitet			1	1
Kolarbyn	tystnad, vildmark och spännande skogsupplevelser		1	1	
Liens camping	naturnära, sjöar och fiske		1	1	1
Malingsbo camping	Storslagen natur, vilt, fiske, enskildhet		1		1
Uskavigården	smultronställe i trolska Bergslagen, avkoppling, naturnära		1		1
Västanfors hembygdsgård	naturskönt, kulturhistoria	1	1	1	
Karmansbo herrgård	Boende & mat, naturskönt, närmaste vildmark,			1	1
Loka brunn	vacker natur, djupa trolska Bergslagen			1	1
Färna herrgård	Boende & mat, naturskönt, närmaste vildmark,	1		1	1
Elsa Anderssons konditori	vacker natur, kulturhistoria, konsthantverk, friluftsliv	1	1	1	
Pershyttan	kulturmiljöer, vildmark, bad, cykling, vandring	1		1	1
Galleri Astley	Kulturcentrum		1		1
Engelsbergs bruk och oljeön	världsarv, kulturminne	1	1		1
Opera på skäret	naturskön miljö, Bergslagen, sjö		1	1	
Baggbrodagarna	skön natur, Hedströmmen, sjöar, fiske		1		1
Rikkenstorp	kultur och kulturmiljöer, djupa skogar, vandring, boende	1	1		1
Nordic Safari	spännande möten i Bergslagens viltrika skogslandskap		1	1	
Färnas hjärta	natur, kulturmiljö och äventyr		1		1
Ulvsbomuren	vildmark, genuin gårdsmiljö		1	1	1
Kloten lägret	storskog, natur, sjö			1	1

Pensionat udden	sjöutsikt, lugn		1		1	
Ebba Brahes lusthus	kulturhistorisk miljö, café, fiske, blommor			1	1	
Forsen islandshästar	fantastiska skogar, islandshästar, närhet		1	1		
Tallbacka	Bergslagens Riviera, naturskönt, världsarv, kultur		1		1	
Stall Slofallet	bergslagsnatur		1	1		
Natur Center Erik AB	fiske, flugfiske, camping, jaktkurs			1	1	
Bergslagen försäkring	närmsta försäkring				1	
hyrfiske.se	vildmarkskänsla		1		1	
Hellefors Herrgård	trolska Bergslagen		1			
outdooracademy.se	trolska Svartälven och djupa bergslagsskogarna		1	1	1	
Åkerby herrgård	natur- och kulturhistoriska miljöer	1	1		1	
Sikfors herrgård	lite äventyr eller bara lugn och ro		1		1	
Wildlive adventures	vacker natur		1	1	1	
Teatermaskinen	Sveriges första kulturresevat		1			
Birdsafari Sweden	underbar landsbygd, lantmiljö, fåglar, fjärilar och miljöer		1	1	1	
Stadra	landsbygden, sjö, natur, vackert		1		1	
Antal:			7	29	25	32



Figur 13. De mest marknadsföda landskapskaraktärerna är vatten, odlings-/kulturlandskap och skogslandskapet.

6.5 SWOT-analys

Av den avslutande öppna frågan om vad besökarna ser för styrkor, svagheter, möjligheter och hot för turismen i Bergslagen, ser vi resultatet i tabell 4 nedan. Där framgår de fem mest frekventa svaren ur vardera kategorin av besökare.

Tabell 4. SWOT-matris för turismen i Bergslagen. Uppdelat i styrkor, svagheter, möjligheter och hot med svaren grupperat i de tre turismkategorierna, lokalboende, inrikes samt inkommande. Redovisat i fallande skala där det som står överst har angetts av flest besökare i vardera turismkategori.

Styrkor		
Lokalboende	Inrikes	Inkommande
naturen	naturen	naturen
kulturmiljöerna	lugn & tystnad	naturlandskapet
lugn & tystnad	sjöarna	lugn & tystnad
fisket	fisket	ensamheten
kulturhistorien	kulturmiljöerna	djurlivet
Svagheter		
Lokalboende	Inrikes	Inkommande
samhällsservicen på landsbygden	skyltning/information	skyltning/information
glesbygdsproblemen	serviceutbud	avstånden
affärsutbud	glesbygdsproblemen	kommunikationer
marknadsföring	kommunikationer	dyrt
samverkan mellan kommuner & företag	marknadsföring	marknadsföring
Möjligheter		
Lokalboende	Inrikes	Inkommande
marknadsföring	marknadsföring	naturskydd
ökad turism	bättre fiskeförvaltning	utveckling och expanderings av leder
rekreation	utveckling och expanderings av leder	ökad ekoturism
regionsamarbete	närhet till storstäder	ökad turism
mer aktiviteter	utökad fisketurism	infrastruktur
Hot		
Lokalboende	Inrikes	Inkommande
avfolkning	förfall	överexploatering
förfall	avfolkning	nedskräpning/förstörelse av miljön
försämrad samhällsservice	överexploatering	skadegörelse av skyltar, rastplatser
nedläggningar	skogsbruket	överpriser
skogsbruket	nedskräpning/förstörelse av miljön	skogsbränder

