



Assignment for Kristianstad Municipality

- BUSINESS MODELS FOR PUBLIC GREEN SPACES IN AND AROUND THE CITY-

Caroline Jönsson

Abstract

På uppdrag av Kristianstad Kommun har Krinova undersökt hur man kan tillgängliggöra naturen för kommersiella verksamheter, med hjälp utav affärsmodeller inom fokusområdena ekosystemtjänster, hälsa och parkodling. Uppdraget är en delleverans från Kristianstad kommun till EU projektet Urban Links 2 Landscape.

Syftet med uppdraget som benämns vid namnet Business models för public green spaces in and around the city, är att identifiera lösningar som ska möjliggöra naturområden för privata entreprenörer och därmed även tillgängliggöra den för allmänheten och besökare. Studien ska påvisa vilka typer av förändringar och justeringar som behövs för att uppnå åtkomlighet till platserna och arbeta mot effektmålet.

Effektmålet grundar sig i den uttalade önskan att se en ökad sysselsättning och besökare till kommunen, genom att bl.a. undersöka hur man kan använda naturen som resurs i olika affärsmodeller.

Med stöd utav Krinovas Business designers, har en konceptdesigner arbetat och genomfört studien utifrån tre metoder. Processen i metoderna har utgått från Krinovas metodik kring utmaningsdriven innovation.

- Desk research
- Intervjuer
- Workshops

Arbetet har inkluderat perspektiv i informationsinsamlingen från entreprenörer, tjänstemän och konsumenter som syftar på besökare och invånare. Ett femte perspektiv som förhåller sig kring ekosystemtjänster har även inkluderats i arbetet för att tydliggöra naturens behov.

I arbetet har totalt 17st kvalitativa intervjuer genomförts fördelade på 11 entreprenörer, 5 tjänstemän och 1 forskare. Entreprenörerna har valts ut på kriterierna att de idag bedriver sin verksamhet med naturen som en nyckelresurs. Intervjuerna återger också en geografisk fördelning över olika områden och ytor i Kristianstads kommun. Frågeställningarna som utformats för intervjuerna har fokuserat på att kartlägga vilka möjligheter och utmaningar som upplevs idag, hur man har kommit fram till dessa och vilka drivkrafterna är bakom olika initiativ kopplade till naturen.

Informationen som har samlats in kan sammanfattas i ett övergripande nuläge med insikter inom sammanhanget för projektet. Marknadsinformation såsom kunders drivkrafter och marknadsstorlek behöver förmedlas till entreprenörer för att kunna användas praktiskt i potentiella verksamheter. Denna fakta speglar både invånare och

besökare som i stora drag är kunderna för potentiella verksamheter. Det finns krav, förväntningar och ett köpbeteende som konsumenten har och det behöver skapas förutsättningar i Kristianstad för att kunna mötas dessa. Det existerar tillgångar i kommunen som alla upplever nyttjas bäst med samarbeten och att möjliga erbjudanden ska förmedlas i en gemensam helhet. Den tydligaste insikten är det genomgående intresset för naturen, men som idag utspelar sig i olika initiativ skilda från varandra och i olika inriktningar. Platsens fysiska åtkomlighet, dess miljö och erbjudande om kringsservice har identifierats som avgörande för att bedriva de verksamheter som inkluderats i arbetet. Här spelar även faktorn in med hur enkelt det är att hitta dit med informationen som finns tillgänglig idag. De rådande utmaningarna är brist i resurser och prioritering utav resurserna. Kommunikation, information och kunskap är utmärkande områden där det finns stor utvecklingspotential utifrån de inkluderande perspektiven och ligger ofta till grund för övriga utmaningar som framkommit i insikterna.

Utifrån informationsinsamlingen går det att utläsa existerande gap mellan olika relationer och aktörer gällande arbetet med natur och affärsmöjligheter. Det leder till en handlingsförklaring och frågeställningar med vem som förväntas göra vad och hur man går tillväga. Att kunna utveckla affärsmodeller där naturen används som resurs blir en utmaning i sig eftersom ett tydligt grundläggande tillvägagångssätt och samarbeten saknas i stort. Flera olika funktioner och aktörer behöver fungera och interagera på ett synkroniserat sätt. Speciellt för att kunna skapa långsiktigt hållbara affärsmodeller i naturområden, där man både vårdar och bevarar känsliga och värdefulla resurser i naturen.

Då naturen berör alla behövs en gemensam och långsiktig kraftansträngning för att skapa förutsättningar som gynnar entreprenörer, kommunen, besökare och övriga invånare. Nuläget visar på stor potential med en samlad överblick av uppskattade naturtillgångar, ett gemensamt intresse för utveckling gällande frågan och att det finns aktörer med kunskaper som inte tas vara på. Marknaden finns för att kunna skapa riktade erbjudanden för olika segment som stämmer överens med viljan från näringen och kommunens mål med tillväxt och hållbarhet.

Detta sammanfattas i tre slutsatser:

- Outnyttjad potential och engagemang
- Tillgängliggörandet behövs på flera plan och behöver utgå från god samverkan*
- För att nå samverkan & praktisk handling krävs en ledande roll

*Med flera plan menas tillgängliggörande av kunskap, information, genom digital synlighet och bokningsbarhet utöver den fysiska tillgängligheten.

Att tillgängliggöra naturen som resurs för kommersiella verksamheter och besökare innebär i detta fall, förståelse för vad det är som behövs för att affärsmodellerna ska

fungera i naturen och uppnå den effekten som önskas. Därmed lyder en problemformulering:

”Hur skapar vi möjligheter för entreprenörer att etablera en kommersiell verksamhet på ett hållbart sätt i naturen?”

Arbetet har fortgått utifrån problemformuleringen och en modell med olika funktioner har tagits fram för att kunna främja och tillsammans arbeta med att tillgängliggöra naturen för entreprenörer. Modellen i sin helhet tydliggör hur möjligheter kan skapas och vilka insatser som krävs för det. Syftet med modellen är att ge ett resultat av olika steg som behövs för både för den enskilda affärsmodellen i frågan och utifrån ett destinationsperspektiv. Tillsammans med ett förhållningssätt i hållbarhet och en gemensam syn på hur naturen i frågan bevaras på bästa sätt, ska nya affärsmöjligheter och utveckling kunna skapas. Det i sin tur ska påvisa naturens och ekosystemtjänsternas vikt att inkluderas och utvecklas ur en samhällssynpunkt.

För att tydliggöra modellens ändamål och funktion har tre case och konceptuella scenarion tagits fram för att exemplifiera utmaningarna idag.

Innehållsförteckning

Abstract	2
Illustrationsförteckning	6
1. Inledning	7
Definitioner	7
Bakgrund	8
Syfte	8
Metod	8
2. Nuläge	9
Kristianstads tillgångar	9
Omvärld & Marknad	10
Entreprenörens perspektiv	12
Kommunens perspektiv	14
Ekosystemtjänsternas betydelse	15
Lagarnas påverkan	18
Sammanfattande insikter	21
3. Analysering	22
Slutsatser	22
Samverkansmodell & funktioner.....	23
Tillgängliggörandet behöver ske stegvis.....	25
Naturen som värdepool	27
Samverkansmodell i Business Model Canvas.....	28
Case & konceptuella scenarion.....	29
Sammanfattning	36
Referenslista.....	38
Bildreferenser.....	41

Illustrationsförteckning

Figur 1 Lohas i sverige	11
Figur 2 Insikter Entreprenören.....	14
Figur 3 Insikter Kommunen	15
Figur 4 Modell från naturvårdsverket	16
Figur 5 Ekosystemtjänster Vattenriket.....	17
Figur 6 Insikter Ekosystemtjänster	18
Figur 7 Samverkanmodell	23
Figur 8 Samspel i parkförvaltning	25
Figur 9 Stegvis och tvärfunktionell tillgängligörelse	26
Figur 10 Naturen som värdepool	27
Figur 11 Business modell canvas	28
Figur 12 Case 1 Canvas.....	30
Figur 13 Case 2 Canvas.....	32
Figur 14 Case 3 Canvas	35

1. Inledning

Definitioner

I detta arbete förekommer det begrepp som brukas i ett visst syfte för projektets kontext, för att tydliggöra hur orden nyttjas beskrivs de i följande definitioner:

Naturen

Naturen i detta sammanhang är ett samlingsnamn för olika typer av enskilda offentliga ytor i Kristianstads kommun. I de avgränsade ytorna eller platserna förekommer det olika ekosystemtjänster som kartlagts i tidigare arbete som kommunen genomfört. I arbetet inkluderar dessa platser skog, stadsparker, biosfärsområdet, vattenrike och allmänna platsmarker likt stränder.

Ekosystemtjänster

Är de nyttor som naturen ger till oss människor gratis genom olika produkter och tjänster, som bidrar till vår livskvalité och välfärd. De kategoriserar efter fyra rubriker:

- Försörjande (ex: spannmål och dricksvatten)
- Reglerande (ex: rening av luft och reglering av vattennivån)
- Kulturella (ex: naturturism och friluftsliv)
- Stödjande (de tjänster som behövs för att övriga ekosystemtjänster ska fungera, exempel på detta är fotosyntes)

Hållbarhet

Innebär de tre hållbarhetsprinciperna som är de ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekterna.

Samverkan

Definitionen av samverkan i detta projekt syftar till engagemanget att vilja agera tillsammans på gemensamma utmaningar mot ett förenat syfte och mål.

Samverkan menar på en långsiktighet och effektivitet genom att veta hur man kompletterar varandra och fördelas på vem som gör vad i ett arbete mot utveckling.

Bakgrund

Arbetets bakgrund utgår från Kristianstads kommuns medverkan i EU projektet Urban Links 2 Landscape (förkortning UL2L). Kristianstads kommun ska förnya och uppdatera sin översiktsplan och stadsplanering med syftet att inkludera och möjliggöra platser i staden för behov som parkodling, hälsotjänster och de olika ekosystemtjänsterna. Kommunen har även i uppgift att inspirera och vara en förebild för andra kommuner till detsamma. Målet för Kristianstads del av UL2L är att minst 45% av Sveriges kommuner ska arbeta med att inkludera och reglera stadsplaneringen för att ge ekosystemtjänster och gröna områden en naturlig plats i sin översiktsplan. Därav har Krinova blivit tilldelad delprojektet "Assignment for Kristianstad Municipality – Business models for public green spaces in and around the city".

Syfte

Delprojektet har i uppgift att hitta lösningar för att tillgängliggöra naturen som resurs för kommersiella verksamheter i Kristianstads kommun, med hjälp utav affärsmodeller inom fokusområdena ekosystemtjänster, hälsa och parkodling.

Lösningarna ska verka för att möjliggöra platser för privata entreprenörer och därmed även tillgängliggöra den för allmänheten och besökare. Delprojektet ska påvisa vilka typer av förändringar och justeringar som behövs för att uppnå åtkomlighet till platserna och arbete mot effektmålet.

Effektmål

Effektmålet utgår från den uttalande önskan att se en ökning i sysselsättningen och besökare i kommunen. Det vill man åstadkomma genom att undersöka hur man kan ta vara på naturen genom affärsmodeller.

Metod

De tre metoderna desk research, intervjuer och workshops är kompletterande och säkerställer tillsammans kvalitén i arbetet. Tillvägagångssättet har varit till grund för informationsinsamling och analys av materialet som samlats in. De olika metoderna har valts utifrån konceptdesignerns bedömning av vilken typ av information som är väsentlig för projektet och dess syfte. Arbetet har inkluderat perspektiv från entreprenörer, tjänstemän och marknaden som syftar till besökare och invånare. Ett femte perspektiv som förhåller sig kring ekosystemtjänster har också inkluderats i arbetet för att tydliggöra naturens behov.

Konceptdesignern har arbetat tillsammans med business designers från Krinova i workshopformat och fått stöttning under projektet gång. Processen har grundat sig i Krinovas metodik kring utmaningsdriven innovation.

Metoderna beskrivs mer ingående utifrån de tre övergripande stegen:

Desk research

Informationsinsamling med internet som främsta verktyg. I denna fas insamlas befintlig data som publicerad forskning, strategier, dokument från kommunen,

rapporter och studier kring de olika perspektiven. Via denna metod har även insamlad information kring trender utförts som skapat grund till en omvärldsanalys.

Intervjuer

I arbetet har totalt 17st kvalitativa intervjuer genomförts fördelade på 11 entreprenörer, 5 tjänstemän och 1 forskare. Entreprenörerna har valts på kriterierna att de idag bedriver sin verksamhet med naturen som en nyckelresurs och ger en fördelning över olika områden och ytor i Kristianstads kommun. Frågeställningarna som utformats för intervjuerna har fokuserat på att kartlägga vilka möjligheter och utmaningar som upplevs idag, hur man har kommit fram till dessa och vad drivkrafterna är som ligger bakom olika initiativ kopplat till naturen.

Workshop

Med Krinovas business designers har det genomförts två workshops för att inkludera olika kunskaper och perspektiv. Utgångspunkten har varit att analysera den information som samlats in och för att undersöka lösningar.

2. Nuläge

Kristianstads tillgångar

Kristianstads kommun består av en varierande miljö där kontraster av naturtyper och stad överlappar varandra på ett unikt sätt. I Kristianstads naturvårdsprogram redovisas samlade naturområden av stort värde för kommunen, dess invånare och för staden att kunna utvecklas som ett attraktivt besöksmål för turister. De olika naturtyperna ger möjligheter att kunna utveckla mångsidiga värdeerbjudanden och ses som tillgångar i projektet. I dessa naturområden har olika grader av insatser genomförts för att förstärka platsen med service och infrastruktur. Exempel på detta är besöksplatserna i vattenriket, insatser som bänkar, sophantering, underhåll av leder och elljusspår och röjning för åtkomlighet. (Kristianstads naturvårdprogram, 2016) För den enskilda platsen och i arbetet ses även dessa insatser som tillgångar, med argumentet för den påverkan som det har i entreprenörens affärsmodell och vilka möjligheter som finns kopplat till områden i nuläget. Kommunen består till ca 80% av ett biosfärområde som är av internationellt intresse och ett kulturlandskap som är välbevarat. Detta tillsammans med en kartläggning av ekosystemtjänster och deras inverkan på näringslivet, har även en koppling som kan ge fördelar i skapandet av affärsmodeller. (Kristianstads kommun översiktsplan, 2013)

Med tillgångar menas även i detta fall befintlig kunskap och aktuella aktörer som kan nyttjas för att medverka i utvecklingen gällande affärsmöjligheter som projektet berör. De samlande tillgångarna bedöms utifrån hur de bidrar till att göra värdeerbjudanden möjliga i en affärsmodell som kan levereras till kund och resultera i ekonomiska intäkter.

Omvärld & Marknad

Informationsinsamlingen inkluderar en omvärldsundersökning inom de olika fokusområdena som ett underlag till de möjligheter som kan utvinnas med att ta vara på marknadens befintliga och framtida drivkrafter. Materialet inkluderar rapporter om trender, konsumentbeteende, besökarens och invånarens drivkrafter och behov.

Flertal rapporter poängterar vikten av utveckling mot hållbarhet både från ett konsument-, affärs- och samhällsperspektiv. Kairos future (2019) rapporterar om framtidens hållbara konsumenter som utifrån olika livsstilsgrupper kan komma att påverka och förändrar affärerna med nya bakomliggande motivationer. Några effekter som kan ses idag utifrån väletablerade trender, är konsumenternas allt högre krav på kvalitet, bekvämlighet och upplevelser som påverkar köpvalet av produkter och tjänster.

En ökad social medvetenhet påverkar konsumtionen utifrån vad andra anser om våra val från sociala, etiska och miljömässiga synpunkter. De växande urbana värderingarna leder till behov med mänskliga möten, natur och gemenskap som grundar sig i liknande intressen. Ett sökande efter trygghet påverkar val av platser att bo, arbeta och besöka. Utifrån ett statsperspektiv går turismen allt mer i hand med stadsutvecklingen som modell för att bilda ett mänskligt flöde som stärker och tar vara på outnyttjade områden. Det ses även som en lyx idag att ha nära gång- eller cykelavstånd till det mesta och vistas i populära mötesplatser. Känslan av det lokala sitter högt upp på ribban för både invånaren och besökaren. Rapporten syftar även på tillväxttrender som den ökande medvetenheten om mental och själslig hälsa. Där man ifrågasätter det stressade samhället, vill bryta mot ekorrhjulet och söker efter balans. Det är medvetna val som görs utefter den påverkan som det har på natur, djur, och människa, samt individen. (Kairos future 2019)

Med individen i fokus efterfrågas skräddarsydda erbjudanden med valfrihet. Upplevelser som ger en unika erfarenheter och kunskap eftertraktas, där känslan av självförbättring är en stor bonus. Digitaliseringen syns ännu mer och allt fler tjänster digitaliserar, det hänger ihop med behovet av effektivitet att det ska vara upplevas smidigt och spara tid. En motreaktion mot den uppkopplade vardagen och ständiga intryck ger en konsument som söker sinnesro och behov av avkoppling. (Visit Sweden globala trender, 2019)

Naturfokuserade nyfikna upptäckare är ett segment utav människor med många intressen som gärna besöker olika naturområden. De finns i olika åldrar och i olika delar av världen. De vill upptäcka naturen genom olika aktiviteter där vandring är en eftertraktad sådan. Detta segment är nyfikna människor som gillar upplevelser och att lära sig nya saker under sitt besök. De har starka värderingar som innefattar vikten av att ta hand om naturen, behandla alla lika och ha en hälsosam livsstil. Familjen är en central punkt för dem och de anser att det är viktigt att hjälpa andra människor. De främsta drivkrafterna segmentet har när de reser är att uppleva natur, kultur och nya

platser. De vill hinna med så mycket som möjligt under sitt besök och vill få ny kunskap. För att väcka intresset för denna typ av besökare och konsument ska man förmedla hur man kan upptäcka det genuina i Sverige. Gärna med ett stort fokus på naturen, hälsa och kulturupplevelser. Marknaden för detta segment uppskattas totalt omfatta ca tio miljoner människor i de fyra prioriterade marknaderna Tyskland, Frankrike, Storbritannien och USA. (Visit Sweden, målgruppsguide Naturfokuserade nyfikna upptäckare, 2019)

LOHAS är en förkortning på individer som står för Lifestyle of Health and Sustainability, där hälsa och hållbarhet står i centrum. De söker en livsstil som innefattar hälsa, njutning och spänning men som inte ska ske på bekostnad utav någon annan. De efterfrågar tjänster och erbjudanden som matchar deras önskan på livsstil. Undersökningar har identifierat att ca 100 miljoner människor tillhör gruppen LOHAS och de gemensamt spenderar över 500 miljoner dollar om året på produkter och service som går i linje med deras behov. LOHAS existerar över hela världen och menar på att de är villiga att betala mer för hållbara lösningar. I Sverige uppskattas 35% av svenska befolkningen tillhöra benämningen LOHAS. De har ett intresse av bland annat resor, trädgårdsskötsel och många äger segelbåtar. De vill hålla sig informerade via sociala medier och läser regelbundet nyheter både off- och online. När de reser vill de vara så hållbara som möjligt med ett öga på vad som är bra för hälsan och planeten. I Sverige sker en stadigt tillväxt av LOHAS sedan 10 år tillbaka, alltså en trend som bör uppmärksammas. (lohas.se, 2019)



(Figur 1: Lohas.se)

Naturens påverkan och dess vikt för oss människor har blivit ett allt större ämne och medvetenheten kring de välgörande effekter har ökat. I Naturvårdsverkets projekt med värdering av kulturella ekosystemtjänster baserat på bidrag till livskvalité, drar de

slutsatserna att människor har uttalade behov som tillfredsställs på olika sätt utav tillgången till grönområden och natur. Det uppnås en livskvalitet genom upplevelser av natur som stödjer eller direkt bidrar till livskvaliteten. De kulturella ekosystemtjänsterna kan kopplas till andra ekosystemtjänster genom de visuella erfarenheterna till miljön. (Naturvårdsverket, Pedersen, Johansson & Weisner, 2017)

Forskning visar även på att människan mår bättre och kan känna en större lycka av att bo i en miljö nära vattnet. Det finns samband mellan närhet till vattenområden och ökad grad av fysisk aktivitet och sociala möten. Forskning visar även att naturen minskar negativa känslor och är bra för mental återhämtning. Olika sammanfattande undersökningar visar en tydlig koppling mellan natur och individens välmående. (Karolinska institutet /ki.se , 2019)

Entreprenörens perspektiv

De elva entreprenörerna som inkluderats bedriver olika typer av verksamheter idag och har en geografisk spridning över kommunens olika ytor. Verksamheterna använder idag naturen som någon form av resurs i sitt utbud. Intervjuerna har grundat sig på frågeställningar som ska skapa en inblick i hur det har fungerat att starta och bedriva verksamheter kopplade till naturen och hur affärerna blir påverkade utav både naturområdena och de tillhörande utmaningar och möjligheter som upplevts idag. Intervjuerna vill även skapa insyn om värdena som entreprenörerna ser med naturen och hur de har identifierat dessa.

