

KVALITATIVT OG KVANTITATIVT STUDIE

# BÆREDYGTIGHED GØR EN POSITIV FORSKEL

TEST AF OVERNATNINGSKAPACITET IFT.  
EFTERSPØRGSEL AF BÆREDYGTIGHED

Forskningsrapport udarbejdet af Alexandra Instituttet for Dansk Kyst- og Naturturisme, november 2021. Forskerne bag undersøgelsen er Trine Plambech, Lea Schick og Signe Sørensen

# INDLEDNING

Denne rapport præsenterer resultaterne af en undersøgelse af feriegæsters oplevelse af og efterspørgsel efter bæredygtighedstiltag i forbindelse med ferier i Danmark. Rapporten er udarbejdet af Alexandra Institutet for Dansk Kyst- og Naturturisme.

Indsigterne fra undersøgelsen vil være én blandt flere rettesnore, som Dansk Kyst- og Naturturisme vil benytte til at igangsætte initiativer der kan være med til at vise vejen mod mere grønne feriehus og campingpladser, så disse overnatningsprodukter kan leve op til gæsternes forventninger om mere bæredygtighed på deres ferier i fremtiden.

Dansk Kyst- og Naturturisme ønsker at takke Feriehusudlejernes Brancheforening, de deltagende feriehusudlejningsbureauer, feriehusejere samt campingpladser for deres hjælp i forbindelse med gennemførelsen af testopholdene.

Efter en kort introduktion til studiet er rapportens indsigter opdelt i 3 afsnit:

1. Først beskrives, hvad gæsternes forstår ved bæredygtighed i hverdagen, og hvordan det kan kombineres med ferier.
2. Dernæst beskrives gæsternes oplevelse af de forskellige bæredygtige teknologier og tiltag, der testes af Dansk Kyst- og Naturturisme.
3. Rapporten afrundes med en række anbefalinger til campingpladser og feriehusere, der ønsker at fremme bæredygtighed for deres gæster.

1

**BÆREDYGTIGHED  
MED PÅ FERIE**

2

**BÆREDYGTIGE TEKNOLOGIER  
OG TILTAG**

3

**ANBEFALINGER**

# ENGLISH SUMMARY

This report presents the results of a study of Danish and German holiday guests' experiences of and demand for sustainability in connection with holidays in Denmark. 31 test pilots (families with and without children) have visited holiday houses and campsites around Denmark. Insights have been gathered via both qualitative and quantitative methods. The study is made by the Alexandra Institute for The National Fund for Danish Nature and Coastal Tourism. The report contains insights about how the guests understand sustainability and how it can be combined with holidays. The report presents insights into how the guests experience the various sustainable technologies and initiatives implemented and tested in the houses/campsites. The report is finalised with a list of recommendations for campsites and holiday home owners who wish to promote sustainability to their guests.

## The main insights are:

- ❖ Sustainability is something that all guests find important. They all do different things at home to live more sustainably and expect that the holiday house or campsite work actively and consciously to promote sustainability as well.
- ❖ The guests are in general positive about the technologies used to leverage sustainability. It is, however, crucial for a positive experience that the technology is actually working as expected and that it is easy to use. Technologies that are playful and can create dialogue about sustainability in the family are preferred.
- ❖ Guests really like to explore the surroundings – especially activities in nature are appreciated. It is also important to the guest that they can buy local and organic food/beverages at the nearby restaurants and shops, road stalls, and farmer's markets. It is very important that information about local and organic food/beverages is made available to the guests.



# UNDERSØGELSENS METODE

- ❖ 31 danske og tyske testpiloter har været på 4 dages ferie i Danmark.
- ❖ Testpiloterne blev indkvarteret på hhv. 5 campingpladser (hvor de fik deres egen feriehytte) og i 6 feriehusene. Campingpladserne var fordelt over hele landet, mens feriehusene var koncentreret i Sydvestjylland og Bornholm.
- ❖ Dialogen med gæsterne foregik på hhv. dansk og tysk.
- ❖ Undersøgelsen er foretaget som et kvalitativt og kvantitativt studie.
- ❖ Der er gennemført en spørgeskemaundersøgelse forud for opholdet.
- ❖ Der er foretaget autoetnografi, hvor alle gæster har udført en række opgaver i løbet af deres ferie. De skulle bl.a. afprøve bæredygtige tiltag/teknologier samt opsøge lokale oplevelser.
- ❖ Der er foretaget fire fysiske besøg med observationer i 3 feriehusene og på 1 campingplads.
- ❖ Der er foretaget 31 dybdeinterviews (4 fysiske interviews og 27 online).
- ❖ Citaterne er anført med DK for danske gæster og DE for tyske gæster. Det er desuden anført, om det er børnefamilier eller par.
- ❖ Citater fra de tyske gæster er oversat af rapportens forfattere.
- ❖ Empiriindsamlingen foregik i perioden 1. september – 4. november 2021.

# DE DELTAGENDE TESTPILOTER

- ❖ Af de 31 testpilotophold var 9 tyske og 22 danske.
- ❖ Der deltog 16 danske børnefamilier (2 voksne med 1–4 børn).
- ❖ Der deltog 6 danske par (2 voksne uden børn).
- ❖ Der deltog 4 tyske børnefamilier (2 voksne med 1–3 børn).
- ❖ Der deltog 5 tyske par (2 voksne uden børn).
- ❖ De danske testpiloter var i alderen 0–18 (børnene) og 25–75 år (de voksne) med flest voksne i alderen 30–49 år.
- ❖ De tyske testpiloter var i alderen 1–18 år (børnene) og 32–67 år (de voksne) med flest voksne i alderen 30–39 år.
- ❖ De danske gæster kom fortrinsvis fra Sjælland, men der var også gæster fra Midtjylland, Fyn og Nordjylland.
- ❖ De tyske gæster kom fra det nordlige og vestlige Tyskland.
- ❖ De medvirkende gæster var alle bekendte med bæredygtighed.
- ❖ Gæsterne blev primært rekrutteret af Userneeds. Gæsterne modtog betaling for deres ophold samt tilskud til transport og oplevelser.









I DETTE AFSNIT BESVARES  
KERNESPØRGSMÅLENE:

- ❖ Hvad er bæredygtighed for gæsterne, og hvordan kommer det til udtryk i det, gæsterne gør derhjemme og på ferier?
- ❖ Hvilke forventninger har gæsterne til bæredygtige tiltag, når de er på ferie?

PRÆSENTATION AF INDSIGTER

1

# BÆREDYGTIGHED MED PÅ FERIE

# BÆREDYGTIGHED MED PÅ FERIE

EN OPSUMMERING AF INDSIGTER (indsigterne uddybes på de efterfølgende sider).

## BÆREDYGTIGHED PÅ RADAREN

Bæredygtighed er noget, alle gæster har taget stilling til. For gæsterne handler bæredygtighed om at passe på vores klode, naturen og miljøet. At leve bæredygtigt og træffe bæredygtige valg er ifølge gæsterne nødvendigt, hvis vores børn og kommende generationer skal opleve de samme glæder som os. Gæsterne udtrykker, at bæredygtighed er noget, der bliver stadigt mere vigtigt, og at de yngre generationer tænker mere over det, mens de ældre generationer er bevidste om, at de ikke er så progressive.

## BÆREDYGTIGHED I HVERDAGEN

Gæsterne bidrager til bæredygtighed i deres hverdag igennem forskellige ressourcebevarende tiltag som affaldssortering, LED-pærer, vandsparetiltag, mindre madspild, købe genbrug mv. Mange udtrykker det som de små ting, som vi alle kan være med til at gøre.

## BÆREDYGTIGHED OG FERIE

Bæredygtighedstiltag er ikke et eksplicit kriterie for gæsterne, når de vælger ferie. Når gæsterne tager på ferie, gør de så vidt muligt de samme bæredygtighedstiltag som derhjemme.

## GÆSTERNES FORVENTNINGER TIL BÆREDYGTIGHED

Forventninger til bæredygtighed influeres af, hvad gæsterne har hørt om overnatningsstedet på forhånd. De forventer, at overnatningsstedet lever op til det, det fortæller, at det gør. Hvis et overnatningssted dermed siger, at det er bæredygtigt, forventer gæsterne, at det som minimum kan bidrage til bæredygtighed på samme måde, som de selv kan derhjemme. For at et overnatningssted skal fremstå bæredygtigt, bør det gøre mere, end gæsterne er vant til i hverdagen.



# BÆREDYGTIGHED PÅ RADAREN

- ❖ Bæredygtighed er noget, som alle gæster har taget stilling til, men det varierer, hvordan det kommer til udtryk, og hvor meget det fylder i deres liv.
- ❖ Gæsterne forbinder bæredygtighed med sund fornuft; at tænke sig om i det daglige. For gæsterne handler det om at passe på vores klode, naturen og miljøet.
- ❖ At leve bæredygtigt og træffe bæredygtige valg er ifølge gæsterne nødvendigt, hvis vores børn og kommende generationer skal opleve de samme glæder som os.
- ❖ Flere gæster nævner, at bæredygtighed er blevet mere vigtigt for dem, efter de har fået børn.
- ❖ Der lader til at være bred enighed om, at bæredygtighed vil blive stadigt vigtigere i vores bevidsthed og hverdag. Flere udtrykker, at særligt den yngre generation er langt fremme, mens de ældre stadig ikke er så langt med den bæredygtige dagsorden.
- ❖ De tre ord, der oftest benyttes, når gæsterne skal beskrive bæredygtighed er: genbrug, økologi og affaldssortering. Andre ord, der fylder meget, er: omtanke, biodiversitet og solenergi.
- ❖ En gevinst for gæsterne ved at leve bæredygtigt er, at det også er en fordel økonomisk. At spare på ressourcerne kan også mærkes på pengepungen.



*Bæredygtighed er noget, som jeg har været bevidst om meget længe egentlig, og det har i mange år været en del af mit liv at tænke bæredygtigt. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Bæredygtighed er ikke noget, vi egentlig har haft særligt stort fokus på før de seneste par år. Det skyldes i høj grad de sociale medier og den skærpede opmærksomhed i Danmark. (DK, Feriehus – par)*

*Børnene tænker mere på det, men dér er vi ikke helt endnu. Men er sikker på, at det en dag bliver standard at tænke bæredygtighed ind i alt (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Efter jeg er blevet gravid, er vi er begyndt at tænke mere på bæredygtighed. (DE, Feriehus – par)*

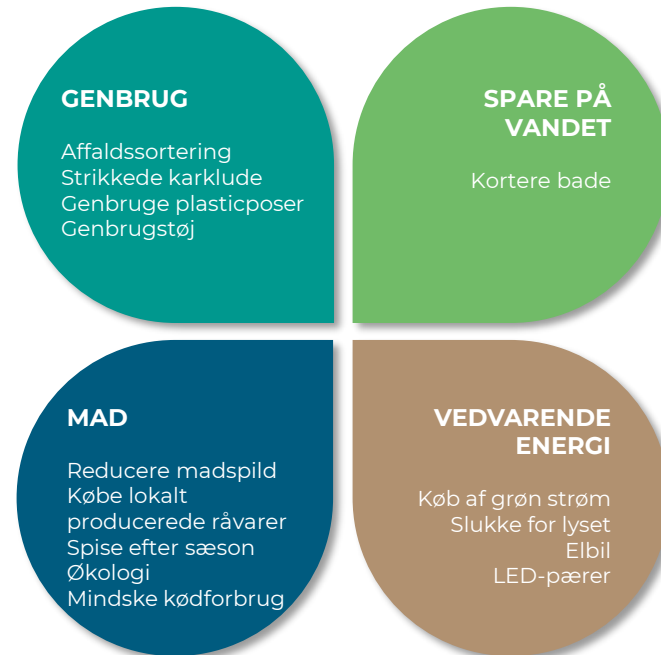
*Det er vigtigt for mig at give naturen videre; at dyrene kan leve, at vi passer på ozonlaget, og at vi kan holde os oven vande. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Jeg tror altid, at vi har tænkt på det. Vi har bare ikke kaldt det bæredygtighed. (DK, Camping – børnefamilie)*



# BÆREDYGTIGHED I HVERDAGEN

- ❖ Gæsterne bidrager til bæredygtighed i hverdagen gennem forskellige tiltag som affaldssortering, LED-pærer, vandsparetiltag, mindre madspild mv. som illustreret herunder.
- ❖ Gæsterne mener, at det vigtigste, de selv kan bidrage med, er at købe vedvarende strøm, at sortere affald og at minimere madspild.
- ❖ Mange gæster udtrykker, at vi alle kan gøre lidt, og at det kan hjælpe i det store hele.



*Vi er en familie, som tænker en del over bæredygtigheden i hverdagen – bl.a. med transport og med vores mad og vores forbrug generelt. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Det hjælper, hvis alle gør lidt. Så kan det hjælpe i det store billede. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Det handler mest om hverdagens små gøremål. Men også om den større historie eller indstilling. For mig er det sund logik at spare på ressourcerne. (DE, Feriehus – par)*

*Det [bæredygtighed] begynder at fylde mere og mere i ens bevidsthed. Det er al den snak i medierne, og det at man har børn, og at man tænker, der også skal være noget til dem. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Vi sorterer virkelig meget. Vi samler i poser, og så kommer det på genbrugsstationen. Vi lærer også børnene at slukke lyset og slukke for vandet. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Jeg tror egentlig, at vi altid har tænkt på det, vi har bare ikke kaldt det bæredygtighed. Vi sparer f.eks. på vandet, slukker lyset osv. (DK, Camping – par)*





## BÆREDYGTIGHED OG FERIE

- ❖ For gæsterne er formålet med at holde ferie at nyde tiden med familien og få nye oplevelser i naturen og i lokalmiljøet. Når ferien bookes, er det primært *formålet* med ferien, som bestemmer, hvor den går hen, og hvordan den afholdes.
- ❖ Bæredygtighedstiltag er ikke et eksplicit kriterie for gæsternes valg af ferie.
- ❖ Når gæsterne tager på ferie, tager de deres bæredygtighedspraksisser med, dvs. de indgroede vaner med at spare på ressourcerne og passe på miljøet. Hvis gæsterne sorterer affald derhjemme, vil de derfor også gerne gøre det på ferien.
- ❖ Hvis gæsternes hverdagspraksisser er mulige at tage med på ferie, vil de også gerne prioritere bæredygtighed på ferien. Men det er vigtigt, at det at holde en bæredygtig ferie skal være nemt for gæsterne at gå til.
- ❖ Ifølge gæsterne er det især transporten, der er en afgørende faktor, når man taler om bæredygtige ferier. Det er samtidig den del af ferien, der kan være svær at gøre bæredygtig. Særligt ses flyrejser som en stor synder, og gæsterne forsøger så vidt muligt at undgå dem eller at skære ned på dem – om end ikke konsekvent. Hvis der er en fjerntliggende destination, de gerne vil til, så flyver de.

*Du bruger en masse penge på en ferie, så det er stedet og oplevelsen, du tænker over, og ikke, om det er bæredygtigt. (DK, Camping – par)*

*Bæredygtighed fylder meget i vores hverdag, så ved 1 uges ferie om året bliver bæredygtighed nedprioriteret. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Men vi sorterer stadig affald og mindsker madspild osv. på ferier. (DK, Camping – par)*

*Vi tænker ikke meget på bæredygtighed på ferier. Men vi synes, det er mærkeligt og forkert, hvis man ikke kan sortere affald. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Det [bæredygtighed] er ikke noget, vi normalt har tænkt meget over. Det er selvfølgelig bedst ikke at flyve, men vi synes nu, vi er meget bæredygtige på ferie. (DE, Feriehus – par)*

*Vi skal tænke os om i forhold til klimaet. Det betyder f.eks. ikke for mange flyrejser men i stedet ferie i Danmark. (DK, Feriehus – børnefamilie)*



# GÆSTERNES FORVENTNINGER TIL ET BÆREDYGTIGT OVERNATNINGSSTED INDEN FERIE

Nedenstående giver et overblik over, hvad gæsterne inden deres ferie gav udtryk for, at de ville forvente af et bæredygtigt overnatningssted. Indsigter og citater stammer fra et spørgeskema, som de svarede på inden afrejsen:

- ❖ Gode muligheder for at sortere affald – både i huset/hytten og på grunden/pladsen.
- ❖ Energisparetiltag som f.eks. LED-pærer.
- ❖ Grøn energi. Mange tager for givet, at der købes vedvarende energi, og flere nævner solceller på taget som oplagt teknologi.
- ❖ Vandsparetiltag.
- ❖ Energimærkede hårde hvidevarer.
- ❖ At der afregnes efter forbrug af el og vand, så der er et økonomisk incitament til at spare.
- ❖ At der sælges økologiske og lokale råvarer i den nærmeste butik.
- ❖ At stedet selv har og benytter lokale og økologiske råvarer og mindsker madspild.
- ❖ At stedet anbefaler lokale seværdigheder og restauranter.
- ❖ Bæredygtige aktiviteter, hvor man kommer i kontakt med naturen.
- ❖ Vejledning i at agere bæredygtigt på ferien.

*Jeg tænker måske grønne energiløsninger.* (DK)

*At der anvendes grøn strøm.* (DE)

*Energisparehus vil være bæredygtigt.* (DE)

*Gode affaldssorteringsmuligheder, vandbesparelse i køkken/bad, solceller, at man kan blive vejledt i at være bæredygtig på ferien, genbrugs- og naturmaterialer.* (DK)

*Forskellige affaldsspande til sortering, energisparende apparater, gulvvarme via varmepumpe, solenergi, infoark om temaet bæredygtighed specielt for dette hus.* (DE)

*Har fokus på/køber lokale råvarer, sortering af affald. Anbefaler lokale seværdigheder, restauranter osv.* (DK)

*Huset har A-mærkning og effektiv energikilde.* (DK)

*Klimaneutralt hus – f.eks. energi 0. Isoleret, vedvarende energi.* (DK)





## GÆSTERNES FORVENTNINGER TIL BÆREDYGTIGHED PÅ FERIE

Gæsterne havde i et velkomstbrev fået at vide, at de på deres ophold ville møde forskellige tiltag og oplevelser, der havde til hensigt at øge bæredygtigheden på deres overnatningssted, og de havde som beskrevet på forrige side gjort sig tanker om, hvad de forventede af stedet. De blev spurgt ind til disse forventninger i undersøgelsens interview:

- ❖ Hvis et overnatningssted fortæller, at det arbejder på at øge bæredygtigheden, forventer gæsterne, at stedet lever op til det. For at et overnatningssted skal fremstå som et sted, der arbejder på at øge bæredygtigheden, skal det tilbyde mere, end hvad gæsterne er vant til i hverdagen. Gæsterne forventer, at mange bæredygtige teknologier vil blive standard i feriehusene om nogle få år.
- ❖ Bare det at se at et overnatningssted aktivt, bevidst og kontinuerligt arbejder med at øge bæredygtigheden, og at det har taget aktivt stilling og lavet særlige indsatser i feriehuset/campingpladsen, giver et positivt indtryk.
- ❖ At gæsterne kan bidrage til bæredygtighed på samme måde som derhjemme anses som sund fornuft og giver ikke pluspoint i forhold til bæredygtighed. Det kan tværtimod give bagslag ikke en gang at have styr på det, der anses for det mest basale i forhold til bæredygtighed.
- ❖ Flere gæster fortæller, at de havde forventet et bredt udvalg af bæredygtighedstiltag, som ville inspirere og give stof til eftertanke i deres hverdag og fremadrettet på ferier. Gæsterne gav dog udtryk for, at deres forventninger ikke blev imødekommet, da de oplevede det som gammelkendte teknologiske løsninger og tiltag, som var forventelige.

*Vi havde håbet at få inspiration til bæredygtige teknologier, som vi måske kunne investere i derhjemme. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Vi havde høje forventninger til de bæredygtige tiltag; med et højteknologisk hus med solceller og bare styr på det hele rent energimæssigt. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*I fremtiden er jeg sikker på, at lavenergihuse og vedvarende energi vil være standard i alle nye feriehusene. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Vi skal til at bygge hus og havde håbet at få inspiration. Men det, vi finder her, er rimelig standard. (DE, Feriehus – par)*

*Når vi går rundt på pladsen, så betyder det meget for os at se, at der er nogen, der har taget aktivt stilling til, hvordan man kan gøre det mere bæredygtigt – også selvom vi ikke er helt enige. (DE, Camping – par)*





BLØD PLAST

DRIKKEDÅSER

PAPIR

BATTERIER

BATTERIER

BATTERIER



## PRÆSENTATION AF INDSIGTER

I DETTE AFSNIT BESVARES  
KERNESPØRGSMÅLENE

- ❖ Hvordan er gæsternes oplevelse af de implementerede bæredygtige teknologier og tiltag?
- ❖ Hvilken betydning har kommunikationen om teknologierne/tiltagene på gæsternes oplevelse af dem?
- ❖ Hvilke drivere og barrierer er der for et bæredygtigt ferieophold?

2

# BÆREDYGTIGE TEKNOLOGIER OG TILTAG

# BÆREDYGTIGE TEKNOLOGIER OG TILTAG

EN OPSUMMERING AF INDSIGTER (indsigterne uddybes på de efterfølgende sider).

## EN SAMLET OG GENNEMFØRT OPLEVELSE

Det er ikke de enkelte teknologier men den samlede oplevelse af stedet, herunder de forskellige tiltag og teknologier, som er afgørende for gæsternes oplevelse af bæredygtighed på overnatningsstedet. Bæredygtighedsinitiativer opleves som noget positivt, og flere gæster vil vælge bæredygtige overnatningssteder, hvis valget står mellem to lige gode steder, hvor det ene har gjort noget, og det andet ikke har. Gæsterne lægger også særligt mærke til, hvis der er teknologier/tiltag, som de havde forventet, men som ikke er til stede. Hvis der er oplagte tiltag, der mangler, giver det en oplevelse af et ugennemført arbejde med bæredygtighed.

## TEKNOLOGIERNES BRUGERVENLIGHED ER AFGØRENDE

Teknologier/tiltag, som gæsterne kender og/eller har nemt ved at bruge, bidrager til en positiv oplevelse. Teknologier/tiltag, som gæsterne ikke kender, eller som er svære at få til at virke, forvirrer gæsterne og kan få overnatningsstedet til at virke utroværdigt og useriøst.

## MANGLENDE BRUGERVENLIGHED SKABER NEDSAT ENGAGEMENT

Hvis brugerne ikke kan finde ud af at bruge teknologien, eller det er for besværligt, har det ikke kun en negativ effekt på brugen af den enkelte teknologi. Det kan også føre til manglende engagement generelt.

## KAN DET GØRES TIL EN OPLEVELSE?

Hvis teknologierne/tiltagene kan give en sjov oplevelse og indbyde til leg, bidrager det i særlig grad til en god ferieoplevelse. Ligeledes kan gæsterne godt lide teknologier, der skaber refleksion.

