

Vestlandsforsking-notat nr. 5/2011

# Oversikt over internasjonale sertifiseringsordninger

Hanna Nyborg Storm



## Vestlandsforsking notat

<p><b>Tittel</b></p> <p>Oversikt over internasjonale sertifiseringsordninger</p>	<p><b>Notatnummer</b> 5/2011</p> <p><b>Dato</b> 01.04.2011</p> <p><b>Gradering</b></p>
<p><b>Prosjekttittel</b></p> <p>ARENA Innovativ Fjordturisme piloter i bærekraft</p>	<p><b>Tal sider</b> 72</p> <p><b>Prosjektnr</b> 6141</p>
<p><b>Forskar(ar)</b></p> <p>Hanna Nyborg Storm</p>	<p><b>Prosjektansvarleg</b></p> <p>Stefan Gössling</p>
<p><b>Oppdragsgivar</b></p> <p>ARENA Innovativ Fjordturisme/NCE Tourism</p>	<p><b>Emneord</b></p> <p>Sertifiseringsordninger</p> <p>Indikatorer</p> <p>Bærekraft</p> <p>Reiseliv</p>
<p><b>Samandrag</b></p> <p>En innføring i ulike internasjonale sertifiseringsordninger på bærekraft i reiselivet.</p>	
<p><b>Andre publikasjoner frå prosjektet</b></p> <p>Rapporten er en del av eit prosjekt som har hatt som mål å teste verktøy for bærekraftig reiseliv.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Håndbok for bærekraft i reiselivet er sluttresultatet av prosjektet, og en veiviser for hvordan man kan komme i gang med arbeidet mot mer bærekraft i en reiselivsbedrift.</i></li> <li>• <i>Arbeidsbok for bærekraft er forløperen til Håndbok for bærekraft i reiselivet, og viser arbeidsprosessen som bærekraft-pilotene har vært gjennom. Arbeidsboken viser en del teori og bakgrunnshistorie til bærekraftig reiseliv.</i></li> </ul>	
<p><b>ISSN:</b> 0804-8835</p>	<p><b>Pris:</b> gratis på nett</p>

## Innhold

Forord .....	4
Innledning .....	5
Historie.....	8
Indikatorer.....	12
Valg av indikatorer .....	14
Planleggingsverktøy .....	19
Indikatorprosjekter .....	22
Engelske indikatorer for nasjonalt og lokalt nivå.....	22
VISIT .....	22
An Early Warning System Identifying Declining Tourist Destinations (DETOUR) .....	23
Environmental Indicators System of the Spanish Tourist Sector.....	23
Østerrike.....	23
Taiwan.....	24
FORTH Hellas.....	24
Sertifisering.....	27
EcoCertification .....	27
Certification for Sustainable Tourism .....	27
Naturens Bäste .....	28
Programa de Certificação em Turismo Sustentável .....	28
The Green Tourism Business Scheme .....	29
Green Globe.....	29
Den Grønne Nøgel/ The Green Key .....	30
The Blue Flag.....	30
Eco-Route og Eco-Destinet.....	30
Agora.....	31
Miljøledelsessystem .....	32
Norske ordninger.....	32
Kvalitetsmerking .....	33
Diskusjon .....	34
Oppsummering .....	37
Litteratur.....	38
Vedlegg 1 .....	40
Sustainable Tourism Criteria.....	40
Vedlegg 2 .....	42
<b>WTOs kjerneindikatorer 1995</b> .....	42
Vedlegg 3 .....	43
Samoa's sustainable tourism development indicators .....	43
Vedlegg 4 .....	48
<b>SELECTED STATE AND PRESSURE INDICATORS</b> .....	48
Vedlegg 5 .....	51
VISIT .....	51
Vedlegg 6 .....	56
Detour.....	56
Vedlegg 7 .....	61
OECD Spain.....	61
Vedlegg 8 .....	63
Taiwan.....	63
Vedlegg 9 .....	65
FORTH Hellas.....	65
Vedlegg 10 .....	69
Green Tourism Business Sceme .....	69

## Forord

Høsten 2008 ble denne forstudien gjennomført som en del av prosjektet ARENA Innovativ Fjordturisme – piloter i bærekraft. Forfatteren av forstudien er Hanna Nyborg Storm. En oversikt over internasjonale sertifiseringsordninger og indikatorer har ligget i bunnen for operasjonalisering og testing av sertifiseringsordninger og indikatorer av fem piloter. ARENA-prosjektet ble formelt avsluttet i desember 2010 og det kan derfor være forandringer eller nye moment siden 2008 som ikke er med i notatet. Selve sluttproduktet fra hele prosjektet *Håndbok for bærekraft i reiselivet* er utgitt i april 2011 i en brosjyre produsert av oppdragsgiver NCE Fjord Tourism.

*Sogndal 1. april 2011*

Frida Ekström  
Forsker  
Vestlandsforskning

Agnes Brudvik Engeset  
Forsker  
Vestlandsforskning

## Innledning

Verdens reiselivsorganisasjon (WTO) som skildrer bærekraftig reiseliv som "en idealmodell, der man må sørge for at utviklinga bedrer livskvaliteten for lokalbefolkningen, gir høye opplevelseskvaliteter for de reisende og opprettholder miljøkvalitetene". Dette er å forstå som et bredt begrep der alle former for reiselivsaktivitet i prinsippet kan inkluderes.

Det finnes veldig mange ulike tilnærminger og definisjoner av økoturisme og andre former for naturbasert turisme. Det er derimot som nevnt mange likheter i formål og grunnprinsipper. The tripple bottom line er sentralt (2007). Denne redegjør for miljømessige, sosiale og finansielle kostnader og gevinster. Alle tre "bottom lines" må være positive for en virksomhet. Det betyr forbedringer i forvaltning av miljø og sosiale forhold for lokalmiljø i tillegg til profitt. Dette er ikke det samme som å være bærekraftig, men det er en nyttig pedagogisk prinsipp for å tydeliggjøre at bærekraftig utvikling må skje gjennom endringer i sosiale strukturer og handlinger, og at redegjørelse for påvirkning på miljø og samfunn er et verktøy for å fremme slike endringer. Få bedrifter og organisasjoner kan i prinsippet vise til en positiv tripple bottom line. Turismesektoren muligens det eneste tilfellet der kommersielle selskap kan medføre positive effekter på forvaltning, lokalmiljø og aktører samtidig (Buckley 2003).

Økoturisme er begrep som har vært i bruk siden begynnelsen på 1980-tallet (Aall and Groven 2004). Det finnes mange ulike tilnærminger og definisjoner av økoturisme, men ofte er det likhet og enighet om formål og grunnprinsipper (Black and Crabtree 2007). Ofte er økoturisme definert som reisetilbudet for de som har en genuin interesse for miljøvern og naturopplevinger, og der tilbudet også skal ta hensyn lokalsamfunnet og styrke den lokale verdiskapinga (Aall and Groven 2004). Ett fellestrekket er at de inkluderer bærekraftighet som et nøkkelkriterie, selv om det i de fleste tilfeller er uklart hva man legger i dette begrepet i turismesammenheng (Buckley 2003). I forbindelse med FNs økoturismeår i 2002 kom Quebec Deklarasjonen om økoturisme. Denne inneholder de tre pilarene for bærekraftig utvikling; turismens påvirkning økonomisk, sosialt og miljømessig. I tillegg har det følgende prinsipp *i)* å bidra aktivt til vern av natur- og kulturarv, *ii)* bidra til lokalmiljøet velferd og inkludere de lokale i planlegging, utvikling og drift *iii)* formidle destinasjonens natur- og kulturverdier til de besøkende *iv)* ha et bedre tilbud til individuelle reisende og organiserte turer for små grupper (Black and Crabtree 2007).

National Geographic Society definerer geoturisme som "Turisme som ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart - miljø, kultur, estetikk, kulturarv - og som kommer lokalsamfunnet til gode". Aall et al. (2007) identifiserer tre nøkkeldimensjoner i geoturisme, miljødimensjonen, den lokale forankringen og lokalt særpreg. Dersom et reiseliv skal baseres på geoturisme er det særleg tre forutsetninger som må ligge til grunn; det må være bærekraftig, lokalt og basert på et "ekte" produkt, og for det tredje må det være basert på kvalitet. I den lokale forankringen er det sentrale lokalt eierskap i næringen, at reiselivsutviklinga skjer i nær dialog med lokale styresmakter og innbyggerne lokalt og at det økonomiske overskuddet fra reiselivsaktivitetene lokalt i størst mulig grad blir værende i lokalsamfunnet. I lokalt særpreg er det sentrale at opplevingen kan knyttes til det stedegne og lokale (Aall et al. 2007). Definisjonen av geoturisme i følge Quebec deklarasjonen ligner økoturisme, da de inkluderer kulturelle og sosiale aspekter (Buckley 2003). I 2006 skrev National Geographic og International Ecotourism Society under ei erklæring om felles forståing og samarbeid. Forskjellen er at økoturisme fokuserer på naturbaserte reisemål og at bedriftene skal ta på natur, miljø og lokal kultur, mens geoturisme handler mer om helheten ved destinasjonen, som like gjerne kan være en by som et naturbasert reisemål. Geoturisme har fokus på det National Geographic omtalar som "sense of place"; den lokale egenart og framheving og bevaring av denne til beste for lokalbefolkningen (Aall et al. 2007).

Både økoturisme og geoturisme er ofte misforstått. Geoturisme har i praksis blitt brukt mer om en attraksjon som er spesiell for et geografisk sted, enten attraksjonen er naturlig eller kulturell (Buckley 2003). Økoturisme er ofte tolket ut i fra hva slags sted der er enn hva prinsipper. Mye naturbasert opplevelsesturisme er utrettmessig ansett som økoturisme (Black and Crabtree).

I Norge har økoturisme vært et lite benyttet begrep, og frem til 2008 hadde ikke Norge en egen sertifiseringsordning for økoturisme. Norge har derimot mye naturbasert turisme som kan forstås som en form for økoturisme. Det sentrale er opplevinger av og i naturen, men det finnes ikke veletablerte definisjon av begrepet. Andre beslektede begrep av økoturisme og geoturisme brukt i Norge er utmarksturisme, bygdeturisme eller gårdsturisme. Dette er turisme som i det vesentlige skjer i tilknytning til opplevelser i utmark eller kulturlandskapet. Det kan være ren overnatting eller i form av ulike grader av tilrettelagte opplevelser, der jakt og fiske to hovedaktiviteter (Aall et al. 2003). Kvalitetsturisme er et annet relatert begrep. Dette knyttes til tre perspektiv; ett prosessperspektiv som gjelder krav til hvordan reiselivsvirksomhetene skal planlegges og drives, som bl.a kvalitetssikring og HMS-arbeid, ett substansperspektiv som gjelder krav til innhold i produktet og ett konsekvensperspektiv som gjelder krav til konsekvensene av det å drive virksomhetene (Aall og Groven 2004). Kvalitetsturisme og bygdeturisme har et bredere ressursgrunnlag enn naturbasert reiseliv og har et større innslag av kultur.

Variasjon i måten prinsippene tolket på fører til at operasjonaliseringen varierer. Det er stor forskjell i type bedrifter og fokusområder innen turismesektoren, fra overnattingsbedrifter til aktivitetsbedrifter eller hele destinasjoner (Black and Crabtree 2007).

Et økende fokus på en mer ansvarlig og bærekraftig turisme har etter hvert ført til at sertifisering og merking av turismeprodukter er blitt en bransje i vekst. Økoturisme er det konseptet som internasjonalt er ledende i arbeidet med å øke bærekraften i turistindustrien. Økoturisme som konsept avhenger av kvalitet på miljøet, men er det også eksempler på mindre seriøse aktører. I følge Black og Crabtree (2007) er en levedyktig, konkurransedyktig og bærekraftig turistindustri avhengig av to ting på langt sikt, å opprettholde og fremme det unike natur- og kulturmiljøet som bransjen avhenger av, og å øke profesjonaliteten. For å kunne skille mellom de ulike aktørene og fremme seriøse tilbyderne og øket kvaliteten, har man innført mange verktøy som skal sikre kvaliteten (Black and Crabtree 2007; Haaland and Aas 2006). Dette har skjedd som en gradvis utvikling. Først utviklet det seg enighet om prinsippene, deretter økte antallet anerkjente gode eksempler, så kom forsøk på å definere relevante og passende retningslinjer og sammenhengingskriterier. Det siste steget var å øke profesjonaliteten og utvikle verktøy og instrumenter for å sikre kvalitet ved å evaluere om mål og standarder er oppnådd.

Retningslinjer, "codes of conducts" og priser og var av de tidligste initiativene for å tilnærme seg spørsmålet om kvalitet i turisme. Priser kan fungere som en godkjenning man kan bruke i markedsføring. Hvor god markedsføringseffekten er, avhenger av hvor kjent og respektert prisen er. Hvorvidt en pris gjenspeiler prestasjonen varierer, men som oftest er prestasjon ikke verifisert. Det er ulikt hvor omfattende og seriøse kriterier og utvelgelsesprosess er, men noen priser har utviklet seg til å nærme seg "økomerker" som ligner veldig på sertifisering med sine strenge kriterier og verifisering av påstander (Black and Crabtree 2007).

"Codes of conducts" gir retningslinjer eller regler for handlinger, og kan brukes for å påvirke turistene eller turistbedriftene. Noen "codes of conducts" prøver å øke troverdigheten ved at man må signere en deklarasjon som man forplikter seg til å følge, men sjeldent blir dette fulgt opp og evaluert. Kritikken på slike forsøk har ofte gått på at kriteriene er vage og at det er en form for selvregulering som ikke fører med seg noen konsekvenser hvis man bryter med kriteriene. Det er derfor ofte ansett som den laveste formen for kontroll av kvalitet. Men de har et moralsk aspekt og fører til at det blir fokusert på problemet. Hovedfunksjonen til disse er å øke bevissthet, og ofte utvikler det seg til mer formelle og målbare standarder (Black and Crabtree 2007). Mange sertifiseringsprogram er blitt utviklet ut fra codes of conducts og er etterhvert blitt et verdifullt verktøy for å definere og kommunisere bærekraftig foretningsdrift (Black and Crabtree 2007). Sertifisering setter standarder

som er relevante og oppnåelige for deler av sektoren. Disse operasjonaliserer definisjoner av miljøledelse, bærekraftig turisme, avhengig av hva som er målsetningen til programmet (Black and Crabtree 2007). Begrepene sertifisering og kvalitetsmerking eller økomerking blir i stor grad brukt om hverandre. Felles for de to er at de må ha klare kriterier, og tiltak å unngå misbruk av sertifikat/merke. Et annet fellestrekk er at begge fungerer som et verktøy for forbruker i valg av produkt (Haaland and Aas 2006). Målsetningen er at sertifiseringsmerke kan bli gjenkjent av kunder eller turoperatør, og ansett som et fortrinn i markedet (Font and Harris 2004). Hovedforskjellen mellom såkalt øko/kvalitetsmerking og sertifisering ligger i utforming av kriterier og kontrollprosedyrer. Kriteriene for et sertifiseringsprogram er ofte mer standardiserte og mer "objektive" enn kvalitetsmerkingens. Kvalitetsmerking har ofte lokalt tilpassede standarder (Haaland and Aas 2006).

## Historie

Siden begynnelsen på 90-tallet har det kommet mange sertifiseringsprogrammer med standarder for bærekraft. Turisme har fulgt etter utviklingen i andre industrier som har relativt godt etablerte sertifiseringsprogrammer, som skog og fiskeri. Merking av økologisk produserte matvarer er etter hvert blitt relativt utbredt både nasjonalt og internasjonalt. Den eldste kvalitetsmerkingen i Europa er Blue Flag, denne ble opprettet i 1985 for å bedre vannkvaliteten på europeiske strender. I 1991 ble TIES, det internasjonale forbundet for økoturisme, etablert. I 1994 ble Green Globe etablert av World Travel and Tourism Council, der målsetningen var å få gjort prinsippene fra Agenda 21 om til praktisk handling for reiselivsbransjen. I 1998 ble det lansert en Green Globe standard. Den opprinnelig danske ordningen "Den Grønne Nøgle" sin oppstart i 1994. Det australske sertifiseringsprogrammet ble etablert i 1996, mens det costaricanske sertifiseringsprogrammet (CST) ble lansert i 1997. Flere mindre og relativt lokale kvalitetsmerker i Europa ble lansert i samme periode (Haaland and Aas 2006). I 1995 var det av FNs miljøprogram (UNEP) registrert at det eksisterte 30 codes of conduct, og 28 merkeordninger i 1998. I de nordiske landene alene var der 17 ordninger, og fem var under planlegging i 1999.

I 2000 etablerte WTO (World Tourism Organisation) sammen med UNEP, UNESCO og 15 turoperatører et nettverk for operatører som arbeider sammen for å få bedriftene til å reflektere "best practice". Dette året var den første internasjonale konferansen om sertifisering av turismeindustrien, "Ecotourism and Sustainable Tourism Workshop" i New York. Denne hadde deltakere fra flere land, deriblant flere eksperter på økoturisme og sertifiseringsprogrammer. Resultatet var "Principles of Ecotourism and Sustainable Tourism Certification", og "Mohonk-avtalen". Dette var en uformell konsensus som formulerte et felles rammeverk og retningslinjer for bærekraftig turisme og for økoturisme. Denne avtalen har senere vært en prinsipiell referanse til utvikling av bærekraftig turisme og sertifiseringsprogram. Det har blant annet vært viktig referanse for WTO sine indikatorer i "A Guidebook for Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations", VISIT standarden og "Baseline Criteria for Sustainable Tourism Certification in the Americas" (Font 2002b; Haaland and Aas 2006). Konferansen i New York førte også til et forslag om et eget sertifiseringsorgan, der hovedformålet skulle være å akkreditere selve sertifiseringsprogrammene. Bakgrunnen var mangelen på tredjepartsevaluering, og det store antallet sertifiseringsorganer som skapte forvirring i markedet. Kriteriene som ble forslått skulle denne grunnlag for "Sustainable Tourism Stewardship Council". Initiativet ble ledet av Reinskogsalliansen, og rapporten med forslaget ble ferdigstilt i 2003. Foreløpig har dette initiativet vist seg å være svært kostbart å gjennomføre, men et resultat har vært opprettelse av det regionale "Sustainable Tourism Certification Network of the Americas" (Font 2002b; Haaland and Aas 2006; The Rainforest Alliance 2008).

Året 2002 er også viktig for utviklingen av en mer bærekraftig turisme. Dette året var FNs internasjonale år for økoturisme, og det ble et sterkt fokus på økoturisme over hele verden. I regi av UNEP og WTO ble det arrangert en verdenskonferanse om økoturisme i Canada samme år (World Ecotourism Summit), hvor en rekke aktører fra både privat og offentlig sektor deltok. I etterkant er det blitt avholdt en rekke konferanser og arbeidsseminarer hvor hovedfokus nettopp var økoturisme. I de senere år har verdens turismeorganisasjon (WTO) fortsatt å organisere konferanser i ulike deler av verden hvor hovedfokus er samarbeid mellom offentlige og private aktører for sertifisering av turismeaktiviteter (Haaland and Aas 2006).

Tall fra 2002 viser at det var om lag 260 ulike frivillige initiativ verden over. Disse dekker alt fra økomerking, benchmarking, utdeling av årlige priser etc. Mer enn 100 av initiativene er miljømerker for turisme, vertskap og økoturisme (Bendell and Font 2004; Haaland and Aas 2006). I 2006 var det ifølge Crabtree og Black (2007) 80 sertifiseringsordninger innen økoturisme på verdensbasis. Tall fra WTO viser at 2/3 av alle økomerker er etablert og driftet av privatbaserte turistorganisasjoner og NGO'er, mens 1/3 er utviklet av offentlige etater og organisasjoner (Haaland and Aas 2006). Utfordringen for alle programmer eller merker, uavhengig om de er produkt-, aktør- eller destinasjonsorienterte, er at den store mengden av ulike programmer bidrar til å utvanne



betydningen av dem. Allerede i 1995 sendte UNEP ut en advarsel om at for mange "codes of conducts" er like farlige som for få, og at å øke antall av slike initiativ kan resultere i forvirring heller enn handling (Bendell and Font 2004).

I mengden av ulike kvalitets- og økokerker er det vanskelig å få en god oversikt over de forskjellige programmene og deres innhold. Noen programmer har imidlertid større utbredelse enn andre og er dermed også mer internasjonalt anerkjente (Bendell and Font 2004).

Hovedvekten av sertifiseringsprogrammer og økokerker finner vi i Europa. I 2002 var 78 prosent av programmene basert i Europa, der mange regionale merker har lignende mål men forskjellige prosedyrer og kriterier (2007). Nasjonale og regionale sertifiseringsordninger finnes blant annet i Østerrike, Tyskland, Danmark, Storbritannia, Italia, Frankrike, Spania, Estland og Sverige. Tyskland har det høyeste antallet av økokerker, men også i Spania og Italia har utviklet en rekke ulike ordninger (Bendell and Font 2004; Haaland and Aas 2006).

Det har vært diskutert å prøve å etablere felles sertifiseringsordninger i Europa siden 1998, da det ble gjennomført en forstudie av muligheter for å etablere felles miljøstandard for europeiske hoteller. Det har vært flere forsøk i Europa å komme frem til en felles ordning for overnattingsbedrifter, men dette har fått begrenset av støtte av industrien. Blant annet på grunn av bekymring for høye kostnader og mye byråkrati har arbeidet ikke kommet lenger. Landene i mellom har også hatt vanskeligheter med å enes om standarder på grunn av ulikheter mellom landene når det gjelder deres utgangspunkt (Bendell and Font 2004; Haaland and Aas 2006).

Det finnes noen økokerkeprogrammer som dekker flere land i en større region. Danmarks miljømerke "Den Grønne Nøgle" er etter hvert utvidet til å omfatte Frankrike, Sverige og Litauen. Det tyske initiativet Blue Swallow sertifiserer overnattingsbedrifter i Sverige, Finland, Tyskland, Østerrike, Sveits og Italia. The Blue Flag har ekspandert til en rekke strender og marinaer over hele Europa, og etterhvert også til Sør-Afrika og Karibien. Green Globe er derimot den ordningen som har satset sterkest mot en bred internasjonal dekning. Fra lanseringen av miljøstandarder i 1998 har de jobbet aktivt med å utvikle seg til å bli et internasjonalt miljøakkrediteringssystem, blant annet gjennom samarbeid med representanter for nasjonale ordninger i Australia, Karibien, Danmark og England (Haaland and Aas 2006).

Den nordiske Svanemerket dekker hoteller i hele Skandinavia. I Norge er for eksempel Gålå høyfjellshotell et Svanemerket hotell som også har mottatt en rekke utmerkelse for sin miljøinnsats. Flere norske reiselivsbedrifter har tatt i bruk systemer for miljøstyring, deriblant ISO 14001 og EMAS. Stiftelsen Grønt i Praksis (GRIP) har utgitt veiledere for hvordan reiselivsbransjen skal gjennomføre miljøprogrammer. Dette innebærer gode råd om for eksempel ressursøkonomisering i løpende drift for eksempel i hoteller (Haaland and Aas 2006).

Reiselivsbransjen består av et mangfold av produkter, aktører og nivåer. Dette gjør både intern organisering og sertifisering vanskelig. Dette gjør at enkelte merkings og sertifiseringsprogrammer fokuserer på produkt, mens andre fokuserer på bedrift eller selskap. Turistbransjen har også vært dårlig til å orientere seg mot bærekraftig drift, blant annet fordi bærekraft har vært dårlig definert rent praktisk og vanskelig å operasjonalisere (Haaland and Aas 2006).

De fleste sertifiseringsprogrammene er ment for å oppmuntre organisasjoner til å møte standarder som er mer enn hva som er nasjonalt lovpålagt (Font 2002a). Men for å vurdere at om prinsippene for bærekraftig turisme, geoturisme eller økoturisme blir oppnådd må man ha en viss kontroll av prestasjon. Man må derfor ha metoder som måling, overvåking benchmarking, rapportering, indikatorer, evaluering eller revisjon. Troverdigheten til det kvalitetssikringsverktøyet man bruker avhenger av å ha slike metoder (Black and Crabtree 2007).

Et sertifiseringsprogram krever uavhengig kontrollør, som ofte også blir omtalt som tredjepartsevaluering eller akkreditering. Sertifisering og akkreditering er også ofte brukt om hverandre i steder som Australia, Asia og New Zealand. Sertifisering er en frivillig prosedyre som definerer, vurderer og gir forsikringer om en bedrift, produkt,

prosess, styringssystem etc. oppfyller visse krav. Akkreditering er en prosedyre hvor en autoritet formelt godkjenner at en sertifiseringsordning er i stand til å utføre oppgavene på riktig måte (Haaland and Aas 2006).

Formaliserte systemer for kvalitetssikring ble først utviklet innen den militære industrien senere videreutviklet for den sivile industrien. Kvalitetssikring i industriell betydning skal sikre at en størst mulig andel av produktene skal tilfredsstillende en gitt spesifikasjon eller kvalitet. Den sentrale utfordringen er kontroll med alle innsatsfaktorer for dermed å få kontroll med utfallet av produksjonsprosessen; selve produktet. Det er først i de senere årene at systemer for kvalitetssikring har blitt forsøkt overført fra vareproduserende industri til tjenesteytende næringer som reiselivet. Overgangen fra kvalitetssikring av vareproduksjon til produksjon av tjenester innebærer ofte en redusert kontroll med relevante innsatsfaktorer og større problemer med å definere hva som er den ønskede spesifikasjonen av utfallet av produksjonsprosessen; i dette tilfellet en tjeneste. Det framstår for eksempel enklere å spesifisere forventet standard til varen "bil" enn for tjenesten "formidling". Kvalitetssikring av tjenesteproduksjon i reiselivet blir derfor mer komplekst; og muligheten for faktisk å sikre kvaliteten gjerne mindre enn tilfellet er for vareproduserende virksomheter. Slike systemer viser seg å være vanskeligere for små bedrifter, som er utbredt innenfor reiselivet. Begrepet kvalitetssikring har i det senere også blitt utvidet. I tillegg til å innrette seg mot produktens bruksegenskaper blir sider ved selve produksjonen også inkludert. Dette gjelder hensynet til helse, arbeidsmiljø og sikkerhet ved virksomheten. Etter hvert har man også inkludert forhold som gjelder ytre konsekvenser av produksjonen; i første omgang hvordan produksjonen påvirker det ytre miljøet (Aall et al. 2003).

Vi kan peke på to hovedtyper av sertifiseringsprogram; prosess- og prestasjonsbaserte. Prosessbaserte programmer er basert på miljøstyringssystemer i driften av virksomheten, mens prestasjonsbaserte måles opp mot spesielle definerte kriterier. I disse type programmer er forvaltningssystemer utviklet for å overvåke og forbedre produkt og rutine internt i virksomheten. Som oftest benyttes ulike former for miljøstyringssystem, og blant mest kjente miljøstyringssystemer er internasjonale standardorganisasjonens (ISO) system for miljøstyring, ISO 14001, og EUs system for miljørevisjon, EMAS. Her stilles det krav til at standardene skal angå vesentlige miljøaspekter som har med virksomhetens kjerneaktiviteter å gjøre. Standarden krever ikke nødvendigvis store miljøtiltak i starten, men virksomheten skal utvikle sitt eget interne miljøarbeid og vise til forbedringer over tid. Dette følges opp med kontroll fra et uavhengig sertifiseringsorgan. Slike systemer kan implementeres i en rekke forskjellige bransjer og tilpasses mer virksomheten. Dette gjør programmene svært anvendbare, men det er vanskeligere å måle miljøprestasjon og sammenligne virksomhetene med hverandre. Denne type sertifiseringsprogram har vært den mest vanlige formen innen konvensjonell turisme eller masseturisme, som hoteller, flyselskap og bilutleie (Haaland and Aas 2006).

Prestasjonsbaserte programmer bruker derimot spesielle miljømessige eller sosiokulturelle kriterier eller referansepunkt, ofte kalt benchmarks. Sertifiserte aktører eller produkter må møte spesifikke krav eller standarder før de kan bli sertifiserte. Begge systemene kan derimot benytte både første og tredjepartsevalueringer, og begge typer synliggjøres gjennom bruk av merke eller logo som kan brukes i markedsføringen (Haaland and Aas 2006).

Flertallet av sertifiseringsprogrammer har et sett av kriterier som virksomheter må oppfylle for å bli sertifisert. Ved mangel på entydige, målbare kriterier gjør at ikke alle områder blir like godt i varetatt eller sikret. På den andre siden vil mange og strenge kriterier vil sertifiseringsordningen kunne være mer troverdig og eksklusiv, men utelukke en del virksomheter. I følge en UNDP rapport ser det ut til å være en sammenheng mellom kriterier og programmets geografiske utbredelse. Det er som oftest flere og strengere krav til nasjonale program enn til regionale og internasjonale programmer (Haaland and Aas 2006).

En spesiell type program er rettet mot sertifisering av bærekraftig turisme, og her fokuserer programmet på både miljømessige, sosioøkonomiske og økonomiske sider ved virksomheten. En målsetning er å redusere negative effekter av bedriftens virksomhet både utad og internt. Dette betyr effekter på for eksempel lokalsamfunn og fysisk miljø. Disse programmene er ofte resultatorienterte og har krav om å oppfylle spesifikke mål, men består ofte av en blanding av prosess- og prestasjonsmål. En annen kategori av sertifiseringsprogram omfatter

virksomheter og produkter innen økoturisme. Denne typen fokuserer på intern virksomhet og berørte interessegrupper. Standardene er oftest utformet i forhold til område eller region, og har et større aspekt utover miljømessige, da de blant annet stiller krav til virksomhetens bidrag til lokalsamfunnet. Forskjellen mellom sertifiseringsprogramm rettet mot bærekraftig turisme og økoturisme er små, men går på vektning av eksterne og interne effekter av virksomheten. I økoturisme legges det i tillegg mer vekt på driftens bidrag til bevaring av natur- og kulturmiljø, til lokalsamfunnet og læringsaspektet.

## Indikatorer

Det er de siste 10-15 årene har det vært en sterk økning i antall sertifiseringsordninger, miljømerkjingsprogram, etc. Dette tyder på at det er et sterkt behov for kvalitetsgaranti. I slike system må identifisere målbare kriterier, ha en prosess der man måler og siden et system for å tolke resultatene og bruke erfaringene for å forbedre styringen. Et viktig element i kvalitetssikring i reiselivet er utvikling av indikatorer som kan effektivt og troverdig måle standarder og overvåke utvikling. Felles for ulike former for sertifisering, akkreditering, retningslinjer, rapportering av triple-bottom line er at en form for evaluering ved bruk av indikatorer er brukt i nesten alle disse prosessene. Overvåking og bruk av indikatorer i turismesektoren er ikke et nytt fenomen, for eksempel er besøkstall, antall overnattinger og lengde på opphold vanlige indikatorer. Utvikling av indikatorer for bærekraftig turisme er derimot ennå på et tidlig stadium (Black and Crabtree 2007; Font and Harris 2004; Tsaour et al. 2006; Twining-Ward and Butler 2002).

Det er mange organisasjoner som har vært med på utviklingen av indikatorer for bærekraftig utvikling; Det europeiske miljøbyrået (EEA), FNs miljøprogram (UNEP), FNs utviklingsprogram, Verdensbanken, World Watch Institute, International Institute of Sustainable Development (IISD), New Economics Foundation (NEF), FN kommisjonen for bærekraftig utvikling (UNCSD), WTO (World Tourism Organisation) og de engelske Department of Culture Media and Sport (DCMS) og Department for Environment Transport and the Regions (DETR).

Det er tre rapporter fra 90-tallet som har vært sentrale i utvikle indikatorer innen bærekraftig turisme; "Statistical Indicators Needed to Monitor Sustainable Travel and Tourism Development" fra World Travel and Tourism Council i 1992, WTOs Environmental Committee rapport fra arbeidsgruppen International Working Group on Indicators of Sustainable fra 1993 og International Federation of Tour Operators hadde studien ECOMUST i 1994 som skulle komme frem til en modell for bærekraftig turisme som inneholdt indikatorer. World Conservation Union lagde videre i samarbeid med WTO and the United Nations Environment Program rapporten Guidelines: "Development of National Parks and Protected Areas for Tourism", der en del av rapporten tok for seg lignende indikatorer. Senere hadde de en studie med anbefalinger om forvaltning av økoturisme i vernede områder.

European Community Models of Sustainable Tourism (ECOMUST) skulle i 1994 komme frem til et planleggingsverktøy for utvikling av bærekraftig turisme. Befolkning, turisme, økologi og politikk var fire interesser som skulle balanseres. Elementer som var ansett å påvirke de enkelte kategoriene ble vurdert. Disse elementene ble igjen knyttet til indikatorer som kunne brukes til å overvåke i hvilken grad man nådde målsetningene. Hver indikator ble tilknyttet et kritisk nivå. Tabell nedenfor viser indikatorene. Denne rapporten hadde relativt få økologiske indikatorer, om omhandlet mest ting som direkte har med bedriften å gjøre, for eksempel knapphet av vann og tilgang på attraksjoner (Hughes 2002).

Topic	Component or Indicator	Critical Value	Target
Population	Preserving the population's prosperity	Population dynamics Unemployment rate Per capita income	Continuous and major migration of working population
Tourism	Retaining guest satisfaction	Maintenance of quality and monitoring ecology	Persistent criticism of accommodation, overcrowding, ecological conditions, aesthetics
Ecology	Environmental consciousness	Guests aware of	If simplest cost-free

		environmental problems	measures not taken to make accommodation more environmentally friendly
Politics	Effective tourism and ecologically orientated legislation	Existence of ecologically orientated quality standards	

WTO har i stor grad vært ledende i arbeidet med å utvikle indikatorer for bærekraftig turisme. Tre publikasjoner ble utgitt i henholdsvis 1993, 1996 og 2004. Den første fokuserte mest på indikatorer som kunne måle effekten på natur- og kulturmiljø, og det var definert tre indikatorekategorier; bedrift, nasjonalt og destinasjon eller sted. Det var også anbefalinger på tre nivå, i forhold til hvor mye ressurser man har til rådighet. Det mest omfattende nivået skulle måle miljøtilstand, sammenhenger mellom miljø og turisme og effekten av handlinger. Dette inkluderer en omfattende oversikt over stedets egenskaper, biologisk og fysisk overvåking av kvantitative og kvalitative nøkkelvariable, måle nivå for forskjellige typer av turistbruk som økosystemet tåler, målinger for å identifisere grensene for bæreevnen til økosystemene, og sårbarheten for visse deler av natur- og kulturmiljø, samt å overvåke forurensingskilden som påvirker ressursgrunnlaget. I denne sammenhengen gjelder forurensing avfall, kloakk, oljeutslipp, giftig avfall, luftforurensing, visuell forurensing, tap av nøkkelarter og lignende. For å måle økologisk belastning anbefales det å overvåke tap av arter, biodiversitet, økosystemets motstandskraft, endringer i sårbare habitat, målinger av kjemiske og fysiske endringer som for eksempel biologiske indikatorer. Arbeidsgruppen som utarbeidet denne veilederen vedkjente at mye er antalelig er vanskelig å få til i praksis, så de anbefalte et mer praktisk sett av "operasjonelle indikatorer". På dette mellomnivået dekker indikatorene de viktigste temaene på regionalt eller nasjonalt nivå, som er nødvendige for å legge til rette for en bærekraftig turistutvikling. Indikatorene er delt i nasjonale og lokale indikatorer. Eksempler på indikatorer er truede arter eller belastning av bruk, blant annet i forhold til belastning i fredede områder. Rapporten gjør det derimot mindre klart hvordan man skal definere kritiske nivå eller vurdere hvorvidt turisme forårsaker tilstanden. Det laveste indikatornivået er en lang liste av ulike indikatorer, der listen består av hvilke data som er tilgjengelig mer enn hva som er ønskelig å bruke (Hughes 2002; Haaland and Aas 2006).

Den andre rapporten til WTO introduserte tolv kjerneindikatorer som var utviklet for bruk i alle destinasjoner. Målet var å utvikle ett sett med indikatorer som er internasjonalt egnet og kan hjelpe med ledelse av turisme. Indikatorene var ment å kunne brukes for å sammenligne destinasjoner. I tillegg presenterte de alternative indikatorer for ulike steder som kystsoner, fjellområder, verneområder, urbane miljø, tradisjonelle lokalsamfunn og småøyer. Her la man vekt på åpenhet rundt indikatorer, men tok ikke for seg kompleksiteten av å utvikle indikatorer eller forklarer hvordan de brukes for å påvirke den eksisterende praksisen (Haaland and Aas 2006).

Den siste publikasjonen fra WTO er omfattende og utvider grunnlaget betraktelig. Flere hundre indikatorer og 25 casestudier er presentert, sammen med en detaljert diskusjon av utvikling av indikatorer. Dette viser at det er økt interesse, bruk og forståelse av hvordan indikatorer kan bli integrert i prosessene med planlegging og ta beslutninger i turistbedrifter og destinasjoner (Haaland and Aas 2006).

Antallet indikatorer som er utviklet har etter hvert blitt stort. Internasjonale, nasjonale, lokale, offentlige og private organisasjoner har kommet med sine forslag til hvordan man kan måle naturen og samfunnets langsiktige utvikling, samt hvordan man kan veilede planlegging og politikk (Tsaur et al. 2006).

De fleste indikatorer kan være gjenstand for kritikk. På samme måte som GDP har blitt kritisert som en mangelfull indikator for velferd, er også disse indikatorene mangelfulle for å beskrive bærekraftig turisme. EEA har for eksempel ved ett tilfelle sagt at de ikke hadde vært i stand til å komme frem til meningsfulle indikatorer. Prosessen fra definisjoner til kriterier er utfordrende. Problemstillingen er relativ ny, og det som prøves å måles er vanskelig, og det er mye å ta hensyn til. Indikatorer kan bli definert på mange forskjellige måter, men det som er viktig er hvordan indikatorene blir valgt ut. Det er hevdet at det er mulig at beste indikatorene begrepsmessig ikke er tilgjengelige i praksis, enten fordi de grunnleggende data ikke er valgt eller fordi metoden for å omgjøre data til ønskede indikatorer ikke er tilgjengelig (Twining-Ward and Butler 2002).

### Valg av indikatorer

FNs kommisjon for bærekraftig utvikling sier at indikatorer skal være forståelige, realiserbare, velbegrunnet, begrenset i antall, dekke bredt og avhengig av data som er lett tilgjengelig. Ovenfor brukerne må informasjonen være troverdig og pålitelig, samtidig som den er klar og forståelig (Black and Crabtree 2007). Fra mange ulike aktører er det utviklet veiledere for valg av indikatorer og fremgangsmåte for å utvikle de. Disse temaene er ikke utfyllende, men videre gjengis noen anbefalinger for hvordan man kan velge ut indikatorer.

Det aller første steget innebærer en fase med undersøkning og organisering. Destinasjonen skal beskrives og defineres, samt definere den langsiktige visjonen for destinasjonen. Videre skal man identifisere hvilket marked man ønsker, og hva som er de største verdiene og risiko forbundet med turisme. I denne prosessen bør relevante aktører involveres gjennom deltagende prosesser. Det kan for eksempel være relevant å jobbe sammen med myndighetene og frivillige organisasjoner for å sikre en tilnærming som er fordelaktig for alle. Dette er viktig i utviklingsprosessen, men også for videre samarbeid og overvåkingsprosessen. Alle bør ikke involveres på en gang, men det bør være bred representativitet av ulike aktører i prosessen. I økoturisme er det spesielt viktig å involvere lokalbefolkningen (Black and Crabtree 2007; Twining-Ward and Butler 2002; White et al. 2006).

Før prosessen med å velge indikatorer starter, bør det vurderes om det er noen begrensninger i for eksempel tid, areal eller ressurser. Man bør bestemme hvem som er målgruppen, og hvem som skal stå for innsamling og analysering. Hvor mange indikatorer er relevant å operere med, og hvor komplekse bør de være (Black and Crabtree 2007; Twining-Ward and Butler 2002)?

I neste omgang kan man velge hvilke saker og spørsmål som prioriteres. Kriterier for valg av indikatorer bør være basert på målene for bærekraftighet som aktørene har vært med på å definere. Videre bør man vurdere tilgjengelige datakilder og aktuelle indikatorer. Det er for eksempel viktig å sørge for at data er samlet på en konsekvent og egnet måte, og at data bør også kunne bli anvendt av andre. Man bør videre vurdere prosedyrene for å gjennomføre datainnsamling, overvåking, analyser, evaluering av resultater og hvordan resultatene skal kommuniseres (Black and Crabtree 2007).

Mange har kommet med anbefalinger om at indikatorer og løsninger bør velges ut i forhold til lokale forhold, og tilpasses stedet. Indikatorene bør inkludere lokal kunnskap og fokusere på problem som de lokale aktørene peker på, samt tilpasses brukergrupper og aktørers prioriteringer. Tilpassende indikatorer er mer egnet enn universelle indikatorer. Indikatorer må bli valgt fordi de passer forholdene i lokalmiljøet, ikke fordi noen andre bruker de (Black and Crabtree 2007; Tsaur et al. 2006; White et al. 2006).

Indikatorer er videre anbefalt å ha et langsiktig fokus, kunne vise trender og være sammenlignbare over tid eller mellom destinasjoner eller bedrifter. Indikatorer bør også kunne beskrive system i stedet for enkeltfaktorer, og kunne fungere som en tidlig advarsel slik at tiltak kan settes inn i tide. Til dette trenger man tverrfaglig informasjon som for eksempel om sammenhengen mellom turisme og miljø, økonomi, økologi og kultur. Det behøves blant annet indikatorer som øker kunnskapen om den komplekse sammenhengen mellom menneskelige og natursystem (Black and Crabtree 2007; Tsaur et al. 2006).



Samtidig som at indikatorene må være relevante for temaet som er valgt, må det være gjennomførbart å kunne finne og analysere den nødvendige informasjonen. Det kan være utfordrende å finne de rette indikatorene. Noen steder er det ikke mulig å fremskaffe et omfattende sett med indikatorer, og mange indikatorer kan være så komplekse at de er vanskelige å ta i bruk. Ofte er det komplekse spørsmål og prosesser, men samtidig som indikatorene må være relevante, må de samtidig være meningsfulle og mulig å bruke for de fleste. I stedet for å prøve å finne den perfekte indikatoren, må man i praksis finne den som er mest anvendbar i forhold til situasjonen og målsetningen. Indikatoren bør være enkle og praktiske å bruke. Man bør ikke prøve finne opp hjulet på nytt, men evaluere eksisterende system for å innhente data for å se hvordan de kan bli anvendt. (Black and Crabtree 2007; White et al. 2006).

Det er viktig at indikatorene blir integrert i styringsprosessene for å forbedre planlegging og utvikling, i stedet for at det bare er et verktøy for sammenligning. Ofte fokuserer evaluering og overvåking mer på hva man skal måle i stedet for hvordan man skal bruke resultatene til å gjøre turismen mer bærekraftig. Det er også viktig at resultatene bør kommuniseres på en måte som er forståelig for målgruppen (Black and Crabtree 2007; Haaland and Aas 2006; White et al. 2006).

Mange påpeker at indikatorutvikling er pågående prosess, ikke en lineær. Det å utvikle riktige indikatorer bare en del av arbeidet, den store utfordringen ligger i å bruke resultatene til bærekraftig utvikling. Det er derfor viktig å jevnlig evaluere om indikatorene er relevante for destinasjon og målgruppens behov, og hvordan dette integreres i eksisterende informasjons- og styringssystem. Det kan for eksempel også være nyttig å samle inn data fra andre modeller og sammenligne indikatorer og prosesser. Prosessen bør være en måte å forbedre effekter av turisme, ikke som et produkt i seg selv. Fleksible, læringsbaserte tilnærminger som utvikles over tid kan bli tilpasset og forbedret ettersom ny kunnskap kommer til. Det bør i fra starten planlegges hvordan resultatene fra overvåkingen vil bli brukt for å forbedre styringsprosessen. (Black and Crabtree 2007).

White et. al (2006) viser til en inndeling med fem ulike kategorier for rammeverk der indikatorer blir benyttet; *i*) ytelsesbasert i forhold til samfunn, økonomi og miljø, uten at det er knyttet til spesielle mål, *ii*) målbaset med indikatorer som relateres til mål om bærekraft *iii*) sektorielle som er tilpasset et spesiell styringssystem, *iv*) tematisk basert i forhold til å reagere raskt på aktuelle spørsmål, uten å nødvendigvis ta hensyn til langsiktige effekter og *v*) kausale rammeverk som tar for seg dagens tilstand, påvirkninger og effekter (White et al. 2006).

### Kategorisering av indikatorer

Tradisjonelt har indikatorer ofte vært kategorisert som "objektive" og "subjektive". De objektive referer til kvalitative data, mens subjektive er kvalitative og mer basert på holdninger og personlige meninger. Objektive indikatorer har vært mye brukt innen bærekraftig turisme, blant annet fordi de blir ansett som mer relevante og anvendbare, da mange tema innenfor bærekraftighet er ofte vanskelig å kvantifisere (Tsaur et al. 2006).

Tsaur (2006) referer til fire kategorier for indikatorer for bærekraftig turisme. Den ene gruppen er i tråd med OECDs modell "Pressure-State-Response" som spesifiserer indikatorer for påvirkning, tilstand og reaksjon. Den andre gruppen klassifiserer modellene etter nivå, som globalt, nasjonalt og lokalt. Den tredje gruppen er klassifisert etter miljøtema, som luft, vann, areal etc. Den siste er etter hoveddefinisjoene av bærekraftighet, som miljø, økonomi og samfunn (Tsaur et al. 2006).

### Økologiske indikatorer

Huges (2002) viser til tre tilnærminger til å utvikle økologiske indikatorer. Den ene er at overvåking direkte kan måle intensiteten av belastningen på miljøet. Den andre tilnærmingen er å måle indirekte effekter av påvirkningen ved hjelp av indikatorer knyttet til endringer i volum, helse, og sammensetning av utvalgte dyr og planter der det er kjente reaksjoner på miljøbelastning. Den tredje tilnærmingen er å kombinere de direkte og indirekte

tilnærmingene (Hughes 2002). Den første tilnærmingen er mye brukt, men krever god kunnskap om kritisk nivå eller terskelnivå. Systemers tålegrenser er ofte et sentralt spørsmål. Dette dreier seg om antall turister en gitt lokalitet eller destinasjon tåler ut fra det fysiske miljøet, den lokale kulturen og sosial aksept hos lokalbefolkningen. Et relatert begrep er bæreevne, som referer til lokalitetens/destinasjonens evne til å motta turister uten å forringes, og kan igjen deles i fysisk, sosial og økonomisk bæreevne. Bæreevnen vil variere fra sted til sted, men kan også endres over tid på det samme stedet. Bæreevne og tålegrense er ofte forstått som et godt pedagogisk konsept, men har begrensninger som praktisk verktøy. Generelt er det vanskelig å lage økologiske indikatorer, blant annet fordi man mangler kunnskap på mange områder. Man må klare å identifisere økologiske effekter og kunne måle de, samtidig som man må kunne avgjøre terskelverdier eller tålegrenser. Spesielt viktig er tverrfaglig innsikt i forhold til overvåking av økosystem. Ofte er det begrenset kunnskap om årsakssammenhenger, og man må kunne koble observerte endringer til turisme, altså at det er turisme og ikke noe annet som årsaken til endringer. Når det er usikkerhet om årsakssammenhenger, vil det også være vanskelig å vite hva som skal gjøres for å rette opp. Det er påstått av noen at det ikke finnes gode indikatorer for bæreevne. Den indikatoren er ofte en nedgang i besøk på grunn av forringede kvaliteter eller uønskede miljøendringer. Ofte kommer disse indikatorene for sent for forhindre skaden (Black and Crabtree 2007; Hughes 2002; White et al. 2006; Aall and Groven 2004).

Gabor Vereczi, som jobber i WTO med bærekraftig utvikling av turisme, har følgende forslag til indikatorer som kan være relevante for økoturisme. Det er verdt å merke at disse indikatorene er relatert til økoturismeaktiviteter som ofte forekommer i relativt uberørte naturområder som kan være sårbare for negative påvirkninger (Black and Crabtree 2007).

- Omfang av vernede områder – areal i forhold til vernetype
- Biodiversitetsindeks av flora og fauna
- Tilstanden til populasjoner av nøkkelarter (for eksempel taksering, tellinger og antall møter)
- Turismens bidrag til opprettholdelse av natur- og økoturismeområder (for eksempel billettinntekter, salg av produkter og tjenester, donasjoner og bidrag)
- Forvaltningskapasitet av et vernet område eller økoturismedestinasjon i forhold til turisme (for eksempel antall ansatte for å tilrettelegge og vedlikeholde infrastruktur og tjenester, årlige utgifter til forvaltning og kontroll)
- Turismeinfrastruktur og deres påvirkninger (for eksempel omfang av stinett, erosjon i stier, overnattingskapasitet, transporttjenester og relatert støy, kø, visuelle påvirkninger)
- Bruksnivå (besøkstall på bestemte steder)
- Om det eksisterer en forvaltningsplan for turisme (for eksempel i forhold til etablering og regulering av soner for turistbruk)

## Samfunn

Sosiokulturelle effekter av turisme kan også være betydelige, og bør derfor overvåkes. Slike effekter kan derimot være vanskelig å måle, og indikatorer er derfor ofte subjektive. Lokalsamfunnet og tradisjonelle levemåter er en viktig del av økoturisme, og et mål er at lokalsamfunnet skal delta aktivt i drift og utvikling av turismen. De bør være med på å definere indikatorer, siden turisme påvirker deres hverdag og de er i best stand til å evaluere påvirkninger og bestemme det omfanget av turisme de kan akseptere. Informasjon og formidling av natur og kultur er også et viktig aspekt ved økoturisme. Det bidrar til økt forståelse for blant annet naturvern. Å måle kvalitet på informasjon og formidling kan for eksempel skje gjennom tilbakemelding fra guider eller undersøkelser (Black and Crabtree 2007).



Noen eksempler på indikatorer for deltagelse av lokalmiljø og samfunnsmessige fordeler fra turisme:

- Prosent av lokale produkter og produkter brukt
- Sysselsetting av lokalbefolkning i turismesektoren (for eksempel antall og inntektsnivå)
- Grad av tilfredshet blant lokalbefolkning for turismeutviklingen i området, spesielt i forhold til naturen
- Arrangement som kan øke bevissthet rundt miljø (for eksempel kurs, møter, undervisningsopplegg)
- Forekomst av lokalsamfunnets deltagelse i planleggingsprosesser (for eksempel antall møter og grad av oppmøte)
- Grad av samarbeid mellom forvaltningsmyndigheter og lokalsamfunn (for eksempel antall utvalg, forum og komiteer)
- Alternative turistprogram som er markedsført eller organisert av lokalsamfunn i nærheten av nasjonalparker, verneområder og andre økoturismedestinasjoner.
- Tilgang for lokalbefolkning til viktige steder (for eksempel strender)

Eksempler på indikatorer for sosiokulturelle påvirkninger av turisme:

- Andel turister i forhold til lokale (for eksempel gjennomsnitt og maksimumsnivå)
- Prosent av befolkningen som skifter fra tradisjonelle yrker til turisme
- Antall eller prosent av befolkning som fortsetter med tradisjonelle klær, skikker, språk, mat, religion og kulturelle praksiser (for eksempel hvor mange som deltar på tradisjonelle arrangement)
- Økning/reduksjon av kulturelle eller tradisjonelle aktiviteter og arrangement
- Lokalbefolkningens oppfatning av påvirkning på lokalsamfunnet (bruk av spørreskjema)

## Drift og økonomi

En økoturismebedrift har som formål å minimalisere de negative effekter på natur og samfunn og bidra til vern av naturen, og indikatorer kan hjelpe til med å måle bedriftens standarder og målsetninger. Turismen er avhengig av å være økonomisk levedyktig for å kunne bidra til naturvern og lokal utvikling. Kunnskap om marked og effektivitet av markedsføring er viktig for å kunne bidra til å utvikle turismen bærekraftig (Black and Crabtree 2007).

Relevante indikatorer kan være:

- Bruk og forvaltning av naturressurser (for eksempel retningslinjer og standarder for miljøstyring, forvaltning av vann, energi, avfall og byggematerialer)
- Bidrag til vern av naturen (for eksempel type og omfang av bidrag til opprettholdelse av naturområder, betaling av avgift eller konsesjon til forvaltningsmyndigheter)
- Økonomiske og sosiale fordeler til lokalmiljøet (sysselsetting, bruk av lokale produkter, veldedighetsprosjekter)
- Kvalitet på informasjon og formidling om miljø rettet mot turistene, og samsvar med sikkerhetsstandarder

## Eksempler

Mange har påpekt mangelen på relevant forskning på indikatorer, og at det er vanskelig å finne praktiske eksempler. Det er gjennomført få grundige, vitenskapelig baserte evalueringer av de ulike sertifiserings- og kvalitetsmerkingsordningene. Mye av den tilgjengelige informasjonen er noe ensidig i sin fremstilling av programmene fortrinn, men sier mindre om styrker og svakheter i praksis (Haaland and Aas 2006; Tsaur et al. 2006). Geoturisme ble etter lanseringen raskt et populært konsept, i 2003 var begrepet ennå så nytt at det var usikkert om den ville bli fanget opp i akademiske artikler (Buckley 2003). I 2008 er har begrepet lite akademisk

omtale. Under følger eksempler på ulike planleggingsverktøy, sertifiseringsordninger og andre verktøy som tar i bruk indikatorer.

## Planleggingsverktøy

Det finnes flere planleggingsverktøy som baseres på indikatorer for å måle ressurstilstander og sosiale forhold, bestemme standarder og å sette i verk handlinger. Eksempler på verktøy er Limits of Acceptable Change (LAC), Visitor Impact Management (VIM), Visitor Experience Resource Protection (VERP). Det har vært et økt fokus på indikatorer og standarder blant mange forvaltningsmyndigheter og organisasjoner mange steder i verden, men få har tatt de aktivt i bruk som verktøy. Dette er delvis på grunn av vanskeligheter med å definere indikatorer og standarder.

### TOMM

"Tourism Optimazation Management Modell" (TOMM) er utviklet av "Manidis Roberts Consultans" for å overvåke og forvalte turismeutvikling på Kangaroo Island i Sør-Australia. Denne er utviklet som en variant av "Limits of Accesptable Change" og skal måle turismens effekter på økonomi, markedsføring, miljø og kultur, samt veilede i forhold til problemstillinger som oppstår og bidra med alternativer for styring og planlegging. Dette prosjektet er ett av de eldste systemene for styring og overvåking av bærekraftig turisme. Prosjektet er på mange måter ansett som vellykket, blant annet fordi overvåkingen ikke bare samlet informasjon, men bidro til å utvikle forvaltningen av destinasjonen. De har definert en rekke "optimale forhold" og valg ut indikatorer som skal måle disse. Over 60 indikatorer ble i prosessen vurdert, og av de ble 17 valgt ut. Senere ble fire fjernet på grunn av vanskelighet mer å samle inn data. I tillegg til indikatorene er det også gitt retningslinjer for å tolke resultatene. Det er fire indikatorekategorier; sosiokulturelle, miljøindikatorer, økonomiske indikatorer og "erfarings indikatorer" (experiential indicators) (Black and Crabtree 2007; TOMM 2008).

#### Sosiokulturelle indikatorer:

- "Prosent økning av lokalbefolkning som anser de kan påvirke turismerelaterte avgjørelser" er en indikator for det optimale forholdet "Lokalbefolkning føler de kan påvirke turistrelaterte avgjørelser"
- "Andel av lokalbefolkningen som føler de har tilgang til naturbaserte rekreasjonsmuligheter som ikke er ofte besøkt av turister" er en indikator for det optimale forholdet "lokalbefolkningen har tilgang til naturbaserte rekreasjonsmuligheter som ikke er ofte besøkt av turister"
- "Prosent økning av lokalbefolkning som får inntekt fra turisme" er en indikator for det optimale forholdet "økning av lokal sysselsetting"

#### Miljøindikatorer:

- "Antall par av Hooded Plover<sup>1</sup>" er et mål på det optimale forholdet "viktige viltpopulasjoner som tiltrekker besøk er bevart og/eller fremmet der turismeaktiviteter forekommer"
- "Prosent av avfall som blir gjenvunnet" er en indikator for det optimale forholdet "den mest egnede rutinen for avfallshåndtering er iverksatt"

#### Økonomiske indikatorer:

- "Årlig gjennomsnittlig overnattingsdøgn på øya" er en indikator for det optimale forholdet "Flertallet av besøkende på øya blir mer enn tre netter"
- "Prosent av de lokale innbyggerne som får mesteparten av inntekten fra turisme" er en indikator for det optimale forholdet "turisme gir sysselsetting for lokale innbyggere"

#### Erfarings indikatorer:

---

<sup>1</sup> En sårbar fugleart som kun finnes enkelte steder i Australia

- "Andel av besøkende som anser de har hatt en spesiell opplevelse i møte med vilt i et naturområde" er en indikator for det optimale forholdet "opplevelsen til besøkende på øya skiller seg klart fra andre kystdestinasjoner i Australia"
- "Andel av besøkende som anser at deres opplevelse var lik det som var antydnet i reklame og brosjyrer" er en indikator for det optimale forholdet "markedsføring av besøkendes opplevelser av øyas naturområder er realistisk og ærlig i forhold til den faktiske opplevelsen til de fleste besøkende"
- "Andel av besøkende som i helhet var tilfredse med besøket" er en indikator for det optimale forholdet "flertallet av besøkende forlater øya veldig tilfreds med deres opplevelse"

Kritikk har gått på at indikatorene ikke går langt nok i å identifisere sammenhengen mellom turisme og sosiale og økologiske forhold, og ikke tar med nok forhold utenfor sektorinteressene (Black and Crabtree 2007).

### Samoa Sustainable Tourism Indicator Project

Prosjektet er utviklet av forskeren Louise Twinning-Ward sammen med turismemyndighetene på Samoa og en rådgivende komité som bestod av representanter fra det private, offentlige og frivillige organisasjoner. Arbeidet var påvirket av TOMM og indikatorprogrammet til WTO. Dette skjedde i perioden 1998-2000. Bakgrunnen var at mange øystater i området hadde vedtatt offentlige forpliktelser for bærekraftig utvikling av turismesektoren, men hadde få verktøy for å hjelpe dem. Derfor begynte arbeidet med å utvikle et praktisk og brukervennlig overvåkingssystem som skulle hjelpe Samoa mot bærekraftig turisme. Målet var å redegjøre for hva bærekraftig turisme innebar i dette landet, identifisere de viktigste problemområdene og definere indikatorer som kan overvåke dette. Indikatorene skulle overvåke sammenhengen mellom turisme og livskvaliteten og bærekraften i landet, og bli utviklet slik at resultatene kunne bli brukt til å øke bærekraften. Visjonen var at informasjonen skulle bidra til å forbedre fremtidig planlegging og utviklingsstrategier. En 7-steps plan ble utviklet for at indikatorutviklingen skulle være en del av en læringssyklus: 1: Planlegge prosjekt, 2: Utrede spørsmål og formulere mål, 3: Utvikle og velge ut indikatorer, 4: Justere og overvåke indikatorer, 5: Tolke resultater og lage en handlingsplan, 6: Implementere handlingsplanen og dele resultatene med aktører, og til slutt 7: Evaluere og forbedre overvåkingssystem. Hvis nødvendig kan man gå fra steg 7 tilbake til steg 4. Dette er et system som ligner miljøledelsessystem der det fokuseres på kontinuerlig forbedring. Det skulle også være en tilnærming basert på læring og tilpassning. Aktørers deltagelse blir vektlagt i alle faser, blant annet i å identifisere viktige områder man bør fokusere på. For å finne frem til hva bærekraftig turisme innebar i den lokale konteksten, ble først litteratur undersøkt, deretter utførte de en serie intervju med nøkkelinformanter og hadde spørreundersøkelser blant lokalbefolkningen. Av aktuelle problemstillinger som ble identifisert, valgte den rådgivende komiteen ut 12 nøkkelområder, deretter ble 26 delmål under disse formulert. Neste steg var å utvikle indikatorer for å måle utvikling i forhold til disse målene, og 20 indikatorer ble til slutt valgt. Disse er vist i vedlegg 3. Eksempler på indikatorer som til slutt ble valgt er:

- Prosent av overnattingsbedriftene som komposterer eller resirkulerer avfall
- Prosent fulltidsstillinger i overnattingsbedrifter i landlige områder
- Prosent av hotellene og turoperatører som konsekvent gir besøkende informasjon om den lokale etiketten

Det var et poeng i utvelgelsen av indikatorer at datainnsamling ikke skulle være omfattende. Ulike metoder for å tolke indikatorene ble vurdert, blant annet benchmarking og terskelverdier, men valget falt på "acceptable ranges" etter TOMM-modellen, der et mål eller et sett med verdier representerer den ønskede tilstanden i en gitt situasjon. Denne variasjonsbredden av verdier ble estimert ut i fra de første indikatorresultatene, erfaringer fra andre destinasjoner og ekspertråd. Indikatorer som havnet over den valgte variasjonsbredden ble definert som "god", "akseptabel" når den var innenfor, og "dårlig" hvis de havnet under. En tabell som viser dette er i vedlegg 3. En håndbok for bruk av indikatorene ble også utviklet. En senere evaluering av indikatorene førte til at tre fikk små endringer, fire ble laget på nytt, en ble fjernet og to ble lagt til (Black and Crabtree 2007; Twining-Ward and Butler 2002).

## Indikatorprosjekter

### Engelske indikatorer for nasjonalt og lokalt nivå

De engelske myndighetene utgav en strategi for å utvikle og fremme bærekraftig turisme i 1999. Som en oppfølging av dette i 2001, kom det tidligere English Tourist Council med en strategi for bærekraftig turisme i England, og det første indikatorsettet i *National Sustainable Tourism Indicators: Monitoring progress towards sustainable tourism in England*. Disse identifiserte tre kjerneområder; å verne og fremme naturmiljø og destinasjoner, støtte lokalmiljø og kultur og komme den lokale økonomien ved destinasjonene til gode. 13 indikatorer ble valgt for å overvåke utviklingen på nasjonalt nivå (Department for Culture Media and Sports 2006):

- Antall strender med Blue Flag eller Seaside pris
- CO<sub>2</sub> utslipp av hotell og restaurantindustrien og rekreasjons og sportsaktiviteter i England.
- Transport brukt på ferieturer av engelskmenn
- Antall turismerelaterte bedrifter som har blitt med på handlingsplaner for biodiversitet
- Andel av total sysselsetting ansatt i turismeindustrien
- Gjennomsnittlig inntjening i turismesektoren per time i forhold til industriens inntjening per time
- Antall overnattingsvirksomheter som deltar i "National Accessible Sceme". Denne sikrer standarder for funksjonshemmedes behov/ universell utforming.
- Antall ansatte i "hospitality business" med opplæring i "hospitality programmes"
- Prosent av overnattingsbedriftene registrert i "National Quality Assurance Standards", som er kvalitetsstandarder for ulike typer overnattingsbedrifter.
- Gjesters tilfredshet av ferieturer i England
- Penger brukt av turister i regioner i England
- Prosent turer som blir gjort av bosatte i England
- Netto innenlands penger brukt av engelske turister

Arbeidet med å følge opp arbeidet er senere tatt over av "Department for Culture, Media and Sports". I 2002 gav de ut veilederen "Measuring sustainable tourism at the local level", som er utviklet i samarbeid med nasjonalparksmyndigheter, turistutvalg og lokale myndigheter. Denne gir råd og tips om valg av indikatorer på lokalt nivå. De har kommet frem til forslag til indikatorer som kan egne seg. I vedlegg 3 viser forslag på ulike "state/pressure" og "response" indikatorer. Det er anbefalt å velge så få indikatorer som mulig, samtidig som de er så informative som mulig (Department for Culture Media and Sports 2002).

### VISIT

The European VISIT (Voluntary Initiative for Sustainability in Tourism) var et initiativ for å vise hvordan øko-merker i Europa kunne samarbeide for å utvikle turistmarkedet bærekraftig. Det var et EU finansiert prosjekt, der partnerne var European Centre for Eco Agro Tourism i Nederland, ECOTRANS (Network for Sustainable Tourism in Europe) i Tyskland, NFI (Naturfreunde Internationale) i Østerrike, ARPA ER (Agenzia Regionale Prevenzione e Ambiente dell' Emilia-Romagna), i Italia og Stattreisen Hannover e.V. i Tyskland. De utviklet indikatorer og testet disse i 10 europeiske destinasjoner. Dette førte til ett sett kjerneindikatorer som er anbefalt som "prioriterte indikatorer" der data er tilgjengelig eller relativt enkle å fremskaffe for destinasjonen (The VISIT Initiative 2008). Under viser kategoriene, mens vedlegg 4 viser mer utfyllende lister.

