

Bæredygtigheds- barometer 2021

Fynsk turisme

Hvor bæredygtige er de fynske turismevirksomheder?

Redaktion:

Destination Fyn
Munkebjergvænget 1
5230 Odense M

**Analyse og design:**

AM Research

AM RESEARCH

November 2021

Forord

På Fyn og øerne er det vores ambition at gøre turismen til bannerfører for bæredygtighed. Turismen er en vigtig del af en større samfundsmæssig sammenhæng og spiller en essentiel rolle ift. både bosætning, beskæftigelse og vækst i lokalområdet. Derfor er omstillingen til mere bæredygtig turisme også en vigtig del af omstillingen til et mere bæredygtigt samfund, der skal sikre, at de kommende generationer får samme muligheder som vi har.

Hos Destination Fyn har vi for andet år i træk taget temperaturen på bæredygtigheden hos de fynske turismevirksomheder. Det har vi gjort, fordi vi gerne vil tilvejebringe relevant viden og værktøjer til virksomhederne. Men også for at vi kan hjælpe virksomhederne i deres strategiske arbejde med bæredygtighed, og det gør vi bedst på et oplyst grundlag.

Årets barometer over bæredygtigheden i de fynske turismevirksomheder viser tydeligt, at virksomhederne arbejder mere med bæredygtighed, og at de i højere grad mærker et positivt finansielt afkast af deres investeringer i bæredygtige løsninger, end det

var tilfældet i 2020. Det viser også, at der stadig er et uudnyttet potentiale, da en del virksomheder endnu ikke er kommet i gang med at indarbejde bæredygtige forretningsløsninger.

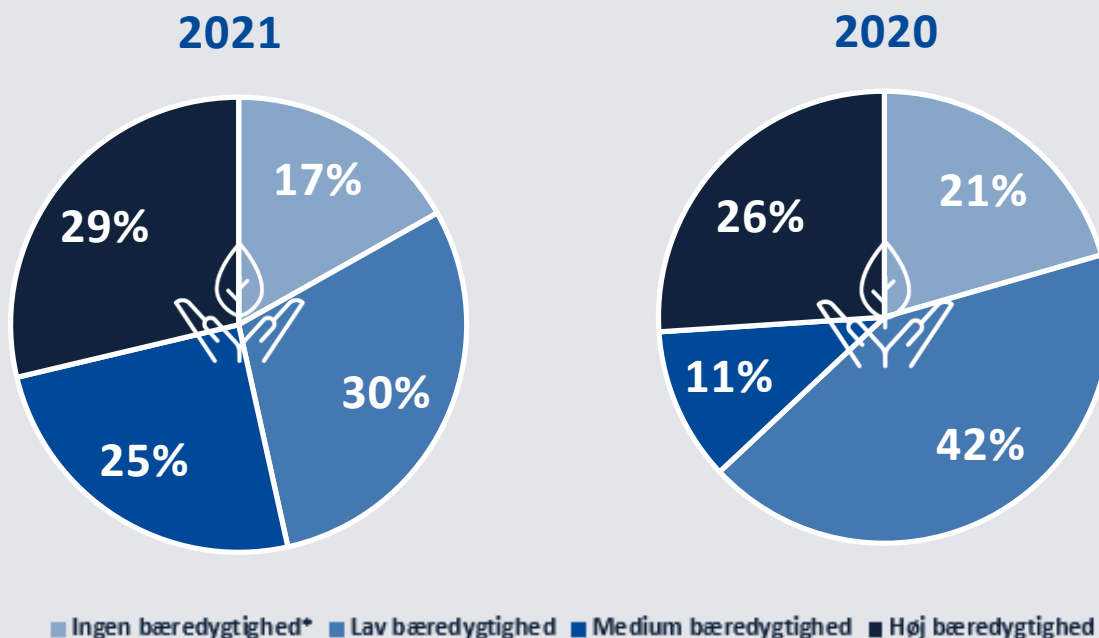
Barometeret giver os ikke kun indsigt i, hvor mange fynske turismevirksomheder, der er i gang med at finde mere bæredygtige forretningsløsninger. Det gør os også klogere på, hvor meget de arbejder med bæredygtighed, hvordan de gør, samt hvilke drivere og barrierer der er i spil for virksomhederne.

Destination Fyn er klar til at sætte endnu mere fokus på udviklingen af bæredygtige turismevirksomheder - både hos de virksomheder, der allerede er nået et stykke, og hos dem der skal til at starte processen. Det gør vi ved at udvikle relevante guides, ved at tilbyde sparring og igennem vores arbejde med at styrke destinationen som helhed.

Med barometeret i hånden har vi et stærkt værktøj, der kan hjælpe os til at kunne tilbyde endnu mere målrettede værktøjer som møder de behov virksomhederne efterspørger.

Hvor bæredygtige er de fynske turismevirksomheder?

Bæredygtigheden går frem blandt de fynske turismevirksomheder



Kilde: Destination Fyn og AM Research

Note: Figuren viser turismevirksomhedernes grad af bæredygtighed opdelt på ingen, lav, medium og høj bæredygtighed.

* Ingen bæredygtighed betyder ikke "nul bæredygtighed", men er et udtryk for, at man har ret begrænsede bæredygtige forretningsløsninger, hvoraf ingen af dem angives i høj eller meget høj grad (se metode side 14).

Antal svar: 101 (2020: 73)

Over halvdelen (54 pct.) af de fynske turismevirksomheder har i medium eller høj grad integreret bæredygtighed i deres forretning. Det betyder at der har været en sammenlagt stigning i disse to kategorier på 17 procentpoint siden 2020.

Der er samtidig sket en tydelig omfordeling mellem, hvor mange der har lav bæredygtighed og medium bæredygtighed.

I 2021 har 25 pct. således medium bæredygtighed (en stigning på 14 procentpoint fra 2020) mens 30 pct. har lav bæredygtighed (et fald på 12 procentpoint fra 2020).

Bæredygtighedsbarometeret viser, at de fynske turismevirksomheder i stigende grad arbejder bæredygtigt, men også, at der stadig er potentiale for bæredygtige forretningsløsninger.



Sådan måles bæredygtighed

Bæredygtighed indebærer, at en virksomhed fungerer med bæredygtige systemer og værktøjer i sine forretningsløsninger.

Bæredygtighedsbarometeret opdeler turismevirksomhederne i fire grader af bæredygtighed, afhængig af hvor mange processer/funktioner den enkelte virksomhed fungerer bæredygtigt i høj og meget høj grad.

Der måles på i alt ni processer/funktioner, som respondenterne har bedømt i forhold til den grad, de er indført i virksomheden.

En nærmere beskrivelse af hvordan graden af bæredygtighed er opgjort ses side 14.

Hvor er turismevirksomhederne mest bæredygtige?

Andel med høj bæredygtighed i turismevirksomhedernes forretningsløsninger opdelt på ni processer/funktioner

Graden af bæredygtighed varierer alt efter hvilken funktion eller proces, der er tale om. Diagrammet viser hvor stor en andel af turismevirksomhederne, der har høj bæredygtighed inden for forskellige klimavenlige, grønne eller sociale funktioner/processer og hvordan udviklingen har været ift. 2020.

De processer/funktioner der oftest anvendes i høj grad er energieffektivisering (47 pct.) samt arbejdsmiljø og -vilkår (47 pct.). Den største stigning sammenlignet med år 2020 ses ved netop energieffektivisering, men også ved fokus på miljømærkning og -certificering, der begge er steget med 11 procentpoint.

Turismevirksomhederne bruger i stigende grad teknologi i deres arbejde med bæredygtighed. 45 pct. bruger udviklingstiltag og teknologier, der bidrager til bæredygtige processer (en stigning på 7 procentpoint), mens 29 pct. bruger intelligente eller digitale løsninger til at reducere spild og CO₂-forbrug (en stigning på 6 procentpoint).

Fælles for alle ni processer/funktioner er at turismevirksomhederne i samme eller stigende grad benytter dem.



Kilde: Destination Fyn og AM Research

Note: Figuren viser andelen af turismevirksomheder, der på en fem-punkts skala har svaret fire (i høj grad) eller fem (i meget høj grad) til ni udsagn om anvendelse af bæredygtige funktioner/processer.

Virksomheder, som har svaret "ikke relevant for os" på de enkelte udsagn, indgår ikke.

Antal svar: 94-100 (2020: 63-68)

Hvorfor arbejder turismevirksomhederne med bæredygtighed?

Turismevirksomhederne arbejder primært bæredygtigt for at beskytte klimaet, samt i stigende grad for den økonomiske gevinst, der følger med



Kilde: Destination Fyn og AM Research

Note: Figuren viser andelen af turismevirksomheder, der har angivet, at et givet motiv, fx "at være mere beskyttende over for klima og miljø", er blandt de tre vigtigste begrundelser for at bruge eller arbejde med bæredygtige forretningsløsninger.

Gælder kun virksomheder, der har svaret bekræftende på, at de anvender bæredygtige forretningsløsninger inden for én af de ni processer/funktioner.

Antal svar: 101 (2020: 73)

Den primære motivation for at arbejde bæredygtigt er at være beskyttende overfor klima og miljø (54 pct.), at styrke brand og image (41 pct.) samt at opnå en økonomisk gevinst ved at reducere udgifter (40 pct.).

Barometeret indikerer en ændring i hvad der motiverer virksomhederne til at arbejde med bæredygtige forretningsløsninger. Sammenlignet med 2020, er motivationsfaktoren at beskytte klima og miljø faldet med 9 procentpoint, mens turismevirksomhederne i stigende grad motiveres af at opnå økonomisk gevinst ved at reducere udgifter, som omvendt øges med 6 procentpoint.

I noget mindre grad anser turismevirksomhederne bæredygtighed som et vigtigt konkurrenceparameter i deres virksomhed/branche (19 pct.).

Begrundelserne for at bruge eller arbejde med bæredygtige forretningsløsninger er i mindste grad motiver om økonomisk gevinst ved at øge indtægter (6 pct.), at kunne udvikle på eksisterende eller nye services (6 pct.) eller at kunne tiltrække medarbejdere (7 pct.).



Hvor er de største barrierer for at øge bæredygtige forretningsløsninger?

Manglende ressourcer, viden og kompetencer er de største barrierer for turismevirksomhederne, for at øge deres bæredygtige forretningsløsninger

De fynske turismevirksomheder oplever oftest, at de største barrierer mod at øge bæredygtige forretningsløsninger, er manglende ressourcer i form af tid/medarbejdere (62 pct.). Andelen af virksomheder der oplever denne barrierer er steget med hele 19 procentpoint ift. 2020. Manglende kompetencer blandt den eksisterende medarbejdergruppe/ledelse er ligeledes steget markant (16 procentpoint).

Mange angiver også manglende overblik/viden om muligheder og potentielle gevinster (39 pct.) ved at øge bæredygtige forretningsløsninger og manglende finansiering (37 pct.) som de største barrierer.

Sammenlignet med 2020 er udfordringerne dog alligevel i mindre grad manglende finansiering (fald på 11 procentpoint), og kundernes villighed til at betale for bæredygtighed (fald på 6 procentpoint).

Overordnet set tyder turismevirksomhedernes oplevelse af barrierer mod øget bæredygtige forretningsløsninger på, at de mangler ressourcer i form af tid og medarbejdere med viden og de rette kompetencer.



Kilde: Destination Fyn og AM Research

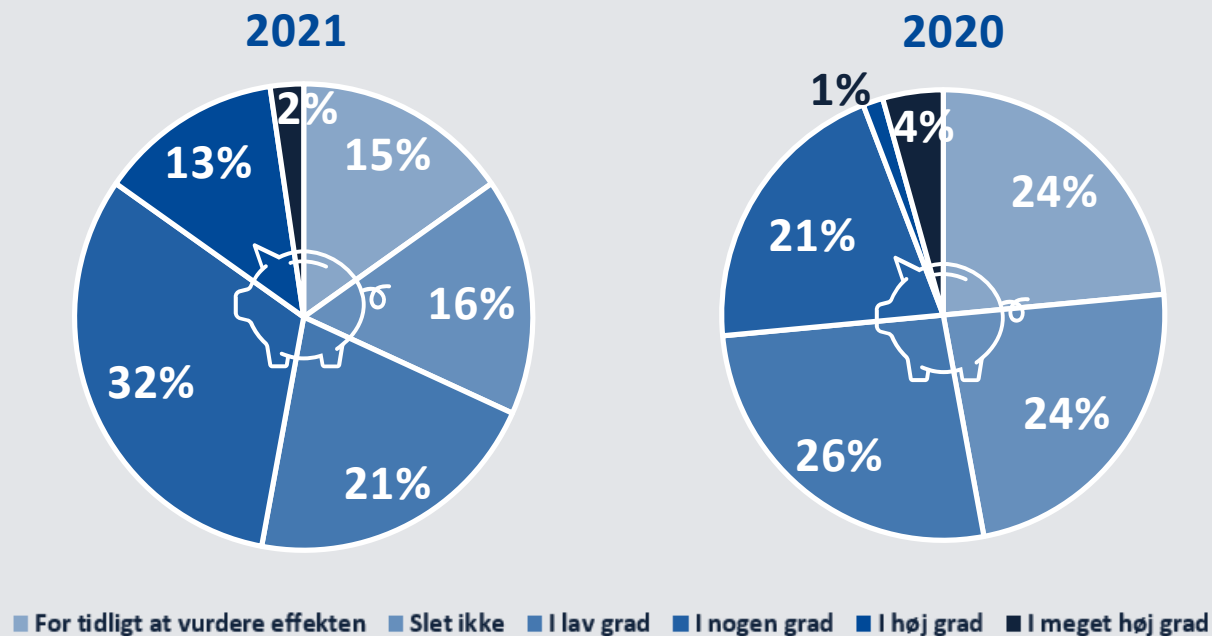
Note: Figuren viser hvor stor andel af turismevirksomheder, der har angivet en given faktor som en barriere for ikke at øge bæredygtige forretningsløsninger i virksomheden.

Antal svar: 101 (2020: 73)



Hvad er effekten af bæredygtige forretningsløsninger?

Et stigende antal turismevirksomheder oplever gevinst af deres investering i bæredygtige forretningsløsninger



Kilde: Destination Fyn og AM Research

Note: Figuren viser fordelingen af turismevirksomhedernes svar på spørgsmålet: "I hvilken grad har I fået økonomisk gevinst af at investere i bæredygtige forretningsløsninger (dvs. om investeringen har tjent sig hjem)?"

Gælder kun virksomheder, der har svaret bekræftende på, at de anvender bæredygtige forretningsløsninger inden for én af de ni processer/funktioner.

Antal svar: 101 (2020: 73)

15 pct. af de fynske turismevirksomheder oplever i høj eller meget høj grad, at deres investeringer i bæredygtige forretningsløsninger giver økonomisk gevinst. Det er en stigning fra samlet 5 pct. i 2020. Flest oplever endvidere i nogen grad en økonomisk gevinst (32 pct. mod 21 pct. i 2020).

Ydermere reduceres andelen, som slet ikke oplever en økonomisk effekt med hele 8 procentpoint fra 24 pct. til 16 pct. Ligeledes oplever færre nu, at det er for tidligt at vurdere effekten (fald på 9 procentpoint).

Svarene tegner altså et billede af, at flere virksomheder i højere grad oplever et afkast af deres investeringer i bæredygtige forretningsløsninger, samt at turismevirksomhederne nu begynder at mærke effekten af deres tidligere investeringer.

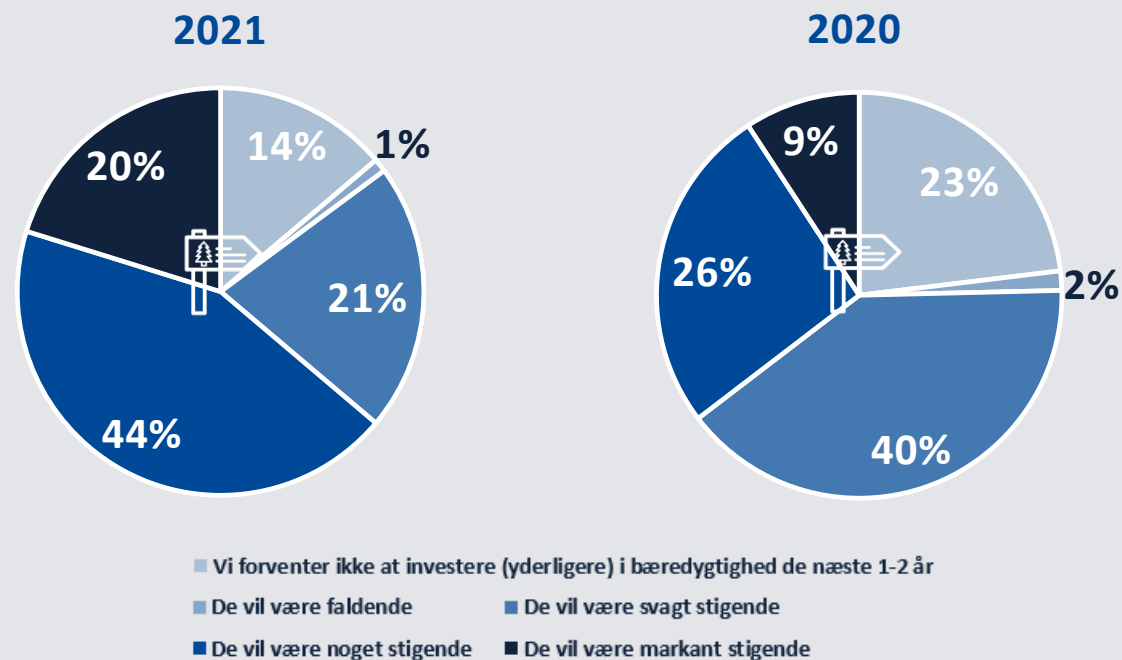
Hvad er forventningerne til investering i bæredygtige forretningsløsninger?

Et stigende antal turismevirksomheder forventer flere investeringer i bæredygtige forretningsløsninger

Overordnet forventer knap dobbelt så mange af de fynske turismevirksomheder i markant eller noget stigende grad, at de vil investere i bæredygtige forretningsløsninger i løbet af de næste 1-2 år. Andelen øges fra 35 pct. i 2020 til 64 pct. i 2021.

Samtidig forventer færre, sammenlignet med 2020, slet ikke at investere i bæredygtige forretningsløsninger i de næste 1-2 år (fald på 9 procentpoint fra 23 pct. til 14 pct.).

Blot 1 pct. forventer at de vil være decideret faldende.

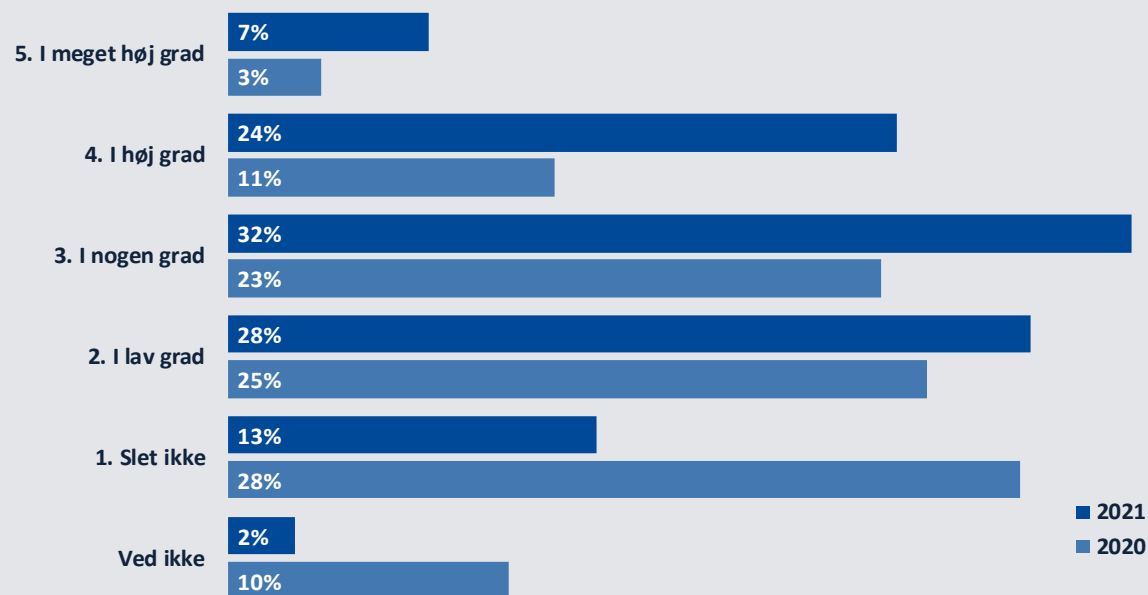


Kilde: Destination Fyn og AM Research

Note: Figuren viser fordelingen af turismevirksomhedernes svar på spørgsmålet: "Hvad er jeres virksomheds investeringsplaner inden for bæredygtige forretningsløsninger de næste 1-2 år i forhold til tidligere år?"
Antal svar: 101 (2020: 73)

I hvilken grad efterspørger kunderne bæredygtige løsninger?

Turismevirksomhedernes kunder efterspørger i stigende grad bæredygtige tilbud, services og produkter



Kilde: Destination Fyn og AM Research

Note: Figuren viser fordelingen af turismevirksomhedernes svar på spørgsmålet: "I hvilken grad efterspørger jeres kunder bæredygtige løsninger?"

Antal svar: 101 (2020: 73)

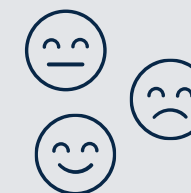
Knap en tredjedel (31 pct.) af de fynske turismevirksomheder angiver, at deres kunder i høj eller meget høj grad efterspørger bæredygtige tilbud, services og produkter.

Det er en kraftig stigning (17 procentpoint) siden 2020.

Samlet set oplever virksomhederne i stigende grad, at deres kunder efterspørger bæredygtige tilbud, services og produkter.

Samtidig er der et markant fald i andelen af virksomheder (fra 28 pct. i 2020 til 13 pct. i 2021, der slet ikke oplever at deres kunder efterspørger bæredygtige løsninger.

Desuden er flere af virksomhederne bevidste om kundernes efterspørgsel af bæredygtige tilbud, services og produkter, end i 2020, hvor andelen, der svarede "ved ikke", var fem gange højere.



Hvilke typer viden om bæredygtighed ønsker turismevirksomhederne?

Inspiration, sparring og gennemsyn af ens virksomhed er de vigtigste ønsker for at lære om bæredygtige forretningsløsninger

De fynske turismevirksomheder efterspørger primært ny viden om bæredygtighed i form af inspiration (49 pct.), hvilket er en kraftig stigning siden 2020 (17 procentpoint).

Omvendt efterspurgte en lidt større andel af virksomhederne i 2020 sparring om konkrete tiltag (42 pct. mod i dag 39 pct.).

Hjælp til screening af ens virksomheds muligheder stiger ligeledes betragteligt i 2021 til 38 pct. fra 30 pct. i 2020.

Efterspørgslen af viden om certificeringer og strategiarbejde er generelt set ikke høj og andelen er endvidere faldet yderligere siden 2020 (hhv. 6 og 3 procentpoint).

Samlet set tyder svarene på, at turismevirksomhederne har brug for hjælp til at få et overblik over mulighederne og at få inspiration og konkrete værktøjer til at lykkes med bæredygtige forretningsløsninger.



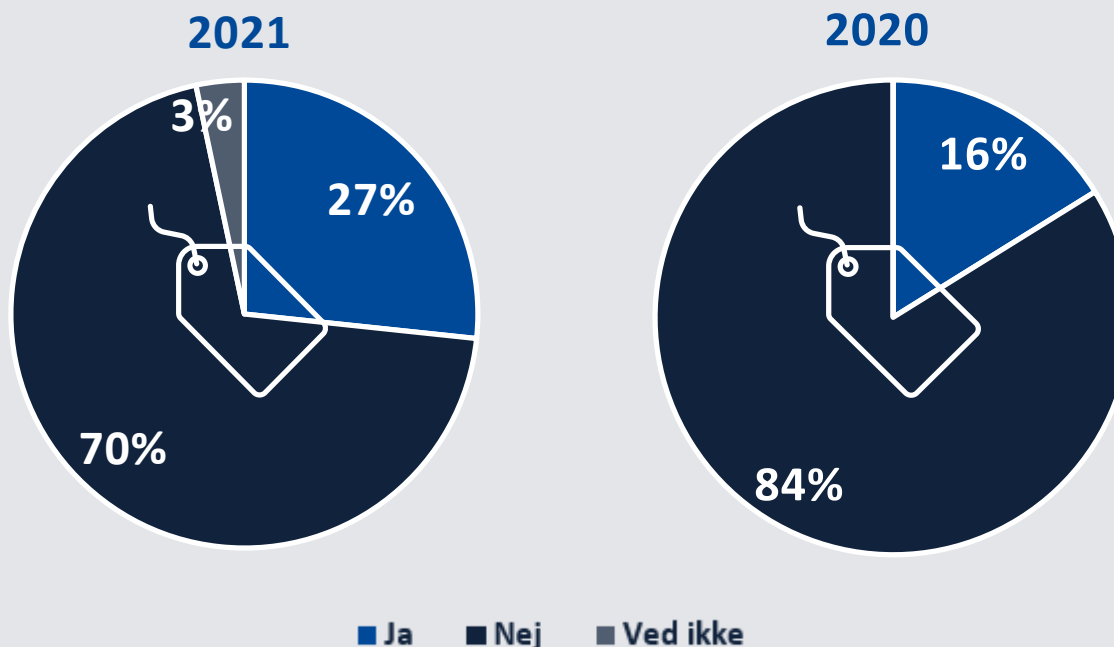
Kilde: Destination Fyn og AM Research

Note: Figuren viser hvor stor andel af turismevirksomheder, der har angivet hvilke typer viden inden for bæredygtighed, de mest har brug for.

Antal svar: 101 (2020: 73)

Har turismevirksomhederne certificeringer?

Et stigende antal turismevirksomheder har certificeringer eller mærkninger med fokus på bæredygtighed, arbejdsmiljø m.v.



Kilde: Destination Fyn og AM Research

Note: Figuren viser fordelingen af turismevirksomhedernes svar på spørgsmålet: "Er jeres virksomhed certificeret eller tilsluttet nogle mærkningsordninger inden for eksempelvis miljø, arbejdsmiljø, bæredygtighed, økologi eller lignende?"
Antal svar: 101 (2020: 73)

Mens 16 pct. af de fynske turismevirksomheder i 2020 svarede "Ja" til at være certificerede eller tilsluttet mærkningsordninger inden for miljø, arbejdsmiljø, bæredygtighed, økologi eller lignende, er det i 2021 steget til 27 pct. af turismevirksomhederne.

Med en stigning på 11 procentpoint er det et tydeligt signal om, at de fynske turismevirksomheder har et strategisk fokus på at optimere deres forretninger i retning af øget bæredygtighed og grøn omstilling.



Bæredygtighedsbarometer 2021 Fynsk turisme handler om graden af bæredygtighed i de fynske turismevirksomheder.

Barometeret viser udviklingen fra den første måling i november 2020 til den nyeste måling i november 2021.

Der er i 2020 gennemført 73 interview og i 2021 101 interview med turismevirksomheder på Fyn. Disse dækker over restauranter, hoteller, forlystelser, museer osv.

Sådan måles graden af bæredygtighed

Undersøgelsen måler graden af bæredygtige forretningsløsninger i ni processer og funktioner, som de bruges i turismevirksomhederne.

Udsagnene er inspireret af FN's 17 Verdensmål og spreder sig på tre hovedtemaer:

- Klima og energi
- Grøn omstilling
- Arbejds miljø og social ansvarlighed

Turismevirksomhederne har vurderet hvert udsagn på en 5-punkt likert-skala, der går fra "1. slet ikke" til "5. i meget høj grad". En proces/funktion, hvor virksomheden svarer i høj grad (4) eller i meget høj grad (5), betegnes som høj bæredygtighed.

Respondenterne svarer på følgende ni udsagn om virksomhedens bæredygtighed af forskellige processer/funktioner:

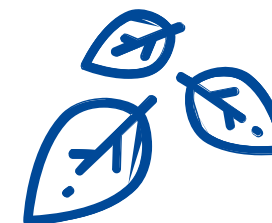
1. Vi arbejder med at mindske vores affaldsmængder på tværs af hele vores forretning.
2. Vi anvender cirkulær tankegang - enten genanvendelse af materialer eller affaldsforebyggelse gennem produkter, der f.eks. kan repareres eller opgraderes.
3. Vi energieffektiviserer med fx at bruge mindre energi, øge genanvendelsen af energi, øge andelen af vedvarende energi eller reducere brug af fossile brændstoffer.
4. Vi arbejder aktivt for medarbejdernes trivsel med fx at optimere arbejdsvilkår, øge goder som sundhed, ergonomi, fleksibilitet og efteruddannelse, samt forbedre "work-life balance" og social ansvarlighed.
5. Vi har fokus på udviklingstiltag og teknologier, der bidrager til miljøvenlige eller bæredygtige processer (fx digital gæsteservice eller automatiseringsværktøjer).
6. Vi kommunikerer bæredygtighed i vores markedsføring ved fx at fortælle om eller brande os på områder, hvor vi har indført bæredygtighed.
7. Vi benytter intelligente eller digitale løsninger for at reducere spild og CO2-forbrug (fx måling af madspild, optimering af vandforbrug, energistyring og logistik).
8. Vi øger virksomhedens fokus på bæredygtighed i vores salgsmaterialer og træner vores servicemedarbejdere i at kommunikere bæredygtige

aspekter af vores virksomhed og service til vores gæster.

9. Vi fokuserer på miljømærkning og certificering i vores indkøb eller undersøger aktivt, hvor bæredygtige, miljøbevidste eller socialt ansvarlige vores leverandører er.

Virksomhedens samlede grad af bæredygtighed bestemmes ud fra hvor mange af dens processer og funktioner, der har høj bæredygtighed.

- Virksomheder med nul højt bæredygtige processer/funktioner betegnes som **ingen bæredygtighed**.
- Virksomheder med en eller to højt bæredygtige processer/funktioner betegnes som **lav bæredygtighed**.
- Virksomheder med tre eller fire højt bæredygtige processer/funktioner betegnes som **medium bæredygtighed**.
- Virksomheder med mindst fem højt bæredygtige processer/funktioner betegnes som **høj bæredygtighed**.



Bæredygtighedsbarometer 2021

Fynsk turisme

Bæredygtighedsbarometer 2021 Fynsk turisme måler graden af de fynske turismevirksomheders brug og anvendelse af bæredygtige forretningsløsninger.

Barometeret stiller skarpt på:

- Hvor bæredygtige er de fynske turismevirksomheder?
- Hvilke områder er turismevirksomhederne mest bæredygtige?
- Hvad er formålet med bæredygtighed?
- Hvad er de største barrierer for at øge graden af bæredygtighed?
- Hvor stor er gevinsten ved bæredygtighed?
- Hvilke forventninger er der til at øge fremtidige bæredygtige forretningsløsninger?
- Kundernes efterspørgsel efter bæredygtige løsninger?
- Hvilke typer viden om bæredygtighed ønsker turismevirksomhederne?
- Har turismevirksomhederne certificeringer?

For yderligere information kontakt:

Mark Hauge Østergaard

Forretningsudvikler, Bæredygtighed & Digitalisering
mhoe@destinationfyn.dk

Bæredygtighedsbarometer 2021 Fynsk turisme styrker indsigten og viden om de fynske turismevirksomheders brug og anvendelse af bæredygtige forretningsløsninger.

Barometeret er gennemført af
Destination Fyn og
AM Research

AM RESEARCH 

