

Karin Mossberg Sonnek och Lisa Hörnsten Friberg

Test av Climatools scenarioverktyg

Utveckling av socioekonomiska scenarier inom turismnäringen

på Österlen

Titel	Test av Climatools scenarioverktyg, utveckling av socio-ekonomiska scenarier inom turismnäringen på Österlen
Title	Test of a scenario tool within Climatools, develop socio-economic scenarios for the tourism sector
Rapportnr/Report no	FOI-R--2798--SE
Rapporttyp Report Type	Underlagsrapport
Månad/Month	Juni/June
Utgivningsår/Year	2009
Antal sidor/Pages	59 p
ISSN	ISSN 1650-1942
Kund/Customer	Naturvårdsverket/Swedish Environmental Protection Agency
Kompetensklass	15 Miljö

Extra kompetensklass

Projektnr/Project no	B 10025
Godkänd av/Approved by	Annika Carlsson-Kanyama

FOI, Totalförsvarets Forskningsinstitut	FOI, Swedish Defence Research Agency
Avdelningen för Försvarsanalys	Division of Defence Analysis

164 90 Stockholm	SE-164 90 Stockholm
------------------	---------------------

Sammanfattning

Turism har kommit att spela en allt viktigare roll i Sverige. På många platser har turismen utvecklats till en viktig näringsgren som ger både sysselsättning och skatteintäkter. För turismföretagare i Sverige kan klimatförändringarna få både positiva och negativa följder.

I den här rapporten beskriver vi hur vi har utvecklat socioekonomiska scenarier för 2030 inom turismnäringen på Österlen. Vi beskriver i detalj hur vi har utvecklat scenarierna utifrån den metod som tidigare föreslagits av Carlsen och Dreborg inom forskningsprogrammet Climatools.

De socioekonomiska scenarierna, tillsammans med ett klimatscenario, presenterades för turismföretagare i Simrishamn kommun i syfte att diskutera strategisk planering med avseende på klimatförändringarna.

Huvudsyftet med studien har varit att öka förståelsen för hur ett scenarioverktyg bör vara utformat för att kommuner och andra intressenter själva ska kunna utveckla och använda scenarier. Baserat på våra erfarenheter redovisar vi de kompletteringar vi tycker bör finnas i en slutlig manual för verktyget.

Nyckelord: klimatanpassning, klimatförändring, turism, friluftsliv, Österlen, fokusgrupper, socioekonomiska scenarier, klimatscenarier, framtidsbilder, scenarioutveckling

Summary

In this report we describe the development of three socio-economic scenarios in a 20 years' perspective for the tourism sector in the southern part of Sweden. Development was conducted using a scenario tool proposed by Carlsen and Dreborg in the research programme Climatools.

The aim of scenario development was primarily to support development of the scenario tool by providing an understanding of the kinds of demands such a tool may meet in practice. Based on our study, we propose how the final manual, addressing end-users, can be complemented.

The socio-economic scenarios, together with a climate scenario, were presented to tourism companies in the Municipality of Simrishamn to facilitate strategic planning with respect to climate change. Tourism is a growing sector in Sweden, giving rise to job opportunities and tax revenues, and it is therefore desirable to develop tools that help the sector adapt to climate change.

Keywords: climate adaptation, climate change, tourism, outdoor life, Österlen, focus groups, socio-economic scenarios, climate scenarios, scenario development.

Innehållsförteckning

Förord	7
1 Introduktion	9
1.1 Bakgrund	9
1.2 Syfte	9
1.3 Turism och klimatanpassning.....	10
1.4 Socioekonomiska scenarier	12
1.5 Avgränsningar och urval.....	14
1.6 Om destinationen Österlen	15
1.7 Metod.....	17
2 Utveckling av socioekonomiska scenarier	18
2.1 Moment 1: Definiera en fokusfråga	18
2.2 Moment 2: Generera omvärldsfaktorer	20
2.3 Moment 3: Prioritera omvärldsfaktorerna.....	24
2.4 Moment 4: Bestäm omvärldsfaktorernas tillstånd	26
2.5 Moment 5: Studera parvisa tvåkombinationer	28
2.6 Moment 6: Generera ett maximalt uppspännande scenario-set	
Moment 7: Bearbeta scenario-setet manuellt	29
2.7 Moment 8: Analysera scenario-setet	
Moment 9: Gå eventuellt tillbaka till moment 5 och 6	31
3 Framtidsbilder som ett verktyg för strategiskt tänkande	32
3.1 Visualisering av scenarierna	32
3.2 Presentation av framtidsbilderna för turismföretagare	33
4 Diskussion	35
4.1 Kan scenarier bidra till ett ökat strategiskt tänkande bland turismföretagare?	35
4.2 Test av Climatools scenarioverktyg	36

4.3	Om scenarierna som utvecklades.....	37
4.4	Om resultatens giltighet	37
5	Slutsatser och rekommendationer	39
6	Fortsatt arbete	41
7	Referenser	42
	Bilaga 1 Beskrivning av företagen i undersökningen	45
	Bilaga 2 Beskrivning av datainsamlingen med hjälp av fokusgrupper	46
	Bilaga 3 Framtidsbilder — tre bilder av ett framtida Österlen	50
	Österlen 2030 A. Många mindre turismföretag året runt.....	52
	Österlen 2030 B. Ett dominerande turismföretag under sommarsäsongen.....	54
	Österlen 2030 C. Få turismföretag och inflyttning	56
	Bilaga 4 Demografi i Sverige och Europa 2030	58
	Bilaga 5 Intervjuguide uppföljning	59

Förord

Den här rapporten har skrivits inom Climatools som är ett tvärvetenskapligt forskningssamarbete mellan FOI, KTH, Uppsala universitet, Konjunkturinstitutet och Umeå universitet. Syftet med samarbetet är att utveckla verktyg för att anpassa samhället till klimatförändringarna. Forskningsprogrammet löper under åren 2006–2011 och finansieras av Naturvårdsverket.

I Climatools finns projekt som har anknytning till scenarier, anpassningsanalys, folkhälsa, ekonomisk analys, målkonflikter, geopolitik, jämställdhet och programsyntes. Climatools fokuserar på att upprätthålla eller förbättra möjligheten inom olika sektorer och regioner i Sverige att anpassa sig till klimatförändringarna så att de kan tillhandahålla de tjänster som samhället kommer att behöva. Målet är i första hand att ge en uppsättning verktyg till samhällsplanerare på olika nivåer och i olika sektorer och regioner.

Climatools utvecklar dessa verktyg stegvis och i nära samarbete med olika intressenter, och de utprovas i olika tillämpningsstudier. Verktygen kommer att ge insikter om alternativa anpassningsåtgärder inom olika sektorer och regioner. Hälsosektorn är en sektor som kommer att studeras närmare, liksom den byggda miljön, turismen och friluftslivet. Tre regioner i Sverige står i fokus: Skåne, Mälardalen och Umeå.

Den här rapporten beskriver hur vi har utvecklat socioekonomiska scenarier och använt dem tillsammans med ett klimatscenario för att visa på olika framtidsbilder för turismsektorn på Österlen. Syftet med framtidsbilderna har varit att ge turismföretagare ett verktyg med vilket de kan planera och förhålla sig bland annat till klimatförändringar.

Rapporten vänder sig främst till dem som är intresserade av att själva ta fram socioekonomiska scenarier inom en sektor eller region och som vill ta del av de erfarenheter vi har fått under studien.

Vi vill särskilt rikta ett tack till Margaretha Hemne, turistchef i Simrishamns kommun, och de turismföretagare som deltagit i studien. Ett stort tack också till Henrik Carlsen och Karl-Henrik Dreborg på FOI Försvarsanalys som har fungerat som ett bollplank för oss när vi tagit fram scenarierna.

Stockholm 2009-06-30

Karin Mossberg Sonnek
Lisa Hörnsten Friberg
Författare

Annika Carlsson-Kanyama
Programchef Climatools

1 Introduktion

1.1 Bakgrund

Det råder i dag stor konsensus om att klimatförändringarna kommer att påverka samhället. Hur påverkan kommer att se ut är det däremot svårare att uttala sig om. En konsekvens av klimatförändringarnas effekter är att natur, djur och människor spontant försöker anpassa sig. När vi inom Climatools talar om anpassning avser vi den typ av anpassning som är planerad i förväg och som sker innan man ser effekter av klimatförändringen. Sådan anpassning kan genomföras av olika aktörer, alltifrån enskilda personer till företag, organisationer och den offentliga sektorn.

Forskningsprogrammet Climatools syftar till att underlätta Sveriges anpassning till klimatförändringarna, med fokus på att upprätthålla och öka kapaciteten av den service som efterfrågas i framtidens samhälle. Climatools vänder sig till lokala och regionala beslutsfattare i sektorerna hälsa, bebyggelse, samt turism och friluftsliv. Målet är att utveckla verktyg som kan användas av dem som arbetar med anpassning på lokal och regional nivå och inom olika sektorer. Ett av verktygen är en metod för att utveckla socioekonomiska scenarier. Metoden har testats parallellt i två tillämpningsstudier, dels inom hälsosektorn i Umeåregionen (Carlsen m.fl., 2009) och dels inom turism och friluftsliv i Skåne. Här redovisar vi studien om turism och friluftsliv i Skåne.

1.2 Syfte

Huvudsyftet med studien har varit att öka förståelsen för hur ett scenarioverktyg bör vara utformat för att kommuner och andra intressenter själva ska kunna utveckla och använda scenarier. Vår studie inom turism och friluftsliv i Skåne hade tre syften, nämligen att

1. testa Climatools metod för att utveckla socioekonomiska scenarier (Carlsen och Dreborg, 2008) på en turismdestination
2. testa om scenarierna tillsammans med uppskattningar av det framtida klimatet kan fungera som ett verktyg för att bidra till strategiskt tänkande hos enskilda turistföretagare
3. få en förståelse för vilka faktorer som påverkar hur turistföretagare fattar långsiktiga beslut.

I denna rapport redovisar vi resultaten för syftena 1 och 2. Resultatet för syfte 3 redovisas separat (Hörnsten Friberg och Mossberg Sonnek, 2009).

Denna rapport är i första hand tänkt att dokumentera våra erfarenheter av att arbeta med scenariorverktyget. Vi hoppas att rapporten kan inspirera dem som planerar att ta fram egna socioekonomiska scenarier inom en sektor eller region. En ytterligare tanke är att rapporten ska kunna användas som stöd när Climatools tar fram en manual för verktyget. Vi har därför beskrivit detaljerat hur vi gått till väga och gjort ytterligare kompletteringar i bilagor.

1.3 Turism och klimatanpassning

Turism och friluftsliv är en sektor som Climatools identifierat som intressant när det gäller klimatanpassning. Turismen har kommit att spela en allt viktigare roll i Sverige när arbetstillfällena går förlorade då de traditionella branscherna jord, skog och industri rationaliseras. För många platser har turismen i dag utvecklats till en viktig näringsgren som ger både sysselsättning och skatteintäkter.

FN:s organ för turismfrågor, World Tourism Organization, WTO, definierar *turism* som människors aktiviteter när de reser till, och vistas på, platser utanför sin vanliga omgivning för fritid, affärer eller andra syften under kortare tid än ett år (WTO, 1995). En *destination* är en plats som utvecklats till ett resmål för turister, exempelvis Åre och Gotland i Sverige. Platsen och dess aktörer (de personer, företag, och organisationer som agerar på platsen) attraherar tillsammans besökare under temana ”resa”, ”bo”, ”äta” och ”göra”. För att en destination ska vara framgångsrik krävs organisation och marknadsföring, där en uppgift är att koordinera entreprenörernas ansträngningar så att aktiviteterna på destinationen kan bli en intressant produkt. Denna uppgift tar ofta samhället ansvar för genom att stötta, eller i egen regi driva, lokala och regionala turismorganisationer.

På destinationer som präglas av naturen och upplevelser av denna, domineras temat ”göra” (ovan) många gånger av friluftsliv. Med friluftsliv menas ”vistelse utomhus i natur- och kulturlandskapet för välbefinnande och naturupplevelser utan krav på tävling” (SFS 2003:133). Många platser i Sverige som vill utveckla sin turismnäring, ser platsens natur som en förutsättning. Sådan turism – där naturen är en förutsättning – kan kallas naturturism (Hörnsten Friberg, 2004). I det fall intresset för att utveckla turismen beror på en önskan att bidra till regional utveckling är det viktigt att notera att det inte är besökarna i sig, utan de intäkter som besöken skapar, som är centrala.

Den svenska Klimat- och sårbarhetsutredningen (SOU, 2007)¹ analyserar effekter på bland annat turism- och friluftsliv, och sammanfattar att ”den snabbt

¹ Klimat- och sårbarhetsutredningens uppdrag var att kartlägga det svenska samhällets sårbarhet för globala klimatförändringar och de regionala och lokala konsekvenserna av dessa förändringar samt bedöma kostnader för skador som klimatförändringarna kan ge upphov till.

växande turismnäringen kan få ytterligare ökade möjligheter i ett förändrat klimat med varmare somrar och högre badtemperaturer” (s. 401). De menar också att klimatförändringarna kommer att påverka turisternas val av resmål och att detta kan leda till förändrad lönsamhet och i förlängningen att företag som är knutna till vissa resmål slås ut medan andra kan gynnas och nya kan växa fram (ibid., s. 404). Ett varmare klimat i Nordeuropa kan innebära ökad konkurrens för Medelhavsområdet där temperaturerna kan upplevas som alltför höga sommartid (Mather m.fl., 2005). Klimat- och sårbarhetsutredningen (SOU, 2007, s. 409) menar att det inte är osannolikt att sommarturismen i Sverige kan komma att gynnas kraftigt av klimatförändringarna och att ett scenario med ökande turismströmmar till Skandinavien på bekostnad av Medelhavsområdet under högsommaren är troligt.