A) Indikatorer for politisk implementering av konsepter for bærekraftighet.

B) Indikatorer for miljøytelse

- B1) Turismettransport (til og fra destinasjon, lokal mobilitet)
- B2) Bæreevne – arealbruk, biodiversitet og turismeaktiviteten
- B3) Energibruk Nøkkelspørsmål
- B4) Vannbruk
- B5) Avfallsbehandling
- C) Sosial og kulturelle indikatorer
- D) Økonomiske indikatorer

Organisasjonen VISIT ble etablert i 2004, og en rekke sertifiseringsprogram og økokerker som for eksempel Green Key og UK Business Sceme er medlemmer. Medlemmene er tilknyttet gjennom å slutte seg til en felles standard (VISIT 2008).

### An Early Warning System Identifying Declining Tourist Destinations (DETOUR)

DETOUR prosjektet ble utført av det nederlandske forskningsinstituttet TNO Inro i samarbeid med Italienske forskningsinstituttet Ciset Venezia og Universitet i Innsbruck, Østerrike, på oppdrag fra EU kommisjonen. Målsetningen var å analysere turistdestinasjoners "forfall" (decline) ved bruk av tidlige varslingsystem basert på indikatorer som identifiserer tendenser til forfall. Foreslåtte indikatorer er vist i vedlegg 5. Et interaktivt system for å evaluere destinasjonen er så forslått. Dette skal være et brukervennlig styringsverktøy som skal hjelpe beslutningstagere å tolke informasjonen, vise den fremtidige utviklingen og effekten av endringer i variable med utgangspunkt i de valgte indikatorene og tilhørende definerte terskelverdier (Manente and Celotto 2004; TNO Inro 2002).

### Environmental Indicators System of the Spanish Tourist Sector

I 2000 begynte de spanske myndighetene utviklingen av indikatorer for den spanske turismesektoren, dette var en videreføring av et prosjekt med å utvikle miljøindikatorer for Spania. OECD var involvert i arbeidet, og indikatorene tar utgangspunkt i OECDs miljøindikatorer. Prosjektet var utviklet i tre stadium, først ved å analysere lignende system og finne alternative datakilder. Neste steg var å identifisere belastningen av turisme på ulike miljøområder i samarbeid med ulike eksperter, og deretter foreslå indikatorsystem. Det siste steget var å implementere et system med 27 indikatorer på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå og gjennomføre en pilotstudie med 18 kommuner. Indikatorene tar for seg *demografi*; forholdet mellom tetthet av turister og lokalbefolkningen og konsentrasjonen av turister i enkelte områder, *økonomi*; grad av spesialisering og inntekt, *sektorens struktur*; fordeling av senger og ulike typer overnatting, og *miljø*; påvirkningen av transport, aktiviteter og infrastruktur på vann, areal, biodiversitet etc. Listen er vist i vedlegg 6. En dataprogram ble utviklet for å oppdatere og utregne indikatorer, samt å lage evalueringer (Linster and Michalak 2005).

Noe av erfaringen med å finne datakilder, var at det var mye data, men forskjellen var stor mellom ulike typer data. Det var gode data på nasjonalt og regionalt nivå, men vanskelig å finne data på lokalt nivå som kunne sammenlignes. Det var også veldig varierende i hvilken grad man hadde gode miljødata. Disse tingene ble pekt som en av svakhetene ved systemet, og at bedre statistikk vil forbedre systemet (Linster and Michalak 2005).

Studien er gjort av Statistik Austria og tar utgangspunkt i OECDs "Indicators for the integration of environmental concerns into tourism" og prøver å relatere dette til turistsektoren i Østerrike. I tillegg er et par indikatorer som er ansett å ha lokal relevans tatt med. Indikatorene blir vurdert i forhold til relevans, pålitelighet og anvendbarhet i forhold til mulighet for implementering og tilgjengelige datakilder.

1. *Antall overnattinger i overnattingsvirksomheter* og hvor de kommer fra er en nøkkelindikator som illustrerer trender og økonomi.
2. *Netto belastning av turisme* kalkuleres på grunnlag av overnattinger av besøkende til landet minus overnattinger i utlandet.
3. *Overnattinger per lokal innbygger* skal reflektere tetthet av turister.
4. *Årlig besøk i nasjonalparker per km<sup>2</sup>* skal reflektere tetthet og belastning av turister.
5. *Overnattingskapasitet* i regionen fordelt på virksomheter og senger skal reflektere tetthet av turister.
6. *Infrastruktur i fjellområder* som for eksempel antall km med skibakker, antall skiheiser og antall overnattingsvirksomheter per km med skibakker skal reflektere påvirkning av infrastruktur og gi delvis indikasjon på påvirkning på miljø av vintersport og illustrerer konsentrasjon av vintersport i bestemte områder.
7. *Turistankomster per transportmiddel* gir indikasjon på ulike transportmidler benyttet og påvirkning av turistreiser.
8. *Befolkning eksponert for støy*, for eksempel fra flyplasser eller turistanlegg, indikerer noe av belastningen av turisme på samfunnet.
9. *Areal benyttet til turistanlegg* reflekterer påvirkning på beslaglegging av areal.
10. *Energikilder brukt for oppvarming av turistanlegg*
11. *Bruk av vann for snøkanoner* indikerer belastningen av vintersport på vannressurser.

Det blir diskutert fra et statistisk perspektiv hvilke problem som oppstår når man skal implementere indikatorene. Erfaringene viser at de foreslåtte indikatorene ikke lett lar seg praktisk implementere i et statistisk system. Dette er på grunn av vanskeligheter relatert til tilgjengelighet av data, datas relevans og samsvar mellom data innad i landet. Noen indikatorer gir heller ikke informasjonen som er forventet og nødvendig for å ta beslutninger (Laimer and Öhlböck 2004).

## Taiwan

Tsaur (2006) beskriver et prosjekt der man i et taiwanesisk økoturismemedestinasjon bruker en alternativ teknikken for å identifisere indikatorer. Ved å intervju representanter for lokalbefolkning, turister og administrasjon ble viktige problemstillinger for bærekraftighet. Viktige forhold mellom for eksempel lokalbefolkning og turisme, og turisme og ressurser ble identifisert. Deretter ble med hjelp det fra litteraturen valgt ut 68 passende indikatorer. En gruppe eksperter uttalte seg om deres mening om gjennomførbarheten til disse indikatorene, og derfra ble vektorer som viste den relative betydningen av indikatorene utledet. Til slutt ble 47 indikatorer valgt ut (Tsaur et al. 2006). Disse vises i vedlegg 7.

## FORTH Hellas

*The Foundation for Research and Technology* (FORTH) er en av de største forskningsstenterne i Hellas. Avdelingen for regionale analyser jobber med å utvikle verktøy og metoder for arealmessige problem og datasett i regionale, urbane og miljøplanlegging (FORTH 2008). I artikkelen *Sustainable tourism indicators for Mediterranean established destinations* presenterer Y. Farsari (2001) et forsøk på å utvikle indikatorer for etablerte destinasjoner ved Middelhavet. Det blir påstått av WTO-indikatorene<sup>2</sup> er lite egnede til etablerte

<sup>2</sup> Henviser til 1995-publikasjonen.



destinasjoner, fordi de fokuserer på nylig utviklede destinasjoner, der bærekraftig turistplanlegging er et mål fra begynnelsen. Denne artikkel fokuserer derimot på hvordan å utvikle indikatorer for allerede utviklede destinasjoner. Arbeidet er stort sett basert på forskning og litteratur. Indikatormodellen er vist i vedlegg 9. Prinsippene for bærekraftig utvikling som ble festsatt i *Beyond the Green Horizon: A Discussion Paper on Principles for Sustainable Tourism* av S. Eber i 1992 ble brukt som veiledning for definisjon av indikatorene. Denne ble utgitt av organisasjonene WWF og Tourism Concern (Farsari 2001).

Prinsippene for bærekraftig utvikling er:

- bærekraftig bruk av ressurser

I denne sammenhengen kan ressurser både være natur-, sosiale- og kulturressurser. Vann og energi er de viktigste faktorene i turismesammenheng, da mange turistfasiliteter har et mye høyere forbruk i sammenligning med lokalbefolkningen, og det er ofte mangel på disse ressursene. Å måle forbruk per turist er ofte anbefalt for å måle forbruk, og bør gjerne sammenlignes med:

- standard normer for forbruk
- relativt overskudd av ressursene i regionen
- behov for ressurser i andre sektorer som landbruk og industri
- tidligere bruk før reduksjonstiltak

Landskap er en annen viktig ressurs der overutnyttelse fører til forringelse. Mange besøkende eller store infrastrukturbygninger kan være ødeleggende for landskapet, biologisk mangfold, kvaliteten på turistprodukt og livskvaliteten for de lokale. Slike faktorer vil det være relevant å prøve å måle. Endringer i kultur kan være vanskelig å måle, da variablene er ofte kvalitative. Det kan være relevant å prøve å måle i hvilken grad de lokale er involverte i beslutningstaking og andre prosesser, sammen med informasjon som blir gitt til turister om destinasjonen.

- redusere forbruk og avfall

I hvilken grad man klarer å redusere forbruk og avfall indikerer besparing av ressurser og reduksjon av påvirkningen på miljøet ved avfallsbehandling.

- Opprettholde diversitet

Dette inkluderer biodiversitet, sosiokulturell diversitet og diversitet av produkt og aktiviteter tilbudt turistene. For dette kan det være vanskelig å finne data, eller skille ut hvilken påvirkning som har direkte med turisme og gjøre. Relevante indikatorer kan være overvåking av truede arter eller steder.

- Integre turisme i planlegging og ansvarlig markedsføring

Effektiv planlegging sammen med markedsføring kan føre til en mer bærekraftig fremtid for turistproduktet, miljøet og den generelle utviklingen. Indikatorene for planlegging bør måles på tre nivå, planlegging i tradisjonell betydning, markedsføring og tilbud av et variert turistprodukt. Måten området er markedsført på kan påvirke hvordan turistene oppfatter ting, forventninger og holdninger både før og etter de har kommet til destinasjonen. Med ansvarlig markedsføring kan destinasjonen trekke til seg ansvarlige turister som passer målsetningene som er laget for området. Mangfold har sammenheng med sektorens bærekraft, og bør undersøkes i forhold til hvem som skaffer turister, turistsesongen og produktet tilbudt. Masseturisme avhenger av et fåtall turoperatører som kan begrense overskuddet for vertsdestinasjonen og er samtidig vanskelig å påvirke. Indikatorer kan derfor gå på måten produktet blir distribuert på. Sesongens lengde og karakter viktige indikatorer for blant annet problem med press fra et høyt antall turister på kort tid og sesongsvingninger i jobbtilbud.

- Støtte lokale økonomi

Turisme er i mange områder blitt en av de viktigste økonomiske sektorene som bidrar til sysselsetting og inntekter. Turismesektoren har direkte og indirekte fordeler for den lokale økonomien. På den andre siden kan turisme kreve store investeringer som lokalmiljøet ikke har, og derfor må komme utenifra. Derfor er det en viss

fare for at mye av profitten havner andre steder, og det blir mindre kontroll over den lokale økonomien. Lokal sysselsetting og eierskap kan være relevante indikatorer.

- involverer lokalmiljø og rådføre med beslutningstagere og allmennheten

Dette prinsippet skal sikre behovet for kommunikasjon, informasjon og deling av erfaringer.

Å involvere lokalbefolkningen kan forsterke de positive effektene og begrense de negative effektene ved at lokalbefolkningen får delta i beslutningsprosesser, får fordeler av det og øker forståelsen. Dette sikrer at lokalbefolkningen har et positiv forhold til turisme og føler en forpliktelse ovenfor utviklingsmål.

- opplæring av ansatte

Opplæring og utdanning på alle nivå er viktig i å forbedre produktet som tilbys. Bedre kvalitet, mer produktivitet, økt effektivitet, nye teknologier og miljømessige forbedringen bør være noen av temaene som bør jobbes aktivt med.

- foreta undersøkelser

forskning og overvåking er avgjørende for å løse problemer, skape nye produkter, benytte ressurser mer effektivt og bedre implementere bærekraftige praksiser.

Erfaringen var at det blant annet er problemer med å finne data. Bærekraftig utvikling er et vagt konsept når det gjelder betingelser, parametere og kriterier, og denne vagheten påvirker indikatorene. Det blir ennå mer vanskelig på et lokalt nivå å finne spesifikke måleenheter. De argumenterer derfor for at bedre indikatorer kan utvikles med mer forskning (2001).

## Sertifisering

### EcoCertification

Australias program for sertifisering av økoturisme og naturturisme, EcoCertification, er ett av de eldste nasjonale sertifiseringsprogrammene i verden, og er av de mest internasjonalt anerkjente ordningen. Australia begynte sin satsning på økoturisme allerede i 1991, med blant annet opprettelsen av den australske økoturismeforeningen (EAA). I 1994 ble det iverksatt en nasjonal strategi for økoturisme, og utvikling av sertifiseringsprogram begynte. Økoturismeforeningen, myndigheter og bransjeforeninger deltok i denne prosessen. Dette programmet ble derimot kritisert for å være dyrt og komplisert. Et mer brukervennlig program ble senere utviklet, "the Nature and Ecotourism Accreditation Program" (NEAP) og lansert i 1996. Dette var et frivillig sertifiseringsprogram for reiselivsprodukter, turer, attraksjoner og overnatting. Sertifiseringen var delt i to nivå og hadde to målsettinger. Det skulle fremme kunnskap om god praksis og standard, kontinuerlig oppgradering og gi informasjon til forbrukerne, lokalsamfunn, turoperatører om hva som var ekte natur- og økoturismeprodukter. NEAP er blitt revidert flere ganger. Revisjonen fra 2003 førte til at navnet ble byttet til EcoCertification Australia. Arbeidet i Australia har fått offentlig finansiering, men ble senere selvfinansiert, og eid og drevet av bransjen selv. Programmet regnes derfor som et bransjeutviklet og bransjedrevet initiativ.

Det costaricanske sertifiseringsprogrammet skjedd gjennom kontakt med forvaltere av Australias verneområder, og er derfor et resultat av samarbeid mellom privat og offentlig sektor. Organisasjonen Ecotourism Australia utsteder sertifiseringen, men er selv akkreditert av et nasjonalt akkrediteringsorgan. De har også opprettet et eget uavhengig revisjonsorgan. EcoCertification er utgangspunkt for et internasjonalt program for sertifisering av økoturisme som forvaltes og markedsføres av Green Globe (Haaland and Aas 2006).

### Certification for Sustainable Tourism

Certification for Sustainable Tourism (CST) er også av de eldste og mest anerkjente programmene. Programmet ble i 1997 satt i gang og utviklet av Costa Rica Tourism Institute (ICT). Det har vært en del av en satsning på bærekraftig turisme og en overordnet satsning på bærekraftig utvikling. Turisme har blitt veldig viktig for økonomien i Costa Rica, og landets høye biodiversitet er blitt et viktig element i turismeprodukter.

Utviklingen av sertifiseringsprogrammet har fått offentlig støtte, men er utviklet i samarbeid med private aktører og utdanningsinstitusjoner. ICT er ansvarlig for koordinering og drifting av programmet, men bistås av en nasjonal akkrediteringskomité, hvor flere ulike interesser er representert. De bruker en tredjeparts akkrediteringskomité hvor ulike sektorer og fagmiljøer er representerte

CST sertifiserer overnattingsbedrifter og inndeler i nivå ut i fra hvordan de tilpasser seg en bærekraftig ressursforvaltning, i forhold til biologiske, kulturelle og sosiale aspekter. Fire grunnleggende aspekter blir evaluert; *i)* samhandlingen mellom bedriften og de omliggende naturområdene, *ii)* forvaltningspolitikken og styringssystemene innad i bedriften, *iii)* samhandlingen mellom bedriften og klientene og *iv)* samhandlingen mellom bedriften og lokalsamfunnet. På hvert område er en rekke kriterier blitt etablert basert på Agenda 21 og ISO 14001. Dette er blant annet kriterier for reduksjon av avfall, gjenbruk og resirkulering, energieffektivitet, vern og forvaltning, miljøvennlig innkjøp, sosial og kulturell utvikling, håndtering av farlig avfall, transport i bedriften og påvirkning på miljøet, samt bevaring av kulturminner eller unike naturforekomster. Kriteriene er gjennomgått årlig av en komité (Haaland and Aas 2006).

Søknadsprosessen er offentlig støttet, og sertifiseringsordningen blir markedsført i nasjonale kampanjer. Dette har vært noe av grunnen til programmets suksess. Allikevel var det bare rundt 5 % av alle costaricanske hoteller sertifiserte i 2004. Årsaken til den lave sertifiseringsandelen er uklar. CST er blant annet kritisert for å ikke makte fange opp de mindre bedriftene. I 2005 skulle sertifiseringen utvides til å omfatte turoperatører (Haaland and Aas 2006).

CST er det ledende sertifiseringsprogrammet i Mellom- og Sør-Amerika, og Regnskogalliansen (Rainforest Alliance) bruker CST som modell og jobber med å implementere tilsvarende program i flere land gjennom et nettverk for bærekraftig turisme (The Sustainable Tourism Certification Network of the Americas) .

### Naturens Bäste

Svenske Naturens Bäste ble lansert i 2002, og beskrives som en "kvalitetsmerking for miljøtilpasset opplevelsesturisme i naturen". Den er i hovedsak utviklet og etablert av den svenske økoturismeforeningen, men med støtte fra Sveriges reise- og turistråd og det svenske naturvernforbundet. Bedrifter og interesseorganisasjoner har også vært med på å utvikle kvalitetsmerkingen, utforming og de aktuelle kriterier som søkere må oppfylle. Midler til etableringen er kommet fra jordbruksverket og merkingssystemet er utviklet i nært samarbeid med ulike bransje- og interesseorganisasjoner, samt offentlige aktører som Naturvårdsverket. I dag driftes merkingen av Svenska Ekoturismföreningen i samarbeid med Sveriges Reise- og Turistråd og det svenske naturvernforbundet. I dag finansieres merkingen delvis av medlemsavgifter, delvis av sponsorinntekter, men mottar også noe offentlig støtte. Det betales en engangsavgift for selve søknadsprosessen, og en årlig avgift betales når produktet er sertifisert (Haaland and Aas 2006). Per august 2008 er det 78 godkjente arrangører (Naturens Bästa 2008).

"Naturens Bäste" har høstet mye erfaring fra den costaricanske og australske modellen for sin utvikling og etablering. De har selv senere fungert som modell for utvikling av andre kvalitetsmerkingsprogram i sentral-Europa, blant annet i Romania.

De merkede produktene skal, i samsvar med organisasjonens mål, bidra til bevaring av natur og kulturarv. Kriteriene er utviklet for produkter og ikke virksomheter. Når de første aktivitetene er godkjente, kan bedriften selv merke flere aktiviteter. De merkede aktivitetene er kontrollert gjennom tilfeldige kontroller hvis det er mistanke om misbruk. De har ikke noen tredjepartsevaluering, men en merkingskomité som består av flere ulike sakkyndige innen økoturisme, friluftsliv, biologi og reiseliv. Flere ordninger gjør dette på grunn av kostnader og administreringsutfordringer. Kriteriene i Naturens Bästa er også mer subjektive, men det er også noen konkrete. Grunnkravene om minst mulig slitasje på natur og kultur er en blanding av relativt konkrete krav som kan besvares med ja/nei og mer diffuse/subjektive krav. De subjektive er i stor grad basert på selvforståelse, mens de mer konkrete krever handlinger som utarbeiding av miljøplan og dokumentasjon. En miljøplan skal vise til hvilke miljøforbedringer som gjøres og når tiltakene må være gjennomført. Denne skal kunne være tilgjengelig for alle interesserte, noe som gir systemet økt grad av troverdighet. I tillegg må arrangøren av ulike produkter og aktiviteter ha en egen miljøansvarlig som skal ha ansvar for jevnlig miljørevisjon av produkt/bedrift. Et annet konkrete tiltak er å skulle "bidra aktivt til natur- og kulturbeskyttelse". Det er kun krav om at støtte skal ytes til en naturvernorganisasjon og deres arbeid, gjerne lokalt, men trenger ikke skjer i de områder hvor ferdsel og områdebruk faktisk finner sted. Videre må arrangør selv være medlem av en naturvernorganisasjon og skal være i stand til å gi interesserte turister tips og råd om hvor de kan søke informasjon, råd og selv bli medlemmer. Det er altså ingen klar prioritering av tiltak knyttet til lokale ressurser eller faktiske forhold som kan oppstå som følge av virksomheten. Det er heller ikke utarbeidet noen kriterier under dette punktet som tar fokus på forebyggende tiltak i forhold til tap av artsmangfold, forstyrrelse av dyreliv, slitasje, fragmenterte habitater eller tilsvarende (Gössling and Hultman 2006; Haaland and Aas 2006).

### Programa de Certificação em Turismo Sustentável

I Brasil der det et sertifiseringsprogram for bærekraftig turisme som heter Programa de Certificação em Turismo Sustentável. Initiativet har nasjonal dekning og ledes av utdanningsinstitusjonen Institute for Hospitality sammen med brasiliansk råd for bærekraftig turisme. Den interamerikanske utviklingsbanken og det nasjonale

eksportbyrået har bidratt økonomisk. Markedsføring av Brasil som en bærekraftig turistedestinasjon internasjonalt er en sentral del av programmet. Hovedmålgruppe er små og mellomstore overnattingsbedrifter. Dette er også kjernen av turistindustrien i landet. Programmet ble iverksatt i 2002, etter modell fra Costa Rica, Australia og tidligere brasilianske erfaringer. Utvikling av standarder har vært gjort i samarbeid med lokale interessegrupper og ved hjelp av offentlig høring. Programmet gjennomfører opplæringskurs for revisjonsansvarlige og konsulenter, i tillegg driver de programansvarlige med markedsundersøkelser og promotering av seg med den brasilianske ordningen. I 2005 var mer enn 200 selskaper sertifiserte i Brasil. Programmet har stor åpenhet, der den innledende revisjonen blir offentliggjort før beslutningen om en sertifisering tas. Dette gir en gir selve sertifiseringssystemet økt troverdighet (Haaland and Aas 2006).

