

Idrottsturism är den senaste riktigt stora trenden inom turismsvängen, parallell med, men kvantitativt totalt överflyglade till exempel ekoturism och äventyrsturism. Vi har berört fenomenet tidigare i dessa spalter, bland annat har **Bo Carlsson** recenserat inte mindre än fem böcker om idrottsturism. Det förefaller dock som om den hittills viktigaste boken i ämnet glidit honom förbi, och istället hamnat i händerna på Mia Larson, Göteborgsekonom som för närvarande är verksam som lektor vid Service Management-institutionen på Campus Helsingborg. James Higham, turismlektor i Nya Zeeland, är det som dragit samman några av de tyngsta namnen inom *sport tourism* i den engelskspråkiga världen, och bett dem bidra till föreliggande antologi med sammantaget inte mindre än 21 kapitel. Och det har blivit en volym, *Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis*, som ganska väl täcker in alla aspekter av idrottsturismens välsignelser och plågor för de orter som blir resmål. Ganska väl, därför att Larson saknar trots allt i de flesta bidragen en kritisk dimension, som också tar in stratifieringsaspekter, sportturismens kommodifiering och den kulturella homogeniseringen.

## Idrottsturismens fasor och välsignelser

Mia Larson

Institutionen för Service Management, Campus Helsingborg

James Higham (red)

### **Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis**

320 sidor, inb.

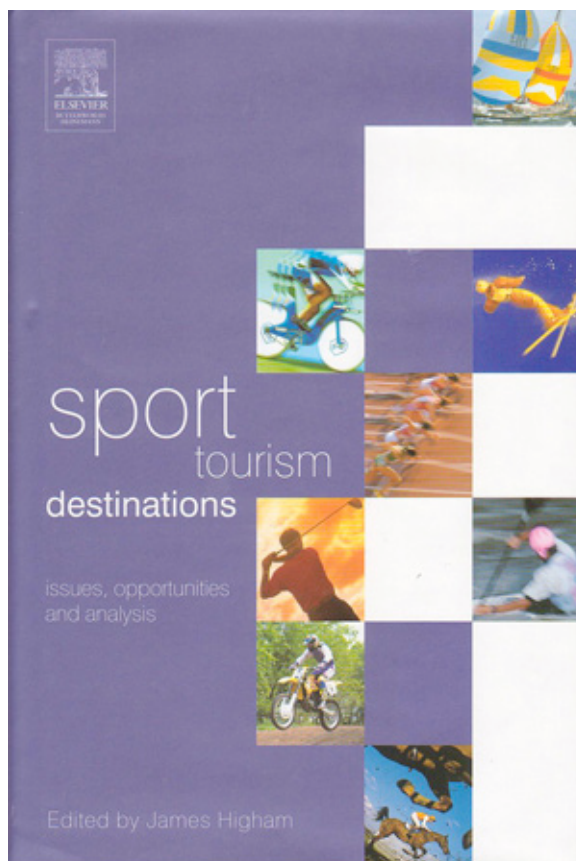
Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann 2004

ISBN 0-7506-5937-8

Vi har i skrivande stund upplevt ett framgångsrikt OS med många medaljer för svenskarna. Intresset för sport lever och frodas, såväl för sportälskande åskådare som utövare. Sportevenemang såsom OS och VM men även mindre tävlingar attraherar många turister och är därför attraktiva för destinationer att arrangera. Även så kallade aktiva semesterar med inslag av allt från golf och segling till bergsklättring och vatterrafting har blivit en stor industri runt om i världen. I många samhällen, såsom Åre eller Queenstown, lever man på en industri som nästan uteslutande är kopplad till sportturism. Delpy Neirotti, som är en av författarna i den recenserade boken, visar på betydelsen av sportturism i industriella länder – mellan en och två procent av BNP spenderas på sportturism.

Boken *Sport Tourism Destinations: Issues,*

*Opportunities and Analysis*, redigerad av James Higham, utgör en utmärkt genomgång av olika forskningsområden kring sportturism. De 21 kapitlen behandlar olika perspektiv på utveckling av sportturismdestinationer och ger



därför en överskådlig bild av de många aspekter som kan beröra området. Boken är indelad i fyra delar – analys av sportturismdestinationer, planering av sportturism, ledning och marknadsföring av sportturism och effekter av sportturism – som alla inleds med ett sammanfattande kapitel av redaktören. De olika kapitlen är fristående och behandlar mer eller mindre specialiserade områden, med skiftande teoretiskt djup och empirisk koppling. Ett genomgående drag för boken är att den presenterar olika exempel och fallstudier kring sportturism som ger intressanta inblickar i olika empiriska problematiker. Dessa exempel kommer främst från Storbritannien, Australien, Nya Zeeland, USA och Canada, vilket är naturligt eftersom de 22 författarna kommer från dessa länder (med ett undantag, en kommer från Schweiz). Det hade emellertid varit intressant att ta del av exempel från fler delar av världen då destinationsutveckling med hjälp av sport troligtvis har olika problem och förutsättningar i olika delar av världen.

Del ett inleds av Higham där han introducerar resursanalys som ett viktigt första steg vid utveckling av sportturismdestinationer. Han beskriver de byggda och naturliga resurser som bidrar till en destinations möjligheter att attrahera sportturister. Bull fördjupar diskussionen av sportturismdestinationens resurser. Han menar att sport kräver vissa spatialt lokaliserade resurser som innehar olika karaktärsdrag och kvalitéer, såsom berg och snö vid skidåkning. Utifrån en klassisk spatiell analys är de resurser som är tillgängliga för flest användare mest värdefulla. Men utifrån ett turismperspektiv kan dock geografiskt avstånd vara en fördel, då eskapism ofta är ett viktigt motiv till resande. Stevens betonar arenornas betydelse för utveckling av sportturism. Arenorna innehar inte bara en funktionell betydelse då stora evenemang arrangeras, utan kan också ha betydelse som ikon för stadens vitalitet. En trend för de nya arenor som byggs nu är att de involverar också andra aktiviteter i anslutning till eller nära arenorna, såsom hotell, museum och shoppingcentra – allt för att lyckas attrahera fler besökare.

Delpy Neirotti beskriver i sitt kapitel olika sportturismmarknader som destinationer försöker attrahera såsom sportevenemangsturister, sportkulturturister, natur- och äventyrsturister samt spaturister. Ryan och Lockyer beskriver de aktiva sportturisternas – de tävlandes – motivation och menar att det inte bara handlar om att vinna och att visa för sig själv och andra vad man kan prestera. Socialisering och identitet är också viktiga faktorer. Även Francis & Murphy belyser den aktiva sportturistens perspektiv. De utvecklar en servicekvalitetsmodell särskilt avpassad för sportturismdestinationer som kan användas för att analysera hur atleterna upplever servicekvaliteten på destinationen. Gibson ger en översiktlig beskrivning av olika typer av sportturister och deras motiv till att göra det de gör. Hon gör i sitt kapitel en utmärkt genomgång av motivationsteori och turisters val av destination och aktiviteter och visar på hur människors olika motiv och sociostrukturella karaktärsdrag såsom kön, ålder och socialklass påverkar deras upplevelser vid utövande av sportturism. Min reflektion kring motiv till sportturism är att människors motiv kan förändras över tid. Då turism för den stora massan ännu är ett relativt nytt fenomen är det troligt att andra sociostrukturella variabler kommer att spela större roll i framtiden än de vi kan se nu.

Webb pekar på vikten av strategisk planering av sportturism och menar att då offentliga och privata aktörer går samman i partnerskap och samverkan kan de positiva effekterna i destinationen optimeras. Higham betonar också vikten av destinationsplanering för att kunna åstadkomma positiva sociala, kulturella och ekonomiska effekter av sportturism. Han menar dock att satsningarna ofta genomförs för att tillfredsställa kortsiktiga ekonomiska intressen, där mindre hänsyn tas till långsiktiga kulturella och sociala effekter. En förklaring till detta kan vara att sportturism involverar ett flertal olika intressenter vilket försvårar planeringsprocessen. Även Hinch och de la Barre anser att sportturismens, och särskilt då sportevenemangens, organiseringsprocess kan utgöra ett problem för vissa intressegrupper då kontroll och makt ofta centreras till ett fåtal starka aktörer. Eftersom olika aktörer, enligt Higham, utvärderar sportturismens effekter olika menar jag att det är av stort intresse att granska vem som styr beslutsprocesser kring sportturismens utveckling. Analyser utifrån t ex ett politiskt eller ett genusperspektiv skulle kunna ge en klarare bild av vem som gynnas vid utveckling av sportturism.

Weed belyser i sitt kapitel verksamhetsstrukturen för nationella och regionala turism- och sportkommittéer i olika länder. Därigenom visar han på skillnader mellan hur olika policys utvecklas inom turism och idrott och hur det påverkar möjligheterna att utveckla en gemensam idrottsturismpolitik. Higham menar att destinationsmarknadsföring främst handlar om varumärkesbyggande och destinationsimage och att idrottsturism kan vara ett led i att kunna sälja en destination till turister och näringsliv. Viktiga resurser för att kunna kapitalisera på idrotten är media och sponsorer. Chalip gör en intressant genomgång av forskningsfronten inom destinationsmarknadsföring och media. Den allmänna synen på media i relation till sportevenemang är att de har stor potential att bidra till att stärka destinationens varumärke. Flera studier har dock visat på att detta inte sker.

Higham introducerar den sista delen i boken genom att ta upp de olika positiva och negativa ekonomiska, kulturella, sociala och miljömässiga effekter som sportturismutveckling kan medföra. Gratton, Shibli & Coleman gör en genomgång av resonemangen kring estimering av ekonomiska effekter av sportevenemang. De menar att det endast är de allra största evenemangen, alltså OS och VM i fotboll, som kan räkna med tillräckligt stora ekonomiska effekter för att täcka upp för de statliga och kommunala investeringar som krävs. Men Gratton m fl pekar på att även om

evenemangen går med ekonomisk förlust på kort sikt, kan de generera långsiktiga positiva effekter, i form av ökat intresse för staden och därmed ökade turistströmmar. Orams visar på de miljömässiga effekter som sportturism kan ge, vilket än så länge är ett relativt outforskat område. Effekterna har olika grad av påverkan på miljön – från små och kortsiktiga effekter till stora, permanenta effekter. Det handlar om effekter på klimat, luft, jord, vatten, flora, fauna samt kulturella och historiska resurser, men också om ljud och skräp. En säsongsbetonad sportturism kan dock, som Hudson & Cross diskuterar i sitt kapitel, minska dessa effekter genom att naturen kan återhämta sig under lågsäsong. Men sportturism kan enligt Orams även ge positiva miljömässiga effekter då en medveten planering för bevarandet av miljön genomförs.

Jag vill varmt rekommendera denna bok till studenter och forskare och andra intresserade som vill få insyn i forskningsfronten kring sportturism. Samtidigt vill jag ge den viss kritik. Boken ger en företrädesvis positiv bild av sportturismutveckling genom att den på olika vis belyser vad destinationer har att vinna på att utveckla sportturism och vad man bör tänka på för att attrahera så många nöjda turister som möjligt. Jag efterfrågar ett mer kritiskt perspektiv som nyanserar denna bild av sportturismutveckling som framgångsrik samhällsutveckling. Sportturismen har blivit alltmer professionaliserad, kommersiell och dessutom standardiserad, och kan sägas bygga på västerländska ideal. Jag efterlyser en diskussion som tydligare kan belysa sportturismens historiska och kulturella särdrag och därigenom ge förståelse för varför, hur och för vem sportturismen utvecklas. Hinch & de la Barre gör en ansats till en sådan diskussion med sin analys av de kulturella dimensionerna av Arktiska vinterspelen i Canada. De menar bl a att sportturismens ökade kommodifiering ofta inverkar på dess upplevda autenticitet samt att globaliseringen av sportturismen kan medföra ökad homogenisering.

Utvärderingar av sportturismsatsningar såsom evenemang är också till stor del fokuserade på de affärsmässiga aspekterna av investeringarna, dvs de ekonomiska effekterna. Gratton, Shibli & Coleman menar att för mindre evenemang, även VM och EM, är det osäkert om det går att prata om positiva ekonomiska effekter. Deras påstående är anmärkningsvärt med tanke på retoriken kring många evenemang i Sverige såsom t ex deltävlingen i Americas Cup i Malmö – dvs att de förväntas skapa ett stort ekonomiskt inflöde som täcker upp för dess kostnader. Det är möjligt att vi istället ska fokusera mer på andra effekter av sportturism såsom att det skapar ett socialt sammanhang, fysisk och mental hälsa, kontakt med naturen etc – aspekter som ofta gör att människor upplever livet som mer meningsfullt.

© MiaLarson2006



Köp boken från [Adlibris.se](https://www.adlibris.se)



Kjøp boken fra [Akademika.no](https://www.akkademika.no)



Køb bogen fra [Samfundslitteratur.dk](https://www.samfundslitteratur.dk)