7. DISKUSSION

7.1 Utbud och efterfrågan

En sådan här undersökning kan göras på många olika sätt och givetvis också mer djupgående och detaljerat. Men inom de tidsramar som varit möjliga så kan det stora antalet svaranden med fyrahundra enkäter/intervjusvar ses som ett bra dataunderlag. Vi har fått en god spridning på de svarande vad gäller ålder, besökstyp (lokalboende, inrikes eller inkommande), hur ofta de ägnar sig åt friluftsliv/turism samt hur lång deras vistelse har varit i studieområdet. Utbudet och efterfrågan ser i stora drag ut att matcha bra. Vi ser tydliga skillnader bland de olika kategorierna av besökare. Lokalboende och inrikes besökare står för den största efterfrågan av fika och mat medan de inkommande från andra länder har störst efterfrågan på logi och guidning. En trolig förklaring till detta är att de lokalboende bor hemma, är oftast ute på dagsutflykt och då är det mest naturligt att nyttja någon form av servering. Av naturliga skäl så blir efterfrågan på logi blir störst hos de inkommande besökarna som rest till studieområdet från annat land och oftast saknar någon lokal anknytning. Att de inkommande besökarna står för den största nyttjandegraden av guidning kan nog förklaras av flera skäl. Ett skäl är att det finns en större tradition och vana med att man anlitar en guide, exempelvis vid skidåkning/vandring i alperna. Fler troliga skäl är avsaknad av kunskap/erfarenhet och tillgängligheten. Reser man till en ny plats och har begränsad tid på sig så efterfrågas god service, bra information och att det ska vara lättillgängligt. Där kommer guidning in som en av sakerna de inkommande besökarna efterfrågar. De lokalboende och inrikes besökarna i större grad klarar sig utan guidning.

Att så få som 11 % av de tillfrågade har svarat på om vad de saknar för utbud/service kan tolkas på flera sätt. Dels att besökarna inte saknar något; att besökarna är väl pålästa och medvetna om vilket utbud/service som finns, eller att besökarna helt enkelt inte förväntar sig mer av utbudet/servicen inom studieområdet. En kommentar som framkommit under intervjuerna, är att studieområdet till stora delar är landsbygd, då förväntas inte heller samma nivå av service och utbud av affärer som i en större stad/ett köpcenter. Det finns troligen en viss acceptans av en lägre nivå på servicegrad och utbud. Trots acceptansen så ses ändå servicen/utbuden som bristfällig i flera områden. Det anses vara för långt till närmsta bensinmack, affär och att de bristande allmänna kommunikationerna gör det omöjligt att genomföra besök utan egen bil. Fler saker som angetts som brister är dålig skyltning till platser och besöksmål och informationen som finns på plats. I viss mån så saknades också viss infrastruktur, tex. saknade besökare med husbilar/vagnar iordningställda ställplatser utöver de campingar som finns. Flera besökare saknade eller påpekade ett bristande underhåll av leder, rastplatser, badplatser m.m. Detta har också besökarna sett som en av svagheterna för turismen inom studieområdet. De lokalboende ser bristande samhällsservice och glesbygdsproblem som området största svaghet för utveckling av turism. Däremot såg inrikes och inkommande besökare skyltning/information som den största svagheten. För att locka besökare till

Bergslagen så krävs det en bra lägsta nivå på skyltning i området, information om området och företag/besöksmål. Alla typer av besökare påpekade att marknadsföringen av Bergslagen kanske kan behöva förändras och kompletteras för att bli bättre och mer unik. Ser man till vad alla typer av besökare ser för styrkor för turismen i Bergslagen så uppger de allra flesta att det är naturen som är det viktigaste. Området kan bli bättre på sin marknadsföring av områdets natur och tillgängliggöra den med bättre och tydligare information. Ett sätt att göra detta är ett bättre regionalt samarbete där det idag är avgränsat med kommun- och länsgränser så skulle hela området troligtvis gynnas av ett bredare samarbete och en gemensam marknadsföring.