### The Green Tourism Business Scheme

The Green Tourism Business Scheme i Storbritannia har utviklet et tredelt merkingssystem. Målsetningen er å veilede turistvirksomheter i hvordan de kan gjøre driften mer bærekraftig samtidig som de leverer tjenester av høy kvalitet. Søkerne kan bli sertifiserte på bronse, sølv eller gullnivå, avhengige av i hvor stor grad de oppfyller de miljømessige kriteriene. Det skaper en lavere terskel for deltakelse, og gir flere nivå å jobbe mot over tid. Virksomhetene inspiseres og kontroller hvert annet år av en representant fra skotsk turistråd eller miljømyndighetene. Noen kriterier er obligatoriske, men utover dette en viss grad av fleksibilitet inkludert, slik at ordningen kan passe mange ulike typer virksomheter. Bedriftene måles opp mot 150 mål på god praksis, og representerer både miljømessige, økonomiske og sosiale aspekter. Disse omfatter 10 områder som for eksempel forvaltning og formidling, effektiv energibruk, naturvern, bruk av lokale produkter, fornybar energi og lokal deltakelse. Disse målene og eksempler på kriterier er vist i vedlegg 9. For hver virksomhet blir det evaluert opp til 60 ulike tiltak, og resultatene avgjør hvilket nivå av sertifisering de oppnår. Ordningen har fått kritikk for å være svakere på å ivareta økonomiske og sosiale aspekter enn på de miljømessige.

### Green Globe

Green Globe 21 er et internasjonalt sertifiseringsprogram. Det ble utviklet World Travel and Tourism Council så tidlig som i 1993, basert på Agenda 21s prinsipper for bærekraftig utvikling. I 1999 ble programmet utvidet og det ble samtidig et uavhengig selskap som ledes av et styre med medlemmer fra turismenæringen. I dag er selskapet representert på verdensbasis og har en rekke samarbeidsavtaler med ulike forskningsmiljøer og nasjonale turismeorganisasjoner. Green Globe 21 sertifiserer selskaper opp mot en global standard som inkluderer overvåking av årlig fremgang. Standard er utviklet for fire forskjellige områder; selskap, lokalsamfunn, internasjonal økoturisme og bygg og design. Standardene inkluderer både miljømessige og sosiale aspekter. Omtrent hvilken som helst sektor kan bli sertifisert, fra flyselskap, flyplasser, attraksjoner, bilutleie, campingplasser, cruisebåter, golfbaner, hotell, marinaer, jernbaner, restauranter, turoperatører, byer, destinasjoner, verneområder etc. Green Globe 21 arbeider i forhold til en tretrinnsmodell. Første trinn er at selskapet melder seg inn i Green Globe og utvikler en plan for miljømessig og sosial bærekraft. Trinn to omfatter benchmarking, hvor bedriften vurderes ut i fra spesifikke indikatorer knyttet til spesielle innsatsområder, og får råd om hvor forbedringer er mulige (Haaland and Aas 2006). Det er ti områder med kriterier som bedriften må dekke for å bli "benchmarket". Green Globe er tilknyttet det nettbaserte benchmarkingsystemet Earthcheck (Earthcheck 2008). Kriteriene inkluderer blant annet energibruk og energieffektivitet, bruk og forvaltning av ferskvannsressurser, arealplanlegging og forvaltning, støykontroll og luftkvalitet. Når kriteriene oppfylles får bedriften lov til å ta i bruk Green Globes logo, men uten den store haken midt i logoen. Den får man kun lov til å benytte dersom bedriften også er sertifisert, som er det tredje og siste trinnet. Denne prosessen innebærer et bedriftsbesøk av en uavhengig gransker, som etter besøket og gjennomgang av skriftlig dokumentasjon skal gi en innstilling til Green Globe. Denne tredjepartsevalueringen må dekkes av bedriften selv, noe som gjør at

kostnadene ved hele sertifiseringen blir relativt høy og dermed lite tilgjengelig for små og mellomstore bedrifter (Haaland and Aas 2006). Green Globe er også nettopp blitt kritisert for å holde et høyt kostnadsnivå for å ikke ha et tydelig nok skille mellom de sertifiserte og ikke sertifiserte bedriftene, noe som kan skape misforståelse og forvirring blant kunder. (Gössling and Hultman 2006). De får også kritikk fra miljøvernorganisasjoner for å være en kommersiell organisasjon, stille få krav til prestasjon og tillater bruk av merke uten at virksomheten er sertifisert (Black and Crabtree 2007).

### Den Grønne Nøgel/ The Green Key

Den Grønne Nøgel er et opprinnelig dansk sertifiseringsprogram fra 1994, men dekker i dag under navnet The Green Key flere europeiske land, deriblant Frankrike, Sverige, Estland og Litauen. Den sertifiserer overnattingsbedrifter, fritidsaktiviteter og restauranter. I hvert land er det en nasjonal styringsgruppe med representanter fra myndigheter, organisasjoner og bedrifter. Det er de nasjonale styringsgruppene som står for godkjenning av søknader og de periodiske kontroller som gjennomføres, mens selve programmet driftes av Den Grønne Nøgel Danmark og FFE (Foundation for Environmental Education), som også driver Blue Flag. Den Grønne Nøgel jobber også sammen med Green Globe. Programmet har ulike grupper kriterier, både obligatoriske og frivillige. Kriteriene dekker miljøledelse, kommunikasjon, opplæring og tekniske krav for blant annet avfall og bruk av energi, vann, kjemikalier. Ordningen ble i 1996, gjennom et prosjekt i regi av GRIP, prøvet ut av to norske hoteller, Quality Hafjell Hotell og Quality Stavanger Airport Hotell med gode erfaringer. Utviklingen av Svanemerking for hoteller gjorde derimot en videre satsning uaktuell (GRIP 2008; Gössling and Hultman 2006; Haaland and Aas 2006).

### The Blue Flag

The Blue Flag er en sertifiseringsordning for stender og marinaer som er brukt i 37 land rundt om i verden, hovedsakelig i Europa. I Norge er det i 2008 fem sertifiserte strender og seks marinaer (The Blue Flag 2008). Det er den uavhengige stiftelsen Foundation for Environmental Education driver programmet. Den ble utviklet allerede i 1985 i Frankrike og utvidet til Europa i 1987. I utgangspunktet fokuserte kriteriene på rensing av kloakk og badevannskvalitet, men tar for seg i dag elementer som blant annet vannkvalitet, miljøopplæring, informasjon, miljøledelse. En nasjonal jury med representanter fra myndigheter og organisasjoner vurderer søknaden, mens den endelige avgjørelsen gjøres av en internasjonal jury med representanter fra FNs miljøprogram, WTO, EU og flere andre relevante internasjonale organisasjoner og miljøorganisasjoner. For å kunne bli med må søkere oppfylle visse grunnkriterier og så mange anbefalte kriterier som mulig. Kontinuerlig kontroll av badevannskvalitet må gjøres av den nasjonale forurensingstilsynet (Gössling and Hultman 2006).

### Eco-Route og Eco-Destinet

Eco-Route (Route to route to sustainable rural development through Ecotourism labelling) var et prosjekt i 2004-2006. Det var finansiert av EU-midler, og deltagere var Sverige, Hellas, Ungarn og Romania. Målsettingen var å jobbe for å etablere en kvalitetsmerking av økoturisme, utviklet med basis i Naturen Bäste. Merkingen skulle omfatte mat, naturbaserte opplevelser, transport osv. Det var altså et ganske ambisiøs ordning, i forhold til mange andre programmer som hovedsakelig retter seg mot innkvartering. I tillegg så prosjektet på mulighetene for å etablere en europeisk ordning som åpner for lokale tilpasninger. Pilotprosjekter ble gjennomført i de fire landene, og prosjektene kartla eksisterende lovgivning og reguleringer som er sentrale i forhold til sertifisering av produkter, i tillegg til pilotområdenes viktigste ressurser. Det ble også utarbeidet en håndbok for merking av økoturisme. Som del av prosjektet ble det iverksatt tiltak for å oppmuntre og støtte økoturismemerking lokalt, og diverse tiltak for kapasitetsbygging. Et viktig resultat av dette arbeidet er en økt forståelse av utfordringene ved å bruke sertifisering for økoturisme i områder hvor dette verktøyet tidligere ikke har vært benyttet. Et annet viktig

resultat er anledningen til å prøve ut om og hvordan økomerking kan iverksettes i ulike regioner, noe som også gir verdifulle erfaringer for en felles europeisk merking.

Noe av erfaringen var at Europa ville ha god nytte av et europeisk standard for økoturismemerking, for å binde sammen de eksisterende kvalitetsmerkene. Eco-Destinet ble oppfølgeren til Eco-Route som har som mål å produsere og implementere praktiske hjelpemidler, kontaktnett, kurs og andre ting som kan hjelpe økoturismebedrifter (ECO-DESTINET 2008).

### Agora

"Agora – Network Sustainable Tourism Developmen in the Baltic Sea Region" er et prosjekt prøver å samle sammen verktøy og informasjon om bærekraftig turisme. Det er delfinansiert av EU og består av 44 partnere fra 10 land rundt det baltiske hav; Sverige, Danmark, Finland, Tyskland, Hvitrussland, Latvia, Litauen, Estland, Polen og Russland. En målsetning i prosjektet var å utvikle en verktøykasse som skal fremskaffe og implementere evalueringsmetoder, og gi strategiske råd for bærekraftig turisme. De mest vesentlige verkøyene er; verktøy som integrerer utvikling av bærekraftig turisme med arealplanlegging på lokalt og regionalt nivå, markedsundersøkelser som planleggingsverktøy, utvikling av bærekraftige turistprodukter, merking av bærekraftige turistprodukter, strategisk samarbeid i turisme og utsjekking av bærekraftighet i turismeprodukter. Oversikter og beskrivelser av verktøy blir tilgjengeliggjort på prosjektets nettsted [www.yepat.uni-greifswald.de/agora](http://www.yepat.uni-greifswald.de/agora) (Agora 2008).



## Miljøledelsessystem

Blant velkjente miljøstyringssystemer finner vi det såkalte ISO 14001, den internasjonale standardorganisasjonens (ISO) system for miljøstyring, og EMAS, EUs system for miljørevisjon. Mange aktører i reiselivsbransjen har tatt i bruk generelle miljøstyringssystemer, slik som ISO 14001 og EMAS. Disse er begge sektor- og brasjeovergrepene. Flere større sertifiseringsprogrammer bygger på disse, som The Green Globe og The Green Key. Det nordiske miljømerket Svanen, som blant annet brukes i sertifisering av norske hoteller og andre overnattingssteder, er også basert på ISO 14001 (Haaland and Aas 2006).

### Norske ordninger

#### **GRIP/ Norsk økoturisme**

I 2005 fikk stiftelsen Grønt i Praksis (GRIP) støtte fra Miljøverndepartementet og Nærings- og Handelsdepartementet til å gjennomføre et treårig prosjekt på økoturisme i Norge. Innovasjon Norge og WWF var prosjektpartnere. Et av prosjektmålene er blant annet å "utvikle økoturisme som konsept, nettverk og marked for norske naturbaserte reiselivsbedrifter", og prosjektet omfatter også "en godkjenningsordning for økoturismebedrifter (sertifisering)". Utgangspunktet var et ønske om å konkretisere økoturisme for norsk reiseliv (Haaland and Aas 2006). Ordningen ble lansert i januar 2008 (Norsk økoturisme 2008). Det var i utgangspunktet GRIP som i den første perioden skulle administrere ordningen, men gikk i juni 2008 konkurs. GRIP reiseliv ble høsten 2008 tatt inn under Innovasjon Norge.

GRIP har jobbet med miljøtiltak i reiselivsnæringen i en årrekke har også jobbet med å prøve andre konsept, som det amerikanske "Trø Varsomt" konseptet (Leave no Trace/outdoor living workshop) og Green Key. Erfaringen med "Trø Varsomt" var at modellen ikke er i samsvar med norske naturbrukstradisjoner, og krevde en rekke tilpasninger dersom den skal kunne overføres til norske forhold (Haaland and Aas 2006).

#### **Miljøfyrtårn**

Miljøfyrtårn er en sertifiseringsordning for bruk på virksomhetsnivå, utviklet for små og mellomstore bedrifter. Alt fra barnehager til reiselivsbedrifter kan sertifisere seg og det er utviklet spesifikke krav til den enkelte bransje. For eksempel ble Larvik og omegn turistforening sommeren 2005 sertifisert som miljøfyrtårn, under kategorien "tilrettelegger for friluftsliv". Innenfor reiselivet har hoteller, restauranter, rorbuer og campingplasser fått sine spesifikke krav. Reiselivsbedriftenes landsforening oppfordrer sine medlemmer til å bli sertifiserte Miljøfyrtårn, og i juli 2005 var blant annet 52 hoteller sertifiserte, i tillegg til 24 restauranter og kafeer (Haaland and Aas 2006).

#### **Olavsrosa**

Det kulturbaserte reiselivet har et eget sertifiseringssystem. Stiftelsen Norsk Kulturarv har etablert et kvalitetsmerke, Olavsrosa, knyttet til bruk og ivaretagelse av kulturminner i reiselivsprodukter. For å bli merket med Olavsrosa stilles strenge krav til produktkvalitet og vedlikehold av denne. I 2004 var 90 kulturarvprodukter i Norge tildelt Olavsrosa. Listen inkluderer et bredt spekter av arrangement og produkter, alt fra fyr og fiske-vær til håndverkstradisjon og kulturarrangement (Haaland and Aas 2006).



## Kvalitetsmerking

For å klassifisere kvaliteten overnattingsbedrifter brukes ofte en rangering som kan være i konflikt med miljøhensyn. Men det er flere eksempler på hvordan miljøhensyn og indikatorer for bærekraftig turisme kan integreres i slike systemer. På de karibiske øyene har man inkludert miljøkriterier, og vurderer også effektene på livskvalitet og kulturarv i de berørte lokalsamfunnene. "The Maldives Resort Classification" er også et klassifiseringssystem der hensyn til miljø blir tatt med i rangeringen. Dette systemet er en del av det nasjonale programmet for kvalitetssikring. Et feriested kan få "pluss" for tiltak, praksiser og strategi som kommer miljø eller lokalsamfunn til gode. Flere land har fulgt denne trenden, Australia og Danmark kobler rangeringssystemer til sertifiseringssystemene Green Globe og Green Key. New Zealand har også et system for hotell, leiebiler og bedrifter som driver med ulike natur-, kultur- og aktivitetsopplevelser som heter Qualmark. Bedrifter blir vurdert ut i fra seks aspekter; kundeservice, fasiliteter og utstyr, vertskap og ansatte, påvirkning på miljø og kultur, generell sikkerhet og til slutt den samlede foretningssuksessen. Ordningen er også integrert med "The Kiwihost Customer Experience Training". En lik modell er også utviklet i Cook Islands. Noe av erfaringen med disse var at sammenhengene mellom driften og miljø ble tydeliggjort. Måter å overvåke miljø, sosiale faktorer og forholdet til lokalsamfunnet ble tilgjengelig for alle og ikke vare de som hadde råd til sertifisering (Haaland and Aas 2006).

Det er kommet flere sofistikerte overvåkings- og evalueringsverktøy som skal indikere om bærekraftsmål for en rekke kriterier er oppnådd. TourBench er et nettbaseret verktøy som måling og sammenligning miljødata for overnattingsbedrifter i Europa. Dette er et gratis tilbud som finnes på flere språk, inkludert dansk og svensk. Informasjon om bruk og kostnader i forbindelse med energi, vann, kjemikalier og avfall registeres. Resultatene kan man sammenligne med tilvarende virksomheter i det enkelte land og hele Europa (Black and Crabtree 2007). Earthcheck er en annen som har utviklet et indikatorsystem som der en rekke turistsektorer kan evaluere miljøprestasjon og sammenligne resultatene med andre bedrifter (Black and Crabtree 2007). Sustour (Supporting Tourism Enterprises for Eco-Labeling and Environmental Management) er et verktøy som skal hjelpe turistvirksomheter å innføre miljøledelsessystem, der man ved hjelp av en sjekkliste også kan evaluere miljøprestasjon i forhold til EMAS og ISO 14001 sertifiseringsstandarder. Sustour er drevet av universitetet i Stuttgart, i samarbeid med en rekke andre partnere (Sustour 2008).

## Diskusjon

Det har stort sett vært tre typer standarder i turisme; kvalitet, helse/hygiene/sikkerhet og bærekraft, der den siste er den minst utviklede av de tre. I 59 sertifiseringsordninger under økt av WTO, hadde bare rundt 40 prosent av kriteriene som hensikt å redusere miljøbelastning. Det er mange ulike definisjoner på bærekraftig utvikling og bærekraftig turisme, og dette har ført til et mangfold av ulike tilnærminger (Black and Crabtree 2007). Miljøkriterier har i de fleste sertifiseringsordningene vært relatert til fysisk miljø, og rettet mot å reduserte miljøeffekter av drift, redusert bruk av energi og vann, samt avfallsbehandling. De fleste indikatorer og verktøy fokuserer derfor på slike miljøkriterier. En praktisk grunn til at det er en overvekt av slike tilnærminger er at disse tingene er relativt lett å måle og sammenligne. Flertallet av sertifiseringsordningene i turistsektoren er også rettet mot overnattingsbedrifter, en sektor der bedriftene er mer definert og standardisert (Black and Crabtree 2007).

Det er derimot også en historisk grunn til at det er mange slike tilnærminger. Industrialiserte land har tradisjonelt ofte fokusert på den prosessorienterte betydningen av kvalitet. Storbritannia er ett slikt eksempel, der man fokuserer sterkt på kvalitetssikring i alle ledd av produksjonen av varer og tjenester innen reiselivet, uten at kvalitetsbegrepet er eksplisitt koblet til miljøspørsmål. En rent prosessorientert tilnærming er et bedriftsperspektiv som først og fremst dreier seg å sikre en forutsigbar kvalitet på et reiselivsproduktet eller en destinasjon som et virkemiddel for å sikre økonomien i bedriften eller destinasjonen. Miljøkriterier knyttet til driften er relevante for bedrifter, siden tiltak på disse områdene er ofte direkte økonomisk og miljømessig gunstige for bedriften. Dermed kan slike tiltak ofte være lettere å selge inn i forhold til andre typer tiltak som fører med seg kostnader. En viktig grunn til et slikt miljøfokus er at mange av ordningene er utviklet i Europa. Her har økonomi og rettigheter allerede er velutviklet, og grunnleggende sosiale behov har vært dekket av lovgivning. Derimot har energieffektivitet og teknisk fremgang har vært viktige fokusområder (Black and Crabtree 2007; Haaland and Aas 2006; Aall and Groven 2004).

I de fleste sertifiseringsprogram som er utviklet, har det vært lite fokus på sosiale forhold, og inkludering av sosiale kriterier har vært etterlyst fra flere hold. I WTOs anbefaling fra 2003 til myndigheter involvert i sertifisering ble det lagt vekt på et ønsket sterkere fokus på sosioøkonomiske kriterier. Anbefalinger fra WTO er at kriteriene for sertifiseringsprogrammer bør dekke både sosiale, kulturelle, økologiske og økonomiske aspekter. (Black og Crabtree?). Noe av grunnen til mangelen på sosiokulturelle kriterier i sertifiseringsprogram er at det er få klare og entydige mål for sosiale og kulturelle faktorer.

Oppmerksomheten etter hvert blitt i større grad rettet mot andre aspekter av bærekraftbegrepet, blant annet mot sosial bærekraft og rettferdighet. Et resultat har vært at involvering av lokalsamfunn står mer sentralt når det gjelder turismeutvikling, og at industrien bidrar aktivt til å øke levestandard og livskvalitet i de områder med turismeutvikling. Sosiale aspekter er også i større grad blitt tatt inn i sertifiserings- og merkeordninger. Mange inkluderer kriterier for skaping av lokal sysselsetting, bruk av lokalproduserte produkter og mat og involvering av lokalmiljøet. De som har kommet lengst i å inkludere sosiale forhold i sertifiserings eller økomerking er spesielt ordninger lokalisert i utviklingsland. Satsning på bærekraftig turisme og økoturisme har her en spesiell aktualitet, da en bærekraftig utvikling kan være en vei ut av fattigdom. De har derfor også litt egen tilnærming, der menneskerettigheter og utviklingsmuligheter for fattige blir forsøkt integrert i sertifiseringsordningene. En del ordninger fokuserer spesielt på urbefolkning og fattigdomsproblematikk. Dette viser bare hvordan bærekraftig turisme blir gitt et høyst ulikt innhold ulike steder det er tatt i bruk (Black and Crabtree 2007; Haaland and Aas 2006; Aall et al. 2003).

