Hållbarhet – värt att betala för?

NORSKA, SVENSKA OCH DANSKA RÖSTER OM HÅLLBART RESANDE

NORWAY
POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

© Mattias Fredriksson / Fjord Norway

Jan 2019

INNEHÅLL

VARFÖR EN RAPPORT OM HÅLLBART RESANDE? 3

SKANDINAVERNAS TANKAR OM HÅLLBARHET 4

HÅLLBARHET = MEST MILJÖFOKUS 4

MÅNGA SÄGER SIG SE ANNORLUNDA PÅ HÅLLBARHET NU 7

HÅLLBARHETSMÄRKNING GER HÖGRE BETALNINGSVILJA 10

MILJÖVÄNLIG RESA TILL OCH FRÅN DESTINATIONEN ALLT VIKTIGARE 12

BÄTTRE INFORMATION VIKTIGT FÖR ATT FÅ FLER ATT RESA HÅLLBART 15

PÅ DESTINATIONEN ÄR TRYGGHET, SOPSORTERING OCH LOKAL KULTUR VIKTIGAST 17

DEN OFFICIELLA HEMSIDAN ÄR FORTFARANDE VIKTIG! 19

KONSUMENTIDÉER OM HÅLLBARA RESMÅL 21

OM KAIROS FUTURE 38

NORWAY
POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

© Mattias Fredriksson / Fjord Norway

VARFÖR EN RAPPORT OM HÅLLBART RESANDE?

Det globala resandet ökar kontinuerligt. Baserat på utvecklingen de senaste åren och de ekonomiska utsikterna framåt räknar världsturismorganisationen UNWTO med en tillväxt av internationella resor på 3-4% för 2019 – i linje med tillväxttrenden hittills. För destinationer världen över gäller det att planera för en hållbar utveckling – själva förutsättningen för att bevara attraktionskraften!

Innovasjon Norge arbetar aktivt med utveckling och marknadsföring av Norge som turistdestination. En del av arbetet är att förstärka positionen bland existerande och nya målgrupper. I takt med det ökande behovet av hållbarhetsarbete har Innovasjon Norge utvecklat en standard och en arbetsprocess för hållbara resmål. De första destinationerna certifierades 2013 och år 2019 certifieras 15 destinationer medan ytterligare 20 destinationer jobbar för ett godkännande.

Som inspel till det arbetet utförde konsult- och omvärldsanalysföretaget Kairos Future AB under december 2018 och januari 2019 en befolkningsrepresentativ enkätundersökning om norrmän, svenskar och danskars syn på hållbarhet och resande. 1100 respondenter i åldrarna 18–74 tillfrågades om deras syn på hållbarhet och resande. Därtill engagerades 1400 självrekryterade konsumenter från de tre länderna i en idéutmaning där de fick skapa idéer på temat "marknadsföring av hållbara resmål". Idéutmaningen utfördes online i innovationsplattformen Cotunitys verktyg Ideation Lab.

Den här rapporten sammanfattar resultaten. Som alltid när det gäller teman där det finns något som kan betraktas som socialt önskvärt, där respondenterna kan känna sig motiverade att svara "rätt" istället för "sant", bör resultaten tas med en nypa salt. Vi vet t.ex. att andelen som säger sig vilja klimatkompensera är betydligt högre än de som faktiskt gör det. Resultaten visar ändå vilka frågor som befolkningarna i Norge, Sverige och Danmark anser vara viktigast och på vilket sätt de gärna vill handla annorlunda.

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

© Christian Roth Christensen / Visitnorway.com

SKANDINAVERNAS TANKAR OM HÅLLBARHET

HÅLLBARHET = MEST MILJÖFOKUS

Världsorganistionen för turism, UNWTO, definierar hållbar turism baserande på miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet.

I linje med UNWTO:s definition av hållbar turism har Innovasjon Norge tagit fram och arbetar med *Merket for Bærekraftig reisemål*. Denna certifiering ger en vägledning för destinationer i arbetet att öka hållbarheten ur både socialt, ekonomiskt och ekologiskt perspektiv.

Enkäten visar dock att det är främst miljön som hamnar i fokus när skandinaverna tänker på hållbarhet. Vanliga teman som kom upp var återvinning, klimatet, resande utan miljöpåverkan och vikten av att konsumera mer kvalitet jämfört med kvantitet.

Citaten illustrerar tankar av såväl konceptuell karaktär som konkreta insikter i hur det egna beteendet behöver förändras.

"Når jeg hører ordet bærekraft så tenker jeg på bærekraftig utvikling som tar sikte på å ikke ødelegge muligheter for kommende generasjoners behov. Behovene dekker økonomiske, sosiale, institusjonelle og miljømessige sider ved menneskelige samfunn."

"En eksistens i samsvar med naturens evne til produksjon og restitusjon."

"Att bygga ett samhälle som fungerar över sikt, att arbeta för att miljön/jorden ska hålla, att tänka på sakers hållbarhet vid tillverkning."

"Reflektere at jordkloden ikke er et "uudtømmeligt køleskab" men en levende organisme med begrænsede recourser, der skal fordeles på en måde så der er nok til alle, ikke kun nuværende men også fremtidige generationer."

© Christian Roth Christensen / Visitnorway.com

"Jeg tenker på at de økonomiske, sosiale og miljømessige konsekvenser blir vurdert, før et nytt produkt blir markedsført."

"Genbrug. Undgå madspild. Ryd op efter dig i naturen. Begræns brug af plastik."

"Att agera på ett sätt som inte påverkar miljön på ett medvetet sätt såsom flyga mindre, använda kollektivtrafiken, konsumera mindre och använda de man har istället för att köpa nytt."

"Tänka på alternativ på de vi gör idag för att minska klimatpåverkan och bidra till forskning som hittar alternativ som minskar/påverkar mindre på miljön."

"At vi ikke skal hente grøntsager på den anden side af jorden."

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

© Christian Roth Christensen / Visitnorway.com

Figur 1. Illustration av öppna svar på frågan "Vad tänker du på när du hör ordet hållbarhet?" för svenskar, norrmän och danskar.

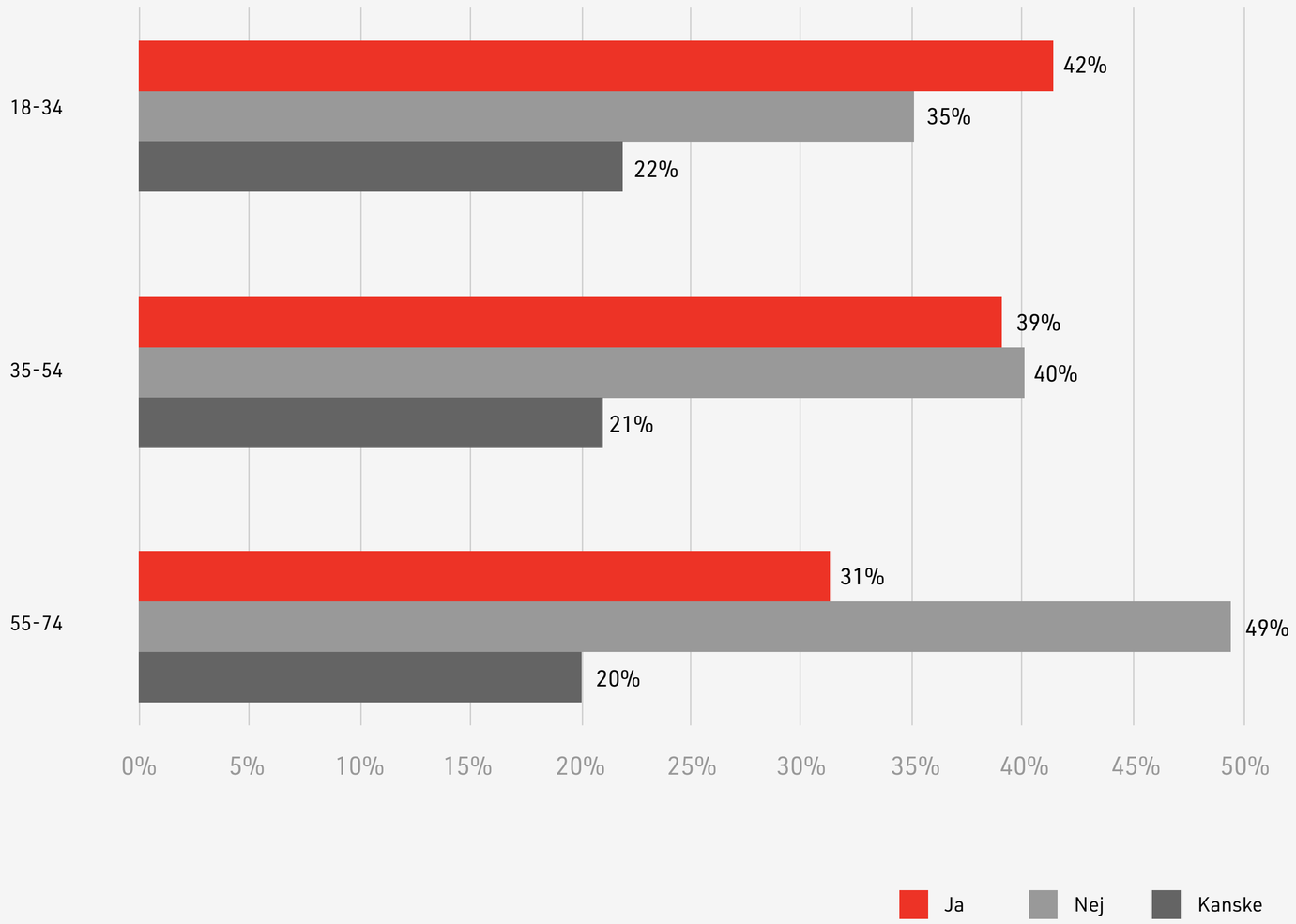
MÅNGA SÄGER SIG SE ANNORLUNDA PÅ HÅLLBARHET NU

Många, främst yngre och människor i storstäder, uppger sig ha ändrat syn på vad hållbarhet är under de senaste åren. Men även en tredjedel av de lite äldre och de som bor i en mindre ort/i glesbygd håller med.

Som orsak till den förändrade inställningen nämner man all information på temat hållbarhet och miljö, men även personliga upplevelser med värmeböljor och skogsbränder. En omsorg om kommande generationer är ett återkommande tema.

Fråga:

HAR DU DE SENASTE TRE ÅREN BÖRJAT SE ANNORLUNDA PÅ HÅLLBARHET?



NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

HÅLLBARHET MER AKTUELLT I SVERIGE?

De flesta skandinaver (runt 40% i såväl Sverige som Norge och Danmark) är eniga om att de inte har ändrat sin syn på hållbarhet de senaste åren. Men när det gäller de som anser att de faktiskt har ändrat syn utmärker sig svenskarna, här är andelen som säger sig se annorlunda på hållbarhet högre än de som inte gör det. Aktualiseringen av temat, både privat och på jobbet, uppges som orsak och många refererar till klimatförändringarna:

"Att klimatet märkbart håller på att förändras. Värmeböljor, skogsbränder etc."

Andra menar att det har blivit en plånboksfråga: "Enkelt svar, sophämtningen förändrades och bränslepriset steg".

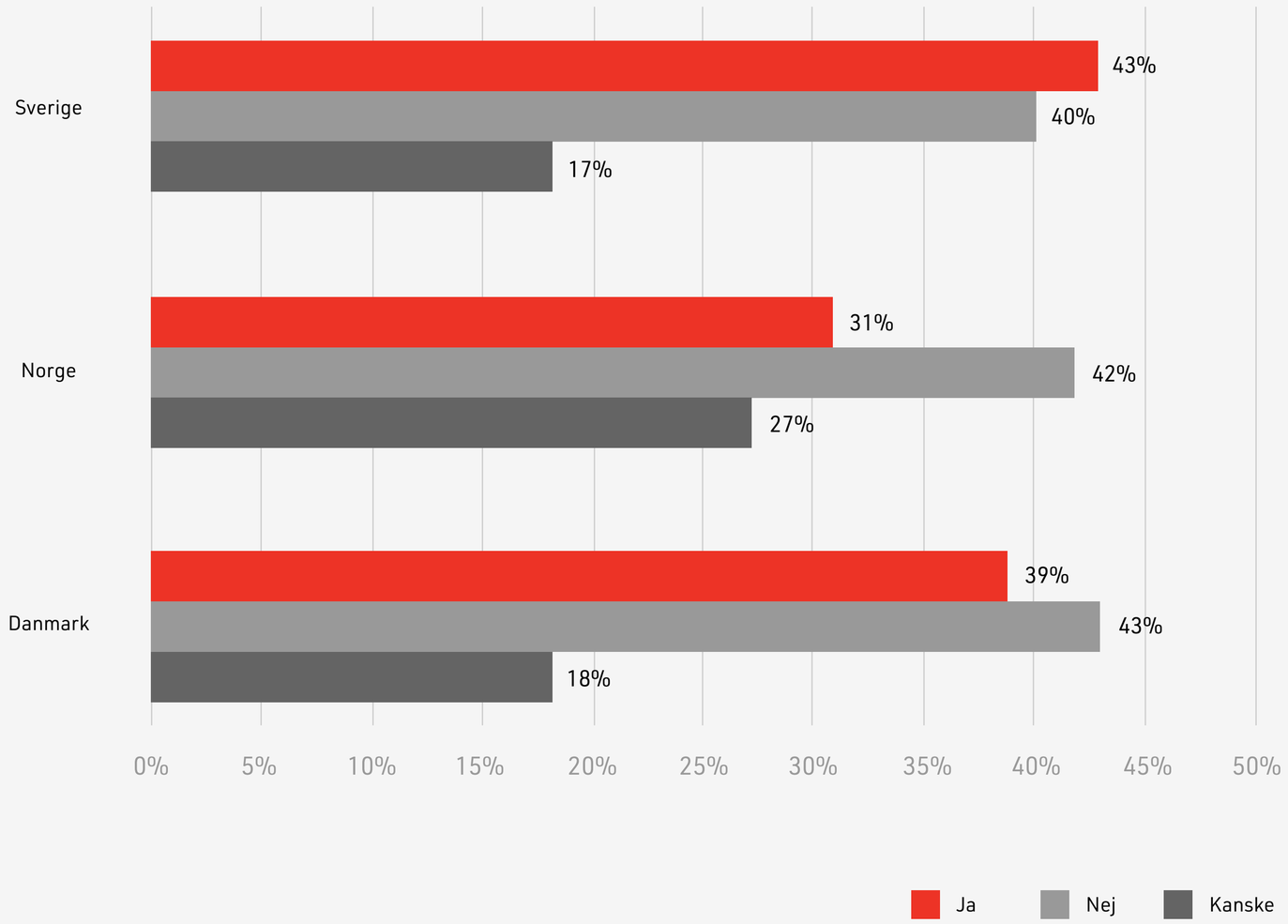
Norrmän och danskars mer konstanta syn på hållbarhet kan betyda att de är mindre trendkänsliga på området, men även att hållningarna funnits där längre.

"Jeg ser ikke annerledes på bærekraft, jeg har tenkt dette siden jeg var 14 år."

"Min holdning er ikke ændret så meget, jeg er vokset op på landet hvor vi altid selv dyrkede vores afgrøder, slagtede selv vores dyr, og sparede på vand varme og forbrug i det hele taget. Jeg synes faktiskt at det først er nu at folk kopierer den måde vi levede på."

Fråga:

HAR DU DE SENASTE TRE ÅREN BÖRJAT SE ANNORLUNDA PÅ HÅLLBARHET?



"Klimakrisen, økt fokus og bevisstgjøring i media."

"Der er kommet større fokus på emnet i medierne, så jeg er blevet mere oplyst."

"At det generelt er mer allment akseptert og vanlig å tenke miljøvennlig, både med media og enkeltpersoner, både barn og voksne. Det er også mange flere nøytrale kilder som refererer til ting som gjør at jeg tenker at vi nå for alvor burde begynne å tenke på miljøet."

"Grunnen til at jeg ser annerledes på bærekraft er fordi jeg ser de store ødeleggelsene i naturen vi mennesker forårsaker."

"Att klimatet märkbart håller på att förändras. Värmeböljor, skogsbränder etc."

"Är mycket inspirerad av olika influencers, såsom Therese Lindgren som är vegan och som försöker leva på ett hållbart sätt som funkar för henne."

© Benjamin A. Ward / Visitnorway.com

HÅLLBARHETSMÄRKNING GER HÖGRE BETALNINGSVILJA

Den nya inställningen till hållbarhet verkar även ge avtryck i inställningen till konsumtion. Särskilt kvinnor säger sig välja hållbarhetsmärkta produkter och tjänster generellt – även om de kostar mer. Hela 41%, att jämföra med 32% bland männen. Från tidigare undersökningar vet vi dock att dessa siffror ska tas med en nypa salt. Till syvende och sist verkar konsumenterna inte riktigt leva upp till sina intentioner.

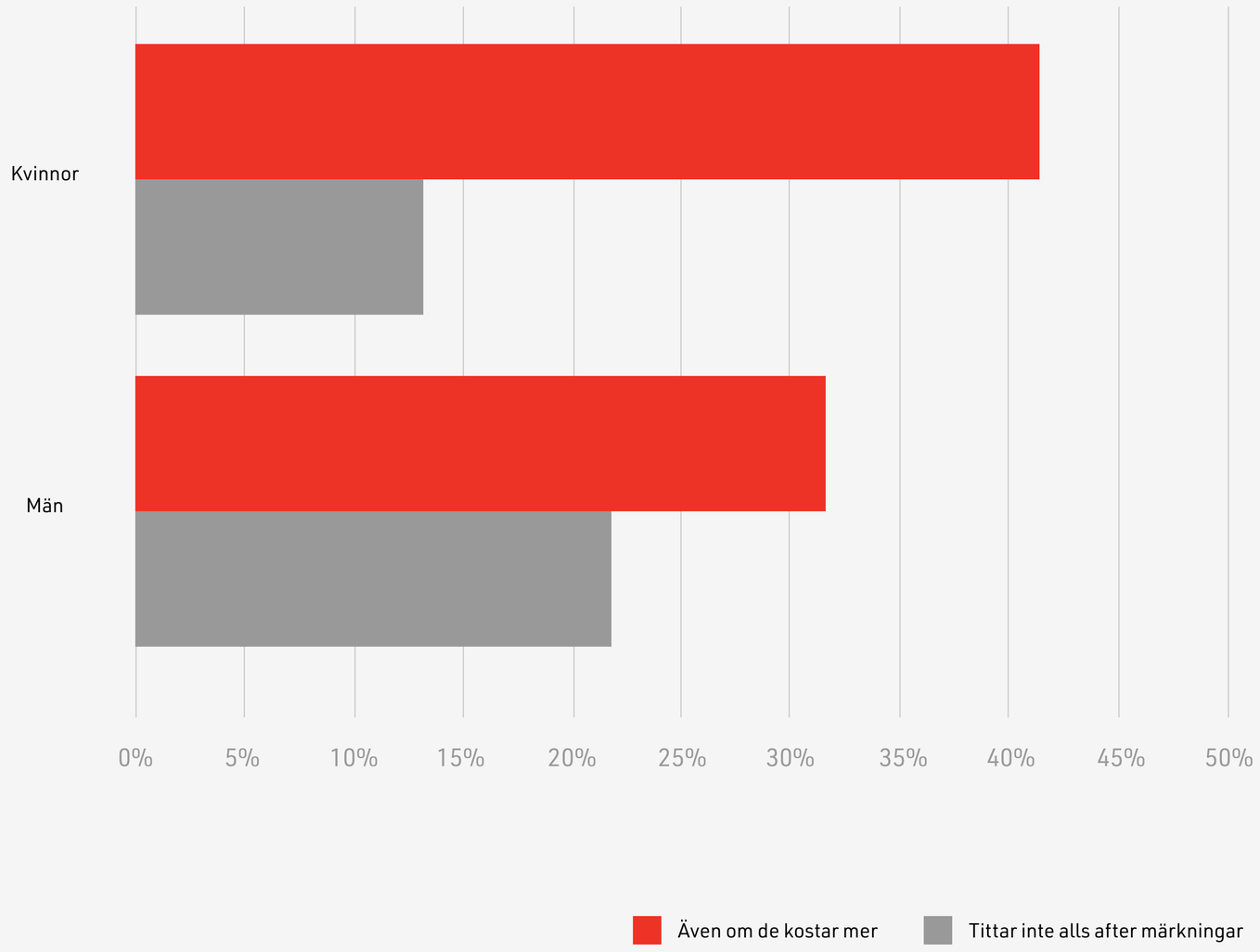
Endast en liten del av kvinnorna tittar inte efter märkningar, bland männen är det nästan dubbelt så många som inte bryr sig.

Det finns också stora skillnader i svarsbeteende mellan de olika länderna. Svenskar är klart tydligast inställda på att konsumera hållbart även om det kostar mer (46%) medan norrmän är betydligt mer skeptiska (25%) och ofta inte alls tittar efter hållbarhetsmärkning (28%).

Det bör dock påpekas att siffrorna visar inställning till konsumtion, inte faktiskt beteende. Men en indikator ser man för den faktiska konsumtionen av ekologiska livsmedel där Danmark och Sverige har högst andel i världen enligt Ecowebs trendrapport 2017.

Fråga:

JAG VÄLJER PRODUKTER OCH TJÄNSTER SOM ÄR HÅLLBARHETSMÄRKTA.



NORWAY POWERED BY NATURE

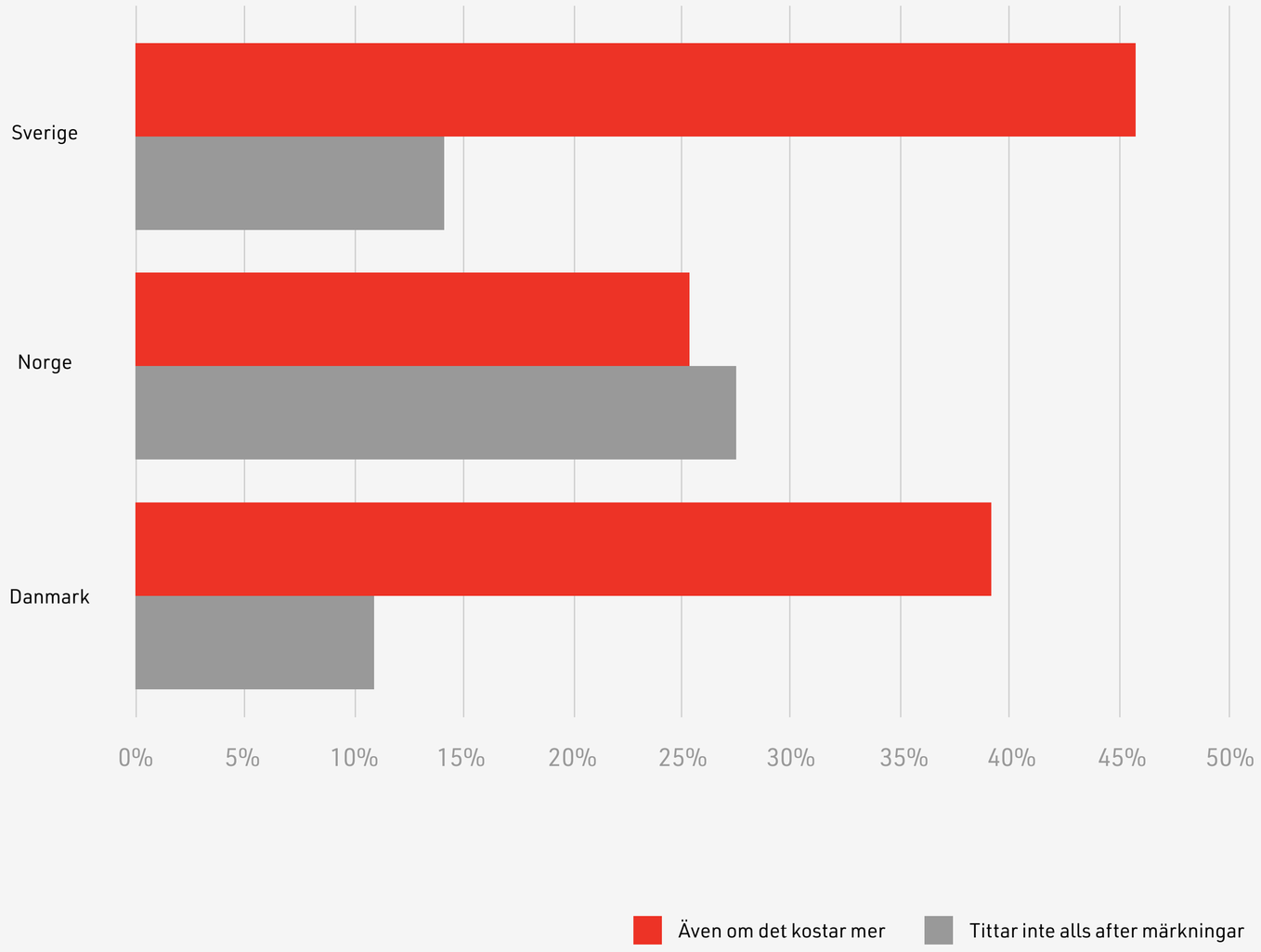
KAIROS FUTURE

Just maten hamnar i fokus när skandinaverna ska rangordna när det känns viktigast att göra hållbara val. Men även kläder och accessoarer lyfts fram, liksom avfallssortering. Resor hamnar däremot ganska långt ner på listan. Semesterresan har en speciell roll i människors liv. Man utsätter sig själv för större risker på semestern och verkar även mer benägen att bortse från klimatpåverkan. (Källa: Kairos Travel Trend Report 2016)

"[...] det flygs för mycket och ingen vill minska på det utan folk klagar på bilar och kor men flyger på charter flera gånger om året. Man måste vara bättre på att se helheten och inte vara en ängel 11 månader om året för att få "unna " sig egentid i solen."

Fråga:

JAG VÄLJER PRODUKTER OCH TJÄNSTER SOM ÄR HÅLLBARHETSMÄRKTA.



NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

MILJÖVÄNLIG RESA TILL OCH FRÅN DESTINATIONEN ALLT VIKTIGARE

När respondenterna fick frågan "Vad innebär ett hållbart resmål för dig?" blev det tydligt att resan till destinationen är central ur ett hållbarhetsperspektiv. Vid genomgång av fritext ser tre företrädande teman som ofta går in i varandra:

1. Miljövänlig resa både dit och på plats

Här handlar svaren om att man hellre väljer tåg eller buss istället för flyg. Att man semestrar i eget land eller annat land i närheten och undviker långresor.

2. Inget överutnyttjande av resurser

Att hotellet är miljövänligt med textilier, rengöring, hygienprodukter mm, liksom att maten är närproducerat och att personalen har dräglig arbetsmiljö med skälig lön.

3. Att destinationen jobbar för hållbarhet för både besökare och bofasta

Här handlar resonemangen om äkthet, autenticitet och vikten av att resmålet använder sig så mycket som möjligt av det lokala utbudet. Man vill att pengarna man spenderar ska gå så långt som möjligt till lokalsamhället.

"Absolut inte flyg. Är dykare och brukade årligen flyga världen över för att hitta den bästa dykningen, men har inte flygit ALLS de senaste 5åren."

"At reisen og oppholdet ikke skader miljøet."

"Åka kollektivt, åka tåg. Vid flygresor så betala för koldioxidutsläppen".

"Det går an å reise dit uten å fly og det går an å leve nøkternt der."

"Att det finns ett helhetstänk från a till b"

"At befolkningen, dyr og mennesker ikke udnyttes og at der tænkes i ikke at forurene og ødelægge naturen."

"Bæredygtigt hotel, lokalt køkken."

"Å beskytte naturen og kulturen der en reiser. Samtidig bidra til at lokalsamfunn kan leve av turismen."

© Christian Roth Christensen / Visitnorway.com

"Det er nytt for meg! Tenker umiddelbart på Venezia og Firenze der det nå innføres stive bøter for å spise smørbrød på gaten for å få bukt med for mye turisme. Tenker så på at turister kan ødelegge og bryte ned kulturminner (Stonehenge eller Colosseum som eksempler). Først i tredje rekke tenker jeg miljø generelt. Da tenker jeg at det er reisemål som kanskje ikke involverer bruk av fly (fordi de er miljøverstinger) eller reisemål til land som er kjent for å ikke leve opp til bærekraftige standarder."

Ur ett marknadsföringsperspektiv finns det röster som talar för att hållbarhet är en viktig aspekt att lyfta fram. Men även röster som talar för en viss skepsis:

"Att det ska ha en attraktionskraft som göra att jag är villig att besöka det, även om resvägen dit kanske är längre och mer obekväm (men bättre för miljön)"

"Det forbinder jeg umiddelbart ikke med noget. Et sted, hvor man sorterer affald og serverer økologisk mad? Det lyder som et marketingudtryk"

© Christian Roth Christensen / Visitnorway.com

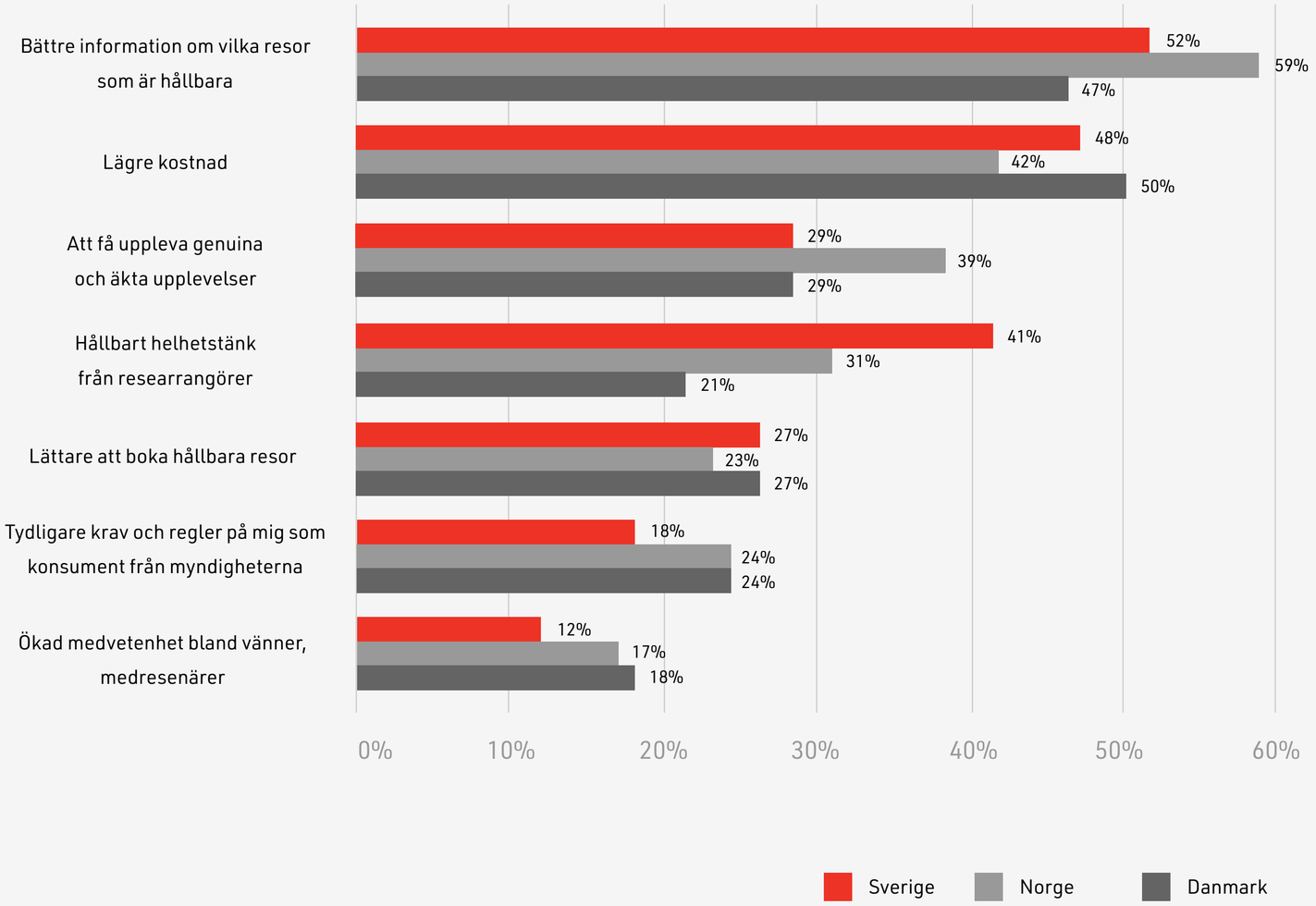
Figur 5. Illustration av öppna svar på frågan "Vad innebär ett hållbart resmål?" för svenskar, norrmän och danskar.

BÄTTRE INFORMATION VIKTIGT FÖR ATT FÅ FLER ATT RESA HÅLLBART

Bättre information om vilka resor som är hållbara är det som efterfrågas i första hand när skandinaverna blir ombedda att välja ett alternativ. Diagrammet visar hur respondenterna resonerar i en enkätsituation. Även för den här frågeställningen är det dock värt att reflektera över hur väl de känner sig själva. Det alternativ som prioriterats av lägst andel svarande, ökad medvetenhet bland vänner och medresenärer, påverkar sannolikt även på ett omedvetet plan. I ett samhälle präglat av flitiga uppdateringar på sociala medier är status en viktig faktor. Vi anar ett begynnande skifte från skryt runt lyx och fjärran resmål till skryt runt hållbart beteende, även på semestern. De kommande åren kommer att visa om nyordet "flygskam" kan nå en märkbar effekt på faktiskt beteende utanför de mest miljömedvetna kretsarna.

Fråga:

VAD SKULLE FÅ DIG ATT RESA MER HÅLLBART PÅ DIN SEMESTER



Som skäl till att göra hållbara val lyfts både altruistiska – att vara med och bidra till en hållbar framtid – och mer egoistiska – jag mår själv bättre av det – fram.

"[…] jag måste för mina barns överlevnad."
"Allt fler negativa nyheter angående klimatet gör mig mer motiverad att ändra min livsstil. Att lämna över planeten i ett hållbart skick till barn och barnbarn är det viktigaste."
"Det pratas/skrivs mycket om det, och det känns rätt."

© Pete Oswald / Visitnorway.com

PÅ DESTINATIONEN ÄR TRYGGHET, SOPSORTERING OCH LOKAL KULTUR VIKTIGAST

Bevarande av den lokala kulturen, sopsortering och trygghet ligger i topp för vad som bedöms som viktigt när man väl är framme på destinationen, även om många fler aspekter också bedömdes som viktiga.

Av de som önskar resa mer hållbart, verkar svenskarna generellt bry sig mer om hållbarhet även på destinationen, medan danskarna genomgående lägger mindre vikt vid detta.

© Christian Roth Christensen / Visitnorway.com

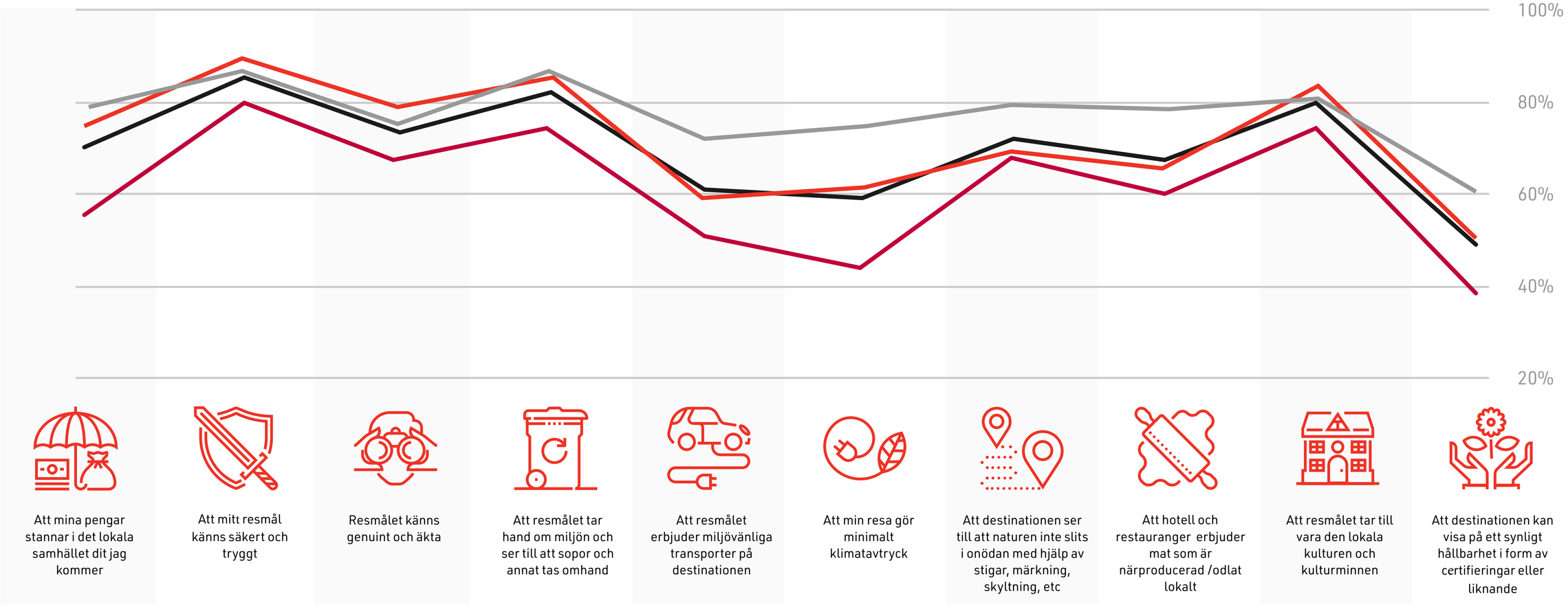
NORWAY
POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

Fråga:

OM DU VILL RESA MER HÅLLBART, HUR VIKTIGT ÄR FÖLJANDE?

Andel "någorlunda viktigt" och "mycket viktigt



NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

DEN OFFICIELLA HEMSIDAN ÄR FORTFARANDE VIKTIG!

Trots att de senaste tio åren inneburit en explosion när det gäller informationskällor uppskattas fortfarande den officiella hemsidan från resmålet. Här hittar man mer utförlig och detaljerad information som kompletterar den inspiration man fått från andra källor och kanaler. De flesta skandinaver, oberoende av hemmahörighet, uppskattar många olika källor som används parallellt, beroende på frågeställning och fas i resplaneringsprocessen. Män och kvinnor skiljer sig något åt i vilka källor de föredrar, men eftersom de oftast reser tillsammans jämnar det förmodligen ut sig vid beslutsfattandet. Eftersom kvinnor anger ett större intresse för miljövänlig konsumtion är deras preferenser viktiga att beakta vid marknadsföring av ett resmål som vill profilera sig som hållbart. Destinationens egen sida blir då viktig att vårda, liksom miljömärkningar och certifieringar.

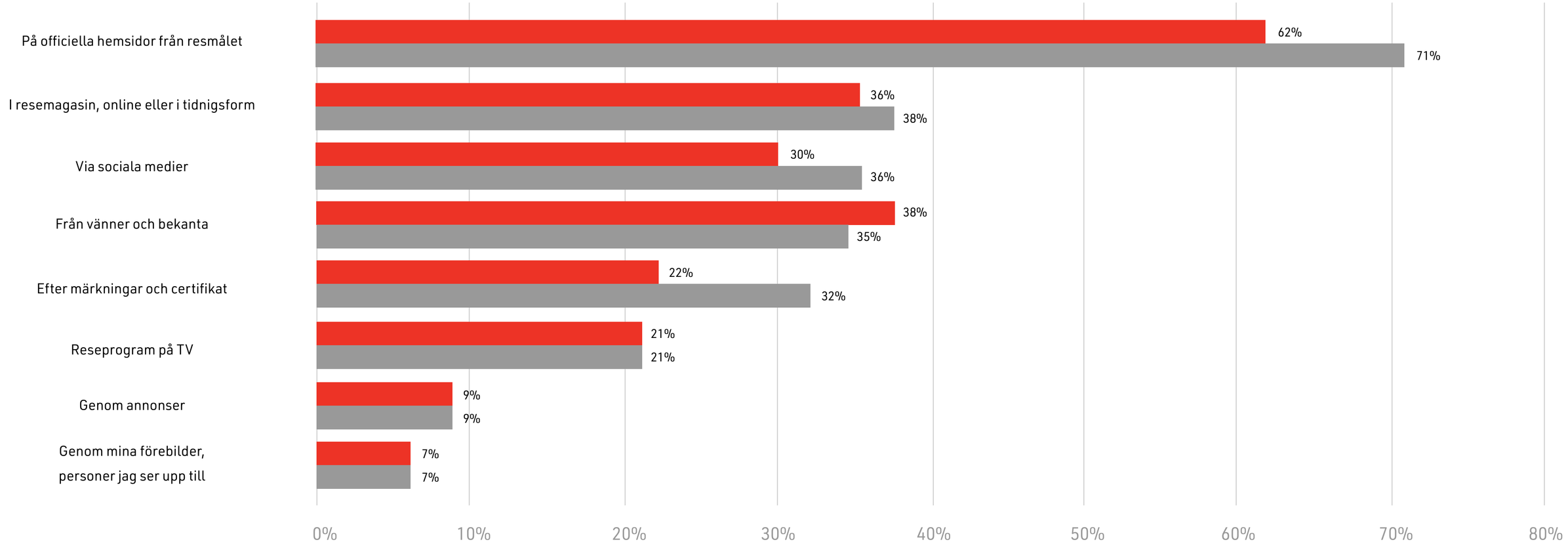
© Christian Roth Christensen / Visitnorway.com

NORWAY
POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

Fråga:

VAD ÄR BÄSTA SÄTTET ATT FÅ REDA PÅ MER OM ETT RESMÅL?



NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

KONSUMENTIDÉER OM HÅLLBARA RESMÅL

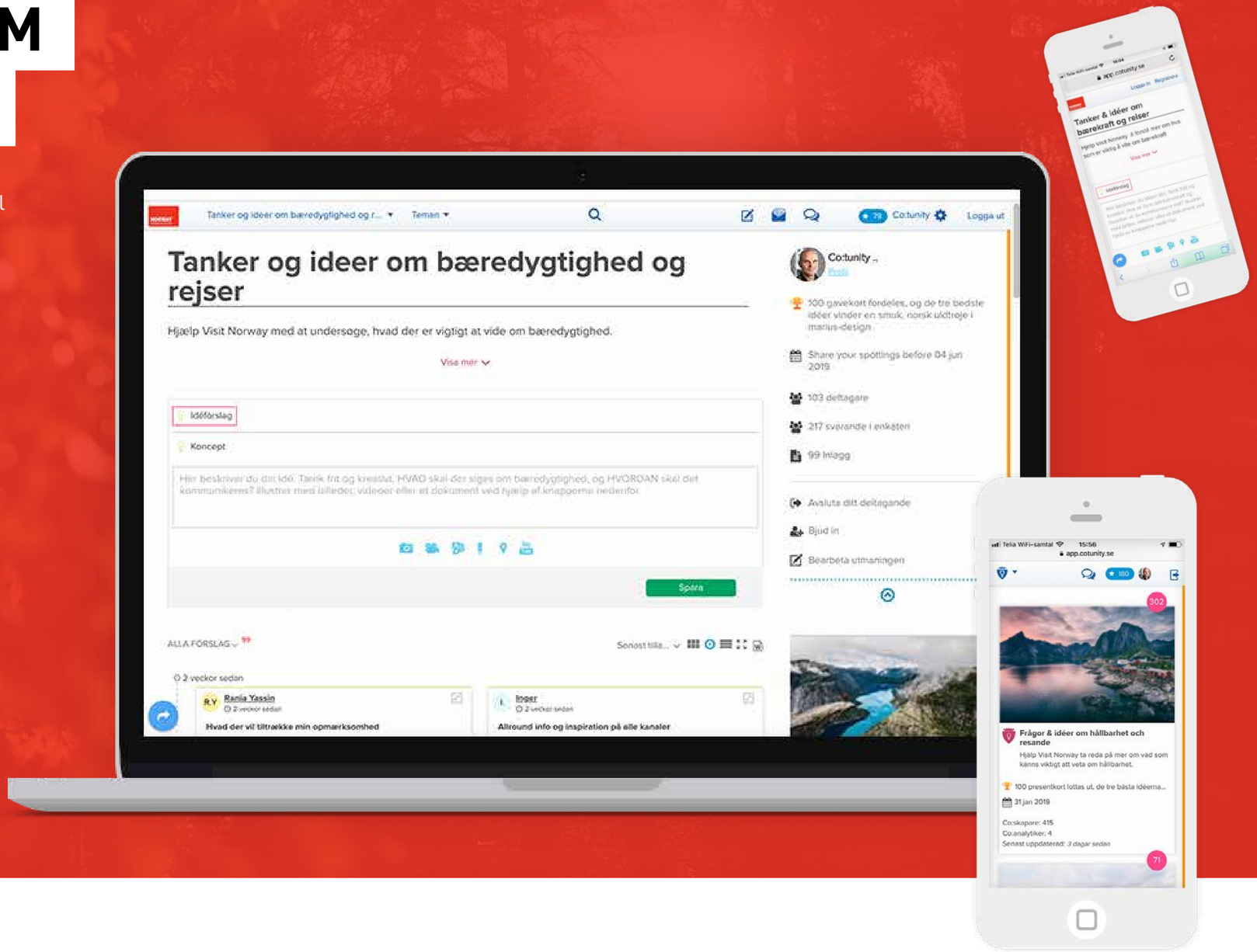
Vad har då skandinaverna för konkreta idéer runt hållbara resmål och marknadsföring av dessa?

För att ta vara på ”the wisdom of crowds” engagerades 1400 konsumenter från de tre länderna i en idéutmaning där de fick skapa idéer på temat ”marknadsföring av hållbara resmål”. Idéutmaningen utfördes på innovationsplattformen Co:tunity och användarna kunde skriva in, gilla och kommentera idéer via en webbsida.

Intresset var stort och totalt kom det in 598 idéer som vi fritt har fått lova att inspirera oss av. Vi visar här ett axplock sorterade utifrån inriktning. Alla idéer finns tillgängliga online, på **app.cotunity.com/** in där den som vill kan engagera sig i ytterligare utveckling och värdering av idéerna.

598 idéer

16 koncept



HÅLLBARHET HELA VÄGEN FRÅN START TILL MÅL

Många idéer berör ett holistiskt hållbarhetstänk. Att själva resan görs med tåg eller annat miljövänligt färdmedel.
Att boende, upplevelser och mat genomgående sätts i ett hållbarhetsperspektiv. Det handlar även om minskat klimatavtryck i form av ren energi, återhållsam konsumtion med mera. Men, idéerna visar att hållbarhet inte behöver vara tråkigt utan tvärtom kan innebära en bättre helhetsupplevelse. Lekfull stimulans lockar att ta trappan i stället för hissen. En cykel där man kan cykla ihop lite el för uppladdning av mobilen. Eller en kurs i hållbar matlagning.

H. **Harepus**
1 month ago

Fotavtrykkfri ferie

Det skal være en ferie så det skal være behagelig. Mye av det som skal gjøre den bærekraftig må gjøres i forkant. Feks. man velger hva man ønsker at ferien skal inneholde som tilvalg og jo mer man velger av de grønne alternativene jo rimeligere blir den. Eller man får poeng for å ta kollektivt til stedet for annen type transport, poeng for å ikke ha vask av håndkler underveis, osv. bonus brukes for å få opplevelser i ferien og evt. kurs i forskjellige mat og drikke laging der man bruker alt av råvaren.

Cluster

1 1 –

J.W **JOEL W**
1 månad sedan

Hållbart resande

Generellt sätt så tycker jag inte man skall behöva skina en strålkastare direkt på att det är en hållbar resa....Utan tricket, i min bok är att framställa det hållbara bakom naturen i resemålet, framhäva det faktum att genom att välja detta resemål så gör man skillnad för naturen....
T.ex. Fiskeresor med hotellvistelse, där fisken man fångar får man tillagad sedan på hotellet....
Matresterna på hotellet blir till biogas typ...också belyser man försiktigt om det.....
Resor/utflykter som hotellet tipsar om skall kunna vara hållbara.....
Kanske orangeri på hotellet där gästerna får plantera saker som sedan leder till mat för andra gäster (Någon form av community garden).....
Sänka priset på något sätt för gäster som undviker att ta hissen på hotellet under vistelsen eller sänka priset/premiera för gäster som kan bevisa att de tagit sig till hotellet/resmålet på miljövänliga sätt.....
Helt enkelt, göra det lukrativt att välja det miljövänligare alternativet.....

Då de flesta innerst inne styrs mer av profit/"jag går med vinst på att välja det ist" sug , än vad man egentligen vill erkänna.....

1 0

C. **Cajjoo**
1 månad sedan

Hållbart från start till mål.

Miljö, träning och upplevelser ligger ju i tiden. Jag tänker mig en anläggning som satsat på helhetstänk. Bygger klimatsmart och med tex solenergi, allt som förbrukas är genomtänkt så det har liten påverkan på miljön och återvinns på bästa sätt. Hållbara företag som gått in och sponsrat med deras produkter. Betala extra efter att ha förbrukat en viss mängd vatten, på menyer ska de gå för kunden att se och därigenom välja vilken rätt som påverkat miljön minst. Välja hygienartiklar som räcker länge. Aktiviteter runtomkring som kombinerar motion/träning och bidrag till anläggningens underhåll. Cyklar ihop lite ström eller så. Stora vackra fotografier på väggarna som samtidigt kan vara informerade. Personalen har snygga kläder som är second hand eller återvunna från gamla tyger. Udda resmål har ju börjat bli poppis och sånt marknadsförs mkt av sig själv i sociala medier. En rik persons omdöme skulle vara bra(kan påverka så att andra som ofta bidrar till sämre miljö kan se resemålet som lockande och även bli mer medveten), även andra som redan lever miljömässigt kan locka till sig folk. Att det går via hemsidan att se tydliga skillnader via en film om hur just detta resmål är hållbart jämfört med andra som mest förstör. Kurser i att lära sig olika saker. Återvinna kläder med enkla medel, tillverka saker av återvunnet material, kurser i hållbar matlagning osv.

1 0

O. **olssonssofie**
1 månad sedan

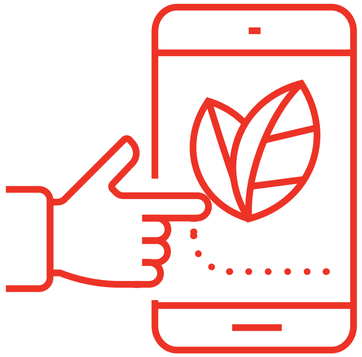
Gör det enkelt för konsumenten med hållbara paket

Jag tror absolut att man ska arbeta med att sprida information om hållbarhet på ett positivt sätt. Alltså, säg inte till kund "när du reser såhär så är du dålig". Säg istället "visste du att du sparar XXkr och XX i koldioxidutsläpp genom att resa till XX." Genom att samarbeta med olika leverantörer och producenter kan ni sälja hållbara paket. Exempelvis: en vandringsresa där ni åker buss till destination med ekologiska varor, ni samarbetar med företag som har hållbara eller hyr ut prylar för vandring etc. Det kommer definitivt göra er till en framstående aktör inom hållbara resor, ni kommer knyta goda kontakter med företag som tänker i samma banor och ni gör det enkelt för konsumenten att göra bra och hållbara val.
Se exempelvis initiativet White Monday där man istället för att ge dåligt samvete till människor som handlar på Black friday, gör det enkelt för konsumenter att handla på ett bra sätt. Man ger rabatter till företag som har en cirkulär affärsmodell. Jag tror stenhårt på den idéen. För att få människor att göra rätt, så måste vi göra det enkelt för dem att välja rätt.

1 1

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE



APP ELLER SAJT MED ENDAST HÅLLBARA RESMÅL

Många har föreslagit appar eller marknadsföringssajter som enbart listar hållbara(re) resor. Istället för ett filtreringsval hos befintliga researrangörer, efterfrågas en nischad plats för sök, bokning och recensioner.

Agnes
1 month ago

Marknadsför hållbara resor separat - det är lättare att välja en hållbar resa om du bara söker bland hållbara resor än att samtidigt lockas av resor som inte är hållbara :)

1 0

Emil Danielsen
3 weeks ago

green travel app

Hvis jeg skulle promovere bæredygtige rejsedestinationer ville jeg lave en app - de fleste idag ejer en smartphone eller kender nogen der gør. Appen skulle være lækker og indbydende at se på. Man skulle kunne se en overskrift for hver bæredygtig destination med et lækkert og indbydende billede derfra som baggrund - det ville kunne skabe interesse for folk som måske normalt ikke havde valgt den destination og derved bringe flere til. Hvis man klikker videre ind på destinationen skulle der være billeder at destinations need to see steder med fokus på byen eller dstinationens bæredygtighed. Der s ...

1 0

Roos
1 month ago

Norden resor | Hållbart resande | Norska fjällen | Naturnära

Hållbara semester drömmar

Ett bra och lockande exempel är:

Hos oss erbjuder vi uteslutande hållbara resor till många destinationer.

Boka en weekend paket i norska fjällen och upplev en naturnära upplevelse med hållbara destinationer, lokal ekologisk mat och naturnära övernattningar i den fantastiska naturen. Vi erbjuder tågavgångar från många olika destinationer i Norden.

Läs mer om våra hållbara resor på Sustaineble Nordic Traveling

2 0

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

JÄMFÖRELSER FÖR WOW-EFFEKT

Ett känt marknadsföringstrick är att jämföra sin egen produkt eller tjänst med andra för att underlätta beslut.
Och, naturligtvis för att framhäva egna, unika fördelar. Många är inne på sådana lösningar och hänvisar till hur flera restauranger listar koldioxidutsläpp vid varje maträtt, att man skulle kunde jämföra antal träd som behöver planteras, eller inte fällas. Eller en översikt över hur stort det ekologiska fotavtrycket blir när du paddlar kajak jämfört med att åka jetski, eller cyklar i stället för att åka taxi.

S. **Swanka**
1 month ago

Visa skillnaden

Det står två personer bredvid varandra, den ena som inte åkt hållbart och den andra som har. Runt omkring dem visas skillnaderna, exempelvis färdmedlet, maten som konsumerats och avtryckets som gjorts. Även ett tydligt avtryck, fot eller tass, visar den konkreta skillnaden.

1 0

L.L **Lisbeth Lykke Westergaard**
3 weeks ago

Prøv at lave nogle skilte med hvor mange ressourcer det eks. Kræver at få fragtet Ananas og Kokosnødder til Norge? Så man kan se at det er bedre at spise det lokale mad. Gæsterne skal selv bestemme hvornår de vil have rene håndklæder ved at ligge dem på gulvet (Max 2 gange pr uge) rent sengetøj ? Kun hvis man skal være der mere end 14 dage. Lej cykler i stedet for at tage en taxa. Der skal gives bøder hvis der smides affald på gaden/naturen i alle lande (især på strande)

2 0

M. **Mb**
3 weeks ago

Jeg vil vise hvor mange træer der skal fældes eller hvor mange træer man ikke skal fælde, når man rejser til destinationen. Det er altid godt med grafiske illustrationer for at give et billede af bæredygtighed.

3 0

T. **thisisandersson**
1 month ago

Ekologiskt | Fotavtryck

Synliggöra hur stora de ekologiska fotavtrycken blir beroende på resmål och aktivitet

På en restaurang i Göteborg såg jag en gång en digital meny över dagens lunchrätter och hur mycket koldioxidutsläpp varje maträtt medförde. Om jag minns rätt fanns det en kötträtt, en fiskrätt, en vegetarisk rätt och en soppa. När man så tydligt kunde se hur mycket miljövänligare den vegetariska rätten var i jämförelse med kötträtten så blev det mycket lättare att välja vego-rätten. På ett liknande sätt skulle man kunna marknadsföra resor och aktiviteter på själva resmålen. Hur stort blir det ekologiska fotavtrycket om man väljer att åka tåg istället för flyg till en destination? Hur mycket på ...

S. **Sussi**
1 month ago

Mer information om hur mycket skit en flygresa släpper ut! Och vad det gör med vår planet! Men även vad visit Norway har gjort för att kunna resa mer hållbart! Tv är väl en bra kanal för många att få information på

1 0

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

DET ÄKTA OCH AUTENTISKA

Många ser hållbara resor som ett sätt att komma ifrån den stressiga vardagen. I kontrast till det hastiga och ytliga efterfrågas det långsamma och genuina. Här verkar många tycka att Norge har mycket att spela på. En idé handlar om "slow-film" av en roddtur i Sognefjorden i kontrast till Snapchats snabba klipp. Men flera lyfter fram möjligheten att förtydliga resans och omgivningens enkelhet, naturens och lokalbefolkningens äkthet, eller det pittoreska i att övernatta i en fjällstuga.

L. **Linus**
2 months ago

Slow TV, fast i verkligheten!

Vad ordet hållbarhet innehåller kan man tolka på många olika sätt. Det kan vara hållbarhet för miljö och klimat. Det kan vara hållbart för de som bor och verkar vid destinationen. Men, det kan också vara att resan ska bidra till att resenärernas liv ska bli mer hållbart i form av fysisk och psykisk hälsa.

Jag tänker mig en resa där resenärerna lär sig om stillhet och att befinna sig i nuet. Det kan vara en tågresa längs en ofattbart vacker natur, där tåget är rustat för att främja ro och lugn. En restaurangvagn som inte känns stressig, Många stopp längs med vägen där alla får kliva av, ta på ...

2 0

F. **Freya**
1 month ago

Lokalproducerat | miljövänligt

En genuin reseupplevelse

Med miljötänk och hållbarhet i tanken kan vi erbjuda en genuin reseupplevelse. Du som resenär kommer närmre kulturen, människorna och landet. Vi försöker ha minsta möjliga negativa påverkan på resmålet och även transporten dit klimatkompenseras. På plats reser vi med lokala miljösnälla transporter och självklart använder vi lokala råvaror vilket gynnar de lokala producenterna och du som resenär får njuta av lokala specialiteter. Allt detta ger dig som resenär en närmre och mer äkta upplevelse!

2 1

Y. **Yasmin**
3 weeks ago

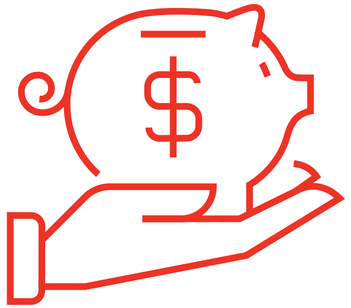
Del autentiske oplevelser

For mig handler det om at være autentisk. Vi er så mættet af "veganer, hippy, sundhed" på de sociale medier at det næsten er blevet kvalmende. Jeg vil se autentiske billeder. Høre folks historier og deres oplevelser. Elsker at læse rejseblogs og se folks top 10 over hvad de har set og besøgt. Elsker at se når folk er ude i lokale samfund og deltage i kulturen. Når jeg rejser er det kultur jeg ønsker at opleve. Med kultur kommer det faktum at vi skal være bæredygtige og vedligeholde naturen og hele miljøet omkring.

0 0

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE



LÅNA VS. KÖPA

Hållbarhet handlar även om delande och samverkan, samt mindre konsumtion av produkter som det har gått åt stora resurser för att producera. Begreppet delningsekonomi är känd för de flesta och idéerna vi har fått handlar om allt ifrån secondhandaffärer, elbilspool, delat boende eller införande av pant på semesterprylar som badringar, surfbrädor eller snorkelutrustning.

J. **Johannes**
3 weeks ago

Tænk lokalt

En rejse til en destination er uundgåelig for en turist. Men hvis området er så selvforsynende som muligt, begrænser man co2-udslip forbindelse med fragt både ind og ud. Samtidig er man med til opbygge lokalområdet, så de for bedre muligheder i at indvestere i bæredygtige tiltag.

Hvordan får vi deleøkonomi ind i rejsebranchen? Der sandsynligvis et kæmpe potentiale her, som er værd at overveje.

2 0

P.I **Petra Illøkken af Burén**
1 month ago

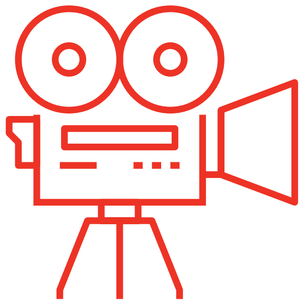
Jeg tenker at det burde være en slags panteorden på spesielle ferieting så som snorkelutstyr,baderinger og slikt på ferieplassene. Kanskje kunne ha lokket med bruktbutikk/utlånsplass for utstyr i nærheten av utfartsplasser i fjell og rundt strender.dette tror jeg hadde vært gull verdt for mange og kanskje aller helst barnefamilier. Strandsøppelplukkersafari med bålkos til kvelds? Hadde satt inn annonser i alle blader rettet til familier og eventyrlystne.

1 1

J. **jb**
1 month ago

Samverkan för vår vackra jord

Hållbarhet handlar inte bara om att minska det ekologiska fotavtrycket. Det handlar om samverkan, samverkan mellan människa, miljö och ekonomi för hela världens skull. Att resa handlar också om dessa tre perspektiv. Jag vill resa till en plats där jag och lokalbefolkningen kan njuta av samma fantastiska natur, ta del av samma upplevelser fast med olika blickar. Den ena med en "hemma blick" och jag med helt nya ögon. Jag vill veta att mina pengar stödjer detta, att de liv om pågår på platsen även pågår när jag har åkt hem och ger kraft åt något nytt utan att exploatera det som finns. Min resa s ...



HEMMAGJORD MARKNADSFÖRING

Under idéarbetet fick deltagarna även fantisera fritt kring hur de skulle vilja marknadsföra en destination om de var influencers. Många valde att föreslå ”hemmaproducerade” videos för att marknadsföra hållbara destinationer. Personligt, trovärdigt och äkta.

P. **Psand**
1 month ago

Filmsnutt

Lag en youtube video med 10 funfacts In Norge og vis hvordan naturen vår er og om hvor mye vi bryr oss om bærekraft.

0 0

S.K **Silje Kristensen**
3 weeks ago

Jeg vil filme mig selv i naturen li som den er , hvor jeg samtidig viser og forklare de vigtigste punkter

1 0

S. **Stine**
1 month ago

Familievennlig bærekraftig reiseprogram

Jeg ville startet et reiseprogram med vekt på bærekraftighet. Der man reiste rundt med miljøvennlig transport, valgte bærekraftig opplevelser. Spiste lokal mat. Er endel reiseprogrammer på tv. Men hva med en liten vri? Hva med en familie reiste rundt, og levde mest mulig bærekraftig? Vi ser som regel bare en som reiser rundt i reiseprogrammer. Med en hel familie blir det mer utfordringer, og kanskje flere folk velger en mer bærekraftig ferie da. Når dem ser en familie greier det. Det kunne jeg tenkt meg å ha sett på tv.

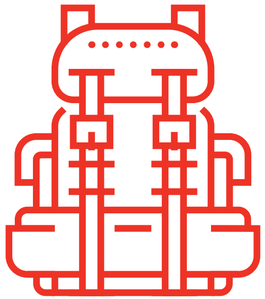
1 1

D.M **Dennis Mortensen**
3 weeks ago

Youtube

Jeg ville bruge youtube til at vise rå natur fra området. Det giver et indtryk af bæredygtighed.
Videoen skal indeholde underbyggende musik/melodi og der skal køre tekster hen over skærmen med bæredygtige facts som "I 2018 brugte vi 7 ton co2 mindre end i 2017 i Norge".

1 0



BACK TO THE ROOTS

Lämna mobiltelefonen hemma, och plocka din egen mat? Några idéer handlar om längtan efter en förlorad tid och efter att återskapa en mer avkopplande framtida semester.

D. **Dannie3**
3 weeks ago

Bæredygtige rejser back to the roots

Kom tilbage til rødderne. Prøv at sov uden for, måske ned af en bjergtop. Oplev naturen udspille sig foran dine øjne. Hav opladere til telefoner igennem sol/vind/vand energi. Gå ud og pluk din egen mad eller spis socialt sammen med andre af restaurantens lokale retter med lokale råvarer. Snak om dine oplevelser med andre når I spiser eller til sociale arrangementer. Oplev en uge i naturen, men kun 30 min i jeres egen eldreven lejebil, som gratis kan lånes af overnatningsstedet indtil byen.

1 0

V. **V**
1 month ago

Tilbake til naturen

Lei av strender med halvnakne skandinavere som ikke gir deg fred på ferie? Fortvil ikke. Bli med oss til et sted langt, langt unna. Se, opplevd og forstå den vakre naturen. Spis sunne og lokale matvarer. Slipp håret løs og gå i ett med naturen! Fjell, hav.

0 0

M.S **Maria Simonsson**
1 month ago

Gå tillbaka till 70 talet. Mindre elektronik, mindre avgaser, cykla mer, tex Mobiltelefon, den ödelegger så mycket. Bruk naturnära. Det som tilleksempel odlas i närområdet

0 0

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

FOKUS PÅ OKÄNDA PÄRLOR

eciellt norska insändare lägger fokus på okända pärlor. Och här ser vi en tydlig trend; När många hunnit bli erfarna resenärer och redan har upplevt guideböckernas topp tio längtar man efter att uppleva unika ställen bortom allfarvägarna.

J. **Johannesholmen**
1 month ago
Træna, Norge

Opplev Træna

Opplev storhavet, med alle de overraskelser de kan by på.
Bo lokalt eller i naturen.
Vandre i majestetiske fjell, med verdens vakreste utsikt.
Gå i fjellhulene.
Vær med å fange din egen middag og tilberede den på lokalt vis.
Eller nyt ett himmelsk måltid på et av de mange og originale spisestedene på øya.
Kom på besøk...her er du en av oss.

johannesholmen
shared a photo with you!

L.C **Lena Cecilie P. Osnes**
1 month ago

Opplev Sørfold - en uberørt perle

Ville markedsført det med ord som dette:

"Fra fjell til fjord med uberørt natur. Gå i naturskjønne nasjonalparker som Sjunkhatten Nasjonalpark og Rago Nasjonalpark. Bo i hytter nær inngangsporten til både fjellet og fjorden, eller bo på en gård med kulturlandsskap rundt deg. Bli med på en autentsisk opplevelse der du kan komme nært inn på lokalfolkets kultur og livsstil. Opplev smakfulle retter fra lokal mat, med imøtekommende verter som gjerne forteller deg en historie fra stedet.... Reis ut på fiske med noen av de gamle fiskebåtene som ble brukt under lofotfisket for mange år siden, og bes ...

T.K **Therese Kristensen**
1 month ago

Fokus på andre steder i nærheten av reisemål som er kjent for vakker natur, men som ikke får like stor oppmerksomhet. Eks: istedet for Lofoten, velg Salten.

0 0

EXCLUSIVE NORWAY

Till syvende och sist handlar hållbarhet om att inte överutnyttja jordens resurser. I praktiken innebär det att vissa resmål och upplevelser behöver begränsas. Alla kan inte besöka alla platser samtidigt. I jakten på det genuina och exklusiva kan därför uttalade begränsningar av antalet som får chans att uppleva X eller göra Y behövas. Därför skulle ett urval av okända pärlor kunna ges begränsningen av ett visst antal besökare, och sedan prissättas utifrån vad som behövs för att ge ekonomisk hållbarhet. Självklart begränsar detta vilka som har råd att komma, men så får det kanske vara i känsligare naturmiljöer?

G. **Gunilla**
1 month ago

Jag skulle kunna tänka mig en motbok fast gällande flygresor. Du får tex flyga 5 ggr på 10 år, max. Det behöver bestämmas av Kungen av Sverige, för ngn regering har vi inte.

1 0

M. **M4rl3n3z**
1 month ago

Har man en gång upplevt de norska fjällen, fjordarna, midnattsolen och norrskenet med allt vad det innebär så finns inget vackrare resmål. Jag har turen att ha mina rötter därifrån så jag vet vad jag pratar om. Vill bara säga... VAR RÄDD OM VÅR NATUR, det vi har kvar av den. Snart är det försent och våra barnbarn och de som kommer efter kommer kanske ALDRIG förstå och få uppleva det som jag faktiskt har fått förmånen att göra. Vi kan inte göra allt, men alla kan göra något. Tillsammans kan vi förändra och rädda mycket. Sätt fart.....

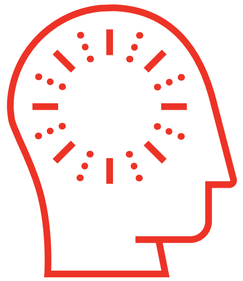
0 0

J. **JFerngren**
1 month ago

Gröna spa-hotell

Erbjud gröna spa-hotell där man får uppleva en "enkel värld" som inte förorenar - inga engångsartiklar, ekologiskt och närodlade produkter och videos om hur dessa produkter kommer att leda till en förbättrad värld. Varje steg räknas!
Ljust och fräscht med en behandling inklusive där en föreläsning spelas i bakgrunden om hur man enkelt kan ändra sin vardag till det bättre i hållbarhetssyfte.

0 0



INFLUENCERRESAN

Att dela med sig av sina reseupplevelser är viktigt sätt för många att stärka sitt eget varumärke. Men delningen bidrar även till att vägleda andra och locka framtida resenärer. Stories sell. Och många idéer handlar om marknadsföring via influencers. För att få nya utifrånperspektiv, bild och videomaterial, resedagböcker. Kanske även dokumentera behind-the-scene stories. En av insändarna skriver att det är viktigt att de lever som de lär och inte lägger upp inlägg om att man borde flyga mindre från ett flygplan.

Daniella Sandberg
1 month ago

Jag tror att det viktigaste för en influencer är att de själva faktiskt först och främst tar ansvar, vilket jag inte riktigt tycker att de flesta gör ännu. Många delar med sig utav sina resor och vad de shoppar, vilket undermedvetet (eller medvetet) uppmanar till konsument-hets.
Deras viktigaste uppgift är att själva välja att tex, resa lite mindre, inte flyga runt halva jordklotet flera gånger i månaden bara för att de har råd eller vill ta fina bilder. De måste själva inse konsekvenserna och först då kan de påverka andra!
När de väl har insett detta tror jag verkligen bara att det skulle räc ...

1 1

JennyH
1 month ago

Jeg hadde laget en "Reisedagbok" med hashtag og oppfordret folk til å følge denne. Denne hadde fått følge meg hver dag, i både liveklipp, og innlegg. Dette hadde jeg brukt blant annet Snapchat, Instagram som plattformer til. Skapt litt happening og støy rundt det hele.

Jeg hadde oppdatert hver dag med de forskjellige bærekraftige aktivitetene, produktene, maten på reisemålet etc for å poengtere at dette er et godt alternativ og hvor godt det er for meg som konsument/turist og kloden.

Jeg hadde vist hvem dette gangner i den bærekraftige byen. Et lokalt menneske bak, som f.eks. produserer m ...

1 0

Mårten Levin
1 month ago

Utifrånperspektivet

Fotografering och resevideo/behindthescene

Jag skulle välja ut tio intressanta resmål och välja tio olika fotografer som får till uppgift att åka dit på ett hållbart sätt och göra sina bilder där. Samtidigt filmar man deras val av resa och hur de upplever äventyret. Man avslutar kampanjen med en fotoutställning som man låter vandra på olika platser. Oslo Stockholm New york London Amsterdam Read more släpper bildmaterialet successivt på sociala medier och med filmerna.
stillbilderna ger man till olika resetidningar med exklusiv rätt till första publicering och filmen gör klipper man ihop en dokumentär till kunskaps tv.
Fotografin bör ...

KAMPANJA FÖR RESMÅL SOM LIGGER NÄRA

Att inte resa så långt, lära känna det som finns nära och träna på att vara nöjd med mindre, är något som hållbarhetsengagerade resenärer börjat fundera på. Att inte ta Thailand eller Mallorca för en självklar rättighet.

I. **Inamg**
1 month ago

Idyllisk og kortreist

En reise må i en annonse alltid fremstå som idyllisk. Uavhengig om det er Hardangervidda, Sunny Beach eller Notre Dame, må det se idyllisk ut for at andre skal få lyst til å reise dit. Bruk gode bilder som viser at man kan reise med el-bil eller sykle, hoteller som resirkulerer eller stolte kokker som donerer dagens restemat til de lokale fattige. Nordmenn tar stolthet i å være gode, og vi må kunne skryte av at vi har "støttet restaurant som hjelper fattige" ved å spise der.
Og hold dere for gode til å lokke med "fake-news". Hold overskriftene saklig og fristende! Folk er i dag opptatt av avf ...

1 1

M.L **maria larsson**
1 month ago
Axtorna 435, 310 60 Ullared, Sverige

Genuint! Genialt !

Njut av närodlad mat i samklang med omgivningen och få en utomjordisk upplevelse i en jordisk miljö <3

0 0

E. **Emiliie**
3 weeks ago

...

Giv en lokal oplevelse. Tag udgangspunkt i lokal området.

0 0

LÄRANDE GRÖN VOLONTÄR

Under de senaste åren har volontärresor fått ett uppsving. Nischade researrangörer erbjuder sätt att ta del i olika projekt. Just nu erbjuder exempelvis Volontarresor.se 90 volontärprojekt i 26 länder, oftast kopplat till att arbeta med fattiga eller sjuka barn och utrotningshotade djur. Norge skulle kunna ta sig an denna trenden med lärande projekt för hållbar turism funderar några av insändarna.

V.H **Vigdis Homlebekk**
1 month ago

Miljøferie

Jeg kunne tenkt meg at Visit Norway lagde en ny type ferie (jeg har i alle fall aldri hørt om det før). Finn fram til strandområder og naturområder i Norge med mye søppel, plast og andre skader. Sett opp en midlertidig "campingplass" på egnet sted i nærheten - selvfølgelig uten å ødelegge natur og med biologiske toaletter etc. Markedsfør det hele for miljøbevisste mennesker fra inn og utland som en Miljøferie hvor rydding av strand og natur inngår. Muligheten til å gjøre en fysisk innsats for miljøet som virkelig nyttet og hvor man kan se resultatet av sin innsats, vil jeg tro kan fenge mange ...

0 0

H.B **Hendrik Blom**
1 month ago

Resor för livet

Vi ger tillbaks mer än vi tar.

0 0

A. **Andreas**
3 weeks ago

Lærerig udstilling

Bæredygtigheden skal være udstillet således at børn og voksne lære noget om at være bæredygtige

1 0

V. **Valbona**
1 month ago

Her lærer vi om kildesortering.

0 0

C. **Chatarina**
3 weeks ago

Ferie med fokus på miljø og fremtiden

Destinationer hvor man kan leve lidt mere som de lokale, lære om kulture og få fortalt historier om kulturhistorien. Bæredygtig transport, mad/drikke fra lokale og evt guide af en lokal med støtte til lokalområdet.
En rejse som giver en masse læring, minder og oplevelser uden at det går ud over dyrelivet og miljøet og selvfølgelig uden at det påvirker sikkerheden.

0 0

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

KLIMATKOMPENSATION

Allt fler företag och organisationer har börjat klimatkompensera hela eller delar av sin klimatpåverkan. Här tycks våra idésprutor ha spännande idéer, exempelvis genom att föreslå appar för klimatkompensation och utdelning av hållbarhetspoäng för bra hållbarhetsbeteende. En insändare föreslår ett upplägg som skulle ge kick-back, det vill säga återbetalning till de som har skött sig bra!

T. **Tessilesso**
1 month ago

hållbart

Klimatkompenserande app

Jag vill ha en klimatkompenserande app där man får poäng genom att tex ta cykeln ist för bilen, när man återvinner , pantar burkar mm

1 0

Mårten Levin
1 month ago

jag tycker man ska göra en hållibarimeter en app där man fyller hur man reser äter och bor då kan man se hur mycket man har förbrukat, Man ska kunna dela och tävla med sina vänner samt med alla som är med.

Underförstått en resa till Norge ska bli mer hållbar än till thailand hoppas jag

0 0

C. **Cool**
1 month ago

Bruke gameification som verktøy. La kundende ha en ferie med spillmomemter som oppfordrer til bevisdthet om bærkraftighet på en positiv måte.

1 1

L. **Lars**
3 weeks ago

Bæredygtig rejse

Lade folk betale lidt ekstra for rejsen og så registere footprint undervejs
Når rejsen så er slut tilbagebetales en del af prisen i forhold til det footprint rejsen har givet

Dvs jo mere bæredygtig/energibesparende man er undervejs jo større tilbagebetaling

2 0

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

DEN LOKALA MATRESAN

Att kunna erbjuda närproducerad mat och dryck som inte kräver långa och miljötaskiga transporter upplevs viktigt. Kanske man även via en app skulle kunna bli introducerad till de lokala råvarorna och bönderna. Viktigt också att återanvända matavfall till "sopsoppa" eller kompostering av gödsel eller biogas. Och, vilken norsk destination skulle vilja bli först med att erbjuda resor anpassade till veganer?

L. **lousoe**
3 weeks ago

Her sorterer vi skraldet

Lav små historier der viser hvordan affaldet bliver upcyclet. F.eks. hvordan man sorterer affald i hotellets køkken. Det grønne affald bliver komposteret, og resultatet er nye lækre grønsager. Det kan også være historien om rødvinsflaskens tur fra bordet til genanvendelse finder sted. Man kunne lave en hel serie med eksempler. Sæt fokus på at affald ikke blot er affald, men en ressource.

1 0

M. **MickeChristensen**
3 weeks ago

Veganske rejser

Destinationen tilbyder veganske måltider, ligesom der anvendes den maksimale klimavenlige rejseform og ophold, f.eks jordvarme, solenergi osv.

Som verden er ved at udvikle sig er der definitivt brug for rejser der mindsker vores aftryk og destinationer der er beviste om at ikke ødelægge klimaet mere end højst nødvendigt, f.eks er kød en af de største klimasyndere, så t slet ikke servere det vil betyde mindre belastning.

1 0

M. **Minde79**
1 month ago

Det vore ju fantastiskt om man visste vilka restauranger på resmålet som serverar klimatsmart mat. Jag älskar god mat, och kan jag bidra till hållbarhet samtidigt vore det ju toppen! 😊

0 0

F.L **Filip Lind**
3 weeks ago

Udvikling af app til bæredygtig feriedestinationer

Det er vigtigt at man støtte op om de lokale produkter, når vi som turister rejser til vores valgte feriedestination. Globaliseringen har gjort det muligt for os at handle på tværs af lande, men har også forårsaget at mængden af eksportprodukter er steget til de feriedestinationer vi rejser til. Derfor burde der udvikles en app, der gør den rejsende opmærksom på, hvilken lokal farm maden fra hotellet eller produkterne i butikkerne kommer fra. Det vil gøre den rejsende mere bevidst om at deres valgte destination tilbyder bæredygtige løsninger.

1 1

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

UNDERLÄTTA MILJÖTRANSPORT

Eftersom flyg är den största miljöboven är det många som opponerar sig och föreslår tåg, bussresor, eldrivna båtar och el-bilar. Många vill resa mer klimatsmart men tycker det är krångligt att veta hur man exempelvis bokar tåg utomlands. Man saknar ett helhetsgrepp där man, typ som flygcharterresor, får hjälp från A till Ö med transporter, byten, bagage.

G. Gedservej
3 weeks ago

Jeg ønsker at bæredygtighed bliver udtænkt fra man bestiller en rejse. Det kan være udslip af co2 og at der ikke er unødig affald og plastik og pap.
Der skal på f eks fly serveres økologisk og bæredygtig mad som spiller max.
Det er vigtigt at kunderne får en helhedsoplevelse og kan se og opleve en forskel ved at vælge sådan en rejse frem for alm rejser.
Når fly tur er overstået er det vigtigt at resten af turen også lever og til en standard.
På destinationen er økologi og nærhed vigtig.
Man skal have følelsen af at man er med til at gøre en forskel sammen i flok når man vælger sådan en rejse.
...

1 0

T.R TIHOMIR RADEVSKI
1 month ago

Resa med färdmedel som är mest skonsama för miljön , samt se så mycket av naturen .

0 0

K. Klara
1 month ago

En residé ska presenteras med färdigt upplägg. Ex: du går på buss i Göteborg. Tar till bergen. Där tåg till detta ställe. Där kan du vandra och uppleva natur som kan mäta sig med Nya Zeelands, på andra sidan jorden. Du bokar här och här och priset blir detta. Litet klimatutsläpp-stora upplevelser- visit norway. Snygg kort film som finns som sponsrat inlägg på instagram. Inledning kanske: "längtar du också efter stora upplevelser, men med små klimatutsläpp? Om inte, så borde du det. Det är dags nu (skrämselfilm om smälta de is i bakgrund). Kliv på tåget i Göteborg..." och så sätts det igång.

2 0

T.L Thomas Laugesen
3 weeks ago

Grøn transport

Få mig frem til destinationen så eneegieffektivt og komfortabelt som muligt - f.eks. med eltog, elbusser, naturgasdrevne færger, så jeg ikke først skal bruge en dag i egen benzinbil på at nå frem til den uspolerede natur :-) Gør det grønne valg nemt, praktiskt og økonomisk fordelagtigt.

0 0

VR-RESAN

Till slut lyfter vi fram ett koncept som bygger på en idé från Mickey Jensen i Danmark. Med så många fina naturområden, inklusive spektakulära fjäll och fjordar, skulle man kunna erbjuda hållbara reseupplevelser för en långt bredare grupp resonerar han. Genom att erbjuda destinationsupplevelser i Virtual Reality (VR) kan man uppleva destinationer i 360 genom VR-glasögon. Det kanske inte riktigt motsvarar en riktig naturupplevelse, men kan i nästa steg inspirera till verkliga resor till den destination som upplevs mest spännande.

NORWAY POWERED BY NATURE

KAIROS FUTURE

OM KAIROS FUTURE

Kairos Future är ett internationellt konsult- och analysföretag som hjälper företag att förstå och forma sin framtid. Genom trend- och omvärldsanalys, innovation och strategi, ger vi våra kunder de stora sammanhangen. Kairos Future grundades 1993, vårt huvudkontor finns i Stockholm och vi har representanter samt samarbetspartners över hela världen.

För mer information,
se **www.kairosfuture.com**
eller kontakta oss:

Kairos Future

Box 804
101 36 Stockholm
Besöksadress: Västra Järnvägsgatan 3
08-545 225 00
info@kairosfuture.com

© Christian Roth Christensen / Visitnorway.com

NORWAY
POWERED BY NATURE

KAIROS
FUTURE

NORWAY
POWERED BY NATURE

Hållbarhet - värt att betala för?

NORSKA, SVENSKA OCH DANSKA RÖSTER OM HÅLLBART RESANDE

Jan 2019

KAIROS FUTURE

© Christian Roth Christensen / Visitnorway.com