



Aalborg Universitet

AALBORG UNIVERSITY  
DENMARK

## Mod en grønnere fremtid: Attraktioner og overnatningssteders grønne omstilling

Halkier, Henrik; James, Laura; Therkelsen, Anette; Ren, Carina

*Publication date:*  
2024

[Link to publication from Aalborg University](#)

*Citation for published version (APA):*

Halkier, H., James, L., Therkelsen, A., & Ren, C. (2024). *Mod en grønnere fremtid: Attraktioner og overnatningssteders grønne omstilling.*

### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at [vbn@aub.aau.dk](mailto:vbn@aub.aau.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



**MOD EN GRØNNERE FREMTID**  
**Attraktioner og overnattingssteders**  
**grønne omstilling**

Henrik Halkier, Laura James  
Anette Therkelsen og Carina Ren  
Aalborg Universitet  
December 2023

# Indhold

- Formål, opbygning og metoder s. 3-4**
- Bæredygtighed: Visioner og virkemidler s. 5-7**
- Attraktioner og bæredygtighed s. 8-13**
- Overnatningssteder og bæredygtighed s. 14-19**
- Konklusion: Diversitet og policy-implikationer s. 20**
- Litteraturliste s 21**

Projektet er støttet af  
 Danmarks  
Erhvervsfremmebestyrelse

## Innovation handler om tid og sted

Mindre turismevirksomheder er ofte blevet opfattet som mindre innovative (Sundbo m.fl. 2007, Hjalager 2010). Men vi har også set at COVID 19 pandemien både har været påtrængende anledning til fornyelse og en tiltrængt tænkepause i hverdagens centrifuge af drift og gæster (Ren m.fl. 2021, Breier m.fl. 2021). Vi har derfor undersøgt to fremtrædende former for innovation, digital og bæredygtig, i mindre danske turismevirksomheder.

Denne rapport forsøger at tage temperaturen på grønne innovationsmuligheder og -udfordringer i både attraktioner og mindre overnatningssteder. Samtidigt udgives en tilsvarende rapport, der sættes fokus på digital innovation i både attraktioner og mindre overnatningssteder.

Innovation afhænger nemlig i høj grad af konteksten: hvilken virksomhed og hvilken form for forandring (Pikkemaat m.fl. 2021). Også i dansk turisme.

# Formål og opbygning

Denne rapport har til formål at belyse centrale muligheder og udfordringer indenfor grøn innovation i mindre turismevirksomheder i Danmark, samt at identificere implikationerne heraf med hensyn til turisme- og erhvervsfremme.

Rapporten bygger på en undersøgelse gennemført i 2023 af forskere fra Aalborg Universitet. Arbejdet er medfinansieret af Erhvervsfremmebestyrelsen som led i *Kickstart Dansk Turisme 2.0*-projektet.

Rapportens forfattere vil gerne takke Kristina Buhagiar, Heidi Eskildsen og Nanna Brunnstrøm, som alle har bidraget til data-indsamling og analyse.

*Fotos: AAU, lifeforstock og vecstock on Freepik, Unsplash, Djurs Sommerland, Destination NORD, VisitDenmark, forfatterne.  
Korrektur: Alcina og Grethe Fallesen.*



# Undersøgelses metoder

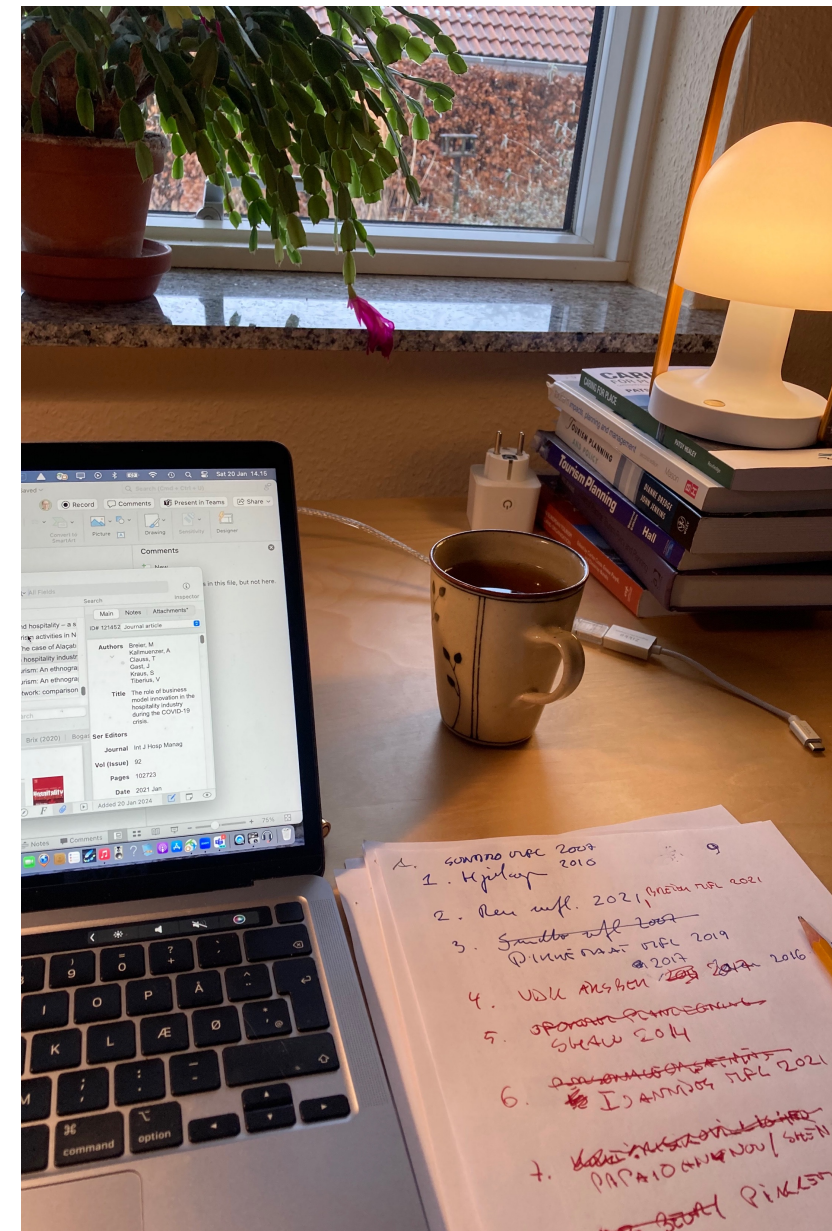
Centrale temaer i undersøgelsen er hentet fra den eksisterende litteratur om innovation i turisme, særligt små turismevirksomheder, samt grøn innovation.

Designet er eksplorativt, da vi forsøger at identificere de organisatoriske og videnskæssige forhold, der fremmer og hæmmer innovation og forandring i mindre danske turismevirksomheder.

Der er gennemført i alt 27 kvalitative interviews i 2022/23, med hhv.

- 6 museer, 6 videnscentre, 3 forlystelsesparker
- 5 små og mellemstore hoteller, 7 B&Bs

Derudover er der gennemført interviews med brancheeksperter samt analyse af rapporter og strategier.



# Bæredygtig på turismedagsordenen

Bæredygtighed har længe været et plus-ord i dansk turisme, men de sidste par år er bæredygtighed for alvor kommet på turismedagsordenen.

Regeringens nationale strategi for bæredygtig vækst i turismen (Regeringen 2022) fastlagde det overordnede mål, og indenfor deres respektive områder følger turismefremmeorganisationerne op. Der tales om klimahandling og omstilling (Danske Destinationer 2022), bred samfundsmæssig værdi (MeetDenmark 2022), turisme til gavn for 'hele hovedstaden og dens indbyggere' (WoCo 2022), og fokus på grønne og bæredygtige ferieformer (DKNT 2022).

Men bæredygtighed er et mange-faceteret og omdiskuteret begreb (Fennell & Cooper 2020), og derfor er det afgørende, hvordan de overordnede principper oversættes til konkrete handlinger i turismevirksomheder og –organisationer.

... miljømæssig, økonomisk og socialt bæredygtig vækst, så Danmark kan indfri potentialet for at blive en af verdens mest bæredygtige turismedestinationer

*Regeringen: National strategi 2022*

- lokalt samarbejde, investering
- klimahandling, bæredygtige valg
- incitament til omstilling, bred værdiskabelse

*Danske Destinationer: 6 dogmer for destinationsudvikling 2023*

... møder, messer og kongresser afviklet i Danmark skal have en lav miljø- og klimapåvirkning og skabe en bred samfundsmæssig værdi.

*MeetDenmark: Bæredygtighedsplan 2022*

# Bæredygtighed i praksis

Ifølge den klassiske definition fra Brundtland rapporten (World Commission on Environment and Development 1987) er bæredygtig udvikling en udvikling, som opfylder de nuværende behov uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare.

I turisme er denne meget brede definition i praksis blevet operationaliseret gennem de såkaldte tre søjler: økonomisk, social og miljømæssig bæredygtighed. Bæredygtige turismeindsatser omfatter derfor alt fra social diversitet og lighed, til kulturarv, biodiversitet, og klimaforandring.

Men måske er bæredygtighed alligevel utilstrækkeligt: stadig flere vil hævde, at turisme skal styrke samfundenes og økosystemernes evne til at regenerere. Det er ikke nok at undgå yderligere skader, det skal blive bedre (Bellato m. fl. 2022).

Selv med de bedste intentioner er bæredygtighed med andre ord bestemt ikke ligetil at praktisere. Virksomheder og destinationer står overfor vidt forskellige udfordringer og muligheder, og det er svært for både virksomheder og gæster at vurdere, hvorvidt et produkt eller en service faktisk er bæredygtig. Derfor er der de senere år kommet stort fokus på, hvordan denne usikkerhed kan reduceres.



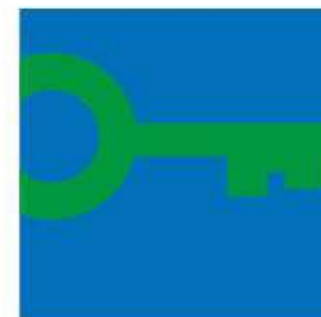
# Certificering

Bæredygtigheds certificeringer er baseret på en række kriterier eller indikatorer, der specificerer de standarder og praksisser, som en virksomhed skal leve op til og engagere sig i for at opnå certificeringen.

Certificeringen har til formål at hjælpe turismeerhvervet og destinationerne til at arbejde med bæredygtig turisme udvikling og måle de fremskridt, der gøres. Det skaber gennemsigtighed, både indbyrdes mellem turismeaktørerne og i forhold til potentielle gæster, og kan derved modvirke virksomhedernes frygt for 'greenwashing' (Jørgensen 2023).

Certificering er et centralt element i regeringens nationale turismestrategi, men er et værktøj, der bruges på forskellige måde af forskellige aktører. For nogle turismevirksomheder, for eksempel hoteller og conferencecentre der arbejder med offentlige organisationer, er miljøcertificering ofte et krav.

For mindre virksomheder kan det være svært at navigere i et hav af forskellige certificeringsordninger, at arbejde med og investere i en meget bred vifte af bæredygtighedsområder, og løbende leve op til krav om dokumentation, også efter de har opnået certificering.



Green Key



EARTHCHECK



Kilde: GDS Destination Sustainability Academy



**ATTRAKTIONER  
OG  
GRØN OMSTILLING**



# Grønnere attraktioner

Men hvordan stiller danske attraktioner sig til bæredygtig udvikling? Vores undersøgelse viser, at mens nogen stiller sig noget tøvende, så er andre i fuld gang med at bevæge i en mere bæredygtig retning.

Den primære indsats finder vi på den interne drift, som bl.a. omfatter

- reduktion af energiforbruget, mere bæredygtige energiformer
- affaldssortering, bæredygtig emballage, madspildsordninger
- lokale producenter og råvarer
- genbrug af byggematerialer

Men enkelte tiltag retter sig også direkte mod gæsterne, herunder

- nudging af kunderne til affaldssortering
- udbud af mad baseret på lokale råvarer
- biodiversitet på attraktionens arealer

I det følgende ser vi nærmere på drivkræfter og udfordringer i udviklingen, herunder hvilken rolle grøn certificering vil kunne spille.



# Grønne drivkræfter

De interviewede attraktioner falder groft sagt i tre grupper.

*De dedikerede grønne* ser bæredygtighed som en central værdi for attraktionen, uafhængig af marked og bundlinje. Det er med andre ord en samfundsforpligtelse som organisationen bør leve op til.

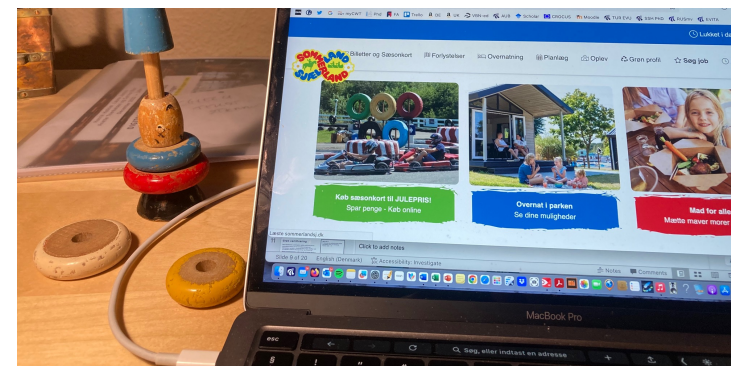
*Pragmatikerne* anskuer i højere grad grønne bæredygtighedstiltag som del af en succesfuld forretningsudvikling i tråd med stigende efterspørgsel blandt turister, som kan sikre rentabel drift og forbedre virksomhedens image.

*De tøvende* som er mere usikre på, i hvilket omfang bæredygtige løsninger efterspørges af deres gæster, som er mere fokuseret på attraktionens kerneoplevelse end på 'den grønne indpakning'.

Selvom samtlige positioner findes på tværs af attraktionstyperne, så finder vi mest pragmatik blandt forlystelsesparkerne, og, interessant nok, både mest tøven og mest dedikation blandt videnscentre og museer.

**Sommerland Sjælland** er en forlystelsespark i Odsherred, der primært henvender sig til børnefamilier. Attraktionen har adopteret den nationale turismestrategis ambition om, at turister skal inspireres til mere bæredygtig adfærd, og man testede derfor i sommeren 2023 en ny type skraldespande, der er udformet som de velkendte piktogrammer for affaldssortering. F.eks. har skraldespanden til madaffald form som et æbleskrog, og den til metal ligner selv en dåse. Attraktionen forsøger med andre ord, ikke mindst gennem børnene, at nudge gæsterne til mere bæredygtig adfærd.

<https://sommerlandsj.dk/>



# Grønne udfordringer

Blandt attraktionerne, der medvirker i undersøgelsen, er der to typer udfordringer, som ofte nævnes, nemlig økonomisk usikkerhed og konflikter med kerneoplevelsen.

Den økonomiske usikkerhed knytter sig, ikke overraskende, til vanskeligheder med at finde økonomiske ressourcer til de ofte ganske omfattende investeringer i grøn teknologi og infrastruktur - samt tvivl om, hvor meget bæredygtighedstiltag egentlig betyder for potentielle gæster.

Konflikter med kerneoplevelsen findes kun i videnscentre og museer, hvor autenticiteten f.eks. kræver brug af mindre miljøvenlige processer, eller hvor bygningerne kan være underlagt omfattende fredningsbestemmelser, der forhindrer f.eks. energioptimering gennem effektiv isolering og opsætning af solceller.

Grøn bæredygtighed kan med andre ord være nok så meget et fremtidigt *must* – men der skal stadigvæk kunne dedikeres ressourcer til formålet i konkurrence med andre hensyn.

**Historiecenter Dybbøl Banke 1864** er en attraktion, hvor miljøbelastende energikilder, forarbejdningsprocesser og materiale er en integreret del af historiefortællingen om krigen i 1864.

Centret forsøger at skabe autentiske historiske oplevelser for gæsterne, og attraktionen bruger derfor store mængder af partikelforurende brænde. Derudover anvendes det miljøskadelige tungmetal tin til støbning af kugler.

Kerneproduktet kommer således i første række, men videnscentret prioriterer samtidig andre bæredygtighedstiltag, såsom økologiske dyrkningsmetoder der fremmer biodiversiteten på arealerne omkring Dybbøl Mølle.

<https://1864.dk/>



# Grøn certificering

Blandt attraktionerne i undersøgelsen opfattes certificering som en standardiseret ramme, som kan konkretisere arbejdet med bæredygtighed og skabe et vedvarende fokus på grøn omstilling i kraft af forpligtelsen til løbende årlig rapportering i regi af *Green Attractions*. *Green Attractions* blev etableret i 2022, som en udløber af Green Key målrettede attraktioner, og har p.t. 21 store såvel som mindre attraktioner på listen fordelt ud over hele landet.

Særligt forlystelsesparkerne er i gang med eller ved at tage tilløb til at begynde en certificeringsproces, selvom de mange forskellige grønne mærkningsordninger skaber forvirring og usikkerhed om det optimale valg af certificering. For videnscentre og museer er certificering derimod noget, der ligger som en mulighed ude i fremtiden, og her udvises også i flere tilfælde en vis skepsis overfor, om certificering er umagen og udgifterne værd i forhold til attraktionens kundegruppe.

**Svendborg Museum** er blandt de første museer i Danmark som har opnået en *Green Attraction* certificering.

Drivkraften bag certificeringen er en grundlæggende lyst til at gøre en forskel i samfundet, og dette går hånd i hånd med det sociale ansvar, som også er en del af museets DNA. Certificeringen er således ikke et mål i sig selv, men snarere som et redskab til at konkretisere en række udviklingspunkter, der skal arbejdes med de kommende år.

<https://www.svendborgmuseum.dk/besog-museet/museet-er-green-attraction>



# Delkonklusion

Undersøgelsen blotlægger et ujævnt landskab, hvor attraktionerne ser både fordele og ulemper ved at implementere og certificere bæredygtighedstiltag. Generelt er det klart, at grøn omstilling primært ses som en tilpasning af driften i forhold til energiforbrug og affaldssortering, og kun i mindre grad som noget der er anvendeligt i udviklingen af kerneoplevelsen.

De privatejede forlystelsesparker ser økonomisk fordel i omstilling til bæredygtig drift, og certificering ses som middel til både konkretisering og et vedvarende fokus på grøn omstilling – og naturligvis som en måde at undgå beskyldninger om 'greenwashing'.

Omvendt kan de offentlige eller halvoffentlige museer og videnscentre være udfordret af bæredygtighedstiltag, som kan kompromittere både historiefortællingen om en given tidsperiode, og de bevaringsværdige bygninger man har til huse i. Ikke desto mindre finder man også her, måske afledt af disse attraktioners dannelsesmæssige formål, et ønske om 'at gøre mere'.



# OVERNATNINGSSTEDER OG GRØN OMSTILLING



# Grønnere overnatning

Den nationale strategi for dansk turisme fra 2022 har en målsætning om, at 70 pct. af alle danske overnatningssteder skal have en grøn certificering i 2030, om end det endnu ikke er afklaret, hvilken mindstestørrelse et overnatningssted skal have for at være omfattet af certificeringskravet. Men selvom man ikke er så stor, kan man jo sagtens arbejde med bæredygtighed og certificering.

Overnatningsstederne i undersøgelsen arbejder primært med grøn omstilling i den interne drift, som bl.a. omfatter

- brug af lokale leverandører, egen køkkenhave, økologisk sengetøj
- vedvarende energi, ladestandere, genbrugte byggematerialer

Men nogle mindre overnatningssteder forsøger også at skabe oplevelser for gæsterne, der skaber opmærksomheder om natur og bæredygtig praksis, såsom

- gå- og cykelture i lokalområdet, sankning, naturoplevelser

I det følgende ser vi nærmere på drivkræfter og udfordringer i udviklingen, herunder hvilken rolle grøn certificering vil kunne spille.





# Grønne drivkræfter

Blandt undersøgelsens hoteller og B&Bs er der to forskellige typer drivkræfter, der ligger bag indsatsen for at gøre overnatningerne mere bæredygtige.

Især blandt hotellerne er den grønne omstilling i høj grad drevet af efterspørgslen, ikke mindst på erhvervsturismeområdet. Den offentlige sektors indkøbspolitik er blevet mere og mere orienteret imod bæredygtighed, og grønne CSR-hensyn blandt private virksomheder peger i samme retning. At være grøn på en synlig og troværdig måde er blevet et centralt konkurrenceparameter.

Blandt mindre overnatningssteder og B&Bs er drivkraften bag grønne initiativer ikke så meget hensynet til gæsternes efterspørgsel, men derimod ejernes personlige ønske om at gøre en positiv forskel med hensyn til lokal bæredygtighed i en tid med store globale miljøudfordringer. Typisk afspejler de konkrete initiativer her ejernes personlige passioner og kompetencer, f.eks. med hensyn til lokal mad, bæredygtigt byggeri, eller formidling af naturoplevelser.

*Gl. Avernæs* i Ebberup på Fyn er en del af Sinatur Hotel og Conference-gruppen. Her etablerede man under den første Corona-nedlukning i 2020 en biodiversitetspark, der spreder sig over 29 hektar land. Parken har 80 forskellige slags frugter og bær, en køkkenhave til forsyning af køkkenet, en svampeskov, redekasser til flagermus, et naturfitnessområde, samt udsigtspunkter og sansehaver. Parken bidrager til hotellets miljømæssige målsætninger, tilbyder gæsterne inspirerende oplevelser af natur og landskab, og har skabt et stærkt engagement blandt medarbejderne.

<https://www.sinatur.dk/gl-avernaes/>



# Grønne udfordringer

For overnatningsstederne i undersøgelsen er de væsentligste barrierer for at iværksætte af flere grønne initiativer, ikke overraskende, manglende ressourcer, især økonomisk og videnskæssigt.

Mange grønne investeringer er økonomisk krævende, fordi det handler om udskiftninger af grundlæggende systemer på overnatningsstedet, f.eks. varmeanlæg, isolering eller opsætning af ladestandere til elbiler. I praksis betyder det ofte, at grønne initiativer, der kræver mindre økonomisk investering, men kan klares med en ekstra organisatorisk indsats bliver prioriteret, f.eks. skift til lokale leverandører af fødevarer.

Spørgsmålet er imidlertid stadig, især for mindre overnatningssteder, hvordan man skal prioritere tid og ressourcer, fordi der er så mange måder, man kunne forsøge at gøre en forskel. For de større overnatningssteder er kædesamarbejder og certificering typisk løsningen.

**BBBæredygtig** er et netværk af bæredygtige overnatningssteder på Tåsinge, Langeland og Ærø, initieret af to B&Bs i samarbejde med VisitFyn.

De otte partnere i netværket har arbejdet sammen om at lave checklister, der fortæller gæsterne præcist hvad det enkelte overnatningssted gør for at bidrage til en mere bæredygtig verden mht. især økologi, madspild, affaldssortering og energibesparelse.

Netværket skaber et forum for løbende diskussion og erfaringsudveksling, og checklisteformatet gør det muligt at skræddersy indsatsen så der fokuseres på det, som er det vigtigste for den enkelte B&B ejer.

<http://bbbæredygtig.dk/>

VISION: Vi drømmer om en ren verden.

MÅLSÆTNING: Vi vil passe godt på vores jord, på hinanden og på de kommende generationer. Vi tilstræber at blive CO2 neutrale, så vores mål er:

Så meget økologi som muligt

- I morgenmad og varme drikke, f.eks. kaffe, the, brød, juice, saft, marmelade, ost, smør, pålse, frugt
- sengelinned, dyner, puder, håndklæder, tæpper, plaider, karklude, viskestykker, gardiner – helst økologiske materialer og gerne bomuld, uld, hør

Så få tilsætningsstoffer som muligt



# Grøn certificering

Grøn certificering af overnatningssteder har en lang historie i Danmark: faktisk blev det nu internationale [Green Key](#) certificeringsprogram lanceret herhjemme som Den Grønne Nøgle så tidligt som 1994 af interesseorganisationer indenfor turismebranchen. For øjeblikket er omkring 150 overnatningssteder certificeret.

Certificeringskravene giver konkrete og praktiske retningslinjer for, hvordan man kan blive mere bæredygtig, og at de målbare kriterier og den eksterne kontrol med indsatsen kan mindske frygten for *green-washing*. Gennem de seneste år er der sket en betydelig vækst i antallet af især store overnatningssteder, der bliver miljøcertificeret.

Men undersøgelsen viser også, at mange mindre overnatningssteder er venligt-skeptiske overfor certificering. Selve certificeringen virker for nogle uoverskuelig med hensyn til omkostninger og ledelsestid, og især den årlig rapportering ses som voldsomt tidsmæssigt krævende. Mange vælger derfor at lade deres indsats inspirere af de offentligt tilgængelige Green Key kriterierne uden at gennemgå den officielle certificeringsproces.

**Comwell Rebild/Aalborg** har været *Green Key* certificeret i mere end 20 år, men den egentlige bæredygtighedsrejse begyndte først for 6 år siden.

Her besluttede man i hotelkæden at styrke indsatsen yderligere, bl.a. på energiområdet ved at investere i LED-pærer, og især på restaurationssiden, hvor man nu har det økologiske spisemærke i bronze, og har en målrettet indsats imod madspild.

Der arbejdes systematisk med erfaringsudveksling mellem hotellerne i regi af Comwell-kæden, og samlet set har der været store gevinster, både udadtil i forhold til (potentielle) kunder, og indadtil i forhold til medarbejderengagement.

<https://comwell.com/hoteller/comwell-hotel-rebild-bakker>



# Delkonklusion

Undersøgelsen viser et betydeligt engagement i bæredygtighed blandt danske overnatningssteder, men også nogle betydelige forskelle mellem især store og mindre virksomheder.

Fælles for overnatningsstederne er, at bæredygtig omstilling er en gradvis proces, ikke en enkeltstående begivenhed. Mens de større hoteller holder sig selv til ilden gennem deltagelse i certificeringsprogrammer, så er udviklingen i de mindre virksomheder ofte mere drevet af ejerens individuelle engagement i bestemte dimensioner af den grønne omstilling.

Danske overnatningssteder har generelt fokuseret mest på grøn omstilling i forhold til den interne drift, således at virksomhedernes miljøaftryk mindskes. Men der er også, især blandt mindre virksomheder, en stigende interesse for at skabe grønne oplevelser, der så at sige får gæsterne til at 'tage bæredygtigheden med hjem'.



# Grøn turismeomstilling: Diversitet og policy-implikationer

Blandt danske attraktioner og overnatningssteder er der stor, og i et vist omfang entusiastisk, **opslutning** bag regeringens målsætning om, at Danmark skal stræbe efter at blive **en af verdens mest bæredygtige turistdestinationer**.

Især mange store virksomheder ser tydeligt, at der også kan være økonomiske fordele forbundet med at økonomisere med knappe ressourcer. Mindre virksomheder, derimod, har ofte et meget mere **beskedent økonomisk råderum**, og selvom det for nogle bliver opvejet af stor entusiasme, udmønter dette sig primært i skabelse af grønne eller bæredygtige **tillægsoplevelser** især på mindre overnatningssteder som B&Bs.

For nogle af attraktionerne, derimod, er bæredygtig innovation potentielt i **konflikt** med det, der er stedets **kerneoplevelse**.

**Certificering** er det **erhvervspolitiske virkemiddel**, der primært bliver bragt i spil for at fremme bæredygtighed indenfor dansk turisme. Denne tilgang har **betydelig opslutning** blandt større private aktører, der ser certificering som et middel til at få en **struktureret tilgang** til bæredygtighed og undgå anklager om **'greenwashing'**.

Omvendt bruger en del mindre overnatningssteder certificeringskriterier som **inspiration** for deres egen, mere selektive, indsats, men undlader at blive certificeret på grund af de **omfattende dokumentationskrav**.

Løbende adgang til **konsulentbistand og udviklingsmidler** vil helt sikkert fremme bæredygtig drift i mindre virksomheder. Men det store spring fremad kræver en **bredere tilgang**, der også inddrager oplevelser og bæredygtig forretningsudvikling i samspil med **det omliggende samfund**.

# Litteraturliste

Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nigaard, C. A. (2023). Regenerative tourism: A conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 25(4), 1026-1046.

Breier, M., Kallmuenzer, A., Clauss, T., Gast, J., Kraus, S., & Tiberius, V. (2021). The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102723.

Danske Destinationer. (2023). 6 dogmer for bæredygtig destinationsudvikling. <https://danskedestinationer.dk/6-dogmer-for-baeredygtigdestinationsudvikling/>

DKNT. (2022). *Fremsyn, Udsyn, Hensyn. Handlingsplan april 2022*. Åbybro: DKNT.

Fennell, David A., Cooper, Chris (2020) *Sustainable Tourism: Principles, Contexts and Practices (Aspects of Tourism, 6)*. Channel View publications.

Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1-12.

Jørgensen, M. T. (2023). The Fallout of Market-Oriented Sustainability Measures: Tourism Destination Sustainability Benchmarking and Ranking. *Journal of Travel Research*, 2023, 1-7.

MeetDenmark. (2023). Værktøjskassen til bæredygtige værdikæder. <https://www.wonderfulcopenhagen.dk/meetdenmark/temaer/vaerktoejskasse-n-til-baeredygtige-vaerdikaeder>.

Pikkemaat, B., Peters, M., & Bichler, B. F. (2019). Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 184-196.

Regeringen. (2022). *National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*. København: Erhvervsministeriet.

Ren, C., Therkelsen, A., James, J., Halkier, H., & Bembom, E. (2021). Kickstart set i bakspejlet. Hvad der skete med bæredygtig, digital og lokal turisme under corona? <https://www.kystognaturturisme.dk/kickstart-dansk-turisme/viden-og-inspiration/kickstart-set-i-bakspejlet>.

Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., & Sørensen, F. (2007). The innovative behaviour of tourism firms—Comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36(1), 88-106.

WoCo, Kommune, K., & Erhvervsministeriet. (2023). *Comeback* Copenhagen 2023.

World Commission on Environment and Development (1987). *Our common future*. Oxford University Press.