Selv om sosiale aspekter etter hvert er inkludert ordningene, er det er allikevel vanskelig å konkretisere og sette standarder på dette området. Siden lokale forhold varierer når det gjelder tilgang, kvalitet og pris på de enkelte produkter eller tjenester, er må kriteriene være til en viss grad subjektive og fleksible. Resultatet blir derfor ofte overflatiske og lite konkrete retningslinjer. Å tilnærme seg enda mer kompliserte kriterier, som bevaring

av lokal kultur, blir ennå vanskeligere. Det er også på dette området man har kommet kortest. Det er spesielt er mange prinsipp ved økoturisme som er vanskelig å måle og evaluere. Økoturisme handler mye om holdninger, det langt vanskeligere å måle effektene av økt bevissthet og tiltak knyttet til sosiale og kulturelle aspekter av reiselivet. Det fører til at denne type tiltak både er vanskeligere å innarbeide og å skulle vurdere. I sammenligning fremstår de økonomiske aspektene som relativt tydelige og målbare, og selv økologiske aspekter er lettere å måle og etterprøve i forhold til sosiale og kulturelle aspekter. Dette er nok noe av årsaken til at mange systemer fremdeles hovedsakelig vektlegger ulike miljømessige aspekter. Få kvalitetssikringssystemer for økoturisme inkluderer måling og overvåking. Noen få sertifiseringsordninger har forsøkt å utvikle og innlemme slike variable, men disse er noe begrenset (Bendell and Font 2004; Black and Crabtree 2007; White et al. 2006).

Fordelen med de prosessbaserte miljøstyringssystem generelt er at de kan implementeres i en rekke forskjellige type bedrifter. Kritikken går imidlertid på at denne tilpasningsdyktigheten gjør systemet dårlig til å kunne måle miljømessige konsekvenser av virksomheten. Det blir også vanskelig for sertifiserte bedrifter å måle seg opp i mot hverandre når det ikke eksisterer felles standarder. Dette kan også gjøre det vanskelig for forbruker å forstå. Mye kritikk blir også rettet mot de ordningene der en bedrift blir sertifisert gjennom å implementere et system, fremfor gjennom å innfri spesifikke standarder. Kritikkk er også rettet mot at mange av disse systemene er dyre og for omfattende. ISO 14001 er for eksempel relativt kostbart og regnes å være et system som derfor ikke lar seg implementere i mindre bedrifter. Slike system blir for dyre å gjennomføre for små og mer økonomisk sårbare bedrifter, og mange hevder derfor at de er dårlig egnet for små reiselivsbedrifter. Det er også hevdet at internasjonale standarder for miljøledelsessystem, som ISO 14001, har mindre relevans for turisme. Sertifisering av kvalitet er et produksjonskonsept som er vanskelig å overføre til servicesektoren. Disse har derfor utviklet egne standarder og sertifiseringer (Haaland and Aas 2006; Aall and Groven 2004)

Prestasjonsbaserte program fokuserer på miljømessige aspekter både i forhold til drift, men også i forhold ytre ting som bevaring av natur. De baserer seg oftere på faktiske mål og ikke bare på intensjon. Det gjør det mulig å kunne sammenligne virksomheter, og programmene er ikke nødvendigvis spesielt kostbare å gjennomføre. Den største kritikken er rettet mot målbarhet av en del av standardene og kriteriene som brukes i disse programmene. Flere oppfattes som svært subjektive og derfor også ganske unøyaktige og vanskelige å måle. (Font 2002b). Det her heller ikke slik at prestasjonsbaserte programmene er nødvendigvis mer tilpasset små og mellomstore bedrifter eller billigere. Å bruke subjektive kriterier kan være en utfordring for troverdigheten. Dette er i noen tilfeller forsøkt blitt løst med bruk av tredjepartsevalueringer og akkreditering. Men dette krever også store kostnader. I mange av de eksisterende ordningene har derfor den samme aktøren en uheldig sammenblanding av flere roller, både innenfor rekruttering, evaluering og kontroll.

Et annet problem med en del prestasjonsbaserte sertifiseringsordninger er mangelen på insentiv til å gjennomføre ytterligere miljøforbedringer når de først har oppnådd sertifisering eller merking. Noen sertifiseringsprogrammer har løst dette ved å innføre ulike sertifiseringsnivåer. Tanken er at når man først er sertifisert innen en kategori vil insentivet kunne bli sterkere for en videre sertifisering (Haaland and Aas 2006). En blanding av prosessbaserte kriterier og prestasjonsbaserte kriterier er derfor en god tilnærming. Spesielt hvis utviklingen blir overvåket og kriteriene jevnlig blir revidert kan man sikre kontinuerlig utvikling.

Som nevnt er flertallet av ordningene er relativt unge, og de fleste er ikke godt etablerte i markedet. Mange av ordningene har få sertifiserte bedrifter i forhold til hva som finnes i markedet. Selv om mange opplever vekst de første årene, opplevde bare 20 prosent av 144 ordninger vesentlig økning i antall søkere hvert år. Det er få bedrifter per sertifiseringsprogram, og bedriftene er generelt små. Ikke mange ordninger har mer enn fem prosent av turistbedriftene på en gitt destinasjon. Dette kan være en akseptabel andel for de som satser på nisjer som rettferdig handel, miljøvennlig, økologiske produkter, men ikke for de mer generelle og mest ambisiøse ordningene. Blue Flag har sertifisert 2 700 stender og marinaer, og er den eneste ordningen som har en stor

markedsandel av nisjemarkedet. Green Globe er den eneste som har bredt internasjonal utbredelse, men selv ikke denne har stor gjennomslag i markedene og får mye kritikk (Black and Crabtree 2007).

Sertifiseringsordninger ofte mer ledet av budsjetter og hvor lett det er for industriens å oppfylle kravene, enn hva som markedet anser som kvalitet. Erfaringene viser at finansiering er en flaskehals for driften av ulike merkeordninger. Mange av ordningene tilbyr opplæring og assistanse, og verifisering av standarder. Programmene har vært igjennom en omfattende prosess for å etablere kriterier og prosessen før den første bedriften blir sertifisert. Dette fører til at ordningene er ofte er dyre. Få ordninger er etablerte i markedet, og mange ordninger er relativt unge (Black and Crabtree 2007; Font 2002a).

De aller fleste sertifiseringsprogram er avhengige eksterne midler til utvikling, etablering og drift. De fleste av dagens sertifiseringprogram avhenger av offentlig støtte, og med unntak av ordninger administrert av lokalbefolkningen, er de fleste ordningene også offentlig administrert. Egenfinansiering tar tid å oppnå og kan kun skje når det er mange sertifiserte eller merkede produkter. Eksempelvis har Blue Flag brukt over syv år for å bli en selvfinansierende ordning (Haaland and Aas 2006). Uten støtte ville derfor mange ordninger ikke overleve eller bli etablert. Den tidligere nevnte rapporten fra WTO viser at 20 av 59 ordninger ledet av myndighetsorgan, og i 18 er myndigheter involvert gjennom enten direkte finansiell støtte, markedsstøtte, ekspertise til å utvikle standarder og prosedyrer. Finansiell støtte er avgjørende for halvparten av ordningene. I 38 ordninger var myndighetene involverte i markedsføring, noe som er en vesentlig fordel for medlemmene. Flere ordninger får støtte ved at sertifiseringen blir gjort synlig gjennom lister for overnattingsmuligheter, og blir spesielt markedsført og promotert via for eksempel messer og offisielle internettsider for turisme (Font 2002a).

Mye tyder på at markedsstøtte til sertifiseringsordninger kan øke belegg. The Green Tourism Business Scheme hevder at overnattingsbedrifter som er sertifiserte har opp til 10 prosent høyere belegg i forhold til de som ikke er sertifisert (Haaland and Aas 2006). Dette er basert på statistikk fra the Scottish Tourism Board. Flere andre undersøkelser tyder derimot på at markedsføringseffekten for sertifiseringsordninger er begrenset. Det er blandede erfaringer om hvorvidt kundene er villige til å betale ekstra for bærekraftige reiser eller ikke. Det er derfor usikkerhet om sertifisering eller kvalitetsmerking gir tilstrekkelig økonomisk gevinst til at bedrifter og arrangører vil forplikte seg til å fremme og oppfylle miljøkrav utover de obligatoriske. Mange bedrifter anser investering i sertifisering som ineffektiv bruk av ressurser, og firma som ikke har kapasitet til å bli med faller utenfor. Dette rammer spesielt små firma, som det er relativt mange av i reiselivsbransjen. (Haaland and Aas 2006). Turistbransjen har også tradisjonelt vært dårlig til å orientere seg mot bærekraftig drift. Dette er som nevnt tidligere dels fordi bærekraft har vært dårlig definert rent praktisk og vanskelig å operasjonalisere, men også at bærekraft ikke har syntes å være et avgjørende beslutningsmoment for kundene (Font 2002b).

## Oppsummering

Økt interesse for bærekraftig turisme har kommet sammen med beskyldninger om grønnvasking og tiltak for løse dette. Tilnærminger har variert fra den lysegrønne som handler mer om turismeutvikling og tilfredshet blant turister og operatører, til den mørkegrønne tar mer hensyn til føre-var-prinsippet og bæreevne. Mangelen på metoder for å sikre bærekraftig utvikling i turismen har ført til en stor økningen av "codes of conducts", veiledere, priser og miljømerkinger (Font 2002b). Sertifisering har vært en metode for å tydeliggjøre og operasjonalisere definisjoner av bærekraftig turisme, samtidig som de søker å forbedre prestasjon og påvirke markeder. Fordelene med dette verktøyet er at det får fokus på gode eksempler og oppmuntrer frivillige forbedringer, men har også mange ulemper, som at de ikke er effektive og like lett tilgjengelige for alle (Haaland and Aas 2006). Et stort problem for markedet er at det finnes hav av ulike sertifiseringsordninger og ulike metoder (Font 2002a).

Sertifiseringsordningers popularitet er noe av grunnen til at mange sertifiseringsordninger ikke har lyktes som en seriøs mekanisme for å heve kvaliteten (Black and Crabtree 2007; Font and Harris 2004). Det eksisterer så mange av varierende type og kvalitet at det skaper forvirring hos kundene og dermed får en redusert markedsføringseffekt (Black and Crabtree 2007).

Både denne gjennomgangen og andre undersøkelser viser at det ikke mangler litteratur på hvordan å velge indikatorer og ulike forslag til indikatorlister. Dette står derimot i sterk kontrast til mengden litteratur som tar for seg som viser til faktiske anvendelser av indikatorer og evaluering av disse forsøkene (Font 2002b). Flere studier viser til at bruk av indikatorer økte forståelsen av problemene, men påvirket den politiske styringen direkte (Twining-Ward and Butler 2002).

## Litteratur

- Agora. (2008). *Agora – Network Sustainable Tourism Developmen in the Baltic Sea Region*. Available at: <http://www.yepat.uni-greifswald.de/agora/index.php?id=59> (accessed: 10.09.2008).
- Bendell, J. & Font, X. (2004). Which tourism rules? Green standards and GATS. *Annals of Tourism Research*, 31 (1): 139-156.
- Black, R. & Crabtree, A. (2007). *Quality assurance and certification in ecotourism*. Wallingford, CABI. xxxix, 516 p.
- Buckley, R. (2003). Environmental Inputs and Outputs in Ecotourism: Geotourism with a Positive Triple Bottom Line? *Journal of Ecotourism*, 2 (1): 76-82.
- Department for Culture Media and Sports. (2002). *Measuring Sustainable Tourism at the Local Level*. Available at: [http://www.culture.gov.uk/reference\\_library/publications/4786.aspx](http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4786.aspx).
- Department for Culture Media and Sports. (2006). National Sustainable Tourism Indicators. Available at: <http://www.culture.gov.uk/images/publications/NationalSustainableTourismIndicators.pdf>.
- Earthcheck. (2008). Available at: <http://www.earthcheck.org/> (accessed: 17.06.08).
- ECO-DESTINET. (2008). *The Project*. Available at: <http://www.ecoroute.eu/destinet/project.php?id=1> (accessed: 13.08.2008).
- Farsari, Y. (2001). Sustainable tourism indicators for Mediterreanean established destinations. *Tourism Today*, 1.
- Font, X. (2002a). Certification Systems and Standards in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 869-971.
- Font, X. (2002b). Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects. *Tourism Management*, 23 (3): 197-205.
- Font, X. & Harris, C. (2004). Rethinking standards from green to sustainable. *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 986-1007.
- FORTH. (2008). *The Foundation for Research and Technology* Available at: <http://www.forth.gr/index.php?l=e>.
- GRIP. (2008). *Utpøving av det danske miljømerket Grønn Nøkkel i Norge*. Available at: <http://www.grip.no/Reiseliv/kompetansebibliotek/Prosjekter/Prosj47.htm> (accessed: 13.08.2008).
- Gössling, S. & Hultman, J. (2006). *Ecotourism in Scandinavia: lessons in theory and practice*. Wallingford, CABI. XII, 211 s. p.
- Hughes, G. (2002). Environmental indicators. *Annals of Tourism Research*, 29 (2): 457-477.
- Haaland, H. & Aas, Ø. (2006). Sertifisering av reiseliv - miljøtiltak eller markedsføring?, 82-426-1695-7. Oslo ; Lillehammer, Norsk institutt for naturforskning. 56 p.
- Laimer, P. & Öhlböck, P. (2004). *Indicators for Measuring the Sustainability of Tourism*. 7th International Forum on Tourism Statistics, Stokholm, Sverige.
- Linster, M. & Michalak, K. (2005). Oecd-China seminar on environmental indicators.
- Manente, M. & Celotto, E. (2004). *From sustainable tourism to decline: how to monitor the risk*

*Theme 4: Sustainable Development in Tourism.* 7th International Forum on Tourism Statistics, Stockholm, Sweden.

Naturens Bästa. (2008). *Godkända arrangörer.* Available at: <http://naturensbasta.se/arrangorer/index.asp> (accessed: 13.08.08).

Norsk økoturisme. (2008). *Norsk økoturisme.* Available at: <http://www.grip.no/okoturisme/> (accessed: 12.09.08).

Sustour. (2008). *Sustour (EELM).* Available at: <http://sutour.ier.uni-stuttgart.de/> (accessed: 09.09.08).

The Blue Flag. (2008). *Blue Flag Programme.* Available at: <http://www.blueflag.org/> (accessed: 13.08.2008).

The Rainforest Alliance. (2008). *Sustainable Tourism Stewardship Council.* Available at: <http://www.rainforest-alliance.org/tourism.cfm?id=council> (accessed: 09.09.08).

The VISIT Initiative. (2008). *About this Publication.* Available at: <http://www.ecotrans.org/visit/brochure/en/index.htm> (accessed: 03.09.08).

TNO Inro. (2002). Early warning system for identifying declining tourist destinations, and preventive best practices.

TOMM. (2008). *Indicators.* Available at: <http://www.tomm.info/indicators/index.aspx> (accessed: 21.04.2008).

Tsaur, S. H., Lin, Y. C. & Lin, J. H. (2006). Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism. *Tourism Management*, 27 (4): 640-653.

Twining-Ward, L. & Butler, R. (2002). Implementing STD on a Small Island: Development and Use of Sustainable Tourism Development Indicators in Samoa. *Journal of sustainable tourism*, 10 (5).

VISIT. (2008). *Mission Statement.* Available at: <http://www.visit21.net/> (accessed: 03.09.2001).

White, V., McCrum, G., Blackstock, K. L. & Scott, A. (2006). Indicators and Sustainable Tourism: Literature review.

Aall, C., Brendehaug, E., Fløtre, T. H., Aarethun, T. & Høyser, K. G. (2003). Næringsmessig potensiale for kvalitetsturisme: en utredning for Miljødepartementet belyst med analyser fra Sogn og Fjordane, 82-428-0231-9. Sogndal, Vestlandsforsking.

Aall, C. & Groven, K. (2004). Institutt for kvalitetsturisme: identifisering av eit kunnskapsfelt. Sogndal, Vestlandsforsking.

Aall, C., Sataøen, H. L. & Weinbach, J. E. (2007). Geoturisme i Sogn og Fjordane og Austerrike. Sogndal, Vestlandsforsking.



## Vedlegg 1

### Sustainable Tourism Criteria

Sustainable tourism is tourism that seeks to minimize ecological and socio-cultural impacts while providing economic benefits to local communities and host countries. In any certification scheme, the criteria used to define sustainable tourism should address **at least minimum standards in the following aspects (as appropriate):**

#### **Overall**

- Environmental planning and impact assessment has been undertaken and has considered social, cultural, ecological and economic impacts (including cumulative impacts and mitigation strategies)
- Environmental management commitment by tourism business
- Staff training, education, responsibility, knowledge and awareness in environmental, social and cultural management
- Mechanisms for monitoring and reporting environmental performance
- Accurate, responsible marketing leading to realistic expectations
- Consumer feedback

#### **Social/Cultural**

- Impacts upon social structures, culture and economy (on both local and national levels)
- Appropriateness of land acquisition/access processes and land tenure
- Measures to protect the integrity of local community's social structure
- Mechanisms to ensure rights and aspirations of local and/or indigenous people are recognized

#### **Ecological**

- Appropriateness of location and sense of place
- Biodiversity conservation and integrity of ecosystem processes
- Site disturbance, landscaping and rehabilitation
- Drainage, soils and stormwater management
- Sustainability of energy supply and minimization of use
- Sustainability of water supply and minimization of use
- Sustainability of wastewater treatment and disposal
- Noise and air quality (including greenhouse emissions)
- Waste minimization and sustainability of disposal
- Visual impacts and light
- Sustainability of materials and supplies (recyclable and recycled materials, locally produced, certified timber products, etc.)
- Minimal environmental impacts of activities

#### **Economic**

- Requirements for ethical business practice
- Mechanisms to ensure labour arrangements and industrial relations procedures are not exploitative, and conform to local laws and international labour standards (whichever are higher)



- Mechanisms to ensure negative economic impacts on local communities are minimized and preferably there are substantial economic benefits to local communities
- Requirements to ensure contributions to the development/maintenance of local community infrastructure

## Vedlegg 2

### WTOs kjerneindikatorer 1995

<i>Indicators of Sustainable Tourism</i>			
<b>Table 1 Core indicators of sustainable tourism</b>			
	<i>Coreindicator</i>	<i>Specific measures</i>	<i>Generic indicator groupings</i>
1.	Site protection	Category of site protection according to the International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN) index	Ecological
2.	Stress	Tourist numbers visiting site (per annum/peak month)	Ecological
3.	Use intensity (persons/hectare)	Intensity of use in peak period	Ecological
4.	Social impact	Ratio of tourists to locals (peak period and over time)	Social
5.	Development control	Existence of environmental review procedure or formal controls over development of site and use densities	Planning
6.	Waste management	Percentage of sewage from site receiving treatment (additional indicators may include structural limits of other infrastructural capacity on site, such as water supply)	Ecological
7.	Planning process	Existence of organised regional plan for tourist destination region (including tourism component)	Planning
8.	Critical ecosystems	Number of rare/endangered species	Ecological
9.	Consumer satisfaction	Level of satisfaction by visitors (questionnaire-based)	Economic
10.	Local satisfaction	Level of satisfaction by locals (questionnaire-based)	Social
11.	Tourism contribution to local economy	Proportion of total economic activity generated by tourism only	Economic

**Kilde: (Dymond 1997)**

## Vedlegg 3

### Samoa's sustainable tourism development indicators

- Critical
  - Tourist landscapes under threat from development
  - New hotels undertaking environmental assessment
  - Evaluation of quality of key tourist attraction sites
  - Tourism operators using sustainable tourism practices
  - Hotel staff going on training courses
- Environmental
  - Hotels using secondary or tertiary sewage treatment
  - Tourist participation in nature tourism
  - Tourism village participation in land conservation
  - Tourism village participation in marine protection
  - Tourism sites passing Samoa Water Authority water quality tests
  - Tourist participation in marine tourism
  - Hotels composting their biodegradable waste
  - Water usage per guest night in hotels
- Economical
  - Contribution of direct tourism businesses to gross domestic product
  - Proportion of new businesses focused on tourism
  - Proportion of hotel jobs in rural areas
- Social and cultural
  - Villages included in tourism awareness programmes
  - Proportion of traditional events in tourism festivals
  - Proportion of handicraft stalls in the markets
  - Tourism operators informing visitors of village protocol

### Samoa's sustainable tourism objectives and corresponding indicators

<b>Theme</b>	<b>Objective focus</b>	<b>Main objective</b>	<b>Sub-objectives</b>	<b>Indicator descriptor</b>
Environment	Land and forest resources	Encourage the conservation of land and in particular forest resources	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encourage the participation of village communities in conservation programmes</li> <li>- Promote the careful use of tourism as an income generating activity for conservation areas and other natural areas under protection</li> </ul>	1a) Villages participating in land conservation programmes 1b) Tourist visits to conservation areas

	Coastal and marine resources	Promote the careful management of coastal and marine resources with special focus on coral reefs	- Encourage the participation of village communities in marine conservation programmes- Promote the careful use of tourism as an income generating activity in coastal areas	2a) Village participation in marine conservation programmes 2b) Tourists engaging in marine activities
	Waste and pollution	Encourage the use of proper waste management practices at both the national and village level	- Enhance village awareness of appropriate waste disposal methods - Encourage the tourism industry to adopt appropriate solid and human waste management practices	3a) Hotels treating their sewage 3b) Hotels recycling their waste
	Water resources	Seek to improve the quality of water and efficiency of water usage in all areas	- Work together with responsible agencies to upgrade the quality and reliability of water supply especially to rural areas where tourism is being developed - Promote measures to increase efficiency of water use by the tourism industry	4a) Tourism accommodation with drinkable tap water 4b) Hotel water usage
Economy	Rural development	Stimulate appropriate employment and income-generating opportunities in rural areas	- Support the participation of village communities in appropriate tourism income generating activities - Encourage tourism operators to use locally produced goods and services	5a) Rural tourism employment 5b) Tourism businesses located outside Apia
	National economic	Diversify the national income	- Create opportunities for increased tourist	6a) Newly registered tourism businesses

	development	base	<p>spending</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encourage local entrepreneurship and initiative in all facets of the tourism industry</li> </ul>	6b) GDP generated by the tourism industry
Society and Culture	Education and training	Promote appropriate training and education, especially in rural areas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Provide and deliver appropriate tourism awareness information, especially to villages where tourism is already being developed</li> </ul>	<p>7a) Villages included in awareness programmes</p> <p>7b) Hotel employees who have been on training courses</p>
	Respect for the <i>fa'aSamoa</i>	Foster respect for the <i>fa'aSamoa</i> in all activities	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Develop tourism activities which provide opportunities for learning about the <i>fa'aSamoa</i></li> <li>- Identify and address potential conflicts between tourism and the <i>fa'aSamoa</i></li> </ul>	<p>8a) Provision of information about village protocol by tourism operators</p> <p>8b) Villages providing home-stay experience</p>
	Performing arts and crafts	Encourage and promote widespread participation and skills in performing arts, crafts and other cultural practices	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Take steps to maintain and rejuvenate traditional performing arts and other cultural practices</li> <li>- Support the development of high-quality crafts as well as their potential for income-generation</li> </ul>	<p>9a) Entries in traditional dance competition</p> <p>9b) Exhibitors at annual craft fair</p>
Tourism	Tourist facilities	Improve the quality of the tourist experience through the upgrading of tourist attraction	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Support efforts to enhance the quality of tourist attractions, particularly those of historical and cultural significance</li> </ul>	<p>10a) Evaluation rating of attraction sites</p> <p>10b) Quality rating given to key tourist facilities</p>

		sites, facilities and services	- Seek to upgrade the quality of tourist facilities and services	
	Tourism planning	Ensure tourism development is carefully planned and of a scale and form compatible with the natural and cultural environment	- Ensure national-level tourism planning and policy is environmentally and culturally appropriate, carefully implemented and monitored, and developed in partnership with stakeholder groups - Evaluate all applications for new tourism development in terms of their environmental and cultural compatibility - Take special care to safeguard critical natural and historic landscapes from inappropriate development	11a) Hotels with EIA conducted 11b) Historical and cultural sites protected by national law
	Sustainable tourism	Enhance awareness and adoption of sustainable tourism principles and practices	- Encourage and support the tourism private sector to employ sustainable tourism practices and technologies in their businesses - Enhance the awareness and commitment of government departments and NGOs to sustainable tourism	12a) Tourism operators with an environmental policy 12b) Projects undertaken as a result of monitoring programme

(Twining-Ward and Butler 2002)

1b, 2b og 7a fikk små endringer etter første evaluering, 3a, 4b, 8a og 9a ble endret, mens 9b ble utelatt. To nye indikatorer ble lagt til, dette var "the percentage of tourism operators currently active members of an industry association" og "the percentage of projects from the annual sustainable tourism action plan that have been completed during the year" (Twining-Ward and Butler 2002).

