



LUNDS
UNIVERSITET
Campus Helsingborg

Institutionen för Service Management

Säkerhetsarbetet i kundens tjänst eller inte?

– på ett nöjesfält

Anja Grönvall

Ida Jensen

Andreas Källström

Handledare:
Jesper Falkheimer
Mattias Wengelin

C- uppsats
Vt 2007

Förord

Bakgrunden till vår uppsats ligger i ett intresse kring turistdestinationer och säkerhet som väcktes under kursen Risk och krishantering i serviceorganisationer höstterminen år 2006. Vi valde att fokusera på Liseberg då det inträffade en olycka år 2006 i flumeride som uppmärksammades flitigt i media.

Vi vill rikta ett varmt tack till de respondenter som svarat på vår enkät. Vi vill även tacka Liseberg för deras engagemang och svar på våra intervjufrågor. Slutligen vill vi tacka våra handledare Jesper Falkheimer och Mattias Wengelin som guidat oss igenom hela uppsatsen.

Sammanfattning

Titel: Säkerhetsarbetet i kundens tjänst eller inte?- på ett nöjesfält

Författare: Anja Grönvall, Ida Jensen och Andreas Källström

Nyckelord: Risk, säkerhet, säkerhetsarbete, destinationsmarknadsföring, image, media

Syfte: Vårt syfte med denna uppsats är att undersöka hur anläggningens hanterande av säkerhet påverkar turistens syn på en turistanläggning.

Metod: Vi har utfört en enkätundersökning för att kunna få en uppfattning av hur Lisebergs kunder anser att säkerhetsarbetet fungerar. För att även undersöka hur säkerhetskommunikationen förmedlas till turisten valde vi att genomföra deltagande observationer. För att fånga Lisebergs syn på hur turisten uppfattar och påverkas av säkerhetsarbetet har vi valt att göra en kvalitativ intervju med den marknadsansvarige på Liseberg.

Slutsats: Turisternas krav och förväntningar på säkerhet och säkerhetsarbete blir allt mer omfattande i takt med att allt fler olyckor inträffar. Kraven och förväntningarna påverkas i stor utsträckning även av medias rapportering av dessa händelser. Organisationernas hanterande av säkerhet kommer i framtiden att bli allt mer betydelsefullt. Turister kommer i framtiden kräva att organisationer kommunicerar ett öppnare säkerhetsarbete. Turistdestinationer som uppnår detta kan i framtiden dra nytta av detta som en konkurrensfördel.

Innehållsförteckning

<u>1. INLEDNING</u>	<u>1</u>
1.1. BAKGRUND.....	1
1.2. PROBLEMBESKRIVNING	2
1.3. SYFTE.....	3
1.4. PROBLEMFORMULERING	3
1.5. AVGRÄNSNING	4
1.6. DISPOSITION.....	4
<u>2. METOD</u>	<u>5</u>
2.1. TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	5
2.2. URVAL	10
2.3. VALIDITET.....	11
2.4. RELIABILITET	11
2.5. ETISKA ÖVERVÄGANDEN.....	12
<u>3. TEORIER.....</u>	<u>13</u>
3.1. TEORETISK REFERENSRAM.....	13
3.2. TURISTERS RISKUPPFATTNING	14
RISKER I OLIKA SKEPNADER.....	15
SÄKERHETENS BETYDELSE FÖR TURISTER	18
3.3. FÖREBYGGANDE ÅTGÄRDER SOM PÅVERKAR KUNDERNAS FÖRTROENDE.....	20
RISKKOMMUNIKATION	20
SÄKERHETSKOMMUNIKATION.....	21
RISKANALYS.....	22
3.4. TURISTANLÄGGNINGARS HANTERANDE AV IMAGE.....	23
DESTINATIONENS IMAGEPROBLEM	24
ATT FÖRÄNDRA EN NEGATIV IMAGE	24
3.5. MEDIAS PÅVERKAN PÅ TURISTERNAS UPPFATTNING AV ANLÄGGNINGEN	25
3.6. SAMMANFATTNING AV TEORI.....	27
<u>4. REDOVISNING OCH ANALYS</u>	<u>28</u>
4.1. TURISTERNAS RISKUPPFATTNING PÅ LISEBERG	28

4.2. SÄKERHETENS BETYDELSE FÖR LISEBERGS TURISTER	31
4.3. FÖREBYGGANDE ÅTGÄRDER SOM PÅVERKAR KUNDENS FÖRTROENDE FÖR LISEBERG	34
4.4. LISEBERGS HANTERANDE AV IMAGE	36
4.5. MEDIAS PÅVERKAN PÅ TURISTENS UPPFATTNING AV LISEBERG	36
<u>5. SLUTSATSER.....</u>	<u>39</u>
<u>6. DISKUSSION.....</u>	<u>42</u>
6.1. SUMMERING	43
6.2. REFLEKTIONER.....	44
<u>7. LITTERATURFÖRTECKNING.....</u>	<u>46</u>
<u>BILAGA 1.....</u>	<u>49</u>
<u>BILAGA 2.....</u>	<u>50</u>
<u>BILAGA 3.....</u>	<u>53</u>
<u>BILAGA 4.....</u>	<u>54</u>
<u>BILAGA 5.....</u>	<u>56</u>

1. Inledning

I följande kapitel presenteras bakgrunden till vårt val av ämne, problembeskrivning, problemformulering, syfte, avgränsningar samt disposition. Syftet med det här kapitlet är att introducera läsaren till ämnet och problematiken.

1.1. Bakgrund

Den 8 oktober år 2006 händer det som inte får hända på en turismanläggning, en allvarlig olycka inträffar på Liseberg. Denna hemska olycka skedde endast ett par timmar innan turistanläggningen skulle stänga för säsongen. En kvinna som åker attraktionen Flumeride får panik och reser sig upp mitt under åkturen och tar tag i räcket strax innan den sista backen. Efter ett tag orkar kvinnan inte hålla sig kvar längre och då åker hon på mage ner för backen varpå en efterföljande flumeridestock kör på henne. Kvinnan fick svåra skullskador och låg på sjukhus i fyra veckor efter olyckan. Både Liseberg och polisen har gjort utredningar av olyckan. Dessa visade på att det var en ren olyckshändelse och inga fel kunde hittas på attraktionen Flumeride.¹

Efter att denna olycka drabbat Lisberg under år 2006, har anläggningen i år satsat resurser på att öka säkerheten för turisten.² Liseberg sägs vara en turistanläggning som jobbar mycket med säkerheten och de ser mycket allvarligt på de olyckor som sker inom området. Har det ökade arbetet med säkerhet någon påverkan på kunderna? Eller kommer det ökade säkerhetsarbetet istället att framhäva vilka risker som finns? Nöjesfält kommer aldrig att lyckas helt med att undvika olyckor, eftersom det är svårt att förutspå alla former av mänskligt beteende.³ Har olyckorna under år 2006 på något sätt påverkat Lisebergs gäster?

¹ <http://www.aftonbladet.se> 070502

² <http://www.gp.se> 070519

³ <http://www.aftonbladet.se> 070502

1.2. Problembeskrivning

Efter att gjort undersökningar vad som tidigare lyfts fram i litteratur angående olyckor och säkerhetsarbets påverkan för turism. Så har vi kommit fram till att det finns endast forskning kring större olyckor som påverkar turismbranschen, såsom 11 sep och tsunamikatastrofen. Utifrån dessa undersökningar anser vi att det finns ett glapp, där olyckors påverkan på mindre regionala anläggningar inte studerats och det var detta som väckte vårt intresse för vidare studier inom området.

Idag finns det en mängd olika turistdestinationer, det kan vara allt från naturreservat till hypermoderna nöjesfält. Det stora utbudet kan göra det svårt för turisten att välja. Dessutom har tekniken möjliggjort för ökad mobilitet vilket innebär att det idag inte bara är Sverige som är destinationen, utan hela världen. Hur tänker egentligen vi som turister när vi ska välja destination? Vad påverkar våra beslut och vad påverkar oss inte?

”Farlig lek på Liseberg oroar”⁴

På vilket sätt påverkar en tidningsrubrik som denna turistens val av destination. Hur tänker turisten, väljer de att ignorera varningssignalerna? Eller ser de olyckan snarare som en tillfällig händelse? På vilket sätt påverkar kundens uppfattning av olyckans karaktär företagets image och rykte?

⁴ <http://www.gp.se> 070519

Antagligen kommer säkerheten ha stor betydelse för turistens val av destination. Säkerheten samt företagets image är antagligen det som till största delen ligger till grund för turistens val av anläggning. Vi kommer därför att studera om olyckor som redan inträffat påverkar kundens syn på anläggningen. Samt om detta förekommer, vilken effekt detta kan få för företaget. Vår avsikt är att studera vilket utfall såväl positivt som negativt hanterande av säkerhet kan få för organisationen som helhet. Detta innebär att vi kommer att studera hur turismanläggningarnas hanterande av olyckor samt hur förebygganden åtgärder av liknande händelser påverkar.

Vi anser att det finns en brist på information om säkerhetsarbetets påverkan på kundens uppfattning av organisationen. Vår förhoppning är att denna uppsats ska kunna leda fram till att turismanläggningar får en bättre överblick av vad som krävs och förväntas av dem i samband med säkerhetsarbetet, samt att de kan dra nytta av den undersökning vi gjort för att tillfredsställa turisternas önskningar och därmed också skapa konkurrensfördelar gentemot andra organisationer.

1.3. Syfte

Vårt syfte med denna uppsats är att undersöka hur anläggningens hanterande av säkerhet påverkar turistens syn på en turistanläggning.

1.4. Problemformulering

- *På vilket sätt har hanterandet av säkerhet någon betydelse för turistens val av turistanläggning?*
- *Hur påverkar hanterandet av olyckor turistens förtroende för turistanläggningens säkerhet?*

1.5. Avgränsning

Vi har i vårt arbete valt att avgränsa oss till enbart turister och kunder som talar svenska och besöker Liseberg. Vi har även valt att endast fokusera på säkerheten gällande attraktioner och olyckor som kan inträffa på området. Det vill säga inte terrorism eller stölder. Detta eftersom att en undersökning som omfattar alla olika kategorier anser vi blir alltför omfattande. Med de resurser vi har att tillgå skulle en undersökning av detta slag få en alltför omfattande och ytlig karaktär. Kundernas perspektiv har vi granskat genom att utföra en enkätundersökning och vi har valt att begränsa oss till denna.

1.6. Disposition

Vi har valt att dela upp vår uppsats i sex olika kapitel. Vårt första kapitel är ett introduktionskapitel där vi presenterar vårt syfte och de frågeställningarna som vår uppsats bygger på. Följande kapitel är metodkapitlet där vi presenterar de metoder som vi valt att använda för vår insamling av det empiriska materialet. Vårt tredje kapitel har vi valt att dela upp tematiskt i fem olika delar. Kapitlet omfattar den teori som vi anser relevant och som ligger inom ramen för vår undersökning. Efter teorikapitlet följer vårt resultat och analyskapitel, även detta kapitel följer samma tematiska uppdelning som teorikapitlet. Skillnaden är att resultat och analyskapitlet är anpassat efter Liseberg och våra studier där, detta för att läsaren lättare ska kunna följa resonemangen och finna en röd tråd. Därefter följer ett kapitel där vi presenterar de slutsatser vi kommit fram till. Slutligen följer diskussionskapitlet där vi fritt diskuterar resultatet som vi kommit fram till i vårt arbete samt vad detta kan få för konsekvenser i framtiden.

2. Metod

I denna del kommer vi att redogöra för den metod vi använt oss av då vi arbetat med att skriva denna uppsats. Vi redogör också för vårt arbete med att samla in vårt empiriska material. Vi kommer även att redovisa de bakomliggande orsakerna till vårt val av metod för att samla in empiriskt material.

2.1. Tillvägagångssätt

För att kunna uppfylla syftet med uppsatsen har vi formulerat tre problemformuleringar. Vi har valt att arbeta utifrån kundens perspektiv eftersom vi vill undersöka i vilken grad de påverkas. För att få en uppfattning om hur säkerhetsarbetet fungerar på Liseberg har vi valt att göra observationer på anläggningen samt att utföra en enkätundersökning med Lisebergs kunder. Vidare har vi även valt att göra en telefonintervju med den marknadsansvarige på Liseberg. Detta för att få deras syn på säkerhetsarbetet samt hur de anser att turisterna uppfattar och påverkas av detta, denna del kommer endast vara ett komplement. Anledningen till att vi har valt att använda oss av de två övergripande metoderna är att vi vill undersöka hur kunden påverkas. Vi blandar metoderna för att kunna få flera olika utgångspunkter utifrån kundens perspektiv. Vi valde att kombinera dessa metoder eftersom verkligheten varken är kvantitativ eller kvalitativ och genom att kombinera dessa så kan vi bättre få en uppfattning om hur verkligheten ser ut.⁵ Kombinationer av olika metoder anser en del forskare vara en omöjlighet då olika metoder har olika synsätt på verkligheten. Dessa forskare anser därför att kvalitativ och kvantitativ metod inte kan komplettera varandra.⁶ Valet av metod är gjort för att så väl som möjligt tillfredställa validitet och reliabilitet. Uppsatsens struktur och formalia har vi valt att lägga upp enligt anvisningar i Skrivhandboken och Svenska skrivregler.⁷

⁵ Christensen, Lars et al. (2001) *Marknadsundersökning- en handbok*. Studentlitteratur, Lund. Sid. 68

⁶ Bryman, Alan. (2002). *Samhällsvetenskapliga Metoder*. Liber AB, Malmö. Sid. 409

⁷ Svenska språknämnden (2000), *Svenska skrivregler*, Liber AB, Stockholm, & Westrup, Ulrika, Eldh, Christer & Sjöbeck, Karin (2005), *Skrivhandboken- vägledning i att skriva vetenskapliga texter*, Institutionen för Service Management, Lund

Vi har även studerat olika artiklar från dagspressen, där man diskuterat de olika olyckorna som inträffat på nöjesfältet, men även artiklar om olyckor som inträffat på andra nöjesfält. Vi anser att vårt val av metod har hjälpt oss att ringa in området samt ge oss en djupare förståelse för vilka konsekvenser säkerhetsarbetet kan få. Det teoretiska materialet, samt den empiri som vi samlat in ligger som bas för den analys och de slutsatser vi har arbetat fram.

Datainsamlingen genomfördes under vecka 18 och 19. Vi har valt att företrädesvis göra en enkätundersökning. Vi valde att utföra en enkätundersökning som vi analyserade framförallt enligt den kvantitativa metoden för att kunna skönja tendenser i respondenternas beteende och uppfattning. Eftersom vi utformat vår enkät med hjälp av öppna frågor valde vi att även använda denna kvalitativt och lyfta in värderingar som respondenterna framfört.

Enkätundersökningen hjälper oss att få en bredd, eftersom personer med varierande bakgrund och kännedom fått uttrycka sina åsikter. Enkätundersökningen genomfördes fredagen den 4 maj mellan klockan 14 och 17, utanför Lisebergs huvudentré. Vår ambition var från början att genomföra intervjuerna inne på Lisebergs område för att få fler att vilja delta

i undersökningen. Risken som vi såg med att stå utanför var att det endast skulle vara ett fåtal som var villiga att stanna upp på väg in i parken. Men denna farhåga besannades inte och vi är tacksamma för alla de som tog sig tid att svara på våra frågor. Något som vi dock ansåg en aning problematiskt är att det under den aktuella dagen var blomstermässan på Liseberg och av denna anledning var det många pensionärer i parken denna dag. Utav denna anledning valde vi sedermera att även utföra ett mindre antal enkäter på hemmaplan. Förutsättningen för detta var givetvis att respondenten skulle ha besökt Liseberg och ha detta färskt i minnet.

Av denna anledning är vi medvetna om att enkätundersökningen inte behöver vara helt rättvisande. Men vi anser dock att detta i alla fall är ett tillräckligt trovärdigt material för oss att utgå ifrån. En annan orsak som kan göra resultatet av enkätundersökningen en aning tvivelaktigt är att vi bara genomförde enkäten under en dag och endast under de aktuella tidpunkterna. Givetvis hade det optimala varit att befinna sig på platsen under hela parkens öppettider, detta ansåg vi dock inte rimligt samtidigt som vi inte tror att besökarna skiljer sig väsentligt åt på de olika dagarna. Då turister oftast åker till en destination när det passar bäst och inte utifrån vilken veckodag det är. Enligt Kotler, Bowen och Makens finns det en del begränsningar med att göra en enkätundersökning. Eftersom människor i vissa fall kan ha svårt att svara på frågorna som ställs då de ibland inte kan komma ihåg eller inte ens reflekterat över hur eller varför de agerat på ett speciellt sätt. Samtidigt menar dock Kotler, Bowen och Makens att enkätundersökningar är den metod som är bäst anpassad när det gäller att samla in deskriptivt material.⁸ Vårt material består av 137 enkäter, detta innebär givetvis att hela populationen inte är undersökt och vi har därmed gjort ett urval. Det urval vi har gjort behöver inte vara rättvisande för hela Lisebergs kundgrupp, men vi anser ändå att detta är ett tillräckligt trovärdigt material för oss att arbeta med.

Eftersom vi genomförde enkätundersökningen som en kortare intervju anser vi att risken för missförstånd minimerats. Även risken för att respondenterna skulle tröttna hade vi beaktat och därför var det endast åtta frågor som skulle besvaras och detta tog inte mer än fem minuter att genomföra.⁹ Enkäterna bestod av åtta stycken frågor med fokus på vad som påverkar turisten och deras uppfattning om säkerheten.¹⁰ Flertalet av frågorna var av öppen karaktär, där respondenterna var fria att svara vad de kände passade dem bäst. Detta för att vi inte skulle påverka respondenternas svar.

⁸ Kotler, Philip, Bowen, John T., Makens, James C. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Fjärde upplagan. Pearson Education Inc. Upper Saddle River

⁹ Bryman. (2002) Sid. 146

¹⁰ Bilaga enkät

Enkäterna genomfördes under intervjukaraktär, det vill säga vi frågade respondenterna och fyllde samtidigt själva i deras svar. Det var vi tre författare som genomförde intervjuerna. Eftersom vi alla tre genomförde intervjuer kan man ifrågasätta om alla respondenter blev bemötta och påverkade på samma sätt. Detta kan givetvis ifrågasättas då vi alla är olika individer, men vår avsikt var att alla skulle bemötas och påverkas i samma utsträckning. Därför hade vi innan enkäterna genomfördes pratat ihop oss om vad vi skulle säga när vi presenterade oss och sedan genomförde intervjun.

Vid sammanställningen av enkäterna valde vi att klassificera och lägga in enkätsvaren i Microsoft Excel. Detta för att vi skulle kunna ha ett hanterbart material att räkna på. Vi räknade på hur stora de olika svarsandelarna var samt hur olika samband såg ut. Alla uträkningar gjordes för hand och med hjälp av miniräknare. För att på ett överskådligt vis presentera resultatet av enkätundersökningen valde vi att redovisa detta med hjälp av tabeller som gjorts i Microsoft Excel. Enkäterna använde vi även kvalitativt det vill säga att vi använde oss av de öppna svar vi fått och sedermera lyfte in dem i vår studie.

Vi anser inte att den kvantitativa metoden måste utesluta den kvalitativa, utan vi väljer att använda oss av de olika metoderna för att få ett så pålitligt resultat som möjligt. Att arbeta med de olika metoderna parallellt anser vi är ett viktigt angreppssätt för att få fokus på mångfald, ökad kvalitet av de enskilda angreppssätten och även höja kvaliteten på studien.

Vi anser att de observationer som vi genomfört är deltagande observationer, eftersom vi inte anser att de är helt opåverkade då vi själva varit en del av observationen.

Deltagarobservationer handlar om att observera vad som händer och sker under en tidsperiod. Avsikten med deltagande observationer är också att minska observatörens roll och påverkan av det som observeras. Observationerna gjordes den 4 maj vilket vi anser mycket positivt eftersom vi då ännu inte haft någon intervju med den marknadsansvarige och därmed inte heller blivit påverkade av det som sades under intervjun med honom. Syftet med observationerna var framför allt att undersöka hur man som turist informeras om organisationens säkerhetsarbete men även för att slutligen se hur väl respondenternas uppfattning överensstämde med de observationer som vi gjort samt den information som framkommit via telefonintervjun. Det var samtliga tre författare som tillsammans gick runt i parken för att observera hur turister informerades om säkerheten, hela tiden antecknades flitigt det som observerades, vilket ökar reliabiliteten för studien.¹¹

För att ytterligare komplettera vårt material har vi valt att göra en kortare telefonintervju med den säkerhetsansvarige på Liseberg, detta för att även kunna fånga upp Lisebergs sätt att hantera olyckor samt deras sätt att skapa förtroende hos kunderna. Denna del av vår empiriska insamling valde vi att göra med kvalitativ metod eftersom vi ville ha en explorativ beskrivande och förklarande karaktär på de svar vi fick.¹²

Gällande intervjun, så har vi inte själva haft möjligheten att påverka valet av intervjuperson genom eget önskemål då företaget hänvisade oss till den mest lämpliga personen inom vårt ämne. Detta kan ha påverkat uppsatsens resultat men detta var det enda sättet för oss att få en inblick i Lisebergs perspektiv. Eftersom vi endast använder intervjun kompletterande anser vi att den bidrar till uppsatsens syfte. Efter att vi äntligen fått kontakt med företaget bad de oss att skicka frågor till dem via mail som de sedan skulle skicka vidare till den som bäst kunde svara på frågorna.

¹¹ Bryman.(2002) Sid. 292

¹² Christensen, et al. (2001) Sid. 68

Efter en vecka fick vi svar på vårt mail och de meddelade då att våra frågor var av för bred karaktär och därför ansåg de inte det möjligt att svara på dessa frågor, men att vi kunde ta telefonkontakt med den marknadsansvarige för Liseberg så vi kunde föra en diskussion kring ämnet säkerhet. Dagen efter ringde vi upp den marknadsansvarige för att diskutera ämnet, som grund hade vi de frågor som vi tidigare skickat¹³. Intervjun genomfördes onsdagen den 9 maj mellan klockan 13.15-13.35. Endast ett par av de frågor som tidigare formulerades ställdes men genom att den marknadsansvarige svarade på dessa så svarade han även på många av de övriga frågorna. Vad som sades under intervjudiskussionen kan ses i analysen.

Telefonintervjun genomfördes genom att en av oss författare ringde upp och pratade med den marknadsansvarige, medan en annan satt vid sidan om för att hjälpa till att lyssna och observera vad som sades, för att så mycket som möjligt skulle komma ihåg. Båda författarna antecknade flitigt under diskussionen och så fort telefonintervjun var avslutad påbörjades sammanställningen av telefonintervjuprotokollet. Detta gjorde vi omedelbart efter för att inget av det som sagts under intervjun skulle hamna i glömska eller förvrängas tills dess att det skulle skrivas ner. Detta innebär att vi valde att göra en tolkande analys av de svar vi fick. Nackdelen med denna metod är att vi som undersökare hade möjlighet att påverka intervjupersonen vid vårt samtal.¹⁴

2.2. Urval

Vi har valt att genomföra vårt urval genom att endast fokusera på de turister som besöker Liseberg. Detta kan ha gett sådana konsekvenser att vi missat alla de som totalt undviker organisationen på grund av oro för säkerheten. Vi anser att dessa även kunde ha varit av intresse för uppsatsen men anser inte att det funnits möjlighet för oss att under arbetets gång undersöka dessa. Vårt val av personer för enkätundersökningen gjordes genom bekvämlighetsurval och kan därför inte ses som representativa för hela kundgruppen. Med detta bekvämlighetsurval så kan inte generella slutsatser dras av vårt empiriska material.¹⁵

¹³ Se Bilaga 8.3

¹⁴ Christensen, et al. (2001) Sid 68

¹⁵ Bryman, Alan. (2002). *Samhällsvetenskapliga Metoder*. Liber AB, Malmö, Sid.119

Vi valde att företrädelsevis ta kontakt med de personer som var på väg in i nöjesparken, vi hade inget speciellt system för vilka personer vi skulle ta utan försökte att ta så många som möjligt av dem som passerade. Men eftersom det under den dagen vi besökte Liseberg var blomstermässan ansåg vi att det möjligen fanns en snedfördelning i kundgruppen. Vi valde därför att komplettera enkätundersökningen från Liseberg med att genomföra ett antal enkäter även i Helsingborg. Dessa enkäter utfördes också med hjälp av bekvämlighetsurval och kan därför inte heller ses som representativa.

2.3. Validitet

Såväl våra intervjufrågor som enkätfrågor var utformade i direkt relation till vårt syfte. Naturligtvis har frågornas utformning också en stor inverkan på hur den intervjuade svarar. Vi har försökt att ha detta i åtanke då vi granskat resultatet av den här undersökningen. Av våra insamlade data finner vi validiteten inte vara så tillfredsällande, och vi kan därför inte dra några generella slutsatser för alla nöjesfält. Om vi däremot utgår ifrån undersökningens syfte då det handlar om att deskriptivt belysa en speciell populations urvalskriterier, finner vi att mätningarna är tillfredställande gjorda i förhållande till vårt val av syfte och metod.

2.4. Reliabilitet

Reliabiliteten i våra intervjuer, enkäter och observationer tycker vi är ganska hög, men då vi samtliga deltog i datainsamlingen kan detta i viss utsträckning ha påverkat reliabiliteten. Under intervjun var vi dock bara två, men eftersom den ene intervjuade och båda förde anteckningar så anser vi ändå att reliabiliteten är god. Under observationerna var vi samtliga närvarande och en av oss antecknade det vi såg. Även under enkätundersökningen var samtliga närvarande. Inför intervjun undersöktes möjligheten att på något sätt spela in det som sades för att skapa större tillförlitlighet, men detta brast på grund av tekniska problem. Observationerna har inte en lika hög tillförlitlighet genom att det aldrig kan bli helt neutralt i en observation då observatören kognitivt skiljer ut det han eller hon vill se och höra.¹⁶ Vår strävan var att försöka att observera utan att bli påverkade av våra tidigare erfarenheter och föreställningar. Genom att vi samtliga tillsammans observerade hur man som turist bemöts av parkens säkerhetsarbete och var medvetna om vilka olika variabler som kan ha en betydande inverkan, finner vi att reliabiliteten är tillfredställande med hänsyn till arbetets syfte.

¹⁶ Bryman. (2002)

2.5. Etiska överväganden

De olika respondenterna meddelades om syftet med intervjun och enkätundersökningen. Vi vill särskilt poängtera att vi endast i förväg berättade att vi skulle genomföra intervju och enkätundersökning som en del av vår C-uppsats, vars syfte var att kartlägga turistens val av destination. Observera att inget om säkerhet nämndes i förväg för att inte påverka respondenternas svar. Vi har även valt att inte presentera några namn i vår uppsats, detta för att samtliga enkätundersökningar gjordes anonymt för att inte respondenternas svar skulle påverkas.

3. Teorier

Här kommer vi att presentera de olika teorier som vi använt oss av för att föra ett resonemang kring de frågeställningar som tidigare presenterats. Teorierna kommer att ligga till grund för att förklara de fenomen som vi upptäckt när vi genomförde observationer, enkätundersökning samt genom intervjun med den marknadsansvarige på Liseberg. Vi har valt att ta upp teorier kring framförallt hur man hanterar olyckor och risker på ett bra sätt.

3.1. Teoretisk referensram

Vi har i vår uppsats valt att presentera en rad olika teorier för att förstå verkligheten med hjälp av olika begrepp. Samtliga teorier och begrepp har som syfte att klargöra och analysera det fenomen som vi valt att studera, nämligen hur anläggningars hanterande av säkerhet påverkar turistens uppfattning av turistanläggningen. Vi har valt att presentera olika teorier om risker eftersom det är turistens uppfattning av risker som i sin tur påverkar synen på vilken säkerhet som anläggningen innehar. Eftersom säkerhet är ett centralt begrepp i vår uppsats väljer vi att presentera teorier kring vilken betydelse säkerhet har för turister. För att ytterligare se hur säkerhet skapas och hur detta skapar förtroende hos turister väljer vi att presentera olika förebyggande åtgärder som en anläggning kan vidta. De tre förebyggande åtgärder som vi valt att fokusera på i detta kapitel är riskkommunikation, säkerhetskommunikation och riskanalys eftersom dessa i ett förebyggande syfte kan skapa förtroende och tillit hos turisten.

Hantering av säkerhet och destinationsmarknadsföring påverkar i sin tur turistens syn på anläggningen, det vill säga anläggningens image. Eftersom imagen till stor del hänger samman med turistens syn på anläggningen väljer vi att presentera olika teorier för hur anläggningar med hjälp av rätt imagehanterande kan skapa en positiv uppfattning hos turister. Även media har stor påverkan på en turistanläggnings image därför har vi även valt att presentera teorier kring detta fenomen. Sammantaget kan sägas att samtliga teorier har en sak gemensamt, de finns alla av en och samma anledning, att uppfylla uppsatsen syfte.

3.2. Turisters riskuppfattning

Resande och turism har alltid förknippats med risker, men på senare tid har intresset för säkerhetsfrågor ökat. Nationalencyklopedin definierar ordet risk som ”möjligheten att något icke önskvärt skall inträffa”.¹⁷ Risker kan härledas antingen till turistens eget beteende eller till förhållanden utanför turistens kontroll. Några saker som kan tillskrivas turisten själv är att den kanske är dåligt förberedd inför resan, okunskap eller kommunikationssvårigheter. En del risker är specifikt riktade mot turister och turistattraktioner, medan andra risker som påverkar turisten bara är en tillfällighet att just turisten är vid ”fel” plats vid fel tidpunkt.¹⁸ Detta grundar sig på Luptons tankar. Man kan definiera turisters riskuppfattning som antalet risker som turisten förknippar med just turism. Riskuppfattningen hos olika turister skiljer sig avsevärt, beroende på vilka turistaktiviteter, marknader eller segment som man utsätter sig för. En viktig faktor som påverkar turistens riskuppfattning är turistens tidigare erfarenheter. De allra flesta människor är endast villiga att acceptera en viss risk i sitt resande och de vill även känna att de har kontroll över hur stor risken är som de själva utsätter sig för.¹⁹

När en allvarlig olycka sker kan många olika perspektiv upplevas av samma olycka. Det är lätt att tro att tragedier och andra incidenter inom turismindustrin rapporteras på ett objektivt sätt. Men i verkligheten kan rapporteringen visa sig vara mixad av både fakta och uppfattning. De olika historierna inkluderar både information som är direkt relevant och annan information som inte kan anses relevant. Därför är det lätt för olika läsare att forma olika uppfattningar av vad som egentligen hände och varför olyckan hände.²⁰

¹⁷ Nationalencyklopedin- femtondebladet (1994) Bra Böcker AB, Höganäs

¹⁸ Holmberg, (2002) Sid. 17-22

¹⁹ Holmberg, (2002) Sid. 17-22)

²⁰ Jones, T (2004) *When tragedy strikes*, Tourism and Hospitality Research; Aug 2004;5.2, ABI/ INFORM Global, Sid. 165

Risker i olika skepnader

För att kunna undersöka hur säkerhetsarbetet påverkar turisterna är det viktigt att först definiera vad risk är. Det vill säga vad det är turisten ska skyddas ifrån. Att det finns så många olika definitioner av begreppet risk beror på att det inte finns någon allmänt accepterad definition. Dock har alla dessa definitioner en sak gemensamt de definierar alla risk som en kombination av sannolikhet för en viss händelse och konsekvensens omfattning. Risk är något som inträffar plötsligt, oförutsett och är en oönskad händelse.²¹ I det dagliga talet förknippas begreppet risk med en händelse som kan innebära någon form av förlust eller få någon annan form av negativ påföljd. Vi som människor omges konstant av risker men endast ett fåtal av dessa utgör ett verkligt hot.²²

Nohrstedt i sin tur menar att risk handlar om vilken chans och potential för fara eller hot som finns. Av de risker som ständigt finns i vår omgivning finns det två olika typer, dels de som varit väntade men även de som kommit som en total överraskning. Till den senare nämnda kategorin ingår risker som människan inte kan påverka och förutsäga. Exempel på denna form av risker är olyckor.²³ Holmberg menar att den fysiska risken är det som vi i vardagligt tal uppfattar som risk, det vill säga sannolikheten för fysisk fara eller skada.²⁴ Vi kommer framöver framför allt att fokusera på den fysiska risken för att se hur denna tillsammans med företagens ansträngningar kan eliminera och påverka kundens uppfattning av servicekvaliteten.

²¹ Engelberg, Michael. (1998). Verksamhetsskydd. En säkerhetsjuridisk handbok för säkerhetsansvariga. Sakforum, Stockholm. Sid 12-16

²² Holmberg, Jemina. (2002). *Turism, terrorism och säkerhet*. Femteupplagan. Utredningsserien, Östersund

²³ Lidskog, Rolf, Nohrstedt, Stig Arne & Warg Lars- Erik. (2000). *Risker, kommunikation och medier*. En forskarantologi. Studentlitteratur, Lund. Sid. 127

²⁴ Holmberg. (2002) Sid. 17-22

Risker är socialt konstruerade och för att förklara detta kommer vi börja med att presentera Deborah Luptons tankar om att risk är subjektivt skapat. Hon menar att när risk skapas är den beroende av sitt sociala och kulturella sammanhang. Samtidigt menar hon att riskanalysen inte kan frigöras från kontexten. Detta betyder att synen på risk aldrig blir helt objektiv eftersom den sociala och kulturella kulturen påverkar vår syn på risk.²⁵ Det är framförallt de som förespråkar det sociokulturella perspektivet på risk som anser att risk är socialt konstruerat. Eldh framhäver vikten av att se risk som något som är knutet till såväl tid och plats som omgivning. Med detta menas att risk konstrueras och formas utifrån människors kulturella tillhörighet och sociala plats.²⁶

Mary Douglas ifrågasätter varför vissa människor känner oro över en sak medan andra människor inte gör det? Hon anser att en förklaring till detta kommer ur att risker är socialt konstruerade, det vill säga att vår uppfattning av risk påverkas utifrån vår omgivning. Douglas anser även att kulturen hjälper oss att kalkylera risker och dess konsekvenser. Det är kulturen som bestämmer vad som är risk eller inte, hon menar att verkligheten finns bara i begränsad omfattning. Kulturen hjälper människan att förstå risker, men det finns inte bara en individuell uppfattning utan även en samhällelig uppfattning som sätter upp modeller och värderingar. Det kan även förekomma skillnader i riskuppfattningen mellan grupper som har gemensam kultur.²⁷

Enander och Johansson anser att människors riskbedömning påverkas av vem som berörs av risken. Många människor lever i risken utan att tänka på det, just bara för att man inte själv är berörd av den. I och med detta så kan det sägas att människor lever i olika ”riskvärldar”. Det finns flera olika faktorer som påverkar människans riskbedömning. Det är viktigt att kunden uppfattar någon form av risk eller fara, för då är det mycket lättare att som människa ha en vilja att vidta säkerhetsåtgärder. I och med detta så bör medvetenhet om risker vara en förutsättning för att uppfatta ett behov och sedan vidta någon form av säkerhetsåtgärd.²⁸

²⁵ Lupton, Deborah. (1999) *Risk*. Taylor & Francis Ltd., London

²⁶ Eldh, Christer. (2004). *Den riskfyllda gemenskapen. Att hantera säkerhet på ett passagerarfartyg*. Doktorsavhandling. Lindköpings universitet. Arkiv förlag, Lund

²⁷ Lupton. (1999)

²⁸ Enander, Ann & Jaohansson, Ann. (1999). *Säkerhetsmedvetande –en förutsättning för säkerhetsbeteende?* Räddningsverket, Karlstad Sid. 21

De som är förespråkare av det beteendevetenskapliga perspektivet på risk anser att människor är dåliga på att göra korrekta riskbedömningar och att människor lättare tar till sig de risker som finns i vår närhet eller som vi hört mycket om. Människor anser sig ofta säkrare då de själva kan påverka situationen vilket inte alls stämmer överens med samhället.²⁹ Till exempel känner människor ofta mindre rädsla för att åka bil än att flyga trots att det årligen inträffar allt fler bilolyckor än flygolyckor.

Detta uttalande stöds även av *High Reliability Organisation* (HRO) som bygger sitt resonemang bland annat på studier som visar att det är farligare att åka bil än att flyga. HRO menar istället att det inte har så mycket med tekniken att göra utan istället människan sätt att arbeta med tekniken. HRO menar att man ska arbeta med att skapa en säkerhetskultur som ska uppnås genom redundans av risker, konstant träning, flexibilitet, direkt kommunikation, kunskap och samarbete med medarbetarna. Vi är i dagens samhälle bättre på att öva kriser och katastrofer men vi har fortfarande mycket kvar att lära.³⁰

Lupton i sin tur anser att vi i dagens samhälle blivit riskbesatta och accepterar inte olyckor. Enligt *Normal Accident Theory* (NAT) med Perrow i spetsen så innebär det nya och moderna systemen större risker. Perrow menar att felet finns i systemen och lösningen är att man måste skapa system där de felaktiga kopplingarna inte finns. Han menar att det framför allt är de system med täta kopplingar och komplex interaktion som borde ses över. Att de är komplexa innebär att de är svåra att få en bild av hur de egentligen fungerar. När de dessutom innehar tät koppling innebär det att saker händer snabbt och skulle något gå fel så är det svårt att göra något åt det. Händer något inom dessa system påverkas ofta en tredje part, allmänheten i stor utsträckning av dess konsekvenser.³¹ Liseberg kan anses vara ett exempel på en organisation av denna karaktär. Beck i sin tur menar att det är individen själv som skapar och förändrar risker. Han menar att vårt vetande formas utifrån berättelser. Beck menar att det är sociala konflikter och dess betydelse för sociala förändringar som skapar risk.³²

²⁹ Lupton, (1999)

³⁰ HRO se Lupton. (1999)

³¹ Perrow se Lupton. (1999)

³² Beck se Lupton, (1999)

Den typ av risk som Liseberg karaktäriseras av kallas för skapad risk, eftersom det är industrisamhället som skapat den. Personer som arbetar inom dessa system är övervakare istället för aktörer och detta kan då ge en falsk trygghet. Perrow menar även att tekniken ofta från början ger en bra säkerhet men att effekten försvinner då de istället används för att öka vårt risktagande. Perrow anser också att tydliga regler kan skapa bättre säkerhet. Vårt samhälle domineras till stor del av dessa komplexa system.

Olika organisationsformerna kan vara av stor betydelse för säkerheten i det moderna samhället. Det finns svagheter inom alla organisationsformer och därför är det enligt Perrow viktigt att vi skapar system som inte har de felaktiga kopplingarna och där personalen inte behöver vara övervakare. Alla de olika organisationsformerna förekommer i vårt moderna samhälle men på olika typer av organisationer. Det optimala hade kanske varit att utifrån situationens form välja den organisationsform som passar bäst.³³

Säkerhetens betydelse för turister

Säkerhet är ett tillstånd som ska uppnås genom skyddsåtgärder, det vill säga att försöka undvika att risker förvandlas till olyckor. Säkerhet är en känsla av att känna sig säker. Denna känsla är individuell för varje individ.³⁴ Ordet säkerhet kan ha många olika betydelser. Bjordal påpekar att ordet säkerhet kan uttrycka en känsla hos individen, ett tillstånd det vill säga en frånvaro av olyckor under en längre period eller ett mål för individer, organisationer eller samhället i stort. Säkerhet kan sägas vara en viss frånvaro av risk. Säkerhetsmedvetande behöver inte bara vara positivt eller eftersträvt.³⁵

³³ Perrow se Lupton. (1999)

³⁴ Engelberg,(1998) Sid. 10

³⁵ Holmberg,(2002) Sid. 16 & 32-33

Ordet säkerhetsmedvetande används för att beteckna kännedom och kunskap om risker och åtgärder. Den egna medvetenheten förväntas stimulera människor att själv skaffa vidare kunskaper och färdigheter och dessutom använda de egna kunskaperna till att kritiskt granska samhällets risker och säkerhetsåtgärder. Många människor sammankopplar säkerhet med trygghet och tryggt är när inga risker finns i omgivningen. Säkerhet kan även sägas vara att det finns en frånvaro av hot. Ibland antyder media att säkerhetstänkandet är tråkigt och överdrivet. Men i takt med att vår värld blir mer och mer teknisk så måste också säkerhetsarbetet utvecklas hela tiden.³⁶

Ibland kan det vara svårt att övertyga människor om att vidta säkerhetsåtgärder, som exempelvis att använda cykelhjälm när man cyklar och vissa människor bör sluta röka för att vidta en säkerhetsåtgärd. Men många människor vidtar försiktighetsåtgärder i sin vardag.³⁷ Allmänhetens uppfattning är att myndigheter ska hantera risk och säkerhetsfrågor. Många människor har också god tilltro till myndigheterna.³⁸

Säkerhet är en stor betydande faktor för att destinationer framgångsrikt ska kunna konkurrera på marknaden. Alla andra faktorer kan vara optimala men om man inte kan erbjuda en god säkerhet så kan man heller inte vara med och konkurrera om turisterna. Även om turisterna i sin vardag rör sig i betydligt farligare miljöer, kommer de inte att välja en destination där det finns tvivel kring säkerheten när de ska på semester. Detta eftersom de i rollen som turist själva har möjligheten att välja platsen de ska besöka. Tvivelaktigheten kring säkerhet behöver inte endast påverka den aktuella destinationen utan även närliggande destinationer ”smittas” av dåligt rykte. Det är inte bara närliggande platser som drabbas utan det kan även finnas andra likheter som gör att dåligt rykte sprider sig, exempelvis snarlika namn som kan ge en vilseledande association. Även motsatsen kan förekomma, det vill säga att länder i närliggande område inte förknippas med problemområdet och därför inte får någon negativ image. Eftersom turism är viktigt för nationalekonomin är det viktigt att snabbt häva en kris³⁹.

³⁶ Enander & Johansson (1999) Sid. 24-26

³⁷ Enander & Johansson (1999) Sid. 25-26

³⁸ Enander & Johansson (1999) Sid. 30-31

³⁹ Mansfeld, Yoel & Pizam Abraham (2006), *Tourism security & safety- from theory to practice*, Elsevier Inc., Oxford. Sid. 335-338

Enligt Leaf finns troligen heller ingen annan industri i världen som kan lida lika mycket av kriser som turismbranschen. Turismkriser kan inträffa på många olika sätt, en olycka är endast ett exempel. Att kriser inom turismbranschen kan uppkomma på så många olika sätt innebär att turismindustrin är en mycket känslig bransch.⁴⁰

3.3. Förebyggande åtgärder som påverkar kundernas förtroende

Riskkommunikation

Riskkommunikation drivs av ett långsiktigt försök att bygga upp ett förtroende och en förståelse utifrån kontexten av risk. Samtidigt kan även ett mål vara att rikta uppmärksamhet mot de risker som annars inte skulle bli tagna i beaktning⁴¹. Eftersom riskkommunikationen har förebyggande karaktär tillhör den alltså den förebyggande fasen. Riskkommunikation används för att avstyra händelserna eller för att minska konsekvensernas betydelse.

Riskkommunikation som har som mål att avstyra negativa händelser används inom turismindustrin där turisten själv kommer ifråga som utlösare av negativa händelser. Avsikten är att oförsiktiga turister ska bli förhindrade från att utsättas för risk genom att de fördjupas inom vad som är risk och fara. Denna metod påverkar andra potentiella turister som inte ser den negativa händelsen som ett resultat av oförsiktigt uppträdande, dessa får dock inte bli skrämda⁴²

Samtidigt ska turister främjas till att ta ansvar i de fall som det handlar om generella risker, till exempel i de fall då det handlar om kriminalitet. I dessa fall är målet med riskkommunikationen att förklara för turisterna hur de vidtar försiktighetsåtgärder. Eftersom kunskapen runt generella risker ofta är låg för de flesta turisterna ligger därför ansvaret hos destinationernas auktoriteter och servicetillhandahållare⁴³.

⁴⁰ Leaf se Mansfeld. & Pizam. (2006) Sid. 336

⁴¹ Glaesser, Dirk. (2006). *Crisis management in the tourism industry*. Elsevier Inc., Oxford. Sid. 209

⁴² Glaesser. (2006). Sid. 209-210

⁴³ Glaesser. (2006). Sid. 210

En annan form av riskkommunikation har som mål att ändra acceptansen av risk. För att detta ska kunna genomföras är det viktigt att en riskdialog mellan organisationen och offentligheten påbörjats. Målet för denna kommunikationsprocess är att höja riskacceptansen och reducera riskpotentialen⁴⁴.

Säkerhetskommunikation

Givetvis eftersträvar alla turister riskfria resor. I förhoppning att undvika eller åtminstone minimera turismkriserna, så ligger det även i turismindustrins intresse att säkerställa god kvalitet, det vill säga liten risk på resor världen över. Som vi tidigare nämnde har säkerheten blivit av allt större betydelse sedan attackerna den 11 september, år 2001. Tidigare kunde ett uttalande om säkerheten endast vara en slogan men idag är det en förutsättning att varje turistdestination lever upp till detta. Idag har man inte specifika säkerhetssituationer för olika destinationer utan dessa är idag mer globala. Turister liksom alla andra konsumenter är intresserade av att minimera riskerna vilket leder till maximering av värdet på deras reseupplevelser⁴⁵.

Det finns särskilda faktorer relaterade till resande och att vara i en främmande miljö, som gör turister särskilt sårbara. Ett exempel på en faktor av detta slag är okänt språk. Problemet är att säkerhetsvarningar och hälsoinformation är på främmande språk vilket ökar risken för turister. Genom att delge informationen på flertalet språk skulle turistens hälsa och säkerhet skyddas⁴⁶.

Brownell anser att turismkriser är nästan obligatoriska eftersom de i många fall genereras genom utomstående faktorer som är utanför turismsystemets egen kontroll. Mansfeld anser dock att krisens existens hur som helst kan bli kontrollerad genom implementering av lämpliga krismanagementstrategier. Effektiv management av turismkriser är beroende av många olika faktorer. Exempelvis tillgängligheten på en pålitlig beredskapsplan, tillgängligheten av beredskapsmedel, graden av samarbete mellan offentlig och privat sektor samt att turismaktörerna tillsammans anstränger sig för att skapa förändring.⁴⁷

⁴⁴ Glaesser. (2006). Sid. 211

⁴⁵ Mansfeld. & Pizam (2006) Sid. 272

⁴⁶ Peattie, S, Clarke, P, Peattie K (2003) *Risk and responsibility in tourism: promoting sun-safety*, Tourism Management 26 (2005) 399-408

⁴⁷ Brownell se Mansfeld. & Pizam (2006) Sid. Sid 274-275

En av managementstrategierna som används är säkerhetskommunikation, vilken förmedlar säkerhetsinformation till turister och turistarrangörer på den aktuella marknaden/platsen. Målet med kommunikationsmanagement är att begränsa, kontrollera och balansera den negativa informationen som förmedlats genom media före och under krisen och genom krisens återhämtningsfas. Ritchie menar att även om man haft tillfredställande säkerhetskommunikationsmanagement så kan de negativa effekterna skada destinationen. Tidigare studier av säkerhet visar att turismkriser har angett att reklam- och PR-kampanjer normalt blir integrerade med krismanagementplanerna⁴⁸.

Sönmez var en av de första som menade att turister kanske ändrar sin riskperception efter att ett beslut fattats och uppnår nivåer som kan orsaka drastiska förändringar i deras påföljande resebeteende. Därför anser Sönmez att relationen mellan säkerhetens framkallande av riskperception och resebeteende ska studeras utifrån en sekvens av resebeteende basis snarare än på ett singeldestinationsval. Även turistens riskperception och riskreduktionsstrategier är dynamiska och förändras tillsammans med sekvensen av resebeteende om riskfaktorerna också har förändrats⁴⁹.

Risakanalys

Risakanalysen är det instrument som företagsledningen använder för att analysera riskfrågor. Målet vid användandet av riskanalys är att upptäcka risker i organisationen samt undersöka vilka konsekvenser dessa kan få för organisationen. Det finns många risker i en organisation, därför bör riskmanagers uppgift först och främst vara att förhindra den typ av olyckor som absolut inte får inträffa. Risker innebär oftast någon form av förtroendeförlust, detta är något som företagsledningen ofta glömmer bort. Vid ett felaktigt hanterande av olyckor kan detta så småningom leda fram till att en kris inträffar istället. Det bästa sättet att hantera risker på är att ta lärdom från de som redan inträffat såväl i den egna som andra organisationer.⁵⁰

⁴⁸ Mansfeld. & Pizam (2006) Sid. Sid 277-281

⁴⁹ Sönmez se Mansfeld. & Pizam (2006) Sid. 281

⁵⁰ Engelberg. (1998).Sid. 12-13

Riskerna i en organisation kan identifieras med hjälp av en kartläggning av verksamhetens riskmiljö. För att man ska kunna analysera risker krävs att det finns ett underlag. Detta kan exempelvis vara en incidentrapport, där tidigare incidenter rapporterats. Riskanalysen i sin tur leder fram till riskinventeringen som hela tiden måste uppdateras. Med hjälp av riskvärdering kan organisationen värdera de risker som finns samt hur allvarliga konsekvenserna kan tänkas bli. Utifrån detta material sätter man sedan risknivån för organisationen. Detta görs med hjälp av olika metoder som alla har sina fördelar och nackdelar.⁵¹

3.4. Turistanläggningars hanterande av image

Destinationsmarknadsföring har enligt litteraturen en mängd olika definitioner, men de flesta med en sak gemensamt att skapa intresse för olika resurser eller tillgångar på destinationen. Att marknadsföra en destination är svårt men att marknadsföra en destination med imageproblem är mycket svårare. Destinationsmarknadsförarens uppgift är att påverka destinationens image. Kotler definierar destinationens image som ”the sum of beliefs, ideals and impressions have toward a certain destination”⁵². Han menar även att image är en förenklad uppfattning av destinationen utifrån betraktarens ögon⁵³.

Det finns en mängd olika metoder för att utvärdera destinationens image gentemot speciella målgrupper. De vanligast förekommande är attitydundersökningar, frågeformulär, fokusgrupper och djupintervjuer.⁵⁴ Turismupplevelser kan vara otillfredsställande på många olika sätt men när en turist kommer till någon form av fysisk skada kan det skapa problem för marknadsföringen av den drabbade platsen.

⁵¹ Engelberg. (1998). Sid. 12-16

⁵² Kotler se Mansfeld. & Pizam. (2006) Sid. 235

⁵³ Kotler se Mansfeld. & Pizam. (2006) Sid. 235

⁵⁴ Mansfeld. & Pizam. (2006)

Destinationens imageproblem

Imagekriser förekommer på turistanläggningar världen över. Dessa kan bero på allt ifrån epidemier till kriminalitet och terrorism, dessa olika problem skapar rubriker i så väl nationell som internationell media. Eftersom det sedan tidigare forskning är känt att media har en avgörande betydelse vad det gäller turistens uppfattning av destinationen. Detta betyder således att hanterandet av media är ytterst viktig. Om en organisation skulle agera mot media på ett felaktigt sätt kan detta i förlängningen leda till att hela destinationen suddas bort från kartan över olika resmål.⁵⁵

Mycket har skrivits om användandet av media i krissituationer i allmänhet. De ovan nämnda verktygen är speciellt viktiga när man arbetar med en destination som lider av en imagekris, vilket i sin tur är ett resultat av pågående långvariga problem. Utifall att det plötsligt skulle uppstå en destinationsimagekris så är det andra riktlinjer man bör anpassa sig efter. I dessa situationer ökar efterfrågan på information betydligt och därmed blir medias roll betydligt större. I dessa situationer är det viktigt att man har förberett olika nyckelpositioner, vilket exempelvis kan innebära att ha kontakt med media, samt att ett informationscenter upprättas, detta inkluderar även arbetet med att ha en väl uppdaterad hemsida.⁵⁶

Att förändra en negativ image

Hur svårt arbetet med att förändra en dålig image än kan verka så finns det bevis världen över som visar att det är möjligt att göra med framgång. Det finns en mängd olika strategier varigenom man kan förändra en negativ destinationsimage till något positivt. Arbetet som beslutsfattarna genomför kan delas in i två olika kategorier. Kategori ett tillhör de som studerar de bakomliggande orsakerna till den negativa imagen. Den andra gruppen är de som försöker bekämpa den dåliga imagen med hjälp av reklam och PR. Kortfattat kan man säga att den första kategorin tar i tu med verkligheten, medan de i den andra kategorin fokuserar på den symboliska verkligheten⁵⁷.

⁵⁵ Mansfeld. & Pizam. (2006)

⁵⁶ Mansfeld. & Pizam. (2006) Sid. 235-238

⁵⁷ Mansfeld. & Pizam. (2006) Sid 238-245

Även om medvetenheten av dessa olika metoder finns så kvarstår ett problem, nämligen att välja rätt metod för ändamålet. Det finns ett flertal omständigheter som ligger bakom ett beslut av denna karaktär. Exempel på detta är krisens natur och särskilda omständigheter. Det är viktigt att ta reda på hur vida spritt som den negativa imagen är samt om det finns någon möjlighet att förändra denna image. I en del fall kan det vara bättre att ignorera problemen. Fall då man bör fundera på att ignorera problemen är när turisterna inte är det direkta målet för attentaten. Givetvis bör man iaktta krisens omfattning och mediabevakningen innan man väljer strategi.⁵⁸

3.5. Medias påverkan på turisternas uppfattning av anläggningen

Det är flertalet faktorer som påverkar människans uppfattning av risk. I dagens läge är det nästan helt omöjligt för människorna att inte vara medvetna om riskerna i samhället. Medvetenhet av de risker och olyckor som finns beror till största delen på medias ständiga fokusering och rapportering av detta fenomen.⁵⁹ Men så här var det inte förr, för människors syn på medier och kommunikation har förändrats med tiden. Mediekommunikation har fått en allt mer betydande ställning för individer, organisationer och samhällen.⁶⁰

Falkheimer menar att det inte finns någon universalmodell för mediepåverkan utan nyckelordet är istället situationsanpassning. Det som skapar olika förutsättningar för påverkan är olika kulturer, miljöer, grupper och sammanhang. Påverkan kan förklaras som att övertyga eller övertala en individ. Falkheimer menar att när det gäller budskap och påverkan är det viktigt att betona hur svårt det är att förändra ståndpunkter eller uppfattningar genom mediekommunikation⁶¹

⁵⁸ Mansfeld. & Pizam. (2006) Sid 238-245

⁵⁹ Enander. & Johansson. (1999).

⁶⁰ Falkheimer, J. (2001). *Medier och kommunikation*. Studentlitteratur, Lund Sid. 24

⁶¹ Falkheimer. (2001). Sid. 92

Människor har ibland väldigt låg tilltro till medier men ändå hör man många människor säga såg du det, läste du det? När något lokalt eller regionallt inträffar så förenas myndigheter, media och medborgare till en gemensam enhet som samarbetar.⁶² Under krisen och katastrofen ökar informationstrycket på samtliga berörda parter. Fungerar inte informationsflödet kommer krisen och katastrofen att eskalera.⁶³ Organisationen kan för att minimera risken och katastrofen utarbeta planer för hur man hanterar och förhåller sig till media och informationsflödet i olika händelser däribland kriser och katastrofer. Informationen i en kris skall vara snabb, enkel, korrekt och tydlig. Det är inte nog viktigt att understryka vikten med korrekt information, det är viktigt att inte ge löften som man i ett senare tillfälle inte kan uppnå och tillmötesgå. Det är viktigt att avsändaren är kompetent, öppen, rättvis och empatisk.

När en katastrof eller kris inträffar så förmedlar media nyheterna väldigt snabbt och ofta. Målet med detta är att nå ut till sin publik men nackdelen är att media inte alltid har tid att granska källorna, därför kan det ibland förekomma felaktigheter i rapporteringen. Medierna bedömer endast källans tillförlitlighet och öppenhet som till exempel om den kommer från en myndighet eller om den kommer från en privat person. Trots detta utgör nyhetsrapporteringen en mycket viktig del vid risker och kriser just för att allmänheten ska få en bild över vad som har hänt och att det inte bara figurerar ett rykte.⁶⁴ De lokala medierna är snabbt på plats när något speciellt händer och de brukar vara på den lokala befolkningens sida.⁶⁵

⁶² Lidskog, Nohrstedt. & Warg. (2000) Sid. 133- 136

⁶³ Lidskog, Nohrstedt. & Warg. (2000) Sid. 190-191

⁶⁴ Lidskog, Nohrstedt. & Warg. (2000) Sid.142-144

⁶⁵ Lidskog, Nohrstedt. & Warg. (2000) Sid. 135

Så länge samarbetet mellan media och krishanteringsgruppen fungerar så leder det till minskad oro i samhället och ibland också ökad bekräftelse hos de drabbade. Hur kan man då på bästa sätt nå medborgaren när det råder brådska? När något allvarligt händer så tenderar människan att hämta information från gamla och trogna medier, detta visar då att människan har förtroende för de media som de uppsöker. Det spelar ingen roll om det är en stor katastrof eller om det är en kris som drabbar den enskilda människan.⁶⁶Händelser mot turister medför ofta stor medieuppmärksamhet vilket bidrar till dålig publicitet för det drabbade området. Därför är det viktigt med en säker miljö som turister kan känna sig trygga i⁶⁷.

3.6. Sammanfattning av teori

För att knyta ihop väljer vi nu att sammanfatta vår teoridel. I vår teoridel har vi tagit upp olika perspektiv på risk samt olika steg och stadier som risker karaktäriseras av. Vi tar även upp orsaker till turisternas olika riskperception, vidare har vi även presenterat vad säkerhet egentligen är samt hur detta kan skapas. Vi presenterar även olika teorier för att skapa god säkerhet i en organisation samt betydelsen av detta. För att ta reda på hur organisationer kan eliminera risker och skapa säkerhet presenterar vi risk och säkerhetskommunikation som ett medel för att uppnå detta, samt andra förebyggande åtgärder för att eliminera riskerna. Även med hjälp av media kan riskernas karaktär förändras och därför presenterar vi medias påverkan samt hur organisationerna kan hantera imagen.

⁶⁶ Lidskog, Nohrstedt. & Warg. (2000) Sid. 141

⁶⁷ Channel Warrwn, T (1994) *Fun, sun & security*, Security Management. Arlington, Sep 1994, Vol.38, Iss.9; pg.52, 4 pgs

4. Redovisning och Analys

Här kommer vi att presentera de resultat som vi fått fram via observationer, enkätundersökning och kompletterande telefonintervju. Vår avsikt är att även knyta samman detta med tidigare presenterade teorier för att analysera hur turisterna påverkas av säkerhetsarbetet samt hur organisationen arbetar för att hantera olika individers riskuppfattningar.

4.1. Turisternas riskuppfattning på Liseberg

Det ökade intresset för risker på grund av media kan förklaras med hjälp av Luptons tankegångar. Lupton menar att riskerna är beroende av sitt sociala och kulturella sammanhang⁶⁸, detta kan också vara en förklaring till varför vissa människor uppfattar en risk i ett sammanhang medan andra i samma situation inte uppfattar samma risk. Detta fenomen förklarar även Douglas och Eldh genom att hävda att risk påverkas utifrån vår omgivning.⁶⁹ Detta kan ses som en förklaring till varför kvinnor i allmänhet oroade sig mer för Lisebergs säkerhet än män⁷⁰. Trots att vi idag lever i 2000-talet är det ändå så att pojkar respektive flickor uppfostras på olika sätt. Förklaringen till varför vissa av våra respondenter uppfattar risker med att besöka Liseberg medan andra inte gör det kan förklaras med utgångspunkt i Douglas tankegångar om att risk har fått ett symbolvärde. Problematiken med detta är att skulden läggs på offret, personen har varit på fel plats vid fel tillfälle. Fördelen med detta perspektiv är dock att de gör det lättare att förstå människors olika syn.

⁶⁸ Lupton. (1999)

⁶⁹ Eldh. (2004) & Lupton. (1999)

⁷⁰ Se Bilaga 8.2

Utifrån vår enkätundersökning kan vi tolka att människor har olika syn på begreppet risk. När vi bad dem definiera vad de avsåg med god säkerhet menade en del att god säkerhet var att det inte fanns någon fara för ens liv medan andra ansåg att säkerheten var god om Lisebergs personal var välutbildad. Dessa definitioner kan om de diskuteras och utvecklas i slutändan innebära samma sak. Men sen är det även såsom Holmberg anser att riskerna finns i vår omgivning men det är endast ett fåtal som verkligen utgör något hot. Att vi fick så varierande svar på vår fråga angående god säkerhet kan till stor del bero på respondenternas individuella riskuppfattning. Att det finns varierande syn på hur människan uppfattar risker kan beror på det som Enander och Johansson påstår, det vill säga att vi människor lever i olika riskvärldar. Det är inte alltid vi påverkas av en risk fastän att det finns i vår vardag. Vår riskbedömning styrs utifrån vem som verkligen berörs av risken⁷¹. Utifrån det resonemang som vi tidigare presenterade så kan det även diskuteras om människor är bra på att göra korrekta riskbedömningar. Förespråkarna av det beteendevetenskapliga perspektivet anser att människor generellt sätt är dåliga på att göra korrekta riskbedömningar. Framförallt eftersom det är lättare att ta till sig de risker som finns i vår närhet eller som vi hört mycket om i media⁷². Detta kan sägas vara en orsak till det som den marknadsansvarige sa, nämligen att kunderna känner sig mest oroad direkt efter en olycka. Utifrån det beteendevetenskapliga resonemanget är inte detta så konstigt, eftersom media alltid rapporterar mest om en olycka precis när den inträffat. En annan förklaring utifrån det beteendevetenskapliga perspektivet till varför turister känner sig oroliga för att åka olika attraktioner är att de flesta känner sig tryggare när de själva kan påverka situationen⁷³ vilket individen inte kan när den åker karusell.

⁷¹ Enander. & Johansson. (1999).

⁷² Eldh. (2004).

⁷³ Eldh. (2004).

Under vår observationsstudie på Liseberg uppmärksammade vi ett fenomen som vi ansåg vara problematiskt nämligen längdgränserna som reglerar vem som får åka de olika attraktionerna. Det fanns inte förklarat för turisten någonstans varför dessa längdgränser existerade. Även vår nästa observation hänger på sätt och vis ihop med längdgränserna. Det är konstigt att Hotell Gasten, det vill säga spökslottet har längdgräns istället för åldersgräns. Samtidigt kan vi utifrån NAT:s tankegångar anse att Hotell Gasten är en av de attraktionerna med minst risk för att något ska inträffa eftersom att attraktionen inte är speciellt komplex och lätt att övervaka. Men i ett fall som detta bör människan kanske inte enbart fokusera på de direkta riskerna med att besöka attraktionen. Som vi tidigare nämnde förespråkas att riskkommunikation används för att avstyra att negativa händelser inträffar⁷⁴.

Under vår telefonintervju med den marknadsansvarige på Liseberg ansåg han att det var viktigt att skilja på de olyckorna som inträffar, innan vi diskuterade vidare om hur organisationen arbetat med att återfå förtroendet hos kunderna efter dessa båda olyckorna. Han poängterade särskilt att olyckan med Lisebergsbanan hade en teknisk bakgrund medan olyckan med Flumeride hade det mänskliga beteendet som bakomliggande orsak. Olyckan med Lisebergsbanan skedde på grund av tekniskt fel. Perrow menar att tekniken som införs för att öka säkerheten inte alltid utnyttjas för detta syfte utan blir istället ett sätt att öka kapaciteten på. Huruvida detta gäller för olyckan på Liseberg är svårt att säga då vi inte har kunskap om tekniken kring attraktionerna. Den marknadsansvarige menade också att arbetet i katastrofens första fas inte skiljer sig väsentlig mellan dessa två olika olyckskaraktärer. I båda fallen gäller det att först och främst ta hand om alla drabbade samt deras anhöriga och ge dem bästa möjliga omhändertagande. Liseberg ser det även som sin uppgift att se till att drabbade blir väl omhändertagna på de områden som de inte själva rör över, exempelvis sjukhus. Efter att alla drabbade och anhöriga blivit omhändertagna, träder organisationens krisplan i kraft, vilket kan innebära exempelvis att avspärningar utfärdas och att extra personal rings in.

⁷⁴ Glaesser. (2006).

De risker som skapas innanför Lisebergs grindar är framförallt av den karaktär som Beck definierar som skapade risker. Liseberg kan inte anses befinna sig i industrisamhället, eftersom organisationen arbetar med att förebygga och minska konsekvenserna av riskerna precis som Beck förespråkar. För att garantera turisternas säkerhet gör Liseberg riskobservationer men det är inte bara Liseberg som utför sådana observationer utan detta genomförs även av myndigheter. Myndigheterna granskar och övervakar varje år alla attraktioner och utfärdar tillstånd som liknar de för hissar, där det står till vilket datum attraktionen är besiktigad. Dessa kontroller utfärdas av polismyndigheten.

4.2. Säkerhetens betydelse för Lisebergs turister

Lisebergs hanterande av risker tyder i allra högsta grad på att Liseberg har insett det som vi tidigare presenterat nämligen god säkerhets betydelse för att konkurrera på turismmarknaden. Även om turistens vardag kan vara farlig så väljer turisten inte medvetet en destination där man utsätts för risker.⁷⁵

Under vår observationsstudie slog det oss när vi passerade grindarna in till Liseberg att det inte fanns någon form av anslag gällande säkerheten. Efter att vi uppmärksammat detta valde vi senare att fråga på olika ställen i parken om de hade någon form av säkerhetsbroschyr eller liknande, men detta fanns inte, utan det enda de kunde erbjuda var istället att svara på våra frågor gällande säkerheten. Detta kan medföra att turisten inte känner sig säker, vilket Enander och Johansson anser är väldigt viktigt för individens uppfattning av säkerhet.⁷⁶

När vi börjar diskutera säkerhetsinformationen med den marknadsansvarige på Liseberg så säger han att Liseberg inte har någon form av säkerhetsbroschyr utan att kunden istället ska uppfatta det utökade säkerhetsarbetet för år 2007 genom att personalen är mer aktiv, man har inför säsongen lagt ner mer resurser på personalens utbildning. Lisebergs säkerhetsarbete omfattar ett hundratal personer alla med vars ett eget ansvarsområde. Det utökade säkerhetsarbetet är en konsekvens av de olyckor som inträffade under år 2006.

⁷⁵ Mansfeld & Pizam (2006), Sid 335

⁷⁶ Enander. & Johansson. (1999).

Under år 2007 ska turisterna även mötas av fler skyltar som uppmanar turisten hur denne bör bete sig i parken samt ombyggnader för att öka säkerheten. Dessa satsningar inför framtiden tyder på att Liseberg uppfattat de framtidsutvecklingar inom turismbranschen, vilka framförallt innefattar ökad betydelse av säkerheten.⁷⁷

I vår enkät frågade vi om turisten oroade sig för något när den besökte Liseberg och då var det hela 31 % som svarade att de oroade sig för något på Liseberg. Av dessa 31 % av våra respondenter var det 52 % som oroade sig för säkerheten på destinationen.⁷⁸

Vad respondenterna angav som god säkerhet var framför allt att de som turister vill känna sig trygga, att personalen är kunnig, att hela organisationen fungerar väl och att man innehar kontroll samt att attraktionerna är väl kontrollerade och välservade. God säkerhet ansågs även vara att man inte utsattes för personskador. Detta ligger helt i riktlinje med det som Enander och Johansson karaktäriserar säkerhet⁷⁹.

Av våra respondenter ansåg den största delen 51 % att de skulle kontakta personalen om Liseberg på något sätt brast i sitt säkerhetsarbete. Den näst största delen nämligen 33 % sa att de i fortsättningen skulle undvika Liseberg eller istället välja en annan destination. 9 % vet inte vad de skulle göra om dem upptäckte en brist i säkerhetsarbetet. 5 % skulle bara strunta i det och inte vidta någon åtgärd. Endast 2 % av våra respondenter skulle anmäla det till aktuell myndighet. Här bör man ha i beaktning att det kan vara såväl små som stora händelser, eftersom det inte fanns beskrivit i enkäten kan detta resultat till viss del vara missvisande.

⁷⁷Mansfeld.& Pizam. (2006), Sid. 272

⁷⁸ Se Bilaga 8.2

⁷⁹Enander. & Johansson. (1999).

Av dem som oroar sig för Lisebergs säkerhet är det endast 54 % som undviker någon attraktion. Våra respondenter ansåg att trygghet var viktigt för destinationer om den skulle inneha god säkerhet. Detta resultatets trovärdighet bekräftas av Enander och Johansson som anser att säkerhet och trygghet är två begrepp som hänger samman.⁸⁰ Det fanns ett mindre antal av våra respondenter som oroade sig för säkerheten gällande attraktionerna och av denna anledning därför undvek någon attraktion. Enligt Enander och Johansson handlar detta tankesätt om den materiella säkerheten.⁸¹

Av respondenterna ansåg 83 % att de inte på något sätt blivit informerade om det säkerhetsarbete som Liseberg utför, medan 4 % inte visste om de blivit informerade på något sätt. Sömnez anser att turistens riskperception påverkas utifrån den kunskap och information som delgetts turisten.⁸² Under vår intervju med den marknadsansvarige ställde vi frågan om de hade någon form av säkerhetsbroschyr eller liknande, vilket vi tidigare nämnde att de inte har. Han menade istället att organisationens säkerhetshanterade skulle skapa trygghet hos turisterna.

60 % av våra respondenter önskade att det skulle finnas mer information kring organisationens säkerhetsarbete. De förslag som är mest förekommande är anslag vid entréerna eller vid de olika attraktionerna samt att det ska finnas någon form av broschyr. En del poängterar också vikten av att detta ska vara frivillig information som individen själv ska kunna ta om så önskas. Även andra informationsförslag gavs som certifikat för attraktionerna samt anslag som liknar de som finns i hissar. Detta hävdade den marknadsansvarige redan fanns, men detta såg inte vi heller när vi var på plats för att observera. Det är möjligt att dessa sitter skynda för turisten. Av dem som inte ansåg att det fanns något behov av mer säkerhetsinformation, så var det främsta argumenten att säkerheten borde vara en självklarhet. Det vill säga inget som man som turist behövde informeras om. Andra menade att man som turist enbart vill njuta av resan. Någon menade att denna information skulle ta tid från dem och därför inte önskade det.

⁸⁰ Enander. & Johansson. (1999).

⁸¹ Enander. & Johansson. (1999).

⁸² Sömnez se Mansfeld. & Pizam (2006)

4.3. Förebyggande åtgärder som påverkar kundens förtroende för Liseberg

Riskkommunikation är ett verktyg som kan användas för att bygga upp tillit och förtroende hos kunderna.⁸³ Enligt våra observationer gör inte Liseberg detta i speciellt hög utsträckning då vi inte observerade någon väl synlig information angående attraktionernas besiktning och annan säkerhetsinformation vid de olika attraktionerna. Även nästkommande observation handlar om riskkommunikation. Vi uppmärksammade att mycket lite av den information som fanns tillgänglig för turisterna genom både skyltning och högtalarröster var på engelska, nästan all information var bara på svenska. Som vi tidigare presenterade så är det viktigt att delge turisterna information på flertalet språk för att ge turisterna bättre säkerhet.⁸⁴

Den marknadsansvarige säger att Liseberg arbetar med riskanalys för att bli säkrare. Denna riskanalys innehar flera dimensioner. Först förutses mänsklig beteende, därefter görs en riskbedömning där man tar hänsyn till om de händelserna som man fått fram via riskanalysen verkligen kan inträffa. Utifrån resultatet av detta bestämmer sedan Liseberg vilka åtgärder som ska vidtagas, exempelvis informationsökning eller ombyggnad. Riskanalysen är ett bra verktyg för att upptäcka problemområden vilket artikeln *When tragedy strikes* särskilt poängterar.⁸⁵ Detta framhävs även genom Engelberg och utifrån den informationen vi fick så fungerar detta i likhet med de riktlinjer som förespråkas. Leaf anser att det är speciellt viktigt för organisationer inom turismindustrin att genomföra den form av analyser eftersom turism är den bransch som lider mest av kriser.⁸⁶

⁸³ Glaesser. (2006). Sid. 209

⁸⁴ Peattie., Clarke., & Peattie. (2003)

⁸⁵ Jones, T (2004)

⁸⁶ Leaf se Mansfeld. & Pizam (2006)

Detta är i likhet med det Engelberg hävdar, han anser att riskanalysen är ett sätt för organisationen att kartlägga vilka risker som finns i organisationens omgivning.⁸⁷

Riskanalysen kan enligt Engelberg även grundas på tidigare incidenter. Han poängterar även vikten av att riskinventeringen ständigt uppdateras.⁸⁸ Utifrån det perspektiv som Engelberg presenterar hanterade Liseberg olyckorna från 2006 på ett bra sätt. Utifrån sin riskvärdering reglerade Liseberg sedan sin risknivå genom de olika åtgärderna.

Att 31 % av våra respondenter oroar sig för något när de besöker Liseberg tyder på att Liseberg inte lyckats tillräckligt med riskkommunikationen som har för avsikt att ändra turistens riskacceptans.⁸⁹ En annan förklaring till detta kan vara det som Holmberg påstår, att under senare tid har intresset för säkerhetsfrågor ökat.⁹⁰ Att intresset ökar kan också innebära att media lägger mer fokus på säkerheten. Enligt Lidskog är många människor medvetna om budskap som kommuniceras i media.⁹¹ Vad som lästs eller hörts är ett ämne som diskuteras människor emellan.⁹²

⁸⁷ Engelberg. (1998).

⁸⁸ Engelberg. (1998).

⁸⁹ Glaesser. (2006). Sid. 211

⁹⁰ Holmberg. (2002)

⁹¹ Lidskog., Nohrstedt. & Warg. (2000).

⁹² Lidskog., Nohrstedt. & Warg. (2000).

4.4. Lisebergs hanterande av image

Av de 49 % som läst om olyckorna i media ansåg sig 43 % ha blivit påverkade av det de läst eller hört. Denna påverkan kan både vara av positiv och negativ art. Enligt det beteendevetenskapliga perspektivets syn på risk så tar människan lättare till sig de risker som de hört mycket om. Eftersom att besöka nöjesfält inte tillhör de flestas vardag så tas dessa risker upp i mindre utsträckning än det som rör det som sker varje dag. Detta resonemang stöds även av HRO. Även av dem som inte angett att de läst om olyckorna i media så hade många av dessa läst om händelser som har stor koppling med den olycka som inträffade under år 2006. Många hade läst om de personer som under premiärveckan år 2007 brutit mot de regler som fanns föreskrivna vid attraktionen Flumeride. Regelöverträdelserna ledde till att Liseberg gjorde en polisanmälan mot dessa personer. Att det var många som kom ihåg detta framför olyckorna kan bero på att detta låg betydligt närmre i tiden och var därför lättare att komma ihåg. Antagligen var polisanmälan bara ett trick för Liseberg att skapa sig positiv PR och visa att de har kontroll. Detta kan vara ett sätt att behandla den negativa image som de hade med sig från 2006 års säsongsavslutning.

4.5. Medias påverkan på turistens uppfattning av Liseberg

Av dem som oroar sig för Lisebergs säkerhet är det endast 50 % som har läst om olyckorna i media. Men även här kan fallet vara så att någon läst om en annan nyhet senare i tiden och därför angett den istället, detta skulle kunna påverka så att det verkliga talet egentligen skulle ha varit något högre.

Tidigare nämnde vi att säkerheten fått allt större fokus. Eftersom media rapporterar det som ligger i läsarnas intresse så innebär ökat säkerhetsintresset även ökad mediareportering kring ämnet. Detta i sin tur leder till att allmänheten i större utsträckning blir medveten om vilka risker som finns i vår vardag. Enligt Enander och Johnsson så kan media ibland antyda att säkerhetstänkandet överskattas.⁹³ Detta framkommer inte ur vår enkätundersökning då flertalet personer önskade mer information kring säkerhetsarbetet. Detta resonemang stämmer inte heller överens med påståendet om att det skulle vara svårt att övertala människor att vidta säkerhetsåtgärder.⁹⁴

⁹³ Enander. & Johansson. (1999).

⁹⁴ Enander. & Jaohansson. (1999).

Enander och Johansson menar att media kan ge en bild av att säkerhetstänkandet är överdrivet men detta anser uppenbarligen inte våra respondenter eftersom 61 % av dem som angett att de inte fått någon information angående säkerheten önskar att det funnits mer information av något slag. Precis som Enander och Johansson hävdar är det viktigt att kunden är medveten om risker för att få dem villiga att vidta säkerhetsåtgärder.

Lisebergs marknadsansvarige sade i intervjun, att efter en olycka när de drabbade är omhändertagna och krisplanen har trätt i kraft startar den andra fasen för Liseberg. Den andra fasen innebär att ta kontakt med media som ofta redan tidigt finns på plats. För Liseberg anser den marknadsansvarige att det är viktigt att de svarar på alla frågor med raka och konkreta svar. Han anser att ett svar som är undvikande eller direkt avvisande är direkt skadligt för organisationen. Liseberg har snarare allt att vinna på att vara öppna i sina svar, detta för att vinna förtroende hos allmänheten.

Ofta ställs två frågor direkt efter olyckan inträffat. Den första är vad som hände? Denna fråga kan enligt marknadsansvarige besvaras ganska omgående. Medan den andra frågan; Hur detta kunde inträffa? Oftast tar betydligt längre tid att besvara då det krävs någon form av utredning. Dessa utredningar sker under olika lång tid, men i de olika olyckfallen på Liseberg har det tagit ca två veckor.

För att undersöka i vilken utsträckning som kunderna påverkas av olika händelser säger den marknadsansvarige att Liseberg själva genomför olika former av enkätundersökningar samt telefonintervjuer. Dessa undersökningar görs endast av Lisebergs egen personal, utan att blanda in utomstående bolag. Kundundersökningar är mycket viktigt för att se hur turisterna upplever destinationen, turistens uppfattning är viktig för att skapa rätt platsmarknadsföringsstrategier.⁹⁵ Efter dessa undersökningar har Liseberg kommit fram till att de flesta oroar sig mest direkt efter en olycka inträffat och att denna oro sedan med tiden klingar av. Den marknadsansvarige menar att det idag endast är 1-2 % som känner sig påverkade av de inträffade olyckorna. Han menar även att 1-2 % kan låta väldigt lite, men 1 % av Lisebergs alla besökare är trots allt cirka 30 000 personer, därmed anser han att det är viktigt att organisationer fortsätter arbeta med att skapa förtroende hos de som fortfarande känner sig oroliga.

65 % av respondenterna har hört eller läst något i media om Liseberg. Av dessa är det 49 % som har läst om de olyckor som inträffade under år 2006. Detta är en fördelning som kan tyckas vara en aning missvisande utifrån den teori som presenterades, där de sades att negativa nyheter var de som lockade flest läsare.⁹⁶ En rimlig förklaring till att det ser ut så här är att det nu gått knappt ett år sedan olyckorna inträffade och många har börjat lägga det bakom sig. Ett känt uttryck är att ”tiden läker alla sår”. Även den marknadsansvarige för Liseberg sa i telefonintervjun att idag hade uppmärksamheten och försiktigheten kring olyckorna lagt sig. Falkheimer anser i sin tur att ett fenomen som det tidigare nämnda kan bero på att det är svårt att genom endast mediekommunikation förändra allmänhetens uppfattning om Liseberg. Han anser även att medias utformning av nyheten påverkar hur väl människan tar till sig budskapet.⁹⁷

⁹⁵ Mansfeld. & Pizam. (2006) Sid. 235

⁹⁶ Mansfeld. & Pizam. (2006) Sid. 339

⁹⁷ Falkheimer. (2001)

5. Slutsatser

Vi kommer nu att med hjälp av tidigare presenterat material så som teori, redovisning och analys besvara våra problemformuleringar. Vi kommer att först presentera våra problemformuleringar och därefter de slutsatser vi kommit fram till på var och en av dem.

På vilket sätt har hanterandet av säkerhet någon betydelse för turistens val av turistanläggning?

Utifrån Lupton, Eldh och Douglas tankegångar om att varje människa individuellt skapar sin egen uppfattning av risk är det svårt att ge en konkret förklaring på hur organisationens hanterande av säkerhet påverkar alla människor. Eftersom uppfattningen av risken är individuell så anser vi att även uppfattning om dess eliminering det vill säga säkerhetsarbetet kommer att vara individuell. En person som anser att nöjesparken inte har några risker kommer antagligen även att anse att ett utökat säkerhetsarbete bara är onödigt. En individ som bara ser risker i allt som organisationen gör skulle istället se ett utökat hanterande av säkerheten som en allt för liten insats.

Studerars vår observation utifrån HRO:s perspektiv så skulle kundernas ökade krav på säkerhet förklaras utifrån att det inte tillhör deras vardag och därför anses dessa risker vara av allvarligare karaktär än de som existerar i vardagen. Utifrån detta perspektiv skulle aldrig kundens syn på organisationen kunna förändras då ett besök på nöjesfält sällan tillhör vardagen. Detta anser vi inte stämmer, men Liseberg bör vara medvetna om detta, för att på ett väl anpassat sätt bemöta turisternas krav på ökad säkerhet under besöket.

Utifrån vår studie var det bara en liten del som ansåg att deras val av destination påverkades av säkerheten. Men av dessa var det hela 85 % som hade läst något i media, utifrån detta anser vi att turistens säkerhetsuppfattning inför valet av destination till stor del grundas på medias rapportering om olyckor och andra händelser som berör destinationen. Med utgångspunkt i de teorier, observationer och diskussioner som vi tidigare presenterat har vi kommit till slutsatsen att bemöta media är mycket viktigt. Framförallt är det viktigt att bemöta media på ett för situationen anpassat sätt. För en organisation av Lisebergs karaktär är det även viktigt att även i förebyggande stadier ha en god relation till media, i syfte att med hjälp av anpassad riskkommunikation förändra turistens riskperception.

Vi håller med Holmberg om att en möjlig förklaring till det ökade intresset för säkerhetsfrågor beror på att media lägger allt mer fokus på att rapportera kring säkerhet. Vi anser det är bra att media lägger så mycket fokus kring ämnet, eftersom säkerhetsarbete är något som organisationer inte vill tala högt om. Förmedlar organisationen säkerhetsarbetet till sina kunder innebär detta även att det finns risker för dem.

Många organisationer är nog därför rädda för att förlora kunder om de kommunicerar sitt säkerhetsarbete. Vi tror dock att det i framtiden istället kommer att straffa sig om organisationerna väljer att stänga in sig och endast arbeta med säkerhetsarbetet bakom stängda dörrar. Inte minst efter alla de olyckor som under senare år inträffat och som det flitigt rapporteras om i media. Medias rapportering bidrar i hög utsträckning till att allt större del av allmänheten uppmärksammar incidenterna och därmed även blir medvetna om riskerna från annat håll än från organisationen. Eftersom kunderna ändå på ett eller annat sätt kommer att meddelas om riskerna anser vi att det är bättre om organisationerna själva informerar om sitt säkerhetsarbete, det vill säga ger den positiva sidan av att det finns risker, men att organisationen har kontroll och arbetar för att minimera dessa. Media rapporterar om alla risker som finns, genom att bland annat lägga fokus på de olyckor som inträffat, detta ger inte organisationen någon möjlighet att yttra sig och skapar dålig publicitet för organisationen. Att få kunderna att acceptera säkerhetsinformationen utan att bli rädda eller avskräckta kan vara mycket svårt, vi har inget konkret förslag på hur detta ska genomföras, men ser gärna att det accepteras på samma sätt som det gör vid säkerhetsinformationen på flygplan.

Säkerhetstänkandet är viktigt enligt det svar våra respondenter gav oss. Drygt 85 % hade på något sätt agerat antingen kontaktat personal eller undvikit anläggningen i framtiden om säkerheten brustit. Utifrån dessa resultat anser vi att kunden i stor utsträckning påverkas av hur säkerhetsarbetet genomförs. Det är inte enbart säkerhetsarbetets genomförande som påverkar kundens uppfattning av anläggningen utan även sättet som man kommunicerar säkerhetsinformationen på. Organisationens val av managementstrategi ligger till stor del som grund för turistens syn på organisationen.

För att organisationen på ett bra sätt ska kunna bemöta kundernas förväntningar på säkerhetsarbetet krävs det undersökningar och riskanalyser. Kundernas syn på Liseberg tycker vi oss kunna avläsa som god genom den enkätundersökning som vi genomfört. Detta argument bygger på att många ansåg att Lisebergs säkerhet var så pass god att de inte kände att de behövde oroa sig för något när de skulle besöka nöjesfältet. Även av dem som besökte nöjesfältet trots viss oro var det ändå inte många som ansåg säkerhetsarbetet så bristande att de skulle avstå att åka någon attraktion. Med utgångspunkt i dessa argument och det som presenterats tidigare i uppsatsen kommer vi till slutsatsen att Liseberg trots de olyckorna som inträffade under år 2006 och har i nuläget fortsatt gott förtroende hos allmänheten.

Hur påverkar hanterandet av olyckor turistens förtroende för turistanläggningens säkerhet?

Vi anser att människor som besöker Liseberg i allmänhet har blivit mer uppmärksammade på säkerhet och säkerhetsfrågor på grund av olyckorna som inträffade år 2006. Att det var hela 31 % som oroade sig för något när de skulle besöka Liseberg betyder att en stor del av respondenterna inte litar på Liseberg. Detta visar också på att Liseberg inte har lyckats fullt ut med sin riskanalys som de utfört. En del av respondenterna angav att säkerhet för dem innebar trygghet. Denna trygghet grundades främst på att de svenska myndigheterna utfört bra kontroller innan de utfärdade tillstånd. Därmed anser vi att myndigheternas kontroller ger kunden ökad tillit till organisationen, även om det inte är organisationen själv som skapar detta förtroende. 31 % av respondenterna oroar sig för något när de besöker Liseberg, detta anser vi vara en mycket hög siffra. Detta utifrån synen på att Liseberg hela tiden fokuserar på att skapa nöjda och trygga kunder. Eftersom Liseberg fokuserat på att skapa nöjda och trygga kunder anser vi de borde arbeta ännu mer med trygghet genom mer utförlig information.

Hela 43 % av respondenterna har blivit påverkade av det de läst och hört i media, därför anser vi att Liseberg måste motverka negativ publicitet. Eftersom människan lägger störst fokus på negativa nyheter så får olyckor stor betydelse för Liseberg. Olyckornas betydelse kan motverkas och förebyggas genom fortsatt utveckling av riskanalyser.

6. Diskussion

I följande kapitel kommer vi att diskutera vilken betydelse våra slutsatser kan få. Vi kommer även att summera uppsatsens budskap samt centrala begrepp och resonemang kring de metoder som vi använt. Slutligen kommer vi att reflektera över hur arbetet med uppsatsen fungerat samt ge förslag på vad som kan studeras i framtiden.

Huruvida kundens val av destination är beroende kan vi inte dra en generell slutsats om då vi endast utför vår studie med fokus på Liseberg. Säkerheten är av betydelse för många men om det är den avgörande faktorn som avgör beslutet av destinationsval beror antagligen till största delen på vad den aktuella destinationen har för karaktär. Utifrån vår studie var det bara en liten del som ansåg att deras val av destination påverkades av säkerheten. Men eftersom hela 85 % av respondenterna hade läst något i media så tror vi att turistens säkerhetsuppfattning inför valet av destination till stor del grundas på medias rapportering om olyckor och andra händelser som berör destinationen. Liseberg är därför beroende av det som skrivs i media då det har stor påverkan på människan. Eftersom media till stor del påverkar kunderna anser vi att det är viktigt för Liseberg att undvika negativ publicitet då det framför allt är denna som människan lägger störst fokus på.

Intresset för säkerhetsfrågor har ökat i dagens samhälle vilket vi tror bidragit till att media lägger allt större fokus på säkerheten. Detta leder i sin tur till att allmänheten i större utsträckning blir medveten om vilka risker som finns i vår vardag vilket i sin tur påverkar kundernas uppfattning av säkerhetsarbetet.

Att hela 31 % av våra respondenter oroar sig för något när de besöker Liseberg tyder på att Liseberg inte lyckats med sitt arbete att skapa trygga kunder. Detta beror främst på den bristande säkerhetsinformationen på Liseberg. Då säkerhet och trygghet hör samman räcker det inte att enbart förlita sig på organisationens säkerhetshandling utan istället måste Liseberg arbeta tydligare och mer öppet med sitt säkerhetsarbete så kunderna blir mer medvetna om arbetet. Det räcker inte för Liseberg att hänvisa till att personalen blivit mer utbildad och aktiv då det inte uppfattas av kunderna förrän när olyckan väl inträffar och då är det redan för sent.

Att 83 % av våra respondenter menade att de inte blivit informerade om säkerhetsarbetet tyder på att det råder en viss tabu kring ämnet risk och säkerhet på Liseberg. Inom flygbranschen är det raka motsatsen då säkerheten inte går att undgå. Det är ett bevis på att trygghet går att skapa trots att riskerna tas upp till ytan.

De förslag som var mest förekommande av våra respondenter angående förbättrat säkerhetsarbetet var anslag vid entréerna eller vid de olika attraktionerna, samt att det ska finnas någon form av säkerhetsbroschyr på området. Även andra informationsförslag gavs som certifikat för attraktionerna och anslag som liknar de som finns i hissar. Om Liseberg arbetar på ett mer öppet och tydligt sätt med säkerhetsarbetet så tror vi det leder till fler trygga kunder vilket i längden gynnar Liseberg.

Vi tycker det är viktigt att Liseberg fortsätter arbeta med sin riskanalys för att bli säkrare och visa sina kunder att de tar säkerheten på fullaste allvar då det är ett bra verktyg för att upptäcka säkerhetsbrister. Eftersom riskanalyserna utförs både av Liseberg och myndigheterna stärks kvalitén och trovärdigheten på dessa kontroller.

Då säkerhetsarbetet i framtiden anses vara av allt större betydelse är det möjligt för destinationerna att genom sitt säkerhetsarbete skapa konkurrensfördelar. Detta gäller såväl nöjesfält som destinationer av bredare karaktär. Svårigheten för aktörerna är att varje individ individuellt skapar sin egen riskuppfattning, detta gör det svårt att generellt skapa konkurrensfördelar som är anpassade till en större målgrupp samt att de dessutom är varaktiga.

6.1. Summering

I denna uppsats har vårt syfte varit att undersöka hur säkerhetsarbetet påverkar kundens uppfattning och hur detta i sin tur påverkar turistens val av destination. Vårt syfte var också att undersöka hur kundens uppfattning av turistanläggningen påverkas av olyckor samt organisationens säkerhetsarbete.

De problemformuleringar som vi utvecklat för att uppfylla syftet är:

- *På vilket sätt har hanterandet av säkerhet någon betydelse för turistens val av turistanläggning?*
- *Hur påverkar hanterandet av olyckor turistens förtroende för turistanläggningens säkerhet?*

Det vi kommit fram till under arbetets gång är att säkerhetsarbetet påverkar turistens val av destination eftersom medias rapportering om olyckor och andra händelser som berör destinationen har en stor påverkan på turisterna. Det är därför viktigt för Liseberg att undgå negativ publicitet. Att drygt 85 % av våra respondenter hade agerat mot Liseberg om säkerheten brustit styrker vår teori om att säkerhetsarbetet har stor betydelse för att uppnå trygghet.

Att människor i allmänhet blivit mer uppmärksammade på säkerhet och säkerhetsfrågor efter olyckorna märks tydligt i vårt arbete då hela 31 % av våra respondenter oroade sig för något när det skulle besöka Liseberg. För att öka tryggheten hos sina kunder måste Liseberg arbeta tydligare och mer öppet med sina säkerhetsfrågor så kunderna märker av dem.

Hantering av säkerhet, risker och media påverkar i stor utsträckningen kunden. Kunden skapar sig utifrån den kunskap som finns tillgänglig en uppfattning av organisationen. Detta innebär att organisationens hantