

CRT Videnscafe

13.december 2018
Stenbrudsgården

Program:

15:10 Jesper Manniche: Cirkulær Økonomi – En ny og bedre etikette på en gammel vin. Turisme som eksempel.

15:30 Hans-Christian Holmstrand: Bornholm som samfundslaboratorium for udvikling af bæredygtige affaldsløsninger.

- 10 minutters pause -

16:00 Anne Thomas: Cirkulær økonomi som platform for virksomhedsinnovation.

16:30 Spørgsmål, diskussion, perspektiver

CRT Videnscafe
Stenbrudsgården, Nexø
13. december, 2018

Cirkulær Økonomi – En ny og bedre etikette på en gammel vin. Turisme som eksempel

Jesper Manniche
Center for Regional- og Turismeforskning

Indhold

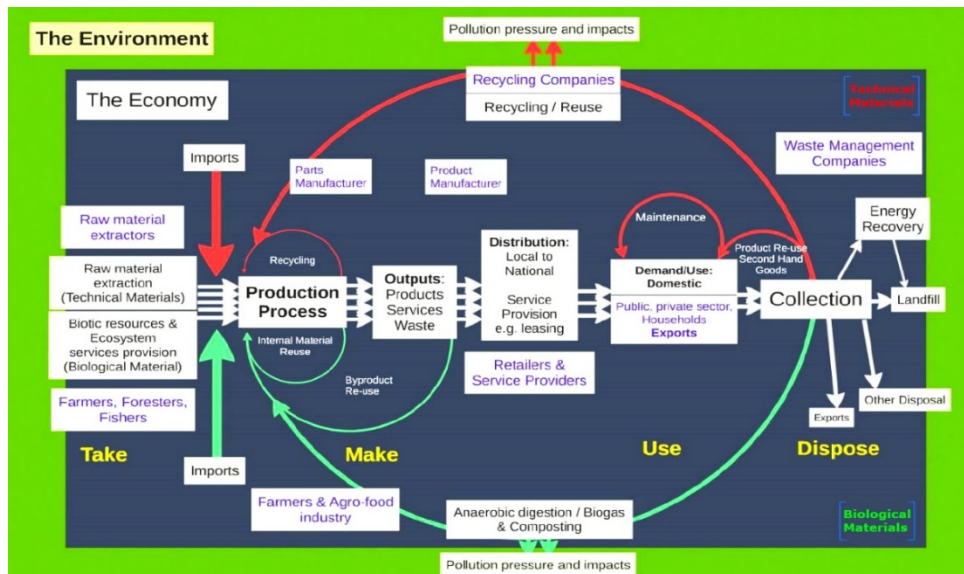
1. Hvordan skal vi forstå begrebet Cirkulær Økonomi - og hvorfor er det vigtigt?
2. Turismen i den cirkulære økonomi – Hvordan kan turismevirksomheder medvirke til en omstilling mod cirkulær økonomi?
 - Produktion-orienterede muligheder
 - Forbruger-orienterede muligheder
3. Summing up and concluding

Hvordan defineres Cirkulær Økonomi?

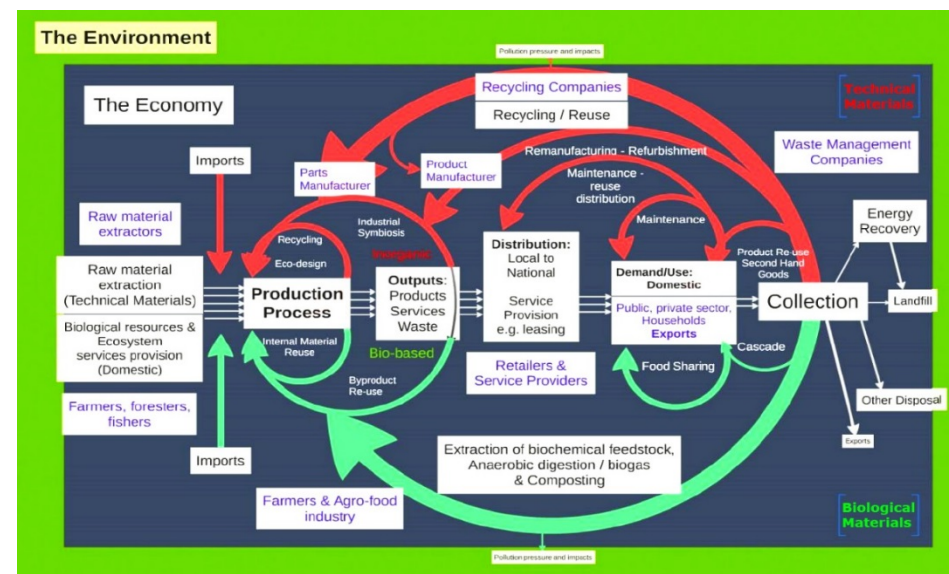
Ellen Macarthur Foundation (2013):

”En cirkulær økonomi er et økonomisk system, som er **restorativt eller regenerativt i intention og design**. Det erstatter ‘end-of-life’ konceptet med gendannelse, omstilling til brug af vedvarende energi, eliminerer brugen af giftige kemikalier, og sigter mod at eliminere affald gennem design af materialer, produkter, systemer, og forretningsmodeller.”

En lineær økonomi



En cirkulær økonomi



Figurer fra Vanner et al. (2014, p. 5)

Hvordan skal vi forstå Cirkulær Økonomi?

Den cirkulære økonomi anviser en praktisk, løsningsorienteret tilgang til bæredygtighed, baseret på nogle fundamentale principper for produktion, distribution og forbrug (Reduce, Reuse, Recycle, Redesign, Remanufacture, and Recover).

“Sustainability is the goal – circularity is the way” - Ikke et nyt mål, men et (nyt) sæt af principper for at nå målet.

Cirkulær Økonomi handler ikke kun om, hvordan vi producerer og distribuerer varer og serviceydelser, men også om hvordan vi forbruger (Fra “forbrugere” til “brugere”)

Hvorfor er den Cirkulære Økonomi vigtig?

- Den er en måde at redde planeten (naturlige ressourcer, biodiversitet, forurening etc.)
- Den er en måde at udvikle mere profitable virksomheder (spare udgifter, innovation af produkter og processer, nye indtægtskilder, nye kundegrupper, nyt image/brand, first-mover fordele)
- Den er en måde at engagere medarbejdere i udvikling af mere attraktive job
- Den er en måde at involvere kunder (turister) og borgere i udvikling af mere bæredygtige former for forbrug/brug

Cirkulær Økonomi og Turisme – Hvordan kan turisme medvirke til omstilling mod en cirkulær økonomi?

I et overordnet "systemtransition" perspektiv udgør **turismesektoren kun en lille niche**, som afhænger af vidtforgrenede værdi- og forsyningskæder, lovgivning, teknologier, infrastrukturer etc. Turismen kan medvirke til, men ikke alene realisere en virkelig cirkulær økonomi. Samordnede private og offentlige tiltag på lokalt, nationalt og internationalt niveau er nødvendige.

Og så alligevel: **turisme er en nøglesektor** for omstilling til cirkulær økonomi ikke mindst i forhold til udvikling af mere bæredygtige forbrugsformer – "Transformative Turisme"

Cirkulær Økonomi og "Transformative Turisme"

Forbruger-orienterede muligheder:

Turismen er en "showcase", der illustrerer vigtige elementer af den cirkulære økonomi (deleøkonomi, oplevelsesøkonomi), og den har særlige forudsætninger for at fremme FN's bæredygtigheds mål om mere "*sustainable consumption*", dvs. "*Transformative Tourism*" (UNWTO, 2016; Smith, 2018).

"Deleøkonomi" og turisme:

Som turister efterlader vi vores ting derhjemme og bruger i stedet de ting og effekter, som værten stiller til rådighed (et rum, en seng, måltider osv.), dvs. "collaborative consumption". Nogle af forretningsmodellerne i den cirkulære økonomi – fx erstatte ejerskab med adgang, deling af ressourcer mellem mange brugere – er allerede på plads i turismesektoren.

Men "deleøkonomien" kan organiseres og udnyttes langt bedre og mere strategisk som et kerneelement i produktion af serviceydelser og oplevelser til gæster ("Kom som du er og brug hvad vi har").

Gæsters brug og evaluering af varer, service og oplevelser, stillet til rådighed af værten (fx regnfrakker, cykeludstyr, legetøj, bøger etc.) kan blive en vigtig del af et hotels **markedsføring og storytelling** – dog ikke som "green washing" og uden initiativer målrettet materiale strømme.

Kommunikation og markedsføring er centrale aktiviteter i en strategi om Cirkulær Økonomi.

Cirkulær Økonomi og "Tranformativ Turisme"

Forbruger-orienterede muligheder:

Oplevelsesøkonomi og turisme

- Turisme er defineret som produktion/co-creation of oplevelser. Forretningsmodeller og værdiskabelse afhænger ikke af funktionelle produkttegenskaber, men af leveringen af mindeværdige, autentiske oplevelser, som er samskabt af vært og gæst og af storytelling om sådanne (Pine and Gilmore, 1999)
- Turisme er baseret på en interpersonel *vært/gæst-relation*, som giver muligheder for personaliseret interaktion og indflydelse på den måde, som gæster tænker og handler - før, under og efter deres ophold.
- Cirkulære ideer og principper kan være gode narrative værktøjer, der kan inkludere og engagere gæster i oplevelsesproduktion, der har positive sociale og miljømæssige følger (collaborative consumption)

Turismevirksomheder som "Transformative Living Lab"

Hoteller, restauranter, konferencестeder, og hele destinationer kan reorganisere sig som *Transformative Living Labs*, hvor gæster eksperimenterer, leger med, får information og viden om, og reflekterer over organiseringen af deres hverdag, ressourceforbrug (inkl. deres bolig/husholdning), sociale adfærd, relationer osv.

Gæsters brug af energi, elektricitet, vand, mad osv. under deres ophold kunne blive reflekteret i *prisen*, dvs. gæster bliver belønnet for "ansvarlig adfærd". Gæster kunne endda få mulighed for at producere deres egen elektricitet via kondicykler og opnå kontante fordele (fx Crowne Plaza Hotel/København).

Cirkulær Økonomi og "Transformativ Turisme"

Produktion-orienterede muligheder:

Turismevirksomheder har stort forbrug af (og omkostninger til) ressourcer som energi, vand, bygninger, fødevarer, møbler osv., som kan reduceres ved at implementere cirkulære principper/praksisser (reduce, reuse, recycle, recover) i aktiviteter og forsyningskæder.

Reduktion af ressourceforbrug:

- Energibesparelse – optimering af bygninger (turisme er en nøglesektor for byggeindustrien!)
- Vand- og energibesparende vaskeri-teknologi (fx Berendsen og Viktor Vask)
- Forlænge livet/brugen af møbler, tæpper, udstyr gennem reparation, reuse, re-manufacturing
- Reducere madaffald gennem nye praktisser, dvs. produce-on-demand i stedet for buffet, personaleoplæring etc.

Nye produkter/indtægtskilder:

- "Design-out-waste" er optimalt – men hvis ikke muligt: Madaffald kan videresælges og skabe nye indtægtskilder (*Too Good To Go* (<https://toogoodtogo.dk/>))
- Salg/redistribution af andre "bi-produkter" såsom brugte møbler, madrasser, byggematerialer etc. ("remanufacturing" og "up-cycling");
- Udleje af el-drevne biler (som den østrigske skidestination Werfenweng <https://www.werfenweng.eu/EN/SAMO>).

Tak for opmærksomheden!

Jesper Manniche
Seniorforsker, PhD
manniche@crt.dk
www.crt.dk

Manniche, J.; Larsen, K.T.; Broegaard, R.B.; Holland, E. (2018).
Destination: A circular tourism economy. A handbook for transitioning toward a circular economy within the tourism and hospitality sectors in the South Baltic Region, <http://cirtoinno.eu/ce-handbook>.

CIRTOINNO



CRT
CENTRE for REGIONAL
& TOURISM RESEARCH