

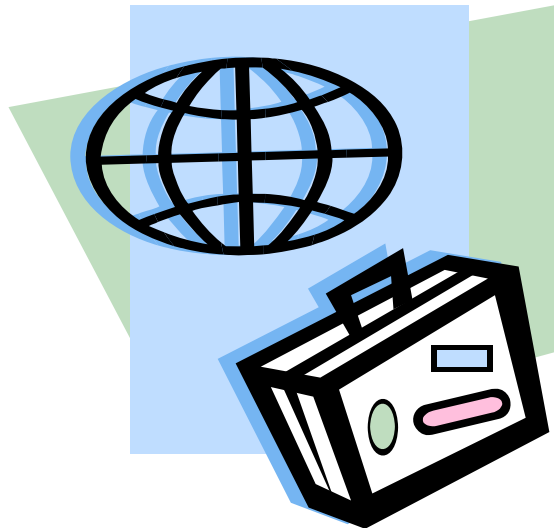


Rapport LTU

Forskning inom turism och upplevelseproduktion

– två framväxande forskningsfält för det nya
upplevelsesamhället

Manuscript ver.1



Hans Gelter

Centrum för Turism och Upplevelseproduktion
Avd. för Medier och Upplevelseproduktion
Inst. för Musik och Medier
Luleå tekniska universitet
Version 2: 2007-02-15

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

Innehållsförteckning

| | |
|--|----|
| Bakgrund | 4 |
| Att fånga forskning inom turism och upplevelseproduktion..... | 6 |
| Vad är turismforskning?..... | 11 |
| Metodik | 20 |
| Material till denna forskningssammanställning har insamlats genom | 20 |
| Turismforskning | 21 |
| Högskoleutbildningar inom turism..... | 21 |
| Forskning inom turism | 22 |
| Svensk turismforskning – en översikt | 24 |
| Blekinge tekniska högskola..... | 24 |
| Chalmers tekniska högskola..... | 24 |
| Göteborgs universitet | 24 |
| Högskola i Borås | 27 |
| Högskolan i Dalarna..... | 27 |
| Högskolan på Gotland..... | 27 |
| Högskolan i Gävle..... | 28 |
| Högskolan i Halmstad | 29 |
| Högskolan i Jönköping | 29 |
| Högskolan i Kalmar | 29 |
| Högskolan i Kristianstad | 31 |
| Högskolan i Skövde | 31 |
| Högskolan Väst (Trollhätta/Udevalla) | 31 |
| Karlstad universitet | 31 |
| Kungliga tekniska högskolan | 32 |
| Linköpings universitet..... | 32 |
| Luleå tekniska universitet..... | 35 |
| Institutionen för Ekonomi och Samhällsvetenskap (IES) | 36 |
| Inst. Skellefteå, Fritidsvetenskap | 38 |
| Institutionen för Utbildningsvetenskap | 38 |
| Exarbeten, licenciatuppsatser och doktorsavhandlingar 2000-2006 vid LTU med anknytning till turism, fritid och upplevelseproduktion:..... | 40 |
| Lunds universitet..... | 41 |
| Mittuniversitetet | 43 |
| Turism, idrott och upplevelseteknologi..... | 43 |
| Mälardalens högskola..... | 47 |
| Stockolms universitet | 47 |
| Handelshögskolan i Stockholm..... | 48 |
| Sveriges Lantbruksuniversitet | 48 |
| Södertörns Högskola | 48 |
| Umeå universitet | 49 |
| Kulturgeografiska institutionen, Umeå universitet | 49 |
| Uppsala universitet..... | 51 |
| Växjö universitet | 52 |
| Örebro universitet..... | 52 |
| Nya Forskningssatsningar inom turism och upplevelse..... | 53 |
| Organisationer och resurser med anknytning till turism | 54 |

L

| | |
|---|----|
| Övriga turismrelaterade länkar..... | 57 |
| Utländsk turismforskning..... | 60 |
| Finland..... | 60 |
| The Finnish University Network for Tourism Studies – FUNTS | 60 |
| Laplands universitet i Rovaniemi..... | 61 |
| Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry LCEEI, The Experience Institute, Rovaniemi | 61 |
| Norge..... | 61 |
| Stavanger University..... | 61 |
| University of Oslo | 61 |
| Lillehammer University College..... | 61 |
| Norwegian school of Business | 62 |
| University of Bergen | 62 |
| University College of Finnmark, Alta..... | 62 |
| Danmark..... | 62 |
| Roskilde universitetscenter | 62 |
| Musicon Valley, Roskilde | 63 |
| Aalborg University..... | 63 |
| University of Southern Denmark | 63 |
| Centre for Regional and Tourism Research Denmark | 63 |
| Island..... | 63 |
| Icelandic Tourism Research Center | 63 |
| University of Akureyri | 63 |
| JENKA | 63 |
| Tyskland..... | 64 |
| Holland..... | 64 |
| European Center for the Experience Economy | 64 |
| Österrike..... | 64 |
| Innsbruck University, School of Management..... | 64 |
| Irland | 64 |
| Storbritannien..... | 64 |
| Aim-Hi | 65 |
| Australien | 65 |
| JMC Academy..... | 65 |
| Vetenskapliga tidskrifter om turismforskning..... | 66 |
| Referenser..... | 67 |

L

Bakgrund

Ur ett historiskt perspektiv undergår det mänskliga samhället en allt snabbare strukturomvandling. Under större delen av mänsklighetens existens som omfattar minst ett par miljoner år för släktet *Homo* utgjorde jägar- och samlarsamhället den sociala grund och ekologiska nisch för människan. Vid jordbrukets utveckling för ca 10 000 år sedan fick samhället en helt annan struktur och människan skapade en ny ekologisk funktion för sitt levne - att aktivt odla och bruka jorden. I och med teknikutvecklingen framväxte Industrisamhället som i de västerländska samhällena gradvis har ersatt både jägar- och jordbrukarlivsstilen. Det nya moderna industrisamhället har dock bara funnits i knappt 200 år jämfört med 10 000 år för jordbrukarsamhället och miljoner år för jägar-/samlarsamhället innan ett "postmodernt samhället" gör sitt intrång och förutom ursprungsjägaren och jordbrukaren så blir nu även industriarbetaren en historisk relik i samhället.

Detta nya samhälle har fått en rad olika beteckningar från olika forskare såsom Drömsamhället (Dream society)¹, Uppmärksamhetssamhället (Attention society), Underhållningssamhället, Innehållssamhället (Content society), Bredbandssamhället, Informationssamhället, Autonomsamhället, K-samhället (kunskap, kommunikation, kreativitet, kultur), I-samhället (individ, informerad, informell, internationell), Postkapitalistiska samhället eller Upplevelsesamhället. Dessutom förespråkar vissa forskare att vi är på väg in i transformationssamhället där individens livsstilar, värdegrunder och beteenden kommersiellt transformeras. En omvärldsanalys av teknikutvecklingen indikerar att vi kan dra slutsatsen att nästa stora ekonomiska omvälvning kommer att bli fusionssamhället där människa-teknik fusion kommer att bli den nya dominerande handelsvaran, något som länge indikerats av Science-Fiction filmer med cyborgs, andromorfa robotar m.m.

Ytterligare en samhällsförändring vi i dag börjar skönja och som aktualiserats med hotet om den globala uppvärmningen och klimatiska katastrofer är förvandlingen från det moderna till det nu rådande postmoderna till det kommande transmoderna samhället²³. Här sker en värdegrundsförändring där den prehistoriska kosmologin utgjorde den heliga cirkeln och allt innebörders samberoende via den premoderna kosmos med den heliga sfären och gudomligheter som tillvarons högsta väsen till den moderna värdegrunden med förnuftet som det högst stående och kosmos centreras kring den materiella konsumtionen. Framtiden förutspås i det transmoderna samhället dra det bästa ur premoderna och postmoderna där kosmos handlar om mänsklighetens överlevnad på denna planet utifrån ett prehistoriskt cirkelfilosofi där alla kulturer är medverkande och medberoende i det nya kosmos. Intressant i denna bemärkelse är att trots att den senaste Nordic symposium in Turism and Hospitality Research i Savonlinna, Finland, 19-22 oktober 2006 hade titeln "Visions of Transmodern Tourism" så innehöll förutom två keynote speakers inga bidrag ännu om transmodernism och endast enstaka om upplevelseproduktion och upplevelseindustrin.

För att Sverige skall hänga med i denna nya samhällsutveckling och samla aktörer inom den nya upplevelseindustrin under ett samlat begrepp inledde KK-stiftelsen 1999 en satsning på upplevelseindustrin⁴ med ett antal rapporter om branschen, forskning och utbildning. Vidare instiftade KK-stiftelsen 2002 fem nationella noder som 2005 kompletterades med ytterligare tre nationella noder för upplevelseindustrin. Mötesplats upplevelseindustrin i Piteå blev nationell nod för turism, musik och media. Kriteriet för att utses som nationell nod var att en tydligt trippel-helix samverkan förekom lokalt inom de områden som noderna omfattade. I

L

Piteå var samverkan Piteå-kommun – lokala turistaktörer såsom Piteå Havsbad, Pite Dansar och Ler m.fl. – och Luleå tekniska universitet genom magisterprogrammet i upplevelseproduktion grunden för utnämningen. Som en konsekvens av etableringen av dessa nationella noder initierade KK-stiftelsen även ett projekt för akademisk samverkan mellan modernas respektive högskolor under begreppet Aha-Akademien⁵. Ingående lärosäten och mötesplatser i projektet är Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn, Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred, Malmö Högskola/Mötesplats Malmö, Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan, Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå samt Örebro universitet-RHS/ Mötesplats Hällefors

KK-stiftelsens satsning på upplevelseindustrin fortsatte under 2006 i en andra fas genom en satsning på FUNK-modellen⁶ för samordning av Forskning, Undervisning, Näringsliv och Kultur. Syftet med FUNK är att genom en lokal, regional och nationell satsning på upplevelseindustrin få aktörerna förstå sin roll för att stimulera tillväxt, att beskriva upplevelseindustrin för omvärlden via ett nationellt tillväxtprogram samt en nationell samling kring upplevelseindustrin utifrån lokala och regionala erfarenheter. Forskningen, dvs. F:et i FUNK har en viktig funktion i denna samverkan. Genom att injicera förståelse för processer, modeller, trender, analyser, nya utvecklingsmöjligheter, etc., dvs. en kunskapsproducerande injektion i systemet för förnyelse och utveckling, kan forskningen bidra till tillväxt.

Samtidigt initierades vid Luleå tekniska universitet (LTU) 2006 ett projekt med syfte att etablera ett Centrum för Turism och Upplevelseproduktion med start från 2007. Satsningen CTU innebär att LTU etablerar ett forskningscentrum kring turism och upplevelser med etablering av nya professurer inom upplevelseproduktion och turism, forskarskola samt initiering av ämnesövergripande forskning

Vid LTU är sedan tidigare området Turism, upplevelse och fritidsvetenskap ett för Filosofisk fakultet prioriterat utvecklingsområde.

Syfte

Dessa olika satsningar kring forskning och undervisning inom turism- upplevelseproduktion vid LTU och inom KK-stiftelsen genom AHA-Akademien och FUNK kräver samverkan dels lokalt mellan institutioner och nationellt mellan olika universitet och högskolor men även internationellt. En översyn över aktuell forskning lokalt och nationellt är därför en viktig grund utveckling av relevant forskning och utveckling inom området.

Syftet med denna rapport är att övergripande försöka fånga den forskning som pågår inom turism och upplevelseproduktion. Att ge en helhetsbild av både ämnesområdet ”turism och Upplevelseproduktion” liksom den forskning som sker nationellt och internationellt är självfallet omöjligt utan att skriva en ”Handbook” inom området. Syftet med denna rapport är att lägga en grund för initiering av forskning och utveckling inom KK-stiftelsens FUNK och AHA-Akademien och att lägga en grund för LTU’s satsning på det prioriterade området Turism-upplevelse-Fritidsvetenskap och centrumbildningen CTU.

En rapport över ett teoretiskt område och den forskning som pågår inom området kräver självfallet flera avgränsningar. Den geografiska avgränsningen blir att fokus läggs på forskning i Sverige och endast ytligt berörs forskning i Norden och Europa. Övriga världen

L

berörs ej eftersom identifiering av all forskning inom turism världen över är ett monumentalt arbete.

Endast forskning vid högskolor och universitet och till dessa knutna centrumbildningar berörs. Forskning inom företag och organisationer, myndigheter m.m. utelämnas helt. Rapporten berör huvudsakligen ämnena turism och upplevelseproduktion, angränsande ämnen såsom fritidsvetenskap, företagsekonomi, historia, kulturgeografi media, m. fl. omnämns endast om de har en tydlig turistisk eller upplevelseproduktionsperspektiv.

Rapporten ger en kort teoretisk introduktion till ämnet turism och upplevelseproduktion utan att ha för avsikt att vara heltäckande inom teoribildning kring turism och upplevelseproduktion. Avgränsningen utgår här utifrån den inriktning som ämnena har vid LTU och den initierade forskning vid universitetet.

Metod

Denna rapport bygger på materialinsamling utifrån flera metoder:

- 1) sammanställning av tidigare forskningsöversikter inom turism och upplevelseproduktion
- 2) Genomgång av samtliga högskolors hemsidor med sökning av termerna "turism" och "upplevelseproduktion" samt sökning på institutionsnivå efter forskning kring turism och upplevelseproduktion
- 3) Google sökning utförd 2006-12-17 på relevanta nyckelord. Sammansatta ord söktes inom parentes (t ex "cultural industry") för att begränsa antalet träffar.
- 4) Identifiering av forskningsmiljöer och forskare från konferenser och workshops med anknytning till turism och upplevelseproduktion.

Att fånga begreppen turism och upplevelseproduktion

För att kunna studera vilken forskning som sker inom turism och upplevelseproduktion måste vi först definiera och avgränsa begreppen. Att förstå vad turism står för verkar vid en första anblick enkel och uppenbart. Begreppet turism är lättförståeligt och alla kan på något sätt relatera till begreppet, oftast genom egna erfarenheter. En Googling på Internet på ordet "turism" (28 100 000 träffar) eller det engelska "tourism" (120 000 000 träffar) visar att turism är en ett väletablerat och viktigt begrepp i vårt samhälle.

Trots att alla är bekanta med begreppet och tror sig veta vad turism är så är begreppet inte helt lätt att definiera och avgränsa. Varje försök till en mer exakt definition skapar problem eftersom turism är ett vittomfattande begrepp för komplexa ekonomiska, sociologiska, psykologiska och kulturgeografiska system som berör samhällets flesta funktioner och de flesta individer i det västerländska samhället. Eftersom forskning bl.a. handlar om att definiera, beskriva och kommunicera fenomen i vår värld behövs en tydligt definierad begreppsapparat och en analys av fenomenet turism.

Enlig Nationalencyklopedins definition skall en verksamhet uppfylla fyra villkor för att klassas som turism:

- 1 ha en viss varaktighet
- 2 ske i nöjessyfte
- 3 inkludera resande

L

4 innebära att utövaren är ute ur sin hemmiljö.

Nationalencyklopedins definition ger oss direkt problem. Ett första problem är varaktigheten - hur länge skall jag befinna sig på annan ort för att räknas som turist och inte en tillfällig besökare eller vara på genomfart? Om herr Larsson på väg till Luleå stannar i Piteå, när övergår Larsson till att bli turist, efter en timme, en dag eller efter en övernattnings? När övergår ett turistiskt besök till varaktigt stannande? För att lösa detta problem har FN-organet World Tourism Organization (WTO) definierat turism som *”Turism omfattar människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för en kortare tid än ett år, för fritid, affärer eller andra syften”*. Denna allmänna definition löser inte tidsproblemet som kan ställa till svåra definitionsproblem. Om Larsson och Karlsson tar bilen över Öresundsbron till Köpenhamn och besöker bl.a. tivoli och Larsson åker sedan hem efter några timmar men Karlsson stannar över natten. Båda en enligt WTO definitionen ”på plats utanför sin vanliga omgivning för en kortare tid än ett år” och därmed definitionsmässigt turister. Men med i bilen finns även Johansson som hoppas av i Köpenhamn för att ta flyget till London. Är Johansson turist i Köpenhamn eller enbart genomresande? Alla tre köper en glass innan de skiljs åt. När glassförsäljaren skall bokföra sina kunder vem är då turist och vem är besökare eller genomresande? Detta tidsmässiga definitionsproblem har medfört att begreppet besöksnäring eller resenäringen i stället för turism kommit till användning och för att gardera sig för dessa definitionsproblem används begreppen ”rese- och turismnäringen” och ”turism- och besöksnäringen”. Men detta hjälper inte forskaren som behöver tydliga definitioner på det fenomen som skall studeras.

För att kunna göra statistik inom turism har WTO definierat turism snävare enligt: *”Turist är en person som tillfälligt reser mer än tio mil från hemorten och som stannar över natten.”* Detta tids- och platskriterium byggs på avstånd från hemmet är en klar och tydlig definition av turism. Problemet är dock att definitionen utesluter större delen av det vi lägger i begreppet turismnäringen. Distanskriteriet på 10 mil gör att besökare i hemmiljö eller regionala besökare inom 10 mil inte ingår i begreppet turism. Därmed undgår mycket av ”turistisk verksamhet” forskningen, t ex när vi besöker lokala turistmål såsom museer, djurparker, science centra m.m. och många ”turistföretag” ägnar sig enl. denna snäva definition ej åt turism då större delen av gästerna är lokala eller regionala inom 10 mil, eller inte övernattar. Avståndskriteriet blir även forskningsmässigt komplicerat. Om t ex två personer i Piteå hyr kajak över dagen, den ena från Kiruna och den andra från Luleå, så är definitionsmässigt endast Kirunabon turist, under förutsättning att denne dessutom sover över i Piteå. Och även om Luleåbon sover över i Piteå så räknas denne ej som turist och sover ingen över är ingen av dessa turister. Detta ställer stora krav på turistföretagaren för att rapportera ”turister” i sin verksamhet och för forskaren som studerar ”turism”.

Även Nationalencyklopedins nöjeskriterium (punkt 2) är problematiskt då det utesluter affärsresenären som enligt WTO bredare definition räknas in i turism. En turist kan därför resa både inom yrket eller som privatturist enligt WTO men ej enligt Nationalencyklopedins definition. Centralt är dock resandet – lämnandet av hemmiljön.

WTO:s definierar snävare men exaktare turisten genom att utesluta större delen av besöksnäringen. Problemet uppstår dock när vi skall definiera ”turismföretag” dvs. företag som har turism som sin affärsidé. Frågan är mycket intressant eftersom en viktig sektor av turismforskning handlar om ”turismföretagen”. När blir ett företag ett ”turistföretag” - endast när den förste ”riktige turisten” enligt WTO:s definition dyker upp? Vad kallas då företag

Hans Gelter, Univ. Lektor

Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion

Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå

Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

inom turism som enbart har lokal och regionalbesökare utanför WTO's definition? Hur skall företagaren eller forskaren veta om en glass eller en inträdesbiljett köps av en turist och inte av en "närbesökare"? Frågan är relevant om vi vill definiera vilka företag som räknas som "turismföretagare", taxibolaget, lokala bussbolaget, glasskiosken, pizzerian?

Angränsningen i sig av begreppet turistföretag är på samma sätt problematisk för forskning inriktad på turismföretag och deras förhållanden. Traditionella turismföretag såsom hotell, stugbyar, campingplatser, aktivitets- och guideföretag, events- och incentiveföretag, konferensanläggningar, flygbolag, tågbolag, museer, science centra, m.m. är uppenbara "turistföretag". Men är det lokala taxibolaget, lokala- och regionala bussbolag, pizzerian, korvkiosken, butiken m.fl. perifera servicefunktioner "turistföretag"? Vid studier av "turistföretag" är det därför viktigt med tidlig avgränsning och motivering för begreppet "turistföretag".

Gråzonen av "lokalbesökare" inom turismvärlden gör att många använder begreppet "fritidsverksamhet" och "Fritidsvetenskap" (eng. Leisure Science) men som då även inkluderar icke-besöksaktiviteter såsom fritidshobbies, föreningsverksamhet, kommunal fritidssysselsättning, sport och idrott, organiserad och enskild friluftsliv m.m. Dessutom utesluter Fritidsvetenskap hela affärsresandet och hela MICE-branschen (Meetings, Incentive, Conference, Events). Begreppet "fritid" med 45 600 000 träffar på Google verkar vara ett betydelsefullt fenomen i samhället men "fritidsvetenskap" (11 300 träffar) och "fritidsforskning" (818 träffar) har ännu inte uppnått samma omfång som annan forskning (arbetsvetenskap 132 000 träffar, hälsovetenskap 121 000 träffar, naturvetenskap 3 830 000 träffar, samhällsvetenskap 2 050 000 träffar och socialvetenskap 144 000 träffar). Utomlands är det engelska begreppet "Leisure" (138 000 000 träffar) och "Leisure Science" (52 000) eller "Leisure research" (257 000 träffare) betydligt mer väletablerade begrepp inom forskningen och som då oftast även inkluderar turism och friluftsliv.

Turismforskning enligt WTO's turismbegrepp är en relativt ung vetenskaplig inriktning. Enligt Graburn och Jafari⁷ har de flesta vetenskapliga artiklarna om turism publicerats efter 1970, och 50% av dessa efter 1980. Turismforskning utvecklats som ett svar på den ökade turism och dess bidrag till samhällsekonomin och sociokulturella utvecklingen. En Google sökning på "tourism research" (881 000 träffar) eller "tourism science" (137 000 träffar) visar att i dag är turismforskning internationellt ett väletablerat forskningsområde. Även i Sverige börjar turismforskning få fotfäste som sökorden "turismforskning" (900 träffar), "turismvetenskap" (10 700 träffar) och "turismkunskap" (471 träffar) visar, men liksom fritidsvetenskapen har turismforskning ej ännu samma omfattning som andra forskningsområden.

Upplevelseindustrin

Turism räknas in i begreppet "upplevelseindustrin" som förväntas bli 2000-talets stora tillväxtsektor enligt KK-stiftelsen. Många förväxlar dock turism med upplevelseindustrin och betraktas av många som samma sak "Upplevelseindustrin och turistindustrin är alltså till stora delar samma sak."⁸ Denna förväxling beror till stora delar att man inte insett innebörden i begreppet upplevelseindustrin till skillnad från traditionell serviceindustri. Att använda begreppet upplevelser och upplevelseproduktion kan dessutom förhindra den problematiska dikotomin mellan turism och besöksnäring. Kommersiella upplevelser kan

L

konsumeras på annan plats som inom turism eller hemmavid som inom besöksnäringen. Eftersom upplevelseproduktionen bygger på en annan kundförståelse⁹ än inom traditionell service och turism så blir begreppet turist/besökare irrelevant, eftersom här definieras kunden som gäst, oavsett om gästen är på bortaplan eller hemmaplan. Skillnaden i upplevelser blir definitionsmässigt att bosatta upplever verkligheten på hemmaplan medan besökaren får samma upplevelser på bortaplan. Det som för den ene kan vara vardagsbestyr kan för den andra vara en exotisk upplevelse.

Begreppet Upplevelseindustrin är en unik svensk benämning som formats för att visa på viktiga beståndsdelar i konsumenters upplevelser. 1999 startade KK-Stiftelsen ett arbete med att identifiera och belysa upplevelseindustrin som ett tillväxtområde¹⁰. Utgångspunkten och inspiration till initiativet var bl.a. att man uppmärksammat kulturella och kreativa branschers betydelse för den ekonomiska utvecklingen i England (med start i Manchester). Satsningen på och utvecklingen av dessa branscher kom i England så småningom att benämnas "Creative industry" och dess betydelse för tillväxt inom olika regioner ofta i samverkan med områden såsom utbildning, turism och besöksnäring. I USA utvecklades ett liknande begrepp under slutet av 1990-talet, "Entertainment economy". Här finns inte samma inriktning på "kultur" som i Europa, men istället världens största film- och medieproduktion, samt en betydligt högre grad av kommersialiserat tänkande inom turism, såsom Disney World, nationalparker m.m. År 1999 släpptes ett antal artiklar, samt boken "The Experience Economy"¹¹ av Harvardforskarna Joseph F. Pine & James H. Gilmore. De presenterade vad de anser vara ett nästa steg i utvecklingen av produkter och tjänster, nämligen att fokusera på upplevelser. De menar att det är denna del av ekonomin som vuxit snabbast mellan åren 1959-1996 i USA. Detta blev startskottet för många universitet och högskolor att både utveckla forskning och utbildningar för the "Experience economy" och i dag har dessa tre strömningar - den anglosaxiska "Creative industries" (693 000 träffar på Google), den europeiska "Cultural industry" (262 000 träffar), och den amerikanska "Entertainment industry" (150 000 träffar) eller "Entertainment economy" (330 000 träffar), bidragit mer eller mindre till begreppets utveckling i Sverige. Ordet "industri" valdes avsiktligt av KK-stiftelsen för att påpeka och ge legitimitet åt branscher som ofta betraktas som perifera (t.ex. design, olika kulturella uttryck så som konst, teater, etc.), men som många gånger är mycket betydelsefulla för förmågan att kunna sälja produkter eller destinationer. KK-stiftelsen ansåg att "kreativa industrier" var en för snäv definition och utvecklade därför begreppet som man valde att kalla upplevelseindustrin, inspirerade av Pine & Gilmores "experience economy". Därmed kunde också den ekonomiskt betydelsefulla turismen inordnas under begreppet.

Definitionen av vad begreppet upplevelseindustri innebär har utvecklats successivt sedan 1999¹², till den i dag rådande definitionen som bl.a. återfinns i KK-stiftelsens rapport "Upplevelseindustrin i Sverige 2002 – Näringsliv och utbildningar". Totalt har man där identifierat 13 delområden/branscher som har det gemensamt att de producerar och/eller levererar upplevelser.¹³

- **Arkitektur**- Hus, inredning, landskaps – och stadsplanering
- **Design** - Grafik, konsthantverk, produkt
- **Film/foto** - Film/foto och video
- **Konst** - Bild, performance art, skulptur
- **Litteratur**- Författarskap och publicering
- **Marknadskommunikation** - PR, reklam, events
- **Media** - Digitala medier, radio, TV, och tryckta medier
- **Mode**

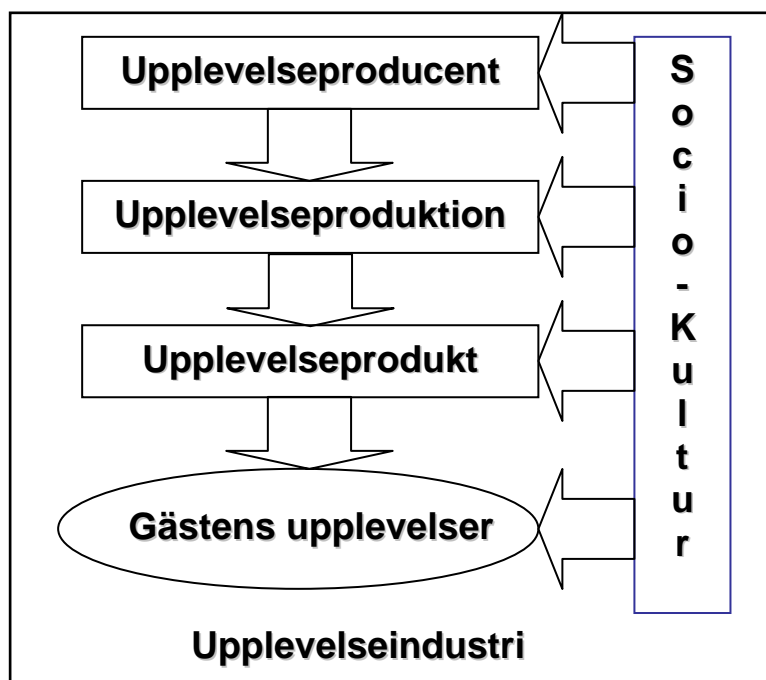
Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

- **Musik** - Artisteri, komposition, producentskap
- **Måltid** - Dryck, kokkonst, restauration
- **Scenkonst** - Dans, opera, cirkus, teater
- **Turism/besöksnäring** - Inkvartering, camping, fritidshus, natur, arrangemang av resor, aktiviteter mm.
- **Upplevelsebaserat lärande** - Dator/TV-spel, museer, nöjesparker, science centers, leksaker och spel

Som framgår av KK-stiftelsens definition använder de begreppet ”turism/besöksnäring” för att inkludera det vidare begreppet av resande och upplevelser än WTO snävare turismbegrepp. Varför upplevelseindustrin är av intresse för turismforskningen är dess möjlighet att kombinera, ”border-crossa” de olika delområdena till nya upplevelser, ett område där forskning genom konceptutveckling och aktionsforskning kan berika upplevelseindustrin med nya idéer och bidra till tillväxt.

Vid uppstarten av KK-stiftelsens satsning på upplevelseindustrin 1999 erhöles vid Google-sökning endast 6 träffar¹⁴ på sökordet ”upplevelseindustrin”, i dag får vi 60 600 träffar vilket indikerar att begreppet har blivit väletablerat. Även det svenska begreppet upplevelseindustrin i engelsk tappning, ”Experience industry” (143 000 träffar) och det tyska motsvarigheten ”erlebnisgesellschaft” (95 700 träffar) är numera väletablerade.



Figur 1. En modell för beforskandet av upplevelseindustrin och upplevelseproduktion har presenterats av Gelter¹⁵.

Efter Pine och Gilmore´s bok och KK-stiftelsens satsning har upplevelse fått stort intresse och lett till ett nytt synsätt på turism och besöksnäringen. Trots ett visst motstånd inom både bransch och akademi har begreppen nu fått både akademisk och praktisk tillämpning. Gelter⁹ har gjort en första ansats i att bringa ordning på de begrepp som utvecklades för upplevelseindustrin (figur 1). Gelter systematiserade begreppen i en process från upplevelseproducent via en produktionsfas, en produkt till gästens konsumerade upplevelser. Begreppen upplevelseproducent, upplevelseproduktion, upplevelseprodukt börjar nu liksom begreppet upplevelseindustrin att etableras både på svenska och engelska enligt tabell 1.

L

Tabell 1: Google träffar (2006-12-17) för begrepp inom upplevelseindustrin:

| Svenskt begrepp | träffar | Engelskt begrepp | träffar |
|------------------------|----------------|-------------------------|----------------|
| upplevelseproducent | 5 450 | experience producer | 1 240 |
| upplevelseproduktion | 9 540 | experience production | 61 600 |
| upplevelseprodukt | 72 | experience product | 225 000 |
| upplevelse | 2 330 000 | experience | 631 000 000 |
| upplevelseindustrin | 60 600 | experience industry | 143 000 |

Trots denna snabba etablering av begreppen är forskning inom upplevelseindustri och upplevelseproduktion i sin linda i att hitta teoretisk förankring, egen akademisk identitet och unika forskningsfält.

samtidigt som området spänner och integrerar ett brett ämnesområde från neurobiologi via entreprenörskap och produktionsprocesser till sociologi och omvärldsanalys.

Vid Internetssökning med hjälp av Google existerar inte begreppen upplevelsevetenskap och begreppen ”upplevelseforskning” (15 träffar) och ”upplevelsekunskap” (366 träffar) ger bara enstaka träffar på Internet. De flesta träffar kring upplevelsevetenskap och forskning är inom psykiatri och hälsovetenskap (patienters upplevelser).

Vad är turismforskning?

Människan har ett grundläggande behov att förflytta sig från en miljö till en annan för stimulans och upplevelser och affärer. Med statistik kan vi visa att turisten reser, bor, äter och handlar och gör saker men statistiken kan inte fånga turistens upplevelser. Turismstatistik handlar bara om turismens struktur inte dess innehåll. Att upplevelser inte fångas ekonomiskt förklaras av den tidigare Turistdelegationen med att det turisterna upplever till så stor del är gratis så att upplevelserna ger enbart marginella ekonomiska bidrag och är därför ur ett ekonomiskt perspektiv ointressanta ¹⁶.

Inom turismvetenskapens del som handlar om upplevelseproduktion är däremot upplevelserna av central betydelse eftersom i upplevelsesamhället kommer upplevelserna att i allt större omfattning styra konsumtionen och därmed även resandet och den turistiska konsumtionen.

Resande innebär alltid någon form av möten. Detta är uppenbart när vi reser för att träffa släkt och vänner eller reser i tjänsten för affärer och konferenser. Men resan kan även gälla möten med våra historiska rötter på kulturhistoriska platser, möten med våra biologiska rötter i naturen eller möten med våra etniska rötter. Resan kan vara ett möte med sig själv på en annan plats och i en annorlunda situation. En stark drivkraft bakom resandet är möten med nya människor, nya medresenärer och nya bekantskaper under resan och på resmålen. Människor har alltid gjort upptäcksresor vilket har bidragit till mänskliga bosättningar i de flesta miljöer jorden runt. I dag handlar upptäcksresandet mer om personliga upptäckter, att vidga sitt mentala rum och bredda nuet för att stoppa tiden.. Ceremoniella resor till kultplatser och heliga platser har i alla tider speglat människans resande och varit ett framträdande resmotiv. Lika så har resor för hälsans skull till behagligare klimat, till hälsokällor och havsbadorter blivit en viktig del av många livsstil. Kulturen lockar i dag många till resande såsom teaterresor, musikresor, konstresor, mat- och dryckesresor eller sightseeingresor till arkitektur och design. På samma sätt lockar marknader och festivaler stora skaror besökare. I

L

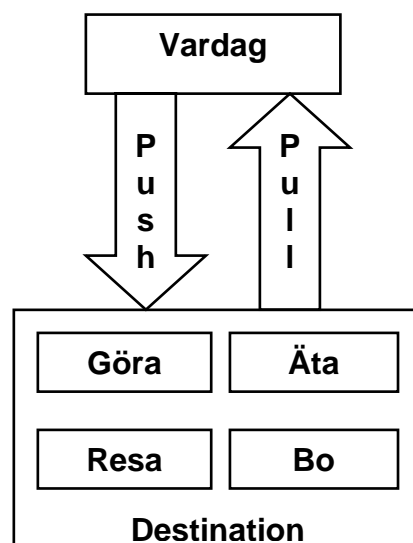
dag lockar även strapatser och utmaningar där faror lurar lockar i dag en ökande skara. Även återresor till hembygder blir i dagens valigare som en konsekvens av nationell och globala migration. Behovet av omväxling och miljöbyte har länge varit den dominerande orsaken till resande och mötet med solen är fortfarande den viktigaste anledningen till resande för nordliga folk.

Ett stort antal konstruktioner och byggnader har skapats för turister och upplevelser. Dessa utgörs av andliga upplevelseplatser i form av kyrkor och tempel, konstnärliga upplevelsearenor såsom biografteater, museer, konstgallerier, teatrar, konserthus, operahus medan sportarenor lockar stora skaror till olika sportevenemang. Gastronomiska miljöer erbjuds i restauranger, kaféer och vår köplust stillas i varuhus, saluhallar och gallerior. Spänning erbjuds i nöjesfält, cirkustält, spelhallar och kasinon. Naturkontakt erbjuds i djurparker, trädgårdar och stadsparker samt Naturrum och vårt vetande stimuleras i science centra och tekniska och historiska museer.

Allt detta resande regleras av regelverk, lagar, restriktioner och politik. Destinationer organiseras och marknadsförs. Ekonomiska flöden som följd av resenären strömmar från den enskilde turisten via företag och organisationer till lokalt, regionalt och nationellt nivåer. Världshandel och världsekonomi, sociala och kulturella effekter och kulturella möten följer turistens spår. Allt detta och mycket mer handlar turismforskning om vilket visar svårigheten i att begränsa en sammanställning av turismforskning.

Jag kommer här att kortfattat presentera några turistsystem som i dag beforskas, utan att göra anspråk på att vara heltäckande eller rättvis mot alla de forskningsfält som i dag inkluderas i en ämnesövergripande forskning om turism.

Den traditionella modellen för turism är att turisten reser, bor, äter och gör. Här beforskar man hur turisten spenderar sin tid och sina ekonomiska resurser mellan dessa fyra komponenter, hur turisten värdesätter och upplever dessa komponenter och hur nöjd kunden är med resans delkomponenter. Denna grundmodell kan utvidgas till att innefatta en pull-analys – vad som får turisten att välja just ett specifikt rese-mål och push-analys – vad får turisten att lämna sin vardagen.

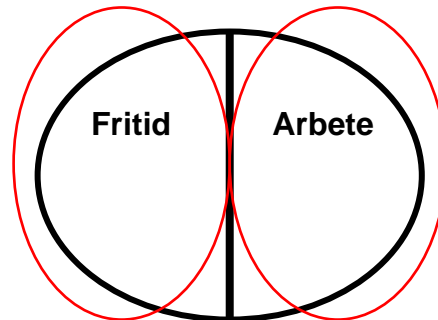


L

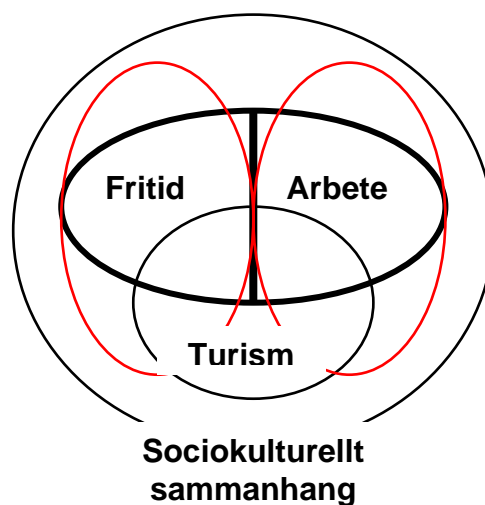
Denna modell utgår från det traditionella turismbegreppet som definierad av WTO som innefattar resande och övernattnig och exkluderar besöksnäringen, dvs. när lokal och regionalbefolkningen besöker en anläggning (museum etc.) eller en aktivitet (festival etc.). Den traditionella modellen för turismbegreppet innefattar dessutom två kategorier resande, privatresenären och affärsresenären där privatresenären reser på sin fritid, oftast för semester eller rekreation och affärsresenären reser av olika anledningar inom sitt arbete såsom säljrese, konferens, workshops, utbildning, incentive m.m. Denna distinktion är dock ej så tydlig eftersom affärsresenären antingen inom sitt reseprogram (t ex incentive) eller på sin fritid kan besöka besöksanläggningar, golfa m.m. och därmed kategoriseras som privatturist eller besökare inom besöksnäringen.

Begreppet turism utvecklades i det moderna industrisamhälle där man tydligt skiljde på fritid och arbetstid. Denna uppdelning av livet i arbete och fritid återspeglas även inom de akademiska ämnena fritidsvetenskap och arbetsvetenskap. Båda vetenskaperna studerar turism där fritidsvetenskapen studerar privatturisten och arbetsvetenskap både affärsturisten men även arbetslivet inom turistbranschen.

Fritidsvetenskap Arbetsvetenskap

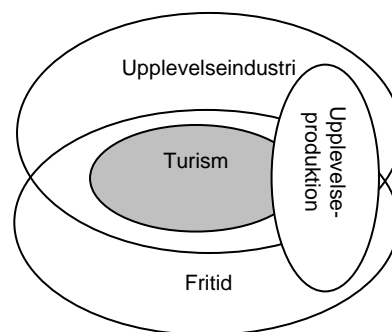


Turismforskning spänner enligt detta synsätt över både studier av fritiden och studier av arbetslivet där båda sätts i ett sociokulturellt sammanhang.



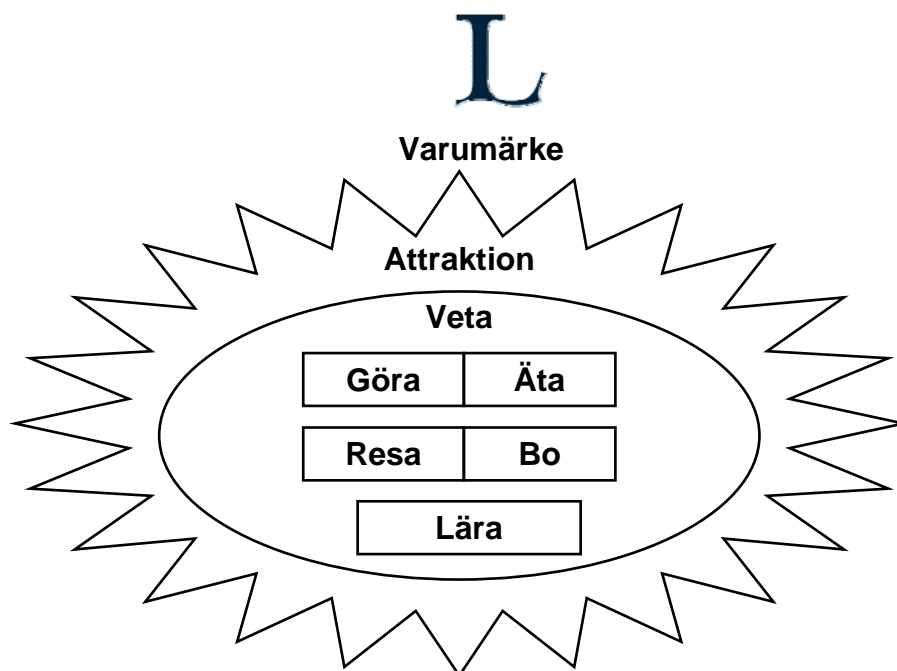
L

I det nya upplevelsesamhälle som nu gradvis ersätter industrisamhället är skiljelinjen mellan arbete och fritid inte lika distinkt. T ex konferensresenären åker på sin arbetstid men på många konferensanläggningar finns upplevelsepaket som anknyter till resenärens fritidssysselsättningar såsom golf, fiske, motion, bad och spa etc. Vid Centrum för turism och upplevelseproduktion har man avgränsat turismforskning i skärningspunkten mellan upplevelseindustrin och fritiden där upplevelseindustrin kan tolkas som de kreativa nya yrkena, där även arbetet är en upplevelse, och turism då blir den strikta definitionen när kreativt arbete och/eller fritid förläggs på annan ort. Även här blir gränsdragningarna problematiska, och som figuren visar så skär begreppet upplevelseproduktion tvärs över alla sektorer.



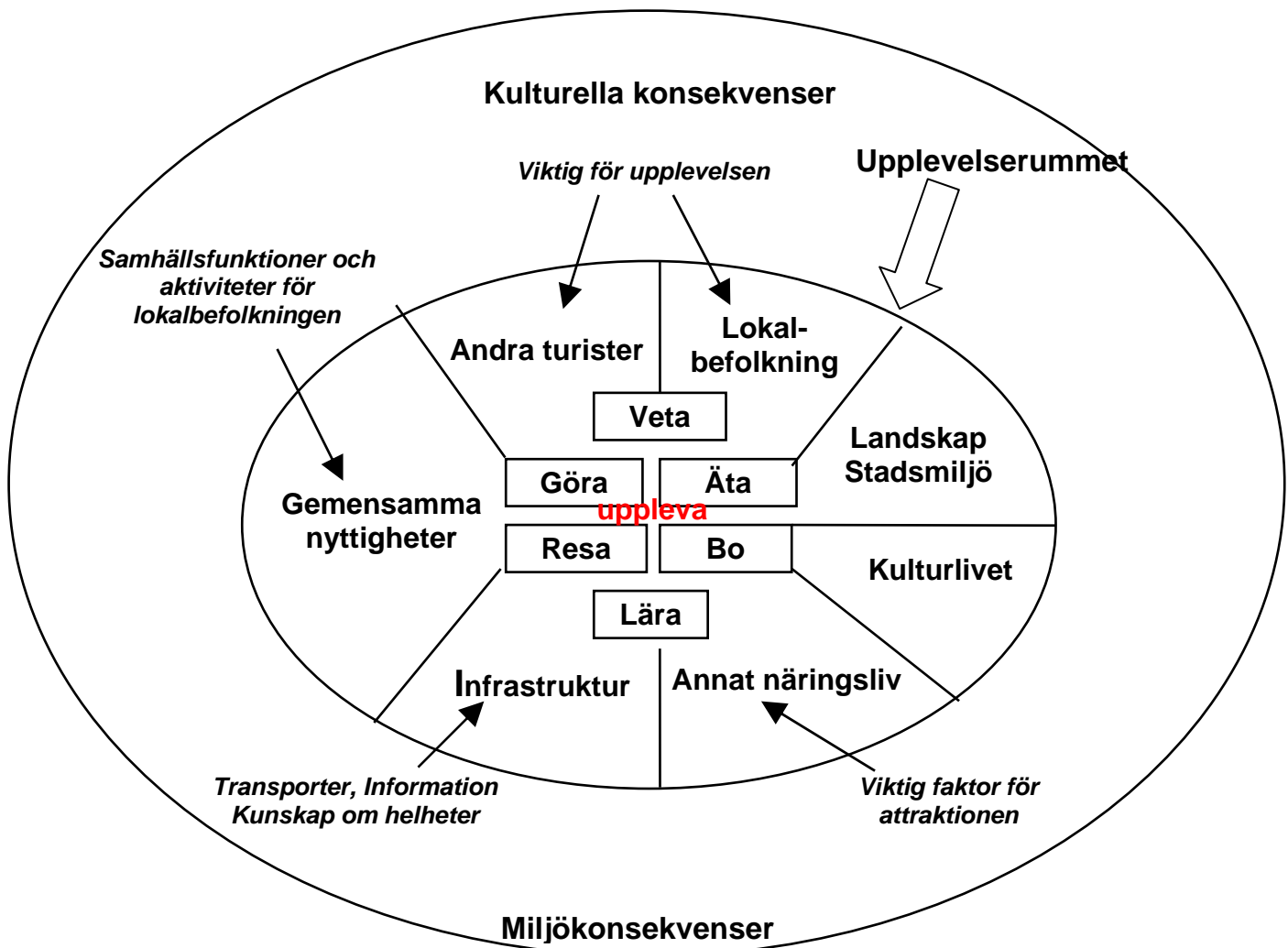
Arbete i det nya upplevelsesamhället kan nämligen enligt Pine och Gilmores teatriska affärsutveckling för upplevelseindustrin vara just en upplevelseproduktion samtidigt som när samme person besöker en upplevelserestaurang, roar sig med de nya medierna eller ägnar sig åt någon upplevelsebaserad hobby på samma sätt inkluderas i begreppet upplevelseproduktion, antingen via egenproducerade upplevelser (skidtur) eller iordningställda upplevelsearenor (datorspel, restaurang, shopping etc.). Därför är det inom upplevelseindustrin mer relevant att använda upplevelsebegreppet än det snart föråldrade "turismbegreppet". En nytt forskningsfält som på samma sätt gör turismbegreppet problematiskt är det virtuella resandet, där vi besöker faktiska eller artificiella platser i den virtuella världen, som med modern datateknikutveckling involverar allt mer sinnen och blir snart svårt att skilja från verkligt resande. På samma sätt blir virtuella resor i tiden som fuserats på den reella världen (IRL, In real life) problematiska, t ex när man på arkeologiska platser levandegör historiska förlopp och händelser – är detta att turista i andra tidsepoker?

Ett perspektiv som brukar utelämnas i den traditionella turistmodellen är lärandet, dvs turismens pedagogik. Detta kan åskådliggöras med att förutom att resa, äta, sova och göra som lär sig även resenären. Dessutom vet resenären mer eller mindre något om resmålet (förkunskaper).



Att veta något om resmålet innan och efter en resa har med bl.a. marknadsföring och rese­målets attraktionskraft att göra, dvs. dess varumärke och ”brand”. Detta är immateriella aspekter på turism som har ett stort behov att beforskas för att ge en bättre bild av turism och dess effekt, men även för marknadsföring av resmål och destinationer. Turismens pedagogik är ett i stort sett helt utforskat ämne, till stora delar på dess immateriella karaktär och därmed svårigheten att beräkna dess ekonomiska betydelse. Eftersom turismforskning till stor del har bedrivits av ekonomer och kulturgeografer har fokus varit på turismens struktur, trender, individernas val och nöjdhet m.m. allt för att kunna skapa modeller för turismplanering, affärsutveckling (inklusive marknadsföring och entreprenörskap) och turismutveckling.

I de flesta traditionella turistmodeller utifrån ett affärsekonomiskt perspektiv tas oftast inte heller övriga sociokulturella effekter i beaktande, av den enkla anledningen att de oftast inte har samma ekonomiska betydelse, varken för turisten, turistföretaget eller turismplanerarna. En utvidgad turismmodell bör ta med övriga samhälle i beaktande, dvs. lokalbefolkningen, övrigt näringsliv, lokala aktiviteter och kulturliv (inkl. föreningslivet) och andra turister. Konsekvenser för den lokala miljön brukar inkluderas i ”business-modellen” av turismforskning och hållbar turism i ett globalare perspektiv har precis blivit på ropet i och med de globala miljöeffekter turismen får genom miljöförstörande resor, tärande på lokala resurser m.m. Med detta mer holistiska perspektiv på turism erhåller vi ett stort och intressant forskningsområde för multidisciplinär och ämnesövergripande forskning.



Inom denna bredare modell av turism/besöksnäring kan man studera flera olika perspektiv:

Individperspektivet:

- Vilka är turistens behov, önskningsar, förväntningar m.m., dvs. immateriella aspekter hos turisten/besökaren?
- Vad behöver turisten/besökaren för att trivas – dvs. hur bör de materiella aspekter utformas?
- Hur ser de demografiska aspekter ut såsom vem är turist/besökare, när, hur, var, varför blir man turist/besökare (dvs. kundanalys för turistaktörer)?
- turistens faktiska beteenden, vad gör turisten/besökaren under sitt besök?
- Hur upplever besökaren turistföretaget och destinationen?
- Varför reser turisten? Vart, hur, när?

L

- Hur upplever turisten sin resa och dess beståndsdelar?
- Vilka konsekvenser får resandet för individens liv, attityder, beteenden etc?
- Vilka lärsystem och lärmiljöer besöker turisten under sin resa?
- Etc.
-

Företagsekonomiska perspektivet:

- Hur stimuleras produktutveckling hos turistföretag/entreprenörer?
- Hur kvalitetssäkras produkterna?
- Hur utvecklas ett hållbart (ekonomiskt, socialt, ekologiskt) företagande?
- Hur samverkar och samarbetar turistföretagare kring produkter?
- Hur organiseras och leds turistföretag?
- Hur hittar företagaren sina kunder?
- Hur marknadsför sig turistföretag?
- Hur ser nationell och internationell konkurrens ut för företaget?
- Etc.

Resursperspektivet:

- Vilka kulturella resurser finns för produkt- och destinationsutveckling?
- Vilka naturresurser finns för produkt- och destinationsutveckling?
- Vilka samhällsresurser finns för turistutveckling?
- Vilka tekniska resurser finns och hur optimerad deras utnyttjande?
- Vilka personella resurser (entreprenörer, arbetskraft etc.) finns?
- Hur nyttjar man natur- och kulturresurser för turism/besöksnäring?
- Hur nyttjar man natur- och kulturresurser på ett hållbart sätt?
- Hur fungerar hållbar turism och ekoturism?
- Etc.

Destinationsutvecklingsperspektiv:

- Hur samverkar turism med övriga näringar?
- Hur samverkar turistföretag inom destinationen?
- Vad karakteriserar en destination?
- Hur produktifierar och säljer man en destination?
- Hur marknadsför man en destination?
- Hur samverkar destinationer regionalt och nationellt?
- Hur ser nationell och internationell konkurrens ut för destinationen?
- Etc.

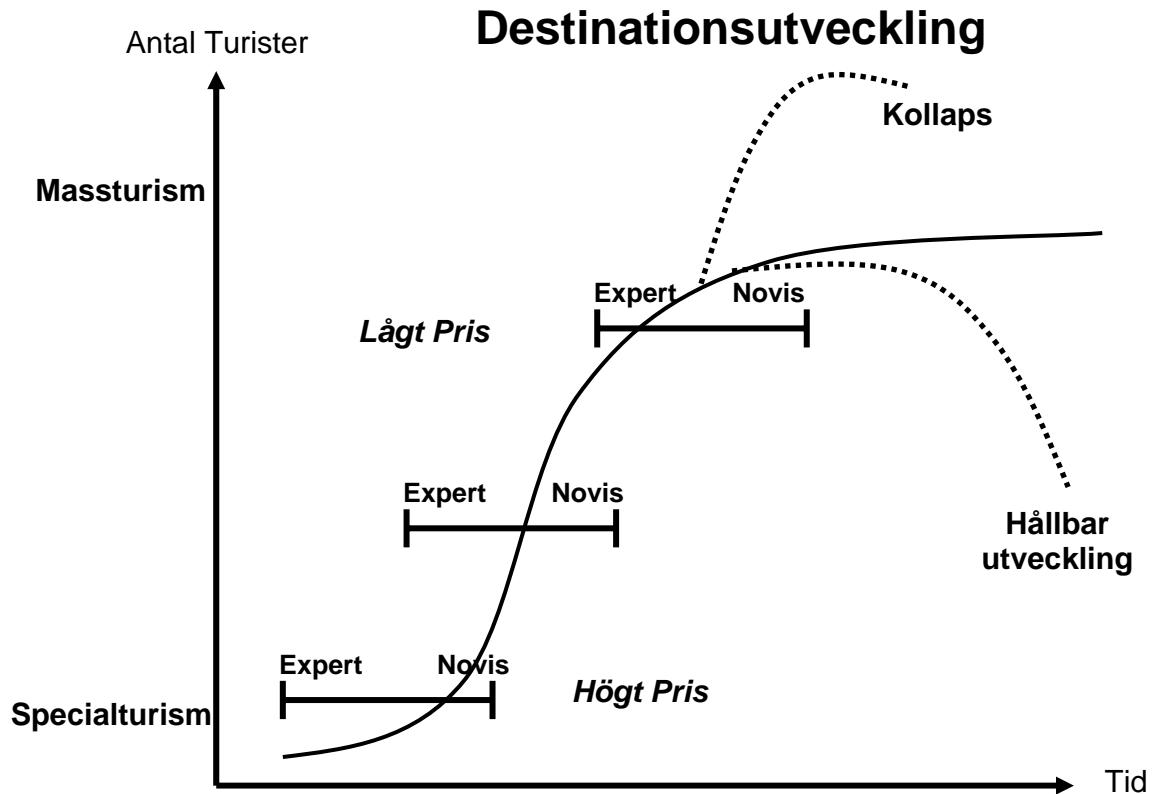
Samhällsperspektivet:

- Vilken infrastruktur krävs för turism/besöksnäringens utveckling?
- Vilka regelverk, lagar och förordningar påverkar turism/besöksnäring?
- Hur har turism/besöksnäringen utvecklats historiskt och sociologiskt?
- Hur styrs och regleras turism av stat, länsinstanser och på kommunal nivå?
- Vilka historiska effekter får turism?
- Vilken roll har massmedia för turism?
- Etc.

En viktig forskningsinriktning är studiet av destinationer och deras hållbara utveckling, dvs. hur överlever lokalsamhället en massiv turismutveckling, vilka konsekvenser får turism för en plats etc. Styrning och ledning (management) av destinationsutveckling och

L

företagsetablering har visat sig vara en viktig framgångsfaktor för turismutveckling. Dearen har utvecklat en modell för destinationers tillväxt och utveckling som är av intresse att studera i nationellt och lokalt perspektiv. Tillväxt får nämligen alltid konsekvenser och vilken "carrying capacity", dvs. bärformåga har en destination, och vad händer om den överskrids? Vad händer med prisbilden när turismen ökar på en destination, osv.

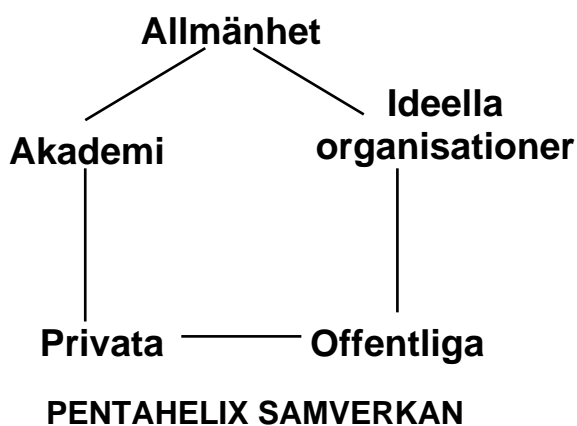
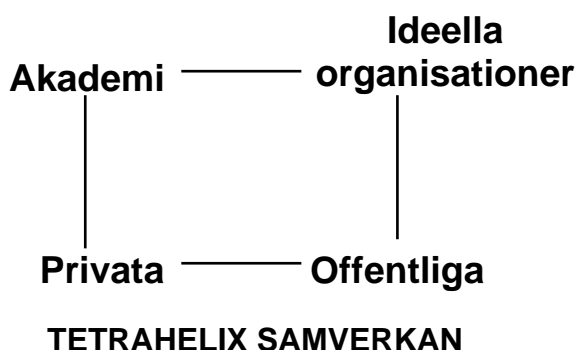
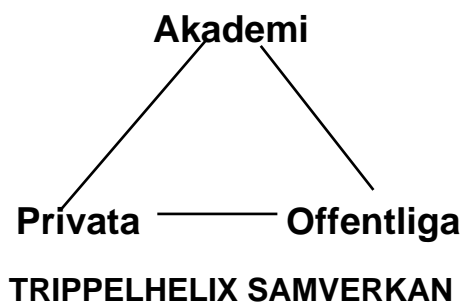


Efter Phil Dearen, Vancouver

Intressant att beforska är att studera de processer som leder till framgång och utveckling inom turism och upplevelseindustrin. Den klassiska tillväxtmodellen har varit trippelhelix modellen som har legat till grund för KK-stiftelsens satsning på upplevelseindustrin. Som FUNK-modellen och praktisk erfarenhet visar så saknas viktiga aktörer i modellen, såsom ideella organisationer (tetrahelix samverkan) men även allmänhetens inställning (pentahelix samverkan) till turism och att t ex kommunala skattemedel satsas på turism. Att beforska framgångsexempel enligt dessa modeller kan ge värdefulla insikter i hur tillväxtprogram processas fram och implementeras.

L

Modeller för tillväxtsamverkan



Ytterligare ett sällan tillämpat forskningsområde är aktionsforskning där forskaren aktivt tar del i en process med tydliga syften och mål, och där forskaren t.o.m. kan vara processledare. Forskningen här går ut på att beskriva utvecklingsprocessen inifrån i stället för traditionellt utifrån. Aktionsforskning har framgångsrikt tillämpats inom hälsovetenskap och utbildningsvetenskap men är ännu i stort oprövad inom turismforskning

Utifrån denna kortfattade genomgång över turismforskningens möjliga fält är det intressant att studera vilken turismforskning som bedrivs i dag.



Metodik

Material till denna forskningssammanställning har insamlats genom

- 1) sökning på samtliga universitets och högskolors hemsidor med sökorden, *turism*, *turismforskning*, *upplevelseproduktion* och *upplevelseekonomi* och *fritidsvetenskap*. Sökningen genomfördes 4-15/12 2006
- 2) Kända forskargrupper och deras institutioners hemsidor har besökts
- 3) Konferens abstract har studerats från 16 Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research, Savonlinna okt 2006
- 4) Sökning på www.forskning.com på sökorden *turism*, *turismforskning*, *upplevelseproduktion*, *upplevelseekonomi* och *fritidsvetenskap*.
- 5) Tidigare rapporter om turismforskning från VINNOVA¹⁷ och ETOUR¹⁸
- 6) Forskares presentation av forskningsprojekt vid KK-stiftelsens AHA-Akademi workshop om forskningssamarbete mellan högskolor kopplade till KK-stiftelsens Mötesplatser för upplevelseindustrin.
- 7) Googelsökningar genomförd 2006-12-17 på ett antal sökord såsom turismforskning, upplevelseindustri etc. Alla sökningar har gjorts med sökordet inom citationstecken för att minska träffar som där sökorden t ex *tourism* och *research* förekommer oberoende (t ex sökning *experience industry* ger 295 000 000 träffar medan ”*experience industry*” ger 143 000 träffar)

I rapporten listas högskolor/universitet med tillhörande utbildning och forskning vid identifierade institutioner och centrumbildningar. Även forskningsprojekt listas i mån dessa kan identifieras på institutionens hemsida eller finns med i tidigare studier av forskningsturism. I många fall är forskningsprojekten i denna digitala text direktlänkade till projektens hemsida. Även ett länkskafferi vad gäller turismresurser och vetenskapliga turismtidsskrifter presenteras och i elektronisk form med direktlänkar.

Ingen forskningssammanställning kan någonsin bli komplett eftersom forskningsprojekt är färskvara där forskningsprojekt ofta har en kort livslängd, sällan över de fyra åren som en doktorsavhandling ingår. Mer normalt är att en studie omfattar ett eller ett max par år. En forskaravdelnings forskningsinriktning har dock en större stabilitet och är därför av större intresse vid en forskningsöversyn. Denna studie fokuserar sig därför främst på att identifiera forskarmiljöer inom turism och upplevelseproduktion i Sverige. Övriga nordiska länderna berörs endast ytligt, och ingen ansats har gjorts för att sammanfatta den internationella turismforskningen, utan endast representativa nedslag har gjort i ett antal länder. En internationell sammanställning av turismforskning skulle innebära ett omfattande efterforskningsarbete eftersom varje universitet med någorlunda status och bredd har någon form av turismforskning. En metod att identifiera nyckellärosäten för turismforskning är att inventera läroboksförfattarnas akademiska hemvist samt att inventera författare i vetenskapliga tidskrifter, vilket dock ligger utanför denna sammanställning.

En total kartläggning av all enskild forskning inom området även inom Sverige är inte möjlig att genomföra. Om vi bara räknar antalet verksamma doktorander vid universitet och högskolor hamnar siffran runt 18 500 personer (Gustafsson 2004). Då inkluderas ej arbeten gjorda av professorer, docenter, adjunkter, forskarassistenter, doktorer av olika slag etc. Att

L

studera alla dessa individers arbeten för att se om det finns beröringspunkter till turism- och upplevelseindustrirelaterade intressesfärer vore en mycket tidsödande syssla.

Turismforskning

Högskoleutbildningar inom turism

Högskoleutbildningar är nära anknutna till forskning, och turism- och upplevelseproduktionsutbildningar ger därmed en vis inblick i en högskolas och institutions akademiska intresse. Sveriges tre första turismutbildningar på högskolenivå (Borlänge, Kalmar och Östersund) startade alla 1978. I en studie av Pettersson¹¹ kring Svenska turismutbildningar fanns det tolv universitet och högskolor som erbjuder utbildningar med inriktning mot turism. Vardera av dessa tolv utbildningsplatser antar 40 till 120 studenter varje år.

De flesta av turismutbildningarna erbjuds inom olika utbildningsprogram omfattande 120-180 poäng, d.v.s. tre till fyra och ett halvt års studier med möjlighet till kandidat- eller magisterexamen. Programmen har inriktningar som turism, turismvetenskap, turism- och resandevetenskap, naturmiljö och turism, turism och upplevelser, tourism and hospitality management, service management samt några olika utbildningar med inriktning mot gastronomi, hotell och restaurang. Bland de teoretiska ämnena märks en tonvikt på kulturgeografi och företagsekonomi, vilka ofta utgör examensämnen. På några ställen kan man få en examen i turismvetenskap. På flera av utbildningsorterna förekommer även turismforskning.

Pettersson sammanfattar sin studie med konstaterandet att konkurrensen bland de svenska turismutbildningarna har ökat kraftigt under senare tid genom tillkomsten av fler eftergymnasiala utbildningsalternativ såsom KY-utbildningar och fler turismutbildningar bland universitet och högskolor. Det ökade utbudet gör det möjligt för studenten att välja mer nischade utbildningar utifrån eget intresse och näringsens behov. Samtidigt hör man från flera håll röster som hävdar att det på senare tid har skett en överetablering av turismutbildningar i Sverige.

Turistdelegationens studie ”Turismutbildningar 2001”¹⁹ utförd av Högskolan Dalarna sammanfattade de svenska turismutbildningarna enligt:

- Utbudet har fördubblats sedan förra undersökningen medan efterfrågan i totala söksiffror har minskat. Kravet är minst 3,0 i genomsnitt eller som lägsta betyg.
- Hösten 2001 fanns ca 900 platser på universitet och högskolor med turisminriktning. Samtliga turismhögskolor erbjuder magisterexamen.
- Restauranghögskolan vid Grythyttan har fått konkurrens från universiteten i Umeå och Göteborg.
- På det nya gymnasiet har alla med gymnasieexamen grundläggande behörighet till högskolestudier, men matematik C krävs för Service Managementutbildningar.
- De uppföljningar som görs visar att studenterna får arbete, men att många byter till bättre betalda jobb i andra branscher efter några år.
- Till utbildningarna söker framför allt kvinnliga studenter.
- Endast språkkunskaper i engelska från gymnasiet kan stänga ute svenska studenter som vill studera vidare på internationella utbildningar utomlands .
- Hotell- och Restaurangutbildningarna fordrar kock- eller servitörsutbildning från

Hans Gelter, Univ. Lektor

Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion

Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå

Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

gymnasiet alternativ motsvarande yrkeserfarenhet samt lokalt antagningsprov. Här är könsfördelningen jämn.

- Riksprojektet ALUMNI har inte kommit igång som planerat. Därför sker ingen systematisk uppföljning bland högskoleutbildningarna.
- En turismgeograf antas arbeta med att planera för hållbar turism inom kommuner, länsstyrelser eller privata företag. En turismekonom antas arbeta med företags- och produktutveckling, försäljning och marknadsföring inom såväl privata som offentliga verksamheter.
- Studenterna från Hotell- och Restaurangutbildningarna förväntas gå rakt ut i arbetslivet som t ex hotell- eller restaurangchef. Man har branschsamarbete med SHR.

Forskning inom turism

Svensk forskning inom turism och upplevelse har studerats i en rad rapporter. I en studie av Gustafson¹¹ för VINNOVA identifierades svensk Upplevelseforskning inom teknik/ekonomi/gestaltning som påvisar tillväxtpotential och reproducerbarhet genom en kartläggning av betydelsefulla forskar- och utvecklingsmiljöer. Rapporten ledde till en databas, som nu ägs av VINNOVA, med ca 250 olika forskningsledare eller enskilda forskare. Databasen är konstruerad på personnivå och på så sätt har grunden skapats för ett nätverk inom upplevelseindustrirelaterad forskning. Några intressanta klusterbildningar kan urskiljas i VINNOVS rapporten. Mycket upplevelseindustrirelaterad forskning inom konst, artisteri och estetik, kopplad till ekonomiinstitutioner finns i Stockholmsområdet. Stockholms universitet, Handelshögskolan och KTH är alla verksamma inom detta område, både som enskilda aktörer och i olika typer av samarbeten. Gotland är med sina satsningar på kulturturism och spelforskning ett mycket verksamt forskningskluster inom upplevelseindustrin. Umeåområdet har ett antal aktörer inom datorspel, VR mm. Tillsammans utgör dessa olika centrumbildningar och lab ett intressant kluster av teknikrelaterad upplevelseindustriforskning. Intressanta kombinationer av inriktningar inom turismrelaterad forskning lyser tydligast i Östersund och på Handelshögskolan i Göteborg. Dessutom visar kartläggningen att upplevelseindustrirelaterad forskning i betydligt högre grad återfinns på de äldre universiteten och högskolorna. Den slutsatsen var något förvånade, då flera i projektgruppen hade uppfattningen att upplevelserelaterad forskning skulle vara vanligare på ”nyetablerade” universitet/högskolor, eftersom sådan forskning skulle kunna vara en chans att profilera lärosätet som nytänkande och framåt.

Nordicom – Nordiskt informationscenter för Medie- och kommunikationsforskning
<http://www.nordicom.gu.se>

L

Tabell 2: En översiktlig genomgång av Svenska lärosäten visar att turism förekommer vid högskolor och universitet. Upplevelseproduktion och fritidsvetenskap är inte lika utbredd.

| Högskola/universitet | Turism | | Upplevelseproduktion | | | | Fritid | |
|---|--------|---|----------------------|---|---|---|--------|---|
| | U | F | U | F | | | U | F |
| Göteborgs universitet | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
| Karlstad universitet | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Linköpings universitet | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Luleå tekniska universitet | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Lunds universitet | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Mittuniversitetet | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | |
| Stockholms universitet | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Sveriges lantbruksuniversitet | | | | | | | | |
| Umeå universitet | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Uppsala universitet | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Växjö universitet | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Örebro universitet | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| Högskolor och institut | | | | | | | | |
| Blekinge tekniska högskola | | | | | ✓ | ✓ | | |
| Chalmers tekniska högskola | | | | | | | | |
| Danshögskolan | | | | | | | | |
| Dramatiska Institutet | | | | | | | | |
| Handelshögskolan i Stockholm | | | | | | | | |
| Högskolan i Borås | | | | | | | | |
| Högskolan Dalarna | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Högskolan i Halmstad | | | | | | | | |
| Högskolan på Götaland | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Högskolan i Gävle | | | ✓ | | | | | |
| Högskolan i Jönköping | | | | | | | | |
| Högskolan i Kalmar | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Högskolan i Kristianstad | | | | | | | | |
| Högskolan i Skövde | | | | | | | | |
| Högskolan i Väst | | | | | | | | |
| Gymnastik och Idrottshögskolan GIH | | | | | | | | |
| Karolinska institutet | | | | | | | | |
| Konsfack | | | | | | | | |
| Kungliga konsthögskolan | | | | | | | | |
| Kungliga Musikhögskolan i Stockholm | | | | | | | | |
| Lärarhögskolan i Stockholm | | | | | | | | |
| Kungliga tekniska högskolan | | | | | | ✓ | | |
| Mälardalens högskola | | | | | | | | |
| Malmö Högskola | | | | | | | | |
| Operahögskolan i Stockholm | | | | | | | | |
| Södertörns högskola | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Teaterhögskolan i Stockholm | | | | | | | | |



Svensk turismforskning – en översikt

I Universitet/högskoleöverblicken har även relevanta utbildningar medtagits för att visa inriktning. Turismutbildningarna är främst tagna från Turistdelegationens rapporten ”Turismutbildningar 2001” som kompletterats med nystartade utbildningar. Samtliga generella utbildningar mot turism ger en akademisk grundutbildning 120 poäng med magistermöjlighet. Utbildningarna har företagsekonomi, kulturgeografi eller sociologi som huvudämne. Turism läser man som biämne eller integrerat i huvudämnets kurser. De företagsekonomiska inriktningarna, kallas ibland Service Management och uppfyller kraven för civilekonom. Förutom utbildningar anges även forskning som den beskrivs på respektive högskolas hemsida samt hittade forskningsrapporter listas i punktform. Endast en person anges som projektägare även om fler är delaktiga. Nyligen avslutade projekt anges i kursiv text. Inga projekt före 2000 har tagits med.

Blekinge tekniska högskola

www.bth.se

Chalmers tekniska högskola

www.chalmers.se

Forskning: I bottenvåningen i hus Saga på Chalmers Lindholmen finns sedan 1999 Visualiseringsstudion. Här pågår utbildningar för högskoleingenjörerna med kurser, projektarbeten och examensarbeten. Många externa visningar har genomförts och intresset av att använda Virtual Reality som ett framtida arbetsredskap är mycket stort. Forskningen, som bedrivs inom Visualiseringsstudion, består dels av forskning kring upplevelser av VR modeller och dels av programutveckling inom VR området. Den senare har bedrivits genom olika projekt med byggindustrin. Forskningen vid Visualiseringsstudion är organiserad i ett tvärvetenskapligt team med representanter från; datorteknik, ekonomi, beteendevetenskap, humaniora/konstvetenskap/arkitektur

<http://www.chl.chalmers.se/main/visualiseringsstudion/forskning/index.htm>

Göteborgs universitet

www.gu.se

Handelshögskolan, Företagsekonomiska institutionen

Utbildning: Magisterprogram inom civilekonomprogrammet med inriktning turism (Tourism and Hospitality Management): Vid Handelshögskolan läser man kulturgeografi med inriktning turism (80 poäng) tänkt som en del i en magisterutbildning, men kan också läsas som ett separat block. 20 poäng D-kurser för valfri magister.

Forskning: Marknadsföring och organisation inriktat mot turism.

Marknadsföringsgruppen är indelad i sex undergrupper med utgångspunkt i de fördjupnings- och forskarutbildningsuppdrag som kompetensgruppen har. Dessa undergrupper är:

- Internationell marknadsföring
- Konsumentbeteende
- Marknadskommunikation och varumärkesstrategi
- Massmedieekonomi
- Marknadsföringsstrategier och affärsstrategiskt ledarskap

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

- Tjänstemarknadsföring och turism

De olika undergrupperna ansvarar för undervisningen på C-/D-nivån och forskarutbildningen inom respektive forskningsområde. Därigenom kommer de senaste forskningsrönen undervisningen tillgodo. Flera av medlemmarna i undergrupperna bedriver forskning inom många områden och ingår därmed i flera olika forskarlag inom och utanför institutionen. Forskningsbeskrivningarna nedan ska därför ses i ett brett perspektiv, då gruppernas forskning i många fall tangerar andra grupperns forskning.

Forsknings- och undervisningsgruppen Internationell marknadsföring

Gruppens forskning fokuserar på den internationella affärsprocessen, som innehåller marknadsföring, affärsförhandlingar och genomförande av affärer i främmande kulturmiljöer. Ett viktigt kulturområde för gruppens forskning har sedan mitten av 1970-talet varit Central- och Östeuropa.

Forsknings- och undervisningsgruppen Konsumentbeteende

Forskningen i konsumentbeteende rör konsumenters inköpsbeslut. Beslutsprocessen omfattar bl.a. att identifiera ett behov, skaffa information och utvärdera alternativ. Dessutom ingår forskning rörande beslut om och hur konsumenter väljer att reparera, slänga, återvinna, sälja eller skänka varor. 5 Forskare

Forsknings- och undervisningsgruppen Marknadskommunikation och varumärkesstrategi

En viktig del av forskningen behandlar hur företag kan kommunicera med olika intressenter i syfte att bygga upp starka varumärken och skapa relationer till kundgrupperna. Centrala områden är bl a varumärken och deras betydelse, val och vård av kundgrupper, samt marknadskommunikation som länken mellan de två förstnämnda delarna. En annan viktig del av forskningen behandlar kulturaspekter och tangerar därmed internationell marknadsföring.

Forsknings- och undervisningsgruppen Massmedieekonomi

Forskning om mediernas roll och villkor ur ett företagsekonomiskt perspektiv har bedrivits inom Marknadsföringsgruppen sedan 1970-talet. Forskningen fokuserar på tre huvudområden: Strukturutveckling inom olika mediegrupper, mediers funktioner och användning, samt mediers utveckling ur ett konkurrensperspektiv.

Forsknings- och undervisningsgruppen Marknadsföringsstrategier och affärsstrategiskt ledarskap Forskningen har sin utgångspunkt i det affärsstrategiska ledarskapet som länken mellan företagets prestationsutveckling och marknadsstrategiska val, och syftar till att öka förståelsen för och kunskapen om ska ge insikt i företags strategiska val avseende interaktion mellan marknader och ledarskapets utövande.

Forsknings- och undervisningsgruppen Tjänstemarknadsföring och turism Vid

Marknadsföringsgruppen bedrivs genom TOUREC (Tourism Research Center) forskning om turismnäringen. Forskningen behandlar huvudsakligen turisternas köpbeteende, marknadsföring av evenemang, destinationsimage samt internationell turism. Gruppen består av fyra forskare under ledning av Professor Tommy D. Andersson.

Forskningsprojekt:

- Festivaler: Evenemang som turistattraktioner (Mia Larsson, Företagsekonomi)
- Evenemangsmarknadsföringens organisation (Mia Larsson, Företagsekonomi)
- Attityd- och konsumtionsförändringar till följd av internationell turism (Annika Hallberg, Företagsekonomi)
- Meningsfullt arbete i turistföretag (Dorit Christensen, Företagsekonomi)
- Säsongsanställda inom hotellnäringen (Christine Lundberg, Företagsekonomi)
- Massturismens mediegeografi - två svenska dagstidningars destinationsretorik (Kristina Lindström, Kulturgeografi)

L

- Turisters köpbeteende: motiv och kundlojalitet (Lena L Mossberg, Flervetenskaplig)
- Upplevelserummet och kundens beteende (Lena L Mossberg, Företagsekonomi)
- Turistforskning i den nya millenniet (Mia Larsson, Flervetenskaplig)
- Turisters köpbeteende: motiv och kundlojalitet (Monica Hanefors, Flervetenskaplig)
- Staden som varumärke - fallet Barcelona (Ola Bergström, Företagsekonomi)
- Bildens roll i turistbroschyren (Sanja Vujicic, Företagsekonomi)
- Val och värdering (Choice modelling) (Tommy D. Andersson, Företagsekonomi)
- Familjeföretag inom turismnäringen (Tommy D. Andersson, Företagsekonomi)
- *Lokalbefolkning och turism* (Tommy D. Andersson, Företagsekonomi)
- *Affärsturister vid evenemang* (Tommy D. Andersson, Företagsekonomi)
- *Upplevelser och marknadsföring* (Lena L Mossberg, Företagsekonomi)
- *Paradise Regained - Swedish charter tourists visiting the 'non-ordinary'* (Monica Hanefors, Socialantropologi)
- *Samhällsekonomisk K/I analys av turism.* (Tommy D. Andersson, Företagsekonomi)
- *Financial Effects of Events on the Public Sector.* (Tommy D. Andersson, Företagsekonomi)
- *Attitudes of the Locals Toward Events.* (Monica Hanefors, Socialantropologi)
- *The Locals – Local Knowledge, Participation, and Identity.* (Monica Hanefors, Socialantropologi)
- *Dalecarlian Masques: One Souvenir's Many Voices.* (Monica Hanefors, Socialantropologi)
- *Evaluation of Events: Scandinavian Experiences.* (Lena L Mossberg, Företagsekonomi)
- *A Political Approach to Relationship Marketing: Case Study of the Storsjöyran Festival.* (Mia Larsson, Företagsekonomi)
- *Organizing Events: Managing Conflict and Consensus in a Political Market Square.* (Mia Larsson, Företagsekonomi)
- *Tourism development - Assessing Social Gains and Losses.* (Tommy D. Andersson, Företagsekonomi)
- *Leisure Events and Regional Economic Impact.* (Tommy D. Andersson, Företagsekonomi)
- *Popmus – en studie av ekonomiska roller.* (Monica Hanefors, Socialantropologi)
- *Travel Motives and Tourists' Buying Behaviour. Gates Towards Consuming.* (Monica Hanefors, Socialantropologi)
- *Travel Shows and Image Making.* (Monica Hanefors, Socialantropologi)
- *The Presence of a Mega-Event: Effects of Destination Image and Product-Country Images.* (Annika Hallberg, Företagsekonomi)
- *Interaction in the Political Market Square: Organising Marketing of Events.* (Mia Larsson, Företagsekonomi)
- *Med charter till Estoril* (Ewa Wolf, Etnologi)
- *Med Charles genom Europa* (Jan Ling, Musikvetenskap)
- *Resor i tiden* (Kristian Kristiansen, Arkeologi)
- *Den kunskapande resenären* (Roger Säljö, Pedagogik)
- *Konsumtion som språk - En beskrivning av den (o)hållbara konsumtionens symbolik* (Cecilia Solér, Konsumentbeteend)
- *Kommersiella kulturer i ett etnologiskt-ekonomiskt perspektiv* (Karin M Ekström, Konsumentbeteend)
- *Voluntary simplicity som livsstil* (Pernilla Jonsson, Konsumentbeteend)
- *Upplevelsen av universal design* (Lena Hansson, Konsumentbeteend)

Kulturgeografiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet

Bedriver kurser inom samhälls- ekonomisk och turismgeografi.

Forskning

TOUREC Turism Research Center, Handelshögskolan i Göteborg.

Under de senaste åren har turismintresserade forskare samlats under TOURECs (Tourism Research Centre) paraply. TOUREC är ett forskningscentrum som omfattar alla Handelshögskolans institutioner och har som syfte att främja och bedriva forskning och högre utbildning inom turistnäringen. Den forskning som bedrivs inom dess ram förenar ofta flera

Hans Gelter, Univ. Lektor

Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion

Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå

Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

discipliners perspektiv för att, i det gränsland som då uppstår, erhålla kunskap som inte går att nå inom endera disciplinen. Genom TOUREC får studenter, forskare, personer i näringslivet och andra intresserade möjlighet att diskutera och ta del av forskningens resultat, exempelvis genom regelbundna forskningsseminarier och nyhetsbrev. Inom TOUREC samlas den kompetens som Handelshögskolan har inom turismområde och genom en nära samverkan med näringslivet, bland annat i Göteborgsregionen, skapas förutsättningar för att bedriva och utveckla nya forskningsprojekt. Kontinuerligt gästas TOUREC av internationella forskare, som medverkar både i föreläsnings- och forskningsverksamheten.

HDK- Högskolan för Design och Konsthantverk vid Göteborgs universitet

Forskning: D&R Swedish Design Research Network (Peter Ullmark)

Forskningsprojekt:

- Ytans materialitet – rumsupplevelser i ett kulturellt ljus

Högskola i Borås

www.hb.se

Forskningsprojekt:

- Shopping turism (Christine Lundberg)

Högskolan i Dalarna

www.du.se

Institutet för Turism och Resandevetenskap

Utbildning: Turism och Resandevetenskapligt program: Inriktade mot turismens huvudsakliga verksamhetsområden: destinationen, serviceproduktionen och kommunikationen. Turism är integrerat i tre inriktningar kulturgeografi, ekonomi och sociologi. 120/160 poäng. Efter Kandidatprogram kan studenten välja European Master Programmet *Programme for European Tourism Management ETM* i samarbete mellan England, Frankrike, Tyskland, Nederländerna och Spanien och få en europeisk masterexamen i turism.

Forskning:

Forskningsprojekt:

- Nätverk i olika former (Jörgen Elbe, Företagsekonomi)
- Att marknadsföra Småland - om destinations-marknadsföring, strategi och olika perspektiv (Jörgen Elbe, Företagsekonomi)
- Utredningar av nyttan (ex yrkesfiske) (Lars Hultkrantz, Nationalekonomi)
- Känslighetskalkyler Konsumentöverskott (Lena Nerhagen, Nationalekonomi)
- Skotertrafik (Tobias Heldt, Nationalekonomi)
- GIS Miljöövervakning och -styrning; Turisti nfo Väg och destination mobil och stationär (Johan Håkansson, Kulturgeografi)

Högskolan på Gotland

www.hpg.se

Ämnesavdelningen Företagsekonomi

Utbildning: Turism och Upplevelse, 120p: Både turist- och upplevelsenäringen är viktiga och expansiva industrier, i Sverige likväl som i övriga världen. Turism- och upplevelseprogrammet är för dig som vill utveckla, designa, marknadsföra och producera erbjudanden och attraktiva värden för turist- och upplevelsenäringen. Turism och

L

upplevelseprogrammet syftar till att ge dig den kunskap och kompetens som alltmer efterfrågas av turist- och upplevelseverksamheter. Därför har vi valt att ge en kombination av ämnena turismvetenskap, gestaltning (med fokus på visuell kommunikation) och företagsekonomi (huvudämne, 60 poäng). I turismvetenskap studeras företeelsen »turism«: Vad är turism? Vilka är näringens aktörer? Hur skapas konkurrenskraftiga erbjudanden? Därutöver lyfts andra ämneskunskaper med tillämpning på turism in. Arkeologi och kulturgeografi lär dig om relationen kultur – kulturarvturism. Industriell design och teknik lär dig metoder för att designa, utveckla, och kvalitetssäkra koncept och erbjudanden för turist- och upplevelseverksamheter. I gestaltning lär du dig uttrycka och visuellt kommunicera turist- och andra upplevelse-orienterade värden och erbjudanden, främst i digitala medier men även i tryckta medier till en marknad och en publik. Du lär dig hantera digitala verktyg som Photoshop, Flash, Dreamweaver, QuickTime VR och Indesign. I företagsekonomi (huvudämne, 60 poäng) ges en bred grund i management, marknadsföring, redovisning och kalkylering. Därefter fokuseras mot marknadsföring, service management, entreprenörskap och affärsutveckling. Fristående kurser i Event Production och Conference and Meeting Management arrangeras för studenter och yrkesverksamma.

Forskning: Turistresurser och turistutveckling i ett regionalt Östersjösammanhang. Utbildning mot det moderna turismfenomenet i ett regionalt sammanhang med fokus på turismens utveckling och karaktär i Östersjöregionen. Forskning med anknytning till kultur- och kulturarv och imaginära organisationer. Vid institutionen för teknik, konst och nya medier bedrivs forskning inom de båda examensämnena Spelutveckling och Gestaltning i konvergerande medier. Inom spelutveckling är forskningens mål att:

- skapa empiriskt validerad kunskap kring produktion av interaktiva digitala system samt
- utveckla nya metoder, verktyg och system för skapandet av interaktiva digitala system.

Forskningsprojekt:

- Strategisk och dynamisk prissättning inom turism- och upplevelseorienterade branscher (Karin Dahlström) Varifrån kommer landskapsbilden? . (humaniora och samhällsvetenskap)
- "Kulturarvspolitik"- kulturarvspolitiken längs tre dimensioner: skapande, spridande och omsättande . (humaniora och samhällsvetenskap)
- Projekt Destination Gotland - att följa och förstå den process då en imaginär organisation skapas . (humaniora och samhällsvetenskap)
- Viking Heritage - informationsresurs och kunskapsbank på temat vikingar och vikingatid. (humaniora och samhällsvetenskap)

Högskolan i Gävle

www.hig.se

Här beskrivs de profilområden som hör Inom det humanistisk-samhällsvetenskapliga området finns vid högskolan följande profilområden:

Undervisning och lärande i skola och yrkesliv

Samhällsvillkor och hållbar livsstil

Kultur, identitet och samhälle

Belastningsskador

Institutionen för humaniora och samhällsvetenskap

Utbildning: Upplevelseproduktion A 20p: Utgångspunkten för kursen är vårt samtida informationssamhälle där industrier avvecklas och fabriker tystnar. Där upplevelseindustri

Hans Gelter, Univ. Lektor

Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion

Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå

Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

och symbolproduktion förväntas växa, inte minst inom mediesektorn. I kursen undersöks medierade upplevelser både som abstrakt begrepp och konkreta erfarenheter. Pedagogiken baseras på projekt och laborationer initierade av studenterna själva inom ramen för olika teman som turism, idrott, kultur m.m. Kreativa och kommunicerande projektutformningar uppmuntras. Kursen är uppbyggd kring fyra delmoment som är integrerade och löper parallellt under terminen.

Forskning:

Forskningsprojekt:

Högskolan i Halmstad

www.hh.se

Högskolan i Jönköping

www.hj.se

Högskolan i Kalmar

www.hik.se

Institutionen för Ekonomi, Baltic Business School, BBS

Handelshögskolan BBS vid Högskolan i Kalmar är en modern och internationell handelshögskola med sex profilerade program, växande forskning och ett rikt samspel med det omgivande samhället. Några av huvudintressen är affärer i Östersjöregionen och den tjänste-, kunskaps- och upplevelsebaserade ekonomin. Idag finns cirka 1 600 studenter. Verksamheten är belägen i Kalmar Nyckel, ett kunskaps- och kompetenscentrum med särklassiga lokaler och stor potential.

Utbildning: Institutionen för ekonomi håller i Turismprogrammet som har tre inriktningar: Företagsekonomi, kulturgeografi eller sociologi. Upp till 60 poäng turism varvas med huvudämnena som kan vara företagsekonomi, kulturgeografi eller sociologi, 120/160 poäng.

Forskning: Inom forskargruppen RoUTES (Research Unit for Tourism and Experiences in Society) är ett nytt forskningsinstitut under utveckling, Institutet för Kulturell Ekonomi, vari specialiseringen för turismforskning, RoUTES, ska ingå. Institutet leds av Professor Lars Aronsson, med professor Lars Lindqvist som är forskningsledare. Syftet för kulturell ekonomi är att studera hur platser i Sverige av idag lyckas attrahera människor, i form av turister eller inflyttare, och företag att utvecklas. Utgångspunkten är att kulturell ekonomi är en viktig faktor för lokal utveckling. Definitionen av kulturell ekonomi är: människors skapande av värden, mening och identitet i samspel med ekonomin. Totalt finns 6 forskare under ledning av Prof. Lars Aronsson.

Forskningsprojekt:

- The "glocal" world heritage and tourism.(Christer Foghagen, Kulturgeografi)
- Event marketing/management.(Hans Wessblad, Företagsekonomi)
- Placemarketing.(Johan Gaddefors, Företagsekonomi)
- Spelet mellan externa intressenter och företaget – att definiera en arena för miljöarbete.(Kristina Bredmar, Företagsekonomi)
- Platser särarter i globaliseringsprocesserna.(Lars Aronsson, Kulturgeografi)
- The experience society and its consequences (Mathias Junemo, Sociologi)

Hans Gelter, Univ. Lektor

Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion

Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå

Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

- Hållbar turismutveckling i u-länder. (Per Pettersson-Löfgren, Sociologi)
- Spelet mellan externa intressenter och företaget – att definiera en arena för miljöarbete. (Susanna Stymne, Företagsekonomi)
- Västerländska värderingar i globalt långtidsresande (backpacking) (Torun Elsrud, Sociologi)
- Placemarketing (Åsa Svensson, Företagsekonomi)
- Tourism and Experiences in Society
- Tourism studies
- Backpackers tär också på tredje världen
- Följa John i tredje världen
- Gender creation in travelling, or the art of transforming an "adventuress"
- Recapturing the Adventuress. Narratives on Identity and Gendered Positioning in Backpacking
- Resan som frigörelseprocess
- Risk Creation in Traveling - Backpacker adventure narration
- Taking Time and Making Journeys. Narratives on Self and the Other among Backpackers
- Time creation in travelling: The taking and making of time among women backpackers
- Skogsfinnar och Finnskog då och nu - ett forsknings- och utvecklingsarbete kring ett nordvästlänst kulturarv
- Uthålligt resursbruk inom turism- och fritidsområdet
- Utveckling och omställning i Inre Skandinavien
- Vad är västlänst? Ett projekt om regional identitet

Rock City Hultsfred AB

I Rock City Hultsfred finns idag föreningen Rockparty och Hultsfredsfestivalens kontor, IUC Musik- & Upplevelseindustri AB (ett utvecklingsbolag för svensk musik- och upplevelseindustri) och en företagsby med företag inom musik- media, IT och event. I huset finns även ett referens- och forskningsbibliotek. Förutom företag och utbildningar finns i huset ett kafé, en restaurang, en konserthall samt ett flertal konferens- och mötesrum i varierande storlekar. I nära anslutning till huvudbyggnaden finns replokaler samt ett experimenthus där man med datorers hjälp kan skapa musik och film.

Hultsfred är även en av KK-stiftelsen utsedda mötesplatser för Upplevelseindustrin. Stiftelsens kriterier för att bli betraktad som en nationell mötesplats förutsätter att platsen arbetar gränsöverskridande mellan industrins olika delområden. Hultsfred kommer att fokusera på att skapa gränsöverskridande samarbeten inom musik, turism och digitala media. Mötesplats Hultsfreds övergripande mål är att förädla och utveckla den nuvarande plattformen, en plattform som ut görs även empiriskt uppbyggd "kunskapsbank", en fysisk mötesplats och flera nätverk.

www.rockcity.se

Utbildning: Vid Rock City finns fem utbildningar med inriktning mot musikindustri, turism och digitala medier.

Forskning: Forskning är en viktig del inom Rock City och avser att bevara och förnya, genom forskning i vad som händer och i vad som kommer. Forskningen på Rock City är inom musikindustri, musikliv, teknik, upplevelseindustri, kulturell ekonomi, ungdomskultur och rockens historia. Forskningen berikar och utvecklar verksamheterna runt Rock City, Hultsfred, regionen och svensk musikindustri. Rock Citys Bibliotek är ett nationellt referensbibliotek för svensk populärmusik. Svenskt Rock Arkiv samlar och bevarar skatterna från den svenska populärmusikens historia

Forskningsprojekt:

- Musikfestivaler - forskning inom ungdomskultur, musik och festivalfenomenet. (Jonas Bjälesjö, etnologi, Lunds Universitet)
- En vinstaffär – rapport om upplevelseindustrins effekter på en kommun, Hultsfred (Tobias Nielsén)

L

- effekter teknikkiftet från analog till digital teknik haft på musikindustri, musikdistribution och musikanvändande (Daniel Johanson, teknik, Högskolan i Kalmar, BTH)

Högskolan i Kristianstad

www.hkr.se

Högskolan i Skövde

www.his.se

Högskolan Väst (Trollhätta/Udevalla)

www.hv.se

Turism och regional utveckling

Utbildning: Kursen syftar till att ge kunskap om turismens betydelse ur ett nationellt och ett internationellt perspektiv, men behandlar även turism som regional utvecklingsalstrare. Grundläggande kunskaper om förutsättningar för turism, turismens struktur och villkor ges.

Karlstad universitet

www.kau.se

Karlstad har 6 prioriterade områden varav följande anknyter till turism:

- Kultur och gestaltning ([Musikhögskolan Ingesund](#), [Skapande centrum](#))
- Regional identitet och välfärd (Turism och fritid, Miljöfocus och [Cerut](#))
- Kommunikations- och tjänstesamhället ([Centrum för tjänsteforskning](#), [Centrum för HumanIT](#), [CMIT](#))

Institutionen för Samhällsvetenskap, Turismvetenskap

Institutionen för samhällsvetenskap innehar Turismvetenskap där kurserna behandlar ämnen utifrån olika perspektiv, bl.a. producent, ett samhälls- samt ett individperspektiv. Kurserna behandlar även turismens förutsättningar, villkor och konsekvenser, främst med avseende på miljömässiga, kulturella, sociala och ekonomiska förhållanden. Turism ingår i utbildningsprogrammet Turismgeografi, Turismekonomi samt i Gymnasieläroinbildningen. Turismvetenskap kan även studeras som fristående kurser.

Utbildning: Turisminriktning företagsekonomi/kulturgeografi: Turism 40 poäng därefter valfri inriktning mot kulturgeografi alternativt företagsekonomi till 120/160 poäng.

Forskning: Forskargruppen Turism & Fritid: Forskningen om turism- och fritid är tvärvetenskaplig och innefattar ämnesområdena kulturgeografi, företagsekonomi och sociologi. Forskargruppen Turism & Fritid har inriktat sin verksamhet mot tre mål: att bedriva forskning, att ge forskarutbildningskurser och att vara en kontaktyta mot samhället.

Forskningsprojekt:

- *Hållbar turismutveckling*
- *då och nu - ett forsknings- och utvecklingsarbete kring ett nordvästlänst kulturarv*

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

- *Uthålligt resursbruk inom turism- och fritidsområdet*
- *Lockelser i det okända.* (Tomas Blom, Kulturgeografi)
- *Naturumgänge ur ett individperspektiv.* (Berit K Svanqvist, Kulturgeograf)
- *Småföretag som livsstil och livsform.* (Gunilla Lönnbring, Sociologi)
- *Turismföretagare i sitt livssammanhang.* (Sven Erik Karlsson, Sociologi)
- *Tid för resande?* (Lage Wahlström, Kulturgeografi)
- *Rörlighet och naturturism.* (Lars Aronsson, Kulturgeografi)
- *The Development of Sustainable Tourism.* (Lars Aronsson, Kulturgeografi)
- *Reflections on Tourism Studies - Past, Present and Future.* (Lars Aronsson, Kulturgeografi)
- *Turismens och fritidens mångfald.* (Lars Aronsson, Tvärvetenskaplig)
- *Myten. Turistattraktion och mental illusion.* (Mats Nilsson, Kulturgeografi)
- *Morbid tourism - a postmodern market niche with an example from Althorp.* (Tomas Blom, Kulturgeografi)
- *Välberg – Älvenäs. En kulturgeografisk exkursion i en bruksort i tiden.* (Tomas Blom, Kulturgeografi)

<http://www.samh.kau.se/geografi/forskning/turism.htm>

<http://www.samh.kau.se/geografi/forskning/publicer.htm>

Centrum för forskning om regional utveckling, Kulturgeografi

- Utveckling och omställning i Inre Skandinavien (Gunnel Forsberg)
- Skogen som kulturlandskap (Gabriel Bladh)
- Upplevelsen av en plats – En studie om kulturarvets plats i produktions- och konsumtionsprocessen i Grythyttan (Lotta Braunerhielm)

Företagsekonomi

- Kunddriven tjänstutveckling utifrån reserestjänstens processsegenskaper, upplevelserum/servicescape och fysiska interiör (Per Echeverri)
- Att översätta TQM (Johan Quist)

Service Research Center, CTF, Karstad universitet

Detta center är inriktat på forskning, utbildning och samarbete inom tjänstesektorn. Centrets roll att utveckla ledarskapet inom service sektorn och förmedla forskningsresultat till service organisationer.

Kungliga tekniska högskolan

www.kth.se

Linköpings universitet

www.liu.se

Den tvärvetenskapliga temaforskningen föddes i Linköping för två decennier sedan. Här samlas forskare med olika bakgrund kring breda problemområden, teman. Dessa är medvetet valda för att de vetenskapligt intressanta samtidigt som de är relevanta för samhället. Genom tema har fakulteten bidragit till en förnyelse av forskarutbildningen i landet.

- [Tema Barn](#)
- [Tema Etnicitet](#)
- [Tema Genus](#)
- [Tema Hälsa och Samhälle](#)
- [Tema Kommunikation](#)
- [Tema Kultur och Samhälle](#)
- [Tema Mat](#)
- [Tema Teknik och Social Förändring](#)
- [Tema Vatten i Natur och Samhälle](#)

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

- [Tema Äldre och Åldrande](#)

Tema Kultur och samhälle

Forskningen vid Tema Kultur och samhälle bedrivs inom fem forskningsinriktningar som studerar olika aspekter av kulturens roll i samhället och har många beröringspunkter med varandra:

- Kulturarv och historiebruk
- Kulturens produktion och politik
- Kulturmönster och lokal utveckling
- Medierad kultur
- Gestaltningprocesser i kultur och medier

Under ledning av 6 Professor

Forskningsprojekt:

- Historiebruk, lokal politisk kultur och regional dynamik (Peter Aronsson, historia)
- Kulturproduktion, kulturarv, konst- och kulturpolitik, teknik och kultur. (Svante Beckman, samhällsvetenskap)
- Kulturproduktion, kulturpolitik, medierad kultur och medieanvändning. (Erling Bjurström, kultur- och media)
- medierad kultur, Advanced Cultural Studies Institute of Sweden (AC SIS). (Johan Fornäs, musik och media)
- livsformer, genus, samhällsplanering, lokal och regional utveckling; Centrum för kommunstrategiska studier (CKS) (Tora Friberg, kulturgeograf)
- visuell kultur, bildjournalistik och etnografi, gestaltningprocesser i kultur och medier
- (Karin Becker, masskommunikation)

Tema Vatten i Natur och Samhälle

Vid Tema V bedrivs forskning inom fem huvudsakliga områden, vilka omfattas av en mängd olika discipliner:

- * Biogeokemi och akvatisk modellering,
- * Avfall och restprodukter,
- * Vattenresurser i ett försörjningsperspektiv,
- * Hållbar utveckling
- * Regional utveckling.

Dessa områden är inte isolerade enheter och många forskare arbetar inom fler än ett område.

Studier om hållbar utveckling

Begreppet hållbar utveckling har lanserats på bred front i samhället sedan Världskommissionen för miljö och utveckling och rapporten "Vår gemensamma framtid" 1987 liksom Riokonferensen 1992. Vi finner idag en enighet om behovet av att i politik och planering integrera ekonomisk, miljömässig och social hållbarhet. Trots enigheten är denna politik förknippad med en mängd utmaningar och motsättningar. Hållbar utveckling behöver därför studeras i teori och praktik såväl ur historiska som rumsliga (lokala, regionala, nationella, internationella och globala) perspektiv.

Forskningsteman:

- Kunskapsproduktion för hållbar utveckling
- Nationell och internationell politik och planering
- Idéer, problemuppfattningar, ideologier och utopier

L

- Produktion och distribution av naturresurser
- Relationer och konflikter utifrån politiska, sociala och kulturella perspektiv

Regional utveckling

Regional utveckling är ett forskningsfält som fått ökad betydelse i en alltmera globaliserad värld. Vid Tema V studeras regional utveckling i både svenskt och internationellt perspektiv samt på olika skalnivåer. Urbana respektive rurala miljöer, liksom därtill sammanhörande förhållanden och företeelser i Sverige, Tredje världen med flera platser är i fokus för forskningen. Resurshantering, försörjningsfrågor, miljöpåverkan, kulturell och ekonomisk utveckling är exempel på företeelser som studeras på lokal, regional eller central nivå.

Forskningsteman:

- Urban vattenplanering, vattenanvändning, avloppshantering, vattnet som element i stadsmiljön.
- Informella nätverk, det informationella samhällets karaktärsdrag, sociala och ekonomiska nätverk som del av strategier för försörjning och säkerhet.
- Spår i dagens landskap av äldre tiders resursutnyttjande och miljöpåverkan.
- Konflikter kring landskapets nyttjande, bevarande kontra exploatering.

Institutionen för Tema, Enheten för historia, Linköpings universitet

Det kulturella arvet är en ämnesövergripande och riksunik utbildning vid Linköpings universitet, förlagd till Vadstena. Den vänder sig till gränslandet kulturvård/turism/information/naturvård.

Forskningsprojekt:

- Boendekarriärer - Migration och återflyttning (Marianne Abramsson, GeoInformatik)
- Miljöpåverkan från turism i Abisko (Susanne Dhon, GeoInformatik)
- Utveckling av digitala sjökort (Thomas Porathe, GeoInformatik)
- Hur kan kommuner använda Geografisk information för att planera turistisk aktivitet (Åke Sivertun, GeoInformatik)
- *SIMLUC - Drivkrafter för markanvändning. Skall man exempelvis använda mark till jordbruk eller något inom Turism. Olika länder har jämfört liknande regioner. (Åke Sivertun, Tvärvetenskaplig)*
- *Destinationsplanering med GIS*
- *Echological footprints - Olika attraktioners miljöpåverkan*

Estetiska institutionen, Centrum för Utomhuspedagogik

Utomhuspedagogik är ett tematiskt och ämnesövergripande forsknings- och utbildningsområde. Utemiljö och upplevelse är centralt och lärandet förläggs i hög grad till utemiljön. Utgångspunkt för lärandet är att verklighetsanknytningen och utemiljön kan vara av varierande slag: hembygden, staden, skogen m.m.

Forskning

10 forskare under ledning av enhetschef Anders Szczepanski,

Forskningsprojekt:

- *IT som Didaktiskt redskap i Utomhuspedagogik med stöd av Linköpings Universitets IT-råd (Anders Szczepanski)*
- *Krosskulturellt landskapsutnyttjande i ett pedagogiskt perspektiv.*
- *Utomhuspedagogik - IT - Miljöprojektet*

Institutionen för studier av samhällsutveckling och kultur (ISAK)

Undervisning: Kultur- och naturturism är ett expanderande verksamhetsfält både nationellt och internationellt. Från och med hösten 2005 satsar Linköpings universitet på utbildning inom detta område, i form av tre fristående kurser Turismens natur och kultur (1-60 p),

Hans Gelter, Univ. Lektor

Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion

Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå

Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

Turismanalys (1-40 p) och Turistiskt arbete (1-20 p). Sammantaget kan dessa tre kurser ge en grundläggande kompetens för arbete inom en alltmer växande turistisk sektor.

Fokus i dessa kurser tas i ett samlat grepp kring både kultur- och naturarv, där humanistiska, samhällsvetenskapliga och naturvetenskapliga aspekter beaktas. Kurserna vänder sig både till dem som vill verka inom den turistiska sektorn och till dem som vill vetenskapligt förstå och analysera den turistiska sektorn.

Turism med inriktning mot kulturarv och naturmiljö (180 högskolepoäng).

Turismprogrammet vid Linköpings universitet har en inriktning mot kulturarv och naturmiljö. Programmets huvudämne är Turismens natur och kultur. Huvudämnet omfattar tre terminer inklusive examensarbetet för hela programmet. Samtidigt behöver man en förståelse av turismnäringen som en samhällsföreteelse. Studierna här omfattar upp till två terminer och handlar om att förstå och förklara turismen ”utifrån”. Men man behöver också förstå turismnäringen inifrån. Ämnet Turistiskt arbete (en termin) gör just det och tar fasta på turism som näring. Det gäller bland annat entreprenörskap och turismens psykologi och pedagogik. Vissa delar av programmet kan bytas mot studier i andra relevanta ämnen, som exempelvis Företagsekonomi, Historia och Kulturgeografi.

Luleå tekniska universitet

www.ltu.se

Av universitetets 11 profilområden och av dessa 6 prioriterade insatsområden har Upplevelseproduktion, turism och fritidsvetenskap (TUF) utsetts som ett prioriterat gränsöverskridande forskningsområde med Ulla Tebelius som projektledare. Ca 12 personer har varit aktiva inom TUF. Forskning med möten, workshops, konferenser och forskningsplanering från Institutionerna Fritidsvetenskap i Skellefteå, Hälsovetenskap, Utbildningsvetenskap, Inst. för ekonomi och samhällsvetenskap (IES), Inst för Musik och Medier (upplevelseproduktion) och Inst. för samhällsbyggnad.

Institutionen för Musik och Medier, Piteå

Avdelningen för Medier och upplevelseproduktion:

Utbildning: Magisterprogram i Upplevelseproduktion 160p med fokus på upplevelsekunskap, upplevelseproduktion, värdskap och gestaltning. I utbildningen ingår företagsekonomi, marknadsföring, marknadskommunikation, projektledning, kreativitetsmanagement, gastronomi, storytelling m.m.

Vid avdelningen finns även fil.kand. och magisterutbildningar i Mediedesign, Medieproduktion, Mediejournalistik samt fil.kand. i ljudteknik och radioproduktion. Vid avdelningen ges även mediekurser för Arenautbildningen MMT, Media, Musik och Teknik.

Forskning: Forskning inom upplevelseproduktion med inriktning mot turism och evenemangsturism är under uppbyggnad, bland annat inom CTU. Inom ett Interreg IIIA projekt tillsammans med Kemi-Torneå Polytech och Högskolan i Finnmark bedrivs en studie för internordisk upplevelseguideutbildning och certifiering.

Forskning inom mediekommunikation är under uppbyggnad med inriktning på journalistens samhällsroll samt medieproduktionsteknik.

Testplats Acusticum – en testplats för utveckling av medieproduktion.

Forskningsprojekt:

- The Role of Mass Media, New Technology and Mass Communication Research in Regional Development and Cross-Border Collaboration in the Barents Area. (Staffan Berglund)

Hans Gelter, Univ. Lektor

Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion

Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå

Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

- Towards an understanding of experience production (Hans Gelter)
- Upplevelsebaserat lärande, reflektion och utomhuspedagogik (Hans Gelter)
- Friluftsliv i upplevelsesamhället (Hans Gelter)
- Naturupplevelser och naturturism – en form av lärande för hållbar utveckling (Hans Gelter)
- Interpretation och upplevelseguide – kvalitetssäkring för turismupplevelser (Hans Gelter)
- Naturupplevelser för välbefinnande och restauration (Hans Gelter)
- Kulturarv och arkeologisk upplevelseproduktion (Krister Efvertström)
- Upplevelsebaserad marknadsföring (Caroline Stenbacka)

Examensarbeten under progress (D-nivå 20p):

- Upplevelsebaserad marknadsföring – Multipla platsupplevelser (Malin Andersson)
- Konceptutveckling av upplevelsebiografer (Jenny Johansson)
- Kreativa rum för konferensanläggningar (Jennie Lindström)
- Samverkan kultur – traditionell industri (Viktoria Lindberg)
- Nya former för konferensverksamhet i Kulturens Hus, Luleå (Maria Lundgren)
- Konceptutveckling av skärgårdsanläggningar (Alexandra Olofsson)

Avdelningen Musikhögskolan i Piteå:

Utbildning: Vid avdelningen Musikhögskolan bedrivs utbildningar i bl.a. komposition, körledning, musikpedagogik, musiklärare, danslärare, orgel, och musikalisk gestaltning m.m.

Forskning: Två professorer och tre lektorer är anställda i musikpedagogik. Till detta kommer sex konstnärliga professorer och ett stort antal lektorer. Förutom konstnärlig forskning inom musik och komposition bedrivs forskning och forskarutbildning musikalisk gestaltning och musikpedagogik.

Forskningsprojekt:

- [Festspelelen i Pite Älvdal: a study on the festival's impact on identity development](#) (Karlsen, Sidsel, Musikpedagogik)
- Koreografiska undersökningar: Mänsklig rörelse och perception i konstnärlig process med ny teknologi

Institutionen för Ekonomi och Samhällsvetenskap (IES)

Institutionen för industriell ekonomi och samhällsvetenskap har ca 185 anställda och ca 4000 studenter.

Utbildning: Utbildningen omfattar 20 program, 1 arena och ett stort antal fristående kurser. En tvåårig yrkeshögskoleutbildning i upplevelseturism startades 2005. Utbildningen är i dag nedlagd p.g.a. lågt söktryck. Vidare planeras en internationell mastersutbildning i turism tillsammans med Laplands universitet i Rovaniemi och Universitat de les Illes Balears, Spanien.

Forskning: IES bedriver forskning och utbildning inom de fem områdena företagsekonomi, systemvetenskap, samhällsvetenskap, logistik samt kvalitets- och miljöledning. Forskningen omfattar totalt 11 forskningsämnen och 3 forskarutbildningsämnen. På IES finns tre doktorander som studerar fiske och jakt utifrån ett planerings- och naturresursperspektiv. Vidare finns tre doktorander kopplade till forskarskolan FÖN. Följande ämnen är Forskningsämnen vid IES:

- Data och Systemvetenskap
- Entreprenörskap

L

- Industriell logistik
- Industriell marknadsföring
- Industriell organisation
- Informatik
- Kvalitetsteknik
- Nationalekonomi
- Redovisning och styrning
- Rättsvetenskap
- Statsvetenskap

Följande ämnen är Forskarutbildningsömnena vid IES:

- E-handel
- Miljöledning
- Teknikhistoria

Forskningsprojekt:

- Kvalitetsutveckling av turism (Anna-Karin Kvist, kvalitets- & miljöledning, FÖN)
- Samverkan mellan turistföretag i en nätverksekonomi (Ossi Pesämaa, Industriell marknadsföring, FÖN)
- Customer Need with Tourist Websites: The case of small & Medium-sized Tourism Enterprises. (Elena Iliachenko, e-handel, FÖN)
- Legal Limits and Adaptive Management of Natural Resources (Anna Christiernsson, Rättsvetenskap)

Forskarskolan Östra Norrbotten FÖN

<http://www.hfon.org/fon/index-fon.htm>

Forskarskolan Östra Norrbotten (FÖN) 1999 i samverkan med Luleå tekniska universitet för att utveckla ett samarbete också inom området forskning och forskarutbildning. Basen för forskarstationen är forskarskolan som etablerades 2002, vars syfte är att bedriva forskning inom livsmedel, turism, IT och träprodukt-produktion. Inom turism finns tre doktorander – en från vardera av avdelningarna för kvalitets- & miljöledning, industriell marknadsföring och e-handel samt industriell organisation. En av doktoranderna arbetar med att förstå behov och förväntningar hos långväga turister som besöker regionen, en annan studerar hur nätverk mellan turistföretag kan bidra till bättre turismprodukter och den tredje studerar hur Internet på ett bra sätt kan nyttjas för marknadsföring.

Centrum för Utbildning och Forskning inom Samhällsvetenskap (CUFS)

är en centrumbildning vid Luleå tekniska universitet. I dess styrgrupp finns representanter för de offentliga myndigheter, kommuner och andra organisationer på vars initiativ CUFS har bildats. Den samhällsvetenskapliga och humanistiska utbildningen och forskningen vid Luleå tekniska universitet har under det senaste dryga decenniet kraftigt växt i omfattning. Idag finns över 2000 studenter med sådan inriktning, samtidigt som forskning och forskarutbildning bedrivs inom ett tiotal ämnesområden.

CUFS uppgift är att verka för att viktiga och intressanta frågeställningar från olika offentliga verksamheter uppmärksammas och behandlas i universitetets grundutbildning, forskarutbildning och forskning. En framtidsinriktad dialog med olika offentliga aktörer om ett gemensamt kunskapsbyggande är därför en central del i CUFS arbete.

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com



Företagsekonomi och fritidsvetenskap

Utbildning: Företagsekonomi och fritidsvetenskap 120p i Skellefteå är en unik ekonomutbildning med inriktning mot fritids- och tjänstesektorn. Företagsekonomi 60 poäng, fritidsvetenskap och valfria kurser.

Inst. Skellefteå, Fritidsvetenskap

Avdelningen för Fritid och underhållning

Utbildning: 1994 startades högskolekurser i fritidsvetenskap i Skellefteå på initiativ från fritidskontoret. 1996 etablerades två utbildningsprogram för fritidssektorn, nämligen Företagsekonomi och fritidsvetenskap, 120 p samt Fritidspedagog med inriktning mot arbete med ungdomar och deras fritid, 120 p. Utbildningarna utformades i samarbete med representanter för kommun och näringsliv. Sedan hösten 2002 ges också nätbaserade fristående kurser i ämnet fritidsvetenskap från A till D-nivå.

Forskning: År 2000 beviljades Skellefteå kommun medel för projektet ”Fritid för tillväxt – utveckling av nya utbildningar och ny pedagogik inom ungdoms- och fritidssektorn” med finansiering från EG:s strukturfonder inom Mål 1, Norra Norrland, Sociala fonden samt dess följdprojekt. Inom ramen för projektet anställdes en professor i fritidsvetenskap 1 juli 2002 med uppgift att utveckla ett fritidsvetenskapligt centrum i samarbete med LTU. Forskningen är under uppbyggnad och har idag en professor och en doktorand inom området. . LTU Skellefteå är en av få platser i Sverige där forskning bedrivs inom fritidsvetenskap med fokusering på ungdomsledarrollen och fritidens betydelse för individens utveckling och livskvalitet

Forskningsprojekt:

- Barns och ungdomars upplevelser av idrott (Ulla Tebelius, fritidsvetenskap)
- Ungdomars möjlighet till demokratisk påverkan (Ulla Tebelius, fritidsvetenskap)
- Genusperspektiv på ungdomars ICT-användning (Ulla Tebelius, fritidsvetenskap)
- Fritiden och informellt lärande (Ulla Tebelius, fritidsvetenskap)
- Strukturella förutsättningar för fritidsverksamhet (Ulla Tebelius, fritidsvetenskap)
- Hästen som livsstil (Lena Forsberg, fritidsvetenskap)
- Utveckling av fritid och fritidsverksamhet i ett historiskt och nutidsperspektiv
- Projekt Fritidens betydelse Fritiden i offentliga dokument – vad bör staten göra? ((Lisbeth Lindström

kompetenscentrum inom film och interaktivt berättande

Utbildning: Datorgrafik, TV- och filmscenografi/Attributmakeri och Datorspelsutveckling. Utbildningen i TV- och filmscenografi/attributmakeri omfattar 120 högskolepoäng där inriktningen scenografi eller attributmakeri anges vid söktillfället. Scenografen utformar scenmiljöer och kläder för teater, film och TV. Som attributmakare är man duktig på att tillverka föremål och skapa effekter för scen, film/TV och utställningsverksamhet.

Institutionen för Utbildningsvetenskap

Utbildning: På lärarutbildningen ges in inriktning ”Idrott och hälsa med inriktning mot friluftsliv” (60 poäng) på avdelningen för Samhälle och fritid.

L

Forskning: På institutionen finns en lektor i pedagogik med inriktning mot idrott, en doktorand i pedagogik som ska färdigställa en lic. som handlar om hästens betydelse för fritiden, en adjunkt som färdigställer en D-uppsats med inriktning mot friluftsliv

Centrum för Turism och Upplevelseproduktion, CTU

<http://www.ltu.se/ies/d3878/CTU>

För att kunna bidra till denna utveckling behöver universitetet samla, stärka och profilera sina kompetenser inom området. Därför har projektet "Regional samverkan inom turismområdet" startat under år 2006. Projektets syfte är att vid Luleå tekniska universitet utveckla ett centrum med en unik profil inom turism och upplevelseproduktion, som på sikt blir nationellt och internationellt ledande i fråga om turism och upplevelser i perifera områden. Arbetet sker i nära samverkan med företagare, branschorganisationer och myndigheter på olika nivåer.

Centrum för turism & upplevelseproduktion skall inriktas på värdskap, samverkan och marknadskommunikation baserat på regionens natur och kultur. Det skall samla universitetets kompetenser inom områdena:

- entreprenörskap och företagsutveckling,
- resursförvaltning
- upplevelseproduktion.

Centrum för turism & upplevelseproduktion kommer att byggas upp etappvis fram till och med år 2010.

Vision 2010: CTU är en arena, som är internationellt erkänd för att i nära samverkan med näringen skapa mervärden för turister och turismnäringen på ett regionalt, nationellt och internationellt plan.

Projektorganisation

Projektet leds av en projektgrupp och en koordinator fram till dess att centrat har etablerats under hösten 2007. Det finansieras med RTP-medel från Länsstyrelsen i Norrbottens län samt EU Mål 1. Projektet administreras av Institutionen för industriell ekonomi och samhällsvetenskap (IES), Luleå tekniska universitet.

Forskningsprojekt:

Initierade Projekt 2006-07 med stöd från CTU:

- Utredning om kulturarvet och forskningsprojekt i samverkan med kulturinstitutioner och turistföretag (Lars Elenius, Historia)
- Utveckling instrument för attitydundersökningar (Ossi Päsämaa, Bengt Klefsjö, Daniel Örtqvist, Joe Hair, Industriell ekonomi, Kvalitetsteknik, Entreprenörskap, marknadsföring)
- Inventering av utbildningsbehov i turismföretag (Rickard Garvare, Lisbeth Lindström, Daniel Örtqvist, Kvalitetsteknik, Entreprenörskap, Fritidsvetenskap)
- Developing tourism products and services based on visitors attitudes towards visiting our region and other peripheral areas (Ossi Päsämaa, Joe Hair, Bengt Klefsjö)
- IKEA-etableringens effekter i Haparanda – en studie av köpmönster och kundpreferenser (Elena Iliachenko, Håkan Ylinenpää)
- Hållbar natur och kulturturism – för tillväxt i Swedish Lapland (Hans Gelter, Thomas Zobel, upplevelseproduktion, Kvalitetsteknik)
- Turismen och naturresurserna: En rättsekonomisk studie av potentiella intressekonflikter (Gabriel Michanek, Patrik Söderholm, Christer Ödberg, Nationalekonomi, Rättsvetenskap)
- Hållbara evenemang - evenemangsforskning och testplats Acusticum (Hans Gelter, upplevelseproduktion)
- Minority entrepreneurship – och Konsumtionskultur (Lars Elenius, Historia)

Hans Gelter, Univ. Lektor

Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion

Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå

Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com



Exarbeten, licenciatuppsatser och doktorsavhandlingar 2000-2006 vid LTU med anknytning till turism, fritid och upplevelseproduktion:

C-Uppsatser:

- Åre: utveckling, konsekvens och framtid (Dumky, Karl, Samhällsvetenskap)
- Vattenkraft samhällsekonomiskt lönsamt?: en studie om hur samerna, sportfisketurismen och miljön påverkas av en vattenkraftsutbyggnad i Kalixälven (Rajala, Annica, Samhällsvetenskap)
- Är kommunal strategi för turismutvecklingsarbetet i fas med turistisk efterfrågan, för destinationen Gällivare? (Jönsson, Cecilia, Samhällsvetenskap)
- Campingturismen i Piteå under 1950- och 1960-talet (Kostet, Daniel: Nilsson, Bertil, Samhällsvetenskap)
- Mot en hållbar sportfisketurism i Norrbotten (Morin, Fredrik, Statsvetenskap, historia och geografi)
- Intern marknadsföring: fallstudier av två turistföretag (Jonsson, Sylvia: Lindberg, Linnea, Industriell marknadsföring)
- Vägen mot en möjlig hållbar fisketurism i Lapponia (Larsson, Sara, Statsvetenskap, historia och geografi)
- Tjänstekvalitet i stugcamping: en fallstudie vid Skellefteå Camping (Andersson, Fredrik: Nyström, Daniel, Företagsekonomi och fritidsvetenskap)
- International promotional strategies in small tourism companies: case studies from northern Sweden (Lehto, Annmarie: Salmi, Eva, Industriell marknadsföring och e-handel)
- Förloppslandskapet Edefors: en studie av fysiska och sociala element i de fyra näringarna laxfiske, bergsbruk, vattenkraft och turism. (Björkén, Linda: Lindberg, Iris, Industriell marknadsföring)
- Den imaginära organisationen: en studie av den imaginära organisationsformens användning i turistbranschen i Bodens kommun (Johansson, Annsophie, Industriell organisation)
- Intern marknadsföring i turistföretag (Inza, Maria: Nilsson, Kristina, Industriell marknadsföring och e-handel)
- Förbättring av miljöarbetet på Hotell Lapponia (Åberg, Johan: Andersson, Lina, Produktionsledning)
- Vägen mot en möjlig hållbar fisketurism i Lapponia (Larsson, Sara, Statsvetenskap, historia och geografi)
- Tjänstekvalitetens betydelse för turistföretag (Renberg, Grethel: Landstedt, Katarina, Industriell marknadsföring och e-handel)
- Högljudda debatter om Vita vidder och Tysta dalgångar (Backman, Jan-Erik, Statsvetenskap, historia och geografi)
- Segmentering i turistbranschen: fallstudier av två campingplatser (Björkén, Linda: Lindberg, Iris, Geoteknik)
- Friluftsliv i skolan: kan lärande genom upplevelser ge ökade kunskaper och stimulera intresset för friluftsliv? (Hallergren, Ove, Utbildningsvetenskap)
- Frontpersonalens påverkan på kundens kvalitetsupplevelse: fallstudier i ett tjänsteföretag (Eklund, Linda: Rönnmark, Therese, Industriell marknadsföring)
- Akva Upplevelsecentrum: lustfyllt lärande i praktiken? (Viklund, Linda, Mediepedagogik)
- Upplevelsesamhället vid Musikhögskolan i Piteå: vision eller verklighet? (Andersson, Agneta: Uneback, Frida, Musikpedagogik)
- Hur ett företag inom upplevelseindustrin stärker sitt varumärke: en fallstudie av Brändö Konferens & Fritidsby (Jönsson, Mikael: Palo, Robert, Industriell marknadsföring och e-handel)
- Badhus och badande i Luleå under tiden 1880-1958 (Pettersson, Kristina, Statsvetenskap, historia och geografi)
- Utveckling av nattågstrafiken på övre Norrland : nya möjligheter för persontrafik med Botniabanan (Olofsson, Dan: Modéer, Martin, Trafikteknik)

D-uppsatser

- Hur organisationsstruktur och kommunikation påverkar styrning av projekt i upplevelseindustrin: en fallstudie av Kirunafestivalen (Johansson, Kerstin: Komonen, Tuula, Ekonomistyrning)
- IT inom turism: underlätta guiders arbete i fält med IT-stöd (Ellingsson, Erik: Rydström, Mikael, Geografisk informationsteknik)
- Omvärldsanalys inom småföretag: en studie av småföretag inom turismnäringen (Öhlund, Andreas, Industriell organisation)

L

- Laponia II?: Studie av samarbetsgruppen för världsarvet Laponia (Lasko, Kristina, Statsvetenskap, historia och geografi)
- Snöskotern och fritidsbåten: fritidsintressen på lika villkor? (Eklund, Urban, Statsvetenskap, historia och geografi)
- Tjänstekvalitetens beståndsdelar och koppling till priset: betala för kvalitet – dröm eller myt (Gunnarsson, Johan; Nilsson, Tom, Industriell marknadsföring)

Licentiat avhandling

- Fritidssektorn - en statlig utmaning (Lindström, Lisbeth, Utbildningsvetenskap)
- Improving everyday experiences using awareness and rich communication (Hallberg, Josef, Systemteknik / Medieteknik)
- Needs and expectations of inbound tourism visiting a peripheral area: a case study in northern Sweden (Kvist, Anna-Karin Jonsson, Kvalitets- & miljöledning)
- Service reliability and maintainability (Nytomt, Fredrik, Datorstödd maskinkonstruktion)
- Service concept design (Persson, Fred, Datorstödd maskinkonstruktion)
- Självstyre eller samförvaltning?: problem och möjligheter utifrån en studie av världsarvet Laponia (Rådelius, Christina, Statsvetenskap, historia och geografi)

Doktorsavhandlingar:

- The missing link in learning in science centres (Vaike Fors, pedagogic)
- TQM-based self-assessment in educational organisations: help or hindrance? (Svensson, Magnus, Kvalitets- & miljöledning)
- From customer satisfaction to citizen interaction: a cooperation model for community development based on Total Quality Management (Fredriksson, Maria, Kvalitets- & miljöledning)
- Total Quality Management for sustainable development: focus on processes (Isaksson, Raine, Kvalitets- & miljöledning)
- Total quality management: aspects of implementation and performance (Hansson, Jonas, Kvalitets- & miljöledning)
- Konst och marknad: en studie av resursanskaffningens inverkan på konstnärlig produktion (Wahlberg, Rickard, Industriell marknadsföring)

Lunds universitet

www.lu.se

Helsingborg

Institutionen för Service Management

Bland annat har vi humanekologer som studerar turismens kulturella och miljömässiga påverkan på både industri- och utvecklingsländer.

Vi har också etnologer som studerar det privata livets kommersialisering och ekonomer som fokuserar på sjukvården och ifrågasätter vad det är som händer med människor när man börjar betrakta dem som kunder istället för som patienter.

Utbildning: Magistersprogrammet Service management med inriktning mot turism, hotell och restaurang. Programmets mål är att ge en nationell och internationell konkurrenskraftig utbildning med koppling till den forskning och ämneskompetens som finns vid Lunds universitet och som väl svarar mot identifierade behov inom turismbranschen.

Magisterprogram Service Management 160 poäng varav 80 poäng företagsekonomi med 2 inriktningar: turism respektive hotell och restaurang.

Forskning

Institutionen har ett brett tvärvetenskapligt forskningskollegium. Institutionens forskningsbredd speglas devis i individuella projekt. Bland annat finns humanekologer som

L

studerar turismens kulturella och miljömässiga påverkan på både industri- och utvecklingsländer, det finns etnologer som studerar det privata livets kommersialisering och ekonomer som fokuserar på sjukvården och infrågasätter vad det är som händer med människor när man börjar betrakta dem som kunder istället för som patienter. Men institutionens vetenskapliga bredd kommer även till uttryck i större tvärvetenskapliga projekt. Här finns ett stort forskarlag av kulturgeografer, etnologer och ekonomer som arbetar inom ett internationellt forskningsprojekt som undersöker vilka konsekvenser som satsningar som görs inom upplevelseindustrin i Öresundsregionen har för folks vardagsliv. Till slut finns även en annan forskningsgrupp som utgörs av sociologer, ekonomer och kulturgeografer som fokuserar på frågeställningar som handlar om de sociala, kulturella och miljömässiga konsekvenser som dagens turism och mobilitet har för den skånska landsbygden. Totalt är 26 forskare knutna till institutionen under ledning av forskningsledaren Professor Tom O'Dell.

Research in the Department of Service Management focuses upon services in relation to the cultural, economic, and social processes and contexts in which they are grounded, and out of which they are generated. Below you will find the names of many of the ongoing research projects that are being conducted by members of our department. By clicking onto the name of any of the projects listed you can gain access to a more detailed description of that particular project and the scholar(s) involved in it.

Forskningsprojekt:

- A Sound Welcome- Transregional Maritime Destination Marketing (The case of Norra Öresund)
- Europeiska Megakorridor
- Experiencescapes and the Cultural Economy
- Hotellprojektet- Hotellet som upplevelsemiljö, servicescape och arbetsplats
- Natur, kultur, turism och näringslivsutveckling i Skåne
- Nostalgiascapes - The Renaissance of Countryside Inns
- Populärkultur och medier
- Ritualernas marknad- En etnologisk studie av livscykelrit och upplevelseindustri
- Småskalig förnybar energi
- Trails of Experience - GPS-modelling of tourists' spatiotemporal consumption patterns
- Two Nations For The Price Of One
Tourism and The Experience Economy In The Øresund Region
- Upplevelsekonsumtion och butiken
- Östersjöstaden som tidsspegel, kontinuitet och förändring
- Östersjöområdets integration - Studier av interaktion och barriärer
- Turism och historia (Jan Henrik Nilsson)
- Den svenska turismens kommunikationsstrategier och mediebilder (Jesper Falkheimer)
- Service Management, Tourism and Global Environmental Change in Sweden (Stefan Gössling)
- Föreställningar om resande och natur i resereklam (Åsa Thelander, Media och kommunikation)
- Strategiskt ledarskap inom hotell- turism- och restaurangbranschen. (Christine Blomquist, Företagsekonomi)
- "Hemma hos" - att göra boende och shopping till äkta turistupplevelser. (Erika Andersson Cederholm, Sociologi)
- A Poetic of Service Encounters (Hans Lindquist, Företagsekonomi)
- Skåne i Östersjöområdet, integrationens möjligheter och hinder. (Jan Henrik Nilsson, Kulturgeografi)
- Industristadens marknadsföring (Johan Hultman, Kulturgeografi)
- Den attraktiva staden: Ett forskningsprojekt om stadsmiljön som produkt för besökare och bofasta. (Ola Thufvesson, Kulturgeografi)
- *På olika villkor (Aleksandra Ålund, Etniska relationer)*
- *Pengar och fritid (Anne Marie Pålsson, Nationalekonomi)*
- *Forskning på fjället (Lars Olof Björn, Växtfysiologi)*



- *Sätt pris på turismen* (Lennart Schön, *Ekonomisk historia*)
 - *Trängsel på upplevelsemarknaden* (Orvar Löfgren, *Etnologi*)
- <http://www.msm.hbg.lu.se/msmforsk.htm>

Mittuniversitetet

www.mium.se

Mittuniversitetet har profilområde ”Turism, idrott och upplevelseteknologi” med plattformen i förädling av upplevelser.

Kulturgeografi

Kulturgeografi är ett förhållandevis litet ämne vid Mittuniversitetet. 1997 fick ämnet magisterrättigheter och ingår som sådant i det turismvetenskapliga programmet i Östersund samt i geografiutbildningen i Härnösand. 1993 tillsattes en adjungerad professor i kulturgeografi med turismplanering vid dåvarande institutionen för turismvetenskap. Den forskning som bedrivits inom ämnet har alltså i stor utsträckning varit turisminriktad, vilket förstärks ytterligare av anknytningen till turismforskningen vid ETOUR (European Tourism Research Institute) vid Mittuniversitetet. 2001 inrättades en professur i kulturgeografi vid den nya samhällsvetenskapliga institutionen. Professuren är delvis knuten till den tvärvetenskapliga verksamheten vid ETOUR.

Institutionen för turismvetenskap

Institutionen för turismvetenskap bedriver en tvärvetenskaplig utbildning som innefattar ämnesområdena företagsekonomi, kulturgeografi och turismhistoria inriktad mot turismsektorn.

Utbildning: Turismvetenskaplig utbildning: 20 poäng i turism därefter valfri inriktning mot företagsekonomi eller kulturgeografi, 120/160 poäng.

Turism, idrott och upplevelseteknologi

Utbildningen i Ragunda, Naturmiljö och turism, läses 2 år på Bispgården: 2 års studier i geografi inriktning Ekoturism, 80 poäng. Det avslutande året läser man kulturgeografi i Östersund alternativt naturgeografi i Sundsvall.

ETOUR, Samhällsvetenskapliga Institutionen, Avdelningen för Turism

ETOUR startade 1997 med finansiering genom EU:s Strukturfonder med syfte att utveckla och kommunicera kunskap om turism och resande med ambitionen att vara den ledande källa till forskningsbaserad kunskap för den svenska turistnäringens utveckling.

ETOUR är en del av Mittuniversitetets ETOURs forskning fokuserar på faktorer och processer som påverkar turistdestinationers utveckling och tillväxt. ETOURs forskning är tvärvetenskaplig och bedrivs inom tre områden:

- 1) Destinationsutveckling innefattar bland annat lokal och regional utveckling, säsongproblematik, styrning och organisation, tillgänglighet och information.
- 2) Natur- och kulturresurser är fokus på turism i skyddade områden, kulturturism, ekoturism, urbefolkningsturism och planering i naturområden.

L

- 3) Turism i upplevelseindustrin, som innefattar informations- och kommunikationsteknologi, produktutveckling samt innovations- och kundtillfredsställelse.

ETOUR har utsetts som en aktör i ett stort EU-projekt om hållbar turism i Östersjöområdet. ETOURs roll blir att tillsammans med Blekinge Tekniska Högskola (BTH) utveckla modeller för planering och lokal medverkan i utvecklingen av naturturism och samverkan mellan turistnäring och miljövard. ETOUR bedriver för närvarande ett 30-tal forskningsprojekt.

Forskningsprojekt:

- Innovativa turismmiljöer
- Kluster och innovationer
- Innovationer och kunskapsbildning
- Tourism research and innovation (Bo Svensson)
- Peak of Tech Adventure
- Learning destinations – tourism development (Laila Gibson)
- Knowledge based destination development (Bosse Bodén m.fl.)
- Framtida roller för turismens samarbetsorganisationer
- Tourism and information i tid och rum: en studie av tyska turister i Sverige (Malin Zillinger)
- Omvärldsanalys och framtidstrender
- Kundnytta av elektroniska tjänster för turism
- Säsongsvariationer och anställda i turistföretag
- Vintersportorten - året runt
- Planering och turismutveckling i svenska kustlandskap
- Hållbar turism i Östersjöområdet (Lars Emmelin)
- Planeringsstrategier för turismutveckling inom Luleå skärgård och Fårö, Gotland (Rosemarie Ankre)
- Besökare, konflikter och hållbarhet i norra Lapplandsfjällen
- Natur för friluftsliv och turism
- Trender inom friluftsliv och naturturism
- Turism i skyddade områden
- Metodutveckling av besökarstudier i Norden och Baltikum
- Turism i sameland (Robert Pettersson, Kulturgeografi)
- Turism i norra Lapplandsfjällen (Sandra Wall)
- Sami perspectives on indigenous tourism (Robert Pettersson)
- Upplevelseindustrin och geografisk imagologi – Hur uppstår bilden av en plats (Pia Sillanpää)
- Den svenska fjällkedjans turistorter i ett 30-årigt perspektiv (Olof Wahlberg, Tvärvetenskaplig)
- Kortsemesterprojektet (Olof Wahlberg, Företagsekonomi)
- Sex svenska fjälldestinationers framtid - utmaningar och möjligheter (Olof Wahlberg, Tvärvetenskaplig)
- Säsongsvariationer i turistföretag (Anna Gudmundson, Företagsekonomi)
- Organisational structure and strategic success in winter sports destinations (Arvid Flagestad, Företagsekonomi)
- Resandets livscykel (Bengt Sahlberg, Kulturgeografi)
- Sex svenska fjälldestinationers framtid - utmaningar och möjligheter (Bosse Bodén, Tvärvetenskaplig)
- Kulturarv och turism (Jonas Grundberg, Arkeologi)
- Natur och turism i fjällregionen (Kreg Lindberg, Rekreationsekonomi)
- Lokal destinationsutveckling (Laila Frisk, Sociologi)
- Turistbyrån i det turistiska produktionssystemet (Lennart Rosenberg, Företagsekonomi)
- Turisters attityder till vindkraft i fjällen (Lisa Hörnsten, Fysisk planering)
- Turism i nationalpark - En studie av turismen i blivande Fulufjällets nationalpark (Lisa Hörnsten, Fysisk planering)
- Skog för turism och rekreation (Lisa Hörnsten, Fysisk planering)
- Marknadsföring av evenemang (Maria Larsson, Företagsekonomi)
- Tjänster på Internet 2 (Maria Lexhagen, Företagsekonomi)
- Kundnytta av elektroniska tjänster för turism (Maria Lexhagen, Företagsekonomi)
- Relationsmarknadsföring via Internet (Maria Lexhagen, Företagsekonomi)

L

- Natur och turism i fjällregionen (Peter Fredman, Rekreationsekonomi)
- The Scandinavian Sporting Tour: a Case Study in Geographical Imagology (Pia Sillanpää, Engelska)
- Miljömärkning (Sandra Lagerkvist, Ekoteknik)
- Planering för naturturism (Tuomas Vuorio, Fysisk planering)
- Förutsättningar för turism i Sameland (Robert Petterson, Kulturgeografi)
- Världsarv och destinationsutveckling (Kjell-Åke Aronsson, Arkeologi)
- Kustnära destinationer (Lennart Rosenberg, Tvärvetenskaplig)
- *Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective* (Arvid Flagestad, Företagsekonomi)
- *Scandinavian Winter* (Arvid Flagestad, Företagsekonomi)
- *Möten Människor & Marknader* (Bengt Sahlberg, Kulturgeografi)
- *Going North* (Bengt Sahlberg, Kulturgeografi)
- *The Olympic Host Selection Process* (Christer Persson, Företagsekonomi)
- *The International Olympic Committee and Site Decisions: The Case of the 2002 Winter Olympics* (Christer Persson, Företagsekonomi)
- *How Salt Lake City and its Rival Bidders Campaigned for the 2002 Olympic Winter Games* (Christer Persson, Företagsekonomi)
- *Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective*(Christine A. Hope)
- *Tyska turister i Sverige* (Robert Pettersson, Tvärvetenskaplig)
- *Swedish and norwegian tourism websites: The importance of reservations services and value added services* (Herbjörn Nysveen, Företagsekonomi)
- *Effect of the internet as a channel for bookings. A study among swedish hotels* (Herbjörn Nysveen, Företagsekonomi)
- *Den goda resan* (Kristina Berg, Tvärvetenskaplig)
- *Wilderness purism, willingness to pay and management preferences* (Lars Emmelin, Fysisk planering)
- *Svensk fjällturism* (Peter Fredman, Rekreationsekonomi)
- *Sami Tourism – Supply and Demand* (Robert Pettersson, Kulturgeografi)
- *Samhällsekonomisk K/I-analys av turism* (Tommy D. Andersson, Företagsekonomi)
- *Turismen och älvarna* (Bosse Bodén, Ekonomisk historia)
- *Tjänster på Internet* (Herbjörn Nysveen, Företagsekonomi)
- *Ett reservatsdilemma* (Klas Sandell, Kulturgeografi)
- *Naturvård på Svalbard* (Lars Emmelin, Fysisk planering)
- *On the distance to recreational forests in Sweden* (Lisa Hörnsten, Fysisk planering)
- *Festivalbesökaren* (Maria Larson, Företagsekonomi)
- *Internet på svenska hotell-En kartläggning* (Maria Lexhagen, Företagsekonomi)
- *Tjänster på Internet* (Maria Lexhagen, Företagsekonomi)
- *Fjällturismens historia* (Per-Åke Nilsson)
- *Environmental Valuation and Policy* (Peter Fredman, Skogsekonomi)
- *En dag i skogen* (Peter Fredman, Rekreationsekonomi)
- *Turning their steps to some fresh and less-frequented field: Victorian and Edwardian sporting gentlemen in Mid-Scandinavia* (Pia Sillanpää, Engelska)
- *Turistens val* (Ulla Romild, Statistik)

Övriga

- From environmental exploiters to enthusiastic protectors: An insight into an awarded eco tourism programme in Kerala, India (Staffan Öhring, Kulturgeografi)
- Spatiala jämförelser av olika turistkategorier (Ulla Romild, Statistik)
- Det komersiella turistfrämjandets affärsmodeller (Per Grängsjö, Företagsekonomi)
- *Rymden nästa* (Björn Fjaestad, Forskningskommunikation)
- *En resa i kaos* (Ingalill Eriksson, Sociologi)
- *Destination 21 – A discussion contribution on a scheme for sustainable tourism development* (Lars Nyberg, Kulturgeografi)
- *Destination 21 – A methodological framework for sustainable tourism development?* (Lars Nyberg, Kulturgeografi)

L

- *Destinationsmarknadsföring - En studie av turism ur ett producentperspektiv (Yvonne von Friedrichs Grängsjö, Företagsekonomi)*
- *Destinationsmarknadsföring - samarbete och konkurrens i nätverk. (Yvonne von Friedrichs Grängsjö, Företagsekonomi)*
- *Småföretagens marknadsföring i en turismintensiv miljö - Fallstudie Strömstad . (Yvonne von Friedrichs Grängsjö, Företagsekonomi)*
- *Improving Tourist Accessibility - The Case of Bornholm, Denmark (Lars Nyberg, Kulturgeografi)*
- *Changes in external accessibility - a centre-periphery approach in a tourism context, Denmark (Lars Nyberg, Kulturgeografi)*
- *Improving Tourist Attractiveness by Changes in Destination Accessibility(Lars Nyberg, Kulturgeografi)*
- *Destination Networking: co-opetition in a ski resort.(Yvonne von Friedrichs Grängsjö, Företagsekonomi)*

ETOURs publikationer rörande Naturturism.

- Besökare i Tyresta nationalpark
- Besök och besökare i Fulufjället 2001
- Dokumentation - Naturturism i södra fjällen
- Dokumentation - Skogen och turismen
- Ett reservatsdilemma - Kiruna nationalparksförslag 1986-1989
- Friluftsliv och turism i Fulufjället
- German Second Home Owners in the Swedish Countryside
- Going North - Peripheral Tourism in Canada and Sweden
- Information on Recreation and Tourism in Spatial Planning in the Swedish Mountains
- Målkonflikter mellan natur/kultur och turism
- Naturturism i Värmland
- Strategic Success and Organisational Structure in Winter Sports Destination
- Svensk fjällturism
- Svensk Turismforskning - en tvärvetenskaplig antologi om turism och turismorganisationer
- Turistens val - studier av besökare på Höga Kusten

ETOURs publikationer rörande Evenemang.

- Evenemangsmarknadsföring - organisering, styrning och samverkan vid marknadsföringen av VM i Friidrott 1995
- Evenemangsmarknadsföringens organisering - interaktion mellan aktörer på ett politiskt torg.
- Festivalbesökaren - marknadsföring och attityder till Storsjöyan
- Sami Tourism in Northern Sweden - Supply, Demand and Interaction
- Servicekvalité inom evenemangsturism
- Svensk Turismforskning - en tvärvetenskaplig antologi om turism och turismorganisationer
- The Impact of Mega Events



ETOUR's publikationer rörande destinationsutveckling och dess olika aspekter.

- Dokumentation - Destinationsutveckling
- Fjällturismens historia - en studie av utvecklingen i Åredalen
- Hur uppstår bilden av ett resmål?
- Kluster och turism
- Kommersiell turism och lokal samhällsutveckling - en analys av utvecklingen på sex kända svenska fjälldestinationer
- Kulturarv, turism och regional utveckling
- Lokal utveckling av turistdestinationer - en studie av utvecklingsprojektet Turism 2000.
- Riktade studier för utveckling av svensk turism
- Strategic Success and Organizational Structure in Winter Sports Destinations
- Svensk Turismforskning - en tvärvetenskaplig antologi om turism, turistdestinationer och turismorganisationer

Mälardalens högskola

www.mdh.se

Stockolms universitet

www.su.se

Kulturgeografiska institutionen

Utbildning: Institutionen ger kurser inom kulturgeografi, geografi och samhällsplanering. Kulturgeografi och samhällsplanering handlar om kulturlandskapet, det av människan påverkade landskapet, och de krafter som formar detta – vid olika tidpunkter och i skilda miljöer.

Forskningsprojekt:

- *Förkroppsligade drömmar (Gunnel Forsberg, Kulturgeografi)*

Centrum för Turismforskning, SCT

Centrum för Turismforskning – Stockholm Center for Tourism Research, SCT – är ett samverkansprojekt för forskning om turism med inriktning på besöksnäring, upplevelseindustri och platsutveckling. SCT drivs som en nätverksorganisation, i vilken högskole- och universitetsinstitutioner samverkar med företag och organisationer inom besöksnäringen. Centrumet är öppet för alla företag och organisationer i Stockholmsregionen, som stödjer och verkar för dess syfte och mål. Högskolor och universitet som medverkar är Stockholms Universitet, KTH, Handelshögskolan och Södertörns Högskola. Företagen representeras av ett konsortium bestående av ett 10-tal företag inom Stockholmsregionen med anknytning till SCT:s forskningsinriktning.

Forskning: Centrum för Turismforskning initierar forskning med huvudinriktning på storstadsturism och bidrar till finansiering av sådan forskning.

Forskningsprojekt:

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

- Upplevelsens betydelse för turismen som strategiskt synsätt (Niklas Gustafsson)
- Utvärdering av marknadsplan Företagsmöten och incentive
- Evenemang och upplevelseindustri i Stockholm
- Professionella mötens förutsättningar och effekter
- Turister och affärsresande i Stockholm
- Stockholmsregionens skärgård som rekreativmiljö
- Priselasticiteten för turistiska produkter
- Storstadsbesökare - en statistisk undersökning
- Företagsmöten och incentive - utvärdering
- Skärgården som besöksmål
- En studie av efterfrågeelasticiteter inom turismindustrin
- Stockholm Globe Arena - En studie av effekter
- Forskning inom upplevelseindustrin
- Vad sägs om Stockholm?
- Nobel, Stockholm och varumärken
- Svensk forskning - rik på upplevelser

Övriga:

- *Turisten och havet* (Björn Ganning, *Ekologi*)
- *En litterär uppfinning* (Göran Hägg, *Litteraturvetenskap*)
- *Växthusvärme eller istidskyla* (Per Holmlund, *Glaciologi*)

Etnologiska Institutionen

Forskningsprojekt:

- När bevarande-, turism- och utvecklingsintressen spelar samman: Världsarvet Södra Ölands odlingslandskap (Jan Turtinen)

Handelshögskolan i Stockholm

Har ett stort antal ämnesområden utifrån företagsekonomisk synvinkel. Forskningen representerar 19 olika forskningscentra med olika projekt.

Institutet för entreprenörskaps- och småföretagarforskning, Stockholm

ESBRI är ett fristående forskningsinstitut som arbetar med forskning, utbildning och kunskapspridning inom entreprenörskaps- och småföretagarområdet.

Forskningsprojekt:

- *Strategi för tillväxt* (Magnus Henrekson, *Nationalekonomi*)
- *På annan plats* (Örjan Sjöberg, *Ekonomisk Geografi*)
- *Financial Effects of Events on the Public Sector*. (Lars Samuelsson, *Företagsekonomi*)

Sveriges Lantbruksuniversitet

www.slu.se

Södertörns Högskola

www.sh.se

Utbildning: Turism – ett program för turismbranschen och offentlig sektor. Programmet ger en bred utbildning för entreprenörer, arrangörer och administratörer inom turistbranschen och

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

turismplanerare inom offentlig sektor. Minst 25 poäng turism därefter kulturgeografi, företagsekonomi, historia, idéhistoria och retorik, 120/160 poäng.

Forskning:

Forskningsprojekt:

- Urban turism (Anders Steene)
- Kulturvärlden under vatten (Carl-Olof Cederlund, Marinarkeologi)
- Turist- och reseindustrins betydelse för platsers ekonomi, sysselsättning, infrastruktur och attraktivitet
- Attraktioners/evenemangs roll i platsers utveckling
- Priselasticitet vid konsumtion av skilda turistiska produkter.

Umeå universitet

www.umu.se

Inom Samhällsvetenskapliga fakultetens profilområden 'Rumsliga processer, mobilitet, försörjning och regional utveckling' utgör turismforskning och undervisning en viktig pelare.

Kulturgeografiska institutionen, Umeå universitet

Turism har under senare år blivit en viktig del av den forskning och undervisning som bedrivs vid Kulturgeografiska institutionen. Fokus riktas huvudsakligen på turismens roll i regional utveckling och på sambandet mellan turism och övrig mobilitet. Forskning och undervisning i turism vid institutionen utgår ifrån ett brett perspektiv. Turism handlar inte bara om den årliga semesterresan utan omfattar områden såsom fritidsboende, landsbygdsutveckling, shopping, affärsresande, sportevenemang, friluftsliv, samhällsplanering och möten mellan turister och lokalbefolkningen. Under senare år har inte minst frågor kring fritidsboende och turismarbetsmarknad varit viktiga forskningsområden för institutionens forskare.

Forskningsresultat har regelbundet spridits i ansedda vetenskapliga tidskrifter och böcker men också presenterats för andra forskare och avnämndare vid konferenser i Sverige och övriga världen. www.geography.umu.se

Undervisning: Sedan 2004 erbjuder Samhällsvetenskapliga fakulteten turismprogrammet med kulturgeografi som huvudämne på grundläggande nivå. Programmet erbjuder vid sidan om studier i turism och kulturgeografi också inslag av ekonomi, ekologi, historia och etnologi och kvalificerar därmed till en mångfaldig arbetsmarknad.

Forskning:

Kulturgeografiska institutionen är idag en ledande miljö för turismforskning i Sverige och är en erkänt samarbetspartner för andra turismforskningsmiljöer i världen. Institutionens forskare publicerar sig internationellt och ingår i internationella vetenskapliga nätverk. En viktig målsättning är att producera turismforskning av högt internationell kvalitet med samhällsrelevans. Detta är också viktigt för att kunna erbjuda studenter på institutionens turismkurser aktuella och relevanta kunskaper, internationella utblick samt forskningsanknytning under utbildningstiden. Institutionen erbjuder också forskarutbildning i kulturgeografi med fokus på turism. Sedan 1994 har det lagts fram sammanlagt 5 doktorsavhandlingar och 3 licentiat-avhandlingar med turismteman. Detta gör institutionen till den mest produktiva forskarutbildningsmiljön i landet. Turismforskning vid Kulturgeografiska institutionen avser ett antal olika områden som dock är sammanhållna genom ett gemensamt fokus på rumsliga processer och turismens roll för regional utveckling. Forskningen presenteras på följande sidor som representerar de huvudsakliga forskningsområdena:

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

- Fritidshusturism
- Turismens arbetsmarknad
- Turismens roll för ekonomisk omstrukturering och regional utveckling
- Sport- och fisketurism
- Friluftsliv och naturskyddade områden
- Kulturarvsturism
- Turism i u-land

[Avslutade projekt Publikationer](#) (1994-200X)

Vid Institutionen finns sex forskare med inriktning mot turism under ledning av Docent Bruno Jansson och Docent Dieter K. Müller.

Forskningsprojekt:

- Svensk landsbygd som "pleasure periphery": Håller landsbygdens arbetsmarknad på att amerikaniseras?"
- Kunskapsöversikt av ekoturism
- Kampen om attraktiva landskap: Fritidshusägande, befolkningsförändring och landsbygdens fastighetsmarknad
- Användning av naturreservat i Kvarken
- Tourism in the Nordic Countries
- Tourism in Peripheries
- Fritidsboende i Kvarken (Kvarkenrådet) (D. Müller, Kulturgeografi)
- Eco-labeling destinations- does it influence consumers decisions (Therese Jansson)
- Are tourist really active as we think they are (Malin Zillinger)
- Turistföretagares nyttjande av skyddade naturområden (Jenny Olofsson)
- Fjällturism (Tärnaby) (Nils Arell, Kulturgeografi)
- Jordbruksdiversifiering (Lantbruksturism) (Linda Rislund, Kulturgeografi)
- Laxfisketurism (Byskeälven) (Håkan Appelblad, Kulturgeografi)
- Litteratur och turismplanering (Dieter K. Müller, Kulturgeografi)
- Second Home Tourism (Dieter K. Müller, Kulturgeografi)
- Second home tourism in the Swedish Mountain rane (Linda Lundmark)
- Turism, mobilitet och fritidshus (Dieter K. Müller, Kulturgeografi)
- Second home tourism in Stockholm archipelago (Roger Marjavaara)
- Sportfiske som näring - om entreprenörers erfarenhet och attityder (Marita Alatalo, Kulturgeografi)
- Touristic space-time consumption in the mountain periphery (Dieter K. Müller, Kulturgeografi)
- Touristic space-time consumption in the mountain periphery (Ludovic Dupuis, Kulturgeografi)
- Fritidsfiske och turism i Torneälvdalen (Anders Lundgren, Kulturgeografi)
- Kvinnor och turism i Sydostasien (Erika Sörensson, Kulturgeografi)
- Turismen och landsbygdens arbetsmarknad (Bruno Jansson, Kulturgeografi)
- *German Second Home Owners in the Swedish Countryside*(Dieter K. Müller, Kulturgeografi)
- *Sportfisketurism i Västerbottens inlands- och fjällområde*(Marita Alatalo, Kulturgeografi)
- *The spawning salmon as a resource by recreational use.*(Håkan Appelblad, Kulturgeografi)

Övriga:

- Den resande eleven (Petra Rantatalo, Historiska studier)
- Fritidens landskap (Lena Eskilsson, Historiska studier)
- Social class, class identity and leisure participation (Lena Karlsson, Sociologi)
- *Slagfältens magi* (Marja Taussi Sjöberg, Historia)

Institutionen för kostvetenskap (Restauranghögskolan), Umeå universitet

Kostvetenskap handlar om vad som sker i människans möte med maten ur ett tvärvetenskapligt perspektiv. Institutionen har ett flertal olika program och kurser. Gastronomiprogram. Kostekonomiprogram
Restaurangmanagement 80/120 poäng

L

Gastronomi 80/120 poäng. Båda programmen är nya och de samkörs till viss del. Huvudämnet i examen är företagsekonomi.

Forskning:– ingen forskning

Institutionen för Företagsekonomi, Handelshögskolan, Umeå universitet

Utbildning: Service management programmet

Utbildningen ger kunskaper för att utföra kvalificerat arbete i företag, organisationer eller myndigheter med betydande inslag av tjänster. Huvudämne är företagsekonomi med tyngdpunkt på företagsledning och marknadsföring.

Forskning: Vid Handelshögskolan i Umeå finns tre turismforskare

Forskningsprojekt:

Centrum för Samisk forskning

Forskning:

Forskningsprojekt:

- Samisk turism och etnopolitisk diskurs (D. Müller)
- Laponia och samisk identitet (Carina Green, Arkeologi och samiska studier)
- Renskötseldiversifiering (Dieter K. Müller, Kulturgeografi)

Uppsala universitet

www.uu.se

Kulturgeografiska institutionen

Forskning: Vid kulturgeografiska institutionen bedrivs forskning om svenska och internationella förhållanden, främst inom:

Ekonomisk geografi: ekonomiska, rumsliga och könsmäsiga perspektiv på näringslivsomvandling, arbetslivsförändring och regional utveckling

Socialgeografi: sociala, kulturella och etniska perspektiv på rörlighet och bosättningsmönster, i stads- och landsbygd

Miljögeografi: miljökonsekvensstudier samt utveckling av metoder för komplex dynamisk avbildning

Forskningsprojekt:

- Resandets rum och rekreationens residens – delprojekt Södra Sverige och Norrland (Per Strömberg)
- Turism och rekreation i Norra Lapplandsfjällen (Lennart Bäck, Kulturgeografi)
- Friluftslivet efter Roslagskusten (Lennart Bäck, Kulturgeografi)
- Friluftsliv och naturvård i Torsåker (Lennart Bäck, Kulturgeografi)
- *Turism, krig och fred* (Peter Wallensteen, *Freds- och konfliktforskning*)
- *Ladda batterierna* (Terry Hartig, *Tillämpad psykologi*)

Utbildning: Kostekonomprogram: Kostvetenskap (hushållsvetenskap) 80 poäng, företagsekonom 20 poäng, valfria kurser 60 poäng. 160 poäng.

Forskningsprojekt:

- Regional mat- och måltidsturism på landsbygden: företagande och regional profilering (Susanne Heldt Caddel)



Växjö universitet

www.vxu.se

Forskning: Profilen Entreprenörskap har breddat studiet av entreprenörskap genom en tydligare organisations-teoretisk förankring. Entreprenörskapsprofilens forskning samlas under fyra teman: 1) upplevelseekonomin; 2) design; 3) lärande; 4) territoriell dynamik.

Forskningsprojekt:

- De kreativa rummen. Om kunskapens kreativisering (Daniel Ericsson)
- Entreprenörskap och upplevelse
- New Stage - The Construction of Art and Experience (Christina Klosterberg)
- Entreprenörskap och 'krig' - iscensättningen av Sarajevos filmfestival ((Senada Bahto)
- 'Halliday on ice: Underhållningsidrott som upplevelseekonomisk kitsch' (Hans Lundberg)

Örebro universitet

www.oru.se

Restaurang och måltidskunskap, Restauranghögskolan, Grythyttan

Utbildning: Utbildning till fil kand. i restaurang- och måltidskunskap. Måltidskunskap respektive Hotellprogram. Utbildningen är 3-årig, 120 poäng.

Forskningsprojekt:

- *Måltidsprojektet (Inga-Britt Gustafsson)*
- *Att iscensätta måltider (Urban Laurin, Dryckeskunskap)*



Nya Forskningsansatser inom turism och upplevelse

Naturvårdsverket

Naturvårdsverket satsar f.o.m. oktober 2006 på forskningsprogrammet ”**Friluftsliv i förändring**” som skall pågå under sex år. Årligen ges 5,7 miljoner i stöd under de tre första åren. Naturvårdsverket har gett ETOUR vid Mittuniversitetet uppdraget att leda programmet där även Karlstads, Göteborgs, Stockholms och Umeå universitet ingår, Högskolan i Blekinge samt SLU ingår. Ett femtiotal forskare från de sex lärosätena ingår. En omfattande studie av friluftsliv och naturturism i Sverige på nationell, regional och lokal nivå skall genomföras. Forskningen bedrivs i sex projekt som är inriktade på

- 1) friluftslivets utövande och mönster
- 2) tätortsnära friluftsliv
- 3) fysisk planering
- 4) friluftsliv och naturvård
- 5) naturbaserad turism

Programledare är Peter Fredman vid ETOUR

KK-stiftelsen

KK-stiftelsen satsar under 2006 ca 1,2 miljoner på att samla medverkande högskolor/universitet vid de 8 nationella mötesplatserna för upplevelseindustrin under paraplyet ”AHA-Akademien” för att initiera

- a) samverkan inom grundutbildning kring upplevelseindustrin
- b) samverkan kring uppdragsutbildning om och för upplevelseindustrin
- c) samverkan kring forskning om och för upplevelseindustrin

Medverkande forskare har enats om att initiera samverkan och samprojekt kring intressanta frågeställningar för upplevelseindustrin och upplevelseproduktion där turism/besöksnäring utgör ett viktigt område.

Deltagande akademier är:

- Örebro Universitet, Måltid och Design Grythyttan/Hällefors, Inga-Britt Gustafsson
- Luleå tekniska universitet, Upplevelseproduktion, Hans Gelter
- Högskolan i Kalmar, Handelshögskolan, Centrum för kulturell ekonomi, Susanne Johansson
- Malmö Högskola, K3 - Konst, kultur och kommunikation, Jonas Löwgren
- Blekinge tekniska Högskola, Upplevelsebaserat lärande, Karlshamn, Gunnel Andersson
- Stockholms universitet, Konstfack, Erik De Groat
- Högskolan i Väst, Film, TV, Lena Pareto



Organisationer och resurser med anknytning till turism

ETOUR - Europeiska turismforskningsinstitutet

ETOUR är ett forskningsinstitut som utvecklar och sprider kunskap om turism och resande. För mer information se Mittuniversitetet.

Fjällforskningsinstitutet

Fjällforskningsinstitutet bedriver och initierar forskning inom landets fjällområden. En bärande idé bakom Fjällforskningsinstitutet är att skapa närhet mellan forskning kring fjällen och befolkningen i fjällregionen och att bidra med kunskapsförsörjning för att utvecklingen inom bland annat turismnäringen, rennäringen och det rörliga friluftslivet kan ske på ett uthålligt och miljömässigt riktigt sätt.

FjällMistra

Fjäll-Mistra är ett forskningsprogram som berör verksamhet i 15 fjällkommuner. Programmet målsättning är att ge ett vetenskapligt underlag för effektiv anpassning av olika naturresursanvändning till varandra och till miljön. Inom Fjällmistras programområden fanns även ett område som behandlar turism/rekreation. Fjällmistra upphörde Nov 2006.

Flygplatsstatistik från Luftfartsverket

Landnings- och passagerarstatistik, Frakt- och poststatistik, Destinationstatistik

Forskning.se

En sökning på sökordet #”turism” gav 108 träffar på www.forskning.se (06-12-11) med huvudsakligen länkar till universitetens pressmeddelanden om forskning kring turism.

Högskoleverket HSV

Högskoleverket tillhandahåller information om svensk forskning.

HSV; http://www.hsv.se/sv/CollectionServlet?page_id=1251&view=0&expand_tree=103

Leisure tousim

Internationell databas som täcker fritids- och turismindustri och -policy, resande och transporter, management, rekreation, relaterade kultur-, nöjes- och sportaktiviteter samt naturresurser och miljö

Nutek - verket för näringslivsutveckling

Närings- och teknikutvecklingsverket, NUTEK, är Sveriges centrala myndighet för frågor som rör näringslivets utveckling och har även en omfattande rådgivningsverksamhet och forskning riktad främst mot småföretag. Nutek främjar företagande och entreprenörskap inom turistnäringen genom kunskapsbildning, kvalitetsutveckling och samverkan. Nutek är statistikansvarig myndighet för turiststatistiken och en viktig uppgift är att ta fram och sprida information och kunskap om turism och turistnäringens utveckling i Sverige.

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

NUTEK ansvarar för Stiftelsen för kunskapsfrämjande inom turism.

Stiftelsen för kunskapsfrämjande inom turism är en fristående stiftelse vars syfte är att främja utvecklingen av kunskap inom svensk turism. Till verksamheten hör Stora Turismpriset, samt stipendier för turismforskning och genomförande av utvecklingsprojekt. Nutek är sedan den 1 januari 2006 Stiftelsens huvudman. Administration och förvaltning av stiftelsen hanteras av Nutek. Tidigare har stiftelsen varit knuten till Turistdelegationen (1995-2005), Styrelsen för Sverige bilden (1993-1995) och Sveriges Turistråd (t.o.m 1992), då med en något annan inriktning.

RTS-rese- och turistindustrin i Sverige

RTS är rese- och turistindustrins företags- och näringslivsorganisation

SAFARI

Safari är högskoleverkets söktjänst för svensk forskningsinformation på Internet, och vänder sig till allmänhet, skola, näringsliv och forskare.

SCB

Statistiska centralbyråns databas med bl.a månadsvis presenterad inkvarteringsstatistik från hotell, stugbyar och vandrarhem samt förmedlade privata stugor och lägenheter i Sverige. För fördjupning i befintlig statistik se SCB http://www.scb.se/templates/Product_8650.asp

SCR Sveriges Camping- och Stugföretagares Riksorganisation.

Organisation för svenska campingplatser

Svenska sällskapet för Turismforskning

SST är ett sällskap av forskare vid svenska universitet och högskolor som värnar om turismforskning av hög kvalitet. Sällskapets målsättning är att stimulera en vetenskaplig diskussion om turism, stödja forskarstudier och utveckla forskarutbildningen vid svenska universitet så att frågeställningar om turism lyfts fram.

Sveriges rese- och turistråd

Sveriges Rese- och Turistråd är en nationell organisation som ansvarar för att marknadsföra Sverige som resmål i utlandet.

Turistdelegationen

En nedlagd statlig myndighet som hade som uppgift att skapa förutsättningar för utveckling av företagande, tillväxt och sysselsättning inom svensk rese- och turismindustri, bland annat genom samarbete med staten, regionala organ, kommuner och näringen. Verksamheten har till viss del övertagits av NUTEK

Turism inom EU

Dokument inom turismområdet från europeiska unionen

L

Turkom

Turismnäringens Forum har utvecklats av Sveriges Rese- och Turismråd i samarbete med Turistdelegationen och Rese- och Turismindustrins Samarbetsorganisation (RTS). Resurs AB har fått uppdraget att lansera turkom.nu. Turistrådets arbete har varit att utveckla en avancerad sökmotor som hjälp för att finna fakta och kunskap om turism. Här finns länkar till turistorganisationer och statistikproducenter såväl i Sverige som i stora delar av världen, ett kalendarium som visar viktiga händelser under året, diskussionsforum för att utbyta tankar, kunskap och idéer med kolleger, samt mycket annat.

Tourism Research Links

Internationell länksamling som vänder sig till forskare, studerande och till verksamma inom turistnäringen. Samlingen är sammanställd av René Waksberg.

VINNOVA

Verket för Innovationssystem, VINNOVAs uppgift är att främja hållbar tillväxt genom utveckling av effektiva innovationssystem och finansiering av behovsmotiverad forskning. Genom sitt arbete ska VINNOVA tydligt bidra till att Sverige utvecklas till ett ledande tillväxtland.

Väg- och Transportforskningsinstitutet Linköping

Väg- och transportforskningsinstitutet bedriver forskning inom infrastruktur, trafik och transporter samt analyserar effekter från transportsektorn på miljö och energiförbrukning.

WTO - World Tourism Organization

World Tourism Organisation (WTO) är en mellanstatlig organisation för främjande av turism, grundad på initiativ av FN, med högkvarter i Madrid.

L

Övriga turismrelaterade länkar

Resor och organisationer

- [Turistdelegationen](#) - Statlig myndighet för svensk turism
- [Global Visitor´s Guide](#) - Turistrådets internetsatsning
- [Global Visitors Guide](#) - om inte länken ovan fungerar
- [Föreningen för turism i Sverige](#) - intresseorganisation
- [Tågplus](#) - tider för tåg och buss från Samtrafiken
- [Campa på nätet](#) - över 100 st. campingplatser
- [Turistrådet](#) - vänder sig till turistnäringen
- [Expedia](#) - microsoft expedia travel services
- [Navigo forum](#) - en del av Navigo
- [Rätt distans](#) - ange start och mål för resan
- [Internet Travel Network](#) - boka flygbiljetter online
- [Fina reselänkar](#) - webguide har god koll på Sverige
- [Resor och affärer](#) - det mesta om resor i arbet
- [Sista minuten resor](#) - charterbolagens sista-minuten-resor
- [WebTravel](#) - finsk rese och turismweb
- [Biz travel](#) - flyg,resetips och underhållning
- [Affärsresekonsulternas resebyrå](#) - boka rese, bil med mera
- [The travel channel](#) - en webtjänst för resandes
- [Travelocity](#) - matnyttigt för resande
- [Travel scope](#) - Amerikansk webtjänst för resande och turism
- [Travel link](#) - om avgångar på tåg, flyg och båtar
- [Turism och resor på torget](#) - blandade turism och reselänkar

Resebeskrivningar och guider

- [Reseguiden](#) - en samlingsplats för resor på Internet
- [Willma](#) - resehandböcker på svenska
- [Resfeber](#) - för dig som längtar bort
- [Vagabond](#) - resetidning i webversion
- [DN's reseguide](#) - Dagens Nyheters reseguide
- [Navigo](#) - en av Sveriges största reseguider
- [Travel Wiz](#) - hyr bil och hotell på distans
- [Event Seeker](#) - mässor, festivaler och andra evenemang

L

[Condé Nast Travler](#) - CNT är världens mest ansedda resemagasin

[Timeout](#) - evenemangs, mat och shoppingguide

[The Connected Travel](#) - berättelser om resor

[Australian Travel Arcade](#) - trevlig turistguide

[Tidningen RES](#) - reserepotage med mera

[Outdoor.se](#) - blandade uteaktiviteter

[Orionnet](#) - hotell, restuaranger mm. i Sverige

[Travmag](#) - on-line travel magazine

Turismforskning, miljö

[Benefits Online](#) - rekreations och kultur webb

[Tourist Info Newsletter](#) - för dig som studerar geografi

[Agenda 21](#) - och annat från UNCED

[Ballerina](#) - om Baltisk miljö

[Riksantikvarieämbetet](#) - myndighet för kulturmiljövården

[EcoNett](#) - om resor, miljö och turism

[Atlas Homepage](#) - förening för turismutbildning

[Academic Journals](#) - turist, rekreation och fritids rapporter

[Ecotourism Information Centre](#) - allt om ekoturism

[World Tourism Organization](#) - FN's organ för turistfrågor

Annat turismrealaterat

[Destinationer](#) - se vår lista över olika destinationer

[Mapquest](#) - kartor över olika världsmetropoler

[Konungariket Sverige](#) - allt du vill veta

[Svenska turistföreningen](#) - allt om STF

[The travler exchanger](#) - bostadsbyte på semestern?

[Citynet Travler Archives](#) - info om länder och städer

[Accomadata](#) - databas över hotell och hus i Storbrittanien

[Svensk turism](#) - föreningen Sverige Turism's webbtjänst

[Sunet / resor](#) - sammanställning av rese möjligheter

[Lonely Planet Tourist Centre](#) - resetips och bilder

[Hotel net](#) - leta och boka hotell i Europa

[World Travel Guide](#) - fakta om hela världen

L

[SJ](#) - boka biljetter, kolla röda avgångar

[SAS](#) - beställ biljetter och tax-free med mera



Utländsk turismforskning

Finland

The Finnish University Network for Tourism Studies – FUNTS

www.tourismuninet.org)

Det finska universitetsnätverket för multidisciplinära turismstudier FUNTS grundades 1995. Målsättningen med nätverket är att föra samman finska turismforsknings- och turismutbildningsmiljöer. Genom att såväl lärare som elever har en rad olika ämnesbakgrunder vill man skapa en mångvetenskaplig bredd som ska svara mot turismnäringens nutida och framtida behov. För att få behörighet till FUNTS krävs att man har antagits till utbildning på något av de finska medlemsuniversiteten. Från dessa universitet är det sedan möjligt att söka till nätverksprogrammet FUNTS. Nätverket var från tillkomsten 1995 fram till år 2000 finansierade genom EU:s sociala fond (ESF) och det finska utbildningsdepartementet. Från år 2001 har FUNTS en permanent status med all finansiering från utbildningsdepartementet. Nätverket har fått en fysisk hemvist i Savolinn (Nyslott) som hör till universitetet i Joensuu i östra Finland.

Nätverket har i dagsläget 17 lärosäten på medlemslistan:

- Helsingfors universitet,
- Helsingfors handelshögskola
- Joensuu universitet
- Jyväskylä universitet
- Kuopio universitet
- Laplands universitet
- Lappenranta tekniska universitet
- Oulu universitet
- Sibeliusakademin i Helsingfors
- Svenska handelshögskolan i Helsingfors och Vasa
- Konst- och designhögskolan i Helsingfors
- Tampere universitet
- Finska teaterakademin
- Åbo universitet
- Universitetet i Vasa.

Utbildning: Varje år antas omkring 50 studenter till ett gemensamt nätverksprogram. Studenterna har gemensam undervisningsplan, men examineras av respektive hemuniversitet. Under ett och ett halvt år (60 p) kan man studera turism inom ramen för FUNTS. Denna del med inriktning enbart mot turism kan sedan bakas in till en examen i något huvudämne (t.ex. geografi med inriktning mot turism eller ekonomi med inriktning mot turism). FUNTS anordnar även kurser för doktorander som skriver avhandling om turism.



Laplands universitet i Rovaniemi

Utbildning: Vid sidan om FUNTS erbjuder Laplands universitet i Rovaniemi en egen utbildning med turism som huvudämne sedan några år tillbaka.

Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry LCEEI, The Experience Institute, Rovaniemi

<http://www.elamystuotanto.org/?deptid=21889>

Det nationella kompetenscentra omfattar kompetensområdena turism, nymedia, design och nöjesliv. Programmet har skapats för att överföra regionalt kunnande och befintlig kunskap för vidareutveckling av välståndet i Lappland. Institutet leds av Tomi Huhtamäki, Director of Development och Mika Kylänen, Research Coordinator

Institutet publicerar tidskriftsserien Articles in Experiences

Forskning:

[Articles in Experiences](#) - rapportserie om upplevelser och upplevelseproduktion

Norge

I Norge har sex universitet utbildning och forskning inom turism och upplevelseproduktion. Nedan presenteras bara en yttlig överblick.

Stavanger University

Några forskningsprojekt:

- Organizational practices within hotel industry (Olga Gjerald, Torvald Øgaard)
- Employees in the hotel industry (Trude Furunes)
- Accidents and tourism (Kirsti Laeerdal)
- Travellers choice of destinations (Torvald Øgaard)
- Tipping in restaurants (Victor Hansen)
- Extremesportvecko – Voss (Reidar Mykletun)
- Norwegian tourist attractions and positioning strategies (Tom Rosendahl)

University of Oslo

- Cultural Economy (Lena Mossberg)

Lillehammer University College

Utbildning: Lillehammer University College (LUC) har utvecklats till en ledande institution med utbildning i film, TV och turism. Nu satsar man på att skapa en arena för att öka anställdas kompetens inom den kreativa industrin och har därför startat utbildningsprogrammet "Kulturbaserat näringsutveckling" ('development of creative industries') och

- commercial opportunities in a multi-home society (Thor Flognfeldt jr)

Lillehammer Kunnskapspark

Har tillsammans med andra JENKA medlemmar fått forskningsmedel för projektet

L

“Bridging the Gap” med syfte att hitta vägar för att attrahera investerare till upplevelseindustrin.

Norwegian school of Business

- Strategic development of tourist destinations (Bjørn-Ove Grønseth)

University of Bergen

- Tourists worries (Svein Larsen)

University College of Finnmark, Alta

- Comparison of price levels in restaurants and implications for tourist industry (Arild Røkenes)

Danmark

Roskilde universitetscenter

<http://www.ruc.dk/ruc/>

- [Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier \(CBIT\) »](#)
- [Institut for Kultur og Identitet \(CUID\) »](#)
- [Institut for Miljø, Samfund og Rumlig Forandring \(ENSPAC\) »](#)
- [Institut for Psykologi og Uddannelsesforskning \(PAES\) »](#)
- [Institut for Natur, Systemer og Modeller \(NSM\) »](#)
- [Institut for Samfund og Globalisering \(ISG\) »](#)

The Department of Social Sciences

Avdelningen har en personal på 63 forskare bestående av ekonomer, sociologer och statsvetare. Huvudforskningsområden är:

- The Welfare State and the changes in it.
- Public Administration, Planning and Development.
- Public Sector Economics.
- Technology, innovative resources and processes of change.
- Business Economics with a focus on the recent developments in the theory of the firm.

Center for Oplevelseforskning

Center for oplevelseforskning inriktar sig på att utforska upplevelsesektorn, upplevelseverksamheter och upplevelseproduktion. Upplevelser är aktiviteter som för brukarna innebär en mental resa där man får erfarenheter och måste lära, eller som underhållning. Forskningsområdet omfattar också fenomen som förstås under begrepp som turism, leisure, kreativ industri, kultur och business, performance design och det engelska begreppet experiences. Frågor som behandlas är bl.a.:

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com

L

- Har upplevelseverksamheterna de tillräckliga kompetenser för att klara sig i den globala konkurrensen och skapa arbetstillfällen?
- Inom vilka upplevelsesektorer har Danmark särskilda möjligheter?
- Hur kommer upplevelseekonomi att påverka regional utveckling?
- Vilka sociala konsekvenser får den stigande upplevelseekonomin?

Forskningsprojekt:

- Innovation og iværksættelse indenfor oplevelse (herunder leisure og turisme) (Jon Sundbo)
- Oplevelsesøkonomien som regional og lokal strategi for samfundsudvikling (Ole Bærenholt)
- Organisering og ledelse af oplevelsesvirksomheder (Jon Sundbo)
- Brancheanalyse af oplevelsessektoren (Musicon Valley vækstmiljø) (Trine Henningsen)
- Performance laboratorium (Kenneth Hansen)
- Tourist Performances and the Orient: Producing and consuming "exotic" places (Jørgen Ole Bærenholdt)
- Place Enactment – Globalization from Below (Jørgen Ole Bærenholdt)
- Leisure virksomheder – Innovationssystemer og urban økonomisk udvikling (Flemming Sørensen)
- The Guided Tour – intercultural coproduction (Jane Widtfelt Megeed)
- "Velfærdsstat og velfærdssamfund" (Susanne Frandsen)
- "Innovation- og forandringsproces i service og industri" (Marianne Jølby)

Musicon Valley, Roskilde

www.musiconvalley.dk

Roskilde Business College (www.rts.dk) har fokuserat på de kreativa industrierna och utvecklade nya utbildningar och kortkurser inom detta område. Högskolan är även partner i Musicon Valley, ett regionalt utvecklingsprojekt

Aalborg University

- Time for transitions, shifting paradigms (Peter Kvistgaard)
- Knowledge processes in tourism development (Henrik Halkier)

University of Southern Denmark

- Tourists experience aspiration and travel careers (Bodil Stilling Blichtfeldt)

Centre for Regional and Tourism Research Denmark

Island

Icelandic Tourism Research Center

University of Akureyri

JENKA

www.jenka.org

Är ett Nordiskt nätverk för de kreativa industrierna (upplevelseindustrin) finansierat Nordic InnovationCentre. JENKA fokuserar på sektorn som försörjer den kreativa industrin med folk, beslut och pengar. Detta inkluderar utbildnings och forskningsinstitutioner, regionala utvecklingscentra och företagsutvecklare.

Hans Gelter, Univ. Lektor
Inst. för Musik och Media, Avd. för Medier och upplevelseproduktion
Luleå tekniska universitet, Box 744, 941 28 Piteå
Hans.Geltet@ltu.se www.upplevelseproduktion.com



Tyskland

Enligt Pettersson²⁰ finns det 21 högre eftergymnasiala turismutbildningar i Tyskland som erbjuder högre turismutbildningar och därmed även turismforskning. Dessa är (med huvudämne *Fachbereich*)

inom parentes):

- Universität Bielefeld (pedagogik)
- Universität Dresden (Turismvetenskap, företagsekonomi & geografi)
- Universität Eichstätt (Geografi)
- Universität Lüneburg (Företags- och nationalekonomi, kulturvetenskap & miljövetenskap)
- Universität Paderborn (Geografi, ekonomi & språk)
- Universität Trier (Turismvetenskap)
- Tourismusakademie Freiburg (Språk, företagsekonomi & datavetenskap)
- Tourismusakademie Hannover
- Tourismusakademie Karlsruhe (Turismvetenskap, marknadsföring)
- Fachhochschule Bad Honnef (Tourism & hospitality)
- Fachhochschule Bocholt (Ekonomi)
- Fachhochschule Bremen (Internationell ekonomi)
- Fachhochschule Dortmund (Tourism & Hotel management)
- Fachhochschule Heide (Företagsekonomi)
- Fachhochschule Kempten (Turismvetenskap)
- Fachhochschule München (Turismvetenskap)
- Fachhochschule Stralsund (Företagsekonomi & turismvetenskap)
- Fachhochschule Wernigerode (Företagsekonomi)
- Fachhochschule Wilhelmshaven (Turismvetenskap)
- Fachhochschule Worms (Turismvetenskap & logistik)
- Berufsakademie Ravensburg (Reseförmedling, marknadsföring, hotell & gastronomi)

Holland

European Center for the Experience Economy

Österrike

Innsbruck University, School of Management

- Service experiences (Mike Peters, Sabine Müller)

Irland

De Irländska universitet som erbjuder turismutbildningar har tre huvudsakliga inriktningar; resande och turism, lantbygdsturism (rural tourism) och Irländsk kulturarvsturism.

Turismutbildningar på universitetsnivå och alla andra teoretiska turismutbildningar i Irland kontrolleras sedan några år tillbaka av en nationell myndighet (*National Qualifications Authority of Ireland*). Denna myndighet, som ligger under utbildningsdepartementet, samordnar all turismutbildning inklusive behörighetsnivåer och examina.

Storbritannien

I Storbritannien finns 109 departments of Sport and Leisure practice och



82 Departments in Travel and Tourism

Aim-Hi

www.aim-hi.org.

Skotyskt nätverk för den Kreativa Industrin. Den har existerar i 4 år och har nu över 120 medlemmar.

Australien

JMC Academy

JMC som grundades 1982 är Australiens största utbildare för den Kreativa industrin och erbjuder olika examen och certifikat tillsammans med Australiens mest prestigefyllda universitet. JMC specialiserar sig på Audio Ingenjörer och ljus produktion, Digital animation, digital TV produktion, Music Business Management och Music Performance.

L

Vetenskapliga tidskrifter om turismforskning

Här presenteras de vanligaste turismforskningstidskrifterna som kan återfinnas på webben och i universitetens biblioteksdatabaser.

Tidskrifter:

[Annals of tourism research](#)

[Articles on Experiences](#)

[Business travel world](#)

[Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly](#)

[Current Issues in Tourism](#)

[Global Tourism](#)

[Hospitality design](#)

[International journal of tourism management](#)

[Journal of leisure research](#)

[International journal of hospitality management](#)

[International journal of contemporary hospitality management](#)

[Journal of Cultural Economics](#)

[Journal of Ecotourism](#)

[Journal of Environmental Psychology](#)

[Journal of hospitality & tourism research](#)

[Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education](#)

[Journal of Service Research](#)

[Journal of Sports & Tourism](#)

[Journal of Sustainable Tourism](#)

[Journal of travel research](#)

[Journal of Vacation Marketing](#)

[An International Journal for the Tourism and Hospitality Industries](#)

[Leisure and hospitality business](#)

[Leisure Studies](#)

[Lodging hospitality](#)

[Progress in tourism and hospitality research](#)

[Restaurant hospitality](#)

[Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism](#)

[Successful meetings](#)

[Tourism Geographies](#)

[Tourism and Hospitality: Planning & Development](#)

[Tourism management](#)

[Tourist studies](#)

[The international journal of tourism research](#)

[The Journal of the International Academy of Hospitality Research](#)

L

Referenser

- ¹ Jensen, R. 1999. *The Dream Society*. New York: McGraw-Hill
- ² Ghisi, M.L. 2006 *Transmodernity and Transmodern Tourism in the XXI Century*. Keynote speaker at "Vision of Transmodern tourism", 15 Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research, Savonlinna 19-22 Oct 2006
- ³ Dinan, S. 2002. *Towards the Transformation Age*. *Journal of World Futures*. Jan 2002.
- ⁴ Aha Sweden (2000); *Blandade upplevelser* (2000); *Välkommen till upplevelseekonomin!* (2000); *Upplevelse industri 2002 – näringsliv och utbildningar* (2003); *Upplevelseindustrin 2003 – statistik och jämförelser* (2003); *Att leva på sin talang – kreatörers behov av entreprenörskap* (2005)
- ⁵ KK-stiftelsen 2006. *Utveckling av forskning och utbildning för och om upplevelseindustrin. Verksamhetsplan för AHA-Akademien*.
- ⁶ Nielsen, T.2006. *FUNK, En tillväxtmodell för upplevelseindustrin*. KK-stiftelsen
- ⁷ Graburn N.H.H. and J. Jafari, 1991. *Tourism social science*. Special issue of *Annals of Tourism Research* 18 (1).
- ⁸ Elg, M. 2001. *På resande fot.ETOUR*, Sellin & Partner Bok och Idé AB
- ⁹ Gelter, H. 2006. *Towards an understanding of experience production*. In Kyläm, Mika (ed.): *Articleson Experiences 4 - Digital Media & Games*. Lapland Center of Expertise for the Experience Industry.Rovaniemi, pp. 28-50
- ¹⁰ <http://www.kks.se/dethargorvi/programomrade/default.asp?iid=-146>
- ¹¹ Pine & Gilmore, (1999), *The Experience Economy*, HBS press.
- ¹² *Blandade upplevelser* (2000). Rapport utgiven av KK-stiftelsen
- ¹³ Se följande rapporter utgivna av KK-stiftelsen: *Aha Sweden* (2000); *Blandade upplevelser* (2000); *Upplevelse industri 2002 – näringsliv och utbildningar* (2003); *Upplevelseindustrin 2003 – statistik och jämförelser* (2003)
- ¹⁴ Karin Daahl, muntligen
- ¹⁵ Gelter, H. 2006. *Towards an understanding of experience production*. In Kyläm, Mika (ed.): *Articleson Experiences 4 - Digital Media & Games*. Lapland Center of Expertise for the Experience Industry.Rovaniemi, pp. 28-50
- ¹⁶ Laurin, U. 2001. *Att iscensätta måltider*. I *ETOUR* (red) *På resande fot*. 23 forskare skriver om turism och upplevelser. Sid80-88
- ¹⁷ Gustafsson, N.2004. *Svensk forskning – rik på upplevelser*. VINNOVA Rapport VR2004:07, SCT Stockholm Centre for Tourism Research
- ¹⁸ Larson, M. 2005. *Svensk turismforskning - en tvärvetenskaplig antologi om turism, turistdestinationer och turismorganisationer*. ETOUR
- ¹⁹ *Turistdelegationen 2002. Turismutbildningar 2001*. En kartläggning på uppdrag av Turistdelegationen. Högskolan Dalarna. Avdelningen för Turism- och Resandevetenskap
- ²⁰ Pettersson, R. 2004. *Turismutbildningar i Europa. – några europeiska jämförelser inför en utbildningskonferens*. ETOUR U:2004:4 24