Entreprenörerna har idag varierande samarbeten med andra företagare. Samarbetena har främst berott på närheten till varandra. Att fler verksamheter befinner sig i anslutning till varandra har gett naturliga följder av att börja arbeta tillsammans och gett en dragningskraft till platsen. I flertal fall är det små former av samarbete som rekommendationer och utbyte av tjänster emellan. Även individens kontaktnät har varit till grund för uppkomsten av vissa samarbeten. Många upplever begränsningar i kännedomen om vem man skulle kunna arbeta med och hur ett större samarbete kan se ut samt ansvarsfördelningen. Tidsbristen att kunna uppsöka detta självmant och hitta rätt information och relationer till andra aktörer har varit en begränsning som också har påverkat. Det finns en stor samarbetsvilja bland alla de intervjuade men det framgår också att det i vissa fall uppkommit en konkurrenstillning när väl entreprenören har tagit initiativ för att kontakta andra. I relation till kommunen har de flesta endast varit i kontakt för tillstånd eller hyreskontrakt. Hur man kan arbeta med kommunen på ett annat sätt eller vilka möjligheter som finns har varit oklart och det upplevs att informationen saknats. När man väl har varit i kontakt med kommunen för hjälp vid olika ärenden har det generellt upplevts positivt och uppskattat. Vissa entreprenörer har deltagit i kunskapsinsatser kring utveckling som de sett gett visst resultat. Arbetet som fortgår efter det har dock upplevts stannat upp något och att de främsta satsningarna riktas åt endast ett håll i centrum när det finns andra behov. Det finns en önskan om service och guidning i kunskap både kring information, ansökningar och olika möjligheter.

Att själva platsen är tillgänglig för allmänheten är av stor vikt och man ser direkta förbättringar för sin verksamhet när insatser eller förflyttningar av lokal har skett. Många vill ta vara på utrymmen och lokaler men känt sig begränsade i hur de kan göra detta. Både kring hur man kan ta betalt för att använda naturen på olika sätt, vad de själva får göra i området för att anpassa platsen efter deras behov och få fram sina önskemål som resulterar i konkreta åtgärder.

Att främja den lokala entreprenören är en stor önskan som framgått i intervjuerna. De största utmaningarna uttalas i tidsbrist, resurser, coaching i vissa frågor, infrastrukturen, säsongens påverkan och marknadsföringen för att synas. Genomgående vill alla se samma typer av besökare och kunder som värdesätter kvalitet, har naturintresse och söker helhetsupplevelser. De vill ge nytta till lokalbor som besökare och vill se det enklare för båda att kunna hitta och ta sig till platserna.

Många sitter med idéer och tankar som framkommit under samtalen där inspiration från hur andra har gjort har varit en grund men även utifrån vad deras nuvarande kunder har efterfrågat. Inspirationen har de personligen tagit initiativ till att uppsöka på olika sätt. Tidsbristen, prioriteringar och den kraftansträngningen som det tar att sätta idén i verket har varit den främsta anledningen till att idéerna inte genomförts. Flertal kan nämna vilka typer av möjligheter och vad prioriteringen av tillgängliggörandet av olika ytor hade inneburit för verksamheter och ambitionen som de har.

Från entreprenörens perspektiv talas det om naturturism och olika typer av aktiviteter riktade både till invånare och turister som en potential för den egna verksamheten och för kommunen i stort, men det framförs att kompletterande service och rustning för de aktiviteterna behövs.

Möjligheter	Utmaningar
• Önskan om samarbeten (kommunen, företag, föreningar) • Resultatmedvetna (ser snabba resultat kopplat till verksamheten på insatser som ökat flödet och med informationsinsatser) • Personligt naturintresse som drivkraft (vill öka attraktiviteten för denna typ av besökare till platsen) • Ser värdet av vacker natur / attraktiva och fungerande platser och hur det är kopplat till verksamheten. • Vill ta vara utrymmen mer effektivt efter behov och idéer om de får veta hur och ges möjligheten.	• Infrastruktur (parkeringar, vägar, skyltar, bryggor, röjning, bussförbindelser, rastplatser) • Informationsbrist fysiskt (för besökare) • Digital synlighet (bokningsbarhet & marknadsföring) • kommunikation med kommunen (tidskrävande) • Verksamhetsutveckling (kapacitet, produktutveckling) • Begränsningar (tillstånd, hur man kan åtgärda/anpassa området efter behoven) • Resurser (främst ekonomiskt & lokaler, hitta rätt plats för en verksamhet) • Kännedom av andra aktör & samarbetsformer

(Figur 2: Insikter Entreprenören)

Kommunens perspektiv

För att kunna uppnå en djupare förståelse för hur kommunens roll och arbete ser ut i samband med naturen, ekosystemtjänster och näringen idag, har fem intervjuer genomförts med olika tjänstemän. Intervjuerna har fokuserat på upplevelsen av möjligheter och utmaningarna med att bedriva kommersiella verksamheter i naturen, utifrån tjänstemännens perspektiv. Hur arbetet ser ut idag kopplat till den egna och kommunens roll, samt vilken utvecklingspotential som finns.

Sammanfattningsvis framgick det av intervjuerna att det var få konkreta fall av entreprenörer som vill etablera sig i naturen och där man har arbetat tillsammans med kommunen. Det fanns några svårigheter med att besvara vad för typ av insatser som skulle behövas i vissa områden och vilka utmaningarna entreprenörernas verksamheter kan möta. Det finns en gemensam bild av brister i infrastruktur som hindrar tillgängligheten samt om att det finns ett behov av att synliggöra erbjudandena digitalt. Att samordna utbudet som finns och motivera fler företag som erbjuder aktiviteter upplevs som en av de största utmaningarna.

Kommunikationen och begränsningar av interna resurser är anledningarna till att vissa åtgärder ej har genomförts idag. Tjänstemännen vill gärna se ett samarbete som underlättar för entreprenörerna och där de kan verka som en extra resurs för dem. Det pekas också på ett glapp i kunskapen kring hur man tillsammans kan arbeta med naturen och utveckla affärsidéer. I alla intervjuer framkommer det uttalanden om att satsa på naturturism som den främsta möjligheten i och med Kristianstads fördelar med naturområdena, vattenriket i kombinationen av närheten till staden. Att utveckla paketeringar och service kan ge stor effekt på den nuvarande marknaden med besökare, men att säsongen är kortvarig och att nuvarande besöksantalet skulle innebära svårigheter att försörja sig på en sådan typ av verksamhet.



(Figur 3: Insikter kommunen)

Ekosystemtjänsternas betydelse

Forskaren Ingemar Jönsson är ekolog och samverkanskoordinator för biosfär/ vatten vid Högskolan i Kristianstad. Hans arbete inriktar sig mot bland annat studier av hållbar samhällsutveckling (ekosystemtjänster, miljöbeteende, grön infrastruktur). Mellan 2013–2018 var han ledare för forskningsmiljön Man & Biosphere Health vid högskolan. Ingemar har intervjuats för att lyfta fram ekosystemtjänsternas betydelser när det kommer till att nyttja naturen för kommersiella ändamål och behoven som behöver tas i hänsyn.

Generellt missar man ofta värdet med ekosystemtjänsterna. Att kunna identifiera vad som finns i naturen som vi har nytta utav och kunna värdera dessa nyttor, menar Ingemar är en stor utmaning idag. När det kommer till de kulturella ekosystemtjänsterna är det speciella svårigheter eftersom de berör själva upplevelsen och det mentala mötet med naturen. Ofta handlar det om att uppskatta naturens estetiska värde och hur vistelsen i naturen hänger ihop med individens livskvalité.

”Vad är det värt för mig att kunna gå ut i naturen och stressa ned?”

Ekosystemtjänster behöver kunna mätas och förmedlas i form av kunskap för att medvetengöra allmänheten om dess existens. Exempel på mätningar kan vara hur man minskar behovet inom vården genom att i stället återhämta sig från stress i naturen. Återhämtning har visat sig gå snabbare i naturen både efter operationer och även för mental återhämtning.

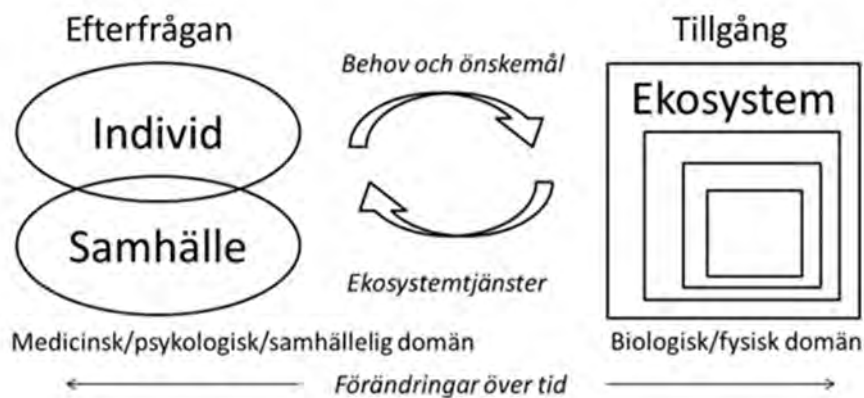
Värderingarna av ekosystemtjänster möter en prövning att kunna räknas i pengar och påvisa det ekonomiska värdet. Det finns dock metoder som används men kräver större resurser för att genomföras, exempel på dessa är:

- Resekostnadsmetoden/modellen: Samla in information om hur mycket tid och pengar folk lägger ut för att ta sig till ett rekreationsområde. Med denna information kan efterfrågan på besök leda till slutsatser om en plats ekonomiska värde. Syftet är att värdera en kulturmiljö. Faktorer som påverkar förutom tid och pengar är även områdets kvalitet på miljön och efterfrågan på resor. Metoden kan även räknas på kostnader som besökaren behöver vid vistelsen (resa, utrustning).
- Scenariovärderingsmetoden (willingness to pay & willingness to accept: studera betalningsviljan för förändringar i miljön). Ibland tillfrågas personer istället om sina kompensationskrav. Kan fånga upp existensvärden eller icke-användarvärden. Människor som värdesätter själva existensen av en god miljö även om de aldrig personligen har tänkt sig att komma i närkontakt med den.

Metoderna visar både för och nackdelar, men kan ge en grund för betalningsviljan från ett samhällsperspektiv.

De kulturella ekosystemtjänsterna behöver uppstå från ett behov och kopplas ihop

med ekosystemets egenskaper på en plats. Även fast ett område har tjänsterna i sig behöver det alltså finnas ett behov (kan vara outtalad) från människan som ska tillfredsställas. Finns inte behovet uppstår det ingen tjänst som naturen fyller. Det innebär att två aspekter i relation till varandra behöver finnas. Människor med ett behov och eller önskemål som skall tillgodoses med hjälp av naturen och ekosystemtjänsterna, och tillgång till det ekosystemet med den tjänsten som kan tillfredsställa just detta behov. (Naturvårdsverket, Pedersen, Johansson & Weisner, 2017)



Figur 1. Konceptuell modell över hur värden av ekosystemtjänster uppstår som utvecklats inom projektet. Baserad på Gee & Burkhard (2010) och Daniel et al. (2012).

Figur 4: Naturvårdsverket, "Värdering av kulturella ekosystemtjänster baserat på bidrag till livskvalitet"

Det finns möjligheter med ekosystemtjänster från ett företagsperspektiv där man kan ta vara på de genom bland annat naturturism. Naturupplevelser av olika slag som att skåda växter, fåglar och djurliv eller bara få ett uppleva tystanden i naturen kan utvecklas till konkreta erbjudanden för besökare. Utvecklar man dessutom nya upplevelser och mötesplatser som lösningar på exempelvis de sociala behoven kan det generera till att fler människor kan ta del utav naturen. Det finns en stor potential men för att kunna omhänderta detta behöver vi knuffas åt rätt håll. Det innebär att det behövs en större medvetenhet och kunskap i hur man kan arbeta med ekosystemtjänster i en affärsmodell.

Att kunna identifiera affärsmöjligheter för verksamheter med ekosystemtjänster i naturen skapar ett intresse för att vilja utveckla naturens värde. Genom att framhäva affärsmöjligheterna minskar man risken att ekosystemtjänsterna går förlorade. Det är ett sätt att medvetengöra naturens nytta och värde för att kunna ta vara och bevara den på. Genom ett affärsperspektiv kan man påvisa ekosystemtjänsternas nytta på och skapa bättre förutsättningar för att de blir inkluderade och prioriterade i samhället.

Företag i naturen behöver förhålla sig till platsens förutsättningar och arbeta utifrån den. De begränsningar som kan finnas är intäktsmöjligheterna och vad som behövs för att bygga upp en verksamhet i relation till naturen idag. Ingemar nämner specifikt att

för de kulturella ekosystemtjänsternas framgång, har de störst potential med att knytas ihop till andra erbjudanden i en paketering. (Intervju Ingemar Jönsson, 2019)



(Figur 5: bild, Vattenriket.se)



(Figur 6: Insikter ekosystemtjänster)

Lagarnas påverkan

Verksamheter med en grund i naturen möter ofta vissa lagar och regelverk att förhålla sig till för att kunna bedriva eller utveckla företaget. Det är främst tre lagar som har identifierats som påverkar en kommersiell verksamhet och som har en tydlig koppling till de allmänna platserna. Nedan kommer en övergripande beskrivning av de olika lagarna och deras relation till potentiella företag.

Allemansrätten

Allemansrätten syftar på en rätt för alla att få tillgång och kunna vistas i naturen. Rätten innebär också krav på ansvar mot naturen och djurlivet som ska följas och ta hänsyn för hur man uppträder mot andra besökare och markägare. I regeringsformens kapitel om grundläggande fri- och rättigheter står det att "Alla ska ha tillgång till naturen enligt allemansrätten". Men allemansrätten i sig är ingen lag. Däremot omges allemansrätten av lagar som sätter gränser för vad som är tillåtet. Naturvårdsverket har sammanfattat allemansrätten i orden "inte störa- inte förstöra" som menar på hur man ska förhålla sig till naturen. I vissa känsliga områden som naturreservat råder ytterligare vissa bestämmelser som ska följas från länsstyrelsen och påverkar allemansrätten. (Naturvårdsverket, allemansrätten, 2004)

Allemansrätten utifrån kommersiella syften

Innebörden med att alla får vara i naturen, även på någon annans privata mark skapar konflikter när det gäller kommersiella verksamheters rätt att tjäna pengar på både ett allmänt område och på markägarens yta. Allemansrätten syftar till individens rätt och inte människor i grupp vilket kan försvåra och problematisera om en entreprenör vill använda naturen som resurs. (kommersiellt utnyttjande av allemansrätten, Henning, 2016)

Att allemansrätten inte är någon lag innebär svårigheter att kunna förmedla exakta besked om vad som gäller i alla sammanhang. Lagarna som omger allemansrätten anger gränser och vad som är förbjudet, vilket i många fall är en tolkningsfråga och skapar vissa oklarheter. Med utgångspunkt från lagarna kan allemansrätten tolkas i domstol. Allemansrätten gäller för alla. Den har kommit att få stor betydelse inte bara för den enskilde, utan också för organisationer och turistnäring. Dessa har ingen egen allemansrätt, men kan i sin verksamhet dra nytta av att allemansrätten finns. (Naturvårdsverket, allemansrätten, 2004), (riksdagen, miljöbalk, 2019)

Kommunallagen

Kommunallagen är den lag som styr landstingens/regionernas och kommunernas verksamhet. Lagen ger utrymme för det som kallas kommunalt självstyre som innebär att landsting, regioner och kommuner har stor rätt att fatta självständiga beslut kring hur de ska sköta sina arbetsuppgifter och fördela sina resurser. Det finns uppsatta ramar som riksdagen och regeringen har bestämt och som behöver följas.

Kommunallagen ger det grundläggande regelverket för vad som är kompetensenligt och hur den lokala självstyrelsen utövas. Kommunallagen gäller på samma sätt för kommuner, landsting och regioner. Sammanfattningsvis reglerar lagen hur kommunen får verka och vilka gränser som finns.

Kommunallagen, kommunala bolag och näringsverksamhet

Gällande näringsverksamheter får kommuner och landsting driva näringsverksamheter, om den drivs utan vinstsyfte och går ut på att tillhandahålla allmännyttiga anläggningar eller tjänster åt medlemmarna i kommunen /landstinget. De får även genomföra åtgärder för allmänt främjande av näringslivet. Kommunen får vara verksamma i hel eller delägda kommunala bolag, där man antingen bestämmer själv eller med andra.

När det kommer till inriktat stöd till enskilda näringsidkare får det individuella stödet endast lämnas om det finns särskilda skäl för det. Det innebär att när det kommer till kommersiella verksamheter behöver kommunen utifrån sina befogenheter i kommunallagen göra en följande avvägning, där ena sidan ska inte kommunen rent av engagera sig i enskilda företag (eftersom de då går utöver sina egna befogenheter som består av att bland annat fatta beslut som är av betydelse för kommunen och dess invånare, och ett sådant beslut kan laglighetsprövas). Å andra sidan kan gynnandet till ett företag leda till att man kan öka sysselsättningen eller utveckla den egna kommunens näringsliv, vilken man får göra eftersom det är inom den aktuella befogenheten. Detta är en avvägning som behöver göras i de specifika fallen.

Kommunen måste bland annat följa en lokaliseringsprincip vilket innebär att kommunerna i regel inte får syssla med verksamheter utanför kommunens gränser. Ett annat viktigt inspel i detta är den så kallade likabehandlingsprincipen, som innebär att en kommun inte får särbehandla ett enskilt företag. Denna princip ställer sig i konflikt med kommunens allmänintresse. Tolkningen ligger enligt kommunallagen i vilken inverkan det gör för kommunen i fråga, hur mycket man får gå in i ett enskilt företag. (riksdagen, kommunallagen, 2019), (skr, kommunalrätt, 2019)

Allmänna ordningsstadgan

Är en lag som innehåller särskilda föreskrifter om allmänna sammankomster och offentliga tillställningar. Föreskrifterna berör allmän ordning och säkerhet vid sammankomster och tillställningar, på offentliga platser och vid vissa anläggningar och verksamheter. (riksdagen, allmänna ordningsstadgan, 2019)

Med offentlig plats enligt stadgan i riksdagen menas bland annat allmänna vägar, gator, torg, parker och andra platser som i detaljplan redovisas som allmän plats, och som upplåtits för avsett ändamål. Kommunen bestämmer i detaljplanen vem som ska vara huvudman för en allmän plats. Med huvudmannaskapet följer ett ansvar för skötseln av platsen, oberoende av vem som äger marken. Kommunen är i många fall

markägare för allmän plats, men marken kan även ha annan ägare. Reglerna för allmän plats gäller oavsett vem som äger marken, om den är avsedd att vara tillgänglig för allmänheten.

Föreskrifterna i allmänna ordningsstadgan får exempelvis innehålla de reglerna:

- som behövs för att upprätthålla den allmänna ordningen på offentlig plats,
- som behövs för att förhindra att människors hälsa eller egendom skadas till följd av användningen av pyrotekniska varor,
- om ordningen och säkerheten i en hamn som behövs med hänsyn till den verksamhet som bedrivs i hamnen.

Vid användning av offentlig plats, måste det ibland föras tillstånd från kommunen. Det gäller exempelvis om du ska bygga en uteservering. Med allmän sammankomst avses till exempel demonstrationer, föreläsningar och föredrag som hålls för undervisning där mötesfriheten utövas. För att en sammankomst ska anses som allmän krävs att den anordnas för allmänheten eller att allmänheten har tillträde. Offentliga tillställningar kan vara tävlingar och uppvisningar i sport, marknader och mässor. För att en tillställning skall anses som offentlig krävs att den anordnas för allmänheten eller att allmänheten har tillträde till den. (riksdagen, allmänna ordningsstadgan, 2019), (Kristianstads kommun, tillstånd & regler, 2019)

Att använda offentlig plats som entreprenör

Vid användning av offentlig/ allmän plats söker man tillstånd hos polisen. Det kan gälla ärenden för exempelvis skyltar, bygga scen, container eller etablera ett bygge. Gällande uteserveringar, bedriva torghandel eller ställa upp en foodtruck/matvagn så finns det särskild information som man behöver ta del utav. (Kristianstads.se, tillstånd & regler, 2019)

Kommuner har rätt att ta ut en ersättning för upplåtelse av offentlig plats. De två främsta formerna av upplåtelse av allmän plats menar på tillstånd för att anordna en offentlig tillställning och allmän sammankomst, eller tillstånd för all annan markanvändning som strider mot det ändamål som platsen avses att verka som. (Kristianstads kommun, taxa för upplåtelse av offentlig plats, 2017)

Sammanfattande insikter

Informationen som samlats in kan sammanfattas i en övergripande verklighetsbild med insikter för Kristianstads kommun i anslutning till projektet. Med utgångspunkt i en fördelning av möjligheter och utmaningar sammanställs insikterna nedan för att i nästa steg kunna dra slutsatser ifrån dessa.

Omvärlds- och marknadsanalysen samlar kunskap om drivkrafterna och behov som

finns hos både invånaren och besökaren. Dessa avser i stora drag möjliga kunder för potentiella verksamheter och är fakta som behöver förmedlas till entreprenörerna för att kunna användas praktiskt. Trender och inspiration från omvärlden är information som behöver tillgängliggöras vid rätt tidpunkt för företagaren med hänsyn till deras verklighet. Det finns krav, förväntan och ett köpbeteende som konsumenten har och det behöver skapas förutsättningar för att man ska kunna möta dessa från alla perspektiv som inkluderats i arbetet.

Det existerar tillgångar i kommunen som alla upplever nyttjas bäst med samarbeten och att möjliga erbjudanden ska förmedlas i en gemensam helhet. Den tydligaste insikten är det genomgående intresset för naturen, men som idag utspelar sig i olika initiativ i separation från varandra och mot olika håll. Platsens fysiska åtkomlighet, dess miljö och kring servicen på plats i relation till verksamhetstyp, har identifierats som avgörande för att bedriva de verksamheter som inkluderats i arbetet på de olika områdena. Här spelar även faktorn in med hur enkelt det är att hitta dit med den information som finns tillgänglig idag. De rådande utmaningarna är brist på resurser och prioritering utav de. Kommunikation, information och kunskap är utmärkande områden där det finns stor utvecklingspotential inte minst de också ofta ligger till grund för övriga utmaningar som framkommit i insikterna.

Lagarna som nämns har inte upplevts hindra eller begränsa affärsmöjligheterna eller etableringar. De ses snarare med förståelse och som en aktivitet att behöva genomföra. En aktivitet som behöver underlättas med information, kunskap och som behöver bli mer tidseffektiv. Det undersökningen pekar mer på hur regelverken upplevts ha använts i situationen som i enskilda fall har lett till begränsningar.

3.Analysering

Slutsatser

Utifrån informationsinsamlingen går det att utläsa existerande glapp mellan olika relationer och aktörer gällande arbetet med natur och affärsmöjligheter. Det leder till en handlingsförklaring och obesvarade frågeställningar om vem som förväntas göra vad och hur man går tillväga. Att kunna utveckla affärsmodeller med naturen som resurs blir en utmaning i sig eftersom ett tydligt grundläggande tillvägagångsätt och samarbeten saknas i stort. I ett sammanhang med naturen som resurs behöver flera olika funktioner fungera och aktörer behöver gå ihop för att arbeta, vårda och bevara den. Detta gäller speciellt när man skapar fungerande affärsmodeller.

För en entreprenör blir det krävande att utveckla affärsidéer som påverkas så mycket utav insatser och beslut från kommunen. Att kunna skapa lönsamma verksamheter förlitar sig mycket på att kunna hittas och nås av sina kunder. Synlighet, med bl.a. skyltar, turistinformation och fungerande infrastruktur är väsentliga. Även att platsen i

sig har en dragningskraft med övriga utbud, service och attraktivitet för invånare och besökare. Det innebär att en helhet och samsyn behöver fungera i kommunen.

Då naturen berör alla behövs en gemensam långsiktig kraftansträngning för att skapa förutsättningar som gynnar entreprenörer, kommunen, besökare och invånare. Nuläget visar på stor potential med en samlad överblick av uppskattade naturtillgångar, ett gemensamt intresse för utveckling gällande frågan och att det finns aktörer med kunskaper som inte tas vara på. Marknaden finns för att kunna skapa riktade erbjudanden till olika segment som stämmer väl överens med näringens vilja och kommunens tillväxt- och hållbarhetsmål.

Detta sammanfattas i tre slutsatser:

- Outnyttjad potential och engagemang
- Tillgängliggörandet behövs på flera plan och behöver utgå från god samverkan*
- För att nå samverkan & praktisk handling krävs en ledande roll

(*Med flera plan menas tillgängliggörande av kunskap, information, genom digital synlighet och bokningsbarhet utöver den fysiska tillgängligheten)

Att tillgängliggöra naturen för kommersiella verksamheter och besökare innebär i detta fall , förståelse för vad som behövs för affärsmodellerna ska fungera i naturen och uppnå den effekten som önskas. Därmed lyder en problemformulering:

”Hur skapar vi möjligheter för entreprenörer att etablera en kommersiell verksamhet på ett hållbart sätt i naturen?”

Samverkansmodell & funktioner

Genom att identifiera vilka som behövs och hur man behöver varandra har olika funktioner brutits ned i en modell. I modellen definieras olika roller som är nödvändiga för att skapa ett framgångsrikt samarbete utifrån problemformuleringen.



(Figur 7: Samverkansmodell för affärsmodeller i naturen av Caroline Jönsson)

Värderingsgrund: För att samla olika människor i ett arbete tillsammans behöver vi ha en värdegrund som skapar en gemensam syn och förhållningsätt i hur vi agerar mot varandra. Den syftar till att skapa ett klimat där de inblandade kan agera tillsammans utifrån en tydlig kollektiv värderingsgrund som modellen förankras i.

Strategin: För att svara på hur vi ska gå tillväga behövs en funktion som ger nödvändig styrning. Modellen ska kunna luta sig emot denna och strategin ska innehålla djupkunskap som pekar mot slutmålet.

Målbild: Den är till för att skapa engagemang och ska genomsyra alla delar i modellen. En viktig faktor som skapar en riktning att samlas under och vad man tillsammans vill uppnå.

Dessa blir tillsammans ett ramverk med grundpelare som ger förutsättningar för olika människor i olika typer av roller att samlas inom.

Politiker: (Återspeglaren & möjliggörare) Personer tar beslut som direkt eller indirekt påverkar de övriga parterna, det kan handla om för visioner, budget, strategier för kommunen och olika inriktningar som påverkar förutsättningarna till olika samarbeten och öppnar dörrar. Funktionen som politikern har i modellen är att genom samtal kunna sätta upp mål, budget och strategier för kommunen som kan återspegla näringsens behov och vilja genom att få insyn till de övriga i sin roll.

Tjänstemän: (verkställande partnern) Tar en roll som extra resurs genom samarbeten och i den rollen även stötta med nödvändig kunskap till övriga. I modellen tar de en

naturlig plats som samarbetspartners för entreprenörerna med hjälp av den drivande rollen i mitten. De agerar även som verkställare för beslut och insatser i relationen till de övriga funktionerna. I sin roll kan de förmedla behoven från sitt perspektiv genom en närmare relation till näringen med hjälp av de övriga funktionerna.

Entreprenör: (kreatören/skaparen, påverkaren) Funktion som entreprenör, kommer med affärsidéer och skapar en effekt av tillväxt. Entreprenören ses på många sätt som påverkaren som bidrar till samhällsförbättring. Som påverkare innebär det även att de samtalen som sker mellan entreprenören och politikern är av stor vikt för att påverka och framhäva behov.

I verkligheten behöver entreprenören förhålla sig till andra typer av entreprenörer och därmed finns det två block med den funktionen. Den är även till för att påvisa och kunna främja en självklarhet med samarbeten mellan de som gynnar båda parter och platsen i stort.

Pilar gula: De gula pilarna symboliserar de samtal och samarbeten som behövs mellan de olika rollerna i modeller. De överskridande samarbeten och samtal ska förhålla sig till målbilden, värdegrunden och strategin.

Pilar mörkblå: De mörkblåa pilarna indikerar var det behövs en praktisk support för att kunna möjliggöra de samtal och samarbeten som krävs och därmed behöver komma från en drivande funktion.

EBD Rollen: (drivaren/ motorn) EBD är i detta arbete en förkortning på Eko(systemtjänster) Business Designer. Det står för en fysisk person som tar en praktiskt supportande roll som ska driva och göra korsöverskridande samarbeten möjliga. Personen kommer arbeta med att identifiera vad för typ av insatser som behövs mellan rollerna, vilka man kan arbeta med i frågan och hur man når varandra.

EBD blir från entreprenörers perspektiv en medskapande person att kroka arm med och arbetar på ett tvärfunktionellt sätt. Personens uppdrag är att driva blocken närmare varandra i dessa frågor med exempelvis lämpliga samarbeten. EBD med sin kunskap både som business designer och kännedom tillgängliggör information och andras kunskap i sin roll.

För att modellen ska fungera behöver den drivas utav samverkan. Det behöver finnas en förståelse mellan de olika rollerna och deras funktion i det gemensamma arbetet. Med samverkan menas att sträva efter långsiktighet och effektivitet genom att veta hur man kompletterar varandra. Samverkan tar tid att uppnå och behöver inledas med samarbeten.



(Figur 8: Petra Bengtsson, Samspel i parkförvaltningen, 2009)

Tillgängliggörande behöver ske stegvis

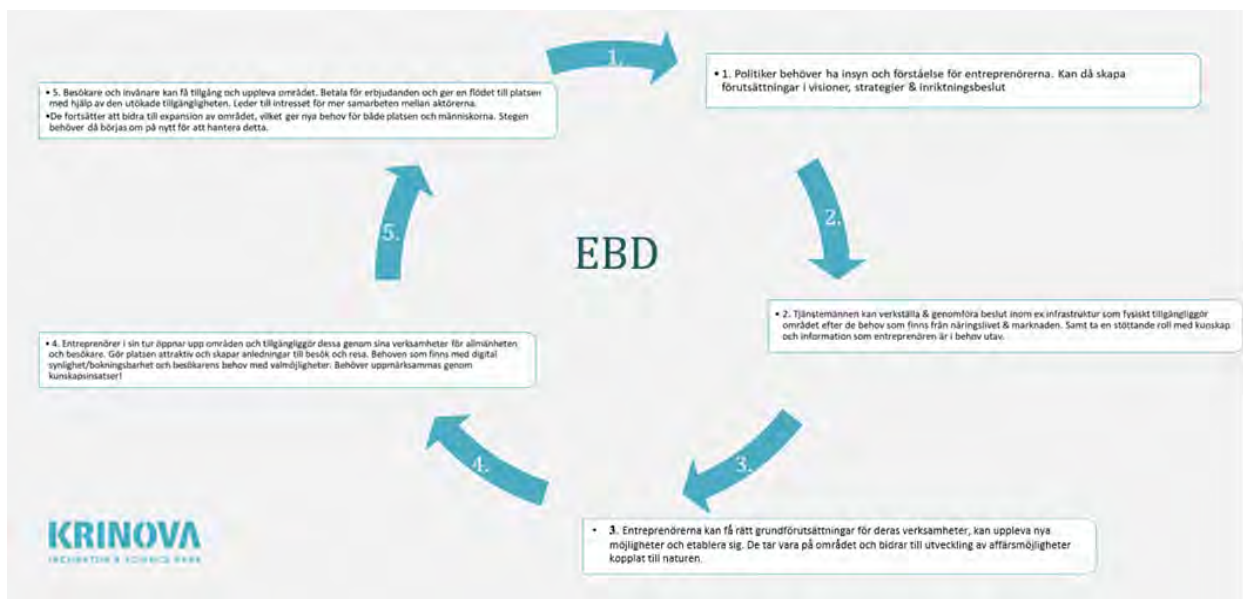
Resultatet av modellen och vad den ska uppnå är att framlägga olika steg som behövs för att skapa tillgänglighet i det enskilda fallet med entreprenören och utifrån ett destinationsperspektiv. Stegen förtydligas och samspelar med varandra med hjälp av de olika funktionerna och det tvärfunktionella stödet av EBD.

Textförtydligande och exempel på steg (se figur 9 nedan)

1. Politikern behöver ha insyn och förståelse för entreprenören och kan då skapa förutsättningar i visioner, strategier & inriktningsbeslut.
2. Tjänstemännen kan verkställa och genomföra beslut inom exempelvis infrastrukturen som fysiskt tillgängliggör området efter de verkliga behoven från näringslivet & marknaden. De kan ta en stödjande roll med information och kunskap som entreprenören är i behov utav.
3. Entreprenören kan få rätt grundförutsättningar för dennes eller hens verksamheter, kan uppleva nya möjligheter och etablera sig. Entreprenören tar vara på området och bidrar till utveckling av affärsmöjligheter kopplat till naturen.

4. Entreprenören öppnar i sin tur upp området med sin verksamhet och tillgängliggör det för allmänheten och besökare. Hen bidrar till att göra platsen attraktiv och skapar anledningar till besök och resa. Behoven av digital synlighet, bokningsbarhet och besökarens behov av valmöjligheter behöver uppmärksammas genom kunskapsinsatser.
5. Besökare och invånare kan få tillgång till platsen och uppleva området/naturen. Betalar för erbjudanden och ger ett ökat mänskligt flöde med hjälp utav de tidigare stegen och den utökande tillgängligheten. Flödet leder till mer intresse för samarbeten och samverkan mellan aktörerna. Besökare och invånare bidrar till fortsatt expansion av området, vilket ger nya behov för både platsen och människorna. Stegen behöver då påbörjas på nytt för att hantera detta och säkerställa hållbarhet.

EBD rollen blir ännu tydligare som en motor med det tvärfunktionella arbetssättet. De utmålade stegen kommer behöva support för att komma framåt och samverka i arbetet. Risker med att ta bort funktionen som EBD har, är att utvecklingen stannar upp och att man fastnar i ett utav stegen.

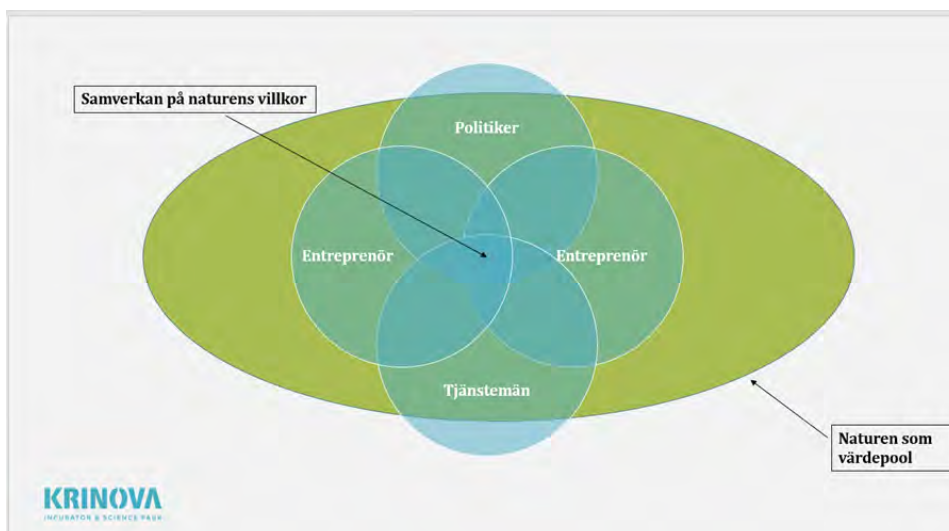


(Figur 9: Stegvis & tvärfunktionellt tillgängliggörande, Caroline Jönsson)

Naturen som värdepool

”Hur skapar vi möjligheter för entreprenören att etablera en kommersiell verksamhet på ett hållbart sätt i naturen?” När vi pratar om affärsmöjligheter i naturen behöver vi förstå riskerna med att plocka ut värdet från den. Naturen är en värdepool som ska

finnas till för alla att kunna ta del utav och som vi delar på. Med hjälp av den ska vi kunna växa tillsammans och behöver vara införstådda i den egna och andras roll i detta. Agera på ett hållbart sätt kring detta behöver innebära att det värde som vi plockar ut genom exempelvis att kunna bedriva verksamheter, öka flödet och anpassa den, behöver vi ge tillbaka minst lika mycket värde. Kan man reglera detta via avtal och ansvar på kommunens mark med en pay back / kompensation och hitta gemensamma lösningar och ansvar för att vårda utifrån en miljömässig aspekt, kan det föra oss närmare en samverkan på naturens villkor. Även metoder som planering och zonerings av friluftsliv och turism, behöver tas i åtanke för att skapa en hållbar utveckling. I figur 7, samverkansmodell med de olika funktionerna bör detta inkluderas som en uppenbar handling och finnas med i både värdegrunden som ett förhållningsätt mot naturen, målbilden som vill ta oss mot ett hållbart näringsliv och i strategin med hur vi kan gå tillväga för att skapa det. (Naturvårdsverket, så bidrar ekosystemtjänster till viktiga samhällsfrågor, 2017), (Mogren, 2013)

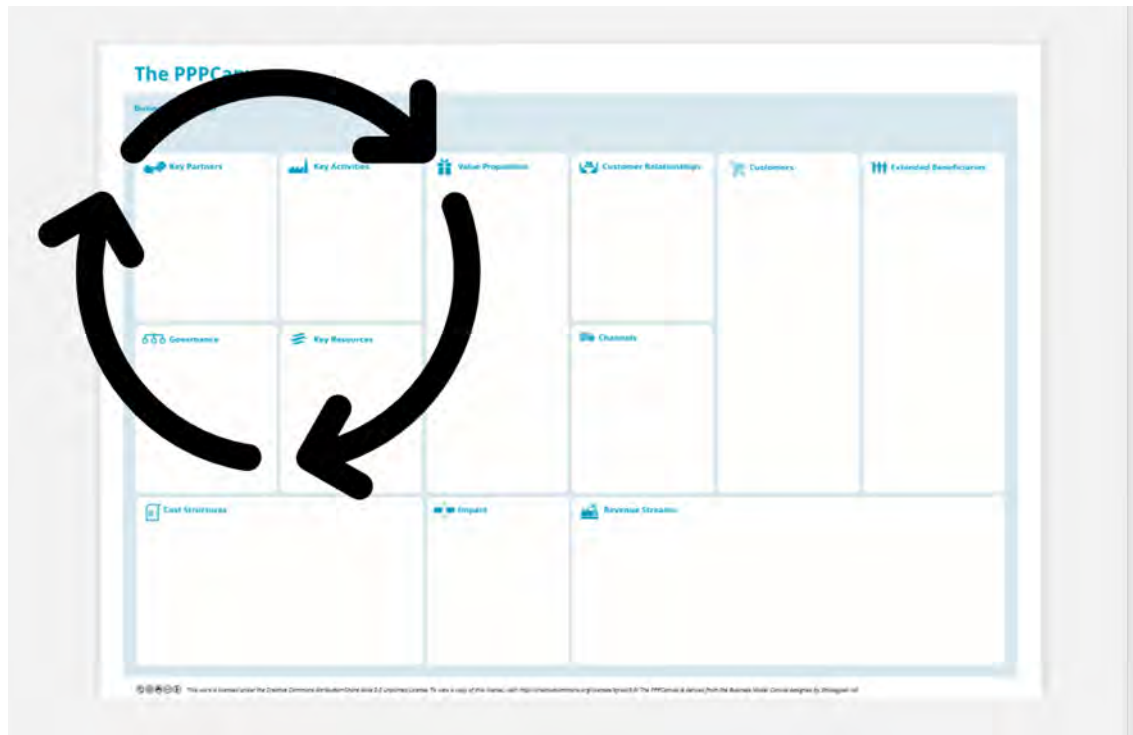


(Figur 10: Samverkan på naturens villkor, Caroline Jönsson)

Samverkan i Business Modell Canvas

Modellen i sin helhet fyller syftet i en affärsmodell med att skapa möjligheter genom att fylla och underlätta visa byggstenar som lättast visualiseras med en Business Modell Canvas (BMC). En BMC kan visa upp vilka delar entreprenörer behöver för att kunna skapa en fungerande verksamhet. I den högra delen (värdeerbjudande, kunder, kanaler mm), arbetar entreprenören med sin idé och kan idag få stöd av bland annat

Krinova och de fungerande samarbeten mellan olika aktörer som ligger bakom. När entreprenören kommer till den vänstra delen av BMC som gäller samarbetspartners, resurser och nyckelaktiviteter kommer modellen in som ger support i dessa block. Det balanserar då upp de båda sidorna i BMC med att det finns ett supportsystem i varje ände som projektet har identifierat saknas idag. Genom att få det stöd och samverka i alla delar kan förutsättningarna skapas för att kunna utveckla affärsmodeller med naturen som resurs.



(Figur 11: Samverkan i Business Model Canvas, baseras på PPPCanvas av strategyzer AG)

Case & konceptuella scenarion

För att exemplifiera det som beskrivits hittills i rapporten har tre scenarion tagits fram inom fokusområdena hälsa, parkodling och ekosystemtjänster. Koncepten utspelar sig i Kristianstad och där entreprenören redan har arbetat igenom vissa delar i en BMC. Entreprenören befinner sig i ett stadie där affärsmodellens block med nyckelpartners, samarbetspartners och nyckelaktiviteter ses över. Koncepten är utformade efter inspiration från omvärlden, nuläget i kommunen och de tillgångar som finns. De tre affärsidéer besitter även utvecklingspotential.

Case 1, Local Gardening Kristianstad



Intresset för egen odling har ökat markant på senaste tiden med urbaniseringen och skapar en värdefull känsla av närhet till natur och sinnesro. Local Gardening Kristianstad är företaget som uppmärksammat detta och hyr ut platser för odling av eget bruk till invånare.

I Kristianstads Tivolipark har du möjlighet att hyra plats för att odla grönsaker och annat matnyttigt i din egen låda! Det fungerar som en kollektiv mötesplats för likasinnade att dela med sig av sina intressen, odlingskunskaper och ger ett utrymme för att utöva sin egen odling mitt i Kristianstads centrum.

Den som vill odla ansöker om att bli medlem och blir då tilldelad en låda att hyra. Ett skötselavtal skrivs under som går ut på ett aktivt deltagande och sköta om odlingsbädden. Som medlem i Local Gardening Kristianstad får du tillgång till material som jord, vatten och grundverktyg på plats, även en inbjudan till Community sidan på facebook. Det går även att hyra en odlingsplats för företag som vill uppmåna till aktivitet i naturen. Era medarbetare får då fri tillgång att odla i avsatta lådor med ert varumärke på.

Local Gardening ser även möjligheten med att arrangera olika aktiviteter på plats både med föreläsare i ämnet och för de som vill prova på odling för första gången. Aktiviteterna kan locka till sig nyfikna besökare, nya kunder och skapa mervärde för deras medlemmar. Att kunna erbjuda något extra på platsen som en fikapaus i trädgården, ser de kan skapa en avslappnad och trivsamt miljö för samtal, skratt och att få njuta av den friska luften!

Case 1, Local Gardening Kristianstad



(Figur 12: Block ut PPP canvas, case1)

I figuren ovan sammanställs entreprenörens behov för att kunna förverkliga affärsidén. Aktiviteterna innebär bland annat att lokalisera och få hjälp med att hitta mark som ska passa verksamhetens behov och vad det är som är möjligt att genomföra. Vad är det för typ av samarbeten som behövs med kommunen och vad behöver entreprenören för att nå sina kunder. Nyckelresurserna beskriver bland annat platsen betydelse och att det ska vara trivsamt att vilja vistas i för kunderna. Det behöver vara enkelt att ta sig dit och finnas grundservice på plats. Därav valde entreprenörer i detta fall tivoli-parken som etableringsområde. En tydligt samarbetspartners behov i detta fall vara kommunen för att idén ska kunna bedrivas.

Lagens påverkan för entreprenören

Enligt den allmänna ordningsstadgan, behöver entreprenören eventuellt skaffa tillstånd som ger upphov till att kunna använda parken till verksamheten. Ett samarbete behöver ske mellan kommun och entreprenör som regleras via avtal och ersättning till kommunen betalas för att få använda platsen. Entreprenören behöver kunna stänga ute obehöriga (allmänheten) till viss del för att kunna etablera verksamheten och skydda odlingen för att kunna ta betalt. Detta kan ge vissa utmaningar då allemansrätten även påverkar och verksamheten kan ses som ett hinder för andra att utöva friluftaktiviteter. Detta innebär ett avvägande mot olika typer av intrång.

Case 2, The Water Kingdom Experience

Efterfrågan av unika upplevelser är ett faktum inom besöksnäringen. Både invånare på en plats och besökare värdesätter mer och mer naturens estetiska värden och aktiviteter som är direkt kopplade till att få uppleva dem. Det är en av främsta reseanledningarna och drivkrafter bakom att besöka en plats. Men dessa värden kan vara svåra att upptäcka och ta del utav om det inte finns någon som förmedlar vart och hur man kan göra detta.

The Water kingdom Experience är det upplevelseföretaget som vill ge besökaren unik erfarenhet genom att stimulera de fem sinnen

under sin vistelse. Genom ett helhetserbjudande som förankrar sig i glamping konceptet, vill de ta vara på tillgångarna som finns och förstärka platsen Vatteriket.



Bild www.trippa.se

Upplevelsen ger ett naturnära boende i Vattenriket där du kan se den vackra miljön från tältets öppning. Genom Vattenrikets besöksplatser får besökaren en bekvämare vandring som tar de igenom områdets unika miljö och kontraster. De blir uppmanade att interagera med naturen genom ett experience kit eller möjligheten med att boka till en personlig guide, som vägleder besökaren till att verkligen ta in miljön med hjälp av de mänskliga sinnen, samtidigt som kunskap ges om platsen och olika djurarter. Man uppmanas till att **känna** på träden eller vattnet under sin vandring, stanna upp och **höra** ljuden av fåglarna och djurlivet runt omkring. Lägga märke till **doften** av grönskan vid ängarna. Med på turen får man ha med en förpackad matupplevelse fylld med lokal mat. En **smak** av Kristianstad som kan avnjutas i naturriket vid vattnet.

Entreprenören har i sin idé gjort en förädling av guidade turer genom att kunna erbjuda friheten att uppleva erbjudandet på egen hand med valmöjligheten till en personlig guide. De har i detta fall knutit an sin idé i en annan produkt som är boendet för att förstärka upplevelsen och erbjuda en paketering. Entreprenören såg möjligheten att kunna bo i Vattenriket med närheten till staden och ge sina kunder en bekväm naturkänsla.



(Figur 13: Block ur PPP canvas, case 2)

I nyckelaktiviteterna kommer entreprenören att behöva vägledning kring vissa tillstånd beroende på vart i vattenrikets natur de vill verka. Det kan gälla tillstånd från både kommun och länsstyrelsen vid ömtålig mark. Kunderna behöver smidigt kunna både hitta och boka erbjudandet. Entreprenören behöver draghjälp för att besökare både ska upptäcka och finna Kristianstad attraktivt att resa till. Ett utbud på plats med alternativt på aktiviteter och upplevelser behöver tydligt framkomma. En utav nyckelaktiviteterna innehåller samarbeten för att bli lönsamma. Resurserna för affärsmodellen är någon form av bokningssystem, kunna använda sig utav Vattenrikets varumärke, vacker natur och marken. Besöksplatserna som finns i Vattenriket är i detta fall ett viktigt medel att använda sig utav. Det kan även finnas vissa behov eller uppkomma att det behövs insatser från kommunen gällande infrastruktur.

Nyckelpartners är beroende utav vart i Vattenriket man vill iscensätta glampingen och samarbeten med markägare kan behövas beroende på platsen. Det behövs vägledning i samarbeten och kunskap om platsens möjligheter mellan berörda aktörer. Naturum besökscenter behöver ses som en förmedlare för att tillsammans arbeta med att tillgängliggöra området för fler att ta del utav.

Lagarnas påverkan

Det finns stora möjligheter att utveckla stärka affärsidén bland annat med anpassade paketering efter säsong, typ av besökare (deras mål och drivkrafter) samt kombinera

affärsidén med kultur och andra aktiviteter på plats. Det gör att konceptet kan utvecklas med hjälp av samarbeten med andra entreprenörer. Lagarnas påverkan kan såklart se olika ut, exempelvis i detta case om företagaren vill utveckla sin matupplevelse genom ett utekök. Då kan man behöva förhålla sig till vissa bestämmelser för just den platsen men det ska inte behövas tillstånd för det eftersom besökaren lagar sin mat själv (precis som när de tältar i skog), och då gäller förhållningsättet kring allemansrätten.

Kommunallagen kan i detta fallet bestämma på vilket sätt det är passande för kommunen att engagera sig i verksamheten. Eftersom detta kan beröra kommunens intresse med att stärka besöksnäringen och utveckla näringslivet, kan det påverka vilken typ av samarbete som är lämplig och även underlätta för verksamheten om intressena inte strider mot varandra.

Case 3, MindClass i Kronoskogen



Det finns en stark koppling mellan människors hälsa och naturen. Idag lever vi i ett samhälle där uppkoppling och stressande miljöer är en stor del av vardagen och leder till mentala påfrestningar som påverkar vår livskvalité negativt. Det upplevs som ett hinder av många att inte kunna ta sig ut i naturen och veta hur vi kan arbeta med den för att hitta tillbaka till inre ro.

Entreprenören i företaget MindClass arbetar med hälsa. Idén är att vilja erbjuda regelbunden mental träning genom ett utbud av träningspass inom olika fokusområden för kunder att boka in sig på. Träningen ska främst ske i skogen då dess effekt har bevisats sig ha lugnande inverkan på oss människor. Entreprenören vill använda och förmedla skogen som ett hälsoverktyg i sin affärsidé.

"Suset från en lövskog eller ljudet från en porlande bäck har bevisat ge lugnande effekter."

MindClass träningspass innebär träna på mentala tekniker och få verktyg för att förebygga och hantera mentalohälsa skapat av stress. Träningspassen som erbjuds har olika fokusområden som återhämtning, koncentrationsförmåga och stresshantering, för att uppnå resultat som inre lugn, ökad produktiviteten och bättre hälsa.

Att ta med sina kunder till vacker natur och kombinera den hälso nyttan skapar ett stort värdeerbjudande som kan riktas till både privatpersonen i Kristianstad, företag och besökare.



(Figur 14: Block ut ppp canvas, case 3)

Kronoskogen är ett naturreservat i angränsning till Äspen (Åhus), där förutom allemansrätten så gäller det vissa bestämmelser från länsstyrelsen gällande området som förhåller sig till miljöbalken och naturvårdslagen. Platsen är även ett populärt rekreatiomsområde för invånarna. För att bedriva verksamheter behöver entreprenörer hjälp med att förstå och hur den ska förhålla sig till bestämmelserna och föreskrifter som finns för platsen. Eventuella ansökningar om tillstånd från länsstyrelsen och stöd från kommunen i hur man lokaliserar sig bland bestämmelserna framgår i nyckelaktiviteterna. Naturen och enkelheten i att kunna ta sig dit spelar en stor roll i resurserna. Vill exempelvis entreprenören kunna ha högtalare som ses i en punkt i nyckelresurserna eller behovet av förvaring på plats, behöver det gå tillbaka som en aktivitet att få vägledning i. Samarbeten mellan kommunen och andra entreprenörer behövs för att få stöd till verksamheten och kunna stärka den med utveckling och fler erbjudanden året runt.

Lagens påverkan

Den främsta utmaningen är att regelbundet få använda en specifik plats i skogen för en grupp människor som inte ska begränsa tillgängligheten för andra eller överbelasta platsen. Företag får inte heller primärt bedrivas från skogen men får använda sig utav den service som kommunen har tillhandahållit platsen, detta kan dock ske med en

överenskommelse med att betala en avgift till kommunen för att få tillgång till dessa möjligheter i vinstsyfte (ex: rastplatser, bänkar, soptunnor, elljusspår)

Vill företaget utveckla sin verksamhet med att exempelvis erbjuda klasser som kräver att kunna spela musik eller behov av förvaring, så innebär detta andra tillstånd och överenskommelser. Det kräver samråd, kunskap och vägledning där kommunen behöver stötta, vägleda och hitta ett gemensamt arbetssätt för behoven och samverka med andra entreprenörer.

Sammanfattning

Med casen ser man en röd tråd med kommunen som någon form av partner, behovet i resurserna med naturen för verksamheten och nyckelaktiviteterna som innebär att söka information och kunskap. Att kunna utveckla en ekonomisk hållbarhet innebär att kunna utveckla ett erbjudande som fungerar året om och/eller andra affärsben, med samarbeten emellan entreprenörer och tillgång till kunskap kan det utvecklas starkare produkter som bidrar till en helhet av i Kristianstad.

Om man utifrån casen sätter in hälsoentreprenören och turistentreprenören i samverkansmodellen uppstår det direkt ett steg med att dessa behöver ha kännedom om varandra och hur ett möjligt samarbete kan se ut. Placerar man andra fysiska personer i de övriga blocken, uppstår fler steg som visar på vem och vad som behövs för att kunna möjliggöra de enskilda affärsidéerna och vad för typ av insatser som behövs i ett större destinationsperspektiv. Stegen utformas i relation till funktionerna i modellen och EBD driver dessa tillsammans med de övriga rollerna.

Affärsmodeller i naturen ska främja mötet mellan människan och miljön. Entreprenörerna behöver därav ses som naturens förlängda arm. De förmedlar naturens och ekosystemtjänsternas nytta genom att konkretisera de i affärer och erbjudanden för att matcha de behov och drivkrafterna som finns på marknaden. Marknaden syftar till både invånare och besökare där LOHAS är ett exempel på stark målgrupp. Det ger då möjligheter att utforma produkter, tjänster och upplevelser som främjar den lokala tillväxten. Genom praktiska erbjudanden visar de upp naturen som ett nytt och alternativt sätt att uppfylla olika typer av behov och tillgängliggör den för människan. Genom affärsmöjligheter kring ekosystemtjänster ges en ny infallsvinkel på vikten av att bevara de ur lokal samhällssynpunkt. Arbetet med att integrera värdet av ekosystemtjänster och arbeta hållbart med naturen, behöver då ske i både beslutsfattande på kommunal och regional nivå i samverkan med de lokala aktörerna.

Projektets insikter påvisar att förändringar kring grunden i arbetssättet behövs för att kunna främja inkludering av natur och affärsmodeller som både tar vara på potentialen hos entreprenörerna, marknaden och tillgångarna idag. Det behövs stöd i att kunna utveckla praktiska värderbjudanden utav naturen på ett hållbart sätt och detta med hjälp av varandra och i samverkan. Till en början behövs en fysisk person som kan driva dessa frågor och får det i uppdrag. De rätta grundförutsättningar finns i Kristianstad

men de behöver förstärkas på olika sätt.

Med samverkansmodellen som förklaras i rapporten kan man möta olika typer av begränsningar och utmaningarna med driva en affärsmodell i naturen. Tilläggs det faktiska lösningar för vård, bevaring och ansvarsfördelning av naturen i samband med affärsmodellerna, kan man börja arbeta med naturen på olika sätt för att nå en gemensam tillväxt!

Att skapa affärsmodeller i naturen på detta sätt går tydlig ihop med Kristianstads kommuns vision 2030-” vi lyfter tillsammans” (Kristianstads kommun vision, 2014)

Referenslista

Offentliga dokument

Miljö- och hälsoskyddskontoret (2014), *Naturvårdsprogram för Kristianstads kommun 2016–2020*, Kristianstads kommun del 1-3, (2014)

Tillgänglig: <https://www.kristianstad.se/en/bygga-bo-och-miljo/naturvard-parker/naturvard/naturvardsprogram/>

Kommun och politik (2014), *Vision Kristianstad 2030 vi lyfter tillsammans*, Kristianstads kommun, (2014)

Tillgänglig: <https://www.kristianstad.se/en/kommun-och-politik/politik-och-demokrati/visioner-och-framtidsideer/> PDF fil Kristianstads vision 2030: <https://www.kristianstad.se/evolution/KS%20kristianstad.se/Kommunfullm%C3%A4ktige/Styrande%20dokument/Strategier,%20planer%20och%20C3%B6vriga%20riktlinjer/Kommun%20och%20politik/Vision%20Kristianstad%202030%20Vi%20lyfter%20tillsammans.pdf>

C4 Teknik, avdelningen offentliga rum (2017), *Grönplan 2017 kartläggning av ekosystemtjänster*, Kristianstads kommun (2017 rapport 9a)

Tillgänglig: https://www.kristianstad.se/contentassets/21fc8293fbd74973bca3e6ee63dfc4ae/9a_rapport_ekosystemtjanster_2016.pdf

Byggnämnden (2008) *Kristianstad växer fördjupad översiktsplan för Kristianstad stad*. Kristianstad kommun (2008: Dnr PLAN 01-0034)

Tillgänglig: <https://www.kristianstad.se/en/bygga-bo-och-miljo/detaljplan-och-oversiktsplan/oversiktsplan/gallande-oversiktsplaner-och-antagna-strategier/fordjupad-oversiktsplan-kristianstad/>

Biosfärkontoret (2016), *Biosfärområdet Kristianstad Vattenrike handlingsprogram 2016–2020*, Kristianstads kommun (2016:05)

Tillgänglig: <https://vattenriket.kristianstad.se/dokument/>
https://www.kristianstad.se/contentassets/f7ff0e8c933d4b5fb387faa59e8ea339/miljomal-atgardsprogram_2016-2020.pdf

Kristianstad kommun (2016). *Åtgärdsprogram för Kristianstads kommuns miljömål 2016–2020*.

Tillgänglig: <https://www.kristianstad.se/en/bygga-bo-och-miljo/samhallsutveckling-och-hallbarhet/klimat-och-miljo/miljomal/>

Kristianstad kommun(2016). *Miljömål för Kristianstads kommun Mål och bakgrund 2016–2020*.

Tillgänglig: <https://www.kristianstad.se/en/bygga-bo-och-miljo/samhallsutveckling-och-hallbarhet/klimat-och-miljo/miljomal/>

Skåne Nordost (2016). *Strategisk plattform För destinationsutveckling i nordöstra Skåne: Bromölla, Hässleholms, Kristianstads, Osby, Östra Göinge kommuner, Populärversion 2016 09.*

Tillgänglig: http://www.skanenordost.se/globalassets/naringsliv/destination_nordostra_ska_ne_final_low.pdf

Tekniska nämnden (2017). *TAXA för upplåtelse av offentlig plats.* Kristianstad kommun (2017).

Tillgänglig: <https://www.kristianstad.se/evolution/KS%20kristianstad.se/Kommunfullm%c3%a4ktige/S tyrande%20dokument/Avgifter%20och%20taxor/Taxa%20f%c3%b6r%20uppl%c3%a5telse %20av%20offentlig%20plats.pdf>

Webbsidor

Skåne Nordost (2019). *Destinationsutveckling.* Tillgänglig: <http://www.skanenordost.se/naringsliv/destinationsutveckling/> [2019-10-17]

Lohas Sweden (2017). *Lohas Sweden -Hälsa och hållbarhet.* Tillgänglig: <https://www.lohas.se/lohas-in-sweden/> [2019-10-16]

Ecogain (2019). *Affärsnytta och biologisk mångfald.* Tillgänglig: <https://www.ecogain.se/affrsnytta-biologisk-mngfald> [2019-10-18]

Folkhälsomyndigheten (2019). *Friluftsliv.* Tillgänglig: <https://www.folkhalsomyndigheten.se/livsvillkor-levnadsvanor/friluftsliv/> [2019-10-18]

The Enviromentbank (2018) *Landowners.* Tillgänglig: <https://www.environmentbank.com/landowners/>

Pelican Tour (2017) *Danube Delta Turism.* Tillgänglig: <https://www.pelican-danube-tour.com.ua/> [2019-10-17]

Hållbar stad (2019) *Rådet för hållbara städer.* Tillgänglig: <https://www.hallbarstad.se/>

Stadsodling Malmö (2019). *Stadsodling Malmö.* Tillgänglig: <https://stadsodlingmalmo.se/> [2019-10-21]

NMI (2019). *Sustainability Trends US & Global Database™.* Tillgänglig:

<https://www.nmisolutions.com/index.php/syndicated-data/nmis-proprietary-databases/lohas-consumer-trends-database> [2019-10-21]

Visit Sweden (2019). *Sverige är vackert och äkta, tycker utländska turister*. Tillgänglig: <https://corporate.visitsweden.com/nyheter/sverige-ar-vackert-och-akta-tycker-utlandska-turister/> [2019-11-05]

Karolinska Institutet (2019). *De ser nyttan med naturen*. Tillgänglig: <https://ki.se/forskning/de-ser-nyttan-med-naturen> [2019-11-05])

Kristianstad kommun (2019). *Tillstånd och Regler*.

Tillgänglig: <https://www.kristianstad.se/sv/trafik-och-resor/torg-och-allmanna-platser/tillstand-och-regler/> [2019-11-15]

Analys, rapporter, studier & vetenskapliga texter

Annerstedt M. (2011). *Nature and Public Health Aspects of Promotion- Aspects of Promotion Prevention, and Intervention*. Diss. Alnarp: Swedish University of Agricultural

Tillgänglig: https://pub.epsilon.slu.se/8424/2/annerstedt_m_111109.pdf

Kairos Future (2019). *Möt Framtidens hållbara konsumenter*. (Kairos future rapport 2019)

Tillgänglig: <https://www.kairosfuture.com/se/publikationer/rapporter/den-hallbara-konsumentens-dag/>

Visit Sweden (2019). *Visit Sweden globala trender 2019*. (Visit Seden rapport 2019)

Tillgänglig: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/images.corporate.visitsweden.com/documents/Visit_Sweden_Globala_trender_2019_Ef1zjSM.pdf

Visit Sweden (2019). *Målgruppsguide, naturfokuserade nyfikna upptäckare Globala resenärer som vill uppleva naturen*. (Visit Sweden publikation 2019) Tillgänglig: <https://corporate.visitsweden.com/kunskap/malgrupp/den-naturfokuserade-nyfikna-upptackaren/>

Johansson, M. Pedersen, E & Wiesner, S. (2017). *Värdering av kulturella ekosystemtjänster baserat på bidrag till livskvalitet Slutrapport*. (NATURVÅRDSVERKET RAPPORT 6756, 2017)

Tillgänglig: <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6756-4.pdf?pid=20253>

Nutek – verket för näringslivsutveckling (2005). *Lokal ekonomi för hållbar tillväxt*.

Stockholm: (Nutek rapport 2005 upplaga 1000 ex) Tillgänglig:

https://helasverige.se/fileadmin/user_upload/HSSL_Kansli/Vad_vi_goer/ekonomi/Lokal_ekonomi.pdf

Kretsch, C. and H. Keune (2016): *Ecosystem Services and Human Health*. In: Potschin, M. and K. Jax (eds): *OpenNESS Ecosystem Services Reference Book*. EC FP7 Grant Agreement

no. 308 428. Tillgänglig: www.openness-project.eu/library/reference-book

Bengtsson, B. (2004). *Allemansrätten- Vad säger lagen?*. Stockholm: Naturvårdsverket
2004. Tillgänglig: <https://www.naturvardsverket.se/Var-natur/Allemansratten/informationsmaterial/>

Broschyr

Dalman, L. (2017) *Kommunallagen*. [Broschyr]. Sundsvall: Sveriges kommuner och landsting. Tillgänglig:

<https://skr.se/download/18.69d7db7915e67ef4cef5f54f/1505290002941/Introduktion%20till%20den%20nya%20kommunallagen%20%202017.pdf>

Naturvårdsverket (2017). *Så bidrar ekosystemtjänster till viktiga samhällsfrågor* [Broschyr]. Tillgänglig: https://www.naturvardsverket.se/upload/miljoarbete-i-samhallet/miljoarbete-i-sverige/ekosystemtjanster/bilder-och-material/EST_nytta_samhalle_FINAL.pdf

Studentarbeten

Eriksson, H. (2016). *Kommersiellt utnyttjande av allemansrätten*. Lunds universitet. Juristprogrammet (Examensarbete 2016) Tillgänglig : <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/8872985>

Mogren, T. (2013). *Planering och zonering av friluftsliv och ekoturism: Kristianstad Vattenrike*. Högskolan Halmstad. Hållbar Turismutvecklings programmet. (C-uppsats 2013)

Tillgänglig: <http://hh.diva-portal.org/smash/get/diva2:633903/FULLTEXT01.pdf>

Lagar

SFS: 1998-808. *Miljöbalk*: Sveriges riksdag.

Tillgänglig: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/miljobalk-1998808_sfs-1998-808

SFS:1956-617. *Allmänna ordningsstadga*: Sveriges Riksdag. Tillgänglig:

https://riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/allman-ordningsstadga-1956617_sfs-1956-617

SFS: 1991-900. *Kommunallag*: Sveriges Riksdag. Tillgänglig:

https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/kommunallag-1991900_sfs-1991-900

Bild referenser:

Case 23, Vattenriket

Tillgänglig : <https://trippa.se/tripp/vattenriket>