

Framtider för besöksnäringen i Swedish Lapland

Scenarier mot 2030

APRIL 2021

KAIROS FUTURE

SAMMANFATTNING

Hur kan besöksnäringen i Swedish Lapland utvecklas fram till 2030? Det är en för turistnäringen mycket viktig fråga som inte har några självklara svar. Turismen lever i ett större sammanhang, där regionalpolitik, infrastruktursatsningar, industriell utveckling, människors preferenser, med mera, spelar roll för utvecklingen.

Swedish Lapland vill framtidssäkra sin strategiska utveckling. Vi har som stöd i detta arbete genomfört en omvärldsanalys med påföljande scenarieutveckling, där vi undersöker och beskriver olika framtider för besöksnäringen i Swedish Lappland fram till 2030. Arbetet har resulterat i fyra scenarier, baserade på utvecklingen av två strategiska osäkerheter.

Dels bestäms framtiden av hur den industriella utvecklingen blir i norra Sverige: blir den kraftig med lyckade satsningar kring Hybrit, Northvolt, H2GS, och liknande, med åtföljande stora energibehov eller kommer dessa satsningar på skam?

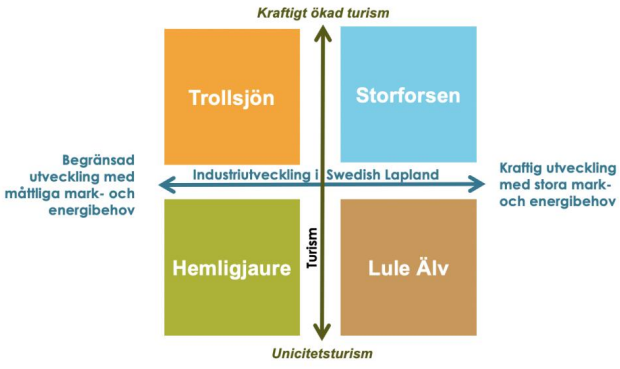
Dels bestäms framtiden av hur turismen utvecklas. Med ökad tillgänglighet och nödvändiga politiska satsningar kan det bli en kraftigt ökad turism. Å andra sidan kan turismen bli specialiserad och fokusera på det unika med miljön och den arktiska naturen.

Med dessa två strategiska osäkerheter som grund har vi utvecklat fyra olika scenarier.

I *Storforsen* sker en kraftig industriell utveckling samtidigt som turismen ökar på bredden och i omfattning.

I *Lule Älv* sker också en kraftig industriell utveckling, men turismen fokuserar på smala, välbetalande grupper som vill åt det unika.

I *Hemligjaure* stannar den industriella utvecklingen av och blir mer begränsad, samtidigt som turismen fokuserar på det naturnära och enkla.



I *Trollsjön* tar turismen fart med breda satsningar och mycket ”hemester”, medan de industriella satsningarna ännu inte har nått större framgång.

Inget scenario är mer troligt eller önskvärt än det andra. Syftet med dem är att visa på bredden av möjliga utvecklingsvägar. Framtiden kommer troligen inte att likna enbart ett av scenarierna utan en kombination av dem. På det viset bildar de an solid bas för den strategiska utvecklingen i Swedish Lapland.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Sammanfattning 2
Swedish Lapland 2030 – en framtidsanalys 5
Bakgrund 5
Inledning 5
Frågeställning 5
Metod och process 6
Omvärldsanalys – vilka faktorer i omvärlden påverkar framtiden för Swedish Lapland 9
Trender 10
Osäkerheter 30
Strategiska osäkerheter 34
Industriutveckling i Swedish Lapland 34
Turistutveckling i Swedish Lapland 34
Scenarier 36
Fyra scenarier mot 2030 37
Storforsen 37
Lule älv 42
Hemligjaure 46
Trollsjön 50
Early Warnings – Indikatorer för framtiden 54
Slutsatser och tankar framåt 56
Bilaga 1: Om Kairos Future 57
Bilaga 2: Scenariokarakteristika 58

SWEDISH LAPLAND 2030 – EN FRAMTIDSANALYS

Hur kan Swedish Lapland utvecklas till 2030? Vilka är de starka eller tydliga utvecklingslinjerna? Vilka möjliga bilder av Swedish Lapland och besöksnäringen där kan vi se för år 2030?

BAKGRUND

Swedish Lapland ska under 2021 genomföra ett strategiarbete mot 2030. Fokus i strategiarbetet är hållbar destinationsutveckling med hänsyn till de konsekvenser som till exempel klimatförändringarna, förändrade resmönster och beteenden kan komma att få på både på kort och längre sikt för destinationen. Projektet är en del av den Regionala Besöksnäringsstrategin mot 2030.

Som stöd och underlag för den nya strategin presenterar vi här en omvärldsanalys som utmynnar i fyra scenarier, som beskriver olika, men möjliga framtider för Swedish Lapland

INLEDNING

Framtiden är varken given på förhand, eller entydig. Många olika händelser, trender och aktörer påverkar utvecklingen. En del av det som kommer att ske i framtiden känner vi oss säkra på, medan annat är mer eller mindre osäkert. Och naturligtvis kommer det att ske saker som vi inte allas tänker på nu, när vi undersöker ett tidsperspektiv som 10 år. Vem förutsåg till exempel för 10 år sedan att vi skulle ha en global pandemi år 2020-21, som lamslog hela besöksnäringen?

FRÅGESTÄLLNING

En omvärlds- och framtidsanalys behöver ett fokus, en tydlig frågeställning. Det här projektets ledstjärna och frågeställning är:

Vilka framtider kan vi se för besöksnäringen i Swedish Lappland fram till 2030?

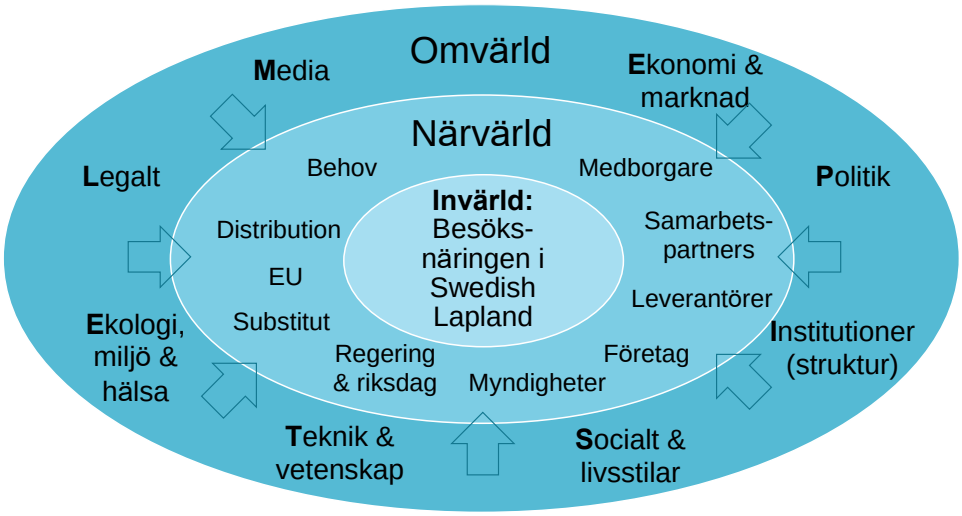
- Vilka förändringar i omvärlden påverkar Swedish Laplands framtid?
- Vad kan dessa förändringar medföra för utvecklingen i regionen?
- Swedish Lapland: hela Norrbottens län och delar av Västerbotten.

Utifrån denna frågeställning har vi samlat en mängd faktorer i omvärlden, som vi bedömer påverkar utvecklingen av besöksnäringen i Swedish Lapland de kommande 10 åren.

METOD OCH PROCESS

Omvärldsanalysen tre världar

När vi söker analysera och förstå hur framtiden kan bli, behöver vi göra en ordentlig omvärldsanalys. Vi söker efter förändringar i omvärlden som påverkar vår frågeställning, i det här fallet Swedish Lapland. För att vässa vår analys, delar vi upp världen i tre världar: invärld, närvärld och omvärld, se figuren nedan.

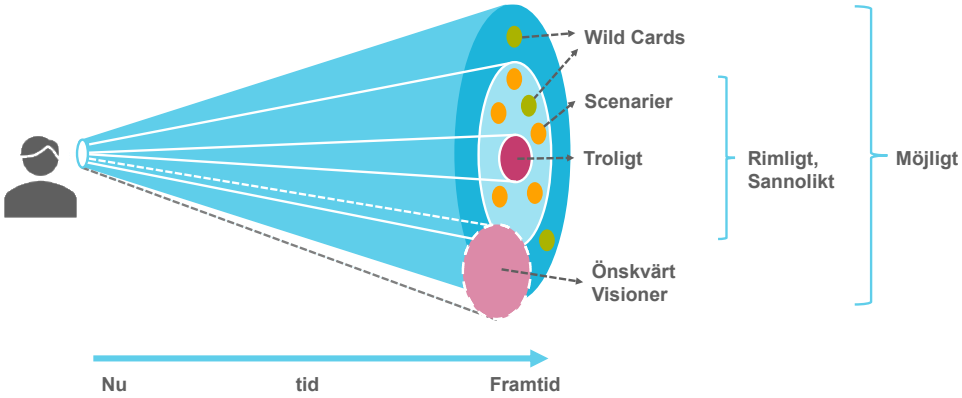


Figur 1. Omvärldsanalysens tre världar. Invärlden som vi styr över själva, närvärlden som vi påverkar och påverkas av, samt omvärlden, som vi inte alls påverkar, men som kraftigt påverkar oss.

Invärlden är den egna organisationen, som vi styr över själva. I det här fallet är invärlden Swedish Lapland som geografiskt område och dess besöksnäring; även om besöksnäringen inte är **en** organisation med full kontroll över allt inom de geografiska gränserna. Närvärlden är den arena man agerar på och som man både påverkar och påverkas av. I det här fallet är närvärlden större än besöksnäringen och innefattar de områden och organisationer som besöksnäringen har direkt kontakt och ömsesidig påverkan med. Utanför detta finns omvärlden, som är allt annat och som vi inte själva kan påverka, men som kraftigt påverkar oss. Vi brukar identifiera de olika omvärldsförändringarna inom områdena Ekonomi & marknad; Politik; Institutioner; Sociala förändringar och livsstilar; Teknik & vetenskap; Ekologi, miljö & hälsa; Legala förändringar; samt Media. Tillsammans bildar de förkortningen EPISTEL-M. Om vi har funnit förändringar inom alla dessa områden har vi en grund för en bra omvärldsanalys.

Scenarioperspektivet och scenarioprocessen

Att skåda in i framtiden är som att titta in i en kon, som öppnar sig allt mer ju längre in i framtiden man söker. Det innebär att allt mer kan hända, ju längre tiden går, vilket illustreras i Figur 2.



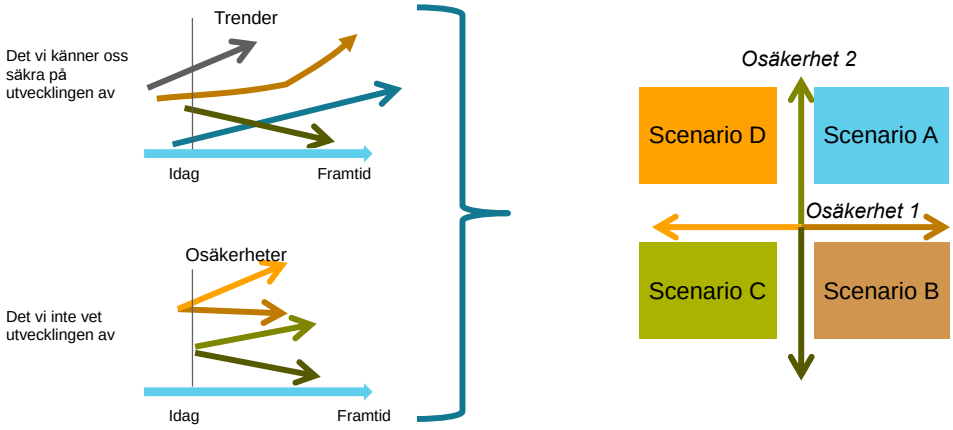
Figur 2. Scenarioperspektivet – framtidskonen

Konens öppning representerar allt det som är möjligt vid vår framtida tidpunkt, i vårt fall 2030. Av detta är en del mer rimligt och sannolikt, medan annat är mindre troligt. Det finns även sådant som kanske inte ens är möjligt, men väl önskvärt, vilket vi brukar kalla visioner.

När vi arbetar med omvärldsanalys och scenarier, ägnar vi oss inte åt det önskvärda, vi försöker i stället se så objektivt på världen som möjligt och identifiera det som *kan* hända, oavsett om det verkar positivt eller negativt. Visionerna och önskningarna har ingen plats i detta projekt, utan har sin plats i andra sammanhang.

I vår omvärldsanalys identifierar vi således *förändringar i omvärlden*. Dessa delar vi upp i trender – sådana förändringar som vi känner oss säkra på att de fortsätter i en viss riktning – och osäkerheter – förändringar vars framtida utveckling vi är osäkra på.

I Figur 3 illustrerar vi hur trender och osäkerheter formar scenarierna. Två så kallade *strategiska osäkerheter* utgör ett ramverk för scenarierna och gör dem olika, medan trenderna gäller för alla scenarier och utgör därmed en gemensam bakgrund.



Figur 3. Scenarier bygger på trender och osäkerheter. Trenderna beskriver det som är gemensamt för alla scenarier; osäkerheterna det som skiljer dem åt.

De två strategiska osäkerheterna måste vara oberoende av varandra och de ska inte kunna styras av den egna organisationen, invärlden. De ska vara helt omvärldsbaserade.

Processen

Arbetet har genomförts av Kairos Future med medverkan av Swedish Laplands kansli. Under två workshops har vi gemensamt dels identifierat viktiga omvärlds- och framtidsfrågor, dels diskuterat de fyra scenarierna och dess innehåll.

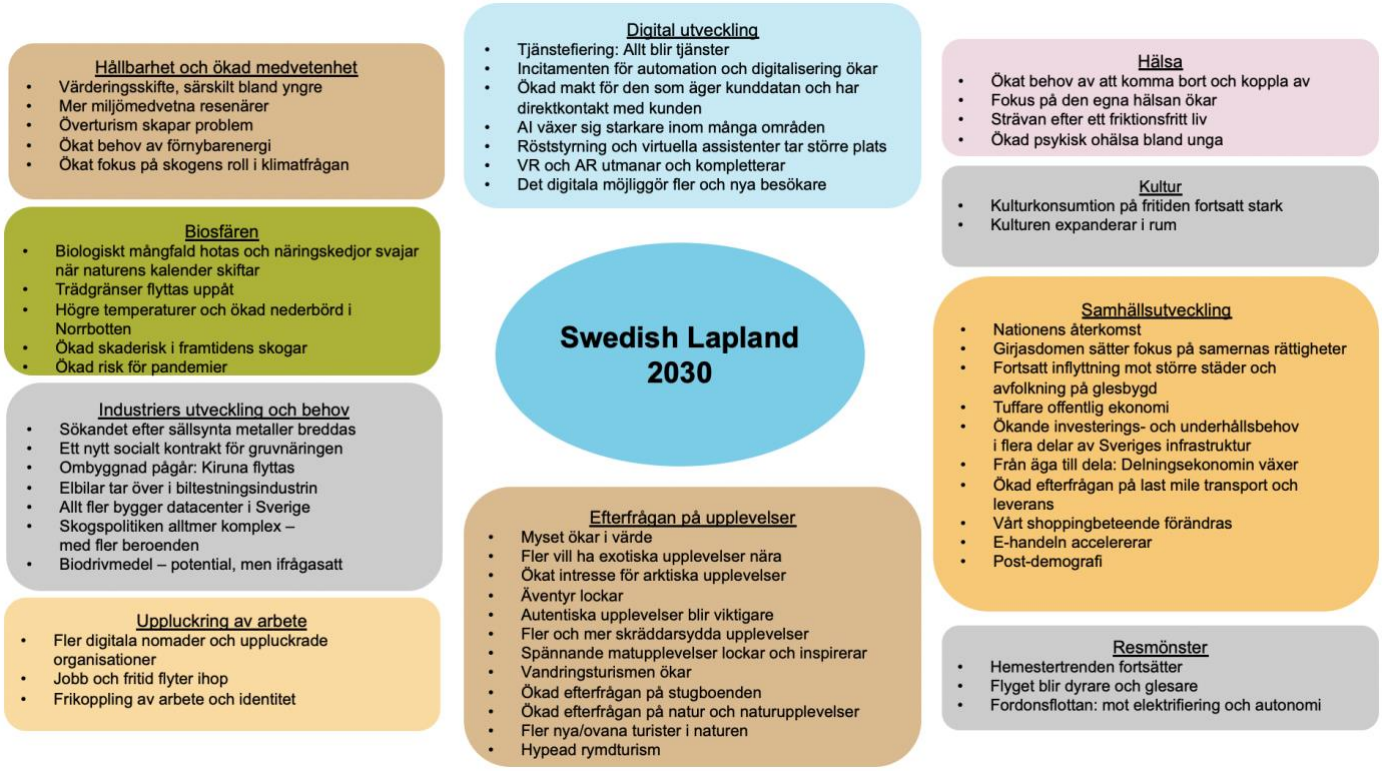
Bearbetning, analys och rapportskrivning har Kairos Future svarat för.

Projektet genomfördes januari-april 2021.

OMVÄRLDSANALYS – VILKA FAKTORER I OMVÄRLDEN PÅVERKAR FRAMTIDEN FÖR SWEDISH LAPLAND

I projektet genomfördes en omvärldsanalys bestående av flera moment:

- Intervjuer med utvalda representanter nyckelpersoner i Swedish Lapland
- En gemensam spaning på viktiga trender och osäkerheter hos en breddgrupp av intressenter i Swedish Lapland
- Vidare material från Kairos Futures löpande omvärldsanalyser och trendbank



Figur 4. Sammanställning av omvärldsanalysen

Omvärldsanalysen ska därför förstås som en bred gemensam bild av vad som påverkar Swedish Lapland mot 2030. Den presenteras här i tio övergripande trendområden och därefter de osäkerheter som identifierats i projektet. Detta material ligger till grund för de fyra scenarierna.

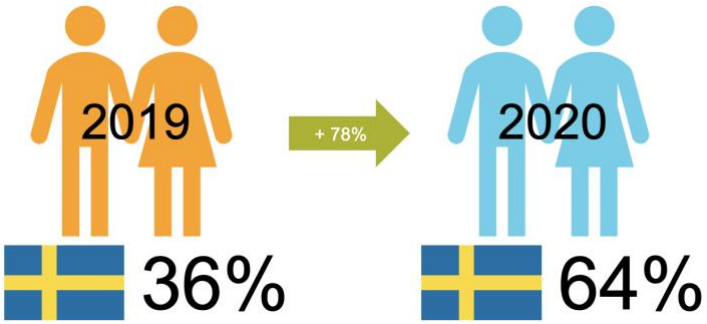
TRENDER

Resmönster

HEMESTERTRENDEN FORTSÄTTER

Hemester fick ett stort uppsving under coronapandemin när reserestriktioner begränsade våra möjligheter att resa till utlandet. Enligt de flesta prognoser kommer inrikes semesterresor att återhämta sig snabbast efter pandemin.

Våra undersökningar indikerar att hemestertrenden kommer att fortsätta. 35% av de Skandinaverna säger att man kommer att semestra mer i sitt hemland efter pandemin. Att semestra i hemlandet ökar också i status, något vi kunde se redan innan pandemin. År 2014 uppgav 25% att det var hög status att semestra i hemlandet, år 2019 hade denna siffra stigit till 43%.



Figur 5: Andel svenskar som planerar en semester i Sverige de kommande 3 åren. Källa; Kairos Travel Trend Report 2020

FLYGET BLIR DYRARE OCH GLESARE

Coronapandemin har gjort att antalet flygavgångar och linjer minskat dramatiskt och digitalisering av möten gör att affärsresenärerna inte längre flyger i samma utsträckning och därmed inte heller ”sponsrar” billiga privatflygbiljetter. En fullständig återhämtning är därför inte att vänta. Klimat- och hållbarhetsfrågan har drivit på denna utveckling redan innan corona och har således förstärkts sedan pandemins utbrott och förmodligen leda till även långsiktiga konsekvenser

Utvecklingen inom vätgasdriva flygplan och elflyg har också tagit stora kliv de senaste åren, vilket kan komma bidra till ett allt mer hållbart resande även i luften mot 2030.

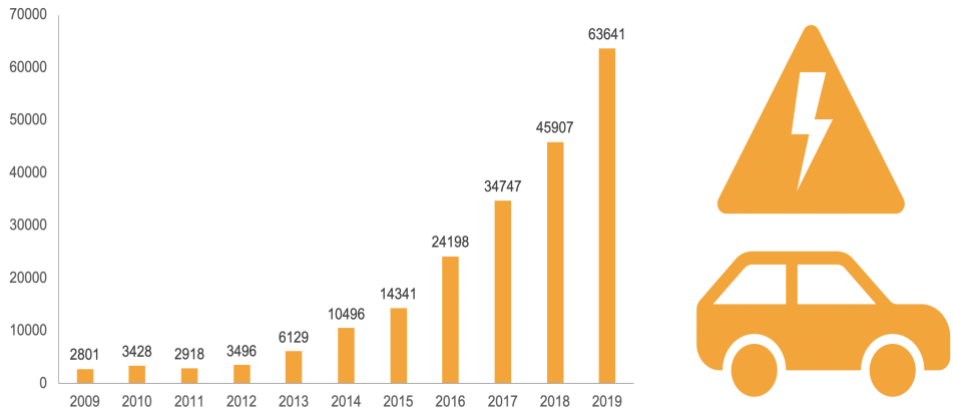
FORDONSFLOTTAN: MOT ELEKTRIFIERING OCH AUTONOMI

”Allting går med elektricitet”. Sverige och stora delar av den utvecklade världen har höga politiska ambitioner att skapa ett fossilfritt samhälle vilket syns tydligt i transportsektorn.

I princip har samtliga stora fordonstillverkare har ambitiösa elektrifieringsplaner samtidigt som nya typer av aktörer ser chansen att ta sig in på banan när de inte längre behöver 120 års förbränningsmotorerfarenhet för att kunna lyckas. Det gör att vi ser nya typer av fordon se dagens ljus. Inte minst mikro-mobilitet (små elektrifierade fordon) växer starkt just nu.

