

Seminarium på Institutionen för stad och land på SLU 14 oktober 2009
Hans Gelter från Luleå tekniska universitet

Transmodern turism för hållbar utveckling

Hans Gelter kommer från Luleå tekniska universitet (LTU) och Institutionen för musik och media på Avdelningen för media och upplevelseproduktion. Han arbetar med ett mastersprogram i upplevelseproduktion, forskar samt driver naturturismföretaget Guide natura. Frågor som speciellt intresserar Hans är de som berör hållbar turism i polarområdet.

Transmodernitet eftersträvar ett hållbart samhälle, att transformera turisterna till ett hållbart tänkande och har ett kritiskt förhållningsätt till västeuropeisk kultur. Fyra betydelsefulla värderingar inom transmodernitet är:

- jämlikhet mellan könen
- glokal, kulturell och etnisk jämlikhet
- hållbarhet och människans överlevnad
- individualitet och globality, interconnectedness

Upplevelseindustrin arbetar med gäster och är individbaserat, jämfört med serviceindustrin som arbetar med kunder. Man kan, enligt Hans, ta mer betalt för en upplevelse än vad man kan ta betalt för en service. I bra upplevelseturism inkluderas underhållning, utbildning, estetik och eskapism.

Upplevelsetriangeln presenteras av Hans och redogör för olika nivåer av upplevelser. Nerifrån och upp är nivåerna: intresse, uppfattning med sinnen, lärande, upplevelse och förändring.

Hans visar på tre olika generationer av aktörer i skapandet av meningsfulla upplevelser, där upplevelsemottagarna (gästerna) tar ett allt större ansvar i skapandet av upplevelsen.

Upplevelsetriangel kan kombineras med Maslows behovstrappa och detta leder till Total Experience Management (TEM).

Transmodern turism bygger på:

- hållbarhet
- lärande för Agenda 21
- agerande för Agenda 21

Transformationsguide är en upplevelseguide som har målet att rädda världen. Den transmoderna turismen kommer att bli allt viktigare, enligt Hans, bland annat på grund av klimatfrågan.

Frågor som diskuterades på seminariet:

- Vad ska man lägga in i kvalitetsbegreppet för upplevelse?
- Hur hållbar är transformeringen?
- Hur mycket ska man marknadsföra att man ska förändra gästen?
- Hur kan man få in transmodern turism i massturism?