Trots att turism och rekreation anses vara en ekonomisk sektor som påverkas av klimatet, finns det få undersökningar som studerat relationerna mellan klimat och turism, och enskilda turismindustriernas och destinationers sårbarheter är i stora drag okända (Scott m.fl., 2005). När det gäller klimatanpassning har intresset varit än mindre, särskilt när det gäller hur turismföretagen anpassar sig. Ett undantag är skidindustrin som påverkas av varmare vintrar (se exempelvis Hoffman m.fl. 2009, Scott och McBoyle, 2007) samt ö-turism där havsnivåhöjningar kan få drastiska konsekvenser (se exempelvis Becken, 2004). Studier som visar på att turismindustrin, åtminstone inledningsvis, kan dra fördelar av klimatförändringarna är få, om ens några.

Klimat- och sårbarhetsutredningen påpekar att ”[d]et faktum att turismnäringen är förhållandevis fragmenterad med många små aktörer gör att få av dessa hittills kunnat bygga upp kunskap och agera strategiskt inför kommande klimatförändringar.” (SOU, 2007, s. 405). Kommuner och regioner stöttar i dag turismnäringen med gemensamma aktiviteter som organisation och marknadsföring. På ett liknande sätt är det möjligt för kommuner och regioner att stötta näringen inför kommande klimatförändringar genom att bidra till kunskapsuppbyggnad och strategiskt agerande. Klimat- och sårbarhetsutredningen poängterar behovet av att ta fram lokalt förankrade management- och anpassningsstrategier för turismnäringen (ibid., s. 411), men det är viktigt att vara medveten om att mångfalden av motiv bland företagen ställer stora krav på den aktör, exempelvis kommunen, som ansvarar för ett sådant arbete.

Becken och Hay (2005) skiljer på två typer av anpassning i samhället: oberoende och formellt planerad anpassning. Vid *oberoende anpassning* kommer beslutet att anpassa sig baseras på individens och kollektivets förståelse och bedömning av risken, liksom den upplevda möjligheten och nyttan av att agera. Oberoende anpassning är ofta lämplig, effektiv och tillfredsställande, även om det finns tillfällen när den inte fungerar. Det gäller till exempel när individens förståelse för klimatvariation och förändringar är begränsad eller saknas. Motsatsen, den *formellt planerade anpassningen*, är en anpassning som inbegriper policybeslut,

planer och genomförande och som görs av utomstående aktörer. Uppgiften för sådana utomstående aktörer, exempelvis en turismorganisation eller en kommun, kan vara att främja processen med anpassning.

När det gäller anpassning till klimatets variation och förändringar finns flera studier som diskuterar de avgörande faktorerna för oberoende anpassning hos företag. Fankhauser m.fl. (1999) argumenterar för att anpassning beror på tre element: insikt av behovet till anpassning, stimulans till anpassning, samt förmåga till anpassning. Arnell och Delaney (2006) menar att företagsledningen både måste vara medveten om det potentiella hotet från klimatförändringarna och oroad över klimatförändringarnas möjliga effekter för företaget. ”Utan medvetenhet blir det ingen oro, utan oro blir det ingen anpassning” (Arnell och Delaney 2006, s. 229). Hoffman m.fl. (2009) argumenterar för att medvetenhet om möjliga klimatförändringar och behovet av anpassning till dessa är en avgörande faktor för anpassning.

Klimatförändringarna kan för turismföretagare i Sverige delvis vara positiva och ge möjligheter till affärsutveckling. Om företagarna tidigt anpassar sig till klimatförändringarna kan det ge ytterligare konkurrensfördelar. Ett bidrag till det strategiska tänkande som efterfrågats av Klimat- och sårbarhetsutredningen skulle kunna vara att utveckla framtidsscenarier anpassade till destinationen, med vars hjälp företagen själva, utifrån sina egna motiv och drivkrafter, får utveckla sina strategier.

1.4 Socioekonomiska scenarier

Scenarier kan användas för att göra ”en systematisk beskrivning av en möjlig framtida situation och av en tänkbar utveckling från dagens tillstånd fram till den beskrivna situationen. Scenarier försöker vanligen i förenklad form ge en bild av helheten och av sambanden mellan olika samhällssektorer, ofta med bidrag från många kunskapsområden” (Nationalencyklopedin, 2009). Scenarier kan sägas ha två användningsområden (Bradfield m.fl, 2005):

1. *att öppna en planeringsprocess* genom att vidga tänkandet, det vill säga att få (exempelvis) beslutsfattare att förstå att framtiden kan gestalta sig på olika sätt
2. *att sluta en planeringsprocess* genom att pröva effekten av åtgärder i olika framtider för att stödja beslut.

I fallet med turismföretagarna i det föregående avsnittet bedöms scenarier i första hand kunna användas för att öppna en planeringsprocess. För att belysa olika utvecklingsmöjligheter arbetar man ofta med flera alternativa scenarier. Genom att beakta *flera* möjliga framtida samhällsutvecklingar och inte förlita sig på *en*

prognos eller trendframskrivning, kan scenarier hjälpa till att förhålla sig till sådant man inte själv kan påverka.

International Panel on Climate Change, IPCC², drar slutsatsen att människans utsläpp av växthusgaser påverkar det globala klimatet (IPCC, 2007, s. 55). IPCC har därför utvecklat scenarier med alternativa framtida samhällen och skattat utsläppen av växthusgaser i de så kallade SRES-scenarierna, Special Report on Emission Scenarios (Nakićenović m.fl., 2000). Dessa *socioekonomiska scenarier* beskriver möjliga *globala* utvecklingar av framtida samhällen med avseende på exempelvis ekonomi, demografi, ideologi, teknologi och internationella relationer. För att uppskatta framtida klimatförändringar har därefter utsläppsnivåerna från de olika SRES-scenarierna använts tillsammans med klimatmodeller för att skapa *klimatscenarier* på global nivå.

Klimatet i scenarierna påverkar framtida samhällen olika, och därmed också hur anpassningen kan och bör ske. För scenarier med så kort framförhållning som 20 år påpekar Carlsen och Parmhed (2008) att osäkerheten vad gäller det framtida klimatet i de klimatscenarier som IPCC presenterar, för de allra flesta planerings-situationer är så liten att man endast behöver beakta ett utsläpps-scenario. Carlsen och Parmhed menar att i ett sådant kort tidsperspektiv är det bättre att satsa resurser på att utreda och konsekvensbeskriva de socioekonomiska osäkerheterna som gäller en specifik klimatanpassningssituation.

I flera länder pågår, eller har genomförts, program för att utveckla arbetet med klimatanpassning på *nationell* och *regional* nivå, exempelvis UKCIP³ i Storbritannien och FINADAPT⁴ i Finland. I båda fallen har IPCC:s SRES-scenarier använts som utgångspunkt. I både UKCIP och FINADAPT skapas en uppsättning scenarier på nationell nivå kring den framtida sociala och ekonomiska utvecklingen, med nedslag år 2020, 2050 samt 2100 (enbart FINADAPT). Till varje scenario hör en kvalitativ beskrivning av det framtida samhället (samma beskrivning i alla nedslag) samt ett antal kvantitativa indikatorer inom demografi, markanvändning och ekonomi (som skiljer sig mellan nedslagen). Om beskrivningarna för scenarierna ska användas regionalt eller för en viss sektor kompletteras de med information av betydelse för regionen eller sektorn.

I motsats till flera utländska klimatanpassningsprogram, som utgår från de globala SRES-scenarierna, har Carlsen och Dreborg (2008) utvecklat en ansats för att generera socioekonomiska scenarier på nationell, regional och lokal nivå

² Bildad av Världsmeteorologiska organisationen WMO och FN:s miljöorgan UNEP.

³ UK Climate Impacts Programme, www.ukcip.org.uk, 2009-05-23.

⁴ Assessing the adaptive capacity of the Finnish environment and society under a changing climate (FINADAPT), ett anpassningsprogram som pågick 2004–2005, <http://www.environment.fi>, 2009-05-23.

utifrån *den specifika användarens frågeställning*. Ansatsen består dels av en uppsättning nationella omvärldsfaktorer samt tillstånd för dessa, dels av en metod för att kombinera omvärldsfaktorerna till scenarier. Till metoden hör också ett datorbaserat analysverktyg, Optima, med vilket man kan konstruera förslag på scenariomängder. En användare av verktyget kan välja vilka faktorer som är viktiga för det område som ska studeras och lägga till nya faktorer som är relevanta i den specifika kontexten. I rapporten beskriver vi hur metoden att utveckla socioekonomiska scenarier har testats inom turismnäringen.

När man vill studera effekterna av ett framtida förändrat klimat måste man komplettera de socioekonomiska scenarierna med ett eller flera klimatscenarier. I den här rapporten har vi valt att kalla kombinationen av socioekonomiska scenarier och en beskrivning av klimatet för *framtidbilder*.

1.5 Avgränsningar och urval

Förutsättningarna för studien var att den skulle genomföras i Skåne och beröra turism och friluftsliv. Vi valde att studera turism ur ett producentperspektiv för att, om möjligt, bygga upp kunskap och utveckla strategier som gäller anpassning inom en näringsgren med potential för regional utveckling. Det är ett behov som Klimat- och sårbarhetsutredningen pekar ut. De scenarier som vi utvecklade inom studien belyser år 2030, eftersom Carlsen och Dreborg (2008, s. 16) använde 2030 när de utvecklade byggstenar (socioekonomiska omvärldsfaktorer) till scenarier med motiveringen att ett 20-årsperspektiv är tillräckligt långt för att man ska kunna observera klimatförändringar. För denna studie gjorde vi också bedömningen att ett 20-årsperspektiv var möjligt att relatera till för turismföretagarna.

I samråd med den regionala turismorganisationen Tourism in Skåne AB⁵ valde vi destinationen Österlen och den lokala turismorganisationen i Simrishamn. Nedan beskriver vi kriterierna för urvalen.

- Vi valde att avgränsa oss geografiskt genom att välja en tydlig destination som studieobjekt. Med fokus på ett definierat produktionssystem bedömde vi att resultaten skulle bli mer relevanta för turismnäringen och öka intresset för de företag som ingick i studien.
- Vi valde en destination som dels hade en fungerande turismorganisation, dels ett fungerande samarbete mellan turismföretagarna. Motiveringen var att den lokala turismorganisationen är central för att skapa intressanta turistprodukter på destinationen, men att det också krävs företagare som är villiga att samarbeta för att skapa dem.

⁵ Skånes marknadsföringsbolag för att stärka turismen i regionen.

- Vi valde en destination där naturen är en viktig del av varumärket eftersom studien också skulle beröra friluftsliv. Vi bedömde att det är troligt att turisterna på en sådan destination ägnar sig åt friluftsliv i en vid bemärkelse under sin vistelse, även om de företag vi studerade i sig inte behövde ha en direkt koppling till friluftsliv. Därmed uppfylldes en av förutsättningarna, att studien skulle hantera turism *och* friluftsliv, trots valet av ett producentperspektiv.

För att fokusera på turismdestinationens produkter – inte enskilda verksamheters – valde vi, i samråd med chefen för den lokala turismorganisationen, Margaretha Hemne, ut 30 företag som bidrog till Österlens varumärke och som ingick i ett fungerande samarbete mellan turistföretag i kommunen. De 30 företagen utgjorde en utgångspunkt i vårt arbete.

För att beskriva den bredd i uppfattningar som vi förväntade oss finna i olika typer av verksamheter på en destination skulle de utvalda företagen tillsammans bedriva verksamheter inom ”bo”, ”äta” och ”göra”. Utifrån bedömningen att företag med anställda har ett större behov av strategisk planering än ensamföretagare valde vi företag med minst en anställd. Företagarna skulle också bedömas vara intresserade av att diskutera hur klimatförändringarna kan påverka strategiska beslut inom sina företag. Till vår studie bjöd vi in ”den person i företaget som fattar beslut rörande framtiden”. De företag som representerades i studien beskrivs i bilaga 1.

1.6 Om destinationen Österlen

1.6.1 Österlen i dag

Österlen ligger i det sydöstra hörnet av Skåne och omfattar ett flertal kommuner, däribland Simrishamns kommun. Österlen är gammal kulturbyggd med slott, kloster, kyrkor och minnesmärken. Landskapet präglas av öppna landskap, långa sandstränder, äppelodlingar och små samhällen med småskalig bebyggelse.

De delar av varumärket Österlen som Simrishamns kommun arbetar med att stärka är⁶

1. kust, hav, mat, natur
2. trädgård, konst, äpplen.

Äpplena odlas traditionellt vid kusten och lockar turister både då träden blommar på våren och då äpplena skördas på hösten. Kiviks musterier attraherar hundratals

⁶ Muntlig kommunikation med Margaretha Hemne, turistchef i Simrishamns kommun, okt 2008.

besökare varje dag under sommaren. Fisket och miljöerna kring hamnarna i Simrishamn och i Kivik ger också karaktär åt varumärket.

Turismnäringen på Österlen karakteriseras av att det finns många småföretagare och att företagen är geografiskt spridda över området.

1.6.2 Förväntade effekter av klimatförändringarna på Österlen år 2030

Klimatförändringarna förväntas påverka turismen i Skåne både genom att klimatet förändras där och genom att klimatet förändras på andra platser, företrädesvis runt Medelhavet, dit många européer väljer att förlägga sin semester i dag. I och med att somrarna runt Medelhavet blir varmare och torrare kommer troligen fler turister från Europa att välja att semestra runt Östersjön. Av samma anledning kommer sannolikt också fler svenskar att välja att förlägga sommarsemestern i Sverige (Scott m.fl., 2005, s. 72). Turismströmmarna till Österlen förväntas alltså öka 2030 jämfört med i dag.

SMHI bedömer att klimatet på Österlen år 2030 kommer att förändras mot varmare och torrare somrar samt varmare och regnigare vintrar. Intensiteten i regnen förväntas öka. Det förändrade klimatet medför att det kommer att snöa färre dagar än i dag och att snötäcket tjocklek kommer att minska. Vegetationsperiodens längd ökar och den sista frostnatten kommer att inträffa tidigare på våren. (www.smhi.se, 2008-10-01)

För turismnäringen i Skåne kan förändringarna i klimatet innebära många fördelar. Den meteorologiska sommaren bedöms bli längre vilket gynnar bad, camping, vandring och golf, och badtemperaturerna blir behagligare längs kuster och i insjöar. Förändringarna i klimatet innebär också möjligheter att odla nya sorters frukter och grönsaker. (SOU, 2007, s. 405)

Ett förändrat klimat kan också ha också negativa effekter för turismnäringen, såsom en förändrad landskapsbild, att fästingar och andra smittbärare ökar och att stränderna kan förstöras av erosion när havsvattennivån stiger. Vattenresurserna kan bli ansträngda, speciellt om jordbruket behöver öka sin bevattning och algblooming kan ställa till problem i Östersjön. (ibid., s. 404–410)

1.7 Metod

I den här studien har vi testat Carlsen och Dreborgs metod (2008) för att utveckla socioekonomiska scenarier. Carlsen och Dreborg beskriver olika angreppssätt för att generera de omvärldsfaktorer som bygger upp scenarierna: litteraturstudie, intervjuer, enkäter och workshoppar. I vår studie använde vi litteraturstudier och fokusgruppsintervjuer utöver de byggstenar som Carlsen och Dreborg tagit fram. Vi använde fokusgruppsintervjuer utifrån vår studies tredje syfte, att få en förståelse för vilka faktorer som påverkar hur turismföretagare fattar långsiktiga beslut. Resultatet från den frågeställningen redovisas dock inte i den här rapporten.

Den kvalitativa metoden fokusgruppsintervjuer innebär att data samlas in genom gruppinteraktion runt ett ämne som bestämts av forskaren (Morgan 1996, s. 130 samt Wibeck 2000). Deltagarna väljs ut i enlighet med projektets mål, som i allmänna ordalag kan sägas vara att få ökad insikt och förståelse genom att studera vad ett mindre antal människor har att säga i en viss fråga på djupet (Wibeck, 2000, s. 54). Vi genomförde två fokusgruppsintervjuer med vardera fem och tre deltagare. Sex veckor senare hade vi en återkopplande presentation med tre deltagare. Samtliga utvalda företag bjöds in till presentationen. Även turismchefen i Simrishamns kommun deltog. En mer ingående beskrivning av arbetet med fokusgrupperna finns i bilaga 2.

2 Utveckling av socioekonomiska scenarier

Det första syftet med studien var att testa om Climatools scenarioverktyg var användbart för att utveckla socioekonomiska scenarier för turismföretagare på Österlen. Scenarioverktyget, som är utvecklat av Carlsen och Dreborg (2008, s. 33), består översiktligt av nio moment:

1. Definiera en fokusfråga
2. Generera omvärldsfaktorer
3. Prioritera omvärldsfaktorerna
4. Bestämna omvärldsfaktorernas tillstånd
5. Studera parvisa tvåkombinationer
6. Generera ett maximalt uppspännande scenario-set⁷
7. Bearbeta scenario-setet manuellt
8. Analysera scenario-setet
9. Gå eventuellt tillbaka till moment 5 eller 6

Nedan beskriver vi varje moment i ett eget avsnitt. Avsnitten inleds med en text som i korthet beskriver syftet med momentet och är ett sammandrag från Carlsen och Dreborg (2008). Därefter beskriver vi hur vi gjorde och diskuterar för- och nackdelar med vårt arbetssätt.

2.1 Moment 1: Definiera en fokusfråga

I det första momentet inriktar man scenarioarbetet. Den allmänna inriktningen är att de socioekonomiska scenarierna ska vara ett hjälpmedel i arbetet att klimatanpassa samhället. Men inriktningen behöver förtydligas med avseende på den konkreta frågeställningen som ska behandlas. Därför formulerar man en fokusfråga som bildar utgångspunkten för scenarioarbetet. Fokusfrågan bör vara konkret och aktuell för dem som jobbar med den. Möjliga svar på frågan ligger till grund för att identifiera omvärldsfaktorerna i de senare momenten. (Carlsen och Dreborg, 2008, s. 33–34)

Innan vi formulerade fokusfrågan i turismstudien var vi tvungna att fastställa målgruppen för scenarierna (det vill säga vilka som skulle använda dem). Vi valde turismföretagarna som vår primära målgrupp. I och med att vi satte dem i

⁷ Med ett scenario-set menas ett antal scenarier som visar på möjliga, olika, framtidsutvecklingar. Att scenario-setet ska vara maximalt uppspännande innebär att scenarierna ska vara så olika som möjligt samtidigt som de uppfyller de kriterier som ställs för varje enskilt scenario. Vi har valt att behålla de begrepp som Carlsen och Dreborg har använt i sin rapport.

centrum och inte kommunen valde vi att betrakta kommunens agerande som en osäkerhet som skulle ingå i scenarierna.

När vi formulerade fokusfrågan hade vi i åtanke att den skulle användas i fokusgrupper med turismföretagare för att identifiera omvärldsfaktorer med vilka vi senare skulle bygga scenarier. Vi ville att scenarierna skulle hjälpa turismföretagarna att förstå att omvärlden kan komma att se olika ut om 20 år och att de långsiktiga beslut företagarna tar i dag kan få olika konsekvenser beroende på hur världen ser ut 2030. Vi ville med andra ord ”öppna en planeringsprocess genom att vidga tänkandet” (se avsnitt 1.4).

För att hitta de omvärldsfaktorer med vilka vi skulle bygga relevanta scenarier för turismföretagare valde vi att formulera fokusfrågan som:

”Vad skulle ni vilja veta [om framtiden] för att kunna planera [för ert företag]?”

Arbetet med att formulera fokusfrågan tog ungefär en veckas kalendertid (men betydligt mindre i arbetstid). Vi tyckte det var viktigt att låta frågan mogna och bollade den sinsemellan och med kollegor tills vi tyckte att vi hade hittat rätt. Vi formulerade också ett antal stödfrågor som vi ställde inledningsvis i fokusgrupperna i syfte dels att leda företagarna till fokusfrågan med mer lättbesvarade frågor i början, dels att styra deltagarna att tänka konkret utifrån sina egna verksamheter.

Vi formulerade stödfrågorna så här:

1. Har ni någon målbild (vision, idealbild, drömbild) för ert företag?
2. Är ni där i dag eller hur lång tid skulle det kunna ta att komma dit?
3. Hur lång tid framöver känns det över huvud taget möjligt att tänka för målbilden för ert företag?

Kommentarer: Att formulera fokusfrågan var svårare än vi hade trott från början. Vi var först tvungna att formulera grundförutsättningarna genom att tydliggöra målgruppen för scenarierna och den tidsperiod i vilken scenarierna skulle utspelas. Vi tyckte att det var till hjälp att tidigt fundera på vilka faktorer som företagen själva kan påverka, vilka de delvis kan påverka och vilka externa faktorer de inte kan påverka. Det var de externa faktorerna vi ville komma åt med fokusfrågan.

Vi genomförde två fokusgruppsintervjuer. Eftersom vi uppfattade att deltagarna i den första gruppen inte hade några långsiktiga mål med sina företag utan istället anpassade sina företags verksamheter kontinuerligt till omvärlden, tyckte vi inte att den ursprungliga fokusfrågan fungerade. Vi ändrade den därför i den andra gruppen till ”Vilka faktorer tror du påverkar hur ditt företag ser ut om tjugo år?”. Eftersom studien var explorativ, och inte av kvantitativ karaktär, såg vi ingen svårighet i denna ändring.

2.2 Moment 2: Generera omvärldsfaktorer

En omvärldsfaktor kan ses som ett svar på fokusfrågan. Tillsammans är omvärldsfaktorerna de centrala byggstenarna med vilka man konstruerar scenarier. Det är när omvärldsfaktorer kombineras och utvecklas tillsammans som scenarierna växer fram. Det finns flera olika angreppssätt för att identifiera omvärldsfaktorer, exempelvis litteraturstudier, intervjuer, enkäter och workshoppar. Många gånger kombineras flera angreppssätt. (Carlsen och Dreborg, 2008)

Vi använde oss av tre källor för att identifiera omvärldsfaktorer:

Climatools nationella scenarier. Carlsen och Dreborg presenterar i sin rapport 13 omvärldsfaktorer (byggstenar) på nationell nivå som är tänkta att kunna användas för en sektor eller en region beroende på den enskilda planeringssituationen. Faktorerna redovisas i tabell 1.

Egen analys baserad på litteraturstudier och egen förförståelse. De sju faktorer vi identifierade finns listade i tabell 2.

Fokusgrupper med turismföretagare på Österlen. Vi genomförde två fokusgruppsintervjuer med turismföretagare med vardera fem och tre deltagare. I bilaga 2 finns en beskrivning av hur vi genomförde fokusgruppsintervjuerna. Utifrån det som sades under fokusgruppsintervjuerna identifierade vi 14 omvärldsfaktorer, vilka redovisas i tabell 3.

Tabell 1. De omvärldsfaktorer som Carlsen och Dreborg (2008) tagit fram för Climatoools nationella scenarier. Siffrorna i den vänstra kolumnen refererar till de nio omvärldsfaktorer som vi i ett senare skede valde att utveckla scenarierna från.

Omvärldsfaktor från nationella scenarier	
1	Demografi (svensk)
-	Världens hantering av utsläppen av växthusgaser
-	Internationellt klimatanpassningsarbete
3	Svensk ekonomi
-	Ideologi och social sammanhållning
-	Uppfattning om klimatförändringar
-	Svensk förvaltningsstruktur
-	Miljöstyrning
-	Globalt energiparadigm
-	Svenskt energiparadigm
-	Markanvändning
2	Bebyggelsemönster
4, 5	Transporter

Tabell 2. De omvärldsfaktorer som vi identifierade genom egen analys. Siffrorna i den vänstra kolumnen refererar till de nio omvärldsfaktorer som vi i ett senare skede valde att utveckla scenarierna från.

Omvärldsfaktor från egen analys

9	Resans längd ⁸
7	Destinationens utveckling ⁹
7	Trender inom resande ¹⁰
-	Skatter och samhällsstöd
-	Relationen mellan privat- och affärsgäster
7	Typ av gäster ¹¹
6	Transporter till regionen

Tabell 3. De omvärldsfaktorer som vi identifierade under fokusgruppsintervjuerna (mittenkolumnen). Texten i den högra kolumnen exemplifierar vad som diskuterades i grupperna och siffrorna i den vänstra kolumnen refererar till de nio omvärldsfaktorer som vi i ett senare skede valde att utveckla scenarierna från

Omvärldsfaktor från fokusgruppsintervjuer

2	Lokal demografi	Finns det ungdomar som bor och arbetar på orten?
-	Relationen fritids- och åretruntboende	Har vi åretruntboende eller sommarhus? Färre fastboende ger färre grönsaksodlare, fiskhandlare, etc., vilket försvagar Österlens varumärke. Om många utifrån köper sommarhus kan fastighetspriserna öka.
7	Destinationens utveckling	Kommer det att komma ett stort dragplåster till orten, till exempel ett badland? Kommer det att finnas restauranger året om på ”krypavstånd” från boendeanläggningarna?

⁸ Nordin, 2005 och European Travel Commission, 2006.

⁹ Bodén och Rosenberg, 2004.

¹⁰ Nordin, 2005 och European Travel Commission, 2006, Wilbanks m.fl. 2007, s. 380.

¹¹ Ibid.