Enligt prognos är 90% av nyförsäljningen i Sverige elbilar 2030 och den laddbara flottan i Sverige har växt till 2,5 miljoner bilar.

Vid sidan av elektrifieringen så talar mycket för att utvecklingen av autonoma fordon på sikt kommer att kunna förändra dagens transport- och logistiklösningar i grunden. En förflyttningsrevolution som i sin tur förändrar samhället och de geografiska lösningar som samhällsbyggandet ska omfamna och förlösa.



Figur 6: Antalet nyregistrerade ladd/elhybrider eller elbilar 2009-2019. Källa Trafikanalys/SCB

Digital utveckling

TJÄNSTEFIERING: ALLT BLIR TJÄNSTER

Alltfler branscher utvecklas mot en högre grad av tjänstefiering och paketering i helhetslösningar snarare än produkter och tillbehör. Konsumenter lägger mer pengar på abonnemang och tjänster av olika slag (städning, verktyg, matkassar, bilpooler, förvaring etc), och fler företag inser värdet i att sälja på ett sätt som ger garanterad inkomst över tid.

Förändringen bidrar också till en övergång från betydelsen av ägande till betydelsen av tillgång on–demand.

Trenden ligger också väl i linje med hållbarhet, där slit-och-släng inte blir lönsamt för företaget om kunden ändå betalar per månad eller per år. Det blir då mer lönsamt att utveckla hållbara produkter som del av långtidstjänster och kontrakt.

INCITAMENTEN FÖR AUTOMATION OCH DIGITALISERING ÖKAR

Gränserna för vad som är möjligt att automatisera ritas hela tiden om. Detta gäller såväl fysiska tjänster – exempelvis incheckning, gräsklippning, dammsugning och självscanning – som kognitiva tjänster – exempelvis resebokning, e-handel och bankärenden. Maskiner kan lära sig själva genom att iaktta mänsklig interaktion – såväl i den fysiska som i digitala arbetsflöden. Virtuella assistenter tar plats i kundservice i större utsträckning i form av chatbots och röstassistenter och stora delar av kundresan automatiseras, från beställning till betalning

Analyser av arbetsmarknaden och utsikterna för automation visar att mer än hälften de arbetsuppgifter som finns i dagens jobb står inför stor risk att försvinna in i den ”automatiserade sektorn” mot 2030. Inom hotell och restaurangbranschen visar våra prognoser på en liknande utveckling, samtidigt som nya uppgifter kommer att tillkomma.

Nya start-ups men även etablerade aktörer inom andra branscher ger sig in i en växande turismnäring. Snabbt skiftande konsumentbeteenden och en traditionsbunden bransch innebär möjligheter för spelare från sidan att ta plats. De kommer med nya lösningar (t.ex. tech-företag) men också med andra typer av tillgångar (t.ex. kundkontakter) och bryter invanda mönster och spelregler.

Det som inte automatiseras bort får ett högre värde. Det mänskliga värdskapet blir premium, och fler företag rekryterar på social kompetens.

ÖKAD MAKT FÖR DEN SOM ÄGER KUNDDATA OCH HAR DIREKTKONTAKT MED KUNDEN

Att samla, spara och analysera data i realtid blir allt vanligare och allt viktigare. Big Data handlar inte bara om mängden datapunkter utan också om att snabbt kunna samla in och överblicka relevant information, samt att bibehålla så mycket information som möjligt om varje individuell kund, produkt, eller resurs. Information blir livsnödvändigt för att kunna skräddarsy sina tjänster efter konsumenten. Det blir också allt viktigare att kunna åtgärda problem i realtid och snabbt kunna ingripa om något inte är på plats i organisationen.

Konsumenttrender visar på att en mer personligt anpassad köpprocess och individanpassade upplevelser kommer att bli mer vanligt i framtiden. Möjligheterna att samla in data ökar explosionsartat, och trots problematik med integritet så väljer vi ständigt att fortsätta dela med oss av vår personliga data för att få tillgång till tjänster som Facebook och Google.

Den som i framtiden äger konsumentdata blir vinnare i konkurrensen om konsumenten. Idag ser vi Google utveckla sina verktyg för turister, som är baserade på den kunddata de samlar in. Mot 2030 kommer vi troligtvis se få, och stora, ägare av vår privata data. Som turistdestination får man förhålla sig till nya spelregler och samla in besöksdata på eget bevåg eller köpa/få tillgång till besöksdata av de stora aktörerna.

AI VÄXER SIG STARKARE INOM MÅNGA OMRÅDEN

Artificiell Intelligens möjliggör sortering och analys av stora mängder data och kan ge förslag baserat på användardata. Maskininlärning innebär att en AI kan lära sig själv, bland annat fraser och uttryck men även helt nya språk.

AI kan i sig själv klassas som en trend, utan är mer en övergripande beskrivning av nästa generations teknologi. Många har förutspått att AI-teknologi skulle komma och ta över arbete och beslutsfattande från människor, men det vi ser idag tar många skepnader och utvecklas inom flera områden.

AI-applikationer börjar gå från att bara vara högteknologiska på en nivå där endast forskare och avancerade analytiker kan använda dem, till mer användarvänliga program som inom en viss framtid ska kunna användas av ”vanliga” individer.

Inom turistnäringen används AI inom allt från kundtjänst och reception till att tolka och dra slutsatser kring kunder, affärsmodeller och prissättningsstrategier.

RÖSTSTYRNING OCH VIRTUELLA ASSISTENTER TAR STÖRRE PLATS

I strävan efter effektivitet i vardagslivet så kommer snart tal och röststyrning ersätta skrift. Vi kommer att konversera via tal med våra olika apparater, så som klockor, glasögon, telefoner etc.

Allt mer interaktion med teknik går nu genom tal, från digitala assistenter i telefonen till applikationer i smarta hem. Enligt experter på Future Today Institute kommer ungefär häften av alla interaktioner vi har med datorer i slutet av 2020 ske genom tal. Vare sig du kommunicerar med din smarta högtalare, bilens instrumentbräda, eller telefonen så kommer detta allt mer ske genom tal istället för text.

På grund av detta anser många att VSO (Voice Search Optimization) är det nya SEO (Search Engine Optimization), där möjligheterna för många industrier är stora att vinna marknadsandelar inom en fortfarande outvecklad nisch.

Ny forskning arbetar med att ta fram unika röstavtryck för individer med hjälp av AI, vilket är ett antal unika karaktärsdrag för en individs röst. Tekniken kan komma att användas både för att förbättra kommunikationen med digitala verktyg, samt för att lättare identifiera personer på rösten.

VR OCH AR UTMANAR OCH KOMPLETTERAR

Vad vi blir inspirerade av och hur information presenteras för oss utvecklas allt snabbare. Vi ser hur det har skett skiften från text-baserad media, till bilder, och nu till video.

Framväxten av ny teknologi så som 360-videos, virtuella och förstärkta verkligheter (VR/AR) har gett marknadsförare nya verktyg att använda för att visualisera information, och kan nu inkludera besökaren i ”verklighetstrogna” upplevelser, redan innan den faktiska upplevelsen.

När resande begränsades under corona pandemin såg vi hur många aktörer blev tvungna att ställa om och istället erbjuda virtuella och digitala upplevelser. Allt fler fick därmed testa på hur det var att resa i VR och i vår undersökning Kairos Travel Trend Report uppgav 8% av Skandinaverna att man även efter pandemin kommer fortsätta utforska virtuella upplevelser.

AR kan också användas till att förstärka upplevelsen på plats. Då i princip alla resenärer tar med sig sin smartphone på semestern finns det möjligheter att utveckla applikationer som besökarna till exempel kan använda sig av för att lära sig mer om platsen.

Användningsområdena är många och utvecklingen inom 5G kommer att bidra till en fortsatt spridning av tekniken genom att säkra uppkopplingen på fler platser och öka surfhastigheten.

DET DIGITALA MÖJLIGGÖR FLER OCH NYA BESÖKARE

Under pandemin har flera fysiska evenemang behövts ställas in och istället genomförts digitalt. Vi kan se hur dessa evenemang lockar fler besökare än tidigare, och hur många slog besöksrekord.

Mot 2030 kommer den tekniska utvecklingen bidra till att göra det möjligt att allt större utsträckning besöka platser, evenemang, event digitalt oavsett var du befinner dig i världen, och oavsett storleken på din reskassa. I sökande efter information och inspiration kommer resenärer i allt större utsträckning göra virtuella besök innan man fysiskt ta sig till en plats, och den tekniska utvecklingen kan komma göra det möjligt för besökare att inte bara se, utan även uppleva en plats med sina resterande fyra sinnen.

Framtidens event kommer troligtvis i större utsträckning att kännetecknas som **hybrida.** Digitaliseringen och sin tur coronapandemin har inneburit en revolution inom teknologin och medfört att människor kan delta på diverse möten och händelser på distans.

Dessa event kommer därför bestå av en traditionell, fysiskt avgörande aspekt, kombinerat med **virtuella moment**. Detta är redan ett faktum inom **konferens- och mötesbranschen** där flera aktörer investerat i utrustning för att kunna genomföra dessa typer av möten. VR och framväxten av annan utrustning gör att mycket talar för att detta även kommer spilla över på konserter och live-musik som i sin tur kommer livestreamas till publik runt om i världen. Folk kan besöka (och återuppleva) stora som små konserter på distans.

Andra teknologiska framsteg kommer göra att besökare på ett enklare sätt kommer kunna integreras med eventupplevelsen.

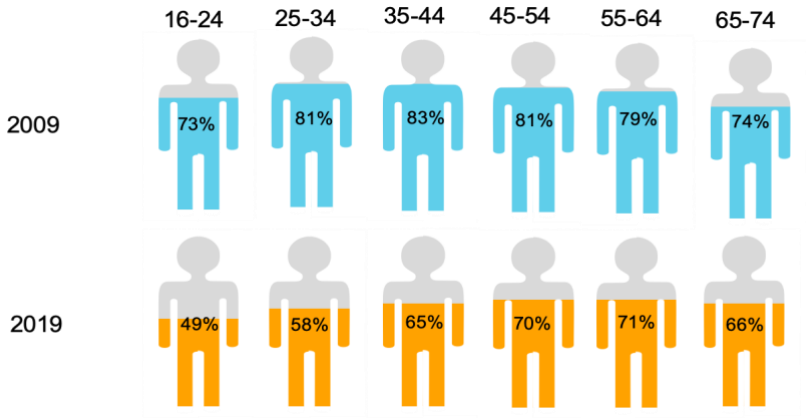
Hållbarhet och medvetenhet

VÄRDERINGSSKIFTE, SÄRSKILT BLAND YNGRE

Dagens unga har sett en kraftig finanskris och stora globala problem i sin bakgrund. Cynisism mot hur samhället ser ut idag är en viktig faktor. Man är besviken och söker efter något bättre.

Dagens unga är mer miljömedvetna och vill i högre utsträckning känna att ens handlingar har mening och syfte.

De unga i dag reser visserligen fortfarande dels för att finna sig själva eller bara festa, samtidigt finns det en mogen trend av volontärarbete och engagemang i resandet. Många känner sig vilsna och söker efter sammanhang snarare än att bara turista. Att värna om planeten är dessutom viktigt för många yngre.



Figur 7: "Kommer du att förändra ditt resande till följd av klimatförändringar de närmsta 12 månaderna" Andelen som svarade "nej, jag kommer resa som vanligt". Källa: Kairos Travel Trend Report 2019

MER MILJÖMEDVETNA RESENÄRER STÄLLER HÖGRE KRAV

Vi kan se att resenärerna blir att mer miljömedvetna. Allt fler säger att de kommer att ändra sättet de reser på som en konsekvens av klimatdebatten.

Våra undersökningar visar att mellan 2009 och 2019 så har andelen som säger att de kommer att resa som vanligt minskat från 79% till 64% och allt fler säger att de kommer välja mer miljövänliga transportmedel.

Hållbarhet och miljö kommer vara viktigt för resenärer även efter pandemin; i våra undersökningar uppger 43% av de skandinaviska resenärerna att det kommer vara mycket viktigare att resa på mer miljövänliga sätt efter pandemin och 81% säger att de kommer resa lika mycket/mer hållbart jämför med innan pandemin.

I takt med att resenärerna blir att med medvetna om hur deras resande påverkar miljön ställer det allt större krav på att turistföretagen ser till att minska sin miljöpåverkan. Ord räcker inte längre till utan man vill se att de görs på riktigt och resenärer blir allt bättre på att genomskåda försök till ”greenwashing”

ÖVERTURISM SKAPAR PROBLEM

Överturism eller massturism har skapat problem på flera kända platser i världen. Barcelona och Venedig är platser till turister flockats vilket slitit på platserna och skapat konflikter och problem för bofasta och vi har sett hur allt fler tar fram strategier för att hantera denna problematik.

Mindre orter har inte samma problem med massturism men brottas ofta med problemet att många turister samlas på samma plats, ofta vid kända besöksmål.

Fler försöker därför hitta lösningar som kan göra det enklare att styra besöksflöden och sprida ut dem mer, både i tid och rum.

ÖKAT BEHOV AV FÖRNYBAR ENERGI

I omställningen mot ett mer hållbar samhälle mindre beroende av fossila bränslen som kol, olja och gas så ökar behovet och efterfrågan av förnybar energi från sol, vind och vatten.

Det Internationella Energirådet (IEA) uppskattar att år 2025 så kommer förnybara energikällor ta över kol som den största källan till elproduktion värden över och då stå för en tredjedel av världens elektricitet. Hälften av detta förväntas komma från vattenkraft. Om vi ska nå den nivå av förnybar energi som Internationella Energirådet (IEA) satt upp i sitt hållbarhetsscenario så krävs det dock att energi från förnybara källor ökar med 7% årligen mot 2030.

De prognoser som gjort i Sverige visar entydigt att elanvändandet kommer att öka. Svenska Kraftnät och Energimyndigheten prognosticerar att Sveriges elförbrukning till år 2040 förväntas uppgå till cirka 160 TWh (detta kan jämföras med nuvarande elförbrukning på cirka 140 TWh)

ÖKAT FOKUS PÅ SKOGENS ROLL I KLIMATFRÅGAN

Växande skogar bidrar till stora upptag av växthusgaser. Skogsbruket ger även biobränslen som ersätter fossila bränslen och timmerbilar och andra transporter inom skogsbruket kan idag använda diesel på tallolja – ett förnyelsebart alternativ. Pyrolysteknik för att skapa biokol och värme är ett annat exempel.

Även nya system för husbyggande med träråvara har betydelse då skogsråvara substituerar energikrävande material såsom cement och metaller.

Sammantaget betyder detta att klimatomställningen driver på en ökad konkurrens om skogsråvara.

Efterfrågan på upplevelser ökar

MYSET ÖKAR I VÄRDE

När omvärlden kännas alltmer instabil socialt, politiskt och miljömässigt så börjar fler rikta sin uppmärksamhet mot hemmet och familjen.

Att ha det mysigt på semester ökar i värde och är vad de flesta Skandinaver associeras med hög status på sin semester. Vidare kan vi i våra studier se hur kan resor med familjen och resa till sommarstugan ökar i status. Myset blir också viktigare i den yngre generationen och vi kan se hur allt färre unga nu väljer att åka på ”festresor”.

Vad som upplevs som mysigt varierar och som verksamhet och destination blir det därmed viktigt att fundera kring vad som är viktigt hos er och hur man kan utveckla och kommunicera detta.

FLER VILL HA EXOTISKA UPPLEVELSER NÄRA

Våra undersökningar visar att 51% av Skandinaverna anser det vara hög status att uppleva exotiska upplevelser på semestern och 46% anser att det är hög status att besöka platser där andra inte varit.

Vi har ett underliggande behov av att få nya intryck, att få se saker och uppleva saker som inte hör till vår vardag. Det exotiska är spännande, det är nytt och det är något vi vill dela med oss utav.

Fler människor börjar nu söka exotiska upplevelser nära och inser att detta är upplevelser som inte behöver ta plats på andra sidan jorden.

För destinationer och verksamheter blir det därmed viktigt att se vad som finns i ens erbjudande och utbud som resenärer kan uppleva som exotiskt, och hur man kan kommunicera detta till potentiella besökare.

ÖKAT INTRESSE FÖR UNIKA ARKTISKA UPPLEVELSER

Under flera år har intresset för arktiska upplevelser ökat. Främst kryssningsindustrin har sett en stor utveckling där arktiska kryssningsexpeditioner varit populära bland destinationer som Norge, Kanada och Alaska.

”Last chance tourism” och ”extinction tourism” är två typer av turism vilket innebär att turister vill besöka platser innan det upplevs vara för sent så som att besöka den arktiska regionen i takt med att isarna smälter.

ÄVENTYRET LOCKAR

I pandemins fotspår väntas fler och fler resenärer söka sig till platser och destinationer där trängsel och stora folksamlingar kan undvikas. Resenärer och besökare väntas dessutom eftersträva mer autentiska, lokala och äventyrsrika upplevelser.

Data från World Trave & Tourism Council (WTTC) och & Oliver Wyman visar att ’Adventure Travel’ är det segment som historiskt sett återhämtat sig snabbast efter kriser. Data visar dessutom att besökare från de skandinaviska länderna är mer benägna att eftersträva äventyrsrika upplevelser än resenärer från andra regioner.

AUTENTISKA UPPLEVELSER BLIR VIKTIGARE

I en allt mer digital och tillrättalagd värld längtar vi efter det äkta. Fysiska upplevelser som inte kan digitaliseras får ett högre värde, dvs dem som berör våra sinnen. Vi vill uppleva äkta natur och kulturupplevelser.

Runt om i världen söker besökare efter lokala guldkorn utanför de tillrättalagda turistfällorna. De äkta och genuina upplevelserna, där viss friktion är en del, kommer troligtvis ha en stark attraktionskraft framåt. Framväxten av initiativ som ”Airbnb experiences” och ”Meet the local” där besökare kopplas samman med lokala invånare för att få en inblick i deras vardagsliv är ett typiskt exempel på efterfrågan på det äkta och genuina.

FLER OCH MER SKRÄDDARSYDDA UPPLEVELSER

Från att ha besökt samma stränder, städer och gallerior vill den moderna resenären uppleva mer. Vi vill gärna ha något nytt och unikt att berätta om när vi kommer hem från semestern.

Vi förväntar oss också att våra upplevelser och resmål möter våra unika behov och förväntningar vilket gör att vi snarare letar nischade upplevelser anpassade efter

detta än sådana riktade till en bredare allmänhet. Vi vill kunna välja till och välja bort de delar av upplevelsen vi är mer eller mindre intresserade av och på så vi skapa våra egna skräddarsydda upplevelser.

Data blir allt viktigare och används i allt högre grad för att personifiera erbjudanden till konsumenter som blir allt vanare att få det de vill serverade till dem.

SPÄNNANDE MATUPPLEVELSER LOCKAR OCH INSPIRERAR

Måltidsturism är en växande trend sedan flera år tillbaka och fortsätter att växa. Magasinet Readly ser att intresset för kategorin Mat & Dryck ökat med 26 procent jämfört med året innan. Vidare ser vi flera stora satsningar för att lyfta fram Sverige som en matdestination så som Visit Swedens kampanj – The Edible Country.

I kombination med andra trender, såsom hemester, autentiska upplevelser och intresset för natur, ser vi ett ökat intresse för nya spännande matupplevelser.

Turismen är en föregångare i den så kallade upplevelseekonomin som inte visar något tecken på avmattning. Tvärtom ökar människors utgifter för nöjen och kultur kontinuerligt. Utmaningen är att öka samarbetet mellan upplevelseproducenter och matproducenter för att skapa bra helhetsprodukter.

ÖKAD EFTERFRÅGAN PÅ STUGBOENDEN

Under pandemin har efterfrågan på stugor skjutit i höjden. Stugor uppleves som ett tryggt, säkert och mysigt boendealternativ där man kan spendera tid med nära och kära.

Kairos Futures studier visar på en 89% ökning i andelen som valde att bo i en stuga på sin huvudsemester mellan 2019 och 2020. Den största ökningen finns i segmentet ”Egen/lånad stuga” som ökat med 121% medan hyrsegmentet ökade med 64%. Våra undersökningar visar också att fler nu planerar en stugsemester de kommande 3 åren jämfört med 2019 och 20% av Skandinaverna uppger att de kommer bo mer i stugor även efter pandemin jämfört med innan.

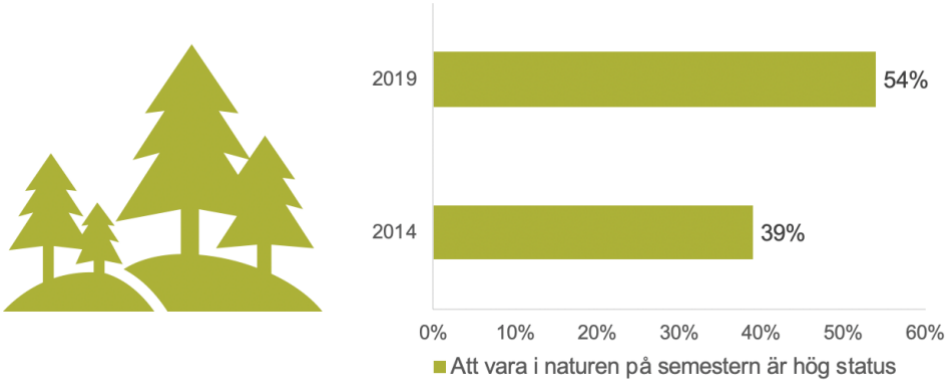
Den ökade efterfrågan på stugor går även att se på bostadsmarknaden där efterfrågan på fritidshus är hög, samtidigt som utbudet är mindre och priserna stigit.

ÖKAD EFTERFRÅGAN PÅ NATUR OCH NATURUPPLEVELSER

Längtan till naturen och det lantliga och enkla, sunda har blivit allt starkare på senare tid – delvis som en motreaktion mot vårt alltmer teknikstinna och ständigt uppkopplade samhälle.

Under pandemin har vi sett att allt fler söker sig ut i naturen och Kairos Futures siffror visar att andelen som uppgav att ens huvudsemester var en naturupplevelse ökade med 46% från 2019. Undersökningen visar också att att vistas naturen ökar värde och blir en allt större statussymbol. Med detta följer ett ökat intresse för naturaktiviteter och vi kan se hur fler planerar att vandra, cykla, och åka skidåkning de kommande tre åren.

Undersökningar har också funnit att drygt 52 procent av svenskarna tycker att friluftsliv är en viktig aspekt när man väljer bostadsort. I en liknande undersökning från 2007 svarade knappt 40 procent att närhet till naturen var viktigt.



Figur 8: Andel som anser att det är status att vara i naturen på semestern. Källa: Kairos Travel Trend Report

FLER NYA/OVANA TURISTER I NATUREN

Intresset för naturen och naturupplevelser ökar och allt fler människor söker sig ut i naturen.

Detta innebär allt fler nya och ovana människor i naturen. Människor med sämre vetskap kring vad som krävs i utrustningsväg och som inte vet hur man ska bete sig. Under 2020 kom det från flera håll rapporter om ökad nedskräpning i natur och friluftsområden. Avsaknad av kunskap och rätt utrustning ökar även riskerna för att ovana turister ska råka ut för olyckor.

HYPEAD RYMDTURISM

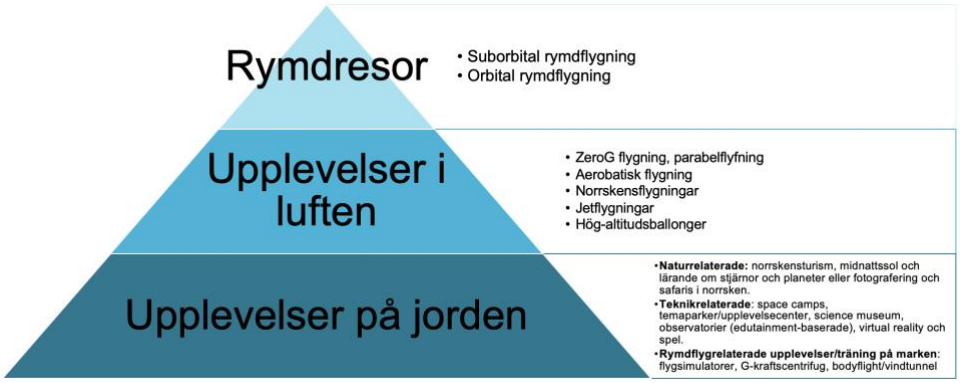
Rymden har fascinerat människor i alla tider. Från de första bemannade rymdfärderna och kapplöpningen på 1960-talet till dagens kommersiella kapplöpning bland aktörer så som Virgin Galactic och Space X.

Ordet rymdturism för ofta tanken till exklusiva äventyr i yttersta premiumsegmentet där resenärer betalar miljontals kronor för att få resa ut i rymden. Denna marknad är idag högst begränsad men förväntas växa. UBS uppskattar att marknaden för rymdresor år 2030 kommer vara värd $3 miljarder.

Rymdturism innefattar dock mycket mer än ”bara” rymdresor och potentialen och utvecklingen av rymdturism hänger på att en bredd av tjänster och upplevelser utvecklas på olika prisnivåer.

Att besöka rymdbaser och bevittna uppskjutningar väcker intresse. Kennedy Space Center i Cape Canaveral har länge varit ett populär turistmål och när Space X skickade upp sin raket Falcon bevittnades detta av över 100 000 människor på plats och miljontals följde sändningen online.

Dark sky turism är en växande global nisch där stadsbor besöker platser med liten artificiell belysning för att få uppleva spektakulära natthimlar.



Figur 9: Rymdturismens olika segment

Hälsa och avkoppling

ÖKAD BEHOV AV ATT KOMMA BORT OCH KOPPLA AV

I ett allt mer uppkopplad och snabbrörligt samhälle ökar våra behov av att komma bort och koppla av. Allt större delar av våra liv blir digitaliserade och människor upplever att de är allt mer beroende av sina smartphones och sociala medier för att få livet att fungera. Unga människor som vuxit upp i den digital världen är vana vid att använda och integrerar digitala verktyg och sociala plattformar i sina vardagliga liv.

Behov av att komma bort och koppla av ökar således och vi kan se hur artiklar om ”digital detox” – att ta en paus från sociala medier för ett mer hälsosamt förhållande till ens telefon – publiceras allt oftare i medier. Naturen nämns ofta som en area för denna typ av detox, en plats där man kan lämna sin telefon och gå ut, koppla ner och vara mer i nuet.

Vi kan också att ökat antal stress-relaterade sjukdomar ökar i samhället, vilket gör att platser och miljöer där man kan finna lugn kommer bli ännu viktigare för återhämtning och hälsa i framtidens samhällen. Studier från Sveriges lantbruksuniversitet visar att spendera tid i skogen minskar mental ohälsa och stress. I Japan har ”skogsbad” länge varit en del av den nationella sjukvården och är ett fenomen som nu spridit sig till allt större delar av västvärlden och Sverige.

FOKUS PÅ DEN EGNA HÄLSAN ÖKAR

Vi ser idag en ökande andel av befolkningen som lider av psykisk ohälsa och stressrelaterade sjukdomar. Ett allt mer uppkopplat liv leder till att vi är mer tillgängliga, både för jobb och privata ärenden, vilket skapar mindre tid för återhämtning. Kairos Futures långtidsstudier visar att antalet som känner ångest har ökat, särskilt hos den yngre generationen.

Ett allt mer hektiskt liv leder till att vi söker vila och återhämtning. Det intresse som vuxit mest hos svenskarna sedan 1970 är just ”vila, göra ingenting”. 1970 uppgav 21% av svenskarna att detta var ett intresse, motsvarande siffra 2017 var 75% visar Kairos Future långtidsstudier.

Detta har skapat en hälsotrend där aktiviteter som spa, detox och hälsofrämjande kosthållning har blivit allt mer populärt.

STRÄVAN EFTER ETT FRIKTIONSFRITT LIV

Som en konsekvens av allt snabbare omvärldsförändringar, med megatrender som urbanisering och digitalisering, upplever vi idag att vi har ett större utbud av aktiviteter och ”måsten” i vår vardag.

Sociala medier innebär för många en press att fylla sitt liv med intressant innehåll. För att klara av livspusslet eftersöker vi ett noll-friktionsliv.

En av Kairos Futures undersökningar i Skandinavien visar att vi värderar tid och energi högre än pengar. Många nya tjänster utnyttjar detta nya behov - att köpa sig till mer tid och energi, såsom Linas matkasse där man får recept och matvaror hem till dörren eller VIP-biljetter för att slippa stå i kö till attraktioner.

Detta skapar utmaningar för marknadsförare som behöver få kunden att lyssna i ett allt högre informationsbrus – undersökningar visar att vi efter smartphonens intåg har lägre koncentrationsförmåga än en guldfisk! Som destination behöver man vara medveten om den nya friktionsfria kundresan i form av inspiration, information, bokning och under upplevelsen.

ÖKAD PSYKISK OHÄLSA BLAND YNGRE

Andelen unga som upplever ångest har tredubblats sedan 2000. År 2000 uppgav 28% av unga att de upplevt ångest de senaste sex månaderna, åren 2019 hade denna siffra ökat till 73%.

Undersökningar bland unga visar att detta delvis beror på en ökad utseendefixering och att man jämför sig med andra. Många unga upplever också att det är högre krav, både från en själv och från omvärlden, samt högre prestationskrav i skolan. Undersökningar visar också att det finns en större rädsla för att misslyckats och för att inge räcka till.

Industriers utveckling och behov

SÖKANDET EFTER SÄLLSYNTA METALLER BREDDAS

Behovet av sällsynta jordartsmetaller (REE) i modern teknik, inte minst för olika tillämpningar inom grön och klimatvänlig energiproduktion och elektromobilitet har ökat kraftigt. Detta har bidragit till allt större globala ansträngningar för att hitta dessa.

Idag står Kina för mer än 90% av världsproduktionen och risken för tillgångbrist driver nu sökande efter sådana metaller i övriga världen.

I dagsläget sker ingen produktion av REE i Sverige men rapporter har visat att det finns flera regioner med tillgångar bland annat i Kiruna. Där försöker LKAB utveckla metoder för utvinning av REE tillsammans med fosfor ur det gruvavfall som återstår efter utvinning av järnmalm.

Det projekt som kommit längst kommersiellt är Norra Kärr (öster om Vättern) som rankas internationellt som ett av de mest intressanta projekten i Europa, såväl ekonomiskt (höga halter av de mest eftertraktade sällsynta jordartsmetallerna) som miljömässigt (mycket låga uran- och toriumhalter). Projektet kritiseras dock för att det hotar en av Sveriges största vattentäkter.

ETT NYTT SOCIAL KONTRAKT FÖR GRUVNÄRINGEN

Att verkligen skapa fördelar för samhällen i närhet av gruvor kommer bli allt viktigare.

Under de senaste åren har en stor utmaning för gruvindustrin varit att få ”operationslicenser” från lokala samhällen. Många föreslagna projekt har avvisats och protester har stört verksamheter.

Ett rekordantal gruvor håller nu på att närma sig slutet av sina liv och otillräckligt med pengar har lagts åt sidan för sanering; nya gruvprojekt ökar sektorns miljömässiga avtryck utan att nödvändigtvis öka den lokala sysselsättningen på grund av automatisering; och med ökad vattenstress och extrema väderhändelser på grund av global uppvärmning kommer det lokala motstånden mot gruvdrift sannolikt att öka om gruvnäringen inte utvecklar nya affärsmodeller som gynnar de drabbade samhällena.

BIODRIVMEDEL – POTENTIAL, MEN IFRÅGASATT

90% av skogsindustrins transporter är fortfarande baserade på fossila bränslen. Genom en omställning av transporter till förnyelsebar energi skulle eventuellt ytterligare miljövinster kunna göras, samtidigt som efterfrågan ökar på produkter från skogen själv exempelvis i form av biodiesel, etanol eller vätgas.

Omställning till biodrivmedel är dock i sig en komplex fråga då dess miljö och sociala påverkan är beroende av hur utvecklingen av såväl inhemsk som omvärldens bränsleförsörjning ser ut. Fler fordon på biodrivmedel tar mer råvara i anspråk, samtidigt som framtida potential för biobränslen i Sverige är beroende av många osäkra faktorer.

Detta är förmodligen huvudanledningen till varför bedömningar från Energimyndigheten, WWF och Skogsstyrelsen, spretar mellan 24,1 – 53,4 TWh.

SKOGSPOLITIKEN ALLTMER KOMPLEX – MED FLER BEROENDEN

En motsättning som finns för skogens användning är mellan rationellt skogsbruk som del av en omställning mot en förnybar och klimatsmart omställning och värnandet om biologisk mångfald. Bilden håller dock på att kompliceras ytterligare när fler röster höjs i frågor om markanvändning och skogsbruk.

Minoritetsrättigheter aktualiserades i uppmärksammade fall mellan markägare och samisk renskötsel, och allteftersom friluftsturismen blir viktigare i delar av landet och har kraven ökat på både framkomliga och orörda skogsmiljöer samt tillträde till dem.

Allt detta skapar nya friktionsytor där skogen och dess användning står i centrum.

ELBILAR TAR ÖVER I BILTESTNINGSINDUSTRIN

Varje år kommer tillverkare av bilar, system, komponenter/däck från hela världen till Swedish Lappland för att testa sina produkter i de kalla förhållandena. Årligen testas tusentals bilar och antalet gästnätter kopplat till denna näring överstiger ett vanligt år 100 000. Det uppskattas att branschen normalt omsätter cirka 1 miljard kronor och att en tredjedel av världens biltestningsverksamhet ligger i Norrbotten.

Branschen har haft en årlig tillväxt på 7% sedan 90 talet och en studie från Luleå Tekniska Högskola visade att mellan åren 2007 och 2016 så ökade antalet personer anställda i näringen med 72% och företagens försäljning gick upp från 200 miljoner till 450 miljoner kronor.

Den växande medelklassen i länder så som Indien, Ryssland och Kina, befolkningstillväxten i utvecklingsländer och klimatförändringar gör att tillverkare måste anpassa sina produkter till allt mer utmanande och snabbföränderinga förhållanden.

De kalla förhållandena lämpar sig väl för att se hur produkterna möter de allt större krav på energieffektivitet och miljöpåverkan.

Vi ser hur skiftet från traditionella fordon med förbränningsmotorer mot allt mer självkörande, eldrivna bilar kommer att kräva konstanta tester i mer extrema förhållanden. Konkurrensen är dock hög och kommer framförallt från Norra Finland, men också från mer avlägsna platser i Kina, Japan, USA och Nya Zealand.

ALLT FLER BYGGER DATACENTER I SVERIGE

Antalet datacenter i Sverige har ökat kraftigt de senaste åren. Tillgången till grön energi och kalla temperaturer som är bra för kylningen av servrarna har gett ytterligare skjuts till utvecklingen.

År 2016 fanns det fem mega-datacenter i Sverige enligt en rapport från BCG. Sedan dess har Amazon Web Services byggt och öppnat tre nya datahallar samtidigt som Facebook bygger ut sin datahall i Luleå. Dessutom står it-giganterna Microsoft och Google i startgroparna för att bygga nya datacenter i Sverige. Microsoft har köpt upp sig på 130 hektar mark i Gävle och Sandviken medan Google har köpt mark i Dalarna. Nyligen har också den tyska mjukvarujätten SAP skrivit avtal med Trollhättan som ger dem rätt att uppföra datacenter på en yta av 60 000 kvadratmeter.

Globalt fanns det i mitten av 2020 541 hyperscale datacenters, mer än dubbel så många jämfört med mitten av 2015, och att det redan nu finns planer på att uppföra ytterligare 176.

Enligt en studie av Nordiska Ministerrådet kan det komma att investeras mer än fyra miljarder euro, cirka 44 miljarder kronor, per år i Norden på att bygga datacenter fram tills 2025. Det handlar främst om hyperskalbara datacenter och molninfrastruktur.

God tillgång på förnybar energi, tillförlitlig strömförsörjning, låga energipriser, politisk stabilitet och snabbare marknadsintroduktion främst tack vare ett bra affärsklimat lyfts fram som faktorer som kan bidra till att Norden troligen kommer få marknadsandelar.

Biosfären

BIOLOGISKT MÅNGFALD HOTAS

En värld full av livligt liv, både på land och till havs, är inte självklar. Världen har tidigare sett fem stora massutrotningar under vilka mellan 85-95 procent av de levande arterna utrotades vilka har berott på antingen långsamma klimatförändring eller katastrofal asteroidpåverkan. Dessa utrotningar har varit katastrofala - en förlust på 75 procent av arterna under 2,8 miljoner år anses vara en massutrotning.

För närvarande försvinner arter 10–10 000 gånger snabbare än under tidigare utrotningar. Detta beror på förluster av livsmiljöer, föroreningar, klimatförändringar eller ohållbar jakt eller fiske. Alla dessa faktorer orsakas av mänsklig aktivitet. Världen förvandlas snabbt till en ”Antropocen” där mänsklig aktivitet styr livet för alla arter.

TRÄDGRÄNSER FLYTTAS UPPÅT

Bergstrakter världen över är mycket känsliga för ett varmare klimat. Ett synligt tecken på klimatpåverkan är att trädgränsen förflyttas uppåt. Det varmare klimatet under 1900- och 2000-talet har för växterna inneburit att de har kunnat öka sin tillväxt och sedan mitten av 1900-talet har trädgränsen i de svenska fjällen höjts med 200 meter.

Forskning visar att klimatuppvärmningen som förväntas de närmaste 80 åren kan ge stora störningar i bergens ekosystem och om 80 år förväntas en viss höjd ha samma temperaturförhållanden som idag råder 300 meter längre ner.

De temperaturförändringar som förväntas ske under de kommande 80 åren har potential att orsaka stora förändringar i de funktionella egenskaper vi idag finner hos jordens bergsekosystem. Detta kan leda till en ökad obalans i ekosystemen både i och ovan mark. Det innebär t.ex. att ekosystemens växtkraft, motståndskraft mot störningar och förmåga att återhämta sig kan bli mer föränderliga och svårare att förutsäga.

HÖGRE TEMPERATURER OCH ÖKAD NEDERBÖRD I NORRBOTTEN

Hur klimatet i Norrbottens län utvecklas beror på hur användningen av fossila bränslen blir i framtiden, dvs. hur mycket mängden växthusgaser ökar i atmosfären.

Till slutet av seklet uppskattar rapporten ”Framtidsklimat i Norrbottens län” att årsmedeltemperaturen i Norrbotten kan komma att öka med mellan 2 och 5 grader vilket kommer att bidra till en ökad vegetationsperiod. Antalet varma dagar och värmeböljor tros också öka. I det framtida klimatet visar scenarion att nederbörden kan komma att öka mellan 20-40% och att större regnmängder är att vänta, framförallt i fjällkedjan.

ÖKAD SKADERISK I FRAMTIDENS SKOGAR

Givet klimatförändringar med varmare klimat förändras det svenska skogsbruket på så vis att vegetationsperioden kan bli längre men också att risken för stormfällning, brand och skadeinsekter ökar.

Detta påverkar potentiellt ståndorter på så vis att vilka träslag som lämpar sig kan förändras. Exempelvis blir tall lämpligare på marker som drabbas av låga grundvattennivåer och incitament för ett ökat blandskogsbruk finns genom att det ökar resistensen mot enskilda skadedjur.

ÖKAD RISK FÖR PANDEMIER

Risken för pandemier ökar och fler än fem nya sjukdomar drabbar människor varje år. Klimatförändringar, ökad globalisering, internationellt resande och urbanisering samt minskat biologisk mångfald lyfts ofta fram som faktorer som kan bidra till att risken för pandemier kommer att öka i framtiden.

Uppluckring av arbete

FLER DIGITALA NOMADER OCH UPPLUCKRADE ORGANISATIONER

COVID-19-pandemin har accelererat antalet personer som arbetar på distans. Eftersom fler människor än någonsin har kontakt med kollegor och affärspartners via online-kanaler istället för fysiska möten har många individer såväl som företag upptäckt att distansarbete fungerar betydligt bättre än vad de hade kunnat föreställa sig.

Det verkar därmed inte osannolikt att världen kommer att se många hur affärsresor ersättas av Zoom eller Teams-möten också när pandemin är över. Detta kommer troligtvis bidra till både mindre affärsresor, men även större möjligheter att vara bosatt på en annan plats än den du arbetar på.

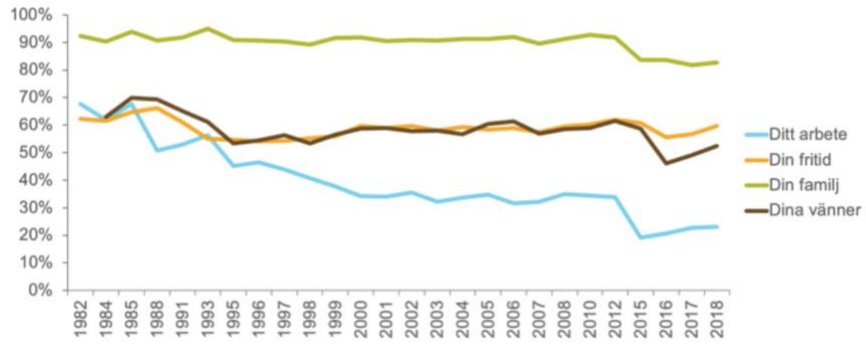
Stanford University-ekonom Nicholas Bloom, en expert på distansarbete, uppskattar att 50-60% av befolkningen i Europa och Nordamerika kan fortsätta arbeta på distans även efter pandemin. Vissa organisationer, inklusive Automattic (företaget bakom WordPress), använder redan en fullt distribuerad arbetskraft utan kontor, fysiska möten eller synkroniserad arbetstid.

JOBB OCH FRITID FLYTER IHOP

I Kairos Futures långtidsstudier kan vi se att arbetet som meningsskapare sjunker. Vi rör oss bort från industrisamhället och in i en värld där arbete och fritid alltmer tenderat att flyta ihop.

Människor som jobbar med sin passion eller sin hobby har blivit fler, och det går utmärkt att jobba på semestern eller hemifrån sängen, där många rent av upplever sig mer produktiva än på jobbet.

I en platsobunden värld blir det återigen otydligt vad som menas med att vara ”på jobbet” – och givet detta blir även fritiden svårare att definiera. Vi ser fler som tar möjligheten att förlänga sin vistelse genom att kunna arbeta på distans – en ny typ av bleisure.



Figur 10: Arbete mindre viktigt som meningsskapare. Frågeställning: Vad är viktigast när det gäller att Ditt liv mening? Andel 6-7 där 1 = Minst viktigt, 7 = mest viktigt. Källa: Kairos Futures långtidsstudier

FRIKOPPLING AV ARBETE OCH IDENTITET

I många delar av världen, inte minst i den protestantiska världen, har arbete traditionellt varit en nyckelidentitet och ofta har människor som bott i mindre samhällen bott nära sina arbetskamrater. Arbetet har varit en integrerad del av livet, men detta håller på att förändras. Människor lever mindre för att arbeta och arbetar mer för att leva. Urbaniseringen och övergången till ”white collar” har lett till att arbetet har förlorat sin centrala plats som meningskapare i livet.

Explosionen av sociala medier har påskyndat denna frikoppling mellan arbete och identitet ytterligare. Dessutom utgör sociala medier grunden för en "frikoppling" från det fysiska samhället/gemenskapen och strävan efter kamratskap med likasinnade online.

Kultur

KULTURKONSUMTION PÅ FRITIDEN FORTSATT STARK

Enligt SCB:s mätning av svenskars fritidsintressen visar det sig att 65% av svenskarna har besökt en teater, konsert, museum eller liknande under 2018. Av dessa är det 18,7% som utför dessa kulturaktiviteter minst en gång i månaden. I Sverige är intresset för historiska och kulturella platser högre än genomsnittet i Europa.

Vi ser att kulturintresset har varit på jämna nivåer sedan 1989, men det går att urskilja vissa tendenser till ökningar kring vissa aktiviteter såsom museum. Museum är fortsatt starka besöksmål enligt Sveriges museer där trenden över tid är ett ökat antal museibesök.