<i>Environmental sustainable tourism indicators</i>	<i>Result</i>	<i>Acceptable range</i>	<i>Performance</i>
Tourism village participation in land conservation	26%	50–75%	POOR
Tourist participation in nature tourism	8%	20–40%	POOR
Tourism village participation in marine protection	42%	50–75%	POOR
Tourist participation in marine tourism	23%	20–40%	ACCEPTABLE
Hotels using secondary or tertiary sewage treatment	8%	30–50%	POOR
Hotels composting their biodegradable waste	76%	60–80%	ACCEPTABLE
Tourism sites passing SWA water quality tests	50%	70–90%	POOR
Water usage per guest night in hotels (in litres)	928*	500–1000	ACCEPTABLE
<i>Economic sustainable tourism indicators</i>			
Proportion of hotel jobs in rural areas	48%	40–60%	ACCEPTABLE
Proportion of new businesses focused on tourism	4%	10–20%	POOR
Contribution of direct tourism businesses to GDP	4%*	10–20%	POOR
<i>Social and cultural sustainable tourism indicators</i>			
Villages included in tourism awareness programmes	28%	25–50%	ACCEPTABLE
Hotel staff going on training courses	27%	25–50%	ACCEPTABLE
Tourism operators informing tourists about village protocol	72%	50–70%	GOOD
Proportion of traditional events in Tourism Festivals	50%	50–70%	ACCEPTABLE
Proportion of handicraft stalls in the markets	21%	20–40%	ACCEPTABLE
<i>Tourism indicators</i>			
Evaluation of quality of key tourist attraction sites	35%	60–80%	POOR
New hotels undertaking environmental assessment	33%	90–100%	POOR
Tourist landscapes under threat from development	20%	0–5%	POOR
Tourism operators using sustainable tourism practices	48%	60–80%	POOR

(Twining-Ward and Butler 2002)



## Vedlegg 4

### SELECTED STATE AND PRESSURE INDICATORS

#### THE ECONOMIC IMPACTS OF TOURISM (*Promoting economic success*)

1. The following indicators of tourism impacts by month or season specified, by category of accommodation used, or by type of tourist
  - 1.1 Those staying in commercial serviced accommodation
  - 1.2 Those staying in commercial non-serviced accommodation
  - 1.3 Tourists staying with friends and relatives
  - 1.4 Tourist Day Visitors
2. Estimates by type of tourist and period of stay as specified 1.1 to 1.4 above
  - 2.1 Estimates of tourism expenditure generated
  - 2.2 Estimates of tourist numbers
  - 2.3 Estimates of tourist days
3. Derived from the above by type of tourist and period of stay as specified 1.1 to 1.4 above
  - 3.1 Average spend
  - 3.2 Average length of stay
4. Tourist spend per head of population
5. Total visitor spend per head of local population
6. Percentage of local GDP derived from tourism expenditure
7. Visitor numbers at local attractions
8. Estimates of employment supported by tourism spending
9. Leisure day visits
10. New tourism enterprise openings

#### THE ENVIRONMENTAL IMPACTS OF TOURISM (*Protect and enhance the environment*)

1. Quality of life
  - 1.1 Bathing water quality
  - 1.2 Quality of beach facilities and infrastructure
  - 1.3 Beach litter
  - 1.4 Recreation use of waters
2. An enhanced environment for wildlife
  - 2.1 Population of wild birds
  - 2.2 River habitat classification
  - 2.3 Salmon catches
  - 2.4 Coarse river catches
  - 2.5 Number of SSSIs and other special habitat/environment areas
3. Improved and protected inland and coastal waters
  - 3.1 Nutrients in water
  - 3.2 Contaminants in coastal waters
  - 3.3 Estuary water quality
  - 3.4 Water pollution incidents
  - 3.5 Number of Blue Flag beaches
4. Restored protected land with healthier soils
  - 4.1 Landscape features

- Tree planting schemes - Loss/gain/ improvement of landscape
- Area of woodlands maintained
- Cycle routemileage
- Footpath mileage
- Areas of AONB

5. Wiser, sustainable use of natural resources

- 5.1 Waste generated by accommodation providers, tourist attractions and tourist activities
- 5.2 Low energy light bulbs
- 5.3 Alternative fuels
- 5.4 Water demand and availability
- 5.5 Abstraction of water by purpose
- 5.6 Limiting and adapting to climate change
- 5.7 Emissions of greenhouse gases
- 5.8 Seasonal temperatures
- 5.9 Electricity from renewable sources
- 5.10 Summer and winter rainfall

THE SOCIAL IMPACTS OF TOURISM (*Create visitor and community benefits*)

1. Number of local people employed by tourism

- 1.1 Entries into the tourism sector, e.g. young people
- 1.2 Equality of employment male/female, young/mature

2. Education and training in tourism

- 2.1 School leavers and young people
- 2.2 Training
- 2.3 Re-training

3. Access for all

- 3.1 Number of attractions providing for disabled access/facilities
- 3.2 Number of bed spaces adapted for wheelchair users
- 3.3 Creation and improvement of facilities for other special needs groups

4. Amenities and facilities created and/or supported by tourist use

5. Tourist traffic

- 5.1 Volumes
- 5.2 Pollution
- 5.3 Congestion
- 5.4 Noise

6. Crime

- 6.1 Caused by visitors
- 6.2 Against visitors

7. Resident/ visitor ratio

8. Local housing stock pressure

- 8.1 Young people unable to buy local homes

9. Community well-being

10. Social and community enterprises

11. Number of visitor codes in operation

12. Number of local tourism forums and local representatives on them

13. Voluntary work

14. Brownfield site tourism developments

**SELECTED RESPONSE INDICATORS (*Planned approach to sustainable tourism*)**

**ECONOMIC**

1. Economic contribution of tourism to the local economy
2. Economic aspects of tourism identified through the economic development strategy
3. Cost of local authority tourism services
4. Cost and efficiency of delivering local authority tourism services

**ENVIRONMENTAL**

1. Number of visitors to the local area/specific destination
2. Inclusion of tourism policies in LA21 action plans
3. Management of impacts of tourism through a destination management plan
4. Planning for the land use and transport aspects of tourism through the development plan and the local transport plan
5. Planning for tourism through a tourism strategy

**COMMUNITY**

1. Active involvement of tourism enterprises in sustainable tourism. Percentage of staff and management involved in:
  - 1.1 Green Globe
  - 1.2 CERT
  - 1.3 Green Audit Kit
2. Visitor and staff awareness of recycling schemes
3. Use of low energy light bulbs
4. Effective local transport
  - 4.1 Encourage provision of reliable services
  - 4.2 Promote services locally

Kilde:(Department for Culture 2002)

## Vedlegg 5

### VISIT

A) Indikatorer for politisk implementering av konsepter for bærekraftighet.

Nøkkelspørsmål:

- Eksisterer det miljøstyring- og overvåkningsverktøy for å integrere turismestrategi bedre, og blir effektiviteten av disse evaluert?
- Er forskjellige aktører involvert i prosessen?

Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:

- Er det jevnlig rapporterings og overvåkingssystem utviklet for å forbedre eller opprettholde destinasjonens kvalitet?

No.	Description of Indicator	How to measure, further explanations
A-1	Existence of a local policy for enhancing sustainability in the destination	Existence of a political strategy decision (Yes/No) Existence of an action plan (Yes/No) Number of the following issues covered by this action plan: transport, land use and biodiversity, energy, water, waste, social issues, economic issues
A-2	Involvement of stakeholders	Are there stakeholders continuously involved in designing, revising and monitoring the sustainability strategy (Yes/No) Is there extra staff employed for the implementation (number of staff)
A-3	Existence of an inventory of sites of cultural interest	E.g. monuments, buildings, UNESCO heritage sites: Yes or no
A-4	Existence of an inventory of sites of natural interest	E.g. protected areas, habitats, especially vulnerable areas, Natura 2000: Yes or no
A-5	Number of eco-labelled tourism facilities or facilities applying for environmental management schemes (such as EMAS or ISO 14000)	Including hotels, restaurants, camping sites or other tourism services
A-6	Number of sites monitored with Blue-Flag-System and total number of bathing sites (if applicable)	

B) Indikatorer for miljøytelse (performance)

B1) Turismettransport (til og fra destinasjon, lokal mobilitet)

Nøkkelspørsmål:

- Synker belastningen fra transport forårsaket av turisme?
- Ankommer turistene med mer bærekraftige transportmidler? Dagens situasjon og utviklingen i tid for å se om forbedinger eller ikke.
- Øker lengden på oppholdet? Flere dagsturister eller turister med lengre opphold?
- Hva er hovedtransportmidlene turister bruker under oppholdet på destinasjonen?

Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:

- Påvirkning av transport på støy og luftkvalitet, trafikkork.

No.	Description of Indicator	How to measure, further explanations
B1-1	Share of environmentally-friendly modes of transport in all arrivals	How many tourists (staying at least for one night) used the following main means of transport: car, plane, train, bus, ship or bicycle to come to the destination (total figures per year if available, percentage in case of guest surveys or estimates). How many day visitors used the following main means of transport: car, plane, train, bus, ship or bicycle to come to the destination (total figures per year if available, percentage in case of guest surveys or estimates).
B1-2	Number of same-day visitors per km <sup>2</sup>	Monthly table of day visitors (total figures, if no data available figures from previous visitor surveys or estimates). Monthly table of meals sold in all restaurants (if available).
B1-3	Local mobility	Monthly table of the number of passengers transported by local public transport. Percentage of accommodations, tourism facilities and other tourist attractions accessible by public transport (less than 10 minutes walking distance to next station/stop). Extra means of transport especially set up for tourists (type of transport and number of passenger places available per month)

## B2) Bæreevne – arealbruk, biodiversitet og turismeaktiviteten

### Nøkkelspørsmål:

- Hvor mye land er beslaglagt av overnattingsvirksomheter for turisme?
- Hvilket areal er beslaglagt av fritidsboliger?
- Prøver destinasjonen å bevare og verne naturområder?
- Hva er påvirkningen av ulike turismeaktiviteter på biodiversitet?

### Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:

- Grad av bymessig utvidelse, redusering av destinasjonens attraktivitet?
- Mengde naturområder, øker stedets attraktivitet?

### Nøkkelspørsmål for kystdestinasjoner:

- Hva er belastningen på akvatiske systemer?

### Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:

- Er det fare for trengsel ved kysten?

### Nøkkelspørsmål for fjelldestinasjoner:

- Turisttrengsel i fjelldestinasjoner?

### Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:

- Er det fare for trengsel i fjelldestinasjoner?

No.	Description of Indicator	How to measure, further explanations
B2-1	Maximum population density (peak season) per km <sup>2</sup>	Table of number of total population (incl. tourists) per month
B2-2	Beds in secondary residences (in % of total lodging capacity)	Lodging capacity (by means of accommodation)
B2-3	Ratio of built-up area to natural areas	Types of area of destination (built-up area, area reserved for building, green land, forest, water, other) in km <sup>2</sup>
B2-4	Size of protected natural areas (in % of total destination area)	Total size of protected natural areas (any kind of degree of protection) in km <sup>2</sup>
B2-5	Evolution of different leisure time activities with intensive use of resources	Evolution of different leisure time activities with intensive use of resources: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Total size of golf course(s) (in km<sup>2</sup>)</li> <li>• Number of guests at golf course(s) per year</li> <li>• Number of snow canons</li> <li>• Area covered with artificial snow</li> <li>• Capacity of lifts, cable cars and similar transport facilities (in persons-vertical meters/year)</li> <li>• Number of tourists transported with helicopters</li> <li>• Capacity of harbours and marinas (number of motor boats)</li> <li>• Number of hydro speeds or similar water sports equipment</li> </ul>
B2-6	Percentage of natural coastline (if applicable)	Percentage of length of natural coast line (not built-up within a zone of 1 km from the water) on total coastline

### B3) Energibruk Nøkkelspørsmål

- Hvor effektiv er energibruken på destinasjonen (total mengde energi brukt for turisme og energikilde)

Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:

- Ingen direkte kvalitetsspørsmål, men nødvendig for å redusere effektene av klimaendringer, som kan ha en langsiktig påvirkning på destinasjonens kvalitet

No.	Description of Indicator	How to measure, further explanations
B3-1	Percentage of renewable energy in total energy consumption (entire destination, locally produced or imported)	Ratio of energy consumption per year covered by renewable resources.
B3-2	Energy use by type of tourism facility and per tourist	Total consumption of energy per year per type of tourism facility (accommodation, facilities, sport, tourist transport means) divided by total number of persons using this type of facility.

### B4) Vannbruk

Nøkkelspørsmål:

- Hva er belastningen på lokale vannressurser?

Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:

- Er det nok vann tilgjengelig for turister?
- Er vannmassene (grunnvann og overflatevann) av god kvalitet?

No.	Description of Indicator	How to measure, further explanations
B4-1	Sustainable use of water	Ratio of water imported (pipelines, ships etc.) or coming from processed sea water to total water sources

	resource	Average development of ground water table in the last 5 years (in +/- cm)
B4-2	Percentage of houses and facilities connected to waste water treatment plants	Percentage of houses and facilities connected to waste water treatment plants

### B5) Avfallsbehandling

Nøkkelspørsmål:

- Finnes det et effektivt system for avfallsbehandling?

Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:

- Blir avfall ulovlig dumpet og er det negative effekter av avfallsbehandlingen på helse (for eksempel fremkallet av avfallsforbrenning)?

No.	Description of Indicator	How to measure, further explanations
B5-1	Percentage of solid waste separated for recycling	Percentage of solid waste, separated, collected in comparison with the solid waste total
B5-2	Total of solid waste land-filled and/or incinerated (in tonnes)	Total of solid waste land-filled and/or incinerated (in tonnes)
B5-3	Monthly table of waste production	Monthly table of waste production

### C) Sosial og kulturelle indikatorer

Nøkkelspørsmål:

- Utvikling av levekår blant lokalbefolkningen?
- Er utviklingen styrt av eksterne innflytelser?

Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:

- Føler turistene seg akseptert av lokalbefolkningen?
- Generell sikkerhet for turistene?

No.	Description of Indicator	How to measure, further explanations
C-1	Percentage of non-resident employees in total number of tourism employees	Seasonal percentage of non-resident employees in total number of tourism employees
C-2	Average length of contracts of tourism personnel	Average length of contracts of tourism personnel
C-3	Percentage of land owned by non-residents	Percentage of land owned by non-residents
C-4	Number of recorded thefts	Number of recorded thefts
C-5	Tourist/host population ratio	Tourist/host population ratio

### D) Økonomiske indikatorer

Nøkkelspørsmål:

- Turismesektorens økonomiske levedyktighet?

Nøkkelspørsmål for kvaliteten til regionen:



- Avhengighet av økonomien i turismesektoren?
- Sesongvariasjoner i turismeinntekt?

No.	Description of Indicator	How to measure, further explanations
D-1	Seasonal variation of tourism-related employment	Tourism-related employment in peak season/low season in relation to total employment in the destination
D-2	Share of tourism in overall destination GDP	Share of tourism in overall destination GDP
D-3	Seasonal variation of accommodation occupancy	Monthly table of nights spent in the destination
D-4	Total accommodation capacity per capita of resident population	Total accommodation capacity per capita of resident population
D-5	Average length of stay	Average length of stay

## Vedlegg 6

### Detour

#### **First set of indicators: state of the art**

These indicators are meant to describe the “state of the art” with regard to the examined destination.

#### **a.1 - Destination functions**

A first portrait of the destination is defined by means of urban and tourist functions showing the main dimensions of the destination and allowing an easy comparison between different destinations.

##### **Urban functions**

- 1.1.1 Urban Size
- 1.1.2 Role of the city within the transport network
  - 1.1.2.1 Role within the national transport network
  - 1.1.2.2 Role within the international transport network
- 1.1.3 Innovation
  - 1.1.3.1 Role as catalyst management of innovation national level
  - 1.1.3.2 Role as catalyst management of innovation international level
- 1.1.4 Service Sector
  - 1.1.4.1 Role as a catalyst at national level
  - 1.1.4.2 Role as a catalyst at international level

##### **Tourist functions**

- 1.1.5 Tourist/Resident Ratio
- 1.1.6 Excursionist share
- 1.1.7 Economic role of tourism
- 1.1.8 Role of tourist mobility on total mobility

#### **a.2 - Tourism consciousness of the destination from the demand side and its evolution**

The destination is evaluated in depth from the demand side by means of indicators related to life cycle, visitor flows, types of visitors, motivations, consumption behaviour and its evolution. This is a fundamental step to identify declining trends and possible factors of decline:

##### **Destinations Life Cycle**

- 1.2.1 Life Cycle

##### **Characterisation of tourist demand**

- 1.2.2 Tourism demand market share

##### **Market segmentation by purpose**

- 1.2.3 Motivations
- 1.2.4 Prevailing segment

##### **Evolution of excursionist demand**

- 1.2.5 Evolution of excursionist flows

##### **Evolution of tourist demand**

- 1.2.6 Evolution of tourist flows
- 1.2.7 Evolution of tourist stays
- 1.2.8 Evolution of tourist expenditure

**Seasonality**

- 1.2.9 Seasonality
- 1.2.10 Low season average occupancy rate
- 1.2.11 GINI Seasonality Index

**Consumption Behaviour**

- 
- 1.2.12 Consumption Behaviour
  - 1.2.13 GINI Demand Structure Index

**a.3 - Tourism consciousness of the destination from the supply side and its evolution**

The destination is analyzed from the supply side. The related indicators describe local conditions of the tourist market and local responses to tourist demand:

- 1.3.1 Tourist attractions
- 1.3.2 Tourist complementary resources
- 1.3.3 Private tourist accommodation
- 1.3.4 Tourist activities' role
- 1.3.5 Tourism labour force

**a.4 - Tourism consciousness of the destination and its evolution according to indicators of the whole tourism system**

Tourism and its development are analyzed with reference to the destination's whole economic environment :

- 1.4.1 Role of tourism on the local economy
- 1.4.2 Role of tourism mobility on total mobility
- 1.4.3 Localisation of accommodation and other tourism activities
- 1.4.4 Links between tourism supply and transport network

**Organisational and management culture on local tourism operators**

- 1.4.5 Tourism organisation
- 1.4.6 Ratio of number of bed places on local population
- 1.4.7 Degree of cooperation

**a.5 - Quality of life**

Quality of life in the considered destination is a joint product of citizen and visitor contribution together with public and private institutions' managing system:

- 1.5.1 Population growth rate
- 1.5.2 Migration ratio
- 1.5.3 Migration ratio
- 1.5.4 Composition of the population by age
- 1.5.5 Per capita revenue
- 1.5.6 House price to income ratio
- 1.5.7 Consumer prices
- 1.5.8 Evolution of cultural values and identity
- 1.5.9 State of the environment

- 1.5.10 Pollution
- 1.5.11 Noise
- 1.5.12 Level of congestion of public structures and services
- 1.5.13 Security

#### **a.6 - Tourists' quality of experience**

Tourists' quality of experience, even if depending on the selected tourist segment, is based on the destination's system as a whole (tourist resources and supply, urban, economic and cultural environment) and is related to general quality of life indicators (e.g. tourist prices).

- 1.6.1 Tourist prices
- 1.6.2 Tourists' security
- 1.6.3 Consumer satisfaction
- 1.6.4 Repeat

#### **Second set of indicators: towards a dynamic analysis**

These indicators describe the interactions between the destination's environmental, social and economic structure and incoming tourism. They also show the positive actions and rules adopted by the local community when facing decline.

#### **b.1 - Quality of socio-economic development**

This section presents the characteristics of the destination, such as the structure and evolution of the local economy, consumer price dynamics, and planning process (e.g. consumer prices dynamics, employment, etc.).

- 2.1.1 Structure and evolution of the economic and productive base
- 2.1.2 Internalisation of the economic impacts
- 2.1.3 Entrepreneurship
- 2.1.4 Employment
- 2.1.5 Consumer prices dynamics
- 2.1.6 Development control
- 2.1.7 Planning process

#### **b.2 - Quality of tourism supply development**

These indicators describe the destination supply with a resource based approach (e.g. quality and size of commercial accommodation, degree of specialization, etc.).

##### **Skills/education/cooperation**

- 2.2.1 Ratio of skilled to unskilled workers in tourism
- 2.2.2 Ratio of tourism staff with postsecondary education
- 2.2.3 Amount of training and/or further training supplied
- 2.2.4 Forms and prevalence of know how transfer and management in tourism
- 2.2.5 Networking within and outside the destination
- 2.2.6 Cooperative linkages of tourism firms and destination

##### **Capital**

- 2.2.7 Liquidity/indebtedness of tourism firms
- 2.2.8 International character of firms

- 2.2.9 Number and size distribution of tourism enterprises
- 2.2.10 Ownership questions and vintage of real capital (age of enterprises)
- 2.2.11 Level of investment
  - 2.2.11.1 Investment in hardware
  - 2.2.11.2 Investment in software
  - 2.2.11.3 Investment in human resources

**Technology**

- 2.2.12 IT based production and marketing (reservation and information systems)
- 2.2.13 Client data management, reservation, yield management

**Innovation**

- 2.2.14 Product innovation
- 2.2.15 Infrastructure investments
  - 2.2.15.1 Sports
  - 2.2.15.2 Entertainment , events
  - 2.2.15.3 Culture

**Clusters**

- 2.2.16 Other services
  - 2.2.16.1 Retail
  - 2.2.16.2 Financial
  - 2.2.16.3 Information
- 2.2.17 Others services for tourism firms
  - 2.2.17.1 Marketing
  - 2.2.17.2 Market search
  - 2.2.17.3 Architectural design
  - 2.2.17.4 Heritage and/or interpretation contents

**b.3 - Tourism impacts**

Tourism impacts on the local economy are presented. Many of the indicators are related to the first set of indicators (tourism consciousness of the destination from the demand side and its evolution, quality of life, etc.)

**Impacts on local economy**

- 2.3.1 Tourism GDP
- 2.3.2 Tourism employment
- 2.3.3 Contribution to import/export

**Physical threshold**

- 2.3.4 Use intensity
- 2.3.5 Waste
- 2.3.6 Water
- 2.3.7 Air
- 2.3.8 Physical carrying capacity

**Social threshold**

- 2.3.9 Social impact
- 2.3.10 Site stress
- 2.3.11 Traffic and congestion
- 2.3.12 Quality of life changes

2.3.13 Local satisfaction

2.3.14 Social carrying capacity

**Economic threshold**

2.3.15 Tourist flow trends

2.3.16 Flow composition

2.3.17 Changes in tourism expenditure trend and consumption behaviour

2.3.18 Quality of visit

2.3.19 Willingness to pay

2.3.20 Price dynamics

2.3.21 Private profit dynamics

2.3.22 Crowding out of non-tourism economic activities

2.3.23 Economic carrying capacity

## Vedlegg 7

### OECD Spain

INDICATOR		MEASURE
1.	Average number of bedspaces in tourist accommodations per establishment	No. bedspaces/ total no. establishments
2.	Annual distribution of tourism inflow	Annual distribution by Autonomous Community
3.	Total annual tourism expenditure	Total annual tourism expenditure (Euro millions) by Autonomous Community
4.	Percentage employment in hotel and restaurant sector	No. employees in the sector / total no. employees
5.	Percentage of tourism population equivalent (PTE)	$[(\text{Total no. tourists (inc. Spanish \& 2nd homes)} / 365) / \text{Total present population}] \times 100 = \text{PTE}$
6.	Collective accommodation establishments	Number per resident
7.	Potential pressure over natural habitats	No further information
8.	Tourist density in urban areas	$\text{PTE} / \text{Total urban area (ha)}$
9.	Tourist anthropisation factor	No further information
10.	Distance from airports to urban inhabited areas	Distance in km
11.	Presence of second-dwellings	No. second dwellings / each 100ha of municipal area
12.	Visitors to places of cultural and historical interest	No further information
13.	Interventions carried out by SEPRONA over tourism and sport activities in natural environments	No further information
14.	Equipped beaches	No. of equipped beaches per km coastline
15.	Moorings offered in sport harbours	No. moorings per km of coastline
16.	Tourism urban waste generation	$(\text{Annual waste generation} / \text{total present population}) \times \text{PTE}$
17.	Tourist consumption of urban drinking water supplies	No further information
18.	Electric power consumption due to tourism	No further information
19.	Modal distribution of tourist arrivals	No further information
20.	Degree of naturality of the environment	% of area of Sites of Community Interest over total Autonomous Community area
21.	Continental bathing water quality	No further information
22.	Marine bathing water quality	No further information
23.	Wastewater purification capacity per tourism population equivalent in main tourist towns	No further information
24.	Percentage of protected areas having controlled accesses and itineraries	No further information
25.	Hotel establishments certified according to environmental management regulation systems	No further information



26.	Selective collection of containers generated by tourism activities	No further information
27.	Incorporation of environmental criteria to tourism and territorial planning and legislation	No further information

## Vedlegg 8

### Taiwan

Relationship aspect	Dimension	Indicator description
Resource community	Society	Residents' daily living was disturbing by the setting up of PA
		PA provides residents for environmental education opportunities
		PA improves residents' environmental conscious
		Good interaction between PA and residents
		PA providing economical benefits (compensation) to community
	Environment	Conserving natural resources (water, forestry hunting)
		Improving residents' living environment and quality
Community Resource	Society	Residents support resource conservation
		Residents participate in resource management and planning
		Residents participate in interpretation service in PA
	Environment	Local residents are interfering with Resources in PA
		Pressure from resource exploitation by residents livelihoods threat to PA ecosystem
Resource Tourism	Society	PA provides tourists educational opportunities
		PA provides adequate interpretative facilities
		PA provides understandable interpretative facilities
		Tourists satisfaction of interpretative facilities
		Tourists satisfaction of interpreter service
		Increasing tourists' environmental awareness
		Providing excellent natural and humanistic experiences
		PA provides excellent environmental education experiences
		Tourists Satisfy the whole recreational quality
	Environment	Attractions in PA provide exceptional sense of appreciation
		Attractions in PA attract visitors' attention
Tourism Resource	Economy	Making economic contribution for conservation
	Society	Tourists participate in conservative activities
	Environment	Overloading capacity in peak periods
		Destroying environmental quality
Community Tourism	Society	Local community provides experiential opportunities for tourist
		Providing diverse cultural experiences
		Providing cultural exchange opportunities
		Good interaction between residents and tourists
Tourism Community	Economy	Community shares in the distribution of tourism revenue
		Improving regional construction
		Creating acceptable incomes
		Creating employable opportunities
		Most of tourism-related employment are local people
	Society	Promoting social welfare(health and education levely)

		Increasing congestion sense of residents' daily living in peak periods
		Causing traffic jam in peak periods
		Destroying public security
		Causing loss of traditional culture
		Residents' satisfaction for tourism development
	Environment	Polluting local environment

## Vedlegg 9

### FORTH Hellas

#### 1. Using resources in a sustainable way

The term “resources” includes natural resources (water, energy, landscape, biodiversity etc), as well as, socio-cultural resources. For natural resources, water and energy are the key concerns for sustainability since both are extensively used by the tourism industry in the host areas. Additionally, in the Mediterranean area these two resources are in scarcity. Biodiversity is examined on the third principle “Maintaining Diversity”.

Indicators	Renewable resources (solar, wind, etc.) used in tourist accommodations as a percentage of total fuels used
	A surrogate for this is the following indicator
	<i>Number of tourist businesses in the area which have renewable energy sources compared to all tourism businesses in Crete</i>
	Amount of water recycled as a percentage of total water that could be potentially recycled
	Water consumption per tourist (or bed or night)
	Energy consumption per tourist (or bed or night)
	<i>Ratio of water consumption for domestic, tourist and agricultural use</i>
	Existence of procedures for continuous monitoring of the quality of water supply
	Existence of procedures for continuous monitoring and measuring of the quality of the swimming water
	<i>Number of samplings of swimming waters exceeding safe limits, as these are defined by the EU</i>
	Quality of water expressed as concentration of various pollutants
	Ratio of beaches with Blue Flag awards (or similar awards if existed)
	Square meters of beach (park or other site) per tourist (average and peak)
	Square meters of open space per tourist
	“Open” space as percentage to that built for tourism infrastructure
	Ratio of “winter” to “summer” population
	Ratio of local population to annual number of tourists
	Number of locals swimming on the beach
	Marriages between tourists and locals as a percentage of all marriages
	Number of bars/discos per population
	Divorces as a percentage of marriages
	Number of employed females per 100 of employed males
	Rate of population growth
	Unemployment rate in the off-season periods
	A surrogate for this is the following indicator

	<i>Municipality's unemployment compared to Region's unemployment</i>
<b>2. Reducing overconsumption and waste</b>	
<p>This principle has a two-fold dimension: a) saving the resources from over-consumption and b) reducing the pressure on the environment resulting from the waste disposal and treatment.</p> <p>Focus is given on sustainable practices used and responsible behavior</p>	
<b>Indicators</b>	Summer / winter waste generation
	% of materials which can be recycled and receive this kind of treatment
	% of water recycled
	Number of hotels, restaurants and other places offering tourist services which have enacted environmental sound systems for eliminating overconsumption of resources and waste generation as a percentage of all establishments
	Readily available information for tourists and the industry in general for the adoption of low-consumption patterns
	Solid/liquid waste generated per tourist
	% generated solid waste treated with the landfill method
	% generated solid waste in dump
	% of wastewater receiving treatment
<b>3. Maintaining diversity</b>	
<p>Diversity is a multifaceted aspect and includes biodiversity, socio-cultural diversity as well as, diversity in terms of products offered to the tourists. The later is examined on the next principle. Focus is given on protection actions and research taken.</p>	
<b>Indicators</b>	Number of special interest natural sites under protection Vs to those without any protection
	Existence of legislation for species protection
	Number of special interest cultural sites under protection Vs to those without any protection
	Monitoring of the number (e.g. ratio of species disappearance and/or Vs to the present numbers) and the patterns of species
	Number of endangered/threatened species on the region
	Monitoring of the mobility patterns of the fauna
	Number of research projects concerning the area's natural environment
<b>4. Integrating tourism into planning &amp; Marketing tourism responsibly</b>	
<p>On this section are examined jointly two principles –“Integrating tourism into planning” and “Marketing tourism responsibly”- as marketing is a part of integrated tourism planning.</p>	
<b>Indicators</b>	Master plan for the development of the area/resort
	Established procedures to monitor continuously the progress of tourism development
	EIA procedures for analyzing the impact of new developments
	Tourists perception for the place they are visiting – questionnaire based
	Number of different products/activities supplied locally (historic-cultural tourism, sports

	based, conference, explorative tourism etc as well as recreational opportunities)
	The 4 following indicators can be considered surrogates
	<i>% of beds operating during winter</i>
	<i>Number of beds in accommodation with conference facilities as a percentage of the municipality's bed capacity</i>
	<i>% of municipality's conference capacity to that of the Region</i>
	<i>% of short term courses in new forms of tourism compared to the short term courses offered in tourism in general</i>
	<i>% of tourists having booked in four major T.O.</i>
	Number of tourists "moved" by independent tour operators vs those "moved" by large-scale mainstream T.O.,
	Percentage of tourists arriving with charter flights vs total arrivals,
	Percentage of tourists arriving with already booked accommodations vs total arrivals,
	Number of visitors and (and No of groups) in other than 3S places/activities comparing to total number of visitors
	Ratio of activities available in off season period to activities offered at peak time,
	Existence of legislation or zoning regulations determining the land use and the impregnated tourist areas
	<i>Existence of research concerning the area's sustainable development</i>
<b>5. Supporting local economies</b>	
Supporting local economy is believed to be essential in any economic activity. Issues such as over-dependence on tourism and revenues for the locals should be under consideration.	
<b>Indicators</b>	Employment in tourism as a percentage of total employment
	Number of "locals" employed in tourism as a percentage of total employment in tourism
	Revenues generated by tourism as a percentage of total revenues generated in the area
	<i>Hotel and restaurant taxes</i>
	Business establishments offering tourist services and owned by locals as a percentage of all business establishments
	<i>% of self employed or family businesses in tourism</i>
	<i>Change in Gross Regional (Local) Product by sector</i>
	Income multiplier for the tourism sector as estimated in an input-output table
	Revenues exported as a percentage of total revenues in the business establishments owned by foreigners
<b>6. Involving local communities &amp; Consulting stakeholders and the and the public</b>	
"Involving local communities" is examined along with the principle "Consulting stakeholders and the public" as they are actually expressions of the need for communication, information and experience exchange. Applying this kind of methods, it is believed to better succeed in implementing sustainable development, rising awareness and spreading of information.	
<b>Indicators</b>	Existence of educational/informational programs for the public

	Number of local meetings to discuss issues before policies are implemented
	Availability of procedures for public and stakeholders involved to suggest changes in policies
	Public-private partnerships/investments
<b>7. Training staff</b>	
<p>Training staff ensures better performance contributing this way to sustainability. Indicators representing this principle are more meaningful on a regional or even on a national scale since it is not an easy task to differentiate between the place of training and the place of work. Moreover there are no data available on tourism education and training on a local scale. The data used to estimate the indicators in this principle refer to the whole region of Crete</p>	
<b>Indicators</b>	% of employees that are graduates of tourist schools
	<i>% of hours of short term training courses in tourism to those of all available short term courses in the Region of Crete</i>
	<i>Change of short term training courses hours in tourism</i>
	<i>Number of short term courses realized in the Municipality concerning tourism</i>
	Attendance in short term courses per 1000 employees
	Availability of short-term courses per 1000 tourists
	Initiatives by the public sector and/or the industry for training
	Diversity of courses offered
<b>8. Undertaking research</b>	
<p>Undertaking research is essential to help solve problems, create new products, make efficient use of the resources and after all, better implement sustainable development in practice.</p>	
<b>Indicators</b>	Number of surveys made concerning tourist preferences and perceptions
	Number of surveys made concerning locals perceptions for tourism
	Number of research studies on the profitability of the industry / number of research studies on the impacts of tourism
	Conferences and other activities attracting interest in tourism and sustainable development research organized locally

## Vedlegg 10

### Green Tourism Business Scheme

#### **COMPULSORY**

The compulsory section deals with GTBS minimum standards. In order to receive an award level every member must fulfil all relevant obligations in this section including:

- Sign and abide by the GTBS code of conduct
- Meet minimum standards and reduce risks such as for waste containment and disposal
- Complying with relevant environmental legislation
- Continuous improvement
- Appointing a green co-ordinator for the site
- Supplying baseline information on energy, water and waste
- Have a customer facing green policy

#### **MANAGEMENT & MARKETING**

Management and marketing are key elements for any tourism businesses. To be more sustainable, it's vital to put in place robust management systems, which provide a framework to help implement specific actions. The success of the process depends on leadership, teamwork, networking, staff awareness, good record keeping and monitoring. Besides being environmentally sound, it will help to improve general business performance. Cost savings resulting from improved efficiency will be identified and revenues increased by attracting green-conscious customers. Examples of the management and marketing assessment criteria include:

- Good management systems
- Staff training and awareness
- Networking and sharing best practice
- Getting specialist advice
- Monitoring resource use
- Green marketing
- Asking for green feedback from customers

#### **SOCIAL & COMMUNICATION**

The social Involvement and communication section covers a wide range of issues related to how a business interacts and communicates with its customers, the local community and wider society. These elements are all central to sustainable tourism and only businesses that embrace them all can really be said to be sustainable. Examples of social involvement and communication assessment criteria include:

- Having a responsible visitor charter to encourage customers to be green
- Use of the GTBS logo to highlight green commitment to customers



- Specific green information for customers i.e. towel policy
- Provide a natural and healthy living space
- Promote physical and spiritual wellbeing
- Work with the local community on social and environmental projects
- Provide facilities for customers with mobility impairment
- Corporate social responsibility and environmental reporting

## ENERGY

Most of the energy we use comes from burning fossil fuels whether on-site in heating systems or indirectly by using electricity generated at distant power stations. Either way burning fossil fuels creates carbon dioxide and other gasses, which are the main contributors to global warming. Most of us could use less energy through a combination of behavioral changes and the use of efficient equipment. The energy section assesses a wide range of energy efficiency measures as well as the use of renewable technologies. Examples of the energy assessment criteria covered include:

- Energy efficient appliances
- Low energy lighting and controls
- Efficient heating, cooling and hot water systems
- Insulation and ventilation
- Low embodied energy building
- Renewable energy and district heating

## WATER

Water is the vital component for life and important for health, refreshment, cleansing and sanitation. It should not be wasted or polluted. Drinking water in particular should not be squandered as it uses considerable chemical and energy inputs to make it fit of human consumption – yet we literally flush it down the toilet every day. The water section assesses a wide range of water efficiency measures as well as using alternative sources to the mains. It also covers measures aimed at reducing pollutions arising from cleaning and waste water disposal. Examples of the water assessment criteria include:

- Water efficient showers, taps and toilets
- Washing machines and dishwashers
- Harvesting rainwater and greywater or using off-mains sources
- Chlorine and phosphate-free cleaners
- Natural based cleaners and methods
- Ecological waste water treatments

## PURCHASING

Purchasing is a powerful tool to influence change and it's led by the consumer. Just as your customers demand sustainable business practices from you, so you in turn have to look for

that commitment from your suppliers. The ultimate aim is to green the whole supply chain. In the meantime you can make many purchasing decisions to help your business become more sustainable. The measures covered in this section range from supporting purely environmental goals to social equity as well as a combination of both. The key to sustainable purchasing is to assess each option individually and go for the least damaging. Examples of purchasing assessment criteria includes:

- Supplier screening
- Products made from recycled materials
- Local food and drink
- Organic food and drink
- Sustainably sourced fish
- Vegetarian food
- Fair trade
- Local crafts and traditional techniques
- Sustainable sourced timber
- Eco-building and decorating products
- Natural-based products
- Green Energy tariff
- Ethical financial services

## WASTE

Waste is a massive issue for the tourism industry and the environment. We generate huge volumes of waste, much of which goes to landfill. Much of this waste could be avoided in the first place by purchasing products with less packaging. Waste may also contain valuable materials, many of which are easily recoverable. The weighting of scoring in this section reflects the importance of the waste hierarchy – giving preference to measures aimed at eliminating or reducing waste, followed by reuse, recycling and responsible disposal.

Examples of the waste assessment criteria include:

- Returnable and reusable packaging
- Reducing waste in marketing
- Dosing and bulk buying
- Portion control
- Garden and kitchen waste
- Rechargeable batteries and eco-gadgets
- Electronic equipment reuse, recycling and disposal
- Printer and toner cartridges
- Recycling options
- Hazardous household waste disposal
- Dog waste disposal

## TRAVEL

Because travel is a big part of tourism and a main contributor to global warming, measures need to be taken to reduce its impact. Tourism businesses can help by encouraging visitors to use less polluting options. The travel information given to customers can influence them to make their journeys with lesser impact. Sustainable travel options introduce customers to new experiences and positive lifestyle choices. Tourism businesses can provide facilities to support environmentally friendly forms of transport, such as walking, cycling, bus and coach travel and eco-friendly fuelled vehicles. You can also encourage staff to adopt greener travel habits by offering incentives and providing facilities. Examples of the travel assessment criteria Include:

- Informing guests of public transport options
- Walking and cycling facilities and information
- Facilities for coaches
- Staff travel options
- Public service vehicles
- Eco-friendly vehicles
- Carbon Management

## NATURAL & CULTURAL HERITAGE

The preservation of our natural and cultural heritage is essential to tourism and the wider environment. The UK has a diverse natural heritage as well as being blessed with a rich cultural heritage. These are amongst the most valuable assets to tourism in the UK and must be protected and where possible enhanced. The public's fascination with our natural and cultural heritage is reflected in the great popularity of TV programs and books about history, culture, landscapes and wildlife. And there is a lot that businesses can do to protect this diversity and bring it to the attention of you customers. Examples of the natural and cultural heritage criteria include:

- Membership of organizations such as charities that protect natural and cultural heritage
- Provide comprehensive information on natural and cultural heritage
- Have a nature diary
- Plant native trees
- Manage grounds to encourage wildlife

## INNOVATION

Many businesses will be undertaking actions aimed at working towards sustainability that are not covered elsewhere in the criteria but warrant inclusion in the overall scoring. Such actions could for example include:

- Green rated and eco-buildings such as BREEAM
- Use of motor controllers
- Radiant heating
- Community Renewables
- Other actions not covered in the criteria

Department for Culture, M. a. S. (2002). *Measuring Sustainable Tourism at the Local Level*. Available at: [http://www.culture.gov.uk/reference\\_library/publications/4786.aspx](http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4786.aspx).

Dymond, S. J. (1997). Indicators of Sustainable Tourism in New Zealand: A Local Government Perspective. *Journal of Sustainable tourism*, 5 (4): 279–293.

Twining-Ward, L. & Butler, R. (2002). Implementing STD on a Small Island: Development and Use of Sustainable Tourism Development Indicators in Samoa. *Journal of sustainable tourism*, 10 (5).