## VIDEN VÆKKER BEGEJSTRING

Gæsterne vil gerne have viden om de bæredygtige teknologier/tiltag, da ikke alle er synlige for gæsterne. Gæsterne vil gerne have konkret viden om, hvordan og hvorfor den enkelte teknologi er bæredygtig. En sådan viden bidrager til at skabe troværdighed i forhold til stedets bæredygtighed.





## EN SAMLET OG GENNEMFØRT OPLEVELSE

- ❖ Det er ikke så meget de enkelte teknologier/tiltag, som er afgørende for gæsternes oplevelse af bæredygtigheden på overnatningsstedet, men i stedet den samlede oplevelse af overnatningsstedet. Ud over de involverede teknologier/tiltag er der også gæster, der nævner interiør og valg af materialer.
- ❖ Gæsternes oplevelse af overnatningsstedet påvirkes positivt af de forskellige bæredygtige teknologier og tiltag. Gæsterne værdsætter, at stedet arbejder på at fremme bæredygtigheden, og giver udtryk for, at de gerne vil bidrage og bakke op om de forskellige teknologier/tiltag.
- ❖ Gæsterne lægger især mærke til de teknologier og tiltag, som de kender fra hverdagen. F.eks. har nogle gæster bemærket LED-pærer, da de selv har installeret dem i deres hjem. Derudover bemærker gæsterne de teknologier/tiltag, som der informeres om eller skiltes med på overnatningsstedet.
- ❖ Gæsterne lægger også særligt mærke til, hvis der er teknologier/tiltag, som de havde forventet, men som ikke er til stede. Det kan skabe manglende engagement, hvis der er lavthængende frugter, der ikke er høstet – som f.eks. opsætning af LED-pærer. Det kan give en oplevelse af, at overnatningsstedet ikke har tænkt sig godt om og ikke har arbejdet med en gennemført oplevelse.
- ❖ Hvis der er teknologier/tiltag, som ikke er udpræget bæredygtige, kan de skabe en modstridende oplevelse af bæredygtigheden på overnatningsstedet.

*Alle de forskellige tiltag giver et godt helhedsindtryk af overnatningsstedet. Det var ret gennemført, synes vi. (DK, Camping – par)*

*Bare det at se, at campingpladsen har taget aktivt stilling, giver et positivt indtryk. (DE, Camping – par)*

*Det er mærkeligt, at man ikke har solceller på taget. Når man nu har varmepumpe og elbil, er det da det eneste, der giver mening, hvis man vil brande sig som bæredygtig. (DE, Feriehus – par)*

*Det virker helt skørt, at man kalder sig et bæredygtigt hus, hvis man ikke starter med at installere LED-pærer og købe bæredygtige møbler i stedet for f.eks. billige plastik-havestole. (DK, Feriehus – par)*

*Det undrer mig, at spa og sauna er på listen. Det ser jeg bestemt ikke som bæredygtigt. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Det var ikke kun, fordi der var tænkt over bæredygtigheden ét sted, men det virkede som om, det var gennemført, og at der var en rød tråd. (DK, Camping – par)*

*Det var rigtig fint at se, at overnatningsstedet havde fokus på bæredygtighed og havde installeret alle de forskellige ting. (DK, Camping – par)*



## BRUGERVENLIGHED ER AFGØRENDE

- ❖ De teknologier og tiltag, som gæsterne kan forstå og finde ud af at bruge, opleves som positive og som et plus i deres ferie.
- ❖ De teknologier/tiltag, som gæsterne kender hjemmefra, benyttes som noget helt naturligt under deres ferie som f.eks. stort/lille skyl på toilet samt affaldssortering.
- ❖ Særligt i forbindelse med de teknologier, der er nye for gæsterne, er det vigtigt, at de er brugervenlige og fungerer intuitivt, uden at gæsterne skal læse lange manualer eller bruge tid på at eksperimentere med dem for at få dem til at virke.
- ❖ De teknologier, der tager ansvar for gæsten, så gæsten kan fortsætte sit ferieliv med bevidstheden om, at 'andre' allerede har taget ansvar for at øge bæredygtigheden, opleves som særligt positive.
- ❖ Vejledning i brug af teknologierne skal være til stede i et let og forståeligt sprog (både DK og DE) og skal helst være at finde fysisk tæt på den pågældende teknologi.

*Det er rart, at der er nogle andre (via teknologierne, red.), som har styr på, hvornår og hvordan man skal tænde for de forskellige ting. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Jeg var sådan i tvivl om, hvordan det var smartest at sortere affaldet, for der var ikke nok spande i hytten. Jeg kiggede derfor lidt på, hvordan de andre gæster gjorde. (DK, Camping – par)*

*Men det er jo ikke tydeligt, hvordan den (teknologien, red.) virker. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Når jeg er på ferie, gider jeg ikke at læse lange manualer. (DE, Feriehus – børnefamilie)*





## MANGLENDE BRUGERVENLIGHED SKABER NEDSAT ENGAGEMENT

- ❖ Hvis gæsterne ikke kan finde ud af at bruge teknologierne på grund af manglende brugervenlighed, kan det skabe irritation og en negativ oplevelse.
- ❖ Hvis teknologierne/tiltagene er ukendte for gæsterne, og de ikke umiddelbart kan vurdere effekten af dem, kan det få overnatningsstedet til at fremstå utroværdigt og useriøst. Det er vigtigt for gæsterne at vide, hvordan teknologierne gør en positiv forskel.
- ❖ Hvis de implementerede teknologier ikke virker sammen eller giver mening som en samlet bæredygtig løsning, bliver gæsterne forvirrede og skeptiske. F.eks. undrede flere gæster sig over, at én teknologi (SKYEN) bad dem om at lufte ud længe, hvilket resulterede i, at varmesystemet gik i gang på fulde omdrejninger.
- ❖ Teknologier og tiltag, der ikke er synlige for gæsterne, kan let blive overset. F.eks. har grøn vindmøllestrøm eller strøm fra solceller ikke været synligt for gæsterne.
- ❖ Brugervejledning og teknologi (f.eks. app) skal være tilgængelig på tysk, da det er svært at forstå og bruge nye teknologier på et fremmedsprog.

*Problemet er, at der er en del forskellige funktioner, der ikke virker, så man mister tiltro til den. Der er også nogle funktioner, hvor det ikke er klart, hvad de gør, og hvordan man skal bruge det. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Det bliver lidt en rodebunke med alle de teknologier. Er det miljørigtigt, er det ikke miljørigtigt? (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Der er så meget forskellig teknologi – jeg forstår ikke, hvad der styrer hvad, og tør derfor ikke rigtig indstille noget, da jeg er bange for at ødelægge det. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Som gæst kan jeg jo ikke se tingene, og der er jo faktisk gjort rigtig meget for bæredygtigheden, viser det sig. Det er jo sindssygt vigtigt. (DK, Camping – par)*

*Vi var heldige, at min mand forstår engelsk, for der er så meget info, der ikke er her på tysk. (DE, Camping – par)*

*Jeg forstår ikke alle de her tekniske udtryk på engelsk eller dansk. (DE, Feriehus – par)*



## KAN DET GØRES TIL EN OPLEVELSE?

- ❖ De teknologier/tiltag, som kun kræver interaktion og handling fra gæsterne uden at gøre deres ferieoplevelse bedre eller give dem en sjov oplevelse, er en udfordring for gæsterne. I værste tilfælde resulterer det i, at de ikke gider bruge teknologierne.
- ❖ Det er nemmest at få gæsterne til at bruge teknologierne, hvis de kan se en mening med det. At de kan se, at det er godt eller bæredygtigt.
- ❖ Hvis teknologierne/tiltagene samtidig kan give gæsterne en sjov oplevelse, bidrager de i særlig grad til en god ferieoplevelse. Det at bæredygtigheden er flettet ind i en sjov og/eller lærerig oplevelse opfordrer gæsterne til at bruge dem og giver dermed en positiv oplevelse. Et godt eksempel på en sådan teknologi er SKYEN i feriehusene, der har været en sjov oplevelse for gæsterne, da den har engageret børnene og inviteret til leg om at opnå et bedre indeklima.
- ❖ Gæsterne er åbne for teknologier, der kan føre til refleksion og overvejelser om bæredygtighed.

*SKYEN, synes vi, var rigtig sjov at have. Den har virkelig engageret børnene, som har råbt og skreget, at nu skulle der luftes ud, når den lyste rødt. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Jeg synes, det var rigtig sjovt med udfordringen i bruseren – det satte virkelig gang i en konkurrence mellem os. (DE, Feriehus – par)*

*Vi kan godt lide de teknologier, der gav anledning til refleksion – det, synes jeg, er vigtigt. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Vi er normalt ikke så gode til selv at finde på ting, vi skal, når vi er på ferie, så det var rigtig fedt med konkrete øvelser og ting, vi skulle gøre hver dag, og det var sjovt sådan at få en temaferie om bæredygtighed. (DE, Camping – par)*

*Da vi fik øvelserne, blev det til en opgave for hele familien, at vi skulle opdage pladsen sammen. Det kunne være sjovt at have andre steder også. (DE, Camp – børnefamilie)*

*Det at skulle finde bæredygtige ting gjorde virkelig, at vi fik snakket om – jamen hvad er bæredygtighed egentlig, og hvad er det ikke? (DK, Camping – børnefamilie)*



## VIDEN VÆKKER BEGEJSTRING

- ❖ Gæsterne vil gerne have viden om de bæredygtige teknologier/tiltag. Viden bidrager til at skabe troværdighed i forhold til stedets bæredygtighed. Især information om de teknologier/tiltag, som ikke umiddelbart er synlige for gæsterne, er efterspurgt, da det inspirerer og øger gæsternes lyst til at bakke op om initiativerne.
- ❖ Gæsterne fortæller, at hvis mere viden var tilgængeligt om, hvordan overnatningsstedet rent faktisk er bæredygtigt, ville deres ferieoplevelse forbedres.
- ❖ Informationen om de forskellige tiltag/teknologier kan medvirke til, at gæsternes accept af stedets udformning øges – det kan f.eks. være, at en irritation over langt græs kan vendes til en fascination af arbejdet for at øge biodiversiteten.
- ❖ Overnatningsstederne bør sørge for at kommunikere levende og lettilgængeligt om de tiltag, der er gjort for at øge bæredygtigheden. Moraliserende eller bedrevidende information virker ikke appellerende. Det kan være en fordel at have information tilgængeligt lige ved siden af den enkelte teknologi.
- ❖ Informationen skal gøre det tydeligt for gæsterne, hvordan tiltagene skal anvendes, og hvordan de rent faktisk er bæredygtige. Gæsterne har behov for at forstå, hvordan teknologierne virker, hvad de kan, og hvordan de rent faktisk er bæredygtige.

*Hvis informationen lå på bordet, så ville jeg tænke – nå hold da op, I går op i det, det var da dejligt. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Det ville være godt med en kort besked om 'Scan me' lige ved siden af [Aguardio] QR-koden. (DE, Feriehus – par)*

*Det ville være godt med en kort beskrivelse på væggen ved siden af SKYEN, hvor der står, hvad den gør, og hvad man skal gøre, når den lyser rødt. (DE, Feriehus – par)*

*Hvis man f.eks. ved, hvorfor hækken kun bliver klippet én gang om året, eller hvorfor vandet stopper efter 20 sekunder, er ens villighed til at acceptere disse tiltag højere. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Men det er en balance. Det skal ikke være fy fy skamme, en finger til folk. Det er en vurderingssag. Det skal give en følelse af, at det er fedt at være der. (DK, Camping – par)*

*Bæredygtighed er en kompleks ting. Jeg vil gerne have viden om, hvorfor pladsen har valgt den ene eller anden teknologi – hvorfor de vurderer den som bæredygtig. Så kan jeg altid selv vurdere, om jeg synes den er bæredygtig. (DE, Camping – par)*





# GRØN ENERGI



Et kraftværks projekt blev i december 2014 opstillet som underlever af VED20 (Vindenergiudvalgets Forskningsstrategi) for at undersøge hvor og hvorledes 172 nye vindkraftplaceringer i 2025.

Udvalget er i sig selv et i Danmarks beredning til grøn energi og består af et uafhængigt fuldtidsarbejdsråd om, at 50 procent af energiforbruget i 2025 skal være fra vedvarende energi.

VED20 har lagt grunden, som udføres ikke på, fra år 2015 og 20 år frem. Herudover mener udførelse med, og analyserne foreslået, at der skal oprettes 172 nye vindkraftplaceringer i Danmark. Disse er de bedste muligheder for at opnå 50% af energiforbruget i 2025 fra vedvarende energi.

#### Fakta om møllesite

Placering: Vind V111 • Turbinhøjde: 149,9 meter • Rotorlængde: 112 meter • Effekt: 3MW • Årlig produktion: 30,6 GWh  
Estimerede afslutningsproduktion: 32 GWh = 32.000.000 kWh per år. Det svarer til forbruget i 8.000 husehold.

#### Kraftværket af nytte 100% energi

Udvalget er beredte på at tage med i kraftværket i Sønderjylland. Det er et andet eksempel på, at det er muligt, men underforstået at det er muligt at gøre energi, som kraftværket af nytte. "Planlægningen af et kraftværk i Sønderjylland er forberedt, således at der er god mulighed, så der udføres gode resultater for dansk vindkraft og i det hele taget for landet om, at vi efter udvalget af vedvarende energi" - chef Christian Bruus



#### Hvorfor undersøge på land?

Fast landundersøgelse er billigere  
Landet er den billigste form for vedvarende  
energi. Det betyder, at landundersøgelse  
er billigere end andre energiformer for Danmark  
og i Danmark, herudover, bringer og vil  
bringe os tæt på.

Mere information  
veder om  
vindenergi  
ved [vindenergi.dk](http://vindenergi.dk)  
ved [vindenergi.dk](http://vindenergi.dk)  
ved [vindenergi.dk](http://vindenergi.dk)

# DE KONKRETE TEKNOLOGIER OG TILTAG – CAMPINGPLADSER

EN OPSUMMERING AF INDSIGTER – CAMPINGPLADSER (indsigterne uddybes på de efterfølgende sider).

## DE GENSTANDE OG TEKNOLOGIER, GÆSTERNE BEMÆRKEDE

Gæsterne på campingpladserne lægger særligt mærke til vandsparetiltag, affaldssortering og biodiversitetstiltag.

## AFFALDSSORTERING

Gæsterne forventer, at affaldssortering er muligt på campingpladserne, hvis det skal være et bæredygtigt overnatningssted. Det er dog vigtigt, at de nødvendige remedier er tilgængelige, og at der kommunikeres tydeligt om, hvor genbrugsstationen befinder sig.

## VANDSPARETILTAG

Vandsparetiltag på campingpladserne er efterhånden en vant teknologi for gæsterne, som ikke forstyrrer deres ferie. Teknologien ses dog ikke som en særligt bæredygtig teknologi.

## BIODIVERSITET

Gæsterne værdsætter tiltag for biodiversiteten, hvilket påvirker den samlede oplevelse af overnatningsstedet positivt. Mere information om disse tiltag er dog efterspurgt.

# BÆREDYGTIGE TILTAG OG TEKNOLOGIER – CAMPINGPLADSER

Som led i undersøgelsen blev gæsterne bedt om at gå på opdagelse på campingpladsen og i deres hytte og lægge mærke til de genstande eller teknologier, som de mente øger bæredygtigheden. På denne og næste side beskrives de bæredygtige tiltag og teknologier, som gæsterne især har lagt mærke til på campingpladserne.

## HYTTER OG AREALER

- ❖ Beklædning på hytterne
- ❖ Dobbeltlagsvinduer
- ❖ Huset holder godt på varmen
- ❖ Grønne tage
- ❖ Grønne bede og krydderurter, man kan plukke af
- ❖ Insekthoteller, vilde planter, tag med mos
- ❖ Udlejningscykler
- ❖ Gratis udlån af værktøj til reparation af diverse ting
- ❖ Meget natur og naturlegeplads

## ENERGI

- ❖ Klimaanlæg
- ❖ Solceller og solopvarmet vand
- ❖ Lyssensorer, der automatisk tænder/slukker lys
- ❖ Automatisk tænd/sluk af ventilation på badeværelset
- ❖ Stande til elbiler
- ❖ LED-lamper
- ❖ Opvaskemaskine med forskellige programmer
- ❖ Eldrevne maskiner, som bruges til at servicere pladsen – f.eks. græsslåmaskine

## VAND

- ❖ Timere på brusere/vandposter
- ❖ Termostat på brusere
- ❖ Vandfilter på vandhanerne og vandbesparende brusehoved
- ❖ Stort/lille skyl på toilettet
- ❖ ECO-indstilling på brusere
- ❖ Lille opvaskemaskine
- ❖ Man kan drikke vandet fra hanen, og der er mange vandposter til rådighed

## AFFALD

- ❖ Affaldssortering
- ❖ Nok skraldespande på stranden





# BÆREDYGTIGE TILTAG OG TEKNOLOGIER – CAMPINGPLADSER

Her er billeder af nogle af de bæredygtige tiltag og teknologier, som gæsterne især har lagt mærke til på campingpladserne.



I det følgende beskrives de tre teknologier/tiltag, som gæsterne talte mest om: Vandsparetiltag, affaldssortering og biodiversitet.

*Indenfor ved fællesarealer er der monteret lyssensor, så lyset slukker selv, hvis nu en af gæsterne skulle glemme det. (DK, Camping – par)*

*Det er dejligt med vilde staudebede og krydderurtebede. Det er godt for biodiversiteten og hyggeligt at plukke urter. (DE, Camping – par)*

*Beklædningen på 'vores' hytte og de andre hytter er lavet af kompositmateriale. Jeg kender materialet og ved, at det er holdbart og vedligeholdelsesfrit. Det er et produkt, der ikke skal males eller behandles, og det holder i mange år, hvorimod træ skal males og behandles men går hurtigere i forrådnelse. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Der er monteret solceller på taget ved vaskeriet og fællesbadet til opvarmning af vandet, og det er smartere og bedre for miljøet, så der ikke skal bruges f.eks. strøm på at opvarme, men derimod bliver solens energi brugt. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Brusere og vandposter har timer på for at spare på vandet. (DK, Camping – børnefamilie)*



## VANDSPARETILTAG PÅ CAMPINGPLADSERNE

- ❖ Gæsterne på campingpladserne er vant til at tænke over deres vandforbrug i hverdagen og er ligeledes vant til at se forskellige vandsparetiltag på de overnatningssteder, de besøger, når de er på ferie. Det at der f.eks. er installeret timere på bruserne på campingpladserne er derfor helt OK og forventeligt blandt gæsterne.
- ❖ Gæsterne oplever således ikke, at vandsparetiltagene påvirker deres ferie negativt. Dog ses vandsparetiltag som en gammelkendt teknologi og ikke som noget ekstra eller særligt bæredygtigt. Det er noget, de blot forventer er der.
- ❖ Flere gæster nævner, at de godt kan lide at tage lidt ekstra lange bade på ferien, og at de vandsparetiltag, der var installeret, ikke var en hindring for det.

*Det er positivt, at det er installeret, for når man trykker en ekstra gang, så kommer man jo til at tænke over det. (DK, Camping – par)*

*Men det tæller jo ikke som et bæredygtighedstiltag længere, da det jo er alle steder. Vi ville nok mere tænke over det, hvis det ikke var der. (DK, Camping – par)*

*Det er et helt fint tiltag og ikke synderligt besværligt. Men det er ikke revolutionerende eller nyt. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Derhjemme har vi installeret en sparebruser, så når jeg er på ferie, kan jeg godt lide at pøse med vandet. (DE, Camping – par)*





# AFFALDSSORTERING PÅ CAMPINGPLADSERNE

- ❖ Affaldssortering er et tiltag, som mange feriegæster enten har bemærket eller kommenteret. For alle gæster er affaldssortering noget, som de er vant til i deres hverdag, og det er dermed en oplagt måde at være mere bæredygtig på. Især når det kommer til affaldssortering, er det nemt at tage hverdagens gode vaner med på ferie.
- ❖ Da affaldssortering er velkendt for gæsterne, har mange af dem bemærket og kommenteret, hvis det ikke har været implementeret på overnatningsstedet. Gæsterne forventer således, at der er installeret affaldssortering på alle overnatningssteder. Det er meget vigtigt for gæsterne, at det er nemt at sortere affald i selve feriehytten. Der skal være tilstrækkeligt med beholdere i feriehytten, og det skal fremgå tydeligt, hvordan tingene skal sorteres, samt hvor genbrugspladsen er.
- ❖ Især i forhold til tyske turister er det vigtigt at have affaldssortering, da det er en fast del af den tyske kultur. Det føles derfor meget forkert, hvis man ikke kan sortere affald.

*Vi savnede affaldssortering og havde det ret dårligt med at smide alt affald i én og samme beholder. Man er jo vant til det i hverdagen, så det kunne være rart, at de indførte det. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Der har kun været én skraldespand i hytten og heller ingen affaldssortering ude på pladsen. Vi affaldssorterer derhjemme, så derfor er det uvant at komme et sted, hvor man ikke gør det. (DK, Camping – par)*

*Det undrer os altid på ferier i Danmark, at der ikke er affaldssortering. Derhjemme sorterer alle i mindst 4 fraktioner. (DE, Camping – par)*

*Vi kunne ikke finde genbrugspladsen – det var først på tredjedagen, at min mand helt tilfældigt kom fordi den. Det burde de jo have vist os, da vi kom. (DE, Camping – par)*







# BIODIVERSITET PÅ CAMPINGPLADSERNE

- ❖ På campingpladserne har nogle af gæsterne bemærket tiltag såsom insekthoteller, vilde blomsterbede og krydderurtebede til fri afbenyttelse. Gæsterne sætter pris på disse tiltag og ser dem som værende bæredygtige i den forstand, at de er med til at passe på vores natur og dyreliv. Derudover fortæller gæsterne, at tiltagene er med til at påvirke helhedsopfattelsen af campingpladsen positivt. Det gør, at pladsen er pæn at se på med vilde bede, og at der bliver indbudt til forskellige aktiviteter og udforskning af overnatningsstedet.
- ❖ Gæsterne nævner dog, at det ville være rart med information om disse tiltag, og hvordan de er bæredygtige, da de dermed bliver mere synlige.

*Biodiversitet. Det elsker jeg. Det er godt for dyrelivet, og på en måde renser det luften. (DK, Camping – par)*

*Krydderbedene er både gode for insekter, og så føles det som en luksus for os at kunne plukke friske urter. Det ville dog være godt med lidt mere info om urterne. (DE, Camping – par)*

*De vilde bede står der bare. Skriv nu f.eks.: vi passer på fælles bier, som er truede i Danmark. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Det var rart med så meget biodiversitet. Det var dejligt, at der var så store områder, som fik lov at stå urørt hen. (DK, Camping – børnefamilie)*



# GÆSTERNES VALG AF DE MEST BÆREDYGTIGE TEKNOLOGIER/TILTAG PÅ CAMPINGPLADSERNE

Ovenfor præsenterede vi de teknologier og tiltag, som gæsterne selv havde lagt mærke til og talte mest om. På feriens sidste dag fik gæsterne en liste over alle de synlige og usynlige tiltag, der var foretaget på campingpladserne, hvorefter de blev bedt om at vælge dem, de syntes var mest bæredygtige.

- ❖ Det skal bemærkes, at det er *gæsternes egen vurdering* af graden af bæredygtighed. Det er derfor ikke sikkert, at de ting, som gæsterne vælger, rent faktisk (objektivt set) er de mest bæredygtige.
- ❖ Der er forskellige teknologier/tiltag på de forskellige pladser, og dette er der taget højde for ved sammentællingen af gæsternes prioritering.
- ❖ Det kan bemærkes, at det gæsterne har talt mest om (inden de så listen over alle de synlige og usynlige tiltag), er de teknologier/tiltag, der er synlige for dem, og som de oplever under deres ophold på campingpladsen. Derimod er grøn strøm (vindmølle, sol mv.) ofte mere usynligt og har derfor ikke fyldt så meget for deres umiddelbare oplevelse af stedets bæredygtighed.
- ❖ Det at gæsterne, når de ser listen over synlige og usynlige tiltag, vælger grøn strøm som noget af det vigtigste, viser, at de har stor viden om, at øget brug af grøn strøm spiller en stor rolle i den samlede grønne omstilling af samfundet.
- ❖ Gæsterne oplever det som positivt, når der arbejdes med at fremme bæredygtighed. Det er derfor vigtigt, at bæredygtighedsinitiativerne er synlige for gæsterne eller gøres synlige gennem information, hvis de ikke umiddelbart er synlige.

Tiltag der blev nævnt som de mest bæredygtige:

- ❖ Vindmøllestrøm
- ❖ Vandsparetiltag
- ❖ Træpillefyr
- ❖ Solceller

# DE KONKRETE TEKNOLOGIER OG TILTAG – FERIEHUSE

EN OPSUMMERING AF INDSIGTER – FERIEHUSE (indsigterne uddybes på de efterfølgende sider).

## DE GENSTANDE OG TEKNOLOGIER, GÆSTERNE BEMÆRKEDE

Gæsterne i feriehusene har særligt lagt mærke til forskellige vandsparetiltag, energisparetiltag og energiløsning, indeklimaregulering samt mulighed for at tørre tøj udenfor.

## VARMESTYRING

Grundet tekniske problemer har oplevelsen af varmestyringssystemet i overvejende grad været negativ. Mange gæster har haft problemer og har derfor ikke anvendt varmestyringssystemet eller har haft svært ved det. Gæsterne synes dog, at ideen om central varmestyring er god. Dog er der behov for, at det gøres klart, hvordan de forskellige varmekilder styres centralt, og hvordan det er bæredygtigt.

## VANDBESPARENDE TEKNOLOGI

Gæsterne synes, at vandsparetiltaget (med teknologi fra Aguardio) er et fint tiltag, men teknologien og dens anvendelse skal gøres tydeligere.

## INDEKLIMAREGULERING

Indeklimaregulering (løsningen kaldes SKYEN) i feriehusene har inviteret til leg, hvilket især har engageret børnefamilierne. Dog bør der være mere information om teknologien, da gæsterne er skeptiske overfor, hvordan den virker, og hvad der gør den bæredygtig.





# BÆREDYGTIGE TILTAG OG TEKNOLOGIER – FERIEHUSE

Som led i undersøgelsen blev gæsterne bedt om at gå på opdagelse i feriehuset og lægge mærke til de genstande eller teknologier, som de mente øger bæredygtigheden. Nedenfor er de bæredygtige tiltag og teknologier, som gæsterne især har lagt mærke til i feriehusene.

## ENERGI

- ❖ Varmepumpe
- ❖ Gulvarme
- ❖ LED-lamper
- ❖ Lysregulering
- ❖ Energimærkede hårde hvidevarer
- ❖ Ladestander til elbil
- ❖ Brændeovn

## VAND

- ❖ Stort/lille toiletskyl
- ❖ Vandforbrugsmåler

## HUS/INDRETNING

- ❖ Grønt hustag
- ❖ Tørresnor
- ❖ Indretning/møbler af bæredygtige materialer

*Vi var lidt uenige om, hvorvidt brændeovnen er bæredygtig. Det kommer an på, hvor træet kommer fra. Men den i hvert fald ny og effektiv. Og så er den hyggelig. (DE, Feriehus – par)*

*Tørresnoren udenfor er vigtig, for så kan vi spare energi. Vi kunne aldrig drømme om at bruge tørretumbler. (DK, Feriehus – par)*

*Varmepumpen er naturligvis bæredygtig, da den er et skridt væk fra fossil energi. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

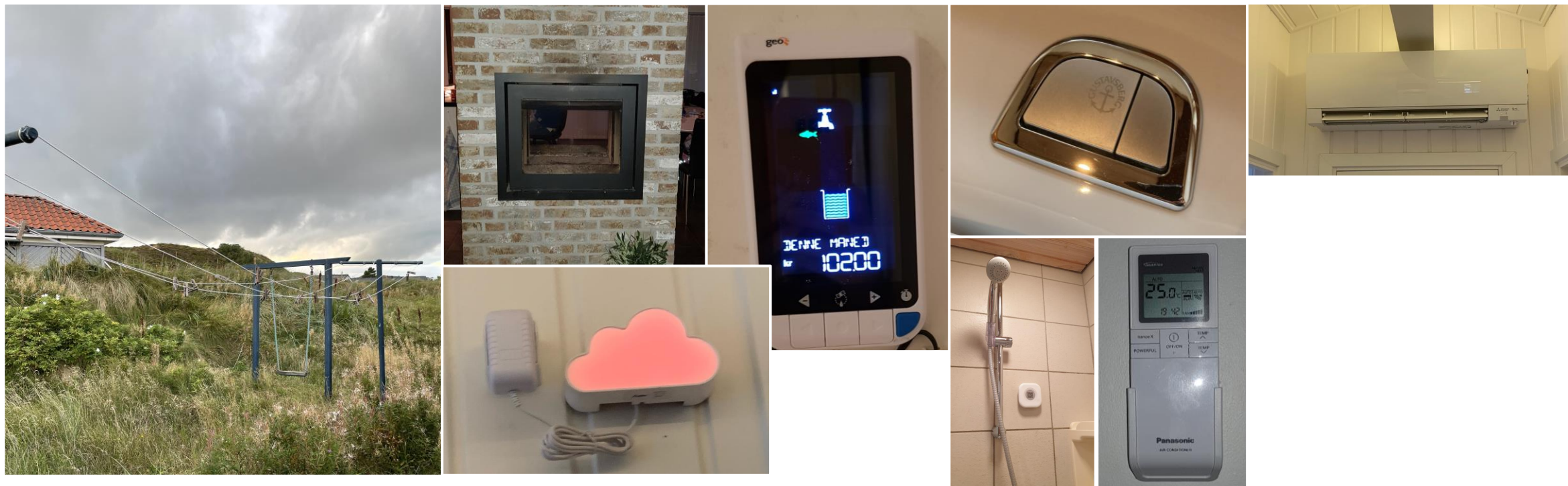
*Varmestyring sørger for, at der er den temperatur, der skal være – hverken mere eller mindre – så der kun bruges det, der er nødvendigt. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Det er muligt at regulere lyset, så man ikke bruger mere, end man har brug for. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Det er dejligt, at det ikke er billige plastikmøbler det hele, men at der er brugt træ og muslingeskaller til indretningen. (DE, Feriehus – par)*

*Jeg har googlet det, og induktionskomfuret bruger 15-20% mindre energi end almindeligt komfur. Det kunne man godt skrive. (DE, Feriehus – par)*

# BÆREDYGTIGE TILTAG OG TEKNOLOGIER – FERIEHUSE



På de følgende sider beskrives den vandbesparende teknologi (Aguardio), varmestyring og indeklimaregulering (SKYEN), da det har været et specifikt fokusområde at få yderligere viden om gæsternes oplevelse af disse.

# AGUARDIO I FERIEHUSENE

- ❖ Aguardio er en digital teknologi, der ved hjælp af et display i brusenichen nudger/inviterer gæsterne til at tage kortere bade. Når vandet er tændt i bruseren, viser displayet, hvor lang tid vandet løber. Man kan scanne QR-koden, som vises i displayet, når man ikke har tændt for vandet. Dette giver adgang til en app, hvor det samlede vandforbrug vises.
- ❖ I ét hus var information om Aguardio placeret ved siden af displayet (se billedet).
- ❖ Der var ikke nogen information om Aguardio i feriehusene. Men som led i studiet fik alle gæster følgende at vide om teknologien på deres sidste feriedag: *Digitalt display i brusenichen, hvor man kan se, hvor lang tid man bruger i bruseren (Aguardio).*







## AGUARDIO I FERIEHUSENE

Overordnet syntes gæsterne godt om idéen og formålet med Aguardio, da den nedsætter vandforbruget, hvilket gør det mere bæredygtigt at tage bad. Dog har brugen af Aguardio givet gæsterne blandede oplevelser:

- ❖ Ikke alle gæster havde anvendt Aguardio eller forstået, hvordan den skulle bruges. Manglende anvisninger om, at man f.eks. kunne scanne QR-koden, endte i forvirring. Placeringen ved armaturet gjorde, at en gæst ikke så displayet. Nogle gæster anvendte den tilhørende app, og så en oversigt over vandforbruget. Dog var de stadig i tvivl om, hvorvidt informationen i appen byggede på deres eget forbrug, eller om det var en samlet visning for flere gæster. Nogle nævner, at det er et problem i forhold til privacy, at man kan se tidligere gæsters baderutiner. Derudover ønskede en gæst, at informationen i appen var mere relaterbar end blot forbrug vist i antal liter.
- ❖ En del gæster sagde, at de allerede tog korte bade, så det var ikke så relevant for dem, men at de var sikre på, at det kunne være godt for alle dem, der ikke tænker over vandforbrug.
- ❖ For nogle af familierne med børn indbød teknologien til leg, og det blev en konkurrence om at tage korte bade.
- ❖ I et feriehus var der opsat en seddel med information om Aguardio og en lille udfordring om at kunne bade hurtigere end 2,5 minutter. Dette blev oplevet som meget positivt og sjovt.

*Min pige på 12 år har prøvet den og syntes, den var sjov. Men hun blev overrasket over, hvor hurtigt tiden går, når man er i bad. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Jeg lagde først mærke til displayet, da jeg gik ud af badet, for det sidder jo på muren bag ens ryg, så man ser det ikke, mens man bader. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Ville være godt med en 'scan me'-seddel ved siden af. (DK, Feriehus – par)*

*Men antal liter siger mig ikke noget. Det skal f.eks. være antal spande med vand eller noget andet, man kan sammenligne med. Jeg ved ikke, om det er meget eller lidt. (DE, Feriehus – par)*

*Altså, vi tager i forvejen ret korte bade men er sikker på, at det kunne være en god teknologi for alle dem, der ikke tænker over det normalt. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Det er et synligt bevis på, at vi normalt gør det rigtige derhjemme. (DE, Feriehus – par)*

*Det var sjovt med udfordringen. Det blev hurtigt en konkurrence om, hvem der var hurtigst. (DE, Feriehus – par)*

# VARMESTYRING I FERIEHUSENE

- ❖ Den installerede varmestyring i feriehusene er en teknologi der tilpasser et optimalt indeklima gennem prioritering mellem de forskellige varmekilder i feriehuset. Dette via indstilling af varmen på en app.
- ❖ Der var lagt informationsmateriale om en app til varmestyring ud til gæsterne i feriehusene. Her stod bl.a.: *Alt I skal gøre er at indstille varmen til den ønskede temperatur i huset via denne app. Når temperaturen er indstillet, vil teknologien automatisk sørge for det rette indeklima gennem prioritering mellem gulvarme, radiatorer, varmepumpe og i samspil med anvendelse af brændeovn, solindfald og døgnrytme m.m. Derfor skal der ikke indstilles yderligere på radiatorer, gulvarme eller varmepumpe.*
- ❖ Der var installeret varmestyring i alle 6 feriehuse. Det viste sig, at systemet endnu ikke var helt færdigudviklet, hvilket gjorde, at nogle gæster ikke kunne downloade appen. Dette blev fikset, men den app, der var tilgængelig, var ikke den endelige app, og der var derfor forskellige funktioner og services, der blev vist anderledes, end det var meningen. Dog kunne de fleste gæster lave varmeindstillinger på appen. Gæsternes oplevelser er derfor varierende, alt efter hvad de havde adgang til.





## VARMESTYRING I FERIEHUSENE

- ❖ For de fleste af gæsterne har brugen af varmestyring ikke fungeret optimalt grundet tekniske problemer. Der har været problemer med at downloade appen og med at få adgang til at kunne lave de nødvendige indstillinger. Appen er løbende blevet forbedret gennem testforløbet. Ved de sidste 4 testpiloter (fordelt på 2 huse) har det dog ladet til, at det har fungeret nogenlunde, men på trods heraf giver gæsterne udtryk for forvirring.
- ❖ Ud fra beskrivelsen har de fleste gæster nævnt, at de tror, det vil være en meget god og bæredygtig teknologi – hvis altså den virker og er til at finde ud af at bruge.
- ❖ Det har dog vist sig svært for gæsterne at forstå relationen mellem appen (central styring) og de enkelte varmekilder. Mange har således først indstillet varmestyringen i appen og derefter de individuelle varmekilder – radiatorer, gulvvarme og varmepumpe – til forskellige temperaturer.
- ❖ Mange gæster udtrykker forvirring over, hvad der styrer hvad, og hvilke varmekilder og teknologier der er inkluderet i varmestyringen.
- ❖ Flere gæster tror, at SKYEN (se næste teknologi) er en del af varmestyringssystemet.

*Det lyder virkelig smart og nemt at kunne styre det hele fra appen. Men efter at have prøvet længe blev jeg så sur, at min mand bad mig droppe det for ikke at ødelægge den gode stemning. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Jeg kunne ikke downloade appen på min telefon, men til sidst lykkedes det at få den ned på min mands telefon. (DE, Feriehus – par)*

*Havde egentlig indstillet appen, men da jeg syntes, det var for varmt, var det lettere at skrue ned på fjernbetjeningen [til varmepumpe] end at skulle logge ind i appen og til at finde password igen. (DK, Feriehus – par)*

*Vi indstillede appen til 22 grader. Radiatorerne stod stadig på 25 grader om dagen og 15 om natten. AC blæste kold luft ud, så den slukkede vi for. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Jeg fatter ikke, hvad der styrer hvad i det her hus. Det virker ikke, som om varmepumpe og radiatorer reagerer på appen. Det er irriterende. (DE, Feriehus – par)*

*Jeg tænker da, at SKYEN reagerer på appen også. (DE, Feriehus – par)*





## VARMESTYRING I FERIEHUSENE

- ❖ Mange gæster mener, at varmepumpen er en bæredygtig teknologi, fordi de tager for givet, at den kører på vedvarende energi.
- ❖ Flere gæster ytrer bekymring for privatlivsret, fordi de kan se forbrug og lås-op/i fra tidligere gæster. Det skaber desuden frygt for indbrud.
- ❖ Flere gæster siger, at det ville være smart, hvis man havde alle funktioner omkring huset inkluderet i varmestyringen, så man har ét interface til hele huset, inkl. data fra Aguardio og SKYEN.
- ❖ Det er lidt blandet, om gæsterne synes, at det er interessant at kunne følge energiforbruget i løbet af opholdet. Men det samlede energiforbrug (og at det er let at aflæse på appen) er vigtigt for mange gæster, da de selv skal betale for det.

*Som både du og jeg ved, er varmepumpen en bæredygtig teknologi, da den kører på grøn energi. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Jeg går ud fra, at de køber grøn strøm. Det giver da kun mening, hvis man har en varmepumpe. Det ville også have været smart, hvis de havde solceller på taget. (DE, Feriehus - par)*

*Jeg kunne se, hvornår de foregående gæster havde forladt huset. Ville ikke være svært at tjekke, hvornår kommende gæster forlader huset og så bryde ind. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

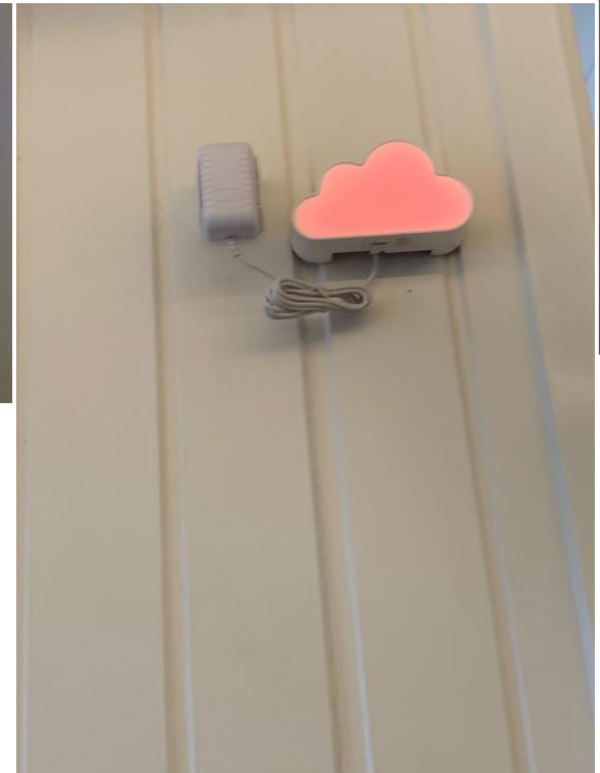
*Det ville være smart, hvis man kunne se alt forbrug og styre hele huset gennem den samme app. Jeg synes, det er lidt dumt, at jeg skal downloade flere apps. (DE, Feriehus - par)*

*Min mand elsker at følge energiforbrug, og det er meget rart at kunne holde øje med, at det ikke stikker helt af, når børnene nu er i gang med spaen (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Derhjemme følger jeg energiforbrug, men det er ikke vigtigt på ferien. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

# SKYEN I FERIEHUSENE

- ❖ SKYEN er en digital teknologi, der måler ideklimaet i det rum, den er placeret i. Når der trænger til at blive luftet ud, skifter SKYEN farve fra blå til rød. Når luften igen er frisk, skifter den farve til blå igen.
- ❖ I alle husene var SKYEN opsat i køkken-alrummet.
- ❖ Der var ikke nogen information om SKYEN i feriehusene. Men som led i studiet fik alle gæster følgende at vide om teknologien på deres sidste feriedag:  
*SKYEN på væggen til indeklimatemåling måler CO2-indhold, luftfugtighed og temperatur. SKYEN lyser blå, når alt er OK og rødt, når man bør åbne et vindue.*



## SKYEN I FERIEHUSENE

- ❖ Alle gæster i feriehusene har bemærket SKYEN på væggen. SKYEN var nem for gæsterne at anvende, og de fleste syntes, at det var en sjov teknologi, som kunne involvere og engagere hele familien.
- ❖ Nogle gæster var dog i tvivl om, hvorvidt SKYEN virkede, da den i løbet af hele ferien kun lyste blå. Andre var i tvivl om kvaliteten af den, da den lyste blå på tidspunkter, hvor de syntes, at der var et dårligt indeklima – f.eks. under madlavning. Nogle gæster var ligeledes skeptiske, da der ingen information var i feriehuset om teknologien, hvorfor de var i tvivl om, hvad den egentlig målte på.
- ❖ Flere gæster var i tvivl om, hvorvidt SKYEN spillede sammen med varmestyringssystemet.
- ❖ I nogle af gæsternes optik er SKYEN ikke en bæredygtig teknologi men i stedet en teknologi, som omhandler indeklima. Ifølge gæsterne er det ikke særlig bæredygtigt, at man åbner vinduerne og dermed lader varmepumpe og radiatorer køre på højtryk bagefter for at regulere temperaturen.
- ❖ Uden en kontekstuel beskrivelse af SKYEN er det ikke klart for brugerne, hvad den gør. Mange gæster nævner, at det vil være rigtig godt med info om SKYEN på væggen ved siden af.



*Min datter genkendte den med det samme, fordi de har haft en i hendes børnehaven. Hun holdt meget øje med den og var helt skuffet over, at den ikke skiftede farve. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Man har brug for mere info, før man virkelig kan forstå den. Man har brug for at vide, hvilke parametre den måler på, for at det faktisk giver værdi. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Vi havde jo ikke fået noget info om den, da vi ikke kunne finde papir i hytten. Så man kunne måske godt bare tro, at det var en IKEA-lampe, så længe den bare lyste blå hele tiden. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Når den lyste rødt, åbnede vi vinduerne, men det tog ret lang tid, inden den blev blå, og fordi vi lukkede så meget kold luft ind, begyndte radiatorerne at varme vildt meget, og det virker jo ikke så bæredygtigt! (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Men jeg vil ikke tillægge den meget mere værdi, end at den er lidt sjov. Det er da en sjov gimmick. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Den lyste rødt om aftenen, når vi satte os i sofaen, men der havde vi jo ikke lyst til at få kold luft ind! (DE, Feriehus – par)*

*Ville være smart med en lille forklaring på væggen ved siden af skyen. (DE, Feriehus – par).*

*Den ligner en lampe, min veninde har – hendes måler bare ikke noget. Jeg finder det ikke slemt, at den er der, men lægger heller ikke mærke til den. Det betyder ikke så meget. (DE, Feriehus – par)*



# GÆSTERNES VALG AF DE MEST BÆREDYGTIGE TEKNOLOGIER/TILTAG I FERIEHUSENE

Ovenfor præsenterede vi de teknologier og tiltag, som har været et specifikt fokusområde at få afdækket i undersøgelsen. På feriens sidste dag fik gæsterne en liste over alle de synlige og usynlige tiltag, der var foretaget i feriehuset, og blev bedt om at vælge dem, de syntes var mest bæredygtige.

- ❖ Det skal bemærkes, at det er *gæsternes egen vurdering* af graden af bæredygtighed. Det er derfor ikke sikkert, at de ting, som gæsterne vælger, rent faktisk (objektivt set) er de mest bæredygtige.
- ❖ Det vurderes, at det har spillet ind på gæsternes valg, at de havde fået opgaver om varmestyrings-, vandspare- og indeklimateknologierne.
- ❖ Det kan bemærkes, at indeklimateknologien (SKYEN) ikke blev valgt som særligt bæredygtig.
- ❖ Desuden var listen begrænset til de ting, der var til stede i feriehusene. Hvor vind- og solenergi blev valgt på campingpladserne, var dette ikke muligt at vælge i feriehusene. Det skal dog bemærkes, at mange gæster (i interviewene) talte om grøn strøm som noget, de tog for givet i et grønt feriehus og særligt i forhold til varmepumpen, hvor mange mente, at den selvfølgelig måtte køre på grøn strøm.
- ❖ Gæsterne oplever det som positivt, når der arbejdes med at fremme bæredygtighed. Gæsterne var i tvivl om, hvorvidt der blev benyttet grøn strøm i feriehusene, og det viser, at det er vigtigt, at bæredygtighedsinitiativerne er synlige for gæsterne eller gøres synlige gennem information, hvis de ikke umiddelbart er synlige.

Tiltag der blev nævnt som de mest bæredygtige:

- ❖ Vandspareteknologi
- ❖ Varmestyringsteknologi
- ❖ Varmepumpe
- ❖ Hårde hvidevarer







I DETTE AFSNIT BESVARES  
KERNESPØRGSMÅLET

- ❖ Hvordan er gæsternes oplevelse af lokalområdet og dets tilbud?

PRÆSENTATION AF INDSIGTER

# OPLEVELSER I LOKALOMRÅDET

# LOKALE OPLEVELSER

EN OPSUMMERING AF INDSIGTER (indsigterne uddybes på de efterfølgende sider):

## LOKALE MADOPLEVELSER GIVER VÆRDI

Mange gæster prioriterer at købe lokale varer, når de er på ferie, da det er en god måde at opleve stedet og området på.

## NATUREN SPILLER EN VIGTIG ROLLE

Gæsterne i undersøgelsen sætter pris på at kunne nyde naturen i det lokalområde, de holder ferie i. De fleste gæster giver udtryk for, at det er vigtigt, at der er plads, ro og natur omkring dem og har kun i mindre omfang ytret ønske om at besøge egentlige turistattraktioner.

## LOKALE MADOPLEVELSER SKAL VÆRE TILGÆNGELIGE OG NEMME AT FINDE

Gæsterne finder det oftest svært at finde bæredygtige og lokale fødevarer samt restauranter. De ytrer ønske om mere information i feriehuset eller på campingpladsen/i hytten om, hvor de kan købe og spise bæredygtigt og lokalt.







## LOKALE MADOPLEVELSER GIVER VÆRDI

- ❖ Mange gæster prioriterer at købe lokale varer, når de er på ferie, da det er en god måde at opleve stedet og området. Det at få lokale varer er for gæsterne en måde at få nye oplevelser, at opleve kulturen, og at 'smage normen' for det gældende sted.
- ❖ At spise lokale varer ses også af gæsterne som værende bæredygtigt, da transport af varer er mindsket, og sæsonens fødevarer bliver brugt.
- ❖ At smage på det lokale områdes fødevarer er for gæsterne en del af det at holde ferie.
- ❖ Mange gæster brugte internettet til at søge efter lokale og bæredygtige indkøbssteder, men den generelle oplevelse var, at det ikke var nemt at finde frem til stederne.
- ❖ Det er ikke så vigtigt, om maden er økologisk, blot den er lokalt produceret.

*Jeg kan godt lide, at man støtter det lokale, og så smager det også meget bedre. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Det er sjovt at købe ind i vejboeder, og vi går selvfølgelig også ud fra, at det er bæredygtigt. (DE, Camping – par)*

*Det lyder bare mere lækkert, når det er lokalt, og du kan mærke og smage omsorgen i maden. (DK, Camping – børnefamilie)*

*Når vi er i Danmark, kan vi godt lide at smage på de regionale fødevarer. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Vi fandt en masse sjove ting – karameller, bolsjer og spegepølse, som vi glædede os til at komme hjem og smage. Det var sjovt at finde og smage på dem – det smager jo bare godt. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Vi spiser mest øko derhjemme, men det er ikke så vigtigt på ferie. (DE, Feriehus – børnefamilie)*





# LOKALE MADOPLEVELSER SKAL VÆRE TILGÆNGELIGE OG NEMME AT FINDE

- ❖ **Svært at finde lokale og bæredygtige fødevarer og spisesteder:** Generelt oplevede feriegæsterne på tværs af feriehusene og campingpladser udfordringer med at finde lokale og/eller bæredygtige madoplevelser. Af indkøbsmuligheder er der oftest kun almindelige supermarkeder, hvor der ikke er meget fokus på lokale og bæredygtige fødevarer. Mange gæster bider mærke i vejeboder som særligt positive oplevelser for indkøb af lokale varer. Der er så godt som ingen restauranter eller cafeer på nogen af de i alt 11 destinationer, der brander sig som bæredygtige eller med fokus på lokale fødevarer. Et flertal af gæster efterspørger bedre muligheder for at købe lokalt og bæredygtigt.
- ❖ Ude på spisestederne var der heller ikke megen fokus på bæredygtighed og lokalt på spisekortet, men de få steder, det var angivet, havde gæsterne angivet det som positivt.
- ❖ **Uden for sæson:** Mange gæster nævner, at det tydeligvis er uden for sæsonen. Boderne med lokale varer var ved at drosle ned, og mange attraktioner og restauranter var lukket. Der er en generel accept af, at der er færre muligheder uden for sæsonen.
- ❖ **Manglende information:** Gæsterne i feriehusene mangler information i husene om bæredygtige og lokale indkøbsmuligheder og restauranter. På campingpladserne nævner mange af gæsterne, at de ville ønske, der var mere information om bæredygtige og lokale spisesteder i receptionen og/eller i hytterne. Mange gæster søger efter steder på internettet, men mange nævner, at det ikke er til at finde bæredygtige og lokale spisesteder, og at informationen ofte er uaktuel, fordi gæsterne er der uden for sæsonen.

*Vi ledte efter steder, vi kunne få lokale varer og endte i en butik inde i byen med et lille udvalg. (DK, Camping – par)*

*Vi ville have været nede på røgeriet og spise. Men der var lukket. (DE, Feriehus – par)*

*Det var meget svært at finde f.eks. frugt og grønt. Måske fordi vi er i oktober, men ellers tror jeg, at det er til at finde. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Vi googled e efter farmers market, men det kunne vi ikke finde. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Vi havde håbet at finde vejeboder, men der kunne vi også mærke, at det var helt off-season. Alt var lukket. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Vi købte ind i vejebod. Mad fra vejeboder er jo ikke sprøjtet, ligesom det vi finder i butikkerne. (DE, Feriehus – par)*

*Det undrer mig, at alt her er sådan lidt tivolifast food mad – der må da også være marked for en rigtig god kop kaffe eller en gourmet-is? (DK, Feriehus – børnefamilie)*



## NATUREN SPILLER EN VIGTIG ROLLE

- ❖ Gæsterne i undersøgelsen sætter pris på at kunne nyde naturen i lokalområdet. Gæsterne fortæller, at det er en oplagt – og oftest gratis og nem – oplevelse at tage på ture ud i naturen på ens ferier. I naturen finder de den ro, som de oftest savner i en travl hverdag.
- ❖ Hvis overnatningsstedet ligger tæt på en strand, er ture til stranden især værdsat og noget, som gæsterne nyder. At gå til stranden for at se solnedgangen, tage et dyp, eller blot for en gåtur er noget, gæsterne nævner som eksempler på dejlige, bæredygtige ferieaktiviteter.
- ❖ Kun et mindre udvalg af gæster valgte at tage på udflugt til seværdigheder som dyreparker, museer eller ind til byen. Dette kan dog skyldes feriens korte varighed på kun 4 dage.
- ❖ Overnatningssteder, der har angivet særlige naturruter, opleves positivt af gæsterne.

*At kunne opleve noget uden at 'berøre' stedet er noget, vi sætter pris på. At vi kan se ting i lokalområdet uden at ændre på stedet, så det står uberørt og uændret, efter vi har været der. (DK, Camping – par)*

*Det er dejligt med den smukkeste natur så tæt på – at man bare kan gå direkte ud i den. (DE, Feriehus – par)*

*Der er virkelig dejlig natur her i området. Det har vi virkelig nydt. Vi havde også overvejet at tage på kanotur. (DK, Camping – par)*

*Huset ligger dejligt tæt på vandet, så vi har løbet rundt på stranden; og så hjem og male på sten. Det var super hyggeligt. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Normalt tager vi til overnatningssteder med meget underholdning for børnene, men her har vi lært, at det at gå ud i naturen er lige så sjovt for dem. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Campingpladsen havde et kort med en cykelrute rundt i plantagen, der var virkelig dejlig. (DE, Feriehus - par)*











# SÆRLIGT FOKUS PÅ TYSKE TURISTER OG PÅ FORSKELLE MELLEM BØRNEFAMILIER OG PAR

De tidligere nævnte indsigter gælder for både de danske og tyske gæster og på tværs af børnefamilier og par.

På de næste to sider beskrives:

- ❖ Indsigter særligt relateret til **tyske gæster**
- ❖ Indsigter særligt relateret til **børnefamilier**





## INDSIGTER RELATERET TIL DE TYSKE GÆSTER

- ❖ En overvægt af tyske gæster har svært ved at forstå beskrivelsen og hele setuppet omkring varmestyring, fordi de ikke kan forstå, at varmepumpen er en varmepumpe. Mange gæster forklarer, at i Tyskland er der tale om jord-til-vand varmepumpe, når man taler varmepumpe. Det, der er i husene, er for dem at se en *air conditioner Klimaanlage*.
- ❖ Det er et problem, at varmestyringen ikke har tysk sprog. Al information skal være på tysk også.
- ❖ Mange tyske gæster mener, at det var naturligt, at varmepumpen kørte på grøn strøm og så det som en meget bæredygtig teknologi, som var et godt skridt væk fra fossile brændsler. Der var dog ikke noget i husene, der fortalte dem, at der blev indkøbt grøn strøm.
- ❖ I Tyskland har man sorteret affald i meget længere tid end i Danmark. De tyske turister synes, det er meget mærkeligt og mangelfuldt, hvis man ikke kan affaldssortere, og hvis det ikke er nemt at finde genbrugsstationen til affaldet.
- ❖ Mange af de tyske gæster betegner brændeovnen som en bæredygtig teknologi, da de mener, at træ er en fornybar [erneubar] energiresource. De synes også generelt, at det er meget hyggeligt, da flere nævnte at der ikke er mange i Tyskland, der har brændeovn.

*Vi kunne ikke finde varmepumpen. [...] Det der er altså et klimaanlæg. (DE, Feriehus – par)*

*I Tyskland er det altså ikke en varmepumpe men et klimaanlæg! Jeg vil lige google det, når jeg kommer hjem, men tror altså ikke, at du kan kalde det der en varmepumpe. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Jeg oplyste i appen, at jeg er tysk, men alligevel var alt på engelsk. Det er ikke let at forstå tekniske ord på fremmedsprog. (DE, Feriehus – par)*

*Vi valgte varmepumpen, da den jo kører på vedvarende energi, og så må det være mere bæredygtigt end fossile varmekilder. (DE, Feriehus – par)*

*Vi kunne ikke finde genbrugsstationen, så vi endte med at tage vores genbrugsaffald med hjem til Hamburg. Der var et kort i huset, der viste vej til genbrugsstationen, men det ville vi ikke tage med, og der var ingen vejskilte på tysk. (DE, Feriehus – børnefamilie)*

*Brændeovnen er bæredygtig, fordi man brænder træ, som er sådan en-til-en bæredygtigt. (DE, Feriehus – par)*





## INDSIGTER RELATERET TIL BØRNEFAMILIER

- ❖ Flere børnefamilier nævner, at bæredygtighed er blevet vigtigere for dem, efter de har fået børn, som de skal overdrage planeten til.
- ❖ Flere børnefamilier nævner det som særligt positivt, at testopholdet og de bæredygtige initiativer har givet dem en mulighed for at snakke om bæredygtighed med deres børn. De nævner, at det har givet anledning til nogle konkrete og gode snakke.
- ❖ Særligt de teknologier, som var lette for børn at forstå og afkode, gav anledning til sjov og involvering fra børnene og blev derfor oplevet som positive af forældrene.
- ❖ Flere forældre har givet udtryk for, at børnene – og særligt de unge – er foran i forhold til bæredygtighed, og at de gamle halter bagud.

*Efter vi har fået vores lille pige, er det [bæredygtighed] da noget, vi tænker mere over. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Bæredygtighed kan jo være lidt flyvsk at tale om, men det har været fedt at kunne tale med børnene om konkrete løsninger. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Det at skulle finde bæredygtige ting gjorde virkelig, at vi fik snakket om – jamen hvad er bæredygtighed egentlig, og hvad er det ikke? (DK, Camping – børnefamilie)*

*Da vi fik øvelserne, blev det en opgave for hele familien, at vi skulle opdage pladsen sammen. Det kunne være sjovt at have andre steder også. (DE, Camping – børnefamilie)*

*Min pige på 12 år har prøvet den og syntes, den var sjov. Men hun blev overrasket over hvor hurtigt tiden går, når man er i bad. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*Vores datter kom stolt ud og sagde, at hun havde taget bad på 1 minut og 20 sekunder. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

*SKYEN var rigtig sjov at have. Den har virkelig engageret børnene, som har råbt og skreget, at nu skulle der luftes ud, når den lyste rødt. (DK, Feriehus – børnefamilie)*

- ❖ Drivere og barrierer for at gæsterne oplever bæredygtighed som et plus på overnatningsstedet

PRÆSENTATION AF INDSIGTER

# DRIVERE OG BARRIERER

# DRIVERE FOR AT GÆSTERNE OPLEVER BÆREDYGTIGHED SOM ET PLUS PÅ OVERNATNINGSTEDET

- ❖ At gæsterne får en oplevelse af, at der er arbejdet bevidst og gennemført med bæredygtighed.
- ❖ At man som gæst får flere og nye måder at agere bæredygtigt på, end man normalt har derhjemme.
- ❖ At bæredygtighedsinitiativerne er synlige for gæsterne eller gøres synlige gennem information, hvis de ikke umiddelbart er synlige.
- ❖ At gæsterne nemt kan forstå, *hvad* de skal gøre, og *hvorfor* og *hvordan* det er bæredygtigt. Man skal kunne se meningen med det, man gør.
- ❖ Gæsterne kan godt lide, hvis de gennem brugen af initiativerne/teknologierne får en følelse af, at de gør det rigtige og noget godt.
- ❖ Historiefortællingen: at det er spændende og sjovt, og at det er godt kommunikeret.
- ❖ At det er nemt at gøre det rigtige – f.eks. at affaldssortere.
- ❖ Hvis gæsten kan se, at de selv sparer penge på at gøre det rigtige.
- ❖ At folk, der er ansat/tilknyttet, kan fortælle om bæredygtighed, teknologier og ikke mindst oplevelser.





# BARRIERER FOR AT GÆSTERNE OPLEVER BÆREDYGTIGHED SOM ET PLUS PÅ OVERNATNINGSSTEDET

- ❖ Hvis teknologien/tiltaget ikke virker, har det en demotiverende effekt på gæsternes samlede oplevelse af bæredygtighed.
- ❖ Hvis det er besværligt og tidskrævende at bruge teknologierne/tiltagene.
- ❖ Hvis man er i tvivl om, hvorvidt man bruger teknologierne/tiltagene rigtigt.
- ❖ Hvis det er for komplekst, hvordan tingene virker, og hvordan de forskellige teknologier hænger sammen – f.eks. at man ikke kan se, hvad der styrer hvad.
- ❖ Hvis to teknologier/initiativer virker modstridende.
- ❖ Hvis man oplever, at det ikke er gjort 'ordentligt' eller gennemført. Hvis man f.eks. ikke har udnyttet lavthængende frugter som udskiftning til LED-pærer eller installation af affaldssortering, inden man får installeret kompliceret teknologi, så oplever gæsten det som falsk markedsføring, hvis man proklamerer sig som et bæredygtigt overnatningssted.
- ❖ Hvis lokalområdet ikke udbyder bæredygtige restauranter, lokale fødevarer og gå- og cykelture i naturen.





I DETTE AFSNIT GIVES  
ANBEFALINGER BASERET PÅ  
INDSIGTERNE

- ❖ Hvilke bæredygtige initiativer skal feriehusene og campingpladserne særligt have fokus på at gøre synlige over for gæster generelt for at øge attraktionsværdien?

3

# ANBEFALINGER

## ANBEFALINGER: BÆREDYGTIGHED MED PÅ FERIE

- ❖ Alle overnatningssteder (feriehuse og campingpladser) anbefales at arbejde aktivt med bæredygtighed, da dette af langt de fleste gæster forventes at blive norm på ferier også, og da bæredygtighed i overvejende grad opleves som positivt af gæsterne.
- ❖ Der kan arbejdes med bæredygtighed på flere måder. Man bør som et minimum give gæsterne mulighed for at bidrage til bæredygtighed via de samme praksisser, som de anvender i hverdagen – dvs. gode muligheder for affaldssortering, LED-pærer, stort/lille skyl på toilettet, svanemærkede rengøringsmidler, energi- og vandsparetiltag, grøn strøm, el-/vandafregning efter forbrug, samt mulighed for at købe lokalt og bæredygtigt på pladsen eller i feriebyen.
- ❖ Disse initiativer i sig selv giver dog ikke belæg for at brande sig som et bæredygtigt overnatningssted, men gæsterne forventer, at de er til stede på ethvert overnatningssted. Det er altså initiativer, som de mest af alt lægger mærke til, hvis de ikke er til stede, og det vil medføre en negativ oplevelse.



## ANBEFALINGER: BÆREDYGTIGHED MED PÅ FERIE

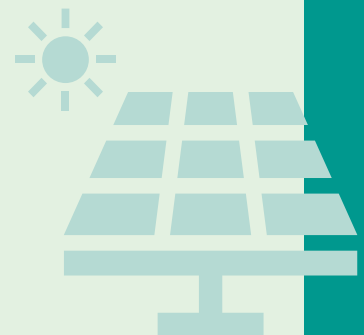
- ❖ Vil man gerne brande sig som et bæredygtigt overnatningssted, bør man have styr på ovenstående tiltag og derudover installere flere tiltag og teknologier, som giver gæsterne mulighed for at agere mere bæredygtigt end normen. Hvis et overnatningssted virkelig skal fremstå bæredygtigt, skal det gøre mere, end gæsterne er vant til i hverdagen. De skal inspireres med nye og velovervejede tiltag.
- ❖ At omdanne et overnatningssted til et bæredygtigt ophold vil altid være en rejse, hvor der kan laves nye og flere tiltag. Tag gæsten med på rejsen, og forklar, hvad du har gjort, og hvor du er på vej hen. Det er altså OK at promovere bæredygtige tiltag, også selvom om man ikke har været hele vejen rundt, så længe man er transparent omkring rejsen.
- ❖ Sørg for, at måden hvorpå der arbejdes med bæredygtighed afspejler og understøtter samfundet/kulturen i de lande, gæsterne kommer fra, så gæsterne forstår de udvalgte tiltags navne, og hvordan de bruges.
- ❖ Undervurder ikke gæsternes viden om og engagement i bæredygtighed. Det er ikke nok at sige, at man arbejder med bæredygtighed – det er afgørende, hvad man gør i praksis. Det er afgørende, at overnatningsstedet sørger for at leve op til det, der kommunikeres om bæredygtighed.
- ❖ Overnatningsstedet bør gøre det muligt – men frivilligt – at bidrage til at øge bæredygtigheden.





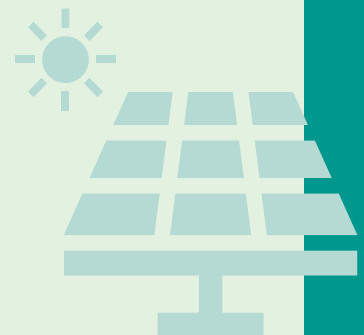
## ANBEFALINGER: BÆREDYGTIGE TEKNOLOGIER OG TILTAG

- ❖ Overnatningsstederne bør så vidt muligt installere og indføre bæredygtige tiltag/teknologier, som er velkendte og udbredte i Danmark og i de lande, feriegæsterne kommer fra. Hvis teknologier/tiltag ikke er velkendte, kræver det ekstra grundig introduktion.
- ❖ Det er altafgørende, at teknologierne virker, er brugervenlige, grundigt testet af inden ibrugtagning, og at gæsterne kan få hjælp, hvis noget driller.
- ❖ Hvis der er teknologier/tiltag, der ikke er synlige for gæsterne, kan det anbefales, at der informeres om disse. Det vil opleves som positivt.
- ❖ Overnatningsstederne bør beskrive brugen af de forskellige teknologier/tiltag på en attraktiv og sjov måde, som indbyder til, at man som gæst har lyst til at anvende dem. Hvis brugen af teknologierne/tiltagene oveni købet kan gøres til en leg for gæsterne – f.eks. ved at give anledning til dialog med børnene om vandforbrug, indeklima eller lignende – er det at foretrække.
- ❖ For hver teknologi bør følgende kommunikeres tydeligt: *Funktion* (hvad gør den), *Virkning* (hvordan gør den det), *Interaktion* (hvad skal gæsten gøre), *Effekt* (hvilken miljømæssig betydning har teknologien og gæstens interaktion). Dette kommunikeres så vidt muligt i situationen, hvor gæsten skal bruge teknologien, f.eks. ved vandspareteknologi på badeværelset.



## ANBEFALINGER: BÆREDYGTIGE TEKNOLOGIER OG TILTAG

- ❖ Sørg for, at teknologierne indgår som en naturlig del af en samlet oplevelse af stedet. Der skal være en rød tråd i de forskellige tiltag/teknologier. Hvis der er konkrete installationer eller genstande, der kan virke modstridende i forhold til bæredygtighed, (f.eks. spa eller sauna), så beskriv gerne, hvorfor disse er bibeholdt og evt. med opfordring til, at de bruges med omtanke.
- ❖ Se bæredygtighedstiltagene som en måde at inspirere gæsterne til selv at øge bæredygtigheden i eget hjem og hverdag. Gæsterne vil gerne inspireres.



## ANBEFALINGER: OPLEVELSER I LOKALOMRÅDET

- ❖ Sørg for, at information om bæredygtige oplevelser såsom attraktioner og aktiviteter er tilgængelig for gæsterne.
- ❖ Sørg for, at information om lokalt producerede og/eller økologiske råvarer og restauranter/cafeer er tilgængelig for gæsterne.
- ❖ Mange gæster kan godt lide at opsøge information ved at spørge ejere eller medarbejdere, så sørg for, at disse er godt klædt på og kender vigtigheden af dialogen med gæsterne.
- ❖ Gå i dialog med virksomheder og personer i lokalområdet, og få dem til at udbyde oplevelser, der passer sammen, har et fælles tema, appellerer til børn eller lignende.
- ❖ Gå i dialog med virksomheder og personer i lokalområdet for at sikre, at der også er noget, som gæsterne kan opleve uden for højsæsonen. Giv gæsterne tydelig information om de tilgængelige muligheder.
- ❖ Gæsterne er meget positive over for al form for information om og inspiration til, hvad man kan foretage sig i naturen omkring overnatningsstedet. Vi anbefaler derfor, at man laver materialer om naturstier og cykelruter, samt at man tilbyder information om og inspiration til leg og aktiviteter i naturen.
- ❖ Informationen skal være tilgængelig i feriehusene, så den er nem for gæsterne at bladre i, mens de taler om, hvad de skal lave. På campingpladserne er det også en god ide at information og inspiration er tilgængeligt i hytterne, men det er også meget vigtigt, at det er tilgængeligt i receptionen, og at receptionisterne også er informerede og kan servicere gæsterne.