Samhällsutveckling

FRÅN ÄGA TILL DELA: DELNINGSEKONOMIN ÖKAR

Vi kan se ett skifte bland konsumenternas syn på ägande. Detta skifte har lett till att delningsekonomin har vuxit fram och fått fäste. Delningsekonomin innebär att vi hyr, delar eller lånar saker istället för att själv äga dem

Delningsekonomin underblåses också av vår jakt efter friktionsfria liv, liv där vi slipper leta efter parkering, oroa oss för att få cykeln stulen eller hitta förvaring för en massa kläder vi sällan använder.

Att få nyttan utan att behöva ägna sig åt de bekymmer som kommer med att äga en bil är grundtanken hos många av de biltjänstlösningar som vuxit fram de senaste åren såsom Sunfleet, Car2Go, Aimo och DriveNow. Dessa och liknande tjänster brukar ofta benämnas som MaaS – Mobility as a Service.

NATIONENS ÅTERKOMST

Som en reaktion på utbrottet av COVID-19-pandemin har politiska ledare runt om i världen satt sina egna nationer först. Nationella gränser stängdes tidigt (trots att WHO ursprungligen insisterade på att gränser borde förbli öppna), även mellan medlemmar i Europeiska unionen, vilket mer eller mindre pausade Schengenavtalet.

När världen letade efter medicinsk och skyddsutrustning för att möta den spridande sjukdomen, tog sig detta också i uttryck av länder som kämpar om resurser, budar över varandra eller till och med konfiskerar utrustning som ägs av andra länder som har transporterats genom deras territorier.

På detta vis provocerade coronaviruset ledare att visa att den enda politiska enhet som verkligen betyder är: nationalstaten. I detta klimat blir det tuffare för internationella organisation och samarbeten att vinna gehör när allt mer fokus riktas mot det egna landet och dess behov.

Trenden är inte helt ny, den har pågått sedan minst 2008 och drivits under de nya globala ledarna som Trump, Xi, Erdogan, Putin, Modi och andra. Men Covid-krisen har påskyndat skiftet avsevärt.

GIRJASDOMEN SÄTTER FOKUS PÅ SAMERNAS RÄTTIGHETER

Efter flera års tvister i de olika domstolsinstanserna vann slutligen Girjas Sameby målet mot svenska staten i Högsta domstolen. Målet berörde upplåtelserätten till fiske och småviltsjakt inom samebyns område. Förutom att var en stor vinst i det enskilda fallet menar man att domen kan komma att ha en prejudicerande roll för framtida konflikter mellan Samebyarna och andra konflikterande markintressen.

Målet har också fungerat som en katalysator för en debatt om samernas och samebyarnas rättsliga ställning där bland annat sametinget krävt en modern och uppdaterad rennäringslagstiftning. I juli 2020 meddelade Regeringen att rennäringslagen ska utredas för att kunna anpassas dagens samhällsstruktur och till Högsta domstolens dom i Girjasmålet.

FORTSATT INFLYTTNING MOT STÖRRE STÄDER, OCH AVFOLKNING AV GLESBYGD

Allt större del av jordens befolkning bo i eller kring större städer, så även i Sverige och inget talar idag för att utvecklingen är på väg att vända.

Storstäderna har de senaste åren ett negativt inrikes flyttnetto och växer endast på grund av högt födelsenetto och invandring. De kommuner som växer på grund av inrikes flyttnetto är i själva verket i första hand kranskommuner till storstäder samt universitets- och högskoleorter. Klart är att storstäder och regionala centra, som har förmåga att attrahera såväl människor som verksamheter, fortsätter att sätta den huvudsakliga dynamiken för Sveriges tillväxt.

I glesbygd går utvecklingen på flera platser åt motsatt håll. 2020 tappade 76 kommuner invånare, jämfört med 63 året innan.

TUFFARE OFFENTLIG EKONOMI

Välfärdsstaten ser ut att ställas på stora prov i framtiden. Relativt sett ökar både de äldre (80+) och de yngre sett som andel av den samlade i befolkningen i Sverige under kommande decennium. Dessa demografiska utmaningar blir en särskilt svår situation i många glesbygdskommuner när urbaniseringen för med sig att de unga vuxna och yrkesverksamma fortsätter att flytta till städer i större utsträckning. Detta pekar på en utveckling med accelererande skillnader i livsvillkor beroende på vart man bor i landet.

Till detta kommer en situation där samhällsbärande institutioner upplever stor press på att återuppfinna sig själva i en ny tid, präglad av tekniska möjligheter och förändrade förväntningar. Detta kommer kräva stora omställningar i tankesätt, men inte minst investeringar i ny teknik, nya kompetenser och organisering i nya arbetssätt. Med tanke på att så många delar av välfärden behöver göra detta samtidigt uppstår en stor och ökande utmaning i hur det offentligas resurser ska fördelas och användas.

ÖKANDE INVESTERINGS- OCH UNDERHÅLLSBEHOV I FLERA DELAR AV SVERIGES INFRASTRUKTUR

Det finns stora behov av investeringar i grundläggande infrastruktur det kommande decenniet. Såväl nyinvesteringar som reinvesteringar pga. tidigare bristande löpande underhåll.

Vad gäller skattbaserade investeringar så uppgår Regeringens nationella plan för väg- och järnvägsnätet till 700 miljarder kronor fram till 2030. Samtidigt ser behovet i de taxebaserade sektorerna öka med mellan 50 och 100 procent under överskådlig tid. Investeringsbehovet i VA-sektorn beräknas till drygt 330 miljarder kronor de kommande 20 åren, en ökning med 90 miljarder jämfört med investeringstakten de senaste decennierna. Utöver det är behovet stort av ökad investeringstakt i elnäten, både nationella stamnätet och de lokala distributionsnäten med en närmast årlig fördubbling att vänta.

Parallellt med de här behoven skall även annat byggande ske och finansieras. Det ser alltså ut som det kommer vara goda tider för samhällsbyggare framöver. Samtidigt finns frågetecken kring finansieringen av alla behov eftersom samhällets finanser kommer samtidigt vara ansträngda av ökat konsumtionsbehov.

Allt detta leder till ökad konkurrens om investeringsmedel inom den offentliga sektorn.

ÖKAT EFTERFRÅGAN PÅ LAST MILE TRANSPORT OCH LEVERANS

En stor utmaning många destinationer står inför är att lösa ”last-mile” problematiken d.v.s. avsaknaden av länkar på den sista sträckan av resan, ex. från naven / den regionala järnvägsstationen / flygplatsen till den slutliga destinationen.

Med en ökad försäljning genom e-handel och omnikanal har ’last mile’ leveranser blivit ett hett område för innovation. Majoriteten av europeiska konsumenter vill ha hemleverans och möjligheten att kontrollera när leveransen kommer.

Konsumenternas låga acceptans av höga leveranskostnader gör att allt fler fokuserar på nya tekniska lösningar, eller att använda gig-ekonomiska lösningar för att leverera varor från logistikcentra till den kundens föredragna hämtningsplats

Autonoma fordon har introducerats på mindre skala inom leveranser, och kan komma i större utsträckning de närmaste åren. Mot 2030 kan autonoma fordon, självkörande bilar och drönare även komma att hjälpa besökare att förflytta sig till sin slutdestination. Vi kan se hur drönartaxis redan testats i Sydkorea, Dubai och Wien. I många städer har cyklar och elscooters (VOI, Lime mf.) som hyrs via appa blivit vanligt och bilpooler och car sharing (DriveNow, Aimo m.f.) blir allt populärare.

VÅRT SHOPPINGBETEENDE FÖRÄNDRAS

Smartphones intåg i våra vardagsliv har medfört en större tillgång till information, jämförelsesajter och fler konkurrenter till fysiska butiker i form av e-handelsföretag.

E-handeln med varor utgjorde nio procent av den totala försäljningen i detaljhandeln enligt Svensk Handels undersökning från 2018. Den har, i löpande priser, växt med närmare 20 procent om året mellan 2004 och 2017 (detaljhandeln som helhet har växt med i genomsnitt fyra procent årligen under samma period).

När näthandeln förflyttas till plattformar online, omdefinieras framtidens fysiska butiker. Troligtvis kommer dessa att sälja mer tjänster och upplevelser i framtiden.

E-HANDELN ACCELERERAR

Näthandeln utnyttjar de faktum att med internet så kan ”alla” numera nå en stor kundbas och sedan skicka varorna, oavsett hur avstånd. Allt fler handlar numera sina varor på nätet och under pandemin kan vi se hur e-handeln accelererat ytterligare. Vi kan se tydliga ökningar i kategorier som dagligvaror och hälsa och att allt fler äldre i större utsträckning börjat utforska e-handelsmöjligheterna.

ÖKAD MÅLGRUPPSHETEROGENITET NÄR LIVSSTILAR OCH ”TRIBES” ÄR KUNDSEGMENTEN I FOKUS

I ett alltmer heterogent samhälle skapar människor sina identiteter friare än tidigare, och traditionell demografisk marknadssegmentering blir allt svagare.

Varierade livsstilar och sammansättningar i samhället gör oss mer oförutsägbara och föränderliga som konsumenter. I det postdemografiska samhället blir det viktigare att ha koll på vem man riktar sig till, i ett ständigt föränderligt landskap av olika konsument-tribes, subkulturer, och livsstilar.

Sociala medier har möjliggjort att personer med mer nischade hobbies kan mötas, och har även bidragit att dessa nischsegment spritts till fler.

Vi ser destinationer som riktar in sig på grupper med specialintressen, såsom Mallorca som har specialiserat sig på cyklister inom segmentet racingcyklar för att förlänga säsongen. Genom speciella paket, mekar-verkstad i källaren på hotellen, transportlösningar, anpassade rutter riktar de sig t.ex. till Vätternrundans cyklister.

Digitala plattformar gör det enklare att nå fram till dessa grupperingar i ett ökande brus av budskap. Konsumenterna lyssnar mer sannolikt på budskap som är anpassade till just deras behov.

OSÄKERHETER

Osäkerheter är som bekant från metodavsnittet utvecklingar där riktningen och utfallet är osäkert eller mer svårbedömt. Nedan följer korta beskrivningar av de osäkerheter som har identifierats och bedömts som osäkra. Osäkerheterna – och då särskilt de strategiska osäkerheterna (mer om dem senare) – utgör skillnaderna mellan scenarierna. Trenderna, de säkra utvecklingarna, sker på likartat sätt i alla scenarier, med osäkerheterna utvecklas olika. Vi behöver identifiera och förstå de olika osäkerheterna för att kunna beskriva olika, möjliga framtider.

Snö(o)säkert i Europa?



Stigande temperaturer bidrar till att snötillgången i Europa minskar. I Alperna har ”snölinjen” stigit och studier visar på att den alpina snösäsongen blivit allt kortare sedan 1970-talet. Frågan är hur utvecklingen och snötillgången på sydligare vinter- och skiddestinationer kommer att se ut de kommande 10 åren

Utveckling av elflyg



Utvecklingen av elflyg går fort framåt och kan komma att bli ett av framtidens hållbara transportmedel. Primärt talas det om att elflyg kan användas för kortare inrikesflygningar, till och från mindre regionala flygplatser. Frågan är hur långt utvecklingen kommit mot 2030 – är det utvecklat eller inte?

Internationellt resande mot 2030



Under pandemin har det internationella resandet minskat lavinartat. Det nationella resandet och semestrandet har då fått ett uppsving. Frågan är då hur detta kommer fortlöpa framöver och om vi kommer resa internationellt i samma utsträckning som

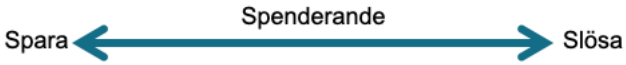
tidigare. Samtidigt ser vi att hållbarhet blir viktigare och medvetenheten kring flygets påverkan på miljön ökar.

Offentliga medel till besöksnäringen



Hur prioriteras de offentliga medlen är en stor fråga mot 2030. Både nationella medel och EU-pengar. Hur mycket kommer att gå till besöksnäringen när vi har en åldrande befolkning och en sjukvård, skola och infrastruktur som skriker efter medel?

Spara eller slösa?



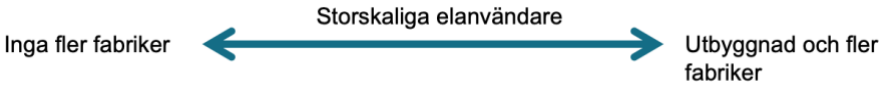
Under pandemin har vi varit mer begränsade gällande vad vi kunnat spendera pengar på. De många rådande osäkerheterna har gjort att många valt att spara pengar. Kommer resenärerna även vilja hålla i plånboken efter pandemin eller kommer vi spendera oss ur krisen?

Fortsatt avfolkning på landsbygden?



Kommer avfolkningen av landsbygden fortsätta med färre som stannar kvar och färre som etablerar sig. Eller kommer pandemin och de ökade möjligheterna till distansarbeta göra att fler söker sig från städerna ut på landsbyggden?

Fler storskaliga elanvändare?



I Skellefteå bygger batteritillverkaren Northvolt just nu en stor fabrik. Sedan tidigare har Facebook byggt en serverhall i Luleå. Tillgången till grön energi och kalla temperaturer gör att Norra Sverige är lämplig för denna typ av investeringar. Frågan mot 2030 är om fler storskaliga aktörer och elanvändare kommer att etablera sig i regionen, och hur det kommer att påverka elförsörjningen.

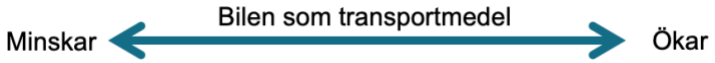
Flygskam



En ökad medvetenhet kring flygets miljöpåverkan gör att för vissa upplevs det ”skämmigt” att flyga och att det skapas ett externt socialt tryck som gör att man väljer från att avstå får att flyga. Kommer flygskammen att växa och göra att fler

väljer bort flyget till förmån för andra transportalternativ eller kommer rörelsen tyna bort och flygresorna öka?

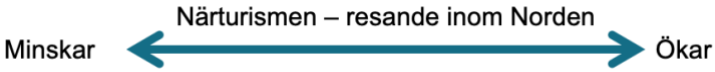
Bilen som transportmedel



Under pandemin har bilen ökat som transportmedel på semestern vilket kan förklaras av att fler har stannat hemma och bilen har upplevts som ett trygg och säkert transportmedel. Resmål som är lättare att nå med bil har gynnats i större grad av detta, medan mer avlägsna resmål haft det tufft.

Men kommer så vara fallet även framöver? Kommer resenärerna fortsätta resa med bil när flyg och tåg återigen är tillgängligt? Eller kommer den flexibilitet som bilen ger trumfa bekvämligheten och snabbheten hos andra transportmedel? Kommer bilen upplevas som hållbar eller inte? Utvecklingen inom el och självkörande bilar gör att vi kan komma behöva ompröva vår bild av bilen som ett ohållbart transportmedel.

Ökat eller minskat intraskandinaviskt resande?



Stängda gränser har begränsat resande till våra grannländer under pandemin. Fler har upptäckt vad sitt eget land har att erbjuda. När pandemin är över blir frågan om/eller hur snabbt det intra-skandinaviska resandet kommer att återhämtas. Kommer norska, danska och finska resenärer vilja resa över gränsen i sökande efter upplevelser eller kommer man hellre vilja stanna hemma och gynna besöksnäringen i det egna landet? Våra undersökningar visar att på kort sikt så kan vi se en ökning i andelen som planerar att resa i sitt eget land, men inte över gränserna.

Weekend-resor



I våra undersökningar uppger skandinaverna att man i framtiden vill spendera mer pengar på korta weekend resor. Samtidigt ser vi trender som pekar på att man vill göra mer medvetna, hållbara val, och spendera mer på hållbara resor. Frågor kring hållbarhet och resandets påverkan på miljö gör samtidigt att många uppger att man kommer resa mindre i framtiden och våra undersökningar visar att allt färre gör många semesterresor. Vi ser också tendenser till att när man väljer att resa, så kommer man att stanna bort längre.

Pandemin har dessutom begränsat våra möjligheter att resa och på kort sikt är det oklart när vi kommer att kunna resa som tidigare. När kommer restriktionerna släppa, när kommer gränser att öppnas upp, och när kommer vi kunna röra oss fritt

igen? Frågan kring när möjliggörare som flyget kommer att återhämta sig är i dagsläget också väldigt osäker.

Sverigebilden



Sveriges Corona-strategi har varit uppmärksammad internationellt och många artiklar har publicerats i olika internationella medier där den både hyllats och fördömts. Frågan är hur bilden av Sverige kommer att påverkas av detta på sikt? Och kommer det få några konsekvenser gällande önskan att besöka och resa till Sverige?

Nationalism



Stängda gränser under pandemin och ett ökat fokus på det egna landet har gjort att vi se nationalistiska tendenser på fler håll samtidigt nationalistiska ledare och strömningar späder på denna utveckling. När världen öppnas upp efter pandmin kommer dessa då avstanna och istället ersättas av en mer kollektiv känsla av att vi tillslut tog oss igenom detta tillsammans vilket kommer göra att vi vill ut i världen igen och se nya människor och lära oss om andra kulturer. Eller kommer vi i större utsträckning gynna våra egna länder och resa mer nationellt?

STRATEGISKA OSÄKERHETER

Av alla osäkerheter söker vi två av särskild vikt som kan bilda ramverket för scenarierna. Dessa osäkerheter kallar vi *strategiska osäkerheter*. De ska vara mycket viktiga för frågeställningen, de ska vara oberoende av varandra och de ska vara genuint omvärldsbaserade, på så sätt att vi ska inte kunna styra åt vilket håll de utvecklas.

För Swedish Laplands framtid till 2030 har vi identifierat de två strategiska osäkerheterna *Industriutveckling i Swedish Lapland* respektive *Turistutveckling i Swedish Lapland*. De beskrivs i det följande.

INDUSTRIUTVECKLING I SWEDISH LAPLAND

Hur ser industriutvecklingen ut i Swedish Lapland?

Har utvecklingen gått snabbt framåt, med utveckling av befintlig och etablering av ny industri? Kommer behoven av mark och energi att öka eller kommer industrins behov vara måttliga? Vi ser nu hur befintlig industri gör satsningar och hur nya aktörer etablerar sig men frågan är om denna utveckling kommer leva vidare de kommande 10 åren, eller kommer dessa satsningar minnas som ett nytt Stålverk 80?



Kraftig utveckling:
Befintliga industrier (Skogsindustrin, LKAB, SSAB, Vattenfall, etc) investerar och satsar på grön omställning. Nya industrier som Northvolt och H2GS etableras.

Begränsad utveckling:
Färre nyetableringar av företag, befintlig industri dominerar, med begränsade behov av ny mark. En del nysatsningar som H2GS och Hybrit har ännu inte tagit fart.

TURISTUTVECKLING I SWEDISH LAPLAND

I vilken riktning kommer utvecklingen av turismen i Swedish Lapland gå? Kommer mängden turister att öka kraftig? Och kommer vi se satsningar för att möta dessa många nya turister? Eller kommer turismen fortsätta vara mer inriktad på unicitetsturism till färre besökare, där naturen, det spektakulära och det unika står i fokus?

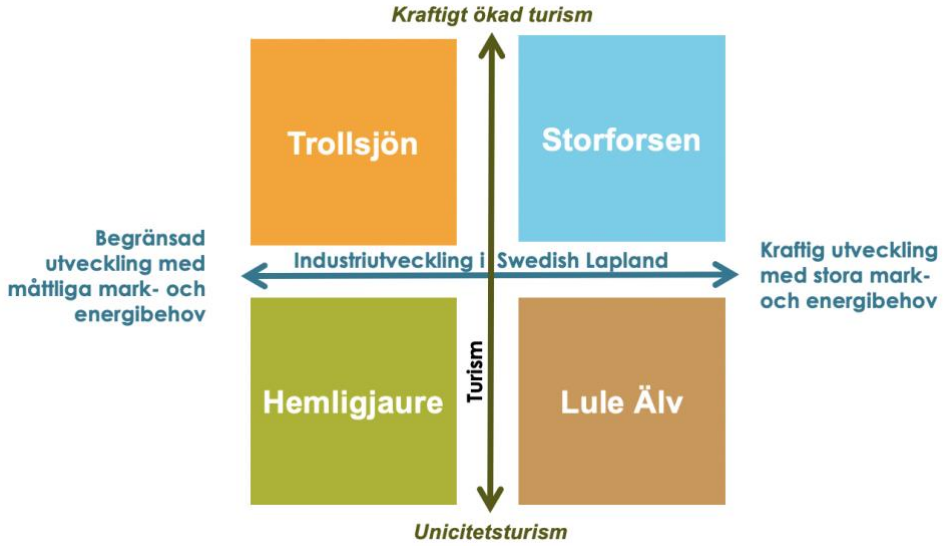


Kraftigt ökad turism:
Kraftigt ökad turism där besöksnäringen är i större grad bestående av stora aktörer. Nyetablerade anläggningar och aktörer som vill erbjuda mer tillrättalagda, paketerade upplevelser till en stor massa.

Unicitetsturism:
Mer specialiserat där fokus ligger på det unika, autentiska och det spektakulära. Många mindre aktörer som samarbetar och där vissa större företag fungerar som nav och mötespunkter mellan olika destinationer

SCENARIER

Baserat på de två strategiska osäkerheterna har vi utvecklat fyra scenarier, se figuren nedan. Värt att minnas är att scenarier är möjliga men inte säkra bilder av framtiden. I kontrast mot en vision (vilket inte behandlas i den här rapporten) tar ett scenario inte hänsyn till hur vi *vill* att framtiden skulle kunna te sig. Scenarier kan därmed beskriva såväl positiva som negativa utvecklingar.



Storforsen – är ett scenario som karaktäriseras av en kraftigt ökad turism i Swedish Lappland och en kraftig industriutveckling där industrierna har stora mark- och energibehov.

Lule Älv – är ett scenario där turismen i Swedish Lapland karaktäriseras av unicitetsturism och där en kraftig industriutveckling gjort att industrierna har stora mark- och energibehov.

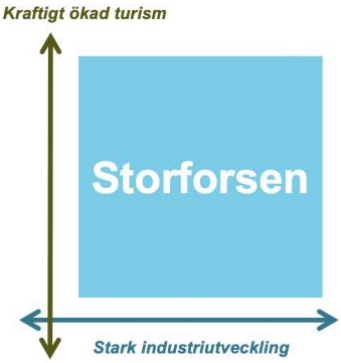
Hemligjaure – är ett scenario där turismen i Swedish Lapland karaktäriseras av unicitetsturism och där industriutvecklingen varit begränsad vilket bidragit till att de har måttliga mark- och energibehov.

Trollsjön – är ett scenario som karaktäriseras av en kraftigt ökad turism i Swedish Lapland och en begränsad industriutveckling där industrierna har måttliga mark- och energibehov.

Varje scenario beskriver en särskild utveckling av Swedish Lapland fram till 2030. De kommer att ha vissa gemensamma drag, baserat på de trender som driver utvecklingen, och andra tydliga skillnader, givet hur de olika osäkerheterna utvecklas. Scenarierna beskrivs i det följande – välkomna till 2030!

FYRA SCENARIER MOT 2030

STORFORSEN



Året är 2030 och det råder högkonjunktur i Sverige. Det senaste decenniet har präglats av en stark framåtanda där näringslivet, industrin och besöksnäringen krokat arm för att stärka Sverige position internationellt. Pandemin som rådde för knappt 10 år sedan ser man nu tillbaka på som en period av prövningar, ur vilken Sverige reste sig starkare. Etableringarna av H2GS, Hybrit och Northvolt som påbörjades i Swedish Lapland i början av 2020-talet föll ut väl och har fortsatt växa och expandera ytterligare. Fyndigheter av sällsynta jordartsmetaller har lockat nya aktörer till regionen. Facebook har byggt ut sin serverhall i Luleå och tillgången till grön energi och kalla temperaturer som är bra för kylningen har gjort att fler stora techbolag har datacenter i Swedish Lapland.

Samtidigt har turismen ökat kraftigt. Swedish Laplands unika plats, natur, upplevelser och vida vidder var precis vad många önskade sig efter pandemin och turisterna flockades snabbt igen. Sedan dess har turismen bara fortsatt att växa och växa och ses idag som en basnäring. I ett uppmärksammat reportage om framtiden i Swedish Lapland i Dagens Nyheter (DN 2029-12-01) citeras en lokalinvånare med att säga:

> *”Vi ser positivt på framtiden. Vi kommer att vara ledande i Green AI user experience. Vi är i balans, vi tar hand om naturen, vi har en innovativ industri. Mitt hem är attraktivt och jag är stolt att bo och verka här. Det kommer vi att fortsätta förvalta in i framtiden och våra barn kommer att föra det vidare.”*

Möjligheter för hela familjen bidrar till inflyttning.

I Swedish Lapland är inflyttningen positiv. De stora dragarna är centralorter så som Luleå och Skellefteå, men även mindre orter och mikrodestinationer som Abisko eller Hemavan lockar befolkning då att distansarbeta omkring hälften av arbetstiden numera är regel snarare än undantag.

Besöksnäringens framträdande position gör att det finns mycket instegsjobb för unga och nyanlända. Det erbjuds jobb för alla i familjen vilket underlättar inflyttningen. Många unga väljer att stanna kvar då universiteten har vuxit genom deras samarbeten med industrin, men också med besöksnäringen. I program och kursutbuden finns mycket som är inriktat mot turism och det skämtas på campus om att LTU blivit LTTU: Luleå Tekniska & Turistiska Universitet.

Det råder stor efterfrågan på kompetens, både från det ”nya näringslivet” och från turism och destinationsföretagen. Stigande löner inom både industrin och turismen lockar kompetens från andra sektorer, och då turismen ökat under hela året är man inte lika beroende av säsongsarbetare som man tidigare varit. Även om vissa anställda vid de stora industriföretagen är fly-in, fly-out, så väljer de flesta att bosätta sig i Swedish Lapland – antingen i direkt anslutning till större arbetsplatser eller på bekvämt avstånd och närmre naturen.

Tack vare den stora inflyttningen och relativt goda löner, går de kommunala ekonomierna generellt sett bra och det investeras mer i skola, sjukvård och kultur. Det finns en stark politiska vilja att få folk att bo kvar, och man har lärt sig att en attraktiv plats dit folk vill resa, där vill folk också bo.

Det har varit generöst med etableringsstöd. Intressanta korsbefruktningar har uppstått mellan konst, industri och besöksnäring, och det görs stora satsningar på utbildning, kultur och rekreation

Stora drakar OCH små specialister

Besöksnäringen har vuxit starkt och inrymmer nu många aktörer av varierande storlek. Stora drakar har etablerat sig och utgör en betydande del av besöksnäringen, men det finns fortfarande gott om utrymme för mindre aktörer. Bland de stora drakarna finner vi bland annat Choice, Scandic, SkiStar samt flera internationella kedjor och aktörer. Flera av de ledande, exklusiva och starka aktörerna från 2020-talet, såsom Ice Hotel, Tree Hotel och Arctic Bath har vuxit rejält de senaste 10 åren och erbjuder nu många färdigpaketerade upplevelser.

Vissa mindre och mer specialiserade aktörer har köpts upp och inkorporerats i de större aktörerna verksamhet. Det var helt enkelt för svårt för många att säga nej när de knackade på och började vifta med sina stora checkar. Många mindre lokala aktörer och eldsjälar finns dock kvar och har funnit nya kunder bland ett växande segment av köpstarka besökare som verkligen önskar det unika och äkta, och som är villiga att betala extra för ”the personal touch”.

Nya spännande satsningar

Det finns stor tillgång till finansiering. Kapital flyter in och entreprenörer investerar och satsar på att bygga stora anläggningar, hotell, nöjesparker och attraktioner för att möta den ökade turismen. Nordic Choice öppnar dörrarna till sitt nya koncepthotell Nordic Lights Hotel i Arvidsjaur inspirerat av att vad Petter Stordalen kallar sin mest omvälvande upplevelse någonsin; nämligen norrskenen.

Gamla gruvor rustas upp och görs om till spännande attraktioner. Ett exempel på detta är Trollgruvan, en mixed-reality upplevelse, som tagit fram i samarbete

Boden Business Park där besökare får leva sig in i trollens värld, under jord. Det lockar besökare från hela världen.

En testbädd för elflyg.

Det är lätt att ta sig till Swedish Lapland. Tillgänglighet är god och nästan alla internationella flygbolag flyger till norra Sverige och det finns charterbolag som trafikerar flera linjer.

En stark politisk vilja att Sverige ska bli först i världen med ett kommersiellt elflyg har gjort att utvecklingen inom detta område har gått snabbare än någon vågade förutspå. I Swedish Lapland drivs denna fråga starkt av besöksnäringen då det finns en uttalad önskan att minska sin klimatpåverkan. Tillsammans med industrin, kommunerna, Swedavia och olika privata aktörer har det därför utvecklats flera testbäddar för elflyg och ambitionen är att man inom 5 år snabbt och hållbart ska kunna flyga inom regionen.

Bättre infrastruktur och tågförbindelser

De senaste 10 årens satsningar på infrastruktur har gjort det lättare att sig runt i Swedish Lapland, och man har skapat en laddinfrastruktur för elbilar. Vägarna underhålls för att hantera den stora mängden transporter som industrin för med sig vilket ger bi-effekter genom att vägar som går ut till populära besöksmål hålls i bra skick. De stora turistföretagen utnyttjar fördelarna och transporterar sina besökare mellan flygplatserna och tågstationerna till sina anläggningar och hotell och sedan vidare till besöksmålen med självkörande elbussar.

Tack vare den starka industriella utvecklingen i regionen de senaste tio åren, ökade också kraven på goda järnvägsförbindelser. Den redan beslutade Norrbotniabanan fick därmed en extra knuff framåt och blev klar redan 2029, ett år före plan. Utbyggnaden mot Luleå och Boden är därför redan i full gång. Många skickar nog en tacksamhetens tanke till Northvolt, H2GS och Hybrit. Tågförbindelserna har således blivit mycket bättre än på 2010-talet och de besökare som söker alternativ till flyget kan på under 10 timmar ta sig till Skellefteå från Stockholm på det bekväma nattåget ”Norrexpressen”.

Framgångsrik grön industri…

De stora satsningarna på ny och grön teknik under det senaste decenniet har varit lyckosamma. Visserligen har de till viss del inkräktat på den orörda naturen, men man har tagit så mycket hänsyn som möjligt. Den stora stötestenen har varit behoven av förnybar elenergi, vilket här till största delen har handlat om vindkraft. Det har funnits, och finns fortfarande, ett motstånd mot vindkraftparker, som man menar stör djurliv, rennäring och friluftsliv. Från energiindustrins sida har man tagit till sig av kritiken och söker göra anläggningar med minimal påverkan. Dessutom har nya tekniker med vertikala rotorer börjat ersätta de traditionella vindsnurrorna.

Även solenergin har fått ett tydligt uppsving, även här långt norrut. Kallt klimat är faktiskt en fördel för solenergin, vilket till stor del kompenserar för korta dagar halva året.

…som lockar besökare

De nya gröna industrietableringarna och de traditionellas omställning till grön ”industri” lockar också besökare som vill lära sig och se hur man lyckats. För att möta dessa affärsresenärer så etablerar sig många andra kedjor så som Scandic också, både i turistiska centrum i de större orterna och på mindre platser. Idag råder det nästintill en kedjemani då alla vill bygga boenden för att möta den ökade efterfrågan på bäddar från både privat och affärsresenärer. Restauranger poppar upp som svampar ur marken och som besökare har du aldrig problem med att hitta någonstans att äta gott.

Samarbeten mellan industri och besöksnäring är väletablerade. Det är enkelt för en affärsbesökare att hitta upplevelser som gör att man vill förlänga sin vistelse några extra dagar nu när det är möjligt att enkelt att arbeta på distans.

Harmoni mellan de stora aktörerna, konflikter med de mindre

Mellan industrin och de stora turistföretagen råder det harmoni även om det ibland uppstår smärre konflikter över mark och naturtillgångar där industrin vill bygga gruvor, fabriker eller vindkraftparker, och där turistföretagen vill bygga besöksanläggningar. De starka band som knutits de senaste åren gör att man ofta snabbt hittar lösningar. Yta finns det fortfarande i överflöd och det är sällan någon inte är villig att kompromissa.

Inom besöksnäringen finns det dock vissa splittrande krafter som gör det ganska svårt att samarbeta emellanåt. Det råder vissa konflikter mellan de större och de små aktörerna då åsikterna kring hur naturen bör exploateras går isär. Den orörda naturen är de små aktörernas största resurs och man är rädd för att den ska utarmas och bli allt för tillrättalagd i takt med att anläggningarna växer sig större.

Ledande inom cirkulär ekonomi

Industrin har skapat nya möjligheter till cirkulär ekonomi – både när det gäller uppvärmning med spillvärme och återanvändning av lokaler. Till exempel har svampodlingar expanderat i de gamla gruvorna vilket bidrar till närodlade grönsaker året runt.

Tillverkningsindustrin har starkt drivit utvecklingen av en cirkulär ekonomi. Man återvinner och återanvänder framför allt metaller för batterier, vindkraft, med mera. Behoven av jungfruliga metaller minskar, även om det inte på något sätt är eliminerat. Swedish Lapland och industrin här är ändå ledande i landet att nå Sveriges uppsatta mål för cirkulär ekonomi.

Naturen och skogen under stor press

Tillgången till orörd natur har minskat i takt med att fler anläggningar etablerats, både turistiska och industriella. Det orörda får högre status, skyddade områden såsom reservat och parker blir öar som många söker sig till för att hitta lugnet. Reservaten är naturens ”gated communites” och det råder viss överturismproblematik på platser där allemansrätten inte tillåter begränsning. Områdena utanför dessa blir mer exploaterade och är under stor press. Kalhuggningsmetod (trakthyggen) är fortsatt tillåtna och skogspolitiska mål om

råvaruuttag prioriteras högre än miljömål och andra näringar inom bioekonomin, exempelvis turismen. Svenska folkets skogar som förvaltas av Sveaskog används ännu för ett starkt råvaruuttag, men man försöker även stärka kolbindning och biologisk mångfald för att klara klimatmålen. Man försöker främja ett bredare perspektiv på skogsnäringar och vad som ingår i bioekonomin, men får fortfarande kritik för att göra för lite

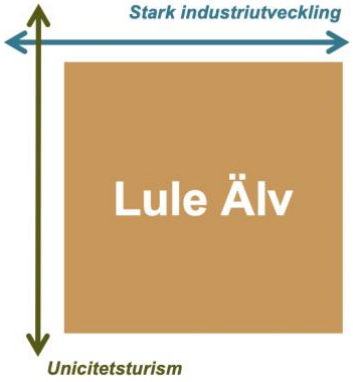
Positiv framtidsanda, men även viss sorg över det som varit.
Det råder en stark framtidstro och synen på värden och teknikutvecklingen är positiv. Lokalbefolkningen har påverkats mycket av den ökade industriutvecklingen. Bland de som bott på platsen länge och har starka band till naturen råder viss sorg över det som varit och de diskuterar mycket vem som har rätten till naturen.

Samtidigt välkomnar många de nya besökarna, och ser positivt på turismen. För vissa innebär utveckling att man kan tjäna sig en extra hacka genom att i perioder hyra ut sin bostad eller fritidshus på AirBnB.

Mötesplatserna, likt naturen är mer tillrättalagda. Människor, lokalbefolkning och besökare möts på stora, arrangerade och konstruerade mötesplatser kring vilka det finns ett stort utbud av kulturella aktiviteter. På dessa mötesplatser träffas också många boende, nyinflyttade och besökare som med stort driv och passion pratar om hur man kan fortsätta utveckla platsen, vilka ekonomiska möjligheter det nu finns, men också hur man ska ta vara på naturen.

Det finns ett gemensamt starkt intresse och en stor förmåga att bidra till den regionala utvecklingen – såväl från kommuner och regionen som från turistföretag och industrin. Turismen utvecklas från säsongsverksamhet till att vara stark och efterfrågad året runt.

LULE ÄLV



Året är 2030. Den ekonomiska utvecklingen i Sverige har varit stark det senaste decenniet. I Swedish Lapland har vi sett en stor dominans av nya etableringar så som Northvolt, H2SG och Hybrit samt gruvnäringen. Facebook har byggt ut sin serverhall i Luleå och tillgången till grön energi och kalla temperaturer har gjort att fler stora techbolag har datacenter i Swedish Lapland.

Mycket generösa etableringsstöd har lockat företag, och infrastruktursatsningar görs för industrin men inte direkt för besöksnäringen. Investeringar görs i framför allt industrier, men utvecklingen av bostäder och särskilt skolor har tagit lite mer tid än väntat vilket bidrar till att många anställda fortsätter med fly-in, fly-out. Därmed har mycket färre än man hade hoppats verkligen flyttat till Swedish Lapland, eftersom det har varit svårt att få hela familjer att etablera sig.

Mycket fokus är på industrin och i de stora städerna byggs det affärshotell för att möta den ökade mängden affärsresenärer men också för att husera den ökade mängden anställda som är tillfälligt på plats. Distansarbete, som utvecklades starkt under pandemin i början av 20-talet, har nu blivit mer regel än undantag, så det är inte längre nödvändigt för alla att vara på plats hela tiden.

Parallellt med detta har turismnäringen fokuserat på unicitetsturism där man utvecklar speciella, unika upplevelser för en köpstark medelklass från storstäderna vilket levereras av många mindre företag drivna av eldsjälar och inflyttade livsstilsentreprenörer.

Man samarbetar med industrin och det finns nu en uppsjö av erbjudanden riktat till de affärsresenärer som vill stanna någon extra dag eller två för att uppleva det unika Swedish Lapland har att erbjuda. På den senaste internationella turistmässan i Barcelon (2030-01-07) är en av regionens drivande turistföretagare inbjuden och berättar för nyfikna åhörare om sin syn på framtiden:

”Vårt hantverk är unikt och vi är stolta att erbjuda den till rätt besökare. Vi väljer våra kunder. Att behålla den exklusiva touchen är vårt mål in i framtiden. Samarbeten med industrin skapar synergieffekter och en balans. Våra förhoppningar är fortfarande att bli en basnäring i regionen – detta är trots allt inte klart ännu.”

Industri och livsstilsinflyttning – konkurrens om arbetskraft

Att vara del av den framväxande gröna industri gör att Swedish Lapland ses som en attraktiv arbetsplats och ett jobb inom industrin i Swedish Lapland är därför attraktivt bland många.

Och jobb finns det gott om, kompetensbehovet inom industrin är stort, och även om de flesta väljer att flytta till centralorter som Luleå och Skellefteå så väljer en stor del att bosätta sig i mindre orter då mycket av arbetet kan skötas på distans.

Besöksnäringen är i behov av specialister som kan erbjuda det unika, vilket oftast klaras av eldsjälar som bott i området länge eller av nyinflyttade från världens alla hörn som önskar den norrländska livsstilen. Det råder konkurrens av arbetskraft och det är stora skillnader i lönenivåer mellan å ena sidan livsstilsföretagen och besöksnäringen och å den andra industrin.

Kommer skatteunderlaget räcka till?

Fossilfri energi och mineraltillgångar klassas som nationella riksintressen med syftet att bidra till de globala klimatmålen. De nationella intressena går före och prioriteras framför lokala eller regionala miljömål. Regionpolitikerns möjligheter att ta beslut om regionens hållbara utveckling är begränsad men ändå inte obetydlig.

Lokalpolitiska beslut handlar om ett begränsat område vilket baseras på befolkningens skatteunderlag. De stora intäkterna, skatter och avgifter från exploatering, tillfaller dock statskassan istället för att bidra till den regionala och lokala ekonomin. Den gamla konflikten mellan uttag av naturresurser och var vinsterna hamnar finns således kvar, om än i lite ny tappning.

Detta har börjat skapa en oro kring att det numera finns fler att sörja och försörja än vad skatteunderlaget tillåter, inte minst då många av de anställda i industrin inte är bosatta på platsen utan fortfarande är skrivna på den tidigare hemorten och bara flyger in vid regelbundna tillfällen. Många av invånarna i Swedish Lapland protesterar och ställer sig frågan om hur ska skatteintäkterna räcka till för att finansiera utvecklingen av skola, sjukvård och kultur?

Konflikter – vem har rätt till naturen?

Naturvärdena har blivit än viktigare i besöksnäringen och man har till viss grad lyckats säkerställa sina naturtillgångar, sin egen ”råvara” och man har etablerat nya boendeanläggningar i anslutning till naturreservaten och tillstånds har givits för utvecklande av fler. Länsstyrelsen och kommunerna har givits ett tydligt mandat från regional- och lokalpolitiken att ta fram en regiongemensam masterplan i

vilken sammanhängande områden, resmål och destinationer, pekas ut för natur- och ekoturismens ekosystem. I regionala och lokala samråd skrivs avtal om marknyttjande med lokala besöksnäringsentreprenörer i syfte att avsätta skogsområden för bredare nyttjande av skogen.

Avtal till trots, så råder det flera öppna konflikter mellan turismen och den storskaliga industrin samt rennäringen om vem som har rätten till naturen. Tillgången till orörd natur har minskat i takt med att industrin har utvecklats och även om industrin har klarat av en kraftig klimatomställning, så kräver den också mycket förnybar el, med utbyggnad av vindkraft och vattenkraft. Kalhuggningsmetod (trakthyggen) är fortsatt tillåtna och skogspolitiska mål om råvaruuttag prioriteras högre än miljömål och andra näringar inom bioekonomin – exempelvis turismen.

Transformativa, hållbara upplevelser

Småskalighet är viktigt inom besöksnäringen och den specialiserade turismen är begränsad i omfattning och bidrar med ett begränsat klimatavtryck. De företagare som finns inom turistnäringen har satsat på att deras upplevelser inte bara ska vara unika utan även hållbara. Man är mer miljömedveten och har som uttalat mål att uppmuntra och möjliggöra för besökarna att minska sin miljö- och klimatavtryck på plats.

Arbetet är lyckosamt och Swedish Lapland lockar miljömedvetna resenärer från hela världen. Många turister uppger att de känner sig inspirerade efter att ha fått uppleva den hållbara, arktiska livsstilen i Swedish Lapland, att man ”tänkt om”, att man vill ändra sitt beteende och försöka blir en ”ny” människa när man kommer hem.

En hög grad av cirkulär ekonomi

Ett resursutnyttjande mellan besöksnäringen, de lokala näringsidkarna och lokalbefolkningen bidrar till en hög grad av cirkulär ekonomi. Industrin bidrar också till den cirkulära ekonomin genom t.ex. uppvärmning med spillvärme och återanvändning av lokaler. Nya affärsmodeller har vuxit fram i spåren av detta – numera odlas det lokala tomater i tält uppvärmda med spillvärme.

Mängder av digitala besökare

Det har satsats mycket på digitala upplevelser och efter år av experimenterade så lyckades man till slut ta fram ett unikt digitalt erbjudande som inte bara inspirerar besökare, utan som också är lönsamt. Miljontals människor från hela världen kan i sina VR-headset besöka Swedish Lapland, utan att slita på natur och miljö. Den kraftiga ökningen digitala besökare gör att många inom besöksnäringen har börjat beskriva fenomenet som ”digital massturism”.

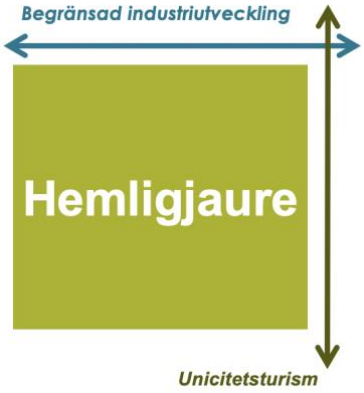
En näring många är stolta över och som samarbetar

Lokalbefolkningen är stolt över besöksnäringen och många känner sig som en del av den. Besökarna och invånare möts på lokalsamhällenas mötesplatser, både i centralorterna och på de små mikrodestinationerna, och mötena är äkta och genuina.

Även om lokalbefolkningen är stolt så har delar av besöksnäringen svårt att få in större finansiärer. Investerare blickar mot industrin där de stora pengarna finns och investeringar i besöksnäringen är riktade mot de större affärshotellen och konferensanläggningarna. De många små- och livsstilsföretagen klarar sig dock ändå, eftersom intäkterna från turister och affärsresenärer är goda, samtidigt som man kan få hjälp genom många av de inkubatorer som vuxit fram, vilka också hjälper andra kulturella och kreativa näringar.

Många samarbeten sker inom besöksnäringen för att marknadsföra platsen internationellt och skapa nödvändiga affärer mellan internationella resebolag och de unika företagen på platsen. Man har också gått samman för att se till att utvecklingen inte går mot storskalig turism som kan komma att skada naturen utan man är mån om att försvara den rådande småskaligheten. Organisationen Swedish Lapland är den samlande kraften som håller ihop detta.

HEMLIGJAURE



Året är 2030. I Sverige tuffar ekonomin på med viss svårighet. De satsningar och den utveckling man hoppades på för ett decennium sedan har inte fullt infriats. Inte minst har efterdyningarna av Corona-pandemin varit värre än befarat. Det har varit återkommande utbrott och därmed svårt att helt öppna upp samhället och få fart på hjulen, även om vissa framgångar kunnat skönjas de senaste åren.

För 10 år sedan hade man i Swedish Lapland stora förhoppningar på att de nya industrietableringarna skulle växa sig ännu starkare och föra regionen in i framtiden. En del av dessa nyetableringar, såsom Northvolt och Facebook, lever kvar, men de stora nya idéerna fick inte riktigt fäste. Tekniken visade sig vara svårare att bemästra än man tänkte och industriutvecklingen har därför varit begränsad. Basen är relativt stabil med befintliga gruvor, industrier och mindre företag och man har hängt med i den generella ekonomiska utvecklingen, men många sörjer ändå det som ”kunnat vara”.

Inom turistnäringen har utvecklingen under tiden gått mot specialiserade turisttjänster och upplevelser med en stark naturinriktning – här är det natur på riktigt! Mer sydliga vinterdestinationer har problem med säker snötillgång på grund av det instabila och varmare klimatet, vilket gjort att allt fler besökare söker sig norrut i jakten på snö och vinter. Många av de små aktörerna och entreprenörerna inom besöksnäringen blickar ut mot världen mot köpstarka målgrupper som vill ha unika, skräddarsydda och lyxiga upplevelser, och som ser Swedish Lapland som en ”bucket-list destination”. Att ta emot mindre grupper har även visat sig rätt som post-corona strategi, eftersom myndigheterna i Sverige och inom EU avråder från stora grupper och folksamlingar, även om de inte längre är förbjudna i sig.

En åldrade befolkning i regionen och en begränsad inflyttning gör att den offentliga ekonomin är satt under press vilket medför att det är svårt att få till nödvändiga satsningar på infrastruktur som skulle öka tillgängligheten och öka besöksantalet. Under ett möte mellan regionpolitiker och företrädare för besöksnäringen vädjar en turistföretagare:

”Vi kämpar med våra exklusiva och unika produkter och med att marknadsföra dem i världen. Vårt hopp in i framtiden är att få bättre stöttning av det offentliga, genom investeringar i infrastruktur. Vi behöv er hjälp för att hjälpa folk att hitta hit!”

Gröna vågen 2.0

Redan under Corona-krisen började en utflyttning till landet, bort från städerna, vilket blev möjligt tack vare den starka digitaliseringen. Digitaliseringen har fortsatt, och underlättar för människor som vill flytta till Swedish Lapland för att lämna storstädernas stress för en enklare och lugnare vardag på landsbygden. ”Europas sista vildmark” lockar miljömedvetna människor som vill komma närmare naturen och det talas om Gröna vågen 2.0. Många sysslar med egen odling, fiske och jakt och är därmed till viss del självförsörjande. Det går också att kombinera med arbete på annan ort, eftersom distansarbete fungerar så smärtfritt med dagens teknik. Tack vare holografiska möten och införandet av de digitala 6G-systemen är det numera nästan samma sak som att vara på plats rent fysiskt.

I början av 2020-talet talades det om att det var i Norr- och Västerbotten de nya jobben skulle komma, men det blev inte den massinflyttning man hoppades på, när industrisatsningarna inte slog så väl ut. Visserligen lockar Luleå och Skellefteå unga som vill studera, då universiteten fortfarande är attraktiva, men till resten av Swedish Lapland är det en tydlig men ändå begränsad grupp som flyttar.

De många småföretagen inom besöksnäringen har svårt att erbjuda instegsjobb och industrin söker ofta mer kvalificerad arbetskraft. Tack vare universiteten så klarar industrin ändå sina kompetensbehov. Men besöksnäringen måste lita till säsongsarbetarna.

Offentligheten styr med begränsade ekonomiska muskler

Befolkningen blir ändå allt äldre och vissa kommuner ser återigen svårigheter med äldreomsorg och att få den kommunala ekonomin att gå ihop, när man kämpar med ett begränsat skatteunderlag. Man prioriterar investeringar i vård, skola och omsorg framför infrastruktur och kultur som är åsidosatta.

Till skillnad från tidigare har nu äntligen regionerna och kommunerna fått beskattningsrätt av naturresurser, vilket hjälper den offentliga ekonomin att gå ihop. Skatteintäkter från gruva, skog och energi går inte längre enbart till statskassan utan kan delvis investeras i den regionala strategin för smart specialisering med syfte att stimulera utpekade diversifieringsnäringar däribland besöksnäringen.

Det offentliga ses som en attraktiv arbetsplats för många som vill ha stabilitet och trygghet. Även om de stora industriföretagen finns kvar så har de inte samma inflytande som de en gång haft, nu är det offentliga som är i förarsätet.

Regional masterplan för besöksnäringen på gång

Efter att ha fått ett tydligt mandat från regional- och lokalpolitiken arbetar länsstyrelsen och kommunerna med en regiongemensam masterplan där sammanhängande områden – resmål och destinationer – är utpekade för naturvård och ekoturism.

I syfte att nå målen om biologisk mångfald är kalhuggning (trakthyggen) numera förbjuden enligt svensk lag och har ersatts med en lag om mångbruk. Områden skyddade mot avverkning har ökat enligt nationella politiska beslut och det utgår ersättning, eller erbjudande om ersättningsskog, till privata skogsägare som inte kan skörda som tidigare. I regionala och lokala samråd skrivs avtal om marknyttjande med lokala besöksnäringsentreprenörer i syfte att avsätta skogsområden för bredare nyttjande av skogen.

Även om framför allt vindkraften, men även vattenkraften, har behövts byggas ut så är tillgången till orörd natur och vildmark fortsatt stor. Den orörda naturen och tystnaden är en tillgång i besöksnäringen och lockar besökare som vill uppleva norra Sverige ”på riktigt”.

Den kontroversiella frågan av allemansrättens vara eller icke-vara fick nyligen en lösning. Det är numera möjligt att lokalt/regionalt upphäva allemansrätten om man kan påvisa förekomst av naturskadlig överturism i områden som inte är naturreservat eller nationalparker. I Swedish Lapland är dock inte överturism något problem, man vill snarare locka fler besökare men brottas med problem kring infrastruktur och tillgänglighet. Men röster höjs även här bland dem som inte drar nytta av turismen.

Bristande tillgänglighet – dåliga flygförbindelser

Den måttliga industriutvecklingen har gjort att Swedish Lapland inte tar emot så mycket affärsresenärer. Merparten av dessa möten sker istället idag virtuellt. Flyget, som fick två rejäla törnar av klimatfrågan och Corona-pandemin, är inte så utvecklat och avgångarna är få.

Inom turistnäringen har aktörer såsom Icehotel/Abisko gått ihop och lobbar aktivt för att få till en utbyggnad av en ny flygplats med nya flyglinjer. Även om svårtillgängligheten gör att Swedish Lapland upplevs som än mer unikt så inser många inom besöksnäringen att om drömmarna på mångas ”bucket lists” ska bli verklighet så krävs det satsningar på infrastruktur och man samverkar mycket kring dessa frågor.

På plats har utvecklingen gått mot mer hållbara transportlösningar, och tågtrafiken har byggts ut en del. Men satsningarna på infrastruktur har varit måttliga och möter snarare industrins basbehov än besöksnäringens och det finns en utbredd problematik med transporter ”den sista milen”, för att få ut turisterna till de speciella och unika destinationerna.

Minimal klimatpåverkan och delningsekonomi

Den befintliga industrin, såväl gruvnäring, som stål och skog, har gjort ett starkt omställningsarbete och minimerat sin klimatpåverkan. Eftersom

industriutvecklingen annars varit måttlig har man lyckats begränsa all klimatpåverkan, även från technical visits.

Den specialiserade turismen är miljöanpassad till sin natur. En stor del handlar om vandring till fots eller på skidor, beroende på säsong, och de terrängfordon (snöskotrar och fyrhjulingar) som används är nästan uteslutande elektriska. Maten består av lokalt framställda råvaror, ofta i samarbete med samebyarna, med ren- och viltkött, samt i övrigt vegetarisk mat. Det råder en hög grad av cirkulär ekonomi där det sker ett resursutnyttjande mellan besöksnäringen, de lokala näringsidkarna och lokalbefolkningen. Lokal- och närproduktion är centralt.

Att turista med minimalt ekologiskt fotavtryck är därmed en del av upplevelsen, vilket lockar miljömedvetna kunder från hela världen. Besökarna vill stötta och vara delaktiga i lokalsamhället och det har vuxit fram initiativ som crowdfundad matinsamling till slädhundar och besökare uppmanas att bli ”fadder till en ren”.

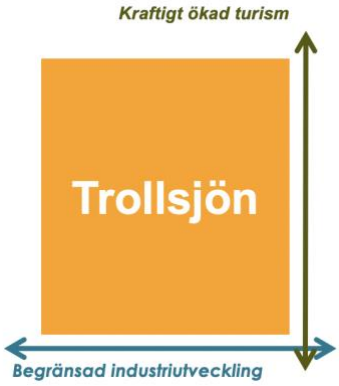
Även plattformsekonomin har vuxit och med den delningsekonomin. Lokalbefolkningen kopplar upp sig på en gemensam plattform, där de hyr ut sina bilar och skotrar till besökare, agerar kockar, visar upp sina trädgårdar och tar besökare på turer i naturen. Allt detta sköts peer-to-peer, men också i samarbete med de små turistföretagen. Alla har något att tjäna på utökade samarbeten.

Vem tar tag i taktpinnen mot framtiden?

Eldsjälar verkar i turismen och industrin tuffar på. Lokalbefolkningen betraktar naturen som deras och är stolta över en besöksnäring som kämpar på lite i uppförsbacke med begränsade medel och en infrastruktur som ger mer att önska. Det är lite som det alltid varit och frågan är vem eller vilka som ska ta tag i taktpinnen och leda regionen in i framtiden. En statisk besöksnäring som saknar det där lilla extra drivet, eller en industri som fortfarande är nostalgiska över det som ”kunnat vara”.

Det synes ändå som att den småskaliga och miljövänliga turismen kommer att stå stark även framgent. För att nå riktig framgång krävs att ett helt klimatanpassat flyg kan bli lönsamt – då kan det bli goda möjligheter att utvecklas på ett positivt sätt.

TROLLSJÖN



Året är 2030. Sverige har haft god ekonomisk tillväxt under det gångna decenniet och vi befinner just nu mitt i en högkonjunktur. Uppe i norra Sverige, i Swedish Lapland, har det påbörjats ett skifte från industri till turism. De stora idéerna som präglade industrin under 20-talets början fick aldrig riktigt fäste. De nyetableringar som då redan gjorts, såsom Northvolt och Facebook, lever visserligen kvar och är arbetsplatser för många i regionen men i övrigt har industriutvecklingen varit begränsad. Det blev lite ”Stålverk 80” över de nya metall- och gruvsatsningarna man slog så stort på trumman för.

Istället har en ny basnäring vuxit fram, turistnäringen. Corona-pandemin ses som en parentes i den utvecklingssaga som karaktäriserat besöksnäringen de senaste 10 åren. Turister från alla världens hörn flockades till Swedish Lapland efter att vaccinet fått bred global spridning. Turistnäringen växte snabbt och utgör en allt större del av näringslivet och turistföretagens inflytande och påverkan på stora frågor i regionen växer.

Utvecklingen inom turismen har framförallt drivits av stora aktörer, ofta understödda av internationellt kapital. Det har vuxit fram stora attraktioner och företag som erbjuder mycket till många. Under invigningen av ”Starlight Groups” senaste hotell berättas deras VD om sin syn på framtiden:

“We must continue to invest in the region's largest basic industry, the tourism industry. The tax revenues we generate help to attract more residents and contribute to improving schools, healthcare and so much more. We can see a bright future for the region. We must continue our dialogue with the local communities in Swedish Lapland to bring the inhabitants on board with our project and to be able to grow sustainably in

Säsongs- och distansarbetare

Det är turistnäringen som framförallt lockar människor till Swedish Lapland. Här finns det jobb för hela familjen och gott om instegsjobb, vilket gör att många väljer att bosätta sig i regionen. Det är dock inte helt oproblematiskt, eftersom besöksnäringen fortfarande är säsongsbetonad, med toppar under (sen) vinter och sommar. Även om näringen lyckats få fler besökare under hela året så är ändå topparna så markanta.

Det behövs därför ett stort inflöde av arbetare under dessa säsongstoppar. Då flockas unga människor från hela Sverige och Europa för att arbeta på vad många numera anser är en av Norra Europa häftigaste destinationer. För att klara basbehoven så kan säsongsarbetare få förlängda erbjudanden.

Behoven av teknisk kompetens har ökat kraftigt, då användningen av AI, data och automatiserade lösningar numera är standard i regionen. Konkurrensen med industrin om talangerna är hård och konkurrensmedlet är främst just naturen och upplevelserna. Mycket av det tekniska klaras ändå av via distansarbete, så den tydligaste inflyttningen är till kusten, framför allt till Luleå och Skellefteå tack vare universitet. Industrin utgör inte samma lockelse som tidigare.

Stora drakar äter små

Stora drakar dominerar besöksnäringen, man vill erbjuda mycket till många och har gått från att vara specialister till generalister. De är oerhört duktiga på att skapa paketerade, tillrättalagda upplevelser och resor för den svenska och internationella köpstarka medelklassen. Vissa av de små företagen och turistentreprenörerna som erbjuder det småskaliga och unika finns kvar men har svårt i konkurrensen. Många andra har blivit uppköpta av de stora drakarna som lärt sig hur man kan kommersialisera det unika. Man satsar på privatresenärer där man ser fortsatta stora tillväxtmöjligheter, medan det befintliga näringslivet mest har behov av ganska standardiserade lösningar för sina affärsresenärer.

Under senare år har det vuxit fram starkare samarbeten mellan Swedish Lapland och Finska Lappland där utvecklingen gått i en likande riktning. Besökarna kan numera boka resor som innebär besök på båda sidorna gränsen. Samarbetet över gränsen är synnerligen gott, inte minst sedan man har stärkt transporterna med bättre järnväg och bättre elbilssystem.

Det våras för charterflygen

Många charterbolag trafikerar luftrummet över norra Sverige. Flygplatserna är utbyggda för att kunna ta emot den stora mängden flyg fulla av internationella resenärer. På plats slussas besökare runt i shuttlebussar och taxi mellan besöksmål och anläggningar. Tillgänglighet är i fokus med satsningar för att kunna transportera besökare, och dessutom för att kunna erbjuda en utökad räddningstjänst till naturovana besökare. Besöksflödena styr infrastrukturen och den är anpassat för att möta turistindustrins krav och behov. Transporterna och logistiken har samordnats på ett bra sätt.

Industrin klarar sina behov med befintlig infrastruktur, många av de satsningar som gör för turismen får också spill-over effekter som gynnar industrin såsom bättre vägar och utbyggd tågtrafik.

Mixed-reality skapar nya upplevelser

Teknikutvecklingen har ändrat landskapet och varit en förutsättning för att turistnäringen har vuxit så mycket. Det finns utvecklade samarbeten mellan flera svenska och internationella start-up-företag och Swedish Lapland, vilket gör att det nu finns många olika typer av mixed-reality upplevelser där man inte stör naturen och djurriket. Trollgruvan, Spökstaden och Stenåldersbyn är tre stora mixed-reality upplevelser där besökarna kan ge sig ner i gamla gruvor, besöka ”Gamla Kiruna” och se hur man levde på platsen för tusentals år sedan. Dessa upplevelser har vuxit fram genom samarbeten med Boden Business Park.

Hela kundresan är numera digital och det råder en stor efterfrågan på digital kompetens. Flera utbildningar erbjuds nu på universitet i Luleå och branschaktörer har sjösatt flera kompetensutvecklande program.

Fortsatta klimatutmaningar

Befintlig industrin, såväl gruvnäring som stål och skog, har gjort ett starkt omställningsarbete och minimerat sin klimatpåverkan. Besöksnäringen har emellertid haft det svårare att ställa om. Såväl industribesök som normal turism sker i gamla hjulspår med charterflyg och bussar. Man försöker minska sin klimatpåverkan, men har svårt att lyckats. Man väntar på det stora genomslaget för klimatneutralt flyg (med el eller vätgas) på längre sträckor, även om elflyget bidrar regionalt.

I syfte att minska klimatpåverkan från transporter så har flera turistföretag, aktörer och kommuner har gått samman i initiativ där man samarbetar för att utveckla och miljöanpassa transporterna de kommande 10 åren.

En besöksanpassad kommunal service

Besökarna spenderar pengar på plats. På hotell, restauranger, aktiviteter, handel med mera vilket ger bättre skatteintäkter. De utländska turisterna bidrar till en ökad export, men delar av turistkronan stannar utomlands.

Den kommunala servicen är mer besöksnäringsanpassad är tidigare då industrin behovs var i fokus. Man ställer högre krav på kommunerna att bidra med hållbar service, sophantering och hantering av besöksströmmar. Samtidigt har man en åldrande befolkning som kostar pengar och det krävs nya typer av utbildningar, utveckling av nyföretagarcentrum och barnomsorg. Mycket fokus ligger på vad som attraherar boende.

Money talks!

Många investerare har nosat upp att i Swedish Lapland finns det möjligheter. Utländska investerare har strösslat med pengar och de har varit en svårstyrd resa av lycksökare. Besöksnäringsföretag med skalbara idéer ges etableringsstöd.

Man tar numera betalt för naturupplevelser och inträden till nationalparker sedan det blivit möjligt att lokalt/regionalt upphäva allemansrätten om man kan påvisa förekomst av naturskadlig överturism i områden som inte är naturreservat eller nationalparker.

Internationella resebolag har getts förstahandsrätt till vissa naturområden, där allemansrätten lokalt har satts ur spel. Investeringar görs i utvecklingen och förbättringen av leder gör att naturen är mer tillrättalagd och anpassad till naturovana besökare. Flexibel prissättning används under låg och högsäsong för att maximera intäkterna och i syfte för att skapa en året-runt destination.

Destination management för mer hållbar turism

Besöksnäringen arbetar aktivt med destination management. Man sätter upp regler, policys och ramverk kring naturupplevelser och utbildningar kring hur den ökade turismen kan ske på ett hållbart sätt. Men det är svårt, utvecklingen har gått lite för fort, och de som har pengar har fått styra mer än vad som var avsikten ursprungligen.

Medborgarråd och miljöpoliser

Det råder motsättningar mellan delar av lokalbefolkningen och de stora turistföretagen. Vissa delar av lokalbefolkningen anser att det äkta och genuina som så länge karaktäriserat Swedish Lapland är under hot och man är rädd för att naturen ska exploateras, förstöras och skräpas ner. Medborgarråd har bildats som försöker påverka utformningen av besöksnäringen och många har tagit på sig själva att agera ”miljöpoliser” längs vandringsleder och i naturen. Vissa bofasta har valt att flytta för att undvika turistströmmarna.

Samtidigt så är situationen positiv i många kommuner som numera kan erbjuda mer till sina invånare och många bofasta har blivit entreprenörer på oväntade sätt. Vissa erbjuder lokala guider och man hyr ut sina hus och stugor vilket öppnar upp för indirekta inkomstströmmar.

Turismen – framtiden för norra Sverige

Turismen synes vara framtiden för norra Sverige. Tillsammans med befintlig basindustri, men utan dess starka utveckling, kan turismen bidra till en levande och framgångsrik del av Sverige, trots svårigheterna.

EARLY WARNINGS – INDIKATORER FÖR FRAMTIDEN

Hur ska man veta vilket scenario som blir verklighet och hur kan man använda scenarierna i den strategiska utvecklingen?

Varje scenario beskriver en möjlig framtid och de är sinsemellan olika. Vi söker därför identifiera ett antal faktorer och indikatorer, vars utveckling blir signifikant för respektive scenario. Det liknar i någon mån meteorologens arbete med väderprognosen: om lufttrycket ändras åt ett visst håll, om temperatur, molnighet och luftfuktighet också ändras efter något visst mönster, då kan man med god säkerhet säga att vädret blir på ett visst sätt.

På samma sätt med våra scenarier. Om industrin utvecklas starkt och om turismen ökar på bredden, då närmar vi oss scenariot Storforsen. Men vilka ytterligare indikatorer finns det som pekar på en utveckling mot Storforsen och hur utvecklas dessa indikatorer för de andra scenarierna?

I tabellen nedan har vi sammanställt ett antal sådana indikatorer och hur de torde utvecklas i respektive scenario. Genom att hålla koll på den här tabellen och föra en strategisk dialog inom Swedish Lapland – och med olika intressenter – kan manmycket bättre förbereda sig på vad som kommer att ske.

Tabell 1. Early Warnings – indikatorer för framtiden – ***pågående arbete***

	Storforsen	**Lule Älv**	**Hemligjaure**	**Trollsjön**
Industriutveckling	**Kraftig utveckling med stora mark- och energibehov**	**Kraftig utveckling med stora mark- och energibehov**	**Begränsad utveckling med måttliga mark- och energibehov**	**Begränsad utveckling med måttliga mark- och energibehov**
Turism	**Kraftigt ökad turism**	**Unicitetsturism**	**Unicitetsturism**	**Kraftigt ökad turism**
Befolkning, inflyttning, utflyttning	Positiv inflyttning till SweLap, även till mindre orter. De stora dragarna är Luleå- resp Skellefteåområdena. Även olika mikrodestinationer tex. Abisko lockar befolkning	Positiv inflyttning till SweLap, även till mindre orter. De stora dragarna är Luleå- resp Skellefteåområdena.	Gröna vågen 2.0 Begränsad inflyttning till regionen, men Luleå och Skellefteå attraktiva tack vare universitet	Säsongsarbetare kommer vid turism-toppar till destinationer. I övrigt är det till kusten och Luleå och Skellefteå tack vare universitet
Gästnätter				
Omsättning turism				
Sysselsatta inom turism				
Sysselsatta inom industri				
Uthyrning fordon				

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Näringsliv, generellt				
Etablering av BN-företag				
Kompetensförsörjning BN				
Kompetensförsörjning Industri				
Kommunal ekonomi				
Infrastruktur				
Kultur				
Flyg				
Tillgänglighet				
Elektrifiering				
Klimat				
Miljöfrågor som påverkar				
Tillgång till kapital				
Synlighet i media				

En så kallad early warning-tabell, som den ovan, ger stöd i hur man ska förhålla sig och vilka strategier man ska implementera. Tabellen påminner om kriterielistan (se Bilaga 2: Scenariokarakteristika), men är något annorlunda och är framför allt kortare, så att man ska ha en chans att hålla reda på indikatorerna.

Om flera indikatorer utvecklas på det sätt som beskrivs i ett scenario, är det tecken på att just det scenariot kommer att bli verklighet. Troligare är emellertid att det går mot en kombination av två (eller flera) scenarier, då utvecklingen sällan är entydig.

Den här tabellen är under utveckling.

SLUTSATSER OCH TANKAR FRAMÅT

Hur kan de kommande tio åren utvecklas för besöksnäringen i Swedish Lapland?

Det är en fråga som inte är enkel att svara på och därför har vi i denna rapport utvecklat fyra scenarier, som beskriver fyra olika, men möjliga, bilder av framtiden.

De starkast påverkande faktorerna är dels hur industrin kommer att utvecklas i Swedish Lapland, dels hur turismen i regionen utvecklas.

I skrivande stund, april 2021, verkar det som att de två scenarierna *Storforsen* och *Lule Älv* är mest sannolika, eftersom de båda pekar på en stark industriell utveckling i norra Sverige. Projekt och verksamheter som Northvolt, Hybrit, H2GS, Facebooks och andras serverhallar, med mera, pekar på en kraftig ökning av industrin och dess behov av förnybar energi och särskilt elenergi.

Framtiden kan dock bli en annan. Med Stålverk 80 i minne kan man konstatera att alla industriella satsningar inte går som man förväntar sig. Hinder på vägen kan vara svårigheter att utveckla tekniken (tekniken slår fel), konflikter med miljö- och naturintressen, global recession, försenade infrastruktursatsningar, med mera. Kanske lyckas satsningarna, men det tar mycket längre tid, så att till 2030 inte så mycket har hänt? Osäkerheterna är stora.

På motsvarande sätt kan man resonera kring turismens framtid. I dagsläget är turismen i Swedish Lapland relativt småskalig. Många söker sig hit för den unika naturen och miljön. Kanske fortsätter det på den vägen – det är ju trots allt ganska svårtillgängligt och stora delar av året mörkt och kallt, så att enbart specialintresserade söker sig till nordligaste Sverige för turism.

Eller så fortsätter vågen av ”hemester”, oavsett Corona-pandemins framtid, samtidigt som det blir lättare att ta sig till Swedish Lapland. Det kommer då att finnas goda möjligheter för olika turistarrangörer och företag inom turistbranschen att satsa för att locka till sig nya besökare. Om eventuella konflikter med naturvård, skogsindustrin eller rennäringen kan elimineras kan förändringarna bli kraftiga.

I vår beskrivning av de olika scenarierna föreskriver vi inte något av dem som mest troligt eller mest önskvärt. Vi har undvikit alla sådana värderingar utan vill i stället belysa *möjliga framtider*. Besöksnäringen i regionen och Swedish Lapland som organisation kan utnyttja de olika framtidsbilderna för att skapa bättre och robusta strategier, fria från skönmålning eller andra önskemål.

Endast framtiden kan utvisa om något enskilt scenario inträffade eller om det blev en kombination av de fyra.

BILAGA 1: OM KAIROS FUTURE

Kairos Future är ett internationellt konsult- och analysföretag som hjälper företag att förstå och forma sin framtid. Genom trend- och omvärldsanalys, innovation, strategi och mjukvarustöd för AI-driven analys, omvärldsbevakning och innovation, hjälper vi våra kunder att omsätta de stora sammanhangen till konkret handling. Kairos Future grundades 1993, vårt huvudkontor finns i Stockholm och vi har egna kontor eller samarbetspartners över hela världen.

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

Kairos Future

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

BILAGA 2: SCENARIOKARAKTERISTIKA

Scenarierna innehåller likheter och olikheter. Det ett antal karakteristiska kriterier utvecklas olika i de olika scenarierna och ger därmed grunden för de fyra berättelserna. De fyra scenarier vi presenterar i denna rapport baseras på följande scenariotabell, där ett antal kriterier och deras utveckling i respektive scenario anges.

Tabell 2. Scenariotabell – kriterielista

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Industriutveckling	**Kraftig utveckling med stora mark- och energibehov**	**Kraftig utveckling med stora mark- och energibehov**	**Begränsad utveckling med måttliga mark- och energibehov**	**Begränsad utveckling med måttliga mark- och energibehov**
Turism	**Kraftigt ökad turism**	**Unicitetsturism**	**Unicitetsturism**	**Kraftigt ökad turism**
Befolkning, inflyttning, utflyttning	Positiv inflyttning till SweLap, även till mindre orter. De stora dragarna är Luleå- resp Skellefteåområdena. Även olika mikrodestinationer tex. Abisko lockar befolkning	Positiv inflyttning till SweLap, även till mindre orter. De stora dragarna är Luleå- resp Skellefteåområdena.	Gröna vågen 2.0 Begränsad inflyttning till regionen, men Luleå och Skellefteå attraktiva tack vare universitet	Säsongsarbetare kommer vid turism-toppar till destinationer. I övrigt är det till kusten och Luleå och Skellefteå tack vare universitet
Näringsliv, generellt	Dominans av nya etableringar, såsom Northvolt, H2GS, Hybrit samt gruvnäring. I större städer växer tjänsteföretag fram. Möjlighat att arbeta även från mindre orter tack vare god digital infrastruktur. Turismnäringen växer, stora drakar. Vindkraftsparker, solcellsparker.	Dominans av nya etableringar, såsom Northvolt, H2GS, Hybrit samt gruvnäring. I större städer växer tjänsteföretag fram. Möjlighat att arbeta även från mindre orter tack vare god digital infrastruktur. Turismnäring med många små företag och unika erbjudanden	En del av nyetableringarna från början av 20-talet, såsom Northvolt och Facebook, lever kvar, men de stora nya idéerna fick inte fäste. Relativt stabil industristruktur, med befintliga gruvor, industrier och mindre företag. Turismnäring med många små företag och unika erbjudanden	En del av nyetableringarna från början av 20-talet, såsom Northvolt och Facebook, lever kvar, men de stora nya idéerna fick inte fäste. Relativt stabil industristruktur, med befintliga gruvor, industrier och mindre företag. Turismnäringen växer och utgör en större andel av näringslivet, ett tydligt skifte från industri till turism är på gång och turistföretagens inflytande och påverkan på stora frågor i regionen växer.

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Etablering av BN-förtag	Stora drakar, attraktioner och dragare växer fram och utgör en större del av besöksnäringen. Mindre aktörer och specialister köps upp och inkorporeras i de störres verksamhet, men vissa små finns ännu kvar att erbjuda unika uppleveser till både turister och affärsbesökare som vill ha "det lilla extra". Hotell, restauranger mm etableras för att möta den stora mängden turister och affärsresenären, både i turistcentra men även på mindre platser. Kedjemani.	Besöksnäringen utvecklas i två tydliga spår: dels ska man förbättra för business-resenärer (stora hotelldrakar), dels utveckla speciella och unika upplevelser för en köpstark medelklass från storstäderna.	Framför allt utveckling av specialiserade turisttjänster och upplevelser, med många små aktörer och entreprenörer. Befintligt näringsliv har behov av ganska standardiserade lösningar för affärsresenärer	Framförallt utveckling av stora attraktioner och företag som erbjuder mycket till många. Från specialister och kvalite till generalister och kvantitet. Befintligt näringsliv har behov av ganska standardiserade lösningar för affärsresenärer
Kompetensförsörjning	Stor efterfrågan på kompetens både från det "nya" näringslivet och från turism- och destinationsföretagen. Man drar nytta av bärplockarna, som kan få andra uppgifter under andra delar av året. Industrin kan klara viss kompetens via distansarbete. Större behov av nya tekniska och digitala komptenser. Stigande löner inom industrin lockar dit kompetens från andra sektorer. Turismen inte lika beroende av säsongsarbetare då det jämnats ut under året. Man kan erbjuda jobb åt hela familjen vilket underlättar nflyttningen.	Näringslivet, förutom BN, har stora kompetensbehov, som kan vara svåra att klara av utan distans arbete. BN behöver specialister, som kan erbjuda det unika, vilket ofta klaras av eldsjälar som bor i området eller vill flytta dit. Konkurrens av arbetskraft och stora skillnader i lönenivåer mellan livsstilsföretag/BN och industri	Turism-eldsjälar och entreprenörer klarar stora delar av unicitetsturismen. Industrin klarar sina kompetensbehov tack vare universiteten i Luleå, Skellefteå, Umeå.	Svårt läge för turismnäringen. Säsongsarbetare kan få förlängda erbjudanden för att klara basbehov. Det är stora behov av tekniska specialister, som klaras av via distansarbete. Några eldsjälar vill gärna bo och etablera sig i regionen, vilket bidrar i någonmån. De stora kedjorna har svårare att rekrytera.
Möjliga konflikter i Swedish Lapland	Industrin och de stora turistföretagen lever i harmoni även om det ibland uppstår smärre konflikter över mark och naturtillgångar där industrin vill bygga fabriker och turistföretagen vill bygga anläggningar. Vissa konfliker mellan B2B och B2C segmenten.	Möjlig konflikt mellan de olika turism- och besöksnäringsintressena, samt mellan turister och industrietableringar. Även konflikter mellan rennäring och industrietablerinagr. Konflikt med den storskaliga, industriella skogsnäring är i full skala. BN har mindre inflytande,.	Tursiter vill ha speciella upplevelser. Oftast är det i mindre skala, med ganska få konfliktytor. Viss efterfrågan på etno-turism, vilket kan ge upphov till konflikt med framför allt samer. Även jakt- och fiske-konflikter kan uppstå	Industrin får stå till sida för turistnäringen. Konflikter mellan mindre turistaktörer och stora. De mindre aktörerna känner sig åsidosatta.

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Möteplatser	Stora, arrangerade, konsturerade mötesplatser snarare än små och lokala. Mer tillrättalagda än naturliga.	Möjlighet att ta del av lokalbefolkningen och lokalsamhällenas mötesplatser, på det små mikrodestinationerna. Äkta, genuina möteplatser	Exklusiva mötesplatser som levererar mer än bara platsen med ekonomisk incitament för företagarna. Mötesplatsen säger något om arrangörerna. Evenemang som är exklusiva	Möjliga mötesplatser för att arbeta på distans (barnen är på Hoppland och föräldrarna jobbar). Stora event och evenemang drar storra skaror (Gyllene Tider i hologram)
Naturvärden	Ställs under hård press, men får också högre status. Skyddade områden, tex reservat och parker, blir öar av naturligen. Områden utanför dessa blir mer exploaterade, stor skillnad mellan reservat och "övrig natur". Reservaten är naturens "gated communities". Överturismproblematik i reservaten då allemansrätten inte tillåter begränsning och gör det svårt att "ta betalt".	Besöksnäringen har säkerställt sina naturtillgångar, sin egen "råvara". Naturvärderna blir än viktigare i besöksnäringen. Mer boendeetableringar kopplade till naturreservaten, tillstånd till att bygga anläggningar i eller i anlsutning till naturreservaten, möjliggörande infrastruktur på plats.	Möjligheten till orörd natur är stor. Tystnad är en USP. Älvarnaoch naturen är vild	Tillrättalagd natur. Vi har styrmedel för att säsongsförlänga och sprida turisterna på platsen och året.
mobilitet och behov av infrastruktur (Elektrifiering)	Norrbottnia banan är på gång, men inte helt utbyggd. Går till Skellefteå. Stora behov av infrastruktur. Bättre utbyggd kollektivtrafik med ett välfungerande busslinjenät som både kan försörja gäster och arbetspendlare.	Norrbottnia banan är på gång, men inte helt utbyggd. Går till Skellefteå. Stora behov av infrastruktur. Bättre utbyggd kollektivtrafik med ett välfungerande busslinjenät som både kan försörja gäster och arbetspendlare.	Det är kämpigt att vara besöksnnäringsföretagare, sista milen är svår… man har inte satsat på infrakstrukturen så som det var tänkt de senaste åren. Kraven på infrasturkturen har ökat och besökarna har blivit färre det gör att det inte finns resurser att satsa.	Tillgänglighet har varit i fokus och har satsat på för att transportera besökare och för att kunna erbjuda räddningstjänst. Transporterna och logistik har samordnats på ett bra sätt. Digital infrastruktur är väl anpassad efter besöksströmmarna.

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Värderingar	Framtidstro och positiv syn på värden och tekniken. Lokalbefolkningen har påverkats väldigt mycket pga den ökade industriutvecklingen. Det finns en kollektiv sorg att acceptera denna utvecklingen ingen ska komma in och inkräkta på vår natur genom vindkraft, skogsbruk etc,. Stora möjligheter har skapats. Kultur, nöjen och utbudet av restauranger blomstrar. Unga söker sig hit. Våra stora öppna vyerna är i fara. Lokalbefolkningen lider av melankoli och diskussionen går vem har rätten till naturen. Den är min. De nyinflyttades värderingar präglas av att ta vara på naturen och vara utomhus. Värderingarna präglas av att tjäna pengar och fokus på vård skola och omsorg. Storstads mentalitet i större utsträckning. Polariering mellan industrin och de boende. Vem har rätten till marken?	Teknikoptimism. Hållbarhet, i alla tre aspekterna är i fokus. Småskalighet är viktigt. Polariering mellan industrin och de boende och renäringen.	Hållbarhet är fokus men den ekonomisk hållbarhet är eftersatt. Framtidstron är underminerad. Tekniken blir smartare men de tar jobben från de som bor…kan bli motsättningar.	Motsätttning mellan boende och turister. Äkthet, genuinitet är fokus. Destiantion management blir fokus och arbetet sker med lokalbefolkningens inblandning.
livsstilar	Kulturutbudet ökar med fler nyinflyttade men de flesta som flyttar till Swedsihlapland söker sig till naturupplevelser. Digitaliseringen har hjälpt till att skapa möjligheter att bo och arbeta i områden som är längre bort från städerna. Flera unga stannar kvar och arbetar kvar. Flera universitet erbjuder specaiella utbildnignar för industrisektorn etc Många instegsjobb både i industrin och inom turismen. Arbetstillfällen och natur blir en kombination som gör regionnen myckeet attraktiv.	Många har det ganska bra. Utbildning riktias mot indstrin.	Eldsjälar som brinner för något visst. Lokalbefolknignen betraktar naturen som deras. Så här har det alltid varit. Äkta nära naturen. Gröna vågen med egen odling, fiske och mer självförsörjande. Utbudet är begränsat. Det finns pengar att tjäna här men det är inte alla som lyckas. Unga flyttar. Mer kompetenskrävande arbetsuppgifter	Vi har fått anpassa oss mer. En del har flyttat för att undvika turistströmmarna. Positivt för vissa kommuner som kan erbjuda mer för de boende. Fler som erbjuder att hyra ut sina hus och stugor vilket öppnar upp till nya inkomstströmmar som är indirekta. Fler blir entreprenörer på oväntade sätt. Andra arbetar direkt inom turismen. Större turistföretag etablerar sig. Mer storstadseffekt med folk och fest och internationella gäster. Större utbud på turismutbildningnar. Destiantion management blir

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Tillgänglighet	God tillgänglighet. Mer flyg, och charterbolag, har etablerats för att tillgodo se det ökade antalet besökare, både turister och affärsresenärer. Det satsar på infrastruktur för att göra det lättare att ta sig runt i Swedish Lapland, framförallt med bil. Kollektiva transportlösningar har utvecklats för de som bor i mindre orter men som arbetar i de stora fabrikerna och gruvorna. De stora turistföretagen har shuttlebussar mellan flygplats, tågstationer till sina anläggningar och hotell, samt ut till sina besöksmål. Vägar underhålls för att hantera den ökade mängden transporter och industritrasport. Tågtrafiken utökas, både för godstrafik och persontrafik	Flyget tar större plats för att tillgodose den ökade mängden affärsbesökare/technical visits. Utvecklingen av infrastruktur är framförallt riktad mot att tillgodose industrin behov. Mer privatflyg till flygplatserna	Tillgängligheten är måttlig när inte industrin utvecklats och inte har samma behov av att ta emot technical visits/affärsresenärer. Utvecklingen går mot mer hållbara transportlösningar på plats. Tågtrafik	Det våras för charterflygen, turisterna slussas runt på shuttlebussar och taxis mellan besöksmål och anläggningar.
Flygetsutveckling (Elflyg?)	Utvecklingen gick snabbare än vad vi hade förutspått då den politiska viljan finns nu sedan ett par år. Elflyget ger möjligheten att ta sig snabbt och hållbart inom Swedsihlapland. Vi står inför ett paradigm skifte för flygets möjligheter. Samarbete mellan industrin, kommunerna, Swedavia och privata aktörer.	Utvecklingen gick snabbare än vad vi hade förutspått då den politiska viljan finns nu sedan ett par år.Priskonkurensen är stor och utnyttjas mest av affärsresenärer. LKAB flygplatser.	Några aktörer har gått ihop och har fixat egen flyg och flygplats så som Icehotel/Absiko	Elflygets möjligheter står nu inför stora möjligheter aktörerna och kommunerna har påbörjat initiativ att samarbeta och utveckla de närmaste 10 åren kommer detta att utvecklas.

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
kommunal service	Stora krav på kommunen att lösa serviceinfrastruktur, bemöta industriexplotatering, miljötillstånd. Långa handläggninsprocesser. Öka skatteitäkter gör att det finns mer pengar infrastruktur, skola och sjukvård.	Stora krav på kommunen att lösa serviceinfrastruktur, bemöta industriexplotatering, miljötillstånd. Långa handläggninsprocesser.	Begränsad infrastruktur, dyr äldrevård.	Den har omvandlats från hur man tidigare var industrianpassad och den är nu besöksnäringsanpassad. Vi har också en åldrande befolkning som kostar en hel del. Högre krav på den kommunala servicen med hållbarhet, sophantering och besöks strömmar. Nya typer av utbildnignar krävs, nyföretagar centrum, barnomsorg och att ta häsyn till vad som attraherar boende.
kommunal ekonomi	Den kommunala ekonomin går bra som en följd av ökad inflyttning och nyetableringar inom både industri och besöksnäringen. Vissa av de stora industriföretag och kedjor inte skattar dock inte lokalt och det finns många fly-in, fly-out anställda som inte är skrivna på platsen vilket skapar konflikter emellanåt. Vissa inköp görs centralt snarare än från lokala aktörer, men den positiva inflyttningen gör att även lokala aktörer får ökade intäkter. Besöksnäringen gör att de är mer attraktivt att bo i SwLap och skapar jobb för hela familjen	Fler att sörja och försörja än underlaget tillåter. De stora industriföretagen skattar inte lokalt, och många fly-in, fly-out anställda som inte är skrivna på platsen. Mer lokala intäkter, då det finns många små aktörer, företag med anställda som bidrar intäkter på mindre orter. Små företag handlar mer lokalt vilket bidrar till intäkter.	Begräsade skatteintäkter, befolkningen blir äldre och vi har få basnäringar.	Besökarna spendarar pengar på plats, hotell, restaurang och handel ger en bättre skatteintäkt. Utländska turister bidrar till ökad export. Men en del av turistkronan stannar utomlands.

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Samverkan inom besöksnäringen	Splittrande krafter har gjort det ganska svårt att samarbeta men påverkan från industrin har skapat en gemensam part som man behöver kraftsamla sig inför. Viktigt då slitningarna mellan lokalbefolkning, industrin och besöksnäringen har behövts hanteras gemensamt. Varumärkes plattformen har varit viktigt att samlas sig kring. Krav på att följa dessa har satts som ledstjärna för de privata aktörerna.	Att marknadsföra platsen och skapa affärerna mellan de internationella resebolagen och de unika företagen i SwerdishLapland och är viktigt att samarbeta kring. Försvara utvecklingen av att ha den småskaliga . Försvara den orörda naturen. SwedishLapland är den samlade kraften som har håller ihop detta.	Att marknadsföra platsen och skapa affärerna mellan de internationella resebolagen och de unika företagen i SwerdishLapland och är viktigt att samarbeta kring. Infrastrukturfrågor är centrala. SwedishLapland är den samlade kraften som har håller ihop detta.	Besöksnäringen arbetar med Destiantion management aktivt. Sätta upp regler, policies, utbilda näringen, ramverk för naturupplevelser. Allotments, säsongsfördelning, samarbeten med kommunen, infrastruktur. Starka band mellan det offentliga och det kommunala. Swedish Lapalnd sitter i förarsätet och behöver förhålla sig och påverka den turistiska infrastrukturen. Vi har fått större mandat och bättre samarbeten med offentligsektor,.
Maktbalans och samverkan (Privat v Offentligt)	70-30 men den offentliga sektorn sitter på en gigantisk maktfaktor - natur/energi resurser!	70-30 men den offentliga sektorn sitter på en gigantisk maktfaktor - naturresurser! Besöksnäringen har inget att säga till om!	Det exklusiva finns det argument för… Arbetstillfällen är alltid en usp det offentliga. 30-70 till det offentliga…	Svår nöt att knäcka- antingen en starkhand som pekar åt en gemensam riktning eller en kommersiell aktör som tar över….
Tillgång till finansiering	Inga större problem, underlaget som industrin bidrar med boende och besökare gör investerare lugna att investera i BN.	Investerare har inte varit lika intresserade av att finansiera för småföretagare och livsstilsföretag. Finansiering av konferens- och hotell finns och andra näringar har haft möjlighet att få finansiering. Inkubatorverksamheter för besöks- och kuturella och kreativa näringar.	Ganska begränsat med finansiering men det finns medel som kan sökas för grönanäringar och för kulturellanäringar.	Money talks! Många investerare har nosat upp att här finns det möjligheter. Utländska investerare har strösslat pengar och det har varit en svårstyrd resa av lycksökare… Tack och lov har mycket reglerats och styrts. Utvecklingen på Island har varit ett exempel och vi vaknade till i tid.
naturtillgångar - exploatering eller skydd. Hur?	Mer skyddade naturområden, större skillnad mellan skyddade områden och icke-skyddade områdenb.		Det finns fler skyddade områden och natuområden och hållbarhetsdrivet agenda 2030 styr mycket. Men det desperata behovet av pengar så kommer ibland naturen i kläm…	Allemansrätten har avskaffats och vi tar betalt för naturupplevelser. Inträden till Nationalparker. Flexibel prissättning låg-hög sässong och allotements till internationella resebolag.
Tillgång till natur	Mindre tillgång till orörd natur på flera håll i takt med att fler anläggningar etableras, både industriella och turistiska. Det ökade energibehovet kräver utbyggnad av vindkraftsparker och vattenkraft.	Minskad tillgång till orörd natur på flera håll i takt med industrin utvecklas. Det ökade energibehovet i industrin kräver att det byggs fler vindkraftsparker och att vattenkraften utvecklas.	Tillgången till orörd natur och vildmark är fortsatt stor. Den orörda naturen är en tillgång i besöksnäringen och lockar besökare som vill uppleva Norra Sverige på "riktigt"	Naturen blir mer tillrättalagd i takt med att turistanläggningarna byggs ut för att anpassa sig till mer naturovana besökare.

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
klimatavtryck, klimatrelaterade frågor	Indutrietableringar är framför allt "grön" industri, där även traditionella företag ställer om. Stor efterfrågan på förnybar energi, med kraftigt utbyggd vindkraft. Massturismen orsakar transportrelaterad klimatåverkan och har haft svårare att ställa om, även om järnvägsnätet har bygts ut något. Denna utbyggnad går dock långsamt.	De stora "gröna" industrietableringarna dominerar, såsom Northvolt och H2GS, med mycket stora elbehov. Industrin har klarat en kraftig klimatomställning, men kräver också mycket förnybar el, med utbyggd vindkraft. Den specialiserade turismen är brgräsnad i omfattning och bidrar till ett begränsat klimatavtryck, framför allt genom transporterna. Till stor del sker dock transporter klimatneutralt, tack vare utbyggd laddinfrastruktur för elbilar. Flyget har emellertid inte hunnit ställa om och bidrar därmed med negativ klimatpåverkan	Befintlig industri, såväl gruvnäring, som stål och skog, har gjort ett starkt omställningsarbete och minimerat sin klimatpåverkan. Eftersom indutriutvecklinegn annars varit måttlig har man lyckats begränsa all klimatpåverkan, även från technical visits. Den specialintresserade turismen är miljöanpassad i sin natur - det gäller att turista med minimalt ekologskt fotavtryck - det är en del av upplevelsen.	Befintlig industri, såväl gruvnäring, som stål och skog, har gjort ett starkt omställningsarbete och minimerat sin klimatpåverkan. Besöksnäringen har emellertid haft svårt att ställa om. Såväl industri-besök som normal turism sker i gamla hjulspår med cherterflyg och bussar. Man försöker minska sin klimatpåverkan, men har svårt att lyckas.
Skogsbruk (Måste beskrivas) Karin? Annika?	Kalhuggningsmetod (trakthyggen) är fortsatt tillåtna och skogspolitiska mål om råvaruutag pioriteras högre än miljömål och andra näringar inom bioekonomin - exvis turismen. Svenska folkets skogar som förvaltas av Sveaskog används som enbart råvaruttag istället för att främja ett bredare perspektiv på skogsnäringar och vad som ingår i bioekonomin. I regionala och lokala samråd är den traditionella skogsindustrin enbart ålagda att informera om uttag, ej ålagda att förhålla sig till andra näringars synpunkter på planerade uttag. Nationell lag om allemansrätt skapar problem med överturism som ej kan begränsas i områden som ej är naturresevat eller nationalpark. Regional och/eller lokal politik kan ej besluta om begränsningar.	Kalhuggningsmetod (trakthyggen) är fortsatt tillåtna och skogspolitiska mål om råvaruutag pioriteras högre än miljömål och andra näringar inom bioekonomin - exvis turismen. I regionala och lokala samråd skrivs avtal om marknyttjande med lokala besöksnäringsentreprenörer i syfte att avätta skogsområden för bredare nyttjande av skogen.	Kalhuggning (trakthyggen) har förbjudits i svensk lag i syfte att nå målen om biologisk mångfald och ersatts med en lag om mångbruk. Områden skyddade mot avverkning har ökat enligt nationella politiska beslut och ersättning, eller erbjudande om ersättnignsskog till privata skogsägare som ej kan kalhugga utgår.I regionala och lokala samråd skrivs avtal om marknyttjande med lokala besöksnäringsentreprenörer i syfte att avätta skogsområden för bredare nyttjande av skogen.	Kalhuggning (trakthyggen) har förbjudits i svensk lag i syfte att nå målen om biologisk mångfald och ersatts med en lag om mångbruk. Områden skyddade mot avverkning har ökat enligt nationella politiska beslut och ersättning, eller erbjudande om ersättnignsskog till privata skogsägare som ej kan kalhugga utgår.I regionala och lokala samråd skrivs avtal om marknyttjande med lokala besöksnäringsentreprenörer i syfte att avätta skogsområden för bredare nyttjande av skogen. Nationell lag om allemansrätt kan upphävas lokalt/regionalt för att hantera problem med överturism som i områden som ej är naturresevat eller nationalpark. Regional och/eller lokal politik kan besluta om begränsningar.

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Träindustri	Stor eferfrågan från många olika sektorer. Svårt att hitta arbetskraft då konkurensen har ökat med med fler stora etableringar.	Stor eferfrågan från många olika sektorer.	Alla vill ha ett alternativ till betong och efterfrågan ökar. Det har blivit en viktig arbetsgivare i regionen.	Alla vill ha ett alternativ till betong och efterfrågan ökar. Det har blivit en viktig arbetsgivare i regionen.
offentlig investeringar	Det har varit generöst med etablerings stöd. Intressantat korsbefruktningar har uppstått mellan konst, industri och besöksnäring. Infrastruktsatsningar har gjorts särskilt på the last mile och stora satsningar på utbildning, kultur och rekreation	Mycket generörsa etablieringsstöd har lockat företag, och infrastruktursatsningar för industrin men inte direkt för BN. Investeringar i byggen, skolor har tagit lite mer tid än väntat, konsekvensen blir fly in fly out	Offentliga investerignar är koncentrerade kring vård, skola och omsorg. Mycket annat som infrastruktur och kultur blir åsisdosatt. Generösa med hållbara omställningsprojekt	Stora investeringar på turistiska infrastrukturen leder, organisation, sophämtninng, parkeringsplatser etc Store etableringsstöd ges till BN aktörer med skalbara idéer. Generösa med hållbara omställningsprojekt som har kommit långt. Uppdrag givet till SwedishLapland att kordinera och samordna BN aktörrerna har varit positivt
Teknikutveckling	Teknikutveckling har varit en vattendelare. De som är med på tåget är kvar de andra har sållats borts. Vi kan leverera sömlösa alternativ till kunden. Tekniken är en del av upplevelserna. Stora investeringar har gjorts och samarbeten mellan industri och BN företag ärr ett faktum. BN företagenn är testbädd för många nya uppfinningar. Augmented reality lyfter upplevelsen. Vi erbjuder ekoturrer i mixtreality där man visar på ekobalansen och förstå hur det förvandls framförr ens ögon i mixtreality.	De besöksnärignsföretagen som nu finns på marknaden är verkligen bra på teknikanvändning. Utvecklingen har tagit ett steg och våra föreetag hänger med bra. Tekniken är en del av upplevelserna.	Mixt realityturer där man får se en av Sveriges äldsta bosättningsplatser från Stenåldern i 9800 år gamla boplasen. Se hur man levde och hur folk	Teknikutvecklingen har ändrat landskapet och varit en förutsättninng för att det har vuxit så mycket. Samarbete mellan startups i Sverige och Swedish Lapalnd har möjligjort nya upplevelse i form av mix reality där man inte stör naturen och djuren. Tekniken är en del av upplevelserna med bland annat Momuthturer.
RADikalitet Robotisering, Automatisering, Digitalisering	Automationen har tagit ett språng efter pandemin och många BN företag satsade stort på både automation och digitaliseringen. Inte lika många återanställdes. Efterfrågan på kompetens har ändrats och utbildningar erbjuds nu på universitetet i Luleå. Digitaliseringsresan är pågående och flera initiativ har pågått de senaste åren för att hänga med.	BN försöker hänga med på digitaliseringsresan så gott de kan och de som är kvar är ju de som fixade det.	BN försöker hänga med på digitaliseringsresan så gott de kan och de som är kvar är ju de som fixade det.	Efterfrågan på kompetens har ändrats och utbildningar erbjuds nu på universitetet i Luleå. Digitaliseringsresan är pågående och flera initiativ har pågått de senaste åren för att hänga med. Branschaktörer har sjösats flera kompetensprojekt som har gynnat SweLap. Hel kundresan är digital, leder är digitala mm

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Cirkulär ekonomi	Låg grad av cirkulär ekonomi. Inget resursutnyttjande mellan besöksnäring och lokala näringsidkare och lokalbefolkning utan man skaffar sina resurser från centralt håll. Industrin har skapat nya möjligheter till cirkulärekonomi - både när det gäller uppvärmning med spillvärme, återanvändning av lokaler (champinjonodling i gruvan). Vi är ledande i landet att nå Sveriges uppsatta mål för cirkulärekonomi.	Hög grad av cirkulär ekonomi. Ett resursnyttjande mellan besöksnäringen och de lokala näringsidkarna och lokalbefolkning. Industrin har skapat nu möjligheter till cirkulärekonomi - både när det gäller uppvärmning med spillvärme, återranvändninga av lokaler (champinjonodling i gruvan). Vi är ledande i landet att nå Sveriges uppsatta mål för cirkulärekonomi.	Hög grad av cirkulär ekonomi. Ett resursnyttjande mellan besöksnäringen och de lokala näringsidkarna och lokalbefolkning. Lokalproduktion är central. De offentliga ambitionerna har inte varit ledande i denna fråga...	Det har funnits en hög ambition i projektet att utveckla SweLap inom Besöksnäringen. Personal pooler, gemensam transfer, resursutnyttjande mat/spill, delningseknomi med investeringar i maskinparker samt rumskapacitet.
Hållbar utveckling	Fokus har i många år varit att följa agenda 2030. När styrmedeln från det offentliga inte räckte till så blev det kunden som påverkade. yngre generationerna ställer högre krav på sina arbetsgivarre, besökarrna ställer krav. Blandning av offentliga och privata medel har gjort att vi lyckats nå målen	Blandning av offentliga och privata medel	Offentliga medel styr och den hållbara omställningen har gått trögare än önskat från ett Destiantionsperspektiv. Men småskaligheten i BN utgör inget direkt hot.	Offentliga medel styr och utvecklingen skulle ha varittydligare villkorat för nu står vi med fler besökare än vi önskat. De som har pengar har fått styra mer än vad som var avsikten ursprungligen. Det har gått lite för fort
Miljödrivna beteendeförändringar	Besöksnäringen fokuserar mer på att få dit stora mängder besökare, vilket innebär att man tummar på miljö och klimatavtrycket. Besökarnas beteende påverkas/inspireras inte av ett besök i SwLap- En hög miljömedvetenheten hos konsumenten påverkar SweLap positivt.	Besöksnäringen ställer om, och är mer miljömedveten. Man uppmuntrar och möjliggör för besökare att minska sitt miljö och klimatavtryck på plats. Besökarna blir inspirerade av den hållbara livsstilen i SwLap och gör att man vill ändra sitt beteende och bli en "ny" människa när man kommer hem. Vi lockar den miljömedvetna kunden från hela världen vi är miljöcertifierade	Vi lockar den miljömedvetna kunden från hela världen. Elskotrar och veganmat är vardag. Hållbarhet och småskalighet går hand i hand- Allt sker på platsens vilkor	Lokalbefolkningens röst hördes högt, Medborgarråd bildades som har en stark påverrkan på utformningenn av BN. Min skog utan tyskar- folk får inte skräpa ner. Lokala guider och miljöpoliser. Frustration och motsättnignar.
Koppling till stora omvärlden & Internationella resor	Stor och lättillgängligt	Lätt tillgängligt men ingen last mile...	Svår...	Anpassad och vilkorad efter olika aktörers behov

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Tillit	Lokalbefolkningen har låg tilliten till de stora industri och turistdrakarna. Ägande är inte längre lokat vilket bidrar till en känslan är att SwLap är en svensk koloni. Man har visst överseende med detta då de samtidigt skapar många jobb. Kinesiska ägare? Många småföretag inom besöksnärrignen borde skapa bättre tillit	Fly in fly out scenario och med stora utländska intressen har tilliten fått sig en törrn...	God tillit med intressanta BN företag som står för SweLap värderingar. (Men det innebär inte att tilliten till institutionerna är god)	
Arbetsliv - Hur ser det ut? Struktur…	Livskvalitet styr. Distansarbete är vanligt men inte i BN. Instegsjobb finns, industrin och BN errbjuder arbete till flera personer i hushållet, första jobbet och starta eget,	Fly in fly out mentaliteten driver distansarbete "bortifrån"	Ungdomsarbetslöshet om det inte finns instegsjobb.	

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Regionpolitikens roll	Fossilfri energi, mineraltillgångar har i syfte att bidra till globala klimatmål klassats som nationella riksintressen och prioriterats framför lokala miljömål och regionens möjligheter att besluta om regionens möjligheter till hållbar utveckling - socialt, miljömässigt och ekonmiskt. Lokalpolitiska beslut handlar om ett begränsat område baserat på befolknigens skatteunderllag, men där de stora intäkterna - skatter, avgifter från exploateringarna tillfaller den nationella stadskasan och bidrar ej till den regionala och lokala ekonomin. Turismen är tydligt zonerad genom nationella politiska beslut som kompletterats med vissa regionpolitiska beslut i marginalen som hänvisat naturturismen är till Naturreservat eller likande avgränsade områden/resorts. Regionalpolitiken har svårt att påverka den regionala strategin för smart specialisering som ska kompletteras med diversifieringsstrategin. Nationell lag om allemansrätt skapar problem med överturism som ej kan begränsas i områden som ej är naturresevat eller nationalpark. Regional och/eller lokal politik kan ej besluta om begränsningar.	Fossilfri energi, mineraltillgångar har i syfte att bidra till globala klimatmål klassats som nationella riksintressen och prioriterats framför lokala miljömål och regionens möjligheter att besluta om regionens möjligheter till hållbar utveckling - socialt, miljömässigt och ekonmiskt. Lokalpolitiska beslut handlar om ett begränsat område baserat på befolknigens skatteunderllag, men där de stora intäkterna - skatter, avgifter från exploateringarna tillfaller den nationella stadskasan och bidrar ej till den regionala och lokala ekonomin. Genom ett tydligt mandat från regional- och lokalpolitik har länsstyrelse och kommuner gjort en regiongemensam masterplan där sammanhängande områden - resmål/destinatiner, är utpekade för natur- och ekoturismens ekosystem. Regionalpolitiken har svårt att påverka den regionala strategin för smart specialisering som ska kompletteras med diversifieringsstrategin. Regionalpolitiken har mandat och resurser för att påverka den regionala strategin för smart specialisering som ska kompletteras med diversifieringsstrategin. Nationell lag om allemansrätt skapar problem med överturism som ej kan begränsas i områden som ej är naturresevat eller nationalpark. Regional och/eller lokal politik kan ej besluta om begränsningar.	Regionalpolitiken har fått utökade förfoganden över lokala och regionala naturresurser och möjligheten till lokal och regional beskattning (intäkter från gruva, skog och energi) som kan investeras i den ragionala strategin för smart specialisering som ska stimulera de utpekade diversifieringsnäringarna där besöksnäringen är en av dem. Genom ett tydligt mandat från regional- och lokalpolitik har länsstyrelse och kommuner gjort en regiongemensam masterplan där sammanhängande områden - resmål/destinatiner, är utpekade för natur- och ekoturismens ekosystem . Nationell lag om allemansrätt kan upphävas lokalt/regionalt för att hantera problem med överturism som i områden som ej är naturresevat eller nationalpark. Regional och/eller lokal politik kan besluta om begränsningar. Det går även att ta inträdesavgifter till vissa naturområden som politiken förfogar över och kan genom politiska beslut återinvesteras i form av förvaltning av naturområden.	Regionalpolitiken har fått utökade förfoganden över lokala och regionala naturresurser och möjligheten till lokal och regional beskattning (intäkter från gruva, skog och energi) som kan investeras i den ragionala strategin för smart specialisering som ska stimulera de utpekade diversifieringsnäringarna där besöksnäringen är en av dem. Genom ett tydligt mandat från regional- och lokalpolitik har länsstyrelse och kommuner gjort en regiongemensam masterplan där sammanhängande områden - resmål/destinatiner, är utpekade för natur- och ekoturismens ekosystem . Nationell lag om allemansrätt kan upphävas lokalt/regionalt för att hantera problem med överturism som i områden som ej är naturresevat eller nationalpark. Regional och/eller lokal politik kan besluta om begränsningar.

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Gränsrelationer (Ryssland?)	Öppna gränser till Norge och Finland, och goda relationer och samarbeten. Rörligheten ökar. Arbetspendling över gränser. Från Ryssland kommer det nu stora mängder besökare. Spänningar med Ryssland förekommer regelbundet men inget vi styr över... det handlar om Arctis. Industriellt spionage	Öppna gränser till Norge och Finland, och goda relationer och samarbeten. Rörligheten ökar. Men mot ryssland är det ganska kyligt.	Öppna gränser och goda relationer med arbetspendling	Gott samarbete över gränserna. Pakteterade upplevelser över gränserna.
Lokalbefolkningens syn på BN	Ökad polarisering mellan lokalbefolkning och besöksnäring.	Besöksnäringen är något man är stolt över	Besöksnäringen är något man är stolt över	Ökad polarisering mellan lokalbefolkning och besöksnäring med en del öppna konflikter.
Turistisk infrastruktur	Välutvecklad, man har lyckats möta de ökade kraven från både affärsresenärerna och besökarnna	Det finns efterfrågan från affärsresenärer och därför finns det hotell i de anknytning till industrierna. Detta påverkar också utbudet på restauranger,	Den är eftersatt och ganska långt ner på prioriteringslistan. Det finns arbetspendlare i någon utsträckning men inte till besöksnäringen eller de boende.	Besöksnäringshubbar poppar upp och kring dem kretsar utveckling.Sista milen lösnignarna finns där det finns större mängder av besökare men de mindre aktörerna är fortfarande eftersatta. Privata initiativ för att lösa problem har poppar upp.
Affärsmodeller	Nya affärsmodeller har uppstått då industrin sponsrar och stöttar genom att bygga en ny bastu åt Tree hotel eller en svit på Icehotell. Använda spillprodukter till dekoration till nytt hotell, spillvärme från stålproduction heta utomhusbad…	Lokala tomater odlas i tält värmda med spillvärme	Vill ge tillbaka till lokalsamhället, crowdfundad matinsamling till slädhundar, fadder till en ren. Besökarna vill vara delaktig. Trädgårdar som besöksmål, midnattssol odlingar. DELNINGSEKONOMI!	Nya samarbetsmodeller spara pengar och har skapat nya möjligheter.
Corona och post corona?	Vi hade med oss in i skapandet av våra nya besöksmål att vi har byggt in hygien och avstånd som en normal parameter.	Mindre anläggningar med mindre folk, inte lika tätt och mer avstånd, ligger i linje med den utveckling som corona skapat.		
Snötillgång i Europa	Fler utländska turister som besöker den enda snösäkra destinationen i europa.			

	Storforsen	Lule Älv	Hemligjaure	Trollsjön
Sverigebilden internationellt	We are SwedishLapland sverige bilden är inte så viktig för oss. Hållbarhet, hygien, orörd natur allt detta är unikt och en stark sverige bild. Hög status! Vi är ett kulturellt högstatus land! Hälsosamt folk, vi äter bra, rör på sig.	Starkt land bra ekonomi, innovation, hållbarhet och jämnställdhet	Vi har fallit från att ha varit ett hög status land till att inte ses med lika blida ögon internationellt. (kanske har ett bolag sålt ut sig till Kina?)	Sverige ses som ett uniktland med den lyxiga ensamheten på fjället, naturen, kulturen, snön och ljuset. Fantastisk bra sverige bild
Synen framtiden Framtiden i framtiden	Vi ser positivt på framtiden att vi kommer att vara ledande i Green AI user experience. Vi är i balans, vi tar hand om naturen, vi har en innovativ industri. Mitt hem är attraktivt och jag är stolt att bo och verka här. Det kommer vi att fortsätta förvalta in i framtiden. Det kommer minabarn också vara.	Vårt hantverk är unikt och vi är stolta att erbjuda den till rätt besökare. Vi väljer våra kunder. Att behålla den exklusiva touchen är vårt mål in i framtiden. Samarbeten med industrin skapar synergieffekter och en balans. Våra förhoppningar är fortfarande att bli en basnäring i regionen- detta är trots allt inte klart ännu.	Vi kämpar med våra exklusiva och unika produkte att marknadsföra dem i världen.. Vårt hopp in i framtiden är att få bättre stöttning av det offentliga, genom investeringari infrastruktur. Hjälpa folka att hitta hit.	Fortsätta investera i besöksnäringen regionens största basnäring. Se till att skatteintäkterna hjälper till att locka fler boende, skolor, sjukvård etc.Framtiden är ljus men det krävs en fortsatt gemensam satsning för att ha med lokalbefolkningen och närings hållbara tillväxt.
Upplevelser	Säkerhet, utbildning och fjällvett har vi tagit tag i och utbildar besökare med speciella guider och digitala hjälpmedel.			