4	Transporter inom destinationen	Kommer genomfartsleder dras genom samhällena eller utanför? Det påverkar vart turisterna åker. Kommer det att finnas cykel- och ridvägar?
5	Transporter inom regionen	Finns det tågförbindelse till Malmö? Tåget är viktigt både för att turisterna ska kunna ta sig till Österlen och för att få folk ska bo kvar (de kan pendla till Malmö).
7	Varumärket Österlen	Vad händer om varumärket urvattnas? Finns äpplet kvar som kärnvärde? Alternativ: Starka varumärken för olika orter som fyller dessa med eget innehåll. Det krävs en medvetenhet om kvalitet för att bevara varumärket.
8	Kommunens roll	Kommer kommunen ha en tydlig vision för turismen på Österlen och kommunicera denna? Kommer kommunen stödja turismföretagarna eller motarbeta dem genom att förhålla planer och bygglov?
7	Samarbete	Ökar eller minskar samarbetet mellan turismföretagare? Ökar eller minskar samarbetet mellan andra företagare på orten?
7	Typ av gäster	Vilken typ av gäster kommer (till exempel par eller barnfamiljer) och vad de har för krav? Ökad andel utländska gäster ställer krav på språkkunskaper. Polacker är en stor målgrupp på Bornholm i dag. Kan vi locka hit dem?
-	Landskapsbilden	Kommer miljön att bevaras? För mycket vindkraftverk stör. Rapsängar är vackert. Träd kan drabbas av sjukdomar och försvinna liksom almarna.
-	Östersjön	Finns fisken kvar? Är vattnet badbart?
-	Klimatpåverkan	Kommer exempelvis mer sötvatten i Östersjön göra att en annan typ av fisk konkurrerar ut nuvarande arter?
-	Klimatflyktingar	Får vi fler flyktingar? Flyktingar kan ge ett större behov av att använda turismanläggningar som bostäder.
-	Hur världen ser ut	Ökar terroristhotet? Exempelvis kan terroristhot i större städer göra att folk söker sig till landsbygden.

Kommentarer: Carlsen och Dreborg rekommenderar att man samlar intressenter och experter inom olika områden i workshoppar för att skapa ett mervärde genom interaktion. Skälet till att vi valde fokusgruppsintervjuer och inte workshoppar var att vi, utöver att testa scenarioverktyget, även ville studera hur småföretagare tar beslut.¹² Vi valde därför en metod som gav oss en djupare förståelse och en bred bild av hur turismföretagarna tänker kring framtiden. De omvärldsfaktorer vi identifierade under fokusgruppsintervjuerna kan därför sägas beskriva det informationsbehov som företagarna upplevde sig ha.

I en workshop strävar man efter att ha en heterogen blandning av deltagare snarare än en homogen grupp (ur någon aspekt) som man eftersträvar i fokusgrupper. En workshop innehåller både idégenererande och kritiserande faser. Fokusgruppsintervjuerna saknar den kritiserande fasen.

2.3 Moment 3: Prioritera omvärldsfaktorerna

I det här momentet prioriteras den ofta stora mängd omvärldsfaktorer efter hur pass betydelsefulla de är för fokusfrågan. Prioriteringen syftar till att ta fram de omvärldsfaktorer vars utveckling anses vara både viktiga och osäkra. (Carlsen och Dreborg, 2008, s. 37)

Vi grupperade omvärldsfaktorerna som redovisas i tabellerna 1–3 och slog ihop de som var närbesläktade med varandra. På så sätt minskade vi antalet faktorer till hälften. Eftersom det var viktigt att turismföretagarna skulle kunna ta till sig scenarierna efter en kort presentation ville vi inte att de skulle bestå av för många faktorer. Vi strävade därför efter att minska antalet och valde ut de nio faktorer som vi bedömde ha störst påverkan på turismföretagarnas beslutssituation.

De nio faktorer vi bedömde som viktigast redovisas i tabell 4.

¹² Det var det tredje syftet med vår studie (se avsnitt 1.2). Bakgrunden är att det i det internationella klimatanpassningsarbetet finns åtskilliga rekommenderade ramverk som alla bygger på rationella beslutsmodeller (se till exempel Mossberg Sonnek, m.fl. 2007). Vi var frågande till om småföretagare, och speciellt turismföretagare, använder sig av rationella beslutsmodeller och ville ta reda på vilka faktorer som är viktiga för dem när de tar beslut. Se Hörnsten Friberg och Mossberg Sonnek, 2009, manuskript.

Tabell 4. De slutliga omvärldsfaktorerna (numrerade) samt vilka källor de kom från. Med hjälp av numren går det att spåra ursprunget bland de omvärldsfaktorer som redovisas i tabellerna 1–3.

Nr	Slutliga omvärldsfaktorer	Källa
1	Europamarknadens demografi	C&D
2	Lokalsamhällets demografi	C&D, fokusgrupper
3	Europas ekonomiska utveckling	C&D
4	Transporter inom destinationen	C&D, fokusgrupper
5	Transporter inom regionen	C&D, fokusgrupper
6	Transporter till regionen	Egen analys
7	Destinationens utveckling	Egen analys, fokusgrupper
8	Kommunen	Fokusgrupper
9	Resans längd	Egen analys

Kommentarer: Vi begränsade antalet omvärldsfaktorer till nio för att de färdiga scenarierna skulle vara förhållandevis enkla att ta till sig.

Processen med att gruppera omvärldsfaktorerna tog ett par veckor i kalendertid (1–2 dagar i arbetstid). De faktorer vi slutligen fastställde att gå vidare med valde vi till stor del utifrån vår tidigare erfarenhet. Vi försökte minska de subjektiva bedömningarna, dels genom att arbeta parallellt och sedan jämföra våra värderingar med varandra, dels genom att diskutera med kollegor. I diskussioner med Henrik Carlsen har vi senare förstått att det är viktigt att stämma av prioriteringen av omvärldsfaktorer med målgruppen. Det gjorde inte vi.

En faktor, *Europamarknadens demografi*, uppfyllde inte kriteriet att både vara viktig *och* osäker (se beskrivningen av Carlsen och Dreborg överst i avsnittet). Carlsen och Dreborg påpekar att byggstenen (Sveriges) *demografi* har en särställning eftersom den är relativt säker. Hur Europamarknadens demografi kommer att se ut om 20 år vet vi också med relativt stor säkerhet.

2.4 Moment 4: Bestämna omvärldsfaktorernas tillstånd

Efter prioriteringen av omvärldsfaktorer övergår analysen till att bestämma tillstånden för faktorerna. Med ett tillstånd menas ett möjligt utfall för omvärldsfaktorn vid det tidsperspektiv som är aktuellt. Tillstånden måste kännas meningsfulla i relation till fokusfrågan. (Carlsen och Dreborg, 2008)

Vårt syfte med de färdiga scenarierna var att presentera dem för turismföretagarna och föra en diskussion om hur olika möjliga framtider påverkar de långsiktiga beslut de tar i dag. Vi bedömde att vi inte skulle klara av att diskutera fler än tre scenarier och begränsade oss därför till tre tillstånd för varje omvärldsfaktor.

Vi ville att tillstånden skulle utmana men samtidigt upplevas som trovärdiga. Eftersom vi vände oss till en målgrupp som inte är van att resonera kring scenarier ville vi inte att scenarierna skulle bli för utmanande.

I tabell 5 redovisas de tillstånd vi valde för omvärldsfaktorerna.

Valet av tillstånd baserades till del på vad som kom fram i diskussionerna i fokusgrupperna, vilket säkerställde att tillstånden uppfattades som relevanta och trovärdiga för företagarna. Tillstånden för den ekonomiska utvecklingen tog vi från Carlsen och Dreborg och översatte från svensk ekonomi till europeisk ekonomi. Destinationens utveckling utformades med bistånd från Bosse Bodén vid Mittuniversitetet.¹³

Utformningen av de olika tillstånden innebar i flera fall behov av extra datainsamling, exempelvis beställde vi befolkningsprognoser för Simrishamns kommun från SCB.

Kommentarer: Valet av tillstånd är i högsta grad subjektivt. Två personer som har tillgång till samma material från de tidigare momenten 1–3 kan mycket väl komma fram till olika slutsatser av hur tillstånden ska se ut. Att scenarierna till viss del är subjektiva spelar inte så stor roll om de som i vårt fall ska användas till att ”vidga tänkandet” som om de ska användas som underlag för att ta beslut om olika åtgärder.

¹³ Muntlig kommunikation med forskare Bosse Bodén, Mittuniversitetet, oktober 2008.

Tabell 5. Tillstånden för omvärldsfaktorerna.

Nr	Omvärldsfaktor	Tillstånd (år 2030)		
1	Europamarknadens demografi	Färre yngre än 55 år, fler 55 år eller äldre		
2	Lokalsamhällets demografi	SCB:s prognos	SCB:s prognos + inflyttning	SCB:s prognos + utflyttning
3	Europas ekonomiska utveckling	Svag	Medelgod	Hög
4	Transporter inom destinationen	Mest bil (som i dag)	Bil och utbyggd kollektivtrafik	Bil, utbyggd kollektivtrafik och cykel
5	Transporter inom regionen	Som i dag, det tar drygt 1,5 timme enkel väg		Det går att pendla till Malmö inom 1 timme
6	Transporter till regionen	Charterflyg till Simrishamn	Internationellt reguljärflyg till Malmö (som i dag)	”Jättedyr” flygande
7	Destinationens utveckling	En stark lokal turismorganisation som utvecklar och koordinerar entreprenörer	En svag lokal turismorganisation som endast ansvarar för marknadsföring	En aktör utvecklar och koordinerar destinationen (enbart) under högsäsong.
8	Kommunen	Befrämjande		Reglerande
9	Vistelsens längd	Fler och korta resor		Färre och långa resor

2.5 Moment 5: Studera parvisa tvåkombinationer

Ofta finns det kombinationer av tillstånd hos två omvärldsfaktorer som inte är trovärdiga eller ens möjliga¹⁴. Genom att identifiera tillstånd som inte är förenliga med varandra (parvisa tvåkombinationer) kan man senare utesluta scenarier som innehåller motsättningar. (Carlsen och Dreborg, 2008, s. 39–40)

Om man använder mjukvaran Optima krävs det här momentet för att ta bort icke trovärdiga och omöjliga kombinationer. Syftet är att sålla bort scenarier som tas fram med programvaran i moment 6 och som innehåller motsättningar hos tillstånden.

Vår ambition var att testa Optima, men under den tidsperiod vi utvecklade scenarierna var Optima inte tillgänglig på grund av ett tekniskt fel. Vi gjorde därför det fortsatta arbetet manuellt. I den manuella processen klarade vi av att ta hänsyn till de icke trovärdiga kombinationerna även utan att ha identifierat dem explicit på förhand.

Kommentarer: Vår erfarenhet är att man kan utesluta det här momentet i en första vända om man utvecklar scenarierna manuellt. Visar det sig senare svårt att sätta samman motsägelsefria scenarier kan man gå tillbaka hit. Det kan också vara bra att diskutera om det finns några motsättningar mellan olika tillstånd lika väl som om det finns några överraskande kopplingar som kan göra scenarierna mer utmanande.

¹⁴ Carlsen och Dreborg exemplifierar med att tillståndet ”mellanstatlig konflikt” hos faktorn ”global konfliktnivå” och tillståndet ”mycket hög tillväxt” hos faktorn ”global ekonomisk utveckling” inte är särskilt sannolika att samexistera i en framtid.

2.6 Moment 6: Generera ett maximalt uppspannande scenario-set

Moment 7: Bearbeta scenario-setet manuellt

Ett scenario består av ett fastställt tillstånd för varje omvärldsfaktor. Ett scenario-set är ett antal scenarier som väljs så att de tillsammans täcker in de viktigaste och mest osäkra utvecklingslinjerna. För att scenarierna ska ”spänna upp så stort utfallsrum som möjligt” kan man använda datorverktyget Optima. Scenarierna ska dessutom vara relevanta, trovärdiga och utmanande och de egenskaperna måste analyseras manuellt varefter man kan behöva justera det resultat Optima har gett. (Carlsen och Dreborg, 2008, s. 40–43)

Vi tog fram tre scenarier manuellt (utan Optima) genom att i varje scenario tilldela omvärldsfaktorerna ett specifikt tillstånd. I korthet såg processen ut så här:

1. Vi identifierade den omvärldsfaktor som vi bedömde hade den mest direkta och största påverkan på turistföretagen (nr 7 *Destinationens utveckling*) och fördelade dess tillstånd på tre olika scenarier.
2. Vi identifierade de faktorer som hade tre tillstånd. Dessa tillstånd fördelades på scenarierna så att alla tillstånd kom med under villkoren att
 - a) kombinationen av två tillstånd i ett scenario inte uppfattades som icke-trovärdigt eller omöjligt (se moment 5)
 - b) kombinationen av två tillstånd gärna fick vara utmanande.
3. Därefter gick vi igenom de faktorer som bara hade två tillstånd och placerade ut det som vi tyckte avvek mest från dagens situation i ett scenario och det andra i de två övriga.¹⁵
4. Vi justerade scenarierna i den mån vi kunde för att de skulle bli så balanserade som möjligt, det vill säga innehålla både positiva och negativa inslag. Vi ville inte att ett scenario skulle uppfattas som mer ”fördelaktigt” än något annat.

Tabell 6 visar vilka tillstånd vi gav omvärldsfaktorerna i de tre scenarierna A, B och C.

¹⁵ Med tanke på att vår målgrupp var ovan vid scenarier ville vi inte att de skulle bli *för* utmanande.

Tabell 6. Tillstånden för omvärldsfaktorerna i de tre scenarierna, A, B och C.

Nr	Omvärldsfaktor	Tillstånd (år 2030)		
1	Europamarknadens demografi	Färre yngre än 55 år, fler 55 år eller äldre ¹⁶ A B C		
2	Lokalsamhällets demografi	SCB:s prognos ¹⁷ A	SCB:s prognos + inflyttning C	SCB:s prognos + utflyttning B
3	Europas ekonomiska utveckling	Svag A	Medelgod B	Hög C
4	Transporter inom destinationen	Mest bil (som i dag) B	Bil och utbyggd kollektivtrafik C	Bil, utbyggd kollektivtrafik och cykel A
5	Transporter inom regionen	Som i dag, det tar drygt 1,5 timme enkel väg A B	Det går att pendla till Malmö inom 1 timme C	
6	Transporter till regionen	Charterflyg till Simrishamn B	Internationellt reguljärflyg till Malmö (som i dag) C	”Jättedyrt” flygande A
7	Destinationens utveckling	En stark lokal turismorganisation som utvecklar och koordinerar entreprenörer A	En svag lokal turismorganisation som endast ansvarar för marknadsföring C	En aktör utvecklar och koordinerar destinationen (enbart) under högsäsong. B
8	Kommunen	Befrämjande A C		Reglerande B
9	Vistelsens längd	Fler och korta resor C		Färre och långa resor A B

Kommentarer: Vår uppfattning är att arbetet i detta steg var relativt okomplicerat och möjligt att genomföra även utan tidigare erfarenhet av scenariorbygge. För att i någon mån minska det subjektiva inslaget följde vi den beskrivna processen individuellt och jämförde sedan resultaten som blev relativt likartade.

¹⁶ Se tabell 2 i bilaga 5.

¹⁷ Se tabell 1 i bilaga 5.

Moment 6 går ut på att generera ett så maximalt uppspännande scenario-set som möjligt. Den bakomliggande tanken är att vi inte vet hur framtiden kommer att forma sig och att de scenarier vi tar fram bara presenterar ett fåtal möjligheter. Genom att välja dessa så att de ligger så långt från varandra som möjligt (är maximalt uppspännande) så tydliggör man osäkerheterna. Detta kan göras med hjälp av programvaran Optima som utnyttjar en optimeringsalgoritm och regler för hur man bedömer ”uppspändheten”. Eftersom vi inte utnyttjade Optima så kunde vi inte maximera det rum som scenarierna spände upp.¹⁸

2.7 Moment 8: Analysera scenario-setet

Moment 9: Gå eventuellt tillbaka till moment 5 och 6

Slutligen bedöms relevansen, trovärdigheten och graden av utmaning som scenarierna skapat. Relevansen bedöms utifrån fokusfrågan. Trovärdighet bedöms hos enskilda scenarier medan graden av utmaningen bedöms både för de enskilda scenarierna och för hela scenariouppsättningen. Är man inte nöjd med scenarierna utifrån sina bedömningar går man tillbaka till moment 5 och 6. (Carlsen och Dreborg, 2008, s. 43–44)

De scenarier vi tog fram testade vi iterativt i steg 5–9. Behovet av att särskilja stegen 5–9 blir förmodligen större då man använder Optima.

¹⁸ Eftersom många av våra tillstånd var nominala blir optimeringsproblemet inte särskilt svårt och Optimas resultat skulle förmodligen inte skilja sig så mycket från det vi tog fram.

3 Framtidsbilder som ett verktyg för strategiskt tänkande

Det första syftet i vår studie var att testa Climatools scenarioverktyg för att skapa socioekonomiska scenarier för turistföretagare på Österlen. Det andra syftet var att testa om de framtagna socioekonomiska scenarierna kombinerade med ett klimatscenario (vilket vi sammantaget kallade framtidsbilder) kunde bidra till ett strategiskt tänkande i turistföretagarnas långsiktiga planering.

3.1 Visualisering av scenarierna

Resultatet från scenarioutvecklingen i det föregående kapitlet resulterade i att vi bestämde ett tillstånd för varje omvärldsfaktor i de olika scenarierna (se tabell 6). En sådan tabell är svår att ta till sig för dem som inte är vana att tänka i scenarier. För att underlätta för användarna att förstå och visualisera de olika framtidsbilderna behövs fylligare scenariobeskrivningar. Sådana beskrivningar kan göras verbalt, med hjälp av illustrationer, utsmyckning av det rum man befinner sig i eller till och med av skådespelare som framför de olika möjliga framtiderna som en pjäs.

Vi valde att beskriva våra scenarier skriftligt. Vi utgick från tillstånden hos de olika omvärldsfaktorerna och band ihop dem med en löpande text så att vi fick en logiskt sammanhängande beskrivning. De skriftliga beskrivningarna av de socioekonomiska scenarierna redovisas i bilaga 3. Scenarierna fick namnen ”Många mindre turistföretag året runt”, ”Ett dominerande turistföretag under sommarsäsongen”, samt ”Få turistföretag och inflyttning”. I bilaga 3 finns också en beskrivning av det framtida klimatet år 2030 som vi valde att presentera separat och som lades till de tre socioekonomiska scenarierna. Demografin i Simrishamn och i Europa, som också redovisades, presenteras i bilaga 4.

Eftersom det är svårt att hålla nio faktorer i huvudet samtidigt försökte vi i den mån det gick att hjälpa läsaren att hitta samband. Exempelvis beskrev vi i scenariot ”Få turistföretag och inflyttning” att den *starka ekonomin* gjorde att folk hade råd att använda *bilen*, vilket gjorde det lätt att åka till Österlen från närområdet, vilket i sin tur ledde till *många korta besök*. Därmed knöt vi ihop tillstånden för tre av omvärldsfaktorerna.

I scenarierna finns även beskrivningar som förstärker de framtidsbilder vi vill måla upp, men som inte direkt kan kopplas till omvärldsfaktorerna. Exempelvis innefattar ett scenario badförbud på grund av algblomning till följd av ett varmare klimat som resulterar i högre vattentemperaturer till havs.

3.2 Presentation av framtidsbilderna för turismföretagare

Vi presenterade och diskuterade scenarierna på ett uppföljningsmöte där tre turismföretagare och kommunens turistchef närvarade.¹⁹ Mötet pågick i två timmar. Två av företagen hade varit med under fokusgruppsintervjuerna och därmed bidragit till underlaget för scenarierna. Den tredje företagaren och turistchefen hade inte varit med i fokusgruppsintervjuerna och såg byggstenarna som scenarierna var uppbyggda av för första gången. Eftersom gruppen blev så liten är det svårt att dra några slutsatser från diskussionen som fördes. Vi redovisar ändå upplägget och resultatet i korthet eftersom vi tror att det kan vara till hjälp för andra som vill arbeta med scenarier på egen hand.

I den inledande presentationen beskrev vi följande:

- forskningsprogrammet Climatools, vilka vi var och varför vi gjorde studien
- klimatet på Österlen år 2030 baserat på SMHI:s prognoser
- konsekvenserna av klimatförändringarna på turismsektorn i södra Sverige, baserat på klimat- och sårbarhetsutredningen och Scott m.fl. (2005)
- befolkningsstrukturen i Simrishamn år 2008 och 2030, baserat på SCB:s prognos
- befolkningsutvecklingen i EU fram till 2030, baserat på EU-kommissionen (2005)
- jämförelser mellan ”stark, mellan och svag ekonomi” i scenarierna och ekonomin under referensperioder under 1900-talet, för att ge deltagarna en förståelse för vad tillstånden innebar
- att scenarierna beskriver den del av framtiden som företagen själva inte kan påverka (eller påverka i mycket liten grad).

Därefter förklarade vi att vi flyttade oss cirka 20 år fram i tiden och beskrev ett scenario i taget. Vi diskuterade varje scenario innan vi gick vidare till nästa. Vi beskrev scenarierna muntligt samtidigt som vi visade stödord på en Powerpoint-presentation. Stödorden delade vi även ut på papper till deltagarna och vi bad dem att själva komplettera med anteckningar om det behövdes. De fullständiga

¹⁹ Till presentationen bjöd vi in samtliga 30 företag som turistbyrån hjälpt oss välja ut, inklusive de som deltagit i fokusgrupperna. På förslag av fokusgruppsdeltagarna kontaktade vi även två personer på kommunen som ansvarade för näringslivsfrågor respektive planärenden. Båda två var intresserade av att delta men ingen av dem hade möjlighet att komma. Vi bjöd dessutom in turistchefen i Simrishamns kommun. Fem företagare anmälde att de skulle komma, tre dök upp. Problemet med att få deltagare till ett andra möte har observerats i liknande sammanhang (Carlsson-Kanyama m.fl. 2008).

beskrivningarna delade vi inte ut förrän efter presentationen eftersom vi inte ville att deltagarna skulle läsa i dem under diskussionen. För varje socioekonomiskt scenario vi beskrev påminde vi om hur klimatscenariot för samma tidsperiod såg ut.

Innan vi diskuterade företagens planeringssituation fick företagen möjlighet att kommentera trovärdigheten hos scenarierna. Alla scenarier bedömdes vara trovärdiga, däremot uppfattades de som olika önskvärda, något vi hade strävat efter att undvika.

När vi diskuterade scenarierna bad vi företagen att utgå från sig själva i sin företagarroll och fundera över följande frågor:

- Hur skulle du vilja att ditt företag ser ut i den här framtiden?
- Förändrar det något mot hur du planerar kring ditt företag i dag?

Vår tanke var att få företagen att identifiera frågeställningar av långsiktig karaktär, där ett beslut i dag kan påverka företagets möjlighet att dra nytta av framtida klimatförändringar alternativt minska företagets möjlighet att skydda sig mot klimatförändringarna.

Företagen som var med tyckte att det var en ”nyttig övning”. De hade dock svårt att förhålla sig till tidsperspektivet på 20 år och hade fördragit en kortare tidshorisont. Då vi bad dem att föreställa sig hur deras företag borde se ut i de olika framtiderna för att klara sig bra och sedan fundera på om de behövde ta något beslut redan i dag för att nå dit, hade de svårt att hitta sådana beslut. De tyckte att deras företag var anpassningsbara och att de kunde genomföra förändringar med några års framförhållning.

Fem månader efter scenariopresentationen ringde vi de tre företagen och frågade om presentationen av framtidsbilderna hade fått dem att tänka mer på framtiden och klimatanpassning av det egna företaget. Frågorna redovisas i bilaga 5. Alla hade funderat kring framtiden och även på hur klimatet förändras och vad det kan få för konsekvenser. Om dessa funderingar hade påverkats av vår presentation är svårt att säga. Åsikterna om hur pass användbara scenarierna var för att planera inför framtiden gick isär. Företagen hade svårt att se att det skulle ge något för det egna företaget, men ”någon annan” (kommunen alternativt den mer ”seriöse” företagaren) borde kunna dra nytta av scenarier. På frågan om vilka alternativa sätt de såg för att hjälpa turistföretagare att förbereda sig inför klimatförändringarna tog de upp att det är viktigt med kunskap och information samt att få insikter genom att tänka själv.

4 Diskussion

4.1 Kan scenarier bidra till ett ökat strategiskt tänkande bland turismföretagare?

Klimatförändringarna kan innebära ökade möjligheter för turismnäringen. I den fragmenterade näringen, bestående av många små aktörer, har det hittills varit få som byggt upp kunskap och agerat strategiskt inför kommande klimatförändringar. Överlag kan många företag i turismnäringen beskrivas ha kort planeringshorisont, kanske begränsad till nästa säsong. Företagarna som medverkade i den här studien menade att de inte har en tydlig vision för sitt företag, utan i stället utvecklar verksamheten stegvis i förhållande till omvärlden. En sådan planeringsstrategi, där man undviker att ta beslut som låser verksamheten långsiktigt, kan vara en funktionell strategi vid klimatförändringar. Vid fokusgruppsintervjuerna framkom att en tydlig omvärld, till exempel hur kommunen agerar, påverkar företagarnas strategi. En kommun med ett tydligt budskap, exempelvis kring vilka effekter av klimatförändringarna man förväntar sig och vilken utveckling av verksamheterna på orten man önskar, kan underlätta för företagarna.

Med hjälp av framtidsbilderna ville vi vidga företagarnas tänkande och skapa en förståelse för klimatförändringarnas effekter, både negativa och positiva. Deltagarna tyckte dock att det var svårt att tänka med 20 års framförhållning. Vi funderade på om det blev för många omvärldsfaktorer att förhålla sig till. Kanske bör antalet omvärldsfaktorer anpassas till målgruppens vana av liknande arbete? Carlsen m.fl. (2009) valde i Climatools tillämpningsstudie om hälsa i Umeå att först beakta framtida klimatförändringar på dagens samhälle och sedan, i ett andra steg, att även förflytta sig till olika möjliga framtida samhällen. Det skulle förmodligen ha varit en framkomlig väg även i vår studie och gett en större tyngd åt klimatförändringarnas inflytande på turismföretagens verksamheter.

För att ta reda på om scenariopresentationen påverkade företagarna gjorde vi en uppföljning (se kapitel 3). Eftersom endast tre företagare medverkade vid presentationen av scenarierna, och vi dessutom inte hade någon kontrollgrupp, kan vi inte dra några långtgående slutsatser. Dock resonerade alla tre företagarna om sin framtid under uppföljningen vilket får ses som positivt. Socioekonomiska scenarier, framtagna enligt Climatools metod, skulle kunna ge ett bidrag till att anpassa näringen till klimatförändringarna.

Om företagarna är ovana vid en långsiktig planering ställs höga krav på de scenarier som presenteras, liksom på pedagogiken vid presentationstillfället. För att göra scenarierna mer konkreta föreslår vi att företagarna vid presentations-tillfället ges möjlighet att arbeta konkret med scenarierna i grupp eller enskilt. Ett

sådant arbete kan inledas med ett grupparbete om destinationens framtid, och avslutas med tid för tankar om den egna verksamheten. Alternativt kan scenarierna användas för att ta fram lokalt förankrade strategier för turismnäringsen på destinationen. Om kommunen blir tydlig i sina visioner har företagen en tydligare omvärld att förhålla sig till när de utvecklar sin egen verksamhet.

4.2 Test av Climatools scenarioverktyg

Centralt i Carlsens och Dreborgs metod är det strukturerade sättet att ta fram omvärldsfaktorer samt konstruktionen av scenarier genom kombinationer av omvärldsfaktorernas tillstånd. Som ett stöd för arbetet finns även ett antal fördefinierade omvärldsfaktorer, så kallade byggstenar, vars tillstånd är formulerade för den nationella nivån. Dessa byggstenar fungerade för oss som goda exempel på intressanta områden. I de fall vi valde att använda byggstenarna behövde vi formulera om tillstånden för att de skulle bli relevanta för vår tillämpning. I de slutliga scenarierna använde vi oss av fem av de tretton byggstenar som Carlsen och Dreborg tagit fram.

Programvaran Optima, som används i Carlsen och Dreborgs metod, syftar till att skapa ett maximalt uppspännande scenario-set, det vill säga till att ta fram scenarier som skiljer sig från varandra så mycket som möjligt inom ramen för vad som är en möjlig framtid. För att göra det krävs att man

- 1) väljer tillstånden på ett sådant sätt att de täcker alla framtida möjliga utfall av omvärldsfaktorn – valet av ytterlägena av tillstånden bestämmer hur pass mycket scenarierna kan spännas upp längs just den omvärldsfaktorn
- 2) när tillstånden är valda, optimerar ”avstånden” mellan scenarierna.

Optima används i steg 2), men resultatet är beroende av de val man gjort i steg 1). En förutsättning för att verkligen kunna optimera ”uppspändheten” av scenarierna är alltså att man kan hitta trovärdiga ändpunkter på tillståndintervallen. Vill man använda idén med uppspännande scenario-set måste man därför lägga ner ett stort arbete på att välja och granska omvärldsfaktorer och tillstånd så att dessa blir välgrundade och förankrade. I den studie vi gjorde bedömer vi att det fanns ett visst godtycke i valet av tillstånd och att det därför inte skulle vara motiverat att försöka spänna upp utfallsrummet maximalt.

Dessutom kan man argumentera för att scenarioovana deltagarna lättare kan ta till sig scenarier som väljs i ”mitten av rymden” eftersom de ofta uppfattas som troligare än de som ligger längre ut i periferin. Det talar i så fall mot att försöka spänna upp tillstånden så mycket som möjligt och att optimera skillnaden mellan scenarierna.

4.3 Om scenarierna som utvecklades

Scenarierna utvecklades ur turismföretagarens perspektiv. Kommunens agerande blev därmed en av många omvärldsfaktorer som företagaren behöver förhålla sig till men inte kan påverka. Den här typen av scenarier är relativt lätta att ta till sig för *befintliga* företag. Kommun och företagare kan dock ha olika mål. Som ett alternativ skulle man kunna göra scenarier med kommunens turismpolicy i centrum. Övrig kommunal verksamhet, liksom turismföretagen, blir då omvärldsfaktorer som turismpolicyn behöver förhålla sig till, men inte kan påverka. I detta fall är det lättare att inkludera även *nya* företag.

Under en diskussion med kommunstyrelsen i Simrishamn²⁰ påpekades att kommunen inte kan vända sig enbart till turismföretagare om de vill arbeta med klimatanpassning. Ska kommunen arbeta med scenarier för företagare måste de vända sig till all näringsverksamhet. De påpekades också att kommunens roll är att lyfta frågor, inhämta och presentera information samt starta diskussioner, men att kommunen inte har någon roll att visa på lösningar och driva igenom dessa. Kommunrepresentanterna tyckte att det snarare är Tourism in Skåne AB eller statens roll att genomföra ett scenarioarbete för att hitta långsiktigt hållbara lösningar för turismföretag.

4.4 Om resultatens giltighet

För att skapa en ökad förståelse för hur turismföretagarna tänker om sin framtid valde vi att göra en kvalitativ studie med fokusgrupper. Urvalet av företagarna gjordes för att få med den variation av förhållningssätt som kan finnas bland de företagstyper som tillsammans skapar en destinations attraktion. Trots informationsbrev, personlig telefoninbjudning och påminnelsebrev var det svårt att få det planerade antalet intervjupersoner. De planerade tre fokusgruppsintervjuerna minskades därför till två, som båda hade få deltagare. Ett alternativ till att bjuda in själv till en gruppintervju är att ansluta till en befintlig process, seminariedag eller arbetsmöte, men då sker det till priset av att man inte själv kan styra helt över upplägget.

Till det andra mötet, då scenarierna presenterades, var intresset ännu mindre. Det är troligt att det begränsade deltagarantalet inte gav en heltäckande bild av vad företagarna behöver veta om framtiden för att kunna planera. I denna studie, som syftade till att testa metoden för att utveckla scenarier för turismföretagare på Österlen, bedömer vi att deltagarantalet vid fokusgruppsintervjuerna räckte för att skapa en tillräcklig förståelse av deltagarnas framtidsplanering, men att

²⁰ Januari 2009.

deltagarna vid slutpresentationerna av framtidsscenarierna var för få för att ge en bild av hur turismföretagare förhåller sig till dem. Vi kan också konstatera att få av de företag som medverkade tillhörde gruppen ”göra”. Ett sätt att få fler deltagare hade varit att låta kommunens turistchef bjuda in mer aktivt, vilket hon erbjöd sig att göra.

En generell frågeställning när man tar fram scenarier är hur arbetet kan kvalitets-säkras. Hur garanterar man scenariernas validitet (det vill säga om man beskriver det man vill beskriva) och reliabilitet (om upprepade arbeten ger samma resultat)? Detta moment ingår inte i Carlsen och Dreborgs metod, och ingår inte heller i denna studie.

5 Slutsatser och rekommendationer

Målet med forskningsprogrammet Climatools är att ta fram verktyg som lokala beslutsfattare kan ta hjälp av i sitt arbete med att klimatanpassa sina verksamheter. Scenarioverktyget som vi testade i den här studien är ett av dessa verktyg. Under 2011 ska en slutlig datorbaserad version av verktyget tas fram som kommuner och lokala beslutsfattare kan använda på egen hand eller med hjälp av konsulter. Vi föreslår att manualen för den slutliga versionen av scenarioverktyget kompletteras med beskrivningar av nedanstående moment.

Målgrupp och tidsperiod för scenarierna

I vår studie var det nödvändigt att fastställa målgruppen för scenarierna och tidsperioden för dem innan vi kunde formulera fokusfrågan. Vi utgår från att det är till hjälp även för andra och att det därför bör stå beskrivet i manualen. Vi efterlyser också råd för hur man väljer målgrupp och vad det får för betydelse för scenariernas utformning.

Hur man förhåller sig till viktiga men säkra faktorer

I beskrivningen av verktyget poängteras att man ska prioritera de omvärldsfaktorer vars utveckling anses vara både viktiga och *osäkra*. Men även viktiga och *säkra* faktorer kan vara motiverade att ta med, vilket exemplifieras av demografi som använts både av Carlsen och Dreborg och i den här studien. I den slutliga versionen av manualen bör det finnas en diskuterande text om hur man ska förhålla sig till säkra respektive osäkra faktorer.

I vilken grad man måste stämma av arbetet med målgruppen för scenarierna

Vi har genom diskussioner med Henrik Carlsen och Karl-Henrik Dreborg under arbetets gång förstått att det är viktigt att förankra och stämma av såväl omvärldsfaktorer, tillstånd och färdiga scenarier med målgruppen innan man slutligen presenterar och arbetar med scenarierna. Detta bör framgå även i den slutliga manualen samt i vilka moment det är viktigast att involvera målgruppen.

Validiteten och reliabiliteten hos scenarierna

I manualen bör det diskuteras vad man kan göra för att kvalitetssäkra scenarierna och i vilken grad det går att säkerställa validiteten och reliabiliteten hos dem.

Visualisering av scenarierna

Den nuvarande beskrivningen av hur man utvecklar scenarier slutar då man bestämt tillstånd för omvärldsfaktorerna för varje scenario. För en målgrupp som är van att arbeta med scenarier kan detta vara en tillräcklig slutprodukt, men för den scenarioovana målgruppen krävs att scenarierna visualiseras med exempelvis text och bilder. Hur man gör denna visualisering på ett lämpligt sätt bör framgå av manualen.

Presentation av scenarierna

För en ovan målgrupp är presentationen ett kritiskt moment för förståelsen. I en framtida handbok för Climatools scenarioverktyg bör det finnas en beskrivning över hur man kan presentera scenarierna för målgruppen. Alternativa sätt bör beskrivas tillsammans med en diskussion om för- och nackdelar av de olika sätten för olika situationer.

Användningen av Optima

Målet inom Climatools är att ta fram ett datorbaserat verktyg vilket inkluderar programvaran Optima. Vi har i den här rapporten visat att det är möjligt att ta fram scenarier även utan att använda programvaran. Hur pass viktigt det är att optimera uppspändheten av ett scenario-set beror på syftet med scenarierna, på hur pass förankrade omvärldsfaktorer och tillstånd är i målgruppen och även av hur tillstånden är formulerade. Det bör framgå i beskrivningen av verktyget i vilka applikationer det är relevant att använda programvaran och när det går att arbeta manuellt, utan datorstöd.

6 Fortsatt arbete

Rekommendationerna i föregående kapitel behöver fördjupas. Flera av de kompletteringar vi önskar är formulerade som ett behov av information i den slutliga manualen, men vi har inte gett några förslag på hur den informationen ska utformas.

En intressant fortsättning på arbetet skulle vara att testa att utveckla scenarier med Optima med utgångspunkt från tabell 5 och jämföra resultatet med det vi har tagit fram manuellt.

7 Referenser

- Arnell, N. W. och Delaney, E. K., 2006. Adapting to Climate Change: Public Water Supply in England and Wales. *Climatic Change* 78, s. 227–255.
- Becken, S., 2004. Harmonising climate change adaptation and mitigation: The case of tourist resorts in Fiji. *Global Environmental Change* 15, s. 381–393.
- Becken, S., and Hay, J.E., 2005. Tourism and climate change, Risk and Opportunities. Channelview Press, London, s. 223–260.
- Bodén, B & L, Rosenberg, 2004. Kommersiell turism och lokal samhällsutveckling. Exemplet svensk fjällturism. Rapportserien R 2004:15, ETOUR.
- Bradfield, R., Wright, G., Burt, G., Cairns, G. & Van Der Heijden, K., 2005. The origins and Evolution of Scenario Techniques in Long Range Business Planning. *Futures*, 37, s. 795–812.
- Carlsen, H. och Dreborg, K.-H., 2008. Dynamisk generering av socioekonomiska scenarier för klimatanpassning: Metod, byggstenar och exempel. Underlagsrapport, FOI-R--2512--SE.
- Carlsen, H., Dreborg, K.-H., Edvardsson Björnberg, K., Rocklöv, J. och Vredin Johansson, M., 2009. Tillämpningsstudie inom hälsosektorn, rapportutkast.
- Carlsen, H. och Parmhed, O., 2008. Sveriges framtida klimat på kort och medellång sikt. Underlag för utvecklingen av verktyg för klimatanpassning. Underlagsrapport, FOI-R--2700--SE.
- Carlsson-Kanyama, A. m.fl, 2008. Participative backcasting: A tool for involving stakeholders in local sustainability planning. *Futures* 40 (2008) s. 34-46.
- EU-kommissionen, 2005. Europe's changing population structure and its impact on relations between the generations. MEMO/05/95.
Tillgängligt på
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/05/96&format=PDF&aged=1&language=EN&guiLanguage=en> - 081119
- European Travel Commission, 2006. Tourism Trends for Europe. 10 sid.
www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC_Tourism_Trends_for_Europe_09-2006_ENG.pdf (090430).

- Fankhauser, S., m.fl., 1999. Weathering climate change: some simple rules to guide adaptation decisions, *Ecological Economics* 30 (1999), s. 67–78.
- Hoffmann, V. H., Sprengel D.C., Ziegler, A., Kolb, M. och Abegg, B., 2009. Determinants of corporate adaptation to climate change in winter tourism: An econometric analysis. *Global Environmental Change*. Vol 19, s. 256–264.
- Hörnsten Friberg, L., 2004. Naturturismen i Värmland – markägande och turistföretagande. Utredningsserien U 2004:21, ETOUR.
- Hörnsten Friberg, L. och Mossberg Sonnek, K., 2009. Understanding Foresight and Decision Making in Small Tourism Firms - Input for Policymakers. Manuskript.
- IPCC, 2007. Summary for Policymakers, i: *Climate Change 2007: The Physical Science Basis*. Contribution of Working Group I to the the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, Solomon, S., Qin, D., Manning, M., Marquis, M., Averyt, K., Tignor, M., LeRoy Miller, H. och Chen, Z (ed), Cambridge University Press.
- Nakićenović, N., Alcamo, J. Davis, G., de Vries, B., Fenham, J., Gaffin, S., Gregory, K., Gruebler, A., Jung, T.Y., Kram, T., La Rovere, E.L., Michaelis, L., Mori, S., Morita, T., Pepper, W., Pitcher, H., Price, L., Raihi, K., Roehrl, A., Rogner, H.-H., Sankovski, A., Schlesinger, M., Shukla, P., Smith, S., Swart, R., van Rooijen, R., Victor, N. och Dadi, Z. 2000. Emission scenarios. Special Report of Working Group III of the Intergovernmental Panel of Climate Change, Cambridge University Press.
- Nationalencyklopedin, <http://www.ne.se/lang/scenario/301673> (2009-04-27).
- Nordin, S., 2005. Tourism of Tomorrow – Travel Trends and Forces of Change. Utredningsserien U 2005:27, ETOUR.
- Mather, S., Viner, D. and Todd, G., 2005. Climate and Policy Changes: Their Implications for International Tourism Flows. I: Hall, C.M. och Higham, J. (red), *Aspects of Tourism 22*, Tourism, Recreation and Climate Change. Channelview Press, London, s. 63–85.
- SCB, 2008a. Befolkningsprognos för Simrishamn åren 2008–2030. SCB:s Regionala befolkningsprognoser (beställd statistik).
- SCB, 2008b. Sveriges framtida befolkning 2008–2050 Reviderad befolkningsprognos från SCB. Serie Befolkning 2207 – BE 18 SM 0801.

- SOU, 2007. Sverige inför klimatförändringarna - hot och möjligheter, SOU 2007:60.
- Scott, D., Wall, G., McBoyle, G., 2005. The evolution of the climate change issue in the tourism sector. I: Hall, C.M., Higham, . (red.), Tourism, Recreation and Climate Change. Channelview Press, London, s. 44–60.
- Scott, D., McBoyle, G., 2007. Climate change adaptation in the ski industry. Mitigation and Adaptation Strategies to Global Change 12, 1411–1431.
- SFS, 2003. Förordning om statsbidrag (2003:133) till friluftorganisationer.
- Wibeck, W. 2000. Fokusgrupper Om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod, 144 sid. Studentlitteratur AB, Lund.
- Wilbanks, T.J., P. Romero Lankao, M. Bao, F. Berkhout, S. Cairncross, J.-P. Ceron, M. Kapshe, R. Muir-Wood och Zapata-Marti, R., 2007. Industry, settlement and society. Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, M.L. Parry, O.F. Canziani, J.P. Palutikof, P.J. van der Linden and C.E. Hanson, Eds., Cambridge University Press, Cambridge, UK, s. 357–390.
- WTO, 1995. Collection of Tourism Expenditure Statistics. Technical Manual No.2, World Tourism Organisation.

Bilaga 1

Beskrivning av företagen i undersökningen

Typ av företag	Boende	Restaurant	Shopping	Konsthantverk	Trädgård	Antal anställda ²¹	Deltog i fokusgrupp	Deltog vid presentation av scenarierna
Bed & Breakfast	x		x			1-4	x	x
Bed & Breakfast	x	x		x		0	x	
Konferens	x	x				5-9	x	
Vandrarhem	x					1-4	x	x
Camping	x					-	x	
Restaurant		x	x			20-49	x	
Restaurant		x	x			20-49	x	
Delikatessaffär		x	x			-		x
Vinodling			x		x	-	x	

²¹ Uppgifterna om antalet anställda är tagna från www.121.nu, företagskatalog på Internet. I de fall det står ”-” betyder det att företaget inte fanns med i registret.

Bilaga 2

Beskrivning av datainsamlingen med hjälp av fokusgrupper

I en fokusgruppsintervju samlas data in från en grupp personer genom gruppinteraktion runt ett ämne som bestämts av forskaren.

Vi planerade tre fokusgruppsintervjuer med sju deltagare i varje och med en möteslängd på två timmar. Därutöver planerade vi in en återkoppling till deltagarna sex veckor efter fokusgruppsintervjuerna, där lunch och presentation av resultaten skulle ta tre timmar. Deltagarna bestod av de 30 företag som valts ut i samråd med chefen i den lokala turismorganisationen.

Inbjudan till fokusgrupperna gick till enligt följande: Fyra veckor innan de planerade mötena skickade vi ut ett informationsbrev (se figur 1) som informerade om hur vi gjort urvalet, om forskningsprogrammet inklusive [www-länk](#), att medverkan var frivillig samt gav förslag på datum och tider för möten. Med start tre veckor innan mötena sökte vi samtliga företag via telefon. Vid svar gav vi en kort presentation av projektet och frågade om intresset att medverka. De intresserade bokades in och informerades om vikten av att meddela eventuell frånvaro. Vid inbokningen strävade vi efter en blandning av verksamhetsinriktningar på företagen, dels för att få en större bredd i diskussionerna, dels för att vi bedömde det vara svårt att hålla grupperna temainriktade när intresset att medverka i de olika grupperna var okänt. Vi bemötte önskemål om att inte samtidigt boka konkurrerande företag. Vi skickade ut ett bekräftelsebrev, med datum, plats och tid för mötet samt en stimulusbild, se figur 2, en vecka innan mötena. Stimulusbildens syfte var att väcka frågor och den användes även under fokusgruppsmötena.

Från de totalt 30 utvalda företagen bokade vi in tretton personer in vid två intervjutillfällen, se tabell 1. Till mötena kom totalt åtta (fem + tre) personer. Vi fick fem avhopp.

Intervjuerna leddes av en forskare, medan ytterligare en antecknade. Vi spelade även in intervjuerna på bandspelare, vilket deltagarna accepterade. Inledningsvis klargjorde vi att det i avrapporteringen från intervjuerna inte skulle framgå vilka uttalande som vilken person gjort samt att det inte fanns rätta eller felaktiga svar. Företagarna uppmanades tänka utifrån vad de ville göra och inte vad man (dvs. någon annan, samhället), borde göra. Hela intervjuguiden redovisas i figur 3.

Tabell 1 Redovisning av antalet utvalda företag, samt antal som nåddes via telefon, bokades in och närvarande vid fokusgruppsmöte respektive uppföljningsmöte.

	Antal personer	
	Fokusgrupp	Uppföljningsmöte
Utvalda företag	30	30
Inbjudna via ytpost	30	30
Nådda via telefon	25	6 ¹
Inbokade på möten	13	3
Närvarande på möten	8	3

¹ De som tidigare bokats in för fokusgrupper söktes via telefon.

Utifrån de samtal som fördes under fokusgruppsintervjuerna identifierade vi faktorer som den enskilde företagaren inte kan påverka och som var viktiga för företagarna då de fattar långsiktiga beslut om sin verksamhet. Vi gick systematiskt igenom materialet och identifierade externa faktorer.

Vid intervjutillfällena informerade vi om att vi skulle presentera resultatet vid ett uppföljningsmöte sex veckor senare. Knappt två veckor innan uppföljningsmötet skickade vi ut inbjudningsbrev till samtliga 30 företag som valts ut till intervjuer, med ett särskilt formulerat brev till dem som medverkade i fokusgrupperna. Efter förslag från fokusgruppsdeltagarna kontaktade vi två personer på kommunen som ansvarade för näringslivsfrågor respektive planärenden. Båda två var intresserade men hade tyvärr inte möjlighet att delta. Dagarna innan mötet kontaktade vi fokusgruppsdeltagarna per telefon. På uppföljningsmötet närvarade tre personer samt kommunens turistchef.



5 september 2008

Hur tänker du kring framtidsfrågor för ditt företag?

Ditt företag bidrar till varumärket Österlen. Därför har vi, med hjälp av turistbyrån i Simrishamn, valt ut det till en undersökning om turistföretag i Simrishamn och deras anpassning till klimatförändringarna. Inom turismsektorn kan förändringarna, såsom ett varmare klimat, exempelvis leda till ändrade aktiviteter och resemonster. För dig som turistföretagare ger det ändrade förutsättningar och nya möjligheter.

Som en del i ett större forskningsprojekt vill vi höra hur du och andra turistföretagare tänker kring framtidsfrågor för era företag. Med grund i era tankar utveckla vi därefter ett material som ska hjälpa dig och andra att utveckla era företag. Naturligtvis bjuds de som medverkat i diskussionerna in till en redovisning där ni får höra om resultaten och där möjligheter ges till synpunkter. Den presentationen ges i slutet av året. I den redovisning som görs av arbetet kommer det inte att gå att koppla uttalanden med enskilda företag. Deltagandet är frivilligt, men vi hoppas att du vill delta i arbetet.

För att få del av din och andra företagares tankar bjuder vi in till en diskussion i en mindre grupp, en diskussion som tar cirka två timmar och sker i en lokal i Simrishamn. Vi erbjuder fyra tider för diskussioner, tisdagen den 7 oktober kl 19-21, onsdagen den 8 oktober kl 9-11, 14-16 eller 19-21. Vi vill att den person som kommer till diskussionen är den i företaget som fattar beslut rörande framtiden. Vi ringer din om cirka en vecka för att höra om någon av tiderna passar. Om du efter denna kontakt skulle få förhinder är det viktigt att du meddelar oss, då undersökningens resultat annars äventyras.

Undersökningen är en del i forskningsprogrammet Climatools, ett forskningsprogram som utvecklar verktyg som ska hjälpa beslutsfattare att anpassa vårt samhälle till konsekvenserna av klimatförändringen, se hemsidan www.climatools.se. Forskningen finansieras av Naturvårdsverket och utförs av FOI (Totalförsvarets forskningsinstitut), Umeå universitet, Uppsala universitet och KTH (Kungliga Tekniska Högskolan) tillsammans.

Välkommen!

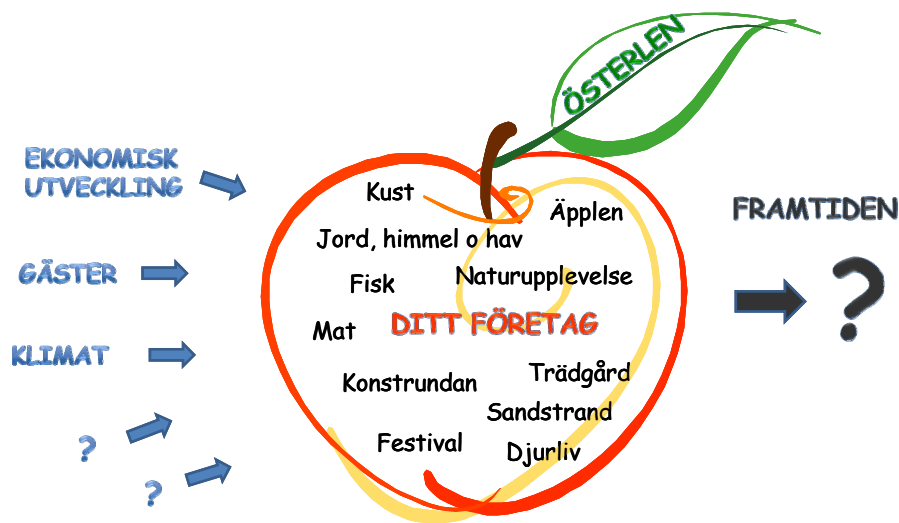
Karin Mossberg Sonnek, Dr
Ansvarig för delstudien turismföretagare
Tel 08 5550 37 94
karin.mossberg@foi.se

Lisa Hörnsten Friberg, Dr
Tel 08 5550 37 92
lisa.hornsten@foi.se

Om du har frågor eller synpunkter på undersökningen är du välkommen att kontakta oss.

Postadress 4 90 Stockholm	Besöksadress Gullfossgatan 6, Kista	Telefon 08-555 030 00	Fax 08-555 031 00	registrator@foi.se www.foi.se
------------------------------	--	--------------------------	----------------------	--

Figur 1, Informationsbrev som skickades till de 30 utvalda turismföretagarna.



Figur 2. Stimulimaterial som delades ut i förväg de till de företagare som deltog i fokusgruppsintervjuerna.

Inledande frågor

1. Har ni någon målbild (vision, idealbild, drömbild) för ert företag?
2. Är ni där i dag eller hur lång tid skulle det kunna ta att komma dit?
3. Hur lång tid framöver känns det över huvud taget möjligt att tänka för målbilden för ert företag?

FOKUSFRÅGA

(GRUPP 1) Vad skulle ni vilja veta för att kunna planera?

(GRUPP 2) Vilka faktorer tror du påverkar hur ditt företag ser ut om 20 år?

Följdfrågor: (Hur påverkar ...?)

- Typ av gäster (svenska/utländska gäster, privat-/affärgäster, demografi, livsstilmönster)
- Ekonomisk omgivning: Valutakurs, EU-stöd, landsbygds politik, Skatteregler, energikostnad
- Klimat
- Infrastruktur

Figur 3. Intervjuguide under fokusgrupperna

Bilaga 3

Framtidsbilder — tre bilder av ett framtida

Österlen

Då vi presenterade framtidsbilderna delade vi ut en sammanfattning av de socioekonomiska scenarierna (första sidan för varje beskrivning av scenarierna A, B och C). De lite längre beskrivningarna delade vi ut efter mötet. Klimatet i Skåne hölls konstant i alla tre framtider och redovisades separat (nedan).

Klimatet i Skåne 2030

Klimatet i Skåne 2030 jämfört med referensperioden 1961-1990²²:

- **Genomsnittstemperaturen** ökar med:
 - 1,6 °C under sommaren
 - 2,4 °C under vintern
- **Nederbörden ändras** enligt:
 - -10 % under sommaren
 - +25 % under vintern
- **Antalet dagar med nederbörd över 10 mm ökar** från 20 till 25.
- **Snön minskar** och det blir 12 färre dagar med snö i genomsnitt per år. Den maximala snömängden under ett år kommer att minska med hälften
- **Havsnivån höjs** med 10 cm²³
- **Sista frosten på våren** inträffar 15-20 dagar tidigare
- **Vegetationsperiodens längd** ökar med 1,5 månader

Sammanfattning:

- Medeltemperaturen på vintern förväntas öka mer än på sommaren.
- Vi kan förvänta oss blötare vintrar och torrare somrar.
- Intensiteten i regnen förväntas öka.

Klimatets påverkan på turismen²⁴

Direkt påverkan på sommarturismen:

- **Sommarsäsongen förlängs** (gynnar bad, camping, vandring och golf)
- **Badtemperaturerna blir behagligare** längs kuster och i insjöar. Vattentemperaturen längs kusten ökar 1 grad alla årstider

²² Om inte annat anges så är uppgifterna tagna från www.smhi.se, 2008-11-01

²³ Carlsen och Parmhed 2009, s. 30

²⁴ Klimat- och sårbarhetsutredningen

Indirekt påverkan på sommarturismen:

- **Landskapet kan förändras** med nya träd och växter, **fler fästingar/andra djur**
- **Risk för erosion**, kan förstöra stränder som idag är populära
- **Sommarturismen vid Medelhavet antas minska** då temperaturerna ökar och färskvattentillgången minskar. Detta medför en ökning av turister till Östersjöområdet. Samtidigt stannar fler svenskar kvar i Sverige på sommaren.

Svårigheter:

- **Ansträngda vattenresurser och försämrad vattenkvalitet** kan bli ett stort problem, särskilt som jordbruket kan behöva öka bevattningen.
- ”Lyckligt lottade” turismdestinationer kan komma att se **överbeläggningar, köbildning och trängsel** och därmed belastningen på miljön.
- **Algblomning** kan ställa till problem. Rent vatten fritt från algblomning är en viktig konkurrensfördel i kampen om internationella turister.

Österlen 2030

A. Många mindre turistföretag året runt

Beskrivning

Varma torra somrar på Österlen, regnigare vintrar än förr.
Mer oväder

Resmålet

Österlen ett attraktivt resmål, både sommar och vinter
Fler gäster sommarsäsong (något) och vintersäsong (mycket)
Stark lokal turismorganisation driver utvecklingen av Österlen.
Problem sommartid med badförbud och vintertid med återkommande, kraftiga regn

Gäster

Höga kostnader för bensin och flyg
Stor andel svenska gäster
Utländska gäster främst från Östersjöländer

Kommunen

Utbyggd kollektivtrafik och cykelbanor
Kommunen en aktivt drivande stötta för företagarna
Lika många permanentboende som 2008, men högre andel äldre

Beskrivning

Europa har haft en svag ekonomisk utveckling. Trots det har ett internationellt handelssystem införts för utsläppsrätter som även inkluderar transporter. Kostnaden för att flyga har därför ökat kraftigt under den senaste 20-årsperioden. De höga kostnaderna för flygresor medför att upptagningsområdet för utländska resenärer primärt är länderna runt Östersjökusten, även om resandeströmmarna går mot norra Europa för att temperaturerna kring Medelhavet ökar sommartid. Dyra flygresor innebär också att svenskar i mycket större utsträckning än för några decennier sedan väljer att semestra i Sverige istället för utomlands.

Österlen är ett attraktivt resmål både sommar och vinter. Sommarsäsongen är det något fler gäster än 2008, medan vintersäsongen har ökat stort. Genom samarbete mellan turismföretagen har man kunnat utveckla Österlen trots problemen med en algbloomning som gör att gästerna sällan kan bada sommartid, och de allt oftare återkommande, kraftiga regnen som har kommit att prägla vintersäsongen.

Den lokala turismorganisationen är stark och driver utvecklingen av Österlens attraktion och koordinerar entreprenörerna. Kommunen arbetar aktivt för att stötta och röjer hinder ur vägen för företagarna.

Priset på bensin har höjts kraftigt och antalet bilar per invånare har sjunkit, både i Europa och i Sverige. För att möta invånarnas önskemål har regionen och kommunen byggt ut kollektivtrafik och cykelbanor under de senaste 10 åren.

Befolkningen i Simrishamn är lika stor som 2008, dvs 19 000 personer, men de unga 0-18 år har minskat med 500 personer till 3200, de arbetsföra har minskat med 1500 till 8 800, medan de äldre, över 65 år, har ökat med nästan 2 000 personer till 7 000.

Österlen 2030

B. Ett dominerande turistföretag under sommarsäsongen

Klimat

Varma torra somrar på Österlen, regnigare vintrar än förr
Mer oväder

Sommarsäsongen dominerar stor aktör som driver utvecklingen av Österlen

Fler gäster sommartid än 2008

Mycket strandliv

Varmt och torrt väder

Målgrupp är friska, äldre, välbärgade européer

Goda inkomster för många turistföretagare sommartid

Vintersäsongen har många turistföretag stängt

Färre gäster vintertid än 2008

Ingen organiserad koordinering av vinterföretagen

Svenskar och övriga européer reser med flyg någon gång per år

Influgna stannar ofta längre på Österlen jämfört med 2008

Färre unga och arbetsföra permanentboende

Beskrivning

Den ekonomiska utvecklingen i Europa har varit medelgod under de senaste åren. Detta har gjort att aktören Holiday Homes valt att investera i boende-anläggningar och ett Wellness-land, med sund mat, fysisk aktivitet och spa. Målgruppen för anläggningarna är till stor del pigga, äldre, välbärgade européer som upplever Österlens varma torra somrar och vackra natur som ett attraktivt alternativ till Medelhavets numera brända landskap. Strandlivet blommar.

Holiday Homes är numera en så dominerande aktör att de helt driver utvecklingen och koordineringen av resmålet Österlen under sommarsäsongen, en säsong som förlängts och varar från maj till september. Under sommarsäsongen har gästerna blivit betydligt fler de senaste 20 åren och ger goda inkomster till många turismföretagen.

Under vintersäsongen stänger Holiday Homes sina anläggningar, liksom flera andra av ortens turismföretag. De företag som bedriver verksamhet under vintersäsongen arbetar utan någon organiserad koordinering. Antalet gäster vintertid, som har varit likartat de senaste decennierna, börjar nu minska.

Energipriserna är högre än för tjugo år sedan, men det är fortfarande möjligt och attraktivt för en stor andel av befolkningen i såväl Sverige som i övriga Europa att resa med flyg någon gång per år. För att utnyttja resan maximalt stannar influgna gäster en längre tid på Österlen jämfört med 2008. Svenska turisternas besök har däremot inte ökat i längd.

Karaktären på kommunens arbete kan betecknas som reglerande och inte så aktiv. Den spårbundna trafiken och kollektivtrafiken är ungefär på samma nivå som 2008. Överkomliga energipriser har inte skapat något tryck på utbyggnad.

Kontrasten mellan antalet människor som befinner sig i kommunen sommar och vinter är stor. Underlaget för skolor och annan service har minskat. De små möjligheterna för turismföretagen att få helårsinkomster från sina verksamheter har bidragit till utflyttningen av Österlen.

Befolkningen i Simrishamn har totalt sett minskat med fem procent sedan 2008, och är nu 18 000 personer. Minskningen återfinns bland de unga och de arbetsföra, medan antalet äldre, över 65 år, ökar. Unga 0-18 år har minskat med 1 200 personer till 2 500 och arbetsföra har minskat med 2 300 till 8 000. De äldre, över 65 år, har ökat med 2 500 personer till 7 500.

Österlen 2030

C. Få turismföretag och inflyttning

Klimat

Varma torra somrar på Österlen, regnigare vintrar än förr
Mer oväder

Resmål

Litet intresse att arbeta med turism
Framgångsrika företag finns, vars produkter också attraherar boende i området
Färre traditionella turister (både vinter och sommar jämfört med 2008)
En svag turismorganisation arbetar med att marknadsföra Österlen
Lite samarbete mellan företagen

Gäster

De flesta gästerna kommer från Malmö/Köpenhamnregionen
Korta resor på några dagar dominerar
Direktåg till Malmö på 45 minuter
Inom Österlen används bil

Kommunen

Simrishamn en del av storstadsregionen Malmö
Inflyttning till kommunen
Mycket nybyggnation i (främst) attraktiva lägen
Stormar och högvatten gör att skyddade områden inåt land upplevs attraktiva
Kommuns söker bevara karaktär och samtidigt expandera

Beskrivning

Den ekonomiska utvecklingen är och har varit hög de senaste åren, vilket mest gynnat storstadsregionerna. Där ingår Simrishamn numera, vars befolkning ökat kraftigt. Österlen har blivit en attraktiv plats att bo på även för dem som arbetar i Malmö. Inflyttningen, främst från Malmö, satte igång på allvar när Ystads- och Österlenbanan förseddes med dubbelspår och rustades så att det blev möjligt att nå Malmö på 45 minuter med direkttåg från Simrishamn.

Markpriserna har ökat och det finns tryck på kommunen att tillåta byggnation attraktiva lägen. De numera återkommande extrema högvattnen och kraftiga höststormar har dock bidragit till att mer skyddade områden inåt land upplevs attraktiva.

Folk har fortfarande råd och föredrar att använda bilen. Det mesta på Österlen är uppbyggt kring bilister. Det innebär att de flesta gästerna kommer från närområdet och kan unna sig ett flertal korta resor per år.

Intresset för att arbeta med turism har minskat, men det finns framgångsrika företag. Flera av dem har verksamheter som också attraherar boende i området, ibland med mer storstadsprägel. Det spelar därför inte så stor roll att vintrarna är mer regniga än förr, eller att oväder med storm, hagel och högvatten blivit vanligare.

Samarbetet mellan turistföretagen är dåligt. Det finns en turismorganisation som arbetar för företagen men som har en svag ställning och huvudsakligen arbetar med att marknadsföra Österlen.

Kommunen arbetar för att bevara Österlens karaktär samtidigt som befolkningen växer och bebyggelsen breder ut sig.

Befolkningen i Simrishamn har ökat med 3 000 personer från 2008, och är nu 22 000 personer. Inflyttningen har gällt arbetsföra, men också unga. Sedan 2008 har de unga 0-18 år ökat med 300 personer till 4 000, de arbetsföra ökat med 700 till 11 000. De äldre, över 65 år, har ökat med nästan 2 000 personer till 7 000.

Bilaga 4

Demografi i Sverige och Europa 2030

För demografiska data till omvärldsfaktorerna lokalsamhällets och Europa-marknadens demografi användes befolkningsstatistik från SCB och EU-kommissionen, se tabell 1 och 2.

Tabell 2. Befolkning i Simrishamn år 2008 och 2030 samt procentuell förändring i Simrishamn och hela riket (2008-2030) redovisat per åldersgrupp (källa: SCB, 2008a och 2008b).

Ålders- grupp (år)	2 008 (Simrishamn)	2 030 (Simrishamn)	Förändring i Simrishamn (2008-2030)	Förändring i hela riket (2008-2030)
0-24	4 803	4 210	-12%	+6%
25-64	9 295	7 984	-14%	0%
65-74	2 638	3 258	23%	+28%
75+	2 539	3 823	51%	+52%

Tabell 2. Procentuell förändring för olika åldersgrupper i EU25 mellan 2010 och 2030 (källa: Europakommissionen, 2005). EU25 = Belgien, Frankrike, Italien, Luxemburg, Nederländerna och Tyskland, Danmark, Irland och Storbritannien, Grekland, Portugal, Spanien, Finland, Sverige, Österrike, Cypern, Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, Slovakien, Slovenien, Tjeckien och Ungern.

Ålders- grupp (år)	Förändring i EU25 (2010-2030)
0-14	-9%
15-24	-12%
25-39	-16%
40-54	-10%
55-64	+16%
65-79	+37%
80+	+57%

Bilaga 5

Intervjuguide uppföljning

Uppföljning av scenariopresentationen på Österlen i nov 2008.

Intervjuguide

- 1) Har du tänkt på framtiden för ditt företag sedan vi sågs?
- 2) Har du tänkt på hur klimatförändringarna påverkar verksamheten för ditt företag?
- 3) Tror du att presentationen av framtidsbilderna i november har påverkat ditt sätt att tänka?
- 4) Tror du att framtidsbilder kan få företag att bli bättre förbereda för klimatförändringarna?
- 5) Hur tror du annars man kan (alt. finns det andra sätt att) få turistföretag att förbereda sig inför klimatförändringarna?