7.2 Plats

Bland de olika kategorierna av turister finns en skillnad av vilka landskapsvärden som värderas högst. Besökarna som är lokalboende eller inrikes värdesätter områdets natur- och kulturlandskap högst samt områdets kulturmiljöer. De inkommande besökarna uppskattar naturmiljön och naturaktiviteterna mest. En slutsats som kan dras av detta är att studieområdets största styrka är dess landskap, såväl natur- som kulturlandskapet. Detta bör beaktas i olika planeringsområden inom exempelvis skogs- och jordbruk och samhällsplanering.

Områdets stora styrkor är närheten från städer till naturen, lugnet, tystnaden, fisket och djurlivet. I dessa styrkor finns också de största möjligheterna. Bergslagen, med stora skogar, sjöar, djurliv, fiske, leder har goda förutsättningar för turism baserat på friluftsliv och rekreation. Genom att marknadsföra detta bättre så kan även de sociala värdena tillgodoräknas och inte enbart ex. rena virkesvärden. Värdet med fiske är kopplat till sjöar och vattendrag och ställer krav på såväl vattenkvalitet, fiskevård och tillgänglighet. Besökare intresserade av vandring och cykling uppskattar väl markerade, underhållna och lättillgängliga leder och vägar. Områdets alla kulturmiljöer blir så mycket mer med information om dess historia.

7.3 Planering

Denna studie pekar på två grupper egenskaper som turisterna identifierade, och som kräver åtgärder. Den första avser kommentarer som pekar på behov att förbättra infrastrukturer i form av information, skyltning och rastplatser. Den andra var besökarnas synpunkter på skogslandskapets kvaliteter som pekade på att skogsbrukets fokus på virkesproduktion förtar naturupplevelser, och förfall av kulturlandskapet som påverkar upplevelser av kulturlandskapet negativt.

De olika turisttyperna ser olika möjligheter, med en gemensam nämnare i marknadsföring av och ökad turism inom Bergslagen. Lokalboende tror på ökad rekreation och bättre regionalt samarbete. Inrikes besökare ser ökade möjligheter inom fisket, ledutveckling och närheten till städerna. Inkommande besökare uttrycker behov av ökat naturskydd, ledutveckling, ekoturism och infrastruktur.

Dessa hot och möjligheter bör och kan beaktas i aktuella planeringssammanhang som berör skogsbruket. Skogsbruket idag har riktlinjer angivna av samhället och certifieringssystem med framtagna metoder med olika åtgärder som ska göras för att ta hänsyn till natur- och kulturvärden. Om alla riktlinjer följdes med hänsyn till vatten och kulturmiljöer så skulle mycket vara vunnet. Tyvärr så orsakas det fortfarande skador på miljön i skogsbruket såsom skador på vandringsleder, kulturmiljöer, vattendrag och på biologiskt och socialt värdefulla skogar. Detta tror jag till viss del orsakas av att varje aktör ser till sina del av landskapet. Skogsägaren kan uppleva att man inte får betalt för sociala värden, och hävdar därmed sin rätt att bruka sin mark som denne vill; entreprenörer ser sig inte få betalt för att göra en noggrannare planering av aktuella skogsbruksåtgärder, med onödiga körsador som följd. Andra parter ser bara till biologiska eller sociala värden och ifrågasätter varför skogen får avverkas överhuvudtaget.

Bergslagens landskap har varit och är dynamiskt eftersom det under mycket lång tid varit påverkat på ett eller annat vis av oss människor. Här i Bergslagen syns tydliga tecken på detta med lämningar av hyttor, kolbottnar, dämnda sjöar och vattendrag. Liksom landskapet så har den svenska skogspolitiken också förändrats med tiden. En lång tid av produktionsfokus har inte gynnat den biologiska mångfalden eller de sociala värdena. Tidigare så har det funnits tvång på att avverka och föryngra lågproduktiva skogar; skogar som man med dagens kunskap förstår hade bland de högsta natur- och kulturvärdena. Skogsvårdslagen vi fick från år 1993 är ett steg i rätt riktning mot ett långsiktigt hållbart skogsbruk. Olika miljöcertifieringar är ett annat. Dagens debatt om sociala värden kan nog ses som en följd av vårt allt mer urbana liv. Kunskap om och förankring till natur och skogsbruk inte är någon självklarhet längre. Utan denna förankring och djupare kunskaper så avtar förståelsen av konsekvenserna av tidigare skogsbruksmetoder för produktion och miljö.

För att de sociala värdena ska få ett tydligare mål i framtidens skogsbruk så bör produktions- och miljömålen kompletteras med ett mål för sociala värden. Där skogsbruket också ses i ett samhälls- och landskaps perspektiv. I begreppet sociala värden bör även inrymmas förutsättningarna för företagande och nyttjande av skogslandskap för turism och rekreation som en del av landsbygdsutveckling.

8. SAMMANFATTNING

Den svenska skogsvårdslagen jämställer produktions- och miljömålen. Produktionsmålen syftar till ett hållbart och effektivt utnyttjande och skogsmarken. Miljömålet omfattar dels miljöhänsyn kopplad till bevarande av biologisk mångfald men också sociala värden. Trots utarbetade metoder för bevarandet av den biologiska mångfalden så har produktionsaspekterna en mer framträdande roll i dagens skogsbruk. Det visar sig idag vara svårt att uppnå de biologiska miljömålen. Samtidigt så har skogslandskapets sociala värden definition och utveckling kommit att ta allt större del i debatten om dagens skogsbruk.

En förutsättning för uppföljning av mål är att de är mätbara. De skogspolitiska målen är kopplade till en gradient i mätbarhet från ekonomiska via ekologiska till sociala dimensioner av hållbart skogsbruk. För produktionsmålet är både produkterna och de pengar som genereras tydliga och konkreta. Även bevarandet av biologisk mångfald är konkret i form av fokus på arter, livsmiljöer och ekologiska processer. De sociala värdena har idag ett fokus på rekreation och friluftsliv. Men skogen skapar även sociala värden i form av jobb på landsbygden, inom skogsbruket men också inom andra näringar såsom turism, friluftsliv och rekreation. Att tillgodose ekonomiska, ekologiska och sociala dimensioner av hållbart skogsbruk innebär krav på en långsiktigt hållbar markanvändning. Hur vi använder marken påverkar hela landskapet och alla de ekosystemtjänster som vi förväntar oss att få. Detta innebär att vi måste tänka i ett landskapsperspektiv för att på så sätt visa hänsyn till olika intressen och anspråk.

Syftet med denna studie är att bidra till att konkretisera de mer svårsmätbara sociala skogliga landskapsvärden kopplade till turism och friluftsliv så att sådana kan inkluderas i planering för en långsiktigt hållbar markanvändning. Vad finns det för utbud av ekologiska och sociala värden inom besöksnäringen? Med vilka landskapsvärden marknadsför sig lokala tjänste- och serviceföretag? Motsvarar detta de landskapsvärden som kunderna/turisterna/besökarna efterfrågar? Hur ser besökarna på turism, rekreation och friluftsliv i Bergslagen i framtiden?

Besöksnäringen marknadsför sig ofta med egenskaper som vacker natur, sjöar, skogar, lugn, fiske och djurliv. Alla dessa aspekter kommer också igen i intervjuvaren när besökarna har uppgett nyttjade tjänster och vad som tagit dem till Bergslagen. Tjänsteutbudet stämmer väl in i efterfrågan. I de olika turismkategorierna finns skillnader i efterfrågan. Lokalboende och inrikes besökarna är de mest frekventa besökarna av caféer och restauranger. Medan de inkommande turisterna procentuellt är mest frekventa nyttjare av olika sorters logi.

De sociala värdena skulle få ett tydligare mål i framtidens bruk av skogslandskapets alla naturvärden om produktions- och miljömålen kompletteras med ett mål för sociala värden i vidare bemärkelse än rekreation.

9. REFERENSLISTA

- Angelstam, P., Andersson, K., Axelsson, R., Degerman, E., Elbakidze, M., Sjölander, P. and Törnblom, J. 2015. Barriers and bridges for Sustainable Forest Management: The role of landscape history in Swedish Bergslagen. In: Kirby, K.J. and Watkins, D. (eds.) Europe's changing woods and forests: from wildwood to cultural landscapes. CABI, Wallingford, UK, pp. 290-305.
- Angelstam, P., Andersson, K., Isacson, M., Gavrillov, D.V., Axelsson, R., Bäckström, M., Degerman, E., Elbakidze, M., Kazakova-Apkarimova, E. Yu., Sartz, L., Sädbom, S., Törnblom, J. 2013. Learning about the history of landscape use for the future: consequences for ecological and social systems in Swedish Bergslagen. *AMBIO* 42(2): 150–163.
- Birkne, Y., Rydberg, D., Svanqvist, B. 2013. Skogens sociala värden – en kunskapsammanställning. *Skogsstyrelsen, Meddelande 9:2013*, s.6 och s.37.
- Brynte B. 2002. CL Obbarius: En nydanare i Bergslagens skogar vid 1800-talets mitt. Stockholm: Kungl. Skogs-och lantbruksakademien.
- European Commission. 2013. Green Infrastructure (GI) — Enhancing Europe's Natural Capital. Communication 249, Brussels.
- Fredman, P., Wall Reinius, S. & Lundberg, C. 2009. Turism i natur. Definitioner, omfattning och statistik. Mitt Universitetet, European Tourism Research Institute ETOUR, Rapport nr 23:2009, Östersund.
- Heckscher, E. 1935-49. Sveriges ekonomiska historia från Gustav Vasa. Albert Bonniers Förlag, Stockholm.
- Harrison, J. P. 2010. Essentials of Strategic Planning in Healthcare. Health Administration Press.
- Johannesson, H & Dahlberg, A. 2001 Färskt brandfält ett måste för brandskiktdynan. SLU, Fakta skog nr 2 2001, Umeå. ISSN 1400-7789.
- Länsstyrelsen i Västmanland. 2014. Regionalt utvecklingsprogram (RUP) för Västmanlands län 2014-2020.
- Nelson, H. 1913. En Bergslagsbygd. *Ymer* 33: 278–352. Nilsson, P & Cory, N. 2014. Skogsdata 2014 – Tema Biologisk mångfald. SLU Institutionen för skoglig resurshushållning, Umeå. ISSN 0280-0543.
- Obbarius CL. 1845-48. Lärobok i skogsvetenskapen. Del I-IV. Vesterås: Thorsell.

- OECD. 2014. OECD environmental performance reviews: Sweden 2014.
Organisation for economic co-operation and development (OECD), Paris.
- Regionförbundet Örebro (2013). THE HEART OF SWEDEN Utvecklingsstrategi för
Örebroregionen, mars 2013.
- Skogsstyrelsen (2014). Skogsstatistisk årsbok, 2014, Jönköping. ISSN 0491-7847
- Statens Offentliga Utredningar. 2013. Långsiktigt hållbar markanvändning. SOU
43:2013, Stockholm. ISBN 978-91-38-23961-2
- Statens Offentliga Utredningar. 2013. Synliggöra värdet av ekosystemtjänster.
SOU 68:2013, Stockholm. ISBN 978-91-38-24017-5
- Turistdelegationen (1995). Turismens begreppsnyckel, november 1995.
Turistdelegationen.
- Zaremba, M. 2012. Skogen vi ärvde. Weyler förlag, Stockholm.
- WHO (2005). Ecosystems and human well-being: health synthesis: a report of the
Millennium Ecosystem Assessment, 2005. World Health Organization.
Geneve. ISBN 92-4-156309-5

BILAGA 1. SVERIGES 16 MILJÖKVALITETSMÅL

1. Begränsad klimatpåverkan
2. Frisk luft
3. Bara naturlig försurning
4. Giftfri miljö
5. Skyddande ozonskikt
6. Säker strålmiljö
7. Ingen övergödning
8. Levande sjöar och vattendrag
9. Grundvatten av god kvalitet
10. Hav i balans samt levande kust och skärgård
11. Myllrande våtmarker
12. Levande skogar
13. Ett rikt odlingslandskap
14. Storslagen fjällmiljö
15. God bebyggd miljö
16. Ett rikt växt- och djurliv

BILAGA 2. INTERVJUMANUAL OM EFTERFRÅGAN OCH PLATS

Hej

Jag heter Simon Paulin och gör en studie av utbud och efterfrågan på service och aktiviteter för turism och fritidsliv i Bergslagen. Har du tid att i 5-10 minuter och prata om detta?

Egna anteckningar:
man/kvinna

platsens namn
barn/ungdom/vuxen/pensionär

Var är du född?

vad jobbar du med/utbildningsnivå?

Var bor du i vanliga fall?
(postnummer)

Hur ofta ägnar du dig åt friluftsliv och turism?

Hur länge är du här?
(timmar/dagar)

Om efterfrågan:

Vilka tjänster nyttjar du under ditt besök?

- Övernattar du i samband med vistelsen
- Äter lagad mat...
- Fikar...
- Guidning
- Shopping
- Vandring

Vilka tjänster/vilket utbud saknar du?

- xx
- xx

Om platsen:

Vad förde dig hit? (från natur till kultur)

- Natur – vy över vatten
- Natur – aktivitet
- Fiskevatten (naturvatten, eller put-and-take?)
- Leder
- Rötter/hemvändardag (Baggbrodagarna 26-27/7)
- Kulturmiljö (landskap)
- Kulturmiljö (Kyrka eller annan byggnad)
- Kulturyttring (teater, konst, hantverk, xx)
- Affärer

Öppen fråga på slutet:
SWOT för turism och rekreation i Bergslagen

	Nu	I framtiden
Positivt	Styrkor:	Möjligheter:
Negativt	Svagheter:	Hot: