

## Delphi Study Report on Tourist Practices in the Circular Economy

Greve, Kim Andreas Gjetting Møller; Sørensen, Flemming; Bærenholdt, Jørgen Ole

*Publication date:*  
2018

*Document Version*  
Other version

*Citation for published version (APA):*  
Greve, K. A. G. M., Sørensen, F., & Bærenholdt, J. O. (2018). *Delphi Study Report on Tourist Practices in the Circular Economy*. Roskilde Universitet.

### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain.
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact [rucforsk@kb.dk](mailto:rucforsk@kb.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# Delphi Study Report on Tourist Practices in the Circular Economy

Kim Andreas Gjetting Møller Greve

Department of People and Technology, [kagmg@ruc.dk](mailto:kagmg@ruc.dk), business studies and performance design

Flemming Sørensen

Department of Social Sciences and Business, [flemmiso@ruc.dk](mailto:flemmiso@ruc.dk), business studies

Jørgen Ole Bærenholdt

Department of People and Technology, [job@ruc.dk](mailto:job@ruc.dk), human geography

All at ROSKILDE UNIVERSITY, funded by the university's CIRCLES centre.

## 1 INTRODUCTION

---

This is a report about the findings of a Delphi study on how tourist practices can support a circular economy of tourism, now and in the future. We also report the findings from the study about barriers and potentials for the development of such tourist practices. Circular economy is for example described by the Ellen MacArthur Foundation (2013) as a restorative economy based on renewable energy and non-toxic renewable resources. Circular economy aims to limit waste by recycling used products, components and resources and by keeping products, components and resources in use longer (Macarthur, 2013). By focusing on tourist practices we accept that tourists are themselves important co-creators of tourism experiences (Sørensen, Jensen & Hagedorn, 2018) and we provide an alternative approach to the dominant approach in Circular Economy studies that focus on how suppliers may provide new production solutions. Consequently, we focus on innovations in what people do, not in products (Pantzar & Shove, 2010; Shove & Walker, 2010). Thus, we provide new knowledge about Circular Economy in tourism which has so far been under-investigated.

The report begins with introducing the methods of the Delphi Study and explains how we have adjusted and applied the methods for the present study, selecting and inviting panelists, designing questionnaires and collecting data from panels in two rounds. Thereafter we describe how the collection of data and the analysis took place, first focusing on how responses from the first round was organized into to the questionnaire for the second round. Eventually, results from the rankings produced in the second round are described and the first, initial, discussions and conclusions are outlined. This report is the empirical data and method documentation we refer to in our co-authored paper on 'Tourist Practices in the Circular Economy'. Data are listed in appendixes 5.1-5.9.

## 2 METHOD

---

The Delphi technique is a widely recognized method in social science research. Originally developed by the RAND corporation in the 1950s, it is applied in projects that deal with forecasting and identification of solutions to complex problems, which is achieved through structured, controlled-

feedback dialogue between experts and stakeholders (Okoli et. Al 2004: 16). The method allows for a thoroughly organized survey process in which panel participants are given the opportunity to, subjectively, define opinions and typologies around an issue containing a large degree of uncertainty. These typologies can then be structured to facilitate a controlled feedback-discussion with the aim of, through iterations and adaptations of survey questions, reaching an acceptable consensus pertaining the issue in question. As such, the overall process and practice of utilizing a limited set of expert respondents, gives the Delphi-method an appearance of a group decision technique rather than a traditional survey (Okoli et. Al 2004: 19).

Delphi studies are often applied as a “ranking-type” study, focusing on attaining a relative statistical consensus about the importance of select identified issues, and where the course of action deals with forecasting and problem identification or concept- and frame development (ibid: 17). As the literature in this study points out, this does not classify the method as quantitative, rather, it is a qualitative method that allows for in-depth answers about *what* is important as well as *how* important it is (Von Bergner & Lohmann 2014: 422)

The following is a methodological adaptation of Okoli et. Al’s (2004) rigorous outline of a recommended Delphi procedure. They apply a three-step strategy to identify, explore and recommend solutions to their research complex. (Ibid: 18).

This design further draws on Barnes & Mattsson’s (2016) ranking-type Delphi study, forecasting possible scenarios for an uncertain future through the identification of drivers and barriers of a novel trend. They also state four basic principles for the technique, namely: 1. Anonymity; 2. Iteration; 3. Controlled feedback; and 4. Statistical “group response” (von der Gracht, 2012 in Barnes & Mattson 2016: 201).

Finally, this design is inspired by Von Bergner & Lohmann’s (2014) Delphi study, forecasting future challenges for global tourism through three rounds of expert feedback. The second round and analysis in their study seems immediately similar to the approach adapted here; conducting a numerical analysis and producing descriptive analytics from the first rating of themes by respondents.

## **2.1 IDENTIFICATION AND SELECTION OF PANELISTS IN PRACTICE**

Emphasis is placed on the importance of selecting the right participants for study, to which Okoli et. Al (2004) adapt a five-step procedure (Ibid: 21). In our specific adaptation of the process, we proceeded with a mix of their initial two steps for panel classification through a ‘Knowledge Resource Nomination Worksheet’. When inviting panelists, we also encouraged the nomination of other experts, but refrained from ranking experts based on their qualifications.

*STEP 1 & 2: Identification of the primary disciplines to be included in expert panels.*

We wanted to produce data from experts both directly and indirectly involved with tourism. This resulted in the aim of conducting two panels:

- Industry representatives
- Journalists, bloggers, opinion leaders (“opinion makers”)

We proceeded to search for and identify relevant organizations and individuals through professional networks and internet search. The aim was to include business- and organization leaders as industry representatives and, if not possible, we would ask for the relevant sustainability- or development associate at the organization. For the opinion maker segment the aim was to contact popular travel blogs, executive travel journalists, future researchers or even local tourist hosts.

*STEP 3, 4 & 5: Contacting and inviting the select participants for the panel via phone and email.*

When inviting participants to join the survey, we also encouraged them to nominate other (or) more relevant experts for the study, in case they did not want to, or have the time available, to take part in the study.

**Table 1** shows an outline of the process; after the initial identification, 56 participants were contacted. Of those a total of 32 made a written confirmation to participate and were subsequently handed the first survey. Of those 32, 18 had completed the first survey after the response period. In the end, a total of 13 participants across the two defined panel groups completed both surveys.

**Table 1**

No. of participants	Panel 1	Panel 2	Total
Initial shortlist	35	21	56
Confirmed participation	20	12	32
Answered survey 1	8	10	<b>18</b>
Answered survey 2	6	7	<b>13</b>

## **2.2 DESIGN AND ASSIGNMENT OF QUESTIONNAIRE**

The first questionnaire in a Delphi study normally simply requests ideas about a few themes from panelists (Okoli et. Al 2004: 24). When conducting a Delphi study, it is imperative that the first phase of questioning retain an open-ended character, allowing experts to freely and subjectively identify factors relevant to their experience. Posing open-ended questions require that respondents devote a certain amount of time thinking about and formulating their answers – as opposed, perhaps, to presenting their opinion through a prepared quantitative scale. Therefore, the initial round of questioning must be presented as clearly as possible and with as few questions as possible, and the following rounds taking a consensus-seeking character through ranking or rating themes (Von Bergner & Lohmann 2014: 422).

Listed below are our research questions with corresponding interview questions attached:

### **2.2.1 Round 1: Identification & exploration of themes**

1. RQ: Where can we find contemporary travel practices that have the potential to upscale and develop into tourist practices in a circular economy?
  - o *IQ: Describe existing circumstances in which tourists partake in practices that would correspond to the circular economy. Please list at least 3 examples*
2. RQ: What kinds of dynamics and interests could drive (these) transformations in tourist practices towards a circular economy of tourism?

- *IQ: Please list the 3 most important factors driving transformations in tourist practices towards a circular economy*
  - *IQ: Please list the 3 most important factors limiting transformations in tourist practices towards a circular economy*
3. RQ: Where could new tourist practices in a circular economy appear and develop for the future?
- *IQ: what kinds of practices do you find will be the most important for a circular economy tourism in 10-15 year perspective? Please list at least 3 examples*

The first survey was built upon these questions and set up as an online form. Interview questions corresponding the second research question were joined together as one question in the first survey, before being split up in the second round, as will be seen in **table 2**. An introduction to the purpose of the survey and definitions of central concepts were included (**appendix 5.1**), as were a print-ready version of the form that were distributed to participants. The central concepts defined for participants included the *circular economy (CE)* and *circular economy tourism practices (CET)* with their associated abbreviations, thus introducing how we focus on innovations in what people do through practices.

Survey round one was distributed to 32 participants with a 14 day response period and one reminder. After the response period, 18 participants had answered the survey.

### **2.2.2 Round 2: controlled feedback & narrowing down**

We collected the raw data produced by respondents from the open questions. The raw data are of an open-ended and varied character, as recommended for the first round of a Delphi study (Okoli et. al 2004: 24). Therefore the task lies in condensing and consolidating the different answers so that we were able to create a ranking questionnaire for the second survey. This included asking respondents to consider their initial answers in relation to the answers produced by the rest of the panel - and as interpreted by the researchers. Thus, we commenced a raw consolidation of similar themes emerging from each answer, producing three initial lists (**appendix 5.7**). Raw themes on these lists were then consolidated back and forth between researchers until agreement reached upon interpretation and presentation of lists and emerging themes for the second round.

It should be noted here, that in the corresponding phase one from Okoli et. al (2004: 24), the condensed lists were returned to panelists for validation of the researchers' interpretation of original answers. The danger in not conducting this step in phase one is that "*without this step there is no basis to claim that a valid, consolidated list has been produced*" (Schmidt (1997) quoted in Okoli et. al. 2014: 25). However, we felt that it was possible for us to produce a reliable condensed list, without returning this to panelists, since it was our first priority to make panelists save their, anticipated, limited time and capacity for responding to the following round

Lists consolidated by researchers were thus returned to panelists and they were asked to reify their answers by selecting the most important items (*choose 5 most important subjects on each list*) and ranking these items in order of importance from 1-5 (1 being the most important). Additionally, panelists were offered to comment on their selection and the categories. In this way the validation of the researchers' interpretations was partly integrated in this round.

Survey round two was distributed to 18 respondents that completed the first survey (out of 32 commitments). Panelists were given a 14 day response period and one reminder. After completion of

the answer period 13 respondents had completed the survey, producing the preliminary ranked data that serve as primary empirical basis for analysing the research questions. Literature recommends panels of 10-18 experts (Okoli et. al 2004: 19). As a consequence, the results from two rounds of surveying are compiled and analysed as one panel, keeping in mind the distinctions originally given to each respondent (e.g. industry representative or opinion maker).

This choice is perhaps not of the highest consequence in this situation, as the praxis of soliciting diverse panels take on more importance the more rounds a Delphi study has. This is because of the group-consensus seeking aspect, that may result in diverse group opinions from different panels when several iterations of the lists are produced.

### 3 ANALYSIS

---

#### 3.1 ROUND 1

During the condensing analysis the researchers agreed on expanding answers from 3 original, open-ended questions into four lists of themes, each with a question reflecting back on the original question, e.g:

TABLE 2 - QUESTIONS POSED IN THE SURVEYS	
ROUND 1	ROUND 2
Q1 - "Describe existing circumstances in which tourists partake in practices that would correspond to the circular economy. Please list 3 or more examples"	List 1 - "The five most important examples of already existing CET activities are:..." (14 themes)
Q2 - "Describe the highest potential drivers and barriers in relation to the development of tourist activities that may support a circular economy. Please list 3 or more examples of both drivers and barriers"	List 3 - "The five most important barriers related to the (general) development of tourist activities that support a circular economy are:..." (16 themes)
	List 4 - "The five most important drivers related to the (general) development of tourist activities that support a circular economy are:..." (21 themes)
Q3 - "What kinds of tourist practices do you find will be the most important for a circular economy tourism in 10-15 year perspective? Please list 3 or more examples"	List 2 - "In the next 10-15 years, the five most important examples of CET activities among tourists will be:..." (17 themes)

Though the introduction and guidelines for the survey focus specifically on activities done by tourists, many of the answers still reflect back on what we call the supplier-side of tourism service- and experience. This may be expected though, as activities often relate to tourists' use of specific products and services offered by the industry. Accordingly, even though we focus on activities done by tourists,

the industry itself still takes a major role when defining possible CET practices. This is a result of much tourism taking place as co-creation between tourists and tourism companies.

This is also observed in the diversity of answers produced from the open-ended questions:

For the first question, answers related to specific tourist practices such as choice of holiday type (e.g. staycation, nature tourism, walking/cycling/activity holidays) use of sharing platforms (accommodation, transport and minimizing food waste e.g. Airbnb, GoMore, Too Good To Go), choice of activities (e.g. deposit systems for waste sorting, sightseeing on foot/bike and volunteer work). Answers also contained industry-related concepts such as eco-hotels, use of local labour and increased cooperation between SMEs. Finally, suggestions included concepts such as *tourismphobia* and *Localhood*, concepts that may be understood as both marketing strategies to be used by industry actors as well as possible direct tourist practices (e.g. tourists actively choosing other destinations because of perceived tourist crowds or engaging in activities dispersing away from a tradition tourism hotspot)

For the second question, answers related mainly to general drivers and barriers such as: facilitation of Localhood tourism, development of incentives to use sharing platforms, optimization of energy systems in hotels and restaurants and policy initiatives supporting train travel (drivers); the low cost of air travel, deteriorating quality of public transport and the globally rising number of travelers (barriers). Answers directly related to tourists' motivations were fewer, but important examples such as: changed patterns of travel motivation and mobility patterns in new generations of travelers and development of user conscience about climate and consumption (drivers), tourism as a hedonic activity and choice of cheaper travel alternatives (barriers).

For the third question, answers concerning future practices had a lot in common with examples from the first question. New suggestions include the use by tourists of CO<sub>2</sub>-neutral transportation. and near-market tourism. Other suggestions seemed to be more properly related to the second question such as intelligent use of a smart city's resources e.g. IoT, improving train infrastructure in the EU and optimization of cruise- and airline fleets (**appendix 5.7**). These suggestions are concerning future CE developments but we perceive them as industry-related developments rather than CET practices.

Concluding these initial observations from round one, one might ask whether some of the suggestions even relate to a circular economy at all. Examples include such as the spreading of tourists away from tourist hotspots and participating in voluntary work during holidays, but this may also serve to support how the Delphi method is deployed in search of answers to complex and uncertain questions (e.g. Okoli et. al 2004; Barnes & Mattsson 2016; Von Bergner & Lohmann 2014) even concerning the future, as in this case. Importantly, this is also reflected in the diversity of answers produced in the first round; as respondents were urged to openly define their terms and opinions, several answers came in the form of paragraphs essentially including a lot of interdependent factors for one theme.

## 3.2 ROUND 2

Following the guidelines for a Delphi study we chose to include all types of answers from participants in the first round (though some were moved from answers to the third question to the second as indicated above).

Data gathered from the second round of questioning was manually exported to an excel sheet and listed as the themes were prioritized by each respondent from 1-5. Following this, the numbering was reversed so that prioritizations became weighted according to (1 = lowest weight, 5 = highest weight),

thus allowing for a simple numerical analysis of the top ranked themes by total sum (**APPENDIX 5.3-5.6**).

The following is a preliminary analysis of trends observed in the collected data from round two. It must be stated, once again, that all categories and formulations are built upon respondents' initial constructs, but condensed according to the researchers' interpretations of these so that we were able to produce actual lists of themes (e.g. as seen in the table above showing the progression of questions and lists).

*List 1: Current CET activities* (appendix 5.3)

Top ranked themes include the use of current and modern sharing platforms during travel, as well as types of travel that (presumably) limit the use of CO<sub>2</sub>-heavy transport (e.g. hiking and cycling holidays) - or do not imply such transport at all, as in the case of "staycation". Staycation was only suggested as a current and not a future trend, thus it may be considered a short lived trend. However, it was suggested in a similar guise as a future example as the *development of near-market tourism*.

Bottom-ranked themes include quite specific tourist activities such as the use of social food services during travel, volunteering as part of the holiday and use of internal and external deposit systems. These should not necessarily be considered as irrelevant, but it seems quite clear that themes not relating to either transport and holiday types or sharing platforms are not seen as the most important current examples of CET activities.

Interestingly, the reason for *modern sharing platforms* being top ranked is mainly due to votes from respondents in the "opinion maker" segment.

*List 2 - Future CET activities* (appendix 5.4)

Top ranked themes are repeated from the first list, with the use of more sustainable transportation, as well as sharing platforms during travel, taking top spots followed by a tourist practice of actively minimizing food waste. Thus, respondents consider the reduction of food waste during travel as a focal point for the coming 10-15 years, along with transport and sharing platforms.

Bottom ranked themes include two themes related to "*the preferring of individual travel activities as opposed to mass-travel activities*" and "*a changing in forms of travel due to altered means of living and working*". Other bottom-ranked themes are the same as in list one; volunteering and social food experiences as part of travel. Interestingly, the quite relevant theme of "*Localhood*" tourism, at least in a Danish context, takes bottom fifth above these. The reason for these themes not receiving support from panelists are unclear; it may be that they do not seem directly related to circular practices and would be interesting concepts to explore further in a CET context.

*List 3 - General barriers* (appendix 5.5)

The outstanding top ranked theme is the low cost of flying, ranked highly by most respondents. Although the theme was ranked by a high prioritization from respondents that chose the theme, it was mainly rated by respondents in the "opinion maker" segment. In addition, "*lack of political action inhibits circular-economic innovations in the sector (especially SMEs)*" and "*continuing rise in the number of global travelers*" seem the most important barriers to a development of CET. Also, for the second rated theme - lack of political action - ratings attain some consensus in the opinion maker segment.

Taking bottom spot with no votes is a theme concerning the channeling of tourists away from city centres and activity bottlenecks. This theme seems related to the idea of Localhood tourism, but since



it's the barrier with the fewer votes perhaps it is a barrier with a present solution, though not necessarily clearly related to CET.

*List 4 - General drivers* (appendix 5.6)

Top ranked potential drivers include consumer awareness about the climate and consumption, which could be seen as a direct driver of CET activities. Second ranked driver is the optimization of energy- and cooling systems in restaurants and hotels and third driver is national and/or EU-grounded policy supporting more train travel as a means of sustainable transport. These themes are closely followed by an iteration of policy frameworks spurring developments in CE e.g. tariffs on pollution levels. Thus, the tourists are here seen as a major driver, however in combination with actions taken by the industry and policy makers, which illustrates the complexity and joined actions needed.

Bottom ranked on the list of potential drivers are: *"the education of tourists in sustainable behavior by actors in the sector such as hotels"*, *"businesses donating used materials for charity"* and *"waste problems can spur governments to action e.g. in developing countries"*. Each of these received no votes as potential drivers of CET activities.

### **3.2.1 Findings from top rated themes and feedback (appendix 5.2 + 5.9)**

The comments provided by respondents provide valuable feedback and validation/lack thereof of the four lists presented for the second round of questioning. These comments thus serve as controlled feedback from the respondents, retaining anonymity to the general data but identifiable by the researchers e.g. in case of further questioning. Von Bergner & Lohmann (2014: 425) used this type of feedback to conduct a third round as a focus group, allowing experts to meet physically and discuss, in detail, the preliminary findings and challenges emerged from the initial rounds. We are in the process of deciding if and how to proceed our data collection and analysis.

Observations from these comments include that two respondents do not agree on some of the choices' relation to a circular economy; one respondent by arguing that the themes presented overlap with a definition of sustainability and the other arguing that circular economy should designate a sustainable, looped system upholding the same level of growth, not just reduced consumption. Both are arguing that the themes presented can not be seen as true circular-economic activities as they are dependent on external factors e.g. businesses and transport (**appendix 5.9**). It must be noted here, that all themes produced stem from the raw data initially provided by the respondents.

Still this suggests the complexity of CET and that quite different perceptions exist about this subject. And this emerges as a key point in the further discussion: top ranked themes after two rounds reflect how it is difficult, if possible, to produce examples of CET practices without relating to the general supply side of the tourism chain. Further, respondents comment on the fact that CET activities cannot be seen in isolation to the larger system (e.g. is staycation a CE activity because of less air transport?), a point that immediately corresponds to the theoretical concept of compound practices.

Considering these relational factors, some paradoxical relationships between CET activities and general conditions may occur. This may be illustrated by sharing platforms being rated the highest current and future CET activity, but the low cost of flying rated as the higher barrier: what kind of compound CET practice emerges when a family flies across the globe to a destination but, when there, stay in an Airbnb, bike around the city and use food waste/sharing platforms such as Too Good To Go? Or what about a hotel investing in circular energy- and heating systems, but guests subsequently heavily increase their use of electricity and water? One respondent referred to conditions like these with a comment using the phrase *"it's the chicken and the egg, as the businesses are waiting for the guests and the guests are waiting for the businesses etc"* (**appendix 5.9**).

An interesting perspective emerges as “*development of consumer-awareness regarding the climate and consumption in general*” is listed as the main driver. As stated above in the preliminary analysis of round one, it is acceptable - and perhaps unavoidable - that the industry play a major role in developing initiatives that drive forward the transformation toward a circular tourist economy, and conversely eliminate barriers to this. In fact, by ranking consumer awareness as the main driver to CET transformations, the respondents in this panel put a considerable amount of power in the hands of the tourists/consumers themselves.

### 3.3 CONCLUSIONS

So looking at the overall picture, the main drivers and barriers relate to a mix of consumer behaviour, industry initiatives and policy regulations. Ratings produced from this first round of *controlled feedback* also indicate a general lack of consensus. It is possible that re-validation of themes and even formulations through more rounds might spur consensus between the respondents, but this is not a given. However, some indicators of consensus may be observed, specifically when we look at the ratings produced by either *industry representatives* or *opinion makers*, as seen in the walkthrough of the lists. The overall trends emerging does paint a useful picture going forward; with varied answers in the first round, respondents highlighted both very specific tourist practices and more general holiday types. They also attained little consensus from the initial ranking, however some consensus on sharing platforms and sustainable transport emerged as current and future CET practices. Drivers and barriers to CET practices relate to calls for action on behalf of both tourists, industry and policy. Some suggestions do not clearly support CET, and as such are pointed out by respondents, but all themes are produced by the initial raw data from respondents, and also this fuels a discussion about the relevance of looking at CET as compound practices. These compound practices are further complicated by the actions of industry and policy in an interdependent system.

## 4 REFERENCE LIST

---

- Barnes, S. J & Mattsson, J. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting & Social Change* 104 (2016) 200–211
- Mac Arthur, E. (2013). Towards a circular economy. Ellen Mac Arthur Foundation.
- Okoli, C, & Pawlowski, S. D. (2004). The Delphi Method as a Research Tool: an example, design considerations and applications. *Information & Management* 42 (2004) 15–29
- Pantzar, M., & Shove, E. (2010). Understanding innovation in practice: A discussion of the production and re-production of Nordic walking. *Technology Analysis and Strategic Management*, 22(4), 447–461.
- Shove, E. and Walker, G. (2010) Governing transitions in the sustainability of everyday life, *Research Policy* 39: 471-476.
- Sørensen, F., Jensen, J. F., & Hagedorn, P. (2018). Co-creation of tourism place experiences. In M. Kozak and N. Kozak (Eds.), *Tourist behavior: an experiential perspective* (pp. 1–18). Springer.
- Von Bergner, N. M & Lohmann, M. (2014). Future Challenges for Global Tourism: A Delphi Survey. *Journal of Travel Research*, Vol. 53(4) 420–432

## 5 APPENDIX

---

### 5.1 CET INTRODUCTION FOR PARTICIPANTS INTRODUKTION & BEGREBSAFKLARING

Kære deltager. Endnu en gang, tak for din medvirken i denne undersøgelse. Herunder introduceres du kort til selve undersøgelsen og de centrale begreber, der former forståelsen af cirkulær økonomi og turisme. I den følgende sektion bliver du bedt om at svare på tre åbne spørgsmål.

- Hvad er cirkulær økonomi (CE)?

Dette spørgeskema har til hensigt at udforske viden om de ting, folk foretager sig som turister; med andre ord de praksisser/aktiviteter, turister udfører. Målsætningen er specifikt at undersøge potentialer og begrænsninger for, at turister bliver katalysatorer for udviklingen af mere miljømæssigt bæredygtige former for turisme, nu og i fremtiden. Grundlaget for undersøgelsen er derfor en logik, der samles under betegnelsen CET Practices (Circular Economy Tourism Practices), hvilket på dansk kan oversættes til cirkulær-økonomiske turisme praksisser.

- Hvad er CET?

Logikken om cirkulære økonomi- og forretningsmodeller vinder markant frem for tiden; det handler om at udvikle produktions- og forbrugs-cykluser, der anvender så få ressourcer som muligt, anvender fornybare ressourcer, genbruger affaldsstoffer og materialer, og dermed efterlader mindst mulige spild i naturen, i form af affald og udledning:

CET fokuserer på, hvordan turister gennem deres aktiviteter kan begrænse ressource forbrug og minimere udledningen af affald, for eksempel plast og andre materialer, spildevand, og Co2, samtidigt med at aktiviteterne resulterer i attraktive oplevelser. Vi ønsker således at identificere typer af eksisterende og fremtidige turist-aktiviteter, der understøtter en cirkulær økonomi og som sætter den gode turistoplevelse i fokus.

- Hvad er turist praksisser?

Med praksisser mener vi derfor de ting, man foretager sig som turist. Indenfor CE logik findes eksempler på produktions- og forsynings-kæder, der fungerer ud fra cirkulære principper om genbrug og optimering. Det er dog oftest udbyder siden, der fokuseres på. Dette projekt tager udgangspunkt i, at turister i høj grad selv skaber deres rejseoplevelser, gennem mange forbundne valg af aktiviteter, som ender med at forme ferieoplevelsen.

Turister er således afgørende medproducenter af gode oplevelser, hvilket foregår i en løbende interaktion med forskellige producenters serviceudbud, med forskellige destinationer og deres lokalbefolkninger og med andre turister.

Spørgsmålene, som vi vil bede dig svare på, handler derfor om det, turister faktisk gør, ikke om produktionen af de produkter eller services de bliver tilbudt.

Konkret kan sådanne praksisser handle om turisternes aktiviteter i form af forskellige ferieformer, for eksempel vandreferier, all inclusive ferier, ferier i eget lokalområde eller ferier på oversøiske rejsemål. Det kan også handle om turisternes valg, sammensætning og brug af forskellige services og produkter såsom: tog og fly eller typer af overnatningsfaciliteter såsom dele-lejligheder eller hotelværelser. Det

kan ligeledes vedrøre hvordan turister bruger produkter, services, attraktioner, natur og kulturmiljøer, til at få gode turistoplevelser, på måder der begrænser ressourceforbrug og forurening.

I den følgende sektion bliver du bedt om at svare uddybende på tre spørgsmål. Vi søger dine egne formuleringer og holdninger, gerne som korte eksempler.

#### **SPM:**

- Beskriv eksempler på eksisterende turistaktiviteter som du mener understøtter cirkulær økonomi? Nævn 3 og gerne flere eksempler
- Formuler de største potentialer, henholdsvis begrænsninger, i forhold til udviklingen af turistaktiviteter, der kan understøtte en cirkulær-økonomi.  
Nævn 3 og gerne flere eksempler på både potentialer og begrænsninger.
  - Du kan nævne alt, lige fra forskellige former for samfundsmæssige og politiske rammebetingelser, til forskellige typer udbuds- og produktionsbetingelser, forskellige typer rejsetrends, forskellige former for oplevelses behov og viden blandt turisterne osv.
- Hvilke typer af turist-aktiviteter, som kan understøtte en cirkulær-økonomisk logik, mener du vil have det største potentiale indenfor de næste 10-15 år ?

## **5.2 TOP 5 RANKED THEMES IN GENERAL**

### **5.2.1 List 1 (most important examples of already existing tourist activities supporting CET)**

1. Use of 'modern' sharing platforms in conjunction with travel and accommodation (e.g. Airbnb, Homeexchange, GoMore)
2. Walking, cycling- and activity holidays (e.g. slow travel and holidays with a focus on movement instead of transport)
  3. Staycation (vacations at home)
  4. Overnights at eco-certified or co2-neutral accommodations e.g. hotels and camping (including Green Key, The Danish Eco-label)
  5. Tourist's use of locally produced and sourced products (e.g. "Bybi" - honey produced by local homeless people, hotels utilizing local workforce and food products)

### **5.2.2 List 2 (most important examples of tourist activities supporting CET in the next 10-15 years)**

1. Utilization of more sustainable transport options during travel (busses, trains and other public transport over flights and cars)
2. Utilization of sharing platforms during travel and accommodation
3. Active minimizing of food waste by tourists during holidays (e.g. use of hotel services utilizing "ReFood" or though tourists own use of apps such as Too Good To Go & YourLocal)
4. Businesses actively requesting options for environmentally friendly business-travel (e.g. a driver for the CSR strategies of conference providers, because businesses want supply chain providers that uphold the same value as the purchasing business)
5. Walking, cycling- and activity holidays (e.g. slow travel and holidays with a focus on movement instead of transport)

### **5.2.3 List 3 (most important general barriers to the development of activities supporting CET are)**

1. The low cost of flying inhibits the development of sustainable transport options and tourists active choosing of these forms of transport for travel

2. Lack of political action inhibits circular-economic innovations in the sector (especially SME's)
3. Continuing rise in the number of global travelers
4. Holidays are generally a hedonistic activity (an everyday-escape), wherein personal joy, motives, the idea of self realization and "the good life" as the ability to travel far abroad triumphs over environmentally friendly choices for the tourist

**5.2.4 List 4 (most important general drivers to the development of activities supporting CET are)**

1. Development of consumer-awareness regarding the climate and consumption in general
2. Optimization of energysystems in restaurants and hotels, e.g. development of CO2-neutral energy-provisions at hotels (from windmills, solar panels, cooling systems etc.)
3. National and/or EU-grounded policy supporting train travel may promote sustainable transport among tourists
4. Political framework conditions that drive circular economy (with an enhanced focus on externalities and tariffs e.g. on pollution levels.

**5.3 NUMERICAL ANALYSIS - LIST 1**

<b>"DE FEM VIGTIGSTE EKSEMPLER PÅ ALLEREDE EKSISTERENDE TURISTAKTIVITETER SOM UNDERSTØTTER CIRKULÆR ØKONOMI ER..."</b>	<b>SUM</b>
Brug af "moderne" deleplatforme i forbindelse med rejse og ophold (fx Airbnb, Homeexchange, GoMore)	29
Vandre, cykel- og aktivitetsferier (herunder slow travel og ferier med fokus på bevægelsen i stedet for transporten)	21
Staycation (at holde ferie hjemme )	19
Ophold på øko-certificerede eller Co4 neutrale overnatningsmuligheder, herunder hoteller (fx Green Key, Det Danske Øko-mærke) , camping, o.l.	19
Turisters brug af lokalt producerede og forankrede produkter (fx Bybi – honning produceret af hjemløse, hoteller med lokal arbejdskraft, og lokalt producerede fødevarer)	18
Naturturisme (herunder primitive ferier)	15
Brug af "traditionelle" deleplatforme i forbindelse med rejse og ophold (fx sommerhusudlejning, time-share)	15

Turisters brug af bycykler (bl.a. el-drevne) samt sightseeing til fods	14
Leje i stedet for køb af udstyr (fx vandre- og skiudstyr, telte m.m.)	13
Turisters brug af produkter produceret af økologiske materialer og genbrugsmaterialer (fx plastik, inventar, brandet Patagonia)	12
Turisters affaldsindsamling- og sortering	9
Deltagelse i frivilligt arbejde som del af rejsen (fx på en gård eller plantage, eller i sociale projekter og udviklingsprojekter)	6
Turisters brug af pantsystemer, for eksempel interne pantsystemer (fx Tivoli, Djurs Sommerland, Knuthenborg Safaripark) og det eksterne pantsystem Dansk Retursystem	3
Brug af "social food" services under rejsen (fx møde mellem turist og lokal gennem madlavning)	2

#### 5.4 NUMERICAL ANALYSIS - LIST 2

<b>"De næste 10-15 år vil de vigtigste cirkulær-økonomiske aktiviteter blandt turister være:</b>	<b>SUM</b>
Anvendelse af mere bæredygtige transportmuligheder under rejsen (bus- og tog, anden offentlig transport i stedet for fly og bil)	34
Brug af deleplatforme under rejse og ophold (transport, overnatning, m.m.).	23
Turisters aktive minimering af madspild (fx brug af hotelservices der anvender ReFood eller gennem turisternes egen brug af apps såsom Too Good To Go, YourLocal)	22
Virksomheders efterspørgsel efter miljørigtige erhvervsturisme-løsninger (Kan fx drive konferencesteders CSR-strategi, fordi virksomheder vil have leverandørkæder, der lever op til deres værdier)	19
Vandre, cykel- og aktivitetsferier (herunder slow	18

travel og ferier med fokus på bevægelsen i stedet for transporten)	
Ferier i nærmarkeder (altså med mindre transport fx flyvning)	12
Togrejser som ferieform	11
Turisters brug af lokalt producerede og forankrede produkter	9
Brug af CO4-neutrale overnatningsmuligheder	9
Naturturisme (herunder primitive ferier)	8
Staycation (at holde ferie hjemme)	7
Turistaktiviteter der ikke indebærer (eller reducerer) brug af engangsmaterialer	7
Localhood turisme (med følgende større ansvarlighed blandt turisterne for de besøgte steder)	5
Udvikling af fælles oplevelser omkring mad (social food)	4
Deltagelse i frivilligt arbejde som del af rejsen	4
Ændrede rejseformer som følge af ændrede levevaner: nye former for nomader og løse relationer til arbejdspladser, fx familier der rejser og flytter sig som enheder	2
Individuelle rejseaktiviteter frem for masseproducerede rejseaktiviteter (kan være et bedre udgangspunkt for cirkulær økonomiske turistaktiviteter )	1

## 5.5 NUMERICAL ANALYSIS - LIST 3

"DE FEM STØRSTE BEGRÆNSNINGER I FORHOLD TIL UDVIKLINGEN AF TURISTAKTIVITETER, DER KAN UNDERSTØTTE EN CIRKULÆR-ØKONOMI ER..."	<b>SUM</b>
Prisen på flyrejser begrænser udviklingen i bæredygtige transportformer og turisters valg af	33

disse	
Manglende politisk handling begrænser cirkulær-økonomiske innovationer i branchen (specielt i små- og mellemstore virksomheder - SMV'er)	20
Fortsat stigende antal af rejsende globalt	18
Ferie er grundlæggende en hedonistisk aktivitet (flugt fra hverdagen) hvor personlig nydelse og motiver, idéen om selvrealisering og "det gode liv" samt ønsket om at rejse langt væk vinder over miljøvenlige valg hos turisten	15
Producenters materialevalg betyder mere end turistens forbrugsvalg (Selvom om man som turist kan sammensætte sin rejseform efter eget valg, er det i sidste ende fx hotellers valg af materialer og ressourcer, der styrer hvorvidt turistprodukter indgår i en cirkulær økonomisk produktion)	14
De billigste alternativer er stadig de mest populære blandt rejsende	14
Manglende viden blandt turister omkring cirkulær-økonomiske aktiviteter	13
Faldende kvalitet i den offentlige transport begrænser turisternes brug af kollektiv transport	12
Større virksomhedernes magt over destinationer (gennem deres mange gæster og høje forbrug pr. gæst) gør det svært at stille krav til disse (for eksempel at afkræve krydstogtskibe at bruge land-strøm)	12
Kompleksiteten i cirkulær-økonomiske forretningsmodeller indenfor turisme er høj	11
Turismeudvikling er baseret på en økonomisk lineær vækstdiskurs	9
Turismeudviklingsinitiativer er fokuseret på marketing, mindre udviklingsprojekter og kompetenceudvikling – ikke på miljømæssig bæredygtighed (fx i Danmark)	9
Der er tradition for, at det offentlige tager sig af bløde værdier såsom natur, miljø og uddannelse, og erhvervslivet har derfor vænnet sig til ikke at innovere indenfor disse områder.	5



Branchens manglende markedsføring af alternative rejsemål (fx Iran, Oman, Indien – men bl.a. visumregler begrænser mulighederne)	4
Turisme domineres af små- og mellemstore virksomheder (SMV'er), der ikke nødvendigvis har økonomisk råderum, tid eller kompetencer til at igangsætte forandringer i den måde man gør tingene på	2
Spredning af turiststrømme ud af byerne er vanskeligt (fx at flytte krydstogtturister væk fra top-10 attraktionerne)	0

## 5.6 NUMERICAL ANALYSIS - LIST 4

"DE FEM STØRSTE POTENTIALER, I FORHOLD TIL UDVIKLINGEN AF TURISTAKTIVITETER, DER KAN UNDERSTØTTE EN CIRKULÆR-ØKONOMI ER...."	SUM
Udvikling i forbrugerbevidsthed om klima og forbrug	28
Optimering af energisystemer på restauranter og hoteller, for eksempel udvikling af CO2-neutrale energiforsyningservices på hoteller (vindmøller, solceller, kølesystemer og lign )	24
National og/eller EU-satsning på tog kan fremme bæredygtig transport blandt turister	23
Politiske rammebetingelser, der fremmer cirkulær økonomi (med større fokus på eksternaliteter og afgifter for fx forurening)	22
Ændrede motivationsmønstre blandt nye generationer af rejsende (kultur og dannelse før sol og strand)	13
Samarbejde på tværs af sektorer med hensyn til innovation og optimering af turismeprodukter	13
Udvikling af incitamenter for at bruge deleplatforme (fx højere fradrag for udlejning via Airbnb)	10

Udvikling af affaldssorteringssystemer rettet mod turister	9
Optimering af luftfarts- og krydstogtselskabers flåder	9
Facilitering af localhood turisme (mødet mellem turister og lokale og turistens fornemmelse af at være lokal) kan skabe større ansvarlighed blandt turisterne.	7
Udvikling af nærmarkedsturisme mellem nabolande	7
Overturisme og "turismofobi" på populære destinationer skaber mæthed og udvikler potentialet for at flytte turister til nye steder og andre rejseformer	5
Spredning af turister til lokalsamfund, væk fra de store turistmagneter og byer (kan fremme forhold for lokale erhvervsdrivende og bidrage til mindre affaldsbelastning)	5
Intelligent brug af smarte byers ("smart cities") ressourcer, så der altid er balance mellem lokales forbrug og turisternes forbrug.	5
Støtte til og udvikling af bedre infrastruktur (også i udviklingslande hvortil turismen er stigende)	5
Bedre materialevalg kan forbedre både affaldshåndtering og upcycling af fx plastik	4
Samarbejde, samskabelse, optimering og udvikling i turismekæden bl.a. så SMV'er ikke står alene med risikoen i forbindelse med cirkulær-økonomisk innovation	3
Restauranter og hoteller skifter til lokale råvarer og sæsonvarer	3
Affaldsproblemer skræmmer turister væk og det vækker regeringer til handling (fx i udviklingslande, der er afhængige af turismen).	0
Virksomheders donation af brugte materialer (fx sengetøj, inventar til velgørenhed)	0
Branchens (hoteller og andre aktører) "uddannelse" af turister i bæredygtig adfærd	0

## 5.7 RAW CONDENSED LISTS FROM ROUND 1

### LISTE 1

Mangler politisk handling  
Staycation  
cykel- og vandreferier (slow travel)  
primitive ferier (naturturisme)  
Affaldsindsamling  
Affaldssortering  
Bybi  
Interne pantsystemer hos fx Tivoli, Djurs, Knuthenborg  
Eksternt pantsystem Dansk Retursystem  
Deleplatforme CC (Airbnb, Homeexchange)  
Bicykler på el (KBH)  
Gåture med lokale guider (localhood)  
Affaldssortering  
Affaldsopsamling  
Deleplatforme CC (Airbnb)  
Cykelferie (slow travel)  
Staycation  
Cykel- vandre og aktivitetsferier (slow travel)  
Deleplatforme CC (Airbnb, GoMore, blafferi)  
Turismofobi - gør det uattraktivt at være ubæredygtig turist (localhood)"  
Affaldssortering  
genbrug rmaterialer"  
Deleplatforme CC (Airbnb)  
Frivilligt arbejde  
Cykel- og vandreferier (slow travel)  
Ferie på nærmarkeder (staycation)  
Deleplatforme CC (leje af feriehuse, GoMore)  
Frivilligt arbejde  
Bicykler  
Øko-hoteller  
Hoteller/restauranter med lokal arbejdskraft og produkter  
Deleplatforme CC (Airbnb)  
Bicykler (Bicyklen KBH, Donkey Republic)  
Madspild CC (TooGoodToGo, YourLocal)  
Naturturisme  
Localhood  
" Bicykler  
Kollektiv trafik  
Deleplatforme CC (boliger, biler mm)"  
" Affaldssortering  
Genbrug af materialer  
lokal arbejdskraft  
Samarbejde mellem SME'er"  
" Cykelferier (slow travel)  
Sightseeing til fods  
Staycation

Deleplatforme CC (Airbnb)  
Localhood  
Spredning af turister over større områder  
CO2-neutral overnatning  
Leje i stedet for køb af udstyr  
social food - come together events

## LISTE 2

"P: Turisten kan købe øko, sortere affald, samle plast men det er småting

B: komplet mangel på politisk opbakning, manglende profitmargen i SME begrænser innovation, erhvervslivet forventer at det offentlige rydder op, "

" P: bevidsthed om ressourceforbrug, lokale rejser

B: prisen på flyrejser"

P: minimering af madspild, donering af brugte materialer, CO2-fattig transport

" P: fradrag for udlejning til CC, fjern afgifter på tog og elbiler, landstrømsanlæg til krydstogtskibe

B: prisen på flyrejser, dyrt at etablere landstrøm og krydstogtselskaber presser byer med deres magt"

" P: bevidsthed om ressourceforbrug, lokale varer og sæsonvarer, affaldssortering

B: Materialevalg hos producenter betyder mere end turistens forbrugsvalg"

" P: Refood, CO2-neutral energiforsyning på hoteller

B: Manglende økonomisk incitament (politisk handling) for SME innovation i CE"

" P: Staycation, CO-fattig transport - CC - Localhood

B: Prisen på flyrejser, faldende kvalitet i offentlig transport, ""det gode liv"" og selvrealisering hos turisten er at rejse langt væk "

" P: Affaldsproblemer skræmmer turister væk og det vækker regeringer i udviklingslande

B: Økonomiske incitament (asien), kultur (Asien, Sydamerika), infrastruktur (udviklingslande)"

" P: Nuværende og kommende generationers baggrund for at rejse (kultur og dannelse før sol og strand), overturisme på populære destinationer flytter turister til nye steder og andre rejseformer

B: visum-regler, branchen skal promovere alternative rejsemål (Iran, Oman, Indien)"

" P: Localhood (ferievalg og produkt valg), CC

B: Økonomiske incitament for at udvikle CE, CE forretningsmodeller er komplekse"

" P: Bevidsthed om klima og forbrug leder til localhood, staycation, øko-hoteller

B: prisen på flyrejser, stigende antal rejsende globalt, uvidenhed blandt både turister og SME'er (selvom det går i den rigtige retning), de billigste alternativer er stadig mest populære, det skal gøres nemt at vælge grønt"

P: CC turistaktiviteter er simpelthen billigere og leder til ressourcebesparing, dermed CET

" P: Turister har lyst til at være grønne og bæredygtige (localhood), optimere krydstogtskibes forurening, udnyttelse af bevægelsesstrømme blandt turister og hjælpe lokale SME'er til at få del i krydstogt forbrug, spredning af turister til lokalsamfund fx ude på landet

B: Manglende samarbejde på tværs af sektorer, forskellige opfattelser af god opførsel blandt turister og lokale, det er usandsynligt at flytte krydstogtturister væk fra top-10 attraktioner, der er langt igen med at flytte turiststrømme ud af byen"

" P: fælles oplevelser omkring mad og fokus på madspild, fokus på rejsetiden (slow travel), flere tog og færre fly, naturturisme og genforening med naturen på øko-steder eller fx frivilligt arbejde på en gård i Spanien

B: stigende antal turister vil altid være en begrænsning for CE, kan der sættes en grænse for antal turister, risikovillighed hos SME'er"

P: samarbejde på tværs af sektorer (både innovation og optimering af turismeprodukter), både

udvikling og drift bør optimeres (eksemplet er co2-reduceret transport), det offentlige bør give økonomiske incitamenter til SME'er for CE produktion, fokus på individuelle rejser er bedre udgangspunkt for CE end standard masseproducerede rejseprodukter

"P: spredning af turister kan fremme affaldshåndtering og give bedre fordele for lokale SME'er uden for turistcentre

B: stigende antal rejsende giver alt andet lige større fodaftryk"

P: Trends mod det simple fx naturturisme, bevidst forbrug (reduktion af co2-forbrug), kollektiv trafik og EU-satning på tog, politiske rammebetingelser, der fremmer CE (med stærk fokus på eksternaliteter og afgifter fx forurening), udvikling af lokale udbud af CE

B: Ferie er hedonistisk (flugt fra hverdagen), Pris (CE aktiviteter er pt dyrere end alternativer),

Motiver (at ville noget bestemt vinder over miljøvenlige valg), Politiske rammebetingelser (understøtter ikke CE på destinationer), Lineær vækstdiskurs om turismeudvikling, turisme er globalt (og der er ikke aftaler om regulering af krydstogt, fly mm), global turisme er i vækst (også på udviklingsmarkeder)

### LISTE 3

CO2-reduceret transport (offentlig, el-cykler) Restauranter og hoteller kan skifte til lokale råvarer og optimere energisystemer

Cruiseselskaber kan optimere flåden og havne kan kræve landstrøm

Luftfartsselskaber kan optimere flåden

Tror ikke på at ændre enkelte turisternes adfærd markant, da turisme grundlæggende er hedonistisk.

Valg af lokale varer og forbrug er godt, men dobbeltsidet når det forbindes til turistens biltransport i fx feriehuse"

" CO2-reduceret transport

Ferier med mindre forbrug

Aktive ferier"

" Bæredygtig transport

Genbrug af varme- og kølekilde på nye måder

Udfasning af plastik ved engangsprodukter"

" Staycation og lokale ferier

Togrejser (EU samarbejde kan forbedres)

Deleplatforme CC"

" Fokus på lokale sæsonvarer

Bedre materialevalg kan forbedre både affaldssortering og upcycling"

" CO2-neutrale overnatningsmuligheder

Refood"

"Staycation

Cykel- vandre og aktivitetsferier (slow travel)

Deleplatforme CC (Airbnb, GoMore, blafferi)

Turismofobi - gør det uattraktivt at være ubæredygtig turist (localhood)"

" Pres fra turister kan skabe kulturændring i lokalbefolkninger (fx jagtpraksis, affaldshåndtering)

Lokalbefolkning har stor innovationslyst hvis markedet er der

Genbrug af plastik"

" 1) Aktiviteter som involverer lokal-befolkningen aktivt har et kæmpe potentiale. Både i form af homesharing, men også i andre former, hvor turister låner/lejer lokaler, cykler, biler eller mad.

2) Kommercialiseret (pro med profit for øje) rejse-former, der tager udgangspunkt i frivilligt arbejde, hvor du hjælper med at bygge en brønd eller en skole, eller stiller dine kompetencer til rådighed i en kort periode for lokal-samfundet, uanset om det så er i Tanzania eller New York.

3) Ændrede levevaner, i form af nye former for nomader - der flytter som enheder (familier eks.) og dermed også rejser."

" Deleøkonomi

Samskabende forretningsmodeller mellem flere aktører

Localhood"

" Hoteller kan uddanne gæster på en positiv måde i CE adfærd

Flytransport kan gøre langt mere miljøvenlig

Naturturisme har stort potentiale i en digitaliseret verden"

" Deleplatforme CC (Airbnb, Uber)

Hvordan vi anvender transportmidler i byen"

" Bedre kombination af rejser mellem lokale destinationer med tog, bil eller cykel for at minimere flyrejser i lokale egne. Nationalt eller til destinationer i nærheden.

social food - come together events

Fokus på at turistprodukter og services også kan bruges af lokale og derved bliver tænkt som en større helhed.

Engangsservice i servicesektoren begrænses til et absolut minimum.

En intelligent brug af byens ressourcer så der altid er balance mellem lokales forbrug og turisters forbrug. Byerne bliver smartere og vi skal følge med i at bruge de tilgængelige informationer til at forbedre byens brug af samtlige ressourcer."

" - forbrug af hoteller (overnatningstjenester), som benytter sig af 'Product as a service' - producenter udlejer deres produkter til fx hoteller (inventar, lys mv.)

- udvikling af nær-turisme med nabolande"

" Mere fokus på udvikling og anvendelse af bæredygtige Transportmidler, især indenfor fly, bus- og skibstransport.

Støtte til indførelse af bedre infrastruktur (ex. kloakering, waste management ""fabrikker"", vejnet, telefoni) ISÆR i de lande hvortil turismen er stigende (ex. Sydøstasien).

Bevidstgørelse af forbrugerne /de rejsende om dels værdien af ""ægte cirkulære turismeprodukter"" dels af at de skal købe dem fremfor ikke cirkulære produkter."

" Staycation, altså af holde ferien, der hvor man bor eller tæt på der, hvor man bor - eller i hvert fald tænke i mere bæredygtige transportformer.

Localhood, altså at sprede turisterne ud i byer/kvarterer uden for de store turistmagneter."

1 'cirkulære' transportformer - f.eks. cykling, vandring, sejlskibe

2 aktiviteter, der understøtter det simple, naturen, det langsomme, det mere stedbundne (som understøttes af en trend mod autenticitet - at møde/lære det lokale at kende

3 Erhvervsturisme - har i høj grad været en driver i forhold til konferencesteders CRS strategi - fordi mange virksomheder som NOVO har det som et værdigrundlag og derfor kun vil have en leverandørkæde som lever op til deres værdier

4 Et mere cirkulært tænkt madudbud

5 Aktiviteter der ikke indebærer/reducerer brug af engangsmateriale

## **5.8 FINAL LISTS FOR ROUND 2 AFTER INTERPRETATION AND CONDENSING**

### **LISTE 1**

- Denne liste fokuserer på turistaktiviteter, altså det man specifikt som turist kan foretage sig – og ikke eksterne betingelser.

"DE FEM VIGTIGSTE EKSEMPLER PÅ ALLEREDE EKSISTERENDE TURISTAKTIVITETER SOM UNDERSTØTTER CIRKULÆR ØKONOMI ER..."

(VÆLG FEM TEMAER I PRIORITERET RÆKKEFØLGE VED BRUG AF DROP-DOWN MENU)

Staycation (at holde ferie hjemme )

Vandre, cykel- og aktivitetsferier (herunder slow travel og ferier med fokus på bevægelsen i stedet for transporten)

Naturturisme (herunder primitive ferier)

Turisters affaldsindsamling- og sortering

Turisters brug af lokalt producerede og forankrede produkter (fx Bybi – honning produceret af hjemløse, hoteller med lokal arbejdskraft, og lokalt producerede fødevarer)

Brug af "moderne" deleplatforme i forbindelse med rejse og ophold (fx Airbnb, Homeexchange, GoMore)

Brug af "traditionelle" deleplatforme i forbindelse med rejse og ophold (fx sommerhusudlejning, time-share)

Turisters brug af produkter produceret af økologiske materialer og genbrugsmaterialer (fx plastik, inventar, brandet Patagonia)

Deltagelse i frivilligt arbejde som del af rejsen (fx på en gård eller plantage, eller i sociale projekter og udviklingsprojekter)

Ophold på øko-certificerede eller Co2 neutrale overnatningsmuligheder, herunder hoteller (fx Green Key, Det Danske Øko-mærke) , camping, o.l.

Brug af "social food" services under rejsen (fx møde mellem turist og lokal gennem madlavning)

Leje i stedet for køb af udstyr (fx vandre- og skiudstyr, telte m.m.)

Turisters brug af bycykler (bl.a. el-drevne) samt sightseeing til fods

Turisters brug af pantsystemer, for eksempel interne pantsystemer (fx Tivoli, Djurs Sommerland, Knuthenborg Safaripark) og det eksterne pantsystem Dansk Retursystem

## **LISTE 2 (FØR: 4)**

Denne liste fokuserer igen på turistaktiviteter, altså det man specifikt som turist kan foretage sig – og ikke eksterne betingelser.

"DE NÆSTE 10-15 ÅR VIL DE VIGTIGSTE CIRKULÆR-ØKONOMISKE AKTIVITETER BLANDT TURISTER VÆRE:

(VÆLG FEM TEMAER I PRIORITERET RÆKKEFØLGE VED BRUG AF DROP-DOWN MENU)

Turisters aktive minimering af madspild (fx brug af hotelservices der anvender Refood eller gennem turisternes egen brug af apps såsom Too Good To Go, YourLocal)

Anvendelse af mere bæredygtige transportmuligheder under rejsen (bus- og tog, anden offentlig transport i stedet for fly og bil)

Togrejser som ferieform

Turisters brug af lokalt producerede og forankrede produkter

Brug af deleplatforme under rejse og ophold (transport, overnatning, m.m.).

Udvikling af fælles oplevelser omkring mad (social food)

Naturturisme (herunder primitive ferier)

Deltagelse i frivilligt arbejde som del af rejsen

Vandre, cykel- og aktivitetsferier (herunder slow travel og ferier med fokus på bevægelsen i stedet for transporten)

Staycation (at holde ferie hjemme)

Ferier i nærmarkeder (altså med mindre transport fx flyvning)

Brug af CO2-neutrale overnatningsmuligheder

Ændrede rejseformer som følge af ændrede levevaner: nye former for nomader og løse relationer til arbejdspladser, fx familier der rejser og flytter sig som enheder

Turistaktiviteter der ikke indebærer (eller reducerer) brug af engangsmaterialer

Localhood turisme (med følgende større ansvarlighed blandt turisterne for de besøgte steder)

Virksomheders efterspørgsel efter miljørigtige erhvervsturisme-løsninger (Kan fx drive konferencesteders CSR-strategi, fordi virksomheder vil have leverandørkæder, der lever op til deres værdier)

Individuelle rejseaktiviteter frem for masseproducerede rejseaktiviteter (kan være et bedre udgangspunkt for cirkulær økonomiske turistaktiviteter)

### **LISTE 3 (FØR: 2)**

- Denne liste fokuserer på turisters egne aktiviteter såvel som eksterne betingelser, der kan begrænse udviklingen af turisme med fokus på cirkulær-økonomi

”DE FEM STØRSTE BEGRÆNSNINGER I FORHOLD TIL UDVIKLINGEN AF TURISTAKTIVITETER, DER KAN UNDERSTØTTE EN CIRKULÆR-ØKONOMI ER...”

(VÆLG FEM TEMAER I PRIORITERET RÆKKEFØLGE VED BRUG AF DROP-DOWN MENU)

Prisen på flyrejser begrænser udviklingen i bæredygtige transportformer og turisters valg af disse

Producenters materialevalg betyder mere end turistens forbrugsvalg (Selvom om man som turist kan sammensætte sin rejseform efter eget valg, er det i sidste ende fx hotellers valg af materialer og ressourcer, der styrer hvorvidt turistprodukter indgår i en cirkulær økonomisk produktion)

Faldende kvalitet i den offentlige transport begrænser turisters brug af kollektiv transport

Ferie er grundlæggende en hedonistisk aktivitet (flugt fra hverdagen) hvor personlig nydelse og motiver, idéen om selvrealisering og ”det gode liv” samt ønsket om at rejse langt væk vinder over miljøvenlige valg hos turisten

Manglende viden blandt turister omkring cirkulær-økonomiske aktiviteter



De billigste alternativer er stadig de mest populære blandt rejsende

Turismeudvikling er baseret på en økonomisk lineær vækstdiskurs

Kompleksiteten i cirkulær-økonomiske forretningsmodeller indenfor turisme er høj

Større virksomhedernes magt over destinationer (gennem deres mange gæster og høje forbrug pr. gæst) gør det svært at stille krav til disse (for eksempel at afkræve krydstogtskibe at bruge landstrøm)

Spredning af turiststrømme ud af byerne er vanskeligt (fx at flytte krydstogtturister væk fra top-10 attraktionerne)

Branchens manglende markedsføring af alternative rejsemål (fx Iran, Oman, Indien – men bl.a. visumregler begrænser mulighederne)

Fortsat stigende antal af rejsende globalt

Manglende politisk handling begrænser cirkulær-økonomiske innovationer i branchen (specielt i små- og mellemstore virksomheder - SMV'er)

Turismeudviklingsinitiativer er fokuseret på marketing, mindre udviklingsprojekter og kompetenceudvikling – ikke på miljømæssig bæredygtighed (fx i Danmark)

Der er tradition for, at det offentlige tager sig af bløde værdier såsom natur, miljø og uddannelse, og erhvervslivet har derfor vænnet sig til ikke at innovere indenfor disse områder.

Turisme domineres af små- og mellemstore virksomheder (SMV'er), der ikke nødvendigvis har økonomisk råderum, tid eller kompetencer til at igangsætte forandringer i den måde man gør tingene på

#### **LISTE 4 (FØR: 3)**

- Denne liste fokuserer på turisternes egne aktiviteter såvel som eksterne betingelser, der kan fremme udviklingen af turisme med fokus på cirkulær-økonomi

"DE FEM STØRSTE POTENTIALER, I FORHOLD TIL UDVIKLINGEN AF TURISTAKTIVITETER, DER KAN UNDERSTØTTE EN CIRKULÆR-ØKONOMI ER..."

(VÆLG FEM TEMAER I PRIORITERET RÆKKEFØLGE VED BRUG AF DROP-DOWN MENU)

Optimering af energisystemer på restauranter og hoteller, for eksempel udvikling af CO2-neutrale energiforsynings-services på hoteller (vindmøller, solceller, kølesystemer og lign)

Udvikling af affaldssorteringssystemer rettet mod turister

Ændrede motivationsmønstre blandt nye generationer af rejsende (kultur og dannelse før sol og strand)

Udvikling i forbrugerbevidsthed om klima og forbrug

Udvikling af incitamenter for at bruge deleplatforme (fx højere fradrag for udlejning via Airbnb)

Overturisme og "turismofobi" på populære destinationer skaber mæthed og udvikler potentialet for at flytte turister til nye steder og andre rejseformer

Spredning af turister til lokalsamfund, væk fra de store turistmagneter og byer (kan fremme forhold for lokale erhvervsdrivende og bidrage til mindre affaldsbelastning)

Facilitering af localhood turisme (mødet mellem turister og lokale og turistens fornemmelse af at være lokal) kan skabe større ansvarlighed blandt turisterne.

Samarbejde på tværs af sektorer med hensyn til innovation og optimering af turismeprodukter

Samarbejde, samskabelse, optimering og udvikling i turismekæden bl.a. så SMV'er ikke står alene med risikoen i forbindelse med cirkulær-økonomisk innovation

Politiske rammebetingelser, der fremmer cirkulær økonomi (med større fokus på eksternaliteter og afgifter for fx forurening)

National og/eller EU-satsning på tog kan fremme bæredygtig transport blandt turister

Affaldsproblemer skræmmer turister væk og det vækker regeringer til handling (fx i udviklingslande, der er afhængige af turismen).

Virksomheders donation af brugte materialer (fx sengetøj, inventar til velgørenhed)

Branchens (hoteller og andre aktører) "uddannelse" af turister i bæredygtig adfærd

Optimering af luftfarts- og krydstogtselskabers flåder

Restauranter og hoteller skifter til lokale råvarer og sæsonvarer

Bedre materialevalg kan forbedre både affaldshåndtering og upcycling af fx plastik

Intelligent brug af smarte byers ("smart cities") ressourcer, så der altid er balance mellem lokales forbrug og turisternes forbrug.

Udvikling af nærmarkedsturisme mellem nabolande

Støtte til og udvikling af bedre infrastruktur (også i udviklingslande hvortil turismen er stigende)

## 5.9 COMMENTS FROM ROUND 2

SPM 1.2	SPM 2.2	SPM 3.2	SPM 4.2
KOMMENTAR	KOMMENTAR	KOMMENTAR	KOMMENTAR
Synes der er flere forslag, som det er svært at se har med cirkulær økonomi at gøre + hvor det ikke er entydigt at det er cirkulært, f.eks. naturturisme. Hvordan			Det er lidt hønen eller ægget. Virksomhederne skal drive udviklingen, men de venter på gæsterne, som venter på virksomhederne ...

<p>kommer man til destinationen, rundt på destinationen, hvor bor man, hvordan får man forplejning osv.... Mangler præciseringer før svarene på skalaen giver mening. Mine svar er sat relativt vilkårligt</p>			
<p>Flere af ovenstående eksempler passer ikke overens med jeres oprindelige definition af "turistaktiviteter inden for cirkulær økonomi", da hovedparten af aktiviteterne kun er cirkulære, hvis den bagvedliggende virksomhed arbejder med cirkulær økonomi. Dermed bliver prioriteringen også tilfældig i forhold til netop, hvad man ligger ned over af antagelser. Det virker endvidere som om, at begreberne bæredygtig og cirkulær bliver blandet sammen.</p>	<p>At man gør noget mindre vil være udtryk for en bæredygtig aktivitet, men vil ikke nødvendigvis være udtryk for en cirkulær økonomi. Hele ideen bag cirkulær økonomi er netop at aktivitetsniveauet kan opretholdes - så der er flere af aktiviteterne, som ikke umiddelbart kan betragtes som cirkulære.</p>		
<p>Jeg mangler muligheden for at vælge "holde ferie på nærmarkeder" eller i hjemlandet - uden at det er "staycation"</p>			<p>Det bliver meget en lægmandsbetragtning - der skal regnemodeller i gang for at vurdere effekterne af de forskellige ting</p>
<p>Det er nærmest umuligt at prioritere ovenstående, især fordi der ikke er mulighed for at værdisætte fx transport og</p>	<p>Så kom transport med - og Co2-relevante spørgsmål. Tak for det.</p>	<p>Jeg mangler det der for mig er det vigtigste spørgsmål, nemlig at vi som FORBRUGERE af rejser forholder os til, og kræver af arrangørerne (&gt;eller</p>	

<p>aktiviteter ift de muligheder i opgiver. Jeg ville således have rated "valg af transportform" som nummer 1 hvis den var der, gerne opdelt i fly/bus/skib/tog/bil/cykel o.s.v.</p>		<p>os selv når vi booker på nettet), at vore rejser udføres bæredygtigt i alle led i leverancen.</p>	
<p>Hvis man ser transport som den største 'synder' skulle jeg ha givet første prioritet til Staycation - men det vil i bund og grund være 'the-end-of-tourism' Savner et spm om alternativ transport til destinationen -</p>	<p>Jeg er ikke sikker på, at sidste mulighed - individuel - masseholder - Benidorm er på mange måder en af de mest bæredygtige destinationer - ud fra en række parametre naturligvis</p>	<p>savner manglende politisk handling i forhold til regulering af eksternaliteter - forurening f.eks. krydstogt spm om producenters materialevalg - ville hellere have haft et spm om at turisters valg af destination/sted kommer før producenters materialevalg - men det ligger lidt i det hedonistiske spm</p>	