



Credit: Moving Animals / Amy Jones



DEN VERKLIGT ANSVARSFULLA RESENÄREN SKANDINAVIEN

Vilka reseföretag
sviker fortfarande
vilda djur?

Innehåll

World Animal Protection Sverige
har organisationsnummer:
802447-4481

World Animal Protection Sverige
har 90-konto: 90 01 74 - 4
och kontrolleras av Svensk
Insamlingskontroll.

World Animal Protection
arbetar för att få stopp på djurs
lidande och skapa en hållbar
värld för alla.

Introduktion: Ansvarsfull turism	03
Djurturism i Skandinavien	04
Varför är det så viktigt att skydda djuren inom turism	05
Resebranschens roll	07
Metod	10
Företagshjul	11
Företagens poäng i procent	12
Fyra ikoniska djur	14
Resultat	16
Detaljerade resultat	17
Poäng i procent med hänsyn till djurvälstånd i företagens affärsmodeller	19
Del 1 - Åtaganden	19
Del 2 - Mål och prestation	20
Del 3 - Förändra branschens utbud	21
Del 4 - Förändra konsumentens efterfråga	21
På botten	22
Slutsats	24
Rekommendationer	26
Referenser	29
Bilaga 1 - 10 steg för djurvänlig turism	30
Bilaga 2 - Så här upprättar du en djurvälståndspolicy	31
Bilaga 3 - Färdig mall för djurvälståndspolicy	34



Foto: Vilda elefanter i Hwange National Park, Zimbabwe. | World Animal Protection / Aaron Gekoski

Ansvarsfull turism

Ansvarsfull turism är en term som blir allt mer populär inom resebranschen, samtidigt som den blir allt viktigare för resenärerna¹. Termen "ansvarsfull turism" bör indikera att alla inblandade – företag och resenärer – tar ansvar för sina resor. I vår rapport *Den verkligt ansvarfulla resenären* granskar vi globala ledare inom turistindustrin med fokus på företagens djurpolicyer och deras utbud som omfattar djur, ett ämne som oftast är märkbart frånvarande i den stora debatten om ansvarsfull turism. Även om diskussionen om ansvarsfullt resande är bred och omfattar mycket viktiga frågor, som koldioxidutsläpp, miljöförstöring och kulturell hänsyn, har djurexploatering utelämnats helt. Detta oavsett om det handlar om reseföretag, researrangörer eller turistguider som diskuterar betydelsen av att förbinda sig till att bedriva en ansvarsfull verksamhet².

Reseföretag som officiellt hyllar sina hållbarhetsmeriter misslyckas ofta med att ta ansvar för den inverkan som deras försäljning av biljetter till attraktioner med vilda djur i fångenskap har. Detta upprätthåller fångenskap av hundratusentals vilda djur i förhållanden som innebär exploatering över hela världen.

Turister blir vilseledda till att tro att företag som framhäver sina etiska åtaganden och hållbarhetsåtaganden generellt tar ansvar när det gäller frågor relaterade till människans inflytande på naturen, men det är sällan fallet när det gäller vilda djur.

I likhet med många andra tror vi att ansvarsfullt resande kan tjäna ett gott syfte. Vi uppmuntrar både branschen och konsumenterna att läsa igenom denna rapport och besöka worldanimalprotection.se för att lära sig mer om att resa ansvarsfullt. Branschen är medveten om att resenärerna kan välja vem de bokar hos, och vi hoppas att fler företag och konsumenterna kommer att överväga hur de påverkar djuren som en del av sina ansvarsfulla resplaner.



Djurturism i Skandinavien

Turismen i Norden har traditionellt kretsat kring natur och friluftsliv för inhemska och utländska turister. Covid-19-pandemin under 2020 orsakade ett förbud för de flesta internationella resor. Under denna tid upplevde de skandinaviska länderna ett förnyat intresse för inhemska naturbaserad turism och friluftsliv³. Sedan 2021 har utrikesturismen återigen börjat öka, och man förutspår att den ska fortsätta att öka stadigt och att nivåerna på det internationella resandet ska ha återhämtat sig helt till de nivåer som fanns innan pandemin efter 2024⁴.

Expansionen av reseföretaget TUI och den danska researrangören Spies (lokalt även kallad Ving i Sverige och Norge) har skapat goda förutsättningar för att öka de traditionella paketresorna på den skandinaviska marknaden⁴. För skandinaviska äventyrsturister är Asien det område som ligger i topp för utrikesresor, särskilt Thailand och Indonesien⁵.

Tack vare hög medvetenhet om klimatförändringarna och miljöaktivismen inom Skandinavien har reseföretag som marknadsför sig som miljövänliga större chanser att locka till sig skandinaviska turister⁴. Vissa marknadsundersökningar visar att skandinaver står i spetsen när det gäller krav på hållbarhet inom turismen, och kräver i allt högre grad att hållbarhet införlivas i att reseföretagen de väljer har en miljömedveten profil⁵.

Globalt växer hela tiden antalet människor som vill ägna sig åt djurturism, där resenärer kan titta på eller möta vilda djur.^{6,7} Dessa upplevelser kan vara "djurvänliga", som ansvarsfulla kontakter där man enbart observerar vilda djur i deras naturliga livsmiljöer eller i äkta reservat. Men djurturism kan även förekomma i form av exploaterande attraktioner, där vilda djur hålls i fångenskap i underhållnings syfte och erbjuds som riddjur, för klappning och matning eller tvingas uppträda i shower. Dessa typer av attraktioner är förknippade med djurplågeri⁸. Verkligt hållbar turism tillåter inte att vilda djur utnyttjas som underhållning.

I en undersökning som gjordes nyligen av World Animal Protection svarade 59 % av respondenterna från Danmark och 57 % från Sverige att de var engagerade i djurvälfrågor⁹. Samma undersökning visade stöd för djurvänlig turism, där 76 % av de danska respondenterna och 75 % av de svenska respondenterna i undersökningen håller med om att länder borde stoppa kommersiell exploatering av vilda djur, och 80 % respektive 81 % anser att vilda djur har rätt till ett liv i det vilda. Detta indikerar ett behov av etisk turism och medvetenhet om det lidande som den exploaterande djurturismen orsakar.

Varför det är så viktigt att skydda djuren inom turism

Vad är underhållning med vilda djur?

Underhållning med vilda djur omfattar aktiviteter som:

- **riskerar** att framställa eller förringa vilda djur som sällskapsdjur, underhållare eller tamdjur
- **uppmannar** djur att visa upp beteenden som antingen är onaturliga, onödiga eller kan vara skadliga
- **innefattar** förfaranden som kan vara påfrestande eller skadliga för alla eller enskilda djur
- **utsätter** besökare eller djurskötare för onödig risk för skada eller sjukdom
- **tjänar på** handeln med vilda djur, utöver vad som krävs för att sköta om djuren

Runt om i världen tas vilda djur från det vilda eller föds upp i fångenskap för att användas som underhållning inom turistindustrin. Aktiviteter och attraktioner som anses vara djurunderhållning är de som tillåter turister att ha närkontakt med vilda djur eller att se dem uppträda. Populära exempel är tigerungar som tvingas posera med turister för selfies, elefantridning och bada med elefanter samt upplevelser där man får simma med delfiner.

Turism med djur i fångenskap kräver oftast att de vilda djuren tas från sin naturliga livsmiljö eller skiljs från sina familjer i tidig ålder om de föds upp i fångenskap, och är förknippad med laglig och illegal handel med vilda djur. Att hålla vilda djur i fångenskap för underhållning tillför ingen verklig nytta i bevarandet av arterna.

Underhållningen är inte bara förnedrande, utan lidandet börjar från det ögonblick djuren fångas in från det vilda eller föds upp i fångenskap. Den träning som ofta krävs för kontakt med turister orsakar fysisk och psykisk skada som kan vara hela livet. De utsätts för skador, stress och obehag på underhållningsanläggningarna, som misslyckas med att uppfylla de vilda djurens grundläggande behov.

En studie från 2015 som genomfördes av WildCru, forskningsenheten för arters bevarande, vid Oxfords universitet på uppdrag av World Animal Protection rapporterade att upp till 550 000 vilda djur lider för att underhålla turister på olika djurattraktioner runt om i världen¹⁰. De konstaterade även att väldigt få resenärer förstår när djur plågas och fortsätter därmed att lämna positiva recensioner på anläggningar med låg djurvälstånd.

Dock är några djurattraktioner skonsamma och etiska och bidrar till att skydda djurpopulationer, och utnyttjar turismens potential för att skapa ett ekonomiskt incitament för att skydda naturen. Dessa attraktioner kan bland annat omfatta att man observerar vilda djur på ett ansvarsfullt sätt i deras naturliga livsmiljö på ett säkert och respektfullt avstånd. De kan också omfatta att man tittar på djur i äkta reservat eller djurvänliga anläggningar som ingår i arbetet med att fasa ut användningen av vilda djur i fångenskap för att underhålla turister. Dessa anläggningar håller endast djur som inte är lämpliga att släppas tillbaka ut i vildmarken, de föder inte upp sina djur och använder inte djuren i underhållningssyften.

Reseföretagen behöver stabila djurvälståndspolicyer som skyddar djurlivet på turistattraktioner de marknadsför och säljer biljetter till. Reseföretagen måste utbilda och göra det möjligt för kunderna att fatta djurvänliga resebeslut. Här ingår "choice editing" (processen för att kontrollera eller begränsa alternativen som finns tillgängliga för konsumenter för att nå ett slutmål, i detta fall att få bort turistaktiviteter där vilda djur plågas och marknadsföra djurvänliga alternativ) och tillhandahålla etiska alternativ som sätter djurens välfärd först, samtidigt som man ger turisterna en säker och minnesvärd reseupplevelse med att se vilda djur på semestern.



Foto: En flock spindelfiner utanför Oahus västkust i Hawaii | World Animal Protection / Rachel Ceretto

Nu mer än någonsin är detta viktigt eftersom resebranschen håller på att återställa tillväxten inom turismen efter covid-19-pandemin, som ledde till ett totalstopp av den internationella turismen och slog hårt mot många av de populära resmålen. De förlorade intäkterna från turistnäringen på grund av den globala pandemin har dessutom visat att det inte är hållbart att bygga upp en underhållningsindustri med djur i fångenskap som är beroende av inkomster från turister när den inkomstkällan inte alltid är tillförlitlig.

Förutom allvarliga problem gällande djurens välfärd och bevarande inom djurunderhållningen har covid-19 visat att efterfrågan och exploatering av vilda djur gör att vi alla utsätts för sjukdomar och skadar vår sociala och ekonomiska välfärd. Det är viktigt att alla reseföretag klassificerar alla direkta turistkontakter och uppträdanden med alla vilda djur som oacceptabla för att skydda djuren och människorna runt om i världen.

Nu är tiden inne för resebranschen att förändras i en mer ansvarsfull riktning genom att integrera djurvälfärd i företagets affärsmässiga värden och verksamhet.



Resebranschens roll

Turister litar på anläggningar som har djurunderhållning och som förknippas med resevarumärken. När resebyråer, organisationer, researrangörer och bokningsplattformar marknadsför och säljer biljetter till anläggningar som har djurunderhållning kan det resultera i att turister antar att sådana aktiviteter är acceptabla eller till och med är till nytta för djuren, när de i själva verket är grymma och orsakar djuren ett livslångt lidande som inte går att reparera.

Reseföretag över hela världen spelar en avgörande roll i att förändra efterfrågan på och utbudet av upplevelser som omfattar djur i fångenskap. De företag som väljer att fortsätta sälja underhållning med vilda djur i fångenskap fortsätter att tjäna pengar på djurens lidande. 81 % av danskarna och 78 % av svenskarna som intervjuades i vår globala undersökning 2022 ansåg att researrangörerna inte borde sälja aktiviteter som orsakar att vilda djur lider⁹. 80 % och 78 % av de människor från Danmark respektive Sverige som tillfrågades sa även att de hellre ser djur i det vilda än i fångenskap om den möjligheten fanns⁹. Antalet turister som besöker naturområden och skyddsområden för att se vilda djur i sin naturliga livsmiljö ökar ständigt, vilket tyder på att en global omställning redan är på gång när det gäller efterfrågan på djurvänlig turism och etiskt resande¹².

Ett ställningstagande för att skydda djurlivet kan även leda till att företag förbättrar sitt rykte, sin varumärkesidentitet, resenärernas lojalitet och sina intäkter. 67 % av de danska och svenska respondenterna sa att de inte skulle resa med en researrangör eller ett resebolag om de marknadsförde användningen av vilda djur för underhållning⁹. Det betyder att de företag som inte i förebyggande syfte går över till djurvänlig turism potentiellt går miste om kunder och riskerar sitt varumärke. En undersökning från 2019 visade att 79 % av de globala resenärerna som hade bevittnat djurplågeri sa att de skulle betala mer för en aktivitet som omfattar djur om de visste att djuren inte lider. Studier har visat att många turister blir allt mer obenägne att stötta aktiviteter som anses vara oetiska, och det finns ett växande intresse för djurens välfärd och en ökad efterfrågan på attraktioner som anses vara "hållbara", "miljövänliga" och "etiska"¹⁴. Detta vittnar om en avsevärd ekonomisk potential för djurvänliga attraktioner – en potential som växer på den internationella turistarenan.

Att observera vilda djur är en stor anledning för turister att resa och spelar en viktig roll i valet av resmål. Efterfrågan på så kallad "äkta" djurturism (dvs. vilda djur i sin naturliga livsmiljö) växer snabbt, vilket även konkurrensen mellan resmål där det finns vilda djur gör. Därför behöver resmålen säkerställa att det finns konkurrensfördelar och därmed verkligen överväga sitt synsätt på de vilda djuren och djurens välfärd. Detta betyder även att man behöver gå längre än typiska åtgärder som "greenwashing" för att skapa en verklig och bestående förändring för djur.

Greenwashing

"Greenwashing" är när företag marknadsför sig som miljövänliga, men i själva verket gör väldigt lite för att faktiskt minska sina miljöeffekter. För att vara ett ansvarstagande företag som skapar verklig och bestående förändring för djur och miljö kan företagen inte sälja exploaterande underhållning med djur i fångenskap. Företag som kallar sig själva etiska eller hållbara, men fortsätter att sälja dessa typer av attraktioner, vilseleder sina kunder i att tro att de köper ansvarsfulla turistupplevelser när de i själva verket inte gör det.



Foto: Apa som används som fotorekvisita i Medina i Marocko | Amy Jones

Turismen gör de vilda djuren sårbara

Turistindustrin har förlorat stora intäkter på grund av pandemin och det kan vara svårt att locka tillbaka turisterna. Följden kan bli sämre livsvillkor för både djuren i fångenskap och de anställda i turistbranschen. När turisterna uteblir blir skötseln av tusentals vilda djur som aldrig skulle ha fötts i fångenskap ett allvarligt problem. Turister kan minska andelen vilda djur som står inför ett livslångt lidande i fångenskap genom att inte köpa biljetter till dessa attraktioner, för att undvika att upprätthålla eller driva på efterfrågan och pågående uppfödning av djur i fångenskap.

Djurvänligt resande på den skandinaviska turistmarknaden

Vissa reseföretag har börjat inse vilket ansvar de har i att erbjuda etiska reseupplevelser. Framför allt har pandemin riktat ett starkt ljus mot hur människor behandlar vilda djur och vilka konsekvenser detta kan ha. Globalt har fler än 250 reseföretag anslutit sig till World Animal Protection genom att de har åtagit sig att upphöra med all försäljning och marknadsföring av anläggningar som erbjuder exploaterande elefantattraktioner. I stället har de förbundit sig att erbjuda mer skonsamma alternativ. Detta innefattar besök på riktiga reservat för att stötta djur i fångenskap som är i behov av hjälp, eller ansvarsfull observation av djur i det vilda.

Skandinavien visar vägen

I somras integrerades World Animal Protections riktlinjer om djurvälstånd i den allmänna hållbarhetspolicyn hos Skandinavien största resebolag [Spies \(Nordic Leisure Travel Group\)](#), som även omfattar Globetrotter, Ving och Tjäreborg. Det kommer att säkerställa djurens välfärd står i förgrunden på alla deras 400 resmål runt om i världen.

Spies strävar efter att minimera turismens negativa effekter och öka de positiva, när så är möjligt och på alla platser där de är verksamma, och samtidigt visa högsta respekt för människorna, planeten och även djuren. De har under flera år haft en utvecklad policy gällande djur och natur på sina resmål och i samarbete med World Animal Protection utvecklade de en omfattande och stabil djurvälståndspolicy förra året. Generellt innebär den att för alla upplevelser med vilda djur på resmålen kommer det primära fokuset ligga på djuren i sin naturliga livsmiljö och alltid med djurens välfärd i centrum.

Därför erbjuder eller marknadsför inte Spies utflykter till delfinshower eller ridning på elefanter och kommer även lägga extra tonvikt på att vägleda sina resenärer så att de är försiktiga och inte snubblar ner i de fallgropar som turister ofta stöter på. Som att klappa lejon och tigrar, ta selfies med vilda djur eller betala för att se dansande apor och björnar.

I stället har Spies varit, och är fortfarande, engagerade i att anta verkligt etiska och ansvarsfulla metoder för sina nuvarande och framtida resmål, där de kan rådgöra med World Animal Protection gällande frågor om djur och djurens välfärd.

”Den verkligt ansvarsfulla resenären: Skandinavien” presenterar en utvärdering av 8 reseupplevelseföretag och researrangörer som verkar internationellt och inom den skandinaviska resemarknaden gällande deras engagemang för djurens välfärd och djurvänlig turism. Denna undersökning, som gjorts på uppdrag av World Animal Protection och genomförts av University of Surrey i Storbritannien, framhäver vilka företag som sviker djuren genom att sälja exploaterande upplevelser och attraktioner eller genom att bedriva sin verksamhet utan hänsyn till djurens välfärd. ”Den verkligt ansvarsfulla resenären: Skandinavien” ger resenärer, allmänheten, reseföretag och de som stöttar World Animal Protection en tydlig bild av de framsteg som gjorts av resebranschen för att engagera sig i djurens välfärd och var det fortfarande återstår mycket att göra för att skydda de vilda djuren.

Metod

Urval av företag

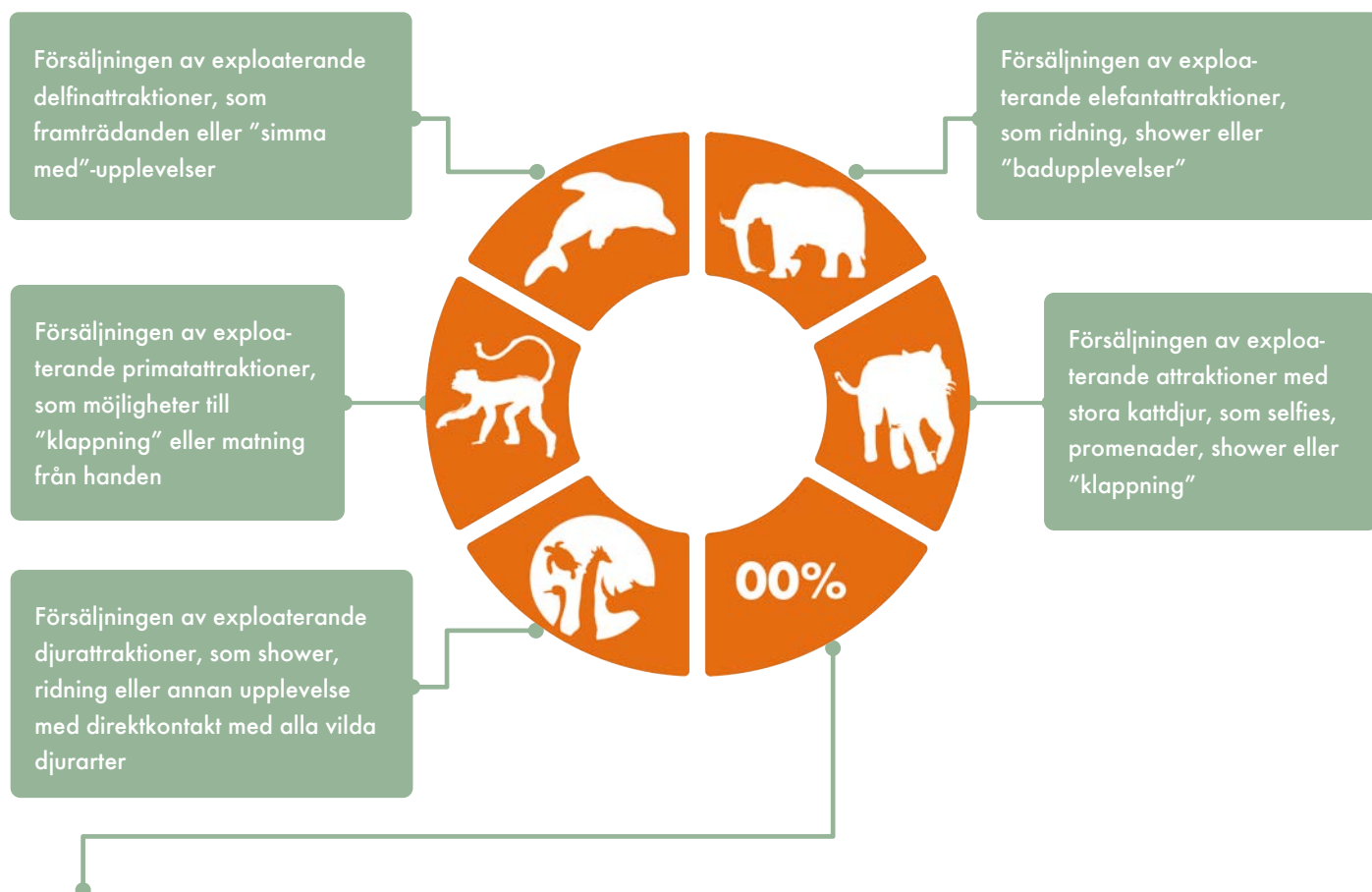
Företag som förekommer i rapporten "Den verkligt ansvarfulla resenären" är:



Dessa internationella reseföretag har valts ut baserat på relevans, popularitet och inflytande på den internationella resemarknaden, och som är lokalt relevanta för den nordiska resebranschen.

Företagen representerar en grupp med de mest inflytelserika resebolagen, reseplattformarna och bokningstjänsterna, aktivitets- och upplevelsespecialisterna samt traditionella resebyråer internationellt och i Skandinavien.

Företagshjul



Forskningsdelen, som utfördes av en oberoende forskningspartner vid University of Surrey, tilldelar företag poäng i procent med hjälp av en omfattande metod som utvärderar företagen i fyra huvudområden:

- 1. Åtaganden:** Offentlig tillgänglighet och kvalitet på publicerade djurvälståndspolicyer och hur användbara de är för företagens varumärken.
- 2. Mål och prestationer:** Tillgänglighet och omfattning på publicerade tidsbundna mål och framstegsrapporter när det gäller att uppnå djurvänliga åtaganden.
- 3. Förändra branschens utbud:** Tillgänglighet och kvalitet på samarbete med leverantörer och branschen i allmänhet för att implementera djurvänliga förändringar.
- 4. Förändra konsumenternas efterfrågan:** Tillgänglighet och kvalitet på utbildningsmaterial om djurvälstånd och verktyg som ger konsumenterna möjligheten att göra djurvänliga resval.

Företagens poäng i procent

Den oberoende utvärderingen av företagen gjordes av University of Surrey. World Animal Protections anställda var inte involverade i utvärderingen eller poängsättningen av företagen. Eftersom man främst har förlitat sig på offentlig information strävar "Den verkligt ansvarsfulla resenären: Skandinavien" efter att ge en rättvisande och opartisk bild av resebranschens öppenhet och framsteg mot att bli djurvänlig.

University of Surreys forskare använde i stor utsträckning publicerad information som fanns tillgänglig på företagens webbplatser:

- för att uppmuntra till större öppenhet för information som publiceras av företagen
- för att undvika partiskhet gällande de företag som World Animal Protection har samarbetat med i utvecklingen av djurvälståndspolicyer
- för att säkerställa att företag utvärderades konsekvent.

Individuella företagsrapporter skapades av ett team bestående av fyra forskare och branschexperter från University of Surrey. Dessa konfidentiella företagsrapporter delades med företagen, vilket gav dem en möjlighet att tillhandahålla ytterligare förtydliganden rörande fakta som fanns tillgängliga offentligt. Detta för att säkerställa att poängsättningen gjordes konsekvent, kontrollera att sakinnehållet var korrekt och säkerställa att utvärderingsmetoden var konsekvent. Företagen fick också möjlighet att styrka sådan information som inte fanns offentligt tillgänglig för vissa delar av utvärderingen, i synnerhet "Mål och prestation" samt "Förändra branschens utbud".

Företagen utvärderades i de fyra huvudområden som sammanfattas nedan, där de kunde få en slutlig poäng i procent på 100.



Åtaganden

Har företagen en policy som sammanfattar företagets allmänna värderingar gällande djurvälstånd och vilka djuraktiviteter de anser som acceptabla eller oacceptabla? Vilka arter täcks?

Utfärdar företagen djurvänliga garantier för att skydda djuren från skada orsakad av turism?



Mål och prestation

Har företaget satt upp mål för att uppfylla sina åtaganden om djurvälstånd? Rapporterar företaget hur väl de presterar i att uppfylla dessa mål offentligt?



Förändra branschens utbud

Offentliggör företaget hur det inkluderar djurvälstånd i kontrakten med sina leverantörer?

Tar företaget en ledande roll inom branschen för att främja ansvarsfulla metoder för djurvälstånd?



Förändra konsumenternas efterfrågan

Försöker företaget öka medvetenheten om djurens välfärd hos konsumenterna och ge råd för att ändra kundernas attityd mot djurturism?

Arbetar företagen aktivt för att skapa djurvänliga vanor och marknadsföra djurvänliga aktiviteter i samband med attraktioner som omfattar vilda djur?

Gör företaget det lätt att hitta denna information och uppmanas kunderna att ta upp sina farhågor om djurens välfärd med företaget?

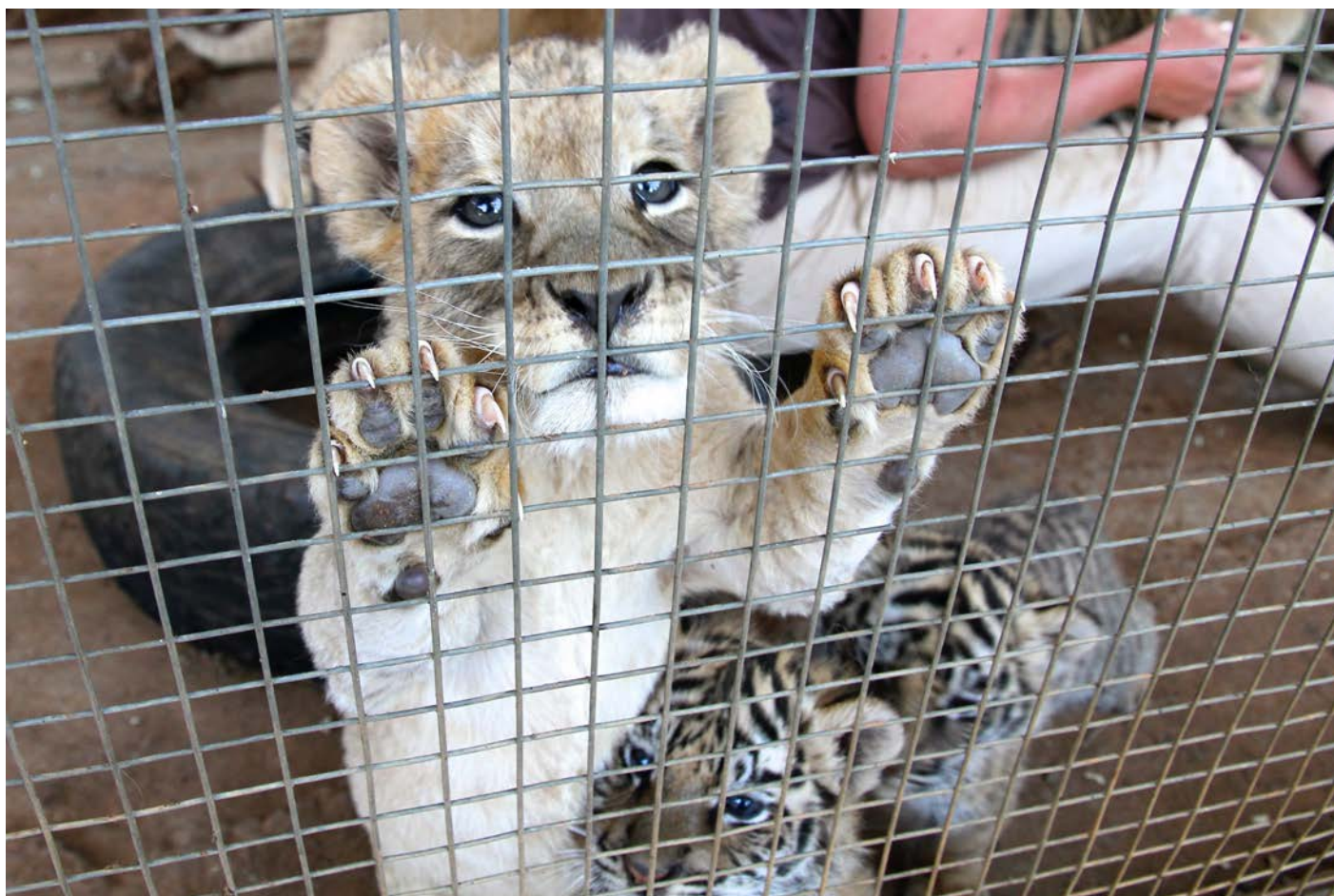


Foto: En lejon- och tigerunge på en okänd plats i Sydafrika som erbjuder närkontakt med tigrar och lejon. | Blood Lions / Pippa Hankinson

Företagen kunde få totalt 135 poäng. Dessa poäng är fördelade enligt följande:

Ämnesområden för utvärderingskriterier	Poäng/procentandel
Åtagande	30 / 40%
Mål och prestation	45 / 20%
Förändra branschens utbud	30 / 20 %
Förändra konsumenternas efterfrågan	30 / 20%
Totalt:	135 / 100%

De färdiga företagsrapporterna med individuella poäng och kommentarer för respektive fråga, samt totalpoäng, lämnades till företagen tillsammans med metodiken. Detta gör att företagen kan se hur och varför de fick sina poäng och vad de behöver förbättra för att få högre poäng i framtiden.

Fyra ikoniska djur

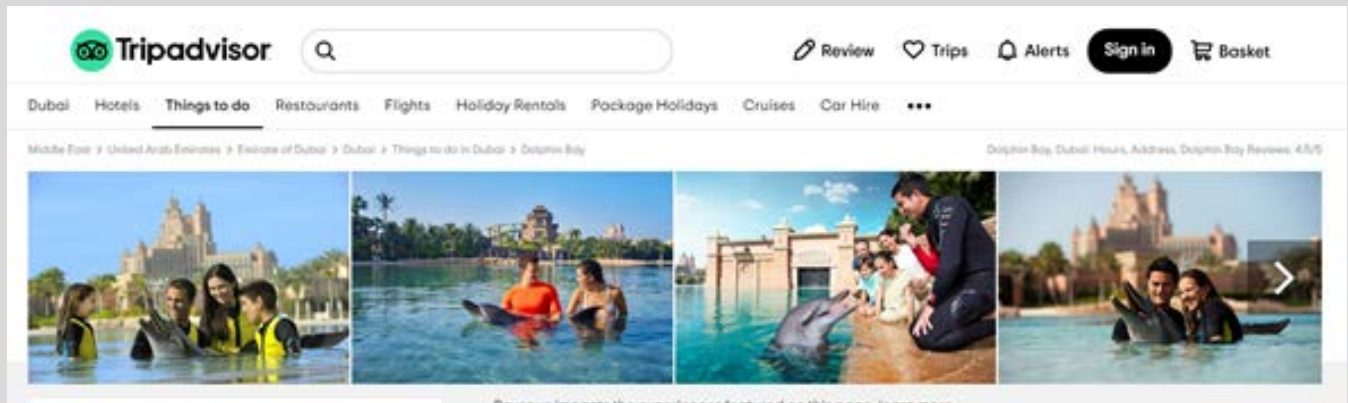
En viktig del i turistföretagens resa mot att bli djurvänliga är att upphöra med försäljning och marknadsföring av biljetter till attraktioner och upplevelser som exploaterar vilda djur. Forskarna samlade in information från respektive företags offentliga webbplats i denna utvärdering, för att avgöra vilka företag som säljer skadliga upplevelser på anläggningar där djur hålls i fångenskap.

Vi valde att fokusera på fyra kategorier – delfiner, elefanter, primater och stora kattdjur, samt en generell del som omfattar alla andra vilda djurarter. Dessa djur valdes ut eftersom de är kända för att ha komplexa sociala och beteendemässiga behov och används ofta på attraktioner som turistunderhållning runt om i världen. Vi anser att dessa djur är de viktigaste arterna, och förändringar för dem kan leda till förändringar inom hela djurunderhållningsindustrin.

	Läs mer om hur djur kan lida på attraktioner med delfinunderhållning i vår rapport "Behind the smile".
	Läs mer om hur djur kan lida på attraktioner med elefantunderhållning i vår rapport "Elephants not commodities".
	Läs mer om hur djur kan lida på attraktioner med primatunderhållning i vår rapport "The show can't go on".
	Läs mer om hur djur kan lida på attraktioner med underhållning med stora kattdjur i vår rapport "Trading cruelty".
	Vilda djur har rätt till ett liv i det vilda. Vilda djur får inte utlopp för sina naturliga beteenden i fångenskap och lider av att tränas och tvingas att bete sig onaturligt för att kunna användas i turistindustrin.

Företag fick inga poängavdrag i denna utvärdering för att de sålde biljetter till attraktioner där ytterligare exploaterande möten kunde köpas som ett valfritt tillägg för en extra kostnad. Företagen fick heller inga poängavdrag för oavsiktlig marknadsföring av exploaterande attraktioner genom bilder och recensioner, där ingen direktförsäljning förekommer av biljetter till just de anläggningarna eller upplevelserna. Till exempel tillåter Tripadvisor marknadsföring av exploatering av delfiner genom att de inkluderar bilder på deras förslagsflik "Saker att göra" tillsammans med positiva konsumentrecensioner.

Även om företagen i denna utvärdering inte fick poängavdrag för oavsiktlig marknadsföring av djurunderhållning som de inte har någon direktförsäljning av biljetter till, bör vi dock konstatera att marknadsföring med sådant innehåll troligtvis bidrar till att upprätthålla efterfrågan på exploaterande turistupplevelser, och vi kan komma att ge poängavdrag till företag som marknadsför exploatering av vilda djur på det här sättet i framtida versioner av "Den verkligt ansvarsfulla resenären".



Viktigt att följa sina djurvänliga åtaganden

Under arbetet med "The Real Responsible Traveller" visade det sig tyvärr att flera företag med djurvänliga riktlinjer (särskilt TripAdvisor/Viator och Expedia) marknadsförde evenemang som stred mot deras djursvålfärdspolicy på sina webbplatser. När vi kontaktade företagen togs marknadsföringen oftast bort snabbt och effektivt.

Men det här inträffade upprepade gånger under flera månader och tyder på en oroväckande tendens att djurutnyttjande aktiviteter inte sorteras bort av företagen själva. Företag med djurvänliga riktlinjer måste ta ansvar för att all marknadsföring och försäljning på deras webbplatser överensstämmer med deras djurvänliga åtaganden. Det är inte hållbart att förlita sig på att djursvålfärdorganisationer ska identifiera och rapportera när riktlinjerna inte följs.

Resultat

Vem halkar efter?



Sviker delfinerna

- DER Touristik
- Get Your Guide
- Trip.com
- TUI/Musement



Sviker elefanterna

- GetYourGuide
- Trip.com
- TUI/Musement



Sviker de stora kattdjuren

- GetYourGuide
- Trip.com
- TUI/Musement



Sviker primaterna

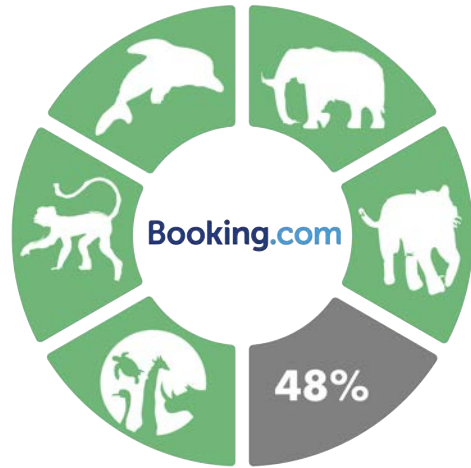
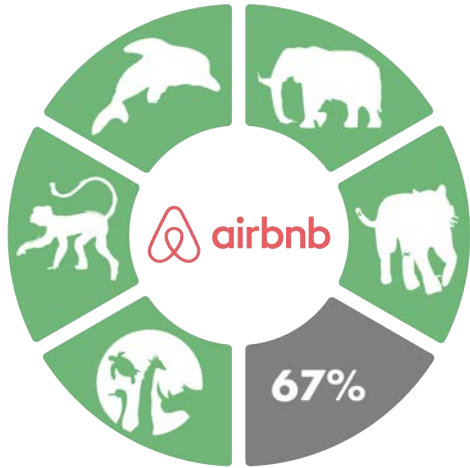
- GetYourGuide
- Trip.com
- TUI/Musement



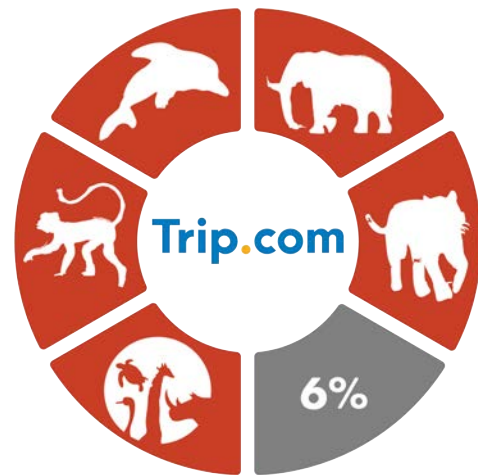
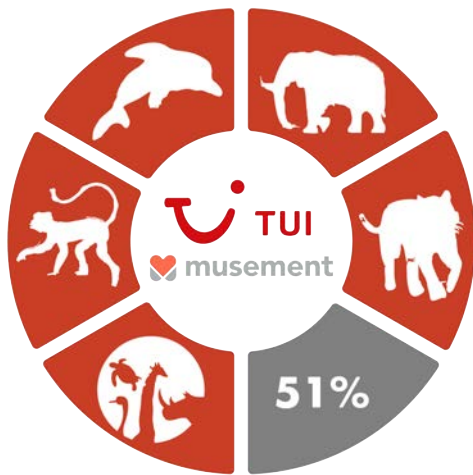
Sviker de vilda djuren

- DER Touristik
- Expedia
- GetYourGuide
- TUI/Musement

Mer detaljerat



Mer detaljerat



Poäng i procent med hänsyn till djurvälstånd i företagens affärsmodeller



Foto: På Monkey Centre i Mae Rim i norra Thailand hålls över 15 apor under fruktansvärda förhållanden | Moving Animals / Amy Jones

Oberoende utvärderingar utförda av University of Surrey i Storbritannien.

Del 1 – Åtagande

Denna del utvärderade innehållet i företagens publicerade djurvälståndspolicyer och -riktlinjer samt deras omfattning.

Våra rekommendationer till samtliga företag är att förtydliga sina policyer när det gäller turiskontakt med vilda djur och uppträdanden. Skadliga direktkontakter och aktiviteter som innefattar uppträdanden av djur i fångenskap ska identifieras och tas bort från utbudet. Många av företagen i denna utvärdering som har börjat införliva djurvälstånd i sina företagspolicyer har endast gjort det för utvalda arter. Även om vi uppskattar deras förändrade förhållningssätt för vissa vilda djur bör företagets policyer tydligt ange att direktkontakt är förbjuden för ALLA djurarter. Detta kan bidra till att samtliga vilda djur skyddas från att bli utnyttjade som turistunderhållning.

Två företag fick en poäng på 0 eller 1, då de inte har gjort några försök alls att ta med djurvälståndrelaterade åtaganden i sin verksamhet, vilket vi ser mycket allvarligt på. GetYourGuide och Trip.com har helt åsidosatt sitt ansvar för djurens välfärd och sina kunder som kommer i kontakt med vilda djur genom biljetter som köps på företagets hemsidor.

Övriga allmänna rekommendationer för denna del är att säkerställa att djurvälståndsåtagandena är tydligt och sakligt formulerade. Detta gäller både faktiska åtaganden som beskrivs i text och omfattningen av dokumentet om åtaganden. En praktisk rekommendation, som även främjar öppenheten, är att säkerställa att alla djurvälståndsåtaganden finns i ett enda policydokument, i stället för i flera olika dokument och rapporter.

Att tillämpa modellen om de fem domänerna för djurvälstånd i kombination med konceptet "ett bra liv" betonar vikten av att djurens välfärd sätts i fokus/prioriteras.

De fem domänerna för djurvälstånd

- 1. Näring** – faktorer som innefattar djurens tillgång till balanserad, varierad och ren mat samt vatten i tillräcklig omfattning.
- 2. Miljö** – faktorer som möjliggör komfort genom temperatur, underlag, utrymme, luft, lukt, ljud och förutsägbarhet.
- 3. Hälsa** – faktorer som möjliggör god hälsa genom avsaknad av sjukdomar, skador, nedsättningar och bra konditionsnivå.
- 4. Beteende** – faktorer som ger varierade, nya och engagerande miljömässiga utmaningar genom sinnesintryck, utforskning, sökning av föda, förbindelser, lek, avskildhet med mera.
- 5. Psykisk hälsa** – genom att skapa positiva förhållanden i de fyra funktionella domänerna ovan bör övervägande positiva tillstånd, som njutning, bekvämlighet eller livskraft, bidra till djurens psykiska hälsa, medan de negativa tillstånden, som rädsla, frustration, hunger, smärta eller tristess, minskar.

De vilda djurens behov kan endast uppfyllas helt i den egna naturliga miljön i det vilda. Även om de fem domänerna och konceptet "ett bra liv" är viktiga för att förbättra välfärden för djur i fångenskap rättfärdigar de inte att man håller dem i fångenskap.

World Animal Protection inser dock att attraktioner med vilda djur i fångenskap som praktiserar dessa principer sannolikt har högre standarder på djurvälstånden än de som inte erkänner och implementerar dem.

Vilda djurs behov kan endast tillgodoses fullt ut i deras naturliga miljö i naturen. Icke exploaterande, genuina fristäder med hög djurvälstånd är en kortsiktig lösning för djur som lever länge och som redan befinner sig i fångenskap, där turister kan observera djur på ett etiskt sätt.

Del 2 – Mål och prestation

I denna del utvärderades eventuella publicerade mål som företagen har satt upp för implementering av sina djurvälståndspolicyer och djurvälståndsriktlinjer, och eventuella rapporter om resultat och prestationer mot dessa mål. Målen poängsattes också i relation till deras ambition, där bredare eller större mål fick fler poäng än mindre ambitiösa mål.

Även om vi vet att meningsfulla förändringar kan ta tid att implementera fick två företag (GetYourGuide and Trip.com) 0 poäng i denna del, vilket innebär att de inte visat några tendenser till att vidta åtgärder inom detta område. Dessa organisationer har ännu inte publicerat några djurvälståndståtaganden. När organisationer publicerar sådana åtaganden behöver de innehålla uppsatta mätbara och tidsbundna mål. Vi rekommenderar att företagen tydligt anger när åtaganden har implementerats i sin helhet, samt datumet för implementeringen. De bör även vara mer öppna i sin mål- och rapporteringsprocess. Vi är medvetna om att vissa företag har interna rapporteringsåtgärder, och vi rekommenderar att dessa görs allmänt tillgängliga.

Ackrediteringsorgan

Företagen vänder sig ibland till ackrediteringsorgan för att lägga grunden för utvecklingen av sina djurvälståndsriktlinjer. Även om vissa ackrediteringsorgan kan tillhandahålla en värdefull utgångspunkt för att behandla djurvälståndsaspekterna, finns det inget tillförlitligt standardorgan att vända sig till. Till exempel är WAZA den huvudsakliga internationella paraplyorganisationen för djurparker och andra relaterade institutioner. Följaktligen förväntas dessa gå i spetsen med tydliga djurvälståndstandards och djurvälståndsriktlinjer för sina medlemmar och att dessa stötts med kraftfull övervakning. Vår forskning (som presenteras i vår rapport "The show can't go on") visar dock att det finns ett stort utbud av grymma och förnedrande metoder som orsakar djuren lidande på WAZA-ackrediterade attraktioner runt om i världen.

I huvudsak anser inte World Animal Protection att någon organisation som är engagerad i djurens välfärd ska upprätthålla efterfrågan på kommersiella attraktioner med vilda djur i fångenskap. Därför bör ackrediteringsstandarder inte sträva efter att upprätthålla fångenskap på något sätt, utan i stället bör de tillämpas för att skydda offren för exploatering.

För reservat som har som mål att avveckla exploateringen av vilda djur i fångenskap kan ackrediteringsorgan som GFAS, EARS och PASA vara användbara som en referens för kvalitetsstandarder för att identifiera bästa praxis. För upplevelser där man observerar vilda djur kan det vara värdefullt att följa kvalitetsstandarderna från WCA eller ACCOBAMS för att identifiera bästa praxis.



Foto: På Phuket Zoo i Thailand hålls denna tiger fastkedjad i en betongplatta så att turister kan ta fotografier med henne. | Moving Animals / Amy Jones

Del 3 – Förändra branschens utbud

Denna del utvärderar företagens ansträngningar i att skapa positiva förändringar i leverantörernas rutiner, och branschen i allmänhet, för att bli mer djurvänliga.

Rent generellt var detta den del som de utvärderade företagen fick minst poäng i. Vi rekommenderar att företagen delar åtagandena för leverantörprocesser offentligt, eftersom det finns begränsade bevis här, förutom för Airbnb och TUI, som båda tillhandahåller transparent och omfattande bevis på leverantörprocesserna. GetYourGuide och Trip.com fick 0 respektive 2 poäng i denna del. Allmänheten bör få veta om leverantörerna erbjuder utbildning och vilka processer som finns när riktlinjerna åsidosätts. För företag som redan har fått poäng i denna del, men med utrymme för förbättringar, rekommenderar vi även att de vidtar ytterligare åtgärder för att stötta branschen som helhet att bli mer djurvänlig. I de fall där samarbeten skapas med leverantörer kan företagen ses som exempel på branschförändringar genom publicering av syfte, mål och typ av stöd som ges.

Del 4 – Förändra konsumentens efterfrågan

Denna del utvärderar företagens satsning på att öka konsumenternas medvetenhet om djurvälstånd och ge dem möjlighet att göra djurvänliga resval.

Poäng gavs för hänvisning till externa experter/organisationer eller vetenskapliga studier. Företag som gjorde bra ifrån sig gjorde även innehållet lättillgängligt för kunderna. De företag som fick höga poäng i denna del, i synnerhet Tripadvisor, Airbnb och Expedia, uppmuntrade även kunderna att uttrycka sina farhågor om djurens välfärd och försåg dem med en särskild kontakt eller procedur för detta.



Foto: På Bali hålls sköldpaddor fångna så att turister fritt kan hantera dem för fotografering. | Andi Sucirta



Foto: En elefantränare och en elefant i en show på en djurpark i Thailand. Asiatiska elefanter tränas med käppar och skarpa krokar för att utföra konster inför stora grupper av turister | World Animal Protection

På botten

Något som är mycket allvarligt är att tre nyckelföretag misslyckas helt med att skydda de vilda djuren på den nordiska resemarknaden:

**GET
YOUR
GUIDE**

Trip.com

TUI
musement

Företagen ovan säljer attraktioner som exploaterar vilda djur, däribland delfiner, elefanter, primater och stora kattdjur. Dessa företag behöver göra avsevärda förbättringar i sina affärsmodeller för att förhindra djurs lidande inom turistindustrin.

Det gäller framför allt TUI, som är en av de största researrangörerna i Sverige. Även om vi är medvetna om att TUI/Musement fick högre poäng på utvärderingen som genomfördes av University of Surrey, vilket är ett steg i rätt riktning, säljer de fortfarande biljetter till anläggningar som utnyttjar vilda djur. Därmed upprätthålls efterfrågan på djurplågeri inom turistsektorn. Både GetYourGuide och Trip.com fick en otroligt låg poäng (7 % respektive 6 %), vilket visar på en total brist på engagemang i att ta hänsyn till djurens välfärd inom hela verksamheten.



Foto: Monkey Centre i Mae Rim i norra Thailand. Många av dessa sociala djur hålls ensamma i isolerade burar med kedjor runt halsen och knappt något utrymme att röra sig på.
| Moving Animals / Amy Jones

Slutsats

Resultaten som presenteras här visar att tre viktiga turistföretag sviker de vilda djuren på den skandinaviska turistmarknaden: GetYourGuide, Trip.com och TUI/Musement. Även om flera företag tar berömvärda steg på sin resa mot att bli helt och hållet djurvänlig, säljer dessa företag skadliga upplevelser som exploaterar vilda djur och upprätthåller en efterfrågan på turistaktiviteter som kan vara skadliga. De har inte tagit något som helst ansvar som de, och branschen, har för djurvälstånd och farorna med kontakter mellan vilda djur och turister.

De viktigaste problemen som identifieras i denna rapport är:

1.

Tre företag i denna utvärdering sviker fortfarande vilda djur genom att sälja exploaterande djurattraktioner: GetYourGuide, TUI/Musement och Trip.com.

2.

Trots att TUI har förbättrat företagets leveranskedja, åtaganden och mål fortsätter de att sälja biljetter till exploaterande attraktioner med delfiner i fångenskap, vilket visar på en oroväckande brist på intresse för att skydda djuren.

3.

GetYourGuide fick inga poäng alls i tre av de fyra delarna i den oberoende utvärderingen, och bidrar i betydande omfattning till att upprätthålla djurens lidande inom turistindustrin.

4.

Trip.com fick inte mer än fem poäng i någon av de fyra delarna i den oberoende utvärderingen, och bidrar i betydande omfattning till att upprätthålla djurens lidande inom turismen.

5.

De flesta av de vanligaste företagen gör inte tillräckligt för att öka medvetenheten hos konsumenterna om de vilda djurens lidande inom turistindustrin och hur de kan förhindra det.

Resebranschen spelar en stor roll i att underhållningen av vilda djur i fångenskap fortsätter genom försäljning och marknadsföring av djuraktiviteter runt om i världen. Forskningen visar att turisterna ofta inte är medvetna om den grymhet som sker bakom kulisserna på många attraktioner med djur i fångenskap. Genom att de säljer aktiviteter som innebär djurutnyttjande kan resevarumärken marknadsföra en falsk uppfattning av att aktiviteter som delfinshower, elefantridning, bada med elefanter och klappa tigrar är acceptabla. Det är de inte. De smarta reseföretagen inser att företagets rykte och varumärke kan dra nytta av att de blir välkända föregångare inom etiskt djurvänligt resande.

När företagen är öppna om sina djurpolicyer och officiellt uppger sina avsikter och rapporterar om sina framsteg lägger kunderna märke till detta. Öppenhet mellan företag och konsumenter uppmuntrar till förtroende. Att ta ställning mot djurplågeri ger företagen en stark marknadsposition och förstärker deras varumärke som en ansvarsfull ledare inom resebranschen.

Reseföretagen behöver ta avstånd från att skapa, driva på och uppfylla konsumenters efterfrågan på exploaterande attraktioner med djur i fångenskap. Även om vissa djurattraktioner, som marina temaparker, försöker att framtidssäkra sig själva (dvs. förändra sin affärsmodell för att anpassa sig till redan förändrade trender och attityder) måste reseföretagen vara mer proaktiva. De vilda djuren i fångenskap och inte heller reseföretagen har råd att vänta på att konsumenternas smak ska ändras och under tiden fortsätta att marknadsföra och sälja biljetter till turistanläggningar som använder sig av djurplågeri. En studie genomförd av WildCRU vid Oxfords universitet på uppdrag av World Animal Protection visade att väldigt få resenärer kan se djurplågeri och fortsätter därmed att lämna positiva recensioner på attraktioner med låg djurvälstånd³. För att skapa en verklig och bestående förändring för vilda djur är det avgörande att en förändring av branschen inleds av turistföretagens leverantörer.

Vi applåderar de företag som redan har vidtagit åtgärder för att ta avstånd från grymma djurattraktioner. Genom att de har tagit ställning etiskt mot denna grymhet har de visat resebranschen och allmänheten att det är oacceptabelt att hålla vilda djur i fångenskap i underhållningssyfte.



Foto: Turister tittar på en vild elefant på avstånd, i Hwange National Park i Zimbabwe. |World Animal Protection / Aaron Gekoski

Rekommendationer

Reseföretagen och enskilda resenärer kan åstadkomma förändringar här. De kan välja att endast besöka djurvänliga anläggningar som erbjuder upplevelser där man endast tittar på djur i kombination med en djurhållning baserat på bästa praxis. Alternativt kan de välja att titta på vilda djur på ett ansvarsfullt sätt i det vilda. Vi ber människor att vara djurvänliga turister och uppmanar reseföretagen att byta ut försäljning och marknadsföring av djurunderhållning med aktiviteter som inte gör att djuren lider.

För allmänheten:

Allmänheten har makt att stoppa exploateringen av vilda djur på flera sätt. Konsumenter kan göra stor skillnad genom att avstå från att köpa biljetter, och genom att säga till reseföretagen att de inte gillar att de är inblandade i underhållningsindustrin som omfattar djur i fångenskap. Om biljettförsäljningen minskar, minskar också det ekonomiska incitamentet att föda upp och fånga in fler djur. Detta i sin tur minskar antalet vilda djur som står inför ett livslångt lidande i fångenskap.

Det är viktigt att allmänheten visar reseföretagen att de inte tolererar att djurplågeriet inom turistindustrin fortsätter. När allmänheten visar att de inte stödjer användningen av vilda djur i exploaterande underhållning förändrar reseföretagen sina policyer och slutar att sälja biljetter till dessa attraktioner. Konsumenter och resenärer har ett val när de reser och behöver visa att de inte tolererar denna nivå av djurexploatering från marknadsledande företag.

För turistföretag:

Företagen som ingår i denna utvärdering har fått ta del av de fullständiga rapporterna över sina resultat och fått skräddarsydda råd om hur de kan öka sina poäng i framtida utvärderingar och närma sig djurvänlighet. Rekommendationer för alla andra reseföretag som inte har utvärderats om hur de kan bli verkligt djurvänliga finns nedan.



Åtagande

Företag bör ha en offentlig djurvälståndspolicy som redovisar följande:

Vilda djur har rätt till ett liv i det vilda.	Djur i fångenskap måste få positiva upplevelser - "ett bra liv". De får inte födas upp i fångenskap för att upprätthålla populationen i fångenskap.	De fem domänerna eller de fem friheterna är viktiga koncept för att ge djur bättre förhållanden. De måste skyddas från interaktiva turistupplevelser, däribland shower och framträdanden, ridupplevelser, simupplevelser eller användning som selfie-rekvisita.	Resebranschen har en roll i att skydda vilda djur.
---	---	---	--

Reseföretagen bör se över sitt eget utbud av skadliga aktiviteter med vilda djur och ta bort dem. Detta innebär direktkontakt med vilda djur i fångenskap, djurframträdanden, kamper och kapplöpningar.

Företagen bör offentligt kräva specifika certifieringar, riktlinjer eller ackrediteringar som upplevelser eller attraktioner med vilda djur som minimikrav. Detta borde inrättas utöver att inte erbjuda oacceptabla aktiviteter som direktkontakt, framträdanden, kamper och kapplöpningar. Exempel på detta är djurparker/akvarier som är ackrediterade eller tillhör vissa organisationer, reservat certifierade av Global Federation of Animal Sanctuaries (GFAS) och valskädning certifierad av World Cetacean Alliance (WCA).

Företagen bör se besök till anläggningar där vilda djur föds upp i kommersiella syften som oacceptabla.



Förändra konsumenternas efterfrågan

Företagen bör använda innehåll som refererar eller länkar till bevis eller experter för att öka medvetenheten och ändra kundernas attityder mot och beteenden i förhållande till aktiviteter och attraktioner inom djurturismen.

Företagen bör förse konsumenterna med information så att de kan identifiera etiska aktiviteter och attraktioner som omfattar vilda djur.

Företagen bör tillhandahålla information om djurvälstånd där konsumenter lätt kan hitta den under bokningen och på produktsidor.

Företagen bör uppmuntra kunderna att ta upp undringar eller frågor om djurens välfärd med dem och tillhandahålla ett enkelt sätt att göra detta.



Förändra branschens utbud

Leverantörer	<p>Företagen bör införliva sin djurvälståndspolicy och sina åtagande som en del av sina bindande kontrakt med leverantörer. De bör förbjuda upplevelser och attraktioner som omfattar användning av vilda djur som är oacceptabel och framhäva policyer som måste följas för att göra aktiviteter acceptabla.</p> <p>Företagen bör kontrollera leverantörernas prestation i relation till de villkor för djurvälstånd som anges i kontrakten och ha rutiner för att kontakta leverantörerna om de misslyckas med att leva upp till standarderna.</p> <p>Företagen bör utveckla mekanismer för att involvera leverantörerna i bästa praxis, som att öka medvetenheten och tillhandahålla utbildning.</p>
Branschen	<p>Företag bör leda eller gemensamt leda initiativ inom branschen, eller med organisationer för att skydda vilda djur inom turismen. Till exempel:</p> <ul style="list-style-type: none">• arbeta tillsammans med andra organisationer inom resebranschen för att utveckla standarder eller riktlinjer• arbeta för djurvänliga förändringar• utveckla öppna resurser, som utbildningsmoduler och revisionsverktyg, i samarbete med icke-statliga organisationer för att tillhandahålla finansiering och/eller expertkunskap.



Mål och prestation

Mål	Företagen bör officiellt sätta upp tidsbundna mål för att upphöra med försäljning och marknadsföring av upplevelser eller attraktioner som tillåter nära eller direkt turistkontakt med vilda djur och djurframträdanden, kamper och kapplöpningar.
	Företagen bör officiellt sätta upp tidsbundna mål för att endast sälja eller marknadsföra upplevelser och attraktioner som har speciella certifieringar, riktlinjer eller ackrediteringar och som endast erbjuder acceptabel användning av djur.
Prestation	Företagen bör offentligt rapportera om hur väl de presterar i att uppfylla dessa mål.
	Företagen bör officiellt rapportera antalet eller andelen utflykter, sålda biljetter och erbjudanden som omfattar vilda djur så att allmänheten kan se framstegen.



Foto: Vilda lejonungar som äter i Hwange National Park i Zimbabwe. | Aaron Gekoski

Referenser

1. Expedia sustainability survey 2022, Booking report 2022, ABTA report 2022
2. Font, X., Bonilla-Priego, M.J. and Kantenbacher, J., 2019. Trade associations as corporate social responsibility actors: An institutional theory analysis of animal welfare in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), s.118-138.
3. Fredman, P. and Margaryan, L., 2021. 20 years of Nordic nature-based tourism research: a review and future research agenda. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(1), s.14-25.
4. <https://www.globaldata.com/store/report/scandinavia-tourism-source-market-analysis/>
5. <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/jordan/market-entry-scandinavia>
6. Kanta, K.N.M., Kaurav, R.P.S., Allam, U.S. and Srivalli, P., 2021. Wildlife tourism: a synthesis of past, present, and future research agenda. *Enlightening Tourism. A Pathmaking JOURNAL*, 11(2), s.390-427.
7. Newsome, D. and Rodger, K., 2012. Wildlife tourism. In *The Routledge handbook of tourism and the environment* (s. 367-380). Routledge.
8. WAZA report World Animal Protection 2019 "The Show Can't Go On". Available at: https://www.worldanimalprotection.org/sites/default/files/2021-06/15072019_waza_report-final_1.pdf
9. World Animal Protection 2022, commissioned to Savanta, global online survey of 23,726 people across 15 countries (Denmark, Germany, Netherlands, Sweden, the UK, Spain, South Africa, Kenya, China, India, Thailand, Canada, the USA, Australia, and Brazil)
10. Moorhouse, T.P.; Dahlsjö, C.A.; Baker, S.E.; D'Cruze, N.C.; Macdonald, D.W. (2015) The customer isn't always right: conservation and animal welfare implications of the increasing demand for wildlife tourism, *PloS One* 10: e0138939
11. Newsome, D., 2020. The collapse of tourism and its impact on wildlife tourism destinations. *Journal of Tourism Futures*, 7(3), s. 295-302.
12. World Animal Protection 2019, commissioned to Kantar TNS, global online survey of 12,000 people across 12 countries (Denmark, Germany, Netherlands, Sweden, the UK, China, India, Thailand, Canada, the USA, Australia, and Brazil)
13. Von Essen, E., Lindsjö, J. and Berg, C., 2020. Instagranimal: Animal welfare and animal ethics challenges of animal-based tourism. *Animals*, 10(10), s.1830.
14. Gnanapala, A.C., 2017. Destination marketing approaches for wildlife tourism. In *Wilderness of Wildlife Tourism* (s. 35-59). Apple Academic Press.

Bilaga 1

10 steg för djurvänlig turism

Välfärd för vilda djur skyddar människor och arbetstillfällen. Utbrottet av covid-19 har riktat ett starkt ljus mot hur människor behandlar vilda djur. Pandemin har utmanat oss att skapa förändring och försett oss med en enastående möjlighet att bygga upp turistindustrin igen på ett mer hållbart och ansvarsfullt sätt genom att vi gör den djurvänlig.

Som medlem i resebranschen kan du förebygga en ny pandemi, trygga försörjningen och hjälpa till att hålla de vilda djuren i det vilda genom att integrera djurvälfärd i ditt företags affärsverksamhet. Detta innebär att du fasar ut djurunderhållning från din leverantörskedja och i stället erbjuder ansvarsfulla turistupplevelser. Tillsammans kan vi säkerställa att den nuvarande generationen djur i fångenskap blir den sista som får lida för ekonomisk vinning.

- 1. Förbind dig att skydda djuren genom att avlägga World Animal Protections djurvänliga löfte.** Överväg att kommunicera det till dina kunder och till allmänheten för att uppmuntra en bredare övergång till mer etisk djurturism.
- 2. Samla en grupp entusiastiska kollegor** som är intresserade av att leda organisatoriska förändringar för att införliva djurvälfärd i ditt företags affärsverksamheter.
- 3. Se över ditt djurrelaterade produktutbud.** Aktiviteter som inverkar negativt på djurens välfärd och artbevarande, och som kan utgöra en stor risk för dina resenärers hälsa och säkerhet omfattar direktkontakt med vilda djur och vilda djur som uppträder. World Animal Protection kan ge dig vägledning och checklistor för att identifiera varningsflaggor i din leverantörskedja och ta bort dem. Se över ditt djurrelaterade produktutbud.
- 4. Utvärdera vilket värde dessa aktiviteter har för kunderna** och börja leta efter alternativ utan djur och etiska djuralternativ, som att titta djur på ett säkert och respektfullt avstånd i deras naturliga miljö eller på ett äkta reservat där djuren inte föds upp eller säljs.
- 5. Få igång samtal med dina leverantörer.** Hjälp dem att förstå att en förändring behövs och att du letar efter ansvarsfulla alternativ som ersätter aktiviteterna med djurunderhållning. Även om det finns etiska upplevelser kan ett företag som ditt hjälpa till att fasa ut djurunderhållning genom att be leverantörerna att upphöra med den kommersiella uppfödningen och handeln samtidigt som förhållandena för de djur som redan är i fångenskap förbättras.
- 6. Ta fram en djurvälfärdspolicy och be leverantörerna** att planera en utfasning av eventuella aktiviteter och attraktioner som inte längre är acceptabla i ditt produktutbud. En bra policy kommer att hjälpa dig att utvärdera djurbaserad turism konsekvent med senaste vetenskapliga rön och minska riskerna för att kritiseras för att du inte göra tillräckligt. World Animal Protection kan stötta dig i detta.
- 7. Utbilda personalen i djurvälfärd och hur man identifierar grymma attraktioner och aktiviteter,** såväl som verkligt etiska djurupplevelser. World Animal Protection har utbildningsmoduler, checklistor och forskningsmaterial som gör att din personal kan ha kontroll över företagets djurvälfärdspolicy, utvärdera leverantörer och välja spännande och ansvarsfulla alternativ.
- 8. Berätta om ditt företags åtaganden för djurvälfärd och utbilda dina kunder om hur de kan bli djurvänliga resenärer var de än reser.** Utbildning är livsviktigt för att flytta efterfrågan mot ansvarsfull turism. World Animal Protection har mycket utbildningsmaterial, med bland annat tips på hur man är en elefantvänlig resenär.
- 9. Gå samman med andra ledande reseföretag för att bygga upp en ansvarsfull och hållbar resebransch genom att ni skapar och marknadsför verkligt etiska alternativ,** som tillsammans med en minskad efterfrågan kommer att leda till en successiv utfasning av användningen av vilda djur i fångenskap för turistunderhållning. Kontakta World Animal Protection för att få mer information om Coalition for Ethical Wildlife Tourism.
- 10. Granska, övervaka och rapportera om din djurskyddsstrategi en gång om året.** Vi uppmanar dig att fortsätta att uppdatera och förbättra din policy och se till att den är helt implementerad inom hela din organisation och leverantörskedja.

Bilaga 2

Så här upprättar du en djurvälståndspolicy

Syfte, omfattning och ansvarsfriskrivning

Denna guide ska stötta företag som ditt i att utforma en stabil djurvälståndspolicy och vägleda dig i att anta mer etiska rutiner gällande djur, speciellt vilda djur.

Eftersom möten med vilda djur är bland den populäraste semesterupplevelsen är de flesta av de rutiner och riktlinjer som rekommenderas i detta dokument relaterade till vilda djur, oavsett om de befinner sig i fångenskap eller i det vilda. Det betyder dock inte att det inte är lika viktigt att säkerställa bra välfärd för tama djur.

Att anta en djurvälståndspolicy baserat på detta vägledande dokument får inte ses som en certifiering eller på något sätt ett godkännande från World Animal Protection av ditt företags djurrelaterade verksamhet. Innehållet i denna policyvägledning ska anpassas så att den blir relevant för ditt företag.

Du kan kontakta World Animal Protection om du vill få mer information eller ytterligare stöd eller material, som personalutbildning, checklistor eller utbildningsmaterial för kunder. E-posta oss på info@worldanimalprotection.se

Vad är djurunderhållning och varför är det oacceptabelt?

Det är inte naturligt för vilda djur att ha närkontakt med människor. Ändå tvingas många vilda djur att uppträda inom nöjesindustrin runt om i världen och vistas nära människor, inte minst i på turistorter.

En bra grundregel för turister är att alltid undvika all form av närkontakt med vilda djur, för att inte på något sätt bidra till att de utnyttjas och utsätts för lidande. Sådan kontakt kan stressa djuren och innebär risker för skador och sjukdomar – både för djur och människor.

För att vilda djur ska kunna användas för underhållning måste de tränas, så att de lyder skötarnas kommandon och vänjer sig vid att ha människor omkring sig. Oavsett vilka träningsmetoder som används är syftet att tämja djuren, utan respekt för deras grundläggande behov och intressen som fria, vilda djur.

Att vilda djur hålls i fångenskap för underhållning innebär att de tvingas uthärda liv som inte ger dem utlopp för naturliga beteenden. Förutom att de måste roa turister och besökare, kan de hållas i trånga burar, små bassänger eller vara fastkedjade.

Granska nuvarande utbudet först

Innan du utformar en djurvälståndspolicy rekommenderar vi att du gör en inledande granskning av de produkter och upplevelser som omfattar vilda djur. Följande frågor kan hjälpa dig i granskningen av djurrelaterade produkter:

- Måste vilda djur uppträda i shower? Till exempel orangutanger som visar upp kickenboxningsmatcher eller elefanter och delfiner som utför trick.
- Tillåter man att besökare håller, klappar eller har direktkontakt med vilda djur? Till exempel selfies med tigrar (tigerungar) eller upplevelser som promenader med lejon, ridning på elefanter eller simning med delfiner.

Om svaret är "ja" på en eller flera av dessa frågor har dessa aktiviteter en negativ inverkan på djurens välfärd och bör ej tillåtas.

En stabil djurvälståndspolicy består av två delar.

- Företagets mål och värderingar i förhållande till djurvälstånd. Dessa har ingen direkt inverkan på djuren i företagets leveranskedja, utan de fungerar som en referensram och ett sätt att föra fram principer som ledsagar organisationen oavsett var och vilken verksamhet som bedrivs.
- Företagets åtagande anger riktlinjerna som omvandlar målet och värderingarna till konkreta principer, och beskriver vad som är acceptabelt och inte.

Viktiga djurvälståndsprinciper

Resebranschen har en viktig roll i att styra bort efterfrågan från grymma djurupplevelser, uppmuntra bättre förhållanden för befintliga vilda djur i fångenskap och be leverantörerna att upphöra med kommersiell uppfödning och handel för att säkerställa att detta är den sista generationen djur i fångenskap som används för underhållning.

- Alla vilda djur måste respekteras för sitt egenvärde och det bästa sättet att uppleva djur när man är på semester är att se dem i det vilda.
- När människor sköter om djur måste de få ett bra liv genom att de är friska både fysiskt och psykiskt. De bör ges en miljö och förhållanden som förhindrar lidande, och även göra det möjligt för djuren att ha positiva upplevelser, genom möjligheten att göra val och uppvisa ett naturligt beteende i så stor utsträckning som möjligt.
- De unika behoven hos i synnerhet vilda djur kan aldrig uppfyllas helt i fångenskap. De måste de få bästa möjliga omsorg och ska inte hållas i fångenskap för underhållning.
- Ditt företag kommer endast att arbeta med leverantörer om djuren i deras vård åtnjuter bästa möjliga omsorg i linje med de fem domänerna för djurvälstånd:
 1. Näring - faktorer som innefattar djurens tillgång till balanserad, varierad och ren mat samt vatten i tillräcklig omfattning.
 2. Miljö - faktorer som möjliggör komfort genom temperatur, underlag, utrymme, luft, lukt, ljud och förutsägbarhet.
 3. Hälsa - faktorer som möjliggör god hälsa genom avsaknad av sjukdomar, skador, nedsättningar och bra konditionsnivå.
 4. Beteende - faktorer som ger varierade, nya och engagerande miljömässiga utmaningar genom sinnesintryck, utforskning, sökning av föda, förbindelser, lek, avskildhet med mera.
 5. Psykisk hälsa - genom att man skapar positiva förhållanden i de fyra funktionella domänerna ovan bör övervägande positiva tillstånd, som njutning, bekvämlighet eller livskraft, bidra till djurens psykiska hälsa, medan de negativa tillstånden, som rädsla, frustration, hunger, smärta eller tristess, bör minska.

Acceptabla och oacceptabla aktiviteter

Vi rekommenderar att reseföretag utvecklar tydliga riktlinjer som anger acceptabla och oacceptabla aktiviteter som en del av en djurvälståndspolicy.

Vi rekommenderar att man inte säljer biljetter till eller marknadsför anläggningar och/eller aktiviteter som erbjuder turister någon av följande upplevelser:

- närkontakt med vilda djur, som klappning eller ridning, som elefantridning och elefantbadning, simning med delfiner eller promenader med lejon
- framträdanden med vilda djur, som delfinshower, cirkusar och orangutangboxning
- fotomöjligheter med vilda djur, som stora kattdjur, sengångare eller primater, selfies med tigrar, delfinpussar eller selfies med orangutanger
- uppvisning av slagsmål mellan djur eller djurkapplöpningar, eller användning i andra sport- eller kulturevenemang som leder till att djuren lider eller dör, som tjurfäkning och tjurrusning, krokodilbrottning, hundkamper, rodeo, elefantpolo och häst- eller hundkapplöpningar
- besök på anläggningar som föder upp vilda djur i fångenskap eller håller dem för användning till kommersiella produkter, som krokodilfarmer, sibeckaffeodlingar, björngallsfarmer och sköldpaddsfarmer
- konsumtion av mat som har orsakat djur extremt lidande och/eller som hotar arternas överlevnad i det vilda, som bushmeat, foie gras, tigervin, björngalla, hajfena, valkött, sköldpaddskött, ormblood och sibeckaffe (kopi luwak)
- försäljning av souvenirer tillverkade av kroppsdelar från vilda djur, som väskor av krokodil- eller ormskinn, smycken av korall, elfenben eller sköldpaddsskal
- deltagande i någon form av jakt, som troféjakt, inhägnad jakt eller sportfiske.

Om ingen konflikt med ovanstående riktlinjer förekommer kan man erbjuda och/eller marknadsföra följande anläggningar och aktiviteter där turister kan uppleva djur:

- Äkta djurreservat, rehabiliteringsanläggningar och räddningscenter som har högsta möjliga standarder för djurskötsel och där det inte förekommer någon uppfödning för kommersiella syften, t.ex. reservat certifierade av Global Federation of Animal Sanctuaries (GFAS) eller elefantattraktioner som följer World Animal Protections riktlinjer för elefantvänliga attraktioner. Ytterligare vägledning om hur man känner igen ett äkta djurreservat finns i World Animal Protections checklista.
- Ansvarsfull observation av vilda djur där turister kan se djur i sin naturliga livsmiljö på säkert och respektfullt avstånd utan att locka eller jaga dem eller på annat sätt störa deras naturliga beteende eller rutiner – till exempel valskådningsarrangörer och platser för valskådning (Whale Heritage Sites) certifierade av World Cetacean Alliance (WCA).

Implementering, övervakning och utvärdering

För att ditt företags djurvälståndspolicy ska fungera i praktiken, rekommenderar vi att det finns tydliga målsättningar och tidsangivelser för när de ska vara uppfyllda. Då blir det lättare att följa upp och utvärdera det djurvänliga arbetet.

Som en del av implementeringen av policyn bör företaget säkerställa att leverantörerna förstår policyn, hur de kan garantera att de följer den och vilka processer som finns om de inte gör det.

Att öka medvetenheten genom utbildning är en annan viktig komponent i att säkerställa att policyn blir helt förankrad i din dagliga verksamhet. Utbildning och checklistor kan tillhandahållas till personalen och leverantörerna, och även kunderna bör få den kunskap som behövs för att kunna känna igen och rapportera om bra och dålig djurverksamhet.

Slutligen rekommenderar vi starkt att du utvärderar djurvälståndspolicyn regelbundet, så att du kan göra uppdateringar och förbättringar baserat på den senaste forskningen.

Bilaga 3

Färdig mall för djurvälståndspolicy

[Företagsnamn]s djurvälståndspolicy

[[Företagsnamn]] är engagerad i ansvarsfull turism och i att skydda djuren som påverkas av resebranschen. Vi har tagit fram denna djurvälståndspolicy eftersom djurmöten har blivit en allt mer populär del av människors semesterupplevelser.

Dock leder vissa djurrelaterade aktiviteter, som elefantridning, selfies med tigrar och delfinshower, till lidande genom grym behandling och undermåliga förhållanden.

[Företagsnamn] anser att alla vilda djur måste respekteras för sitt egenvärde och att det bästa sättet att uppleva djur när man är på semester är att se dem i det vilda. När människor sköter om djur, både tama och vilda djur, måste de få ett bra liv genom att de är friska både fysiskt och psykiskt. Deras levnadsförhållanden måste gynna positiva upplevelser i en miljö som uppmanar dem att göra val och som gör att de kan uppvisa ett naturligt beteende i så stor utsträckning som möjligt.

[Företagsnamn] arbetar endast med leverantörer om djuren i deras vård åtnjuter bästa möjliga välfärd i linje med de fem domänerna för djurvälstånd:

1. **Näring** - faktorer som innefattar djurens tillgång till balanserad, varierad och ren mat samt vatten i tillräcklig omfattning.
2. **Miljö** - faktorer som möjliggör komfort genom temperatur, underlag, utrymme, luft, lukt, ljud och förutsägbarhet.
3. **Hälsa** - faktorer som möjliggör god hälsa genom avsaknad av sjukdomar, skador, nedsättningar och bra konditionsnivå.
4. **Beteende** - faktorer som ger varierade, nya och engagerande miljömässiga utmaningar genom sinnesintryck, utforskning, sökning av föda, förbindelser, lek, avskildhet med mera.
5. **Psykisk hälsa** - genom att man skapar positiva förhållanden i de fyra funktionella domänerna ovan bör övervägande positiva tillstånd, som njutning, bekvämlighet eller livskraft, bidra till djurens psykiska hälsa, medan de negativa tillstånden, som rädsla, frustration, hunger, smärta eller tristess, bör minska.

[Företagsnamn] är även medveten om att behoven hos i synnerhet vilda djur aldrig kan uppfyllas helt i fångenskap. På de anläggningar där vilda djur hålls i fångenskap måste man de få högsta möjliga välfärd. Anläggningen måste också bidra till en övergång från exploaterande användning och stötta utfasningen av hållandet av vilda djur för kommersiella syften.

Våra riktlinjer

At [Vi på [företagsnamn] säljer eller marknadsför inte anläggningar och/eller aktiviteter som erbjuder turister någon av följande upplevelser:

- närkontakt med vilda djur, som klappning eller ridning, däribland elefantridning och elefantbadning, simning med delfiner eller promenader med lejon
- framträdanden med vilda djur, däribland delfinshower, cirkusar och orangutangboxning
- fotomöjligheter med vilda djur, däribland stora kattdjur, sengångare, delfiner och primater.
- uppvisning av slagsmål mellan djur eller djurkapplöpningar, eller användning i andra sport- eller kulturevenemang som leder till att djuren lider eller dör, däribland tjurfäktning och tjurrusning, krokodilbrottnig, hundkamper, rodeo, elefantpolo och hästkapplöpningar
- besök på anläggningar som föder upp vilda djur i fångenskap eller håller dem för användning till kommersiella produkter, däribland krokodilfarmer, sibetkaffeodlingar, björngallsfarmer och sköldpaddsfarmer
- deltagande i troféjakt, inhägnad jakt eller sportfiske.


Om ingen konflikt med ovanstående riktlinjer förekommer erbjuder och/eller marknadsför [företagsnamn] följande attraktioner och aktiviteter där turister kan uppleva djur:

- Äkta djurreservat, rehabiliteringsanläggningar och räddningscenter som har högsta möjliga standarder för djurskötsel, t.ex. reservat certifierade av Global Federation of Animal Sanctuaries (GFAS) eller elefantanläggningar som följer World Animal Protections
- riktlinjer för elefantvänliga anläggningar. Ytterligare vägledning om hur man känner igen ett äkta djurreservat finns i World Animal Protections checklista.
- Ansvarsfull observation av vilda djur där en besökare kan observera djur i sin naturliga miljö från ett lämpligt avstånd utan att störa djurens naturliga beteende eller störa deras rutiner, t.ex. upplevelser med valskådning certifierade av World Cetacean Alliance (WCA).

World Animal Protection Sverige

Box 22536

104 22 Stockholm

 +46 (0) 8 617 79 70

 info@worldanimalprotection.se

 W: worldanimalprotection.se

 [/World Animal Protection Sverige](https://www.facebook.com/WorldAnimalProtectionSverige)

 [/worldanimalprotectionsverige](https://www.instagram.com/worldanimalprotectionsverige)

 [/ World Animal Protection Sweden](https://twitter.com/WorldAnimalProtectionSweden)

 [/ World Animal Protection Sverige](https://www.youtube.com/WorldAnimalProtectionSverige)

Copyright © World Animal Protection

12.22