



NATURTURISM
FÖRETAGEN

Växtkraft naturturism Stockholm
260210

Från vilja till verkstad –Växtkraft naturturism Stockholm efter sex månader



Medfinansieras av
Europeiska unionen



Region Stockholm

Sammanfattning

Växtkraft naturturism Stockholm har under sina första sex månader lagt grunden för ett långsiktigt utvecklingsarbete för en starkare, mer professionell och hållbar naturturismsektor i Stockholms län.

Genom bred samverkan och en inledande behovsinventering ger projektet redan nu en tydlig bild av deltagarnas behov, branschens potential för hållbar utveckling samt en indikation på de viktigaste utmaningarna.

Resultaten hittills visar på en stark motivation bland företagen att växa, nå internationella marknader och arbeta mer hållbart och regenerativt. Samtidigt framträder ett tydligt glapp mellan engagemang och genomförandekapacitet.

Många företag har hög guideteknisk kompetens och starka värderingar, men saknar i stor utsträckning strukturer, verktyg och affärsmässiga förutsättningar inom områden som prissättning, affärsutveckling, försäljning, paketering och digital marknadsföring.

Företagen efterfrågar framför allt praktisk vägledning, konkreta exempel och långsiktigt stöd som kan omsätta hållbarhetsambitioner i affärsnytta.

Projektet har etablerat en stabil grund för fortsatt kompetensutveckling, samverkan och validering av kompetens – insatser som är centrala för att stärka naturturismens konkurrenskraft, kvalitet och långsiktiga bidrag till regional utveckling.

En röd tråd utifrån behovs- och kompetensinventeringen så här långt handlar om att gå från inspiration till tillämpning, från vision till struktur och från engagemang till hållbar affärsnytta.

Projektet startade i juni 2025 och pågår till och med 31 augusti 2028.

Växtkraft naturturism Stockholm finansieras av Tillväxtverket genom stöd ur den europeiska regionala utvecklingsfonden, samt Region Stockholm.

I den här rapporten redovisas vad som gjorts inom initiativet de första sex månaderna, några av de resultat som hittills kommit fram. Fokus är också på varför projektet görs samt några viktiga begrepp och förklaringar som ramar in projektet utifrån branshperspektivet.

Innehåll

Bakgrund.....	4
Vad ska Växtkraft göra och hur?.....	4
Varför Växtkraft just i Stockholms län?.....	5
Uppstart, inventering & validering.....	6
Inventering av kunskapsbehov.....	7
Resultat och analys.....	7
Vad händer nu?.....	10
Koll på Växtkraft.....	11
Viktiga begrepp & förklaringar.....	11

Bakgrund

Alla branscher står idag inför behovet av att utveckla hållbara, cirkulära och regenerativa affärsmodeller – för att bevara och stärka natur, miljö och platser, och samtidigt möjliggöra livskraftiga städer, landsbygder och företagande.

Vi vet att den internationella marknaden efterfrågar kvalitetssäkrade produkter. Vi vet också att den nationella marknaden behöver samma sak.

Naturturismföretagen som nationell branschorganisation arbetar för att naturturismföretagandet ska växa och stärka sina marknadsandelar för att möta efterfrågan på kvalitetssäkrade upplevelser i naturen. Inom Växtkraft ligger fokus på att göra just det i Stockholms län.

Vad ska Växtkraft göra och hur?

Växtkraft naturturism Stockholm ska stärka naturturism i Stockholms län och bidra till en hållbar och växande naturturismsektor.

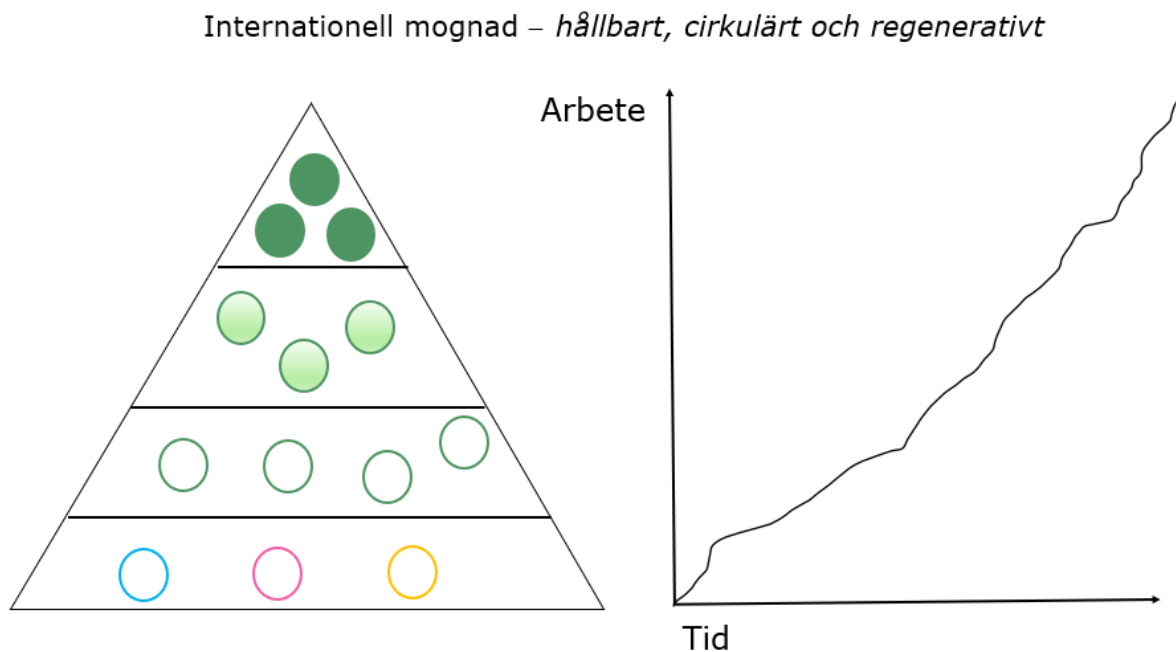
Det ska ske genom att öka professionalismen och medvetenheten hos företag om att anta och implementera regenerativa, cirkulära affärsmodeller för en hållbar ekonomisk tillväxt och landsbygdsutveckling.

Naturturismföretag får utbildningar och workshops med målsättning att förbättra och kvalitetssäkra sina tjänster och leverans av dessa. Deltagande företag får bland annat:

- Skräddarsydd kompetensutveckling
- Workshops och inspirationsträffar

- Möjlighet att ta fram en utvecklingsplan för hållbar, cirkulär och regenerativ tillväxt.
- Inflytande över innehållet i insatserna genom en behovsinventering.
- Möjlighet att samverka, nätverka och sampaketera med andra företag
- Deltagande i en avslutningskonferens i form av ett säljevent.

Målbilden framåt är en förflyttning bland deltagarna i Växtkraft utifrån deras individuella utgångsläge.



Visualisering av förflyttning och valideringsprocessen. Målgruppen befintliga företag ska nå internationell mognad och ta sig uppåt i triangeln. Grafik: Naturturismföretagen.

Initiativet ska inte enbart stärka redan befintliga företag verksamma inom naturturism. Det ska också inspirera fler att starta naturturismföretag och utveckla naturturistisk verksamhet genom till exempel kompetensinsatser och nätverkande samt främja samverkan mellan branscher och företag och gemensam platsutveckling.

Varför Växtkraft just i Stockholms län?

Naturturismbranschen- där natur-, kultur- och ekoturism ingår, har stor potential för utveckling och att bli en större del av den svenska besöksnäringen. Den är också en stark drivkraft i omställningen till hållbar, lokal och cirkulär ekonomi.

Företagen som levererar naturupplevelserna är ryggraden i svensk besöksnäring. Det innebär att ett betydande antal av besökarna i större städer är på väg till eller från upplevelser i naturen. Region Stockholm, Stockholms skärgård och

landsbygd speglar denna bild väl. I länet likaväl som i andra delar av Sverige, finns stora möjligheter att möta den ökande efterfrågan på naturupplevelser.

I Stockholms län och även andra delar av landet finns fortfarande många besöksnäringföretag eller entreprenörer i andra branscher som inte identifierar sig som naturturismföretagare då naturturism inte är deras direkt huvudprodukt, trots att verksamheten direkt eller indirekt har naturen som utgångspunkt. Det kan till exempel vara lokala mat-/dryckesproducenter, gårdsbutiker, kulturaktiviteter, transportföretag, boenden och guider.

Vandring är stort inom naturturism, det är också den mest efterfrågade reseanledningen. Aktörer i Stockholms län har sedan en tid arbetat med attraktiva kvalitetssäkrade och hållbara leder, bland annat genom länsstyrelsen som samordnare, och genom arbetet med utvecklingen av Stockholm Archipelago Trail. Växtkraft jackar i det arbete som gjorts och som görs. Aktörer med koppling till de här satsningarna är viktiga samverkanspartners och deltagare i projektet.

Uppstart, inventering & validering

Med start sommaren 2025 och fortsättning under hösten har Naturturismföretagens projektorganisation arbetat med planering, struktur och utifrån projektets mål och syften tagit fram bland annat tidplan, kommunikationsplan och träffat nyckelpersoner i samverkansorganisationerna.

I mitten av september hölls en digital informationsträff med samverkansorganisationer och företagare i deras nätverk.

Tidigt bildades en *samordningsgrupp* från offentliga verksamheter och företagare. Samordningsgruppen är viktigt för att upprätthålla en bred samverkan och för att säkerställa att arbetet går i rätt riktning för att nå mål och syften med projektet. Gruppen har träffats två gånger det gångna halvåret, en gång digitalt och en gång fysiskt i Stockholm. Målsättningen är fyra träffar per år.

Det första halvåret har också handlat om att *informera potentiella deltagare om projektet och bjuda in dem till att delta*. I det första skedet har det främst lagts fokus på den primära målgruppen; företag och föreningar som är verksamma inom eller gynnas av naturturism.

Arbetet har skett med hjälp av samordningsgruppen och deras respektive nätverk och kanaler samt Naturturismföretagens egna nätverk och kanaler.

Naturturismföretagens projektmedarbetare har som en del i detta också *deltagit i flera träffar arrangerade av samverkansaktörer*. Syftet har varit att sprida information om Växtkraft och naturturismens möjligheter, få deltagare, bredda nätverket och fånga in befintlig kunskap och arbete från länet för att skapa ytterligare relevans för Växtkraft.

- Beredningsgruppsmöte, Stockholm Archipelago
- Destinationsdag (Österåker, Norrtälje och Östhammar)
- Sampaketeringsträff Stockholm Archipelago (oktober).
- Regionalt vandringsledsforum, arrangerat av Länsstyrelsen Stockholm (november).
- Deltagande i Stockholm Archipelago styrgruppsmöte (december).

En del i projektet är att Naturturismens yrkesnämnd har i uppdrag att ta fram ett första utkast till *validering av kompetens för naturturismföretagare*. Arbetet är i gång och testas genom behov- och kompetensinventeringen som görs.

På längre sikt är tanken att valideringssystemet ska utvecklas så att det täcker de internationella behoven av ett valideringsverktyg för den fortsatta professionaliseringen av naturturismbranschen. Det sistnämnda ligger utanför projektet.

Inventering av kunskapsbehov

Parallellt med att informera om projektet och bjuda in till deltagande har kompetensinventeringen påbörjats, i två steg: en intresseanmälan med inledande behovsfrågor (enkät ett) för att fastställa vad deltagarna behöver och för att kunna lägga upp kompetensutvecklingsinsatserna baserat på faktiska behov och inte antaganden.

Insatsen följs upp av enkät två med ett mer djupgående frågebatteri som också innehåller också ett självskattningsmoment för att få en bild av deltagarnas kunskapsnivå och djupare behov.

Responsen på insatsen har så här långt varit positiv. Ett 50-tal har företagare har visat intresse och fler hälften gått vidare och anmält sig till de fortsatta insatserna, som inleds med en fysisk träff i Stockholm 27 januari 2026.

I skrivande stund pågår fortfarande insamling av svar genom enkät två (behovsinventering och självskattning). Deltagare som kommer in i ett senare skede ges möjlighet att svara på den fördjupande enkäten så att hänsyn också tas också deras behov och önskemål framåt i initiativet.

Resultat och analys

Frågorna i den inledande intresseanmälan omfattar bland annat styrkor och kompetenser för en framgångsrikt företagande, vilka kunskaper inom naturturism som saknas samt vilka behov det finns för att möjliggöra att arbeta mer regenerativt.

Frågorna baseras på arbetet som tidigare gjorts inom Stockholm Archipelago Trail, utifrån arbetet med kvalitetssäkrade leder i Stockholms län och tidigare

kunskap som Naturturismföretagen samlat på sig utifrån erfarenheter som branschorganisation och huvudman för kvalitetsmärkningen Nature's Best Sweden.

49 personer har svarat, det här är något av det som kommit fram:

Specifika kunskapsbehov

De fem främsta kunskapsbehoven som de svarande angett är

- Digital marknadsföring och försäljning
- Affärsutveckling och prissättning
- Hållbarhet och regenerativt företagande i praktiken
- Samarbete och nätverk
- Storytelling och visuell kommunikation

Flera företag uppger att de vill arbeta mer regenerativt men saknar tid, verktyg och ekonomiska resurser. De vill också kunna mäta och kommunicera hållbarhetsinsatser samt skapa produkter men upplever inte att de har rätt verktyg.

Flera av behoven som kommit fram i svaren täcks in av befintliga kompetensutvecklingsmoduler som Naturturismföretagen har tagit fram sedan tidigare, till exempel gällande hållbarhetsarbete, värdskap, plats- och destinationsförståelse och vad som gäller för att bedriva turism på annans mark.

Det har också identifierats andra behov och önskemål som följer med i Växtkraft framåt, till exempel digital marknadsföring, affärsutveckling och prissättning för sampaketering, fördjupning inom regenerativt företagande, projektledning, med mera.

Fördjupning med självskattning

Frågorna i den mer djupgående enkäten handlar bland annat om *vilken relation de svarande har till den internationella marknaden, vilka de största utmaningarna är gällande att utveckla sitt företagande, vilka av de identifierade kompetensutvecklingsinsatserna som är viktigast och mest prioriterade samt vilket stöd förutom utbildningsinsatser det finns behov av.*

I frågebatteriet ingår också en skattning kring den egna kunskapen inom en rad områden som har betydelse för kvalitetssäkra företagande inom naturturism.

Skattningen baseras på material från Naturturismens yrkesnämnd i arbetet med att ta fram ett första utkast till validering av kompetens för naturturismföretagare.

Den mer djupgående enkäten är ännu inte analyserad i sin helhet då vi i skrivande stund fortfarande inväntar svar samt att vi löpande fortsätter ta emot

deltagare.

Det här är några saker vi kan se utifrån de svar vi hittills fått in genom den fördjupade enkäten:

Ungefär hälften av respondenterna arbetar idag aktivt med försäljning mot en internationell marknad. Av de som inte gör det uppger merparten att de vill eller har en ambition att utveckla det.

De flesta som svarat så här långt bedriver verksamhet inom naturguidning och vandring. Flera arbetar med kulturguidning, kursverksamhet, och yoga/skogsbad. Några driver boenden som till exempel camping, hotell, glamping, pensionat eller transport av gäster.

Främsta utmaningarna -tid, pengar och ett större nätverk

En av frågorna vi ställer i enkät två är *Vilken/vilka är de största utmaningarna i att vidareutveckla ditt företagande för att möta den ökade efterfrågan på naturupplevelser?*

De flesta har svarat att de behöver fler samarbetspartners. Många har också svarat att de har svårt att få tiden att räcka till och att det är brist på finansiering eller att de inte har tillräckliga kunskaper eller ett för litet nätverk.

Avsaknad av tid, verktyg och resurser är något som även nått Naturturismföretagen i andra sammanhang.

Tiden är en svårt nöt att knäcka eftersom det inte finns några genvägar till framgång – som företagare behöver man ta sig tid och prioritera för att möjliggöra att fokus på rätt saker.

Verktyg är något som Naturturismföretagen delvis redan har och som ska utvecklas vidare och fördjupas inom projektet - främst verktyg för kompetensutveckling där behoven är som störst och ger mest effekt.

Resurser är också en prioriteringsfråga – att deltagande i Växtkraft är kostnadsfritt är en möjlighet som kan bidra positivt till detta.

Genom aktiviteterna i Växtkraft, samt utifrån Naturturismföretagen som branschorganisation som har ett stort nätverk av företag och samverkan med andra aktörer som arbetar främjande för naturturism, finns stora möjligheter att fler dörrar ska öppnas för deltagarna.

Tillämpning, struktur och hållbar affärsnytta

I självaktningsmomentet har det så här långt kommit fram att kunskap inom guidetekniska ämnen (såsom värdskap, plats- och naturkunskap, första hjälpen, kunskapsförmedling etc.) är relativt hög.

Det finns utvecklingspotential när det handlar om kunskap kring prissättning och

lönsamhet, affärsutveckling och paketering, försäljning och distribution samt digital marknadsföring och systemstöd.

Detta indikerar att det finns ett glapp mellan stark vilja och goda värderingar som det å ena sidan finns gott om, medan verktyg för genomförande behöver stärkas.

Hållbarhet och regenerativt företagande är fortsatt centrala frågor, men i enkät två uttrycks en tydlig skepsis mot abstrakta begrepp och "buzzwords"/modeord.

Företagen efterfrågar praktisk vägledning, konkreta exempel och stöd i hur hållbarhet kan integreras i affärsmodellen utan att äventyra den ekonomiska bärkraften.

Svaren på den första enkäten och så här långt i den andra bekräftar Naturturismföretagens tidigare kännedom gällande behov bland företagen. Vi kan också konstatera att behoven inte nämnvärt skiljer sig åt från andra delar i Sverige.

Tillsammans visar båda enkäterna att målgruppen är redo för nästa steg: Från inspiration till tillämpning, från vision till struktur, från engagemang till hållbar affärsnytta.

Sammanfattade insikter ur ett företagsperspektiv

- Hög motivation och utvecklingsvilja
- Stort fokus på internationell marknad
- Starkt guidetekniskt kunnande
- Stort behov av affärs- och marknadsverktyg
- Skepsis mot abstrakta hållbarhetsbegrepp
- Stor efterfrågan på konkreta tillämpningar

Ett första utkast för validering av kompetens

En rad viktiga och branschcentrala kompetenser har identifierats. Dessa används i den fördjupade enkät med självskattning som deltagande företag svarar på. Det är en grund för att kunna se utvecklingen framåt.

Vad händer nu?

Framåt i Växtkraft naturturism Stockholm fortsätter arbetet med att få fler deltagare och samla in information kring behov och kompetensnivå – gentemot målgruppen befintliga företagare/föreningar.

Kompetensutvecklingsinsatser och företagscoaching påbörjas, fortgår också in på 2027.

Under året justeras befintliga kompetensmoduler utifrån deltagarnas behov.

Det ska också utvecklas nya moduler samt genomföras kompetensutvecklingsinsatser, både i form av individuellt arbete, digitala och fysiska träffar. Arbetet kommer pågå även under 2027.

Planering pågår för aktiviteter och konkret genomförande för projektets övriga målgrupper; markägare och andra intressenter i området som har anknytning till naturturism samt de av dessa som är nyfikna på att starta naturturismföretag.

Koll på Växtkraft

[Grundläggande projektinformation>>](#)

[Här samlas sådan som är på gång, har gjorts, den översiktliga tidplanen, samt material som tas fram i projektet>>](#)

Viktiga begrepp & förklaringar

Naturturism

Turism där naturen är den primära reseanledningen och upplevelsen bygger på möten med natur och kultur.

En definition som ofta används är från Nationell naturturismstrategi (2018):
Naturturism är förflyttad konsumtion i form av aktiviteter, boende, måltider och andra turismtjänster där själva naturupplevelsen är i centrum.

Naturturismföretag

Ett företag som erbjuder tjänster och produkter till besökare och som har naturen och kulturen som primär reseanledning. Som naturturismföretagare tar man betalt för sina tjänster.

Naturturism versus friluftsliv

Den främsta skillnaden är att friluftsliv är något människor ägnar sig åt på egen hand eller som arrangemang i ideell regi medan naturturism är när en produkt/tjänst säljs av en företagare, köps och upplevs av en gäst.

Hållbar turism

Turistiska verksamheter som minskar negativa effekter och skapar balans mellan miljö, sociala och ekonomiska faktorer.

Cirkulär turism

Resurseffektivitet och kretsloppstänkande för att minska negativ påverkan och återbruka resurser.

Regenerativ turism

En form av transformativ turism som har positiva effekter på den omgivande världen; på kultur, miljö, människor och samhälle. (Definition av Sveriges

Lantbruksuniversitet).

Det handlar om att aktivt arbeta för att förbättra natur, kultur och samhälle (lämna platsen i bättre skick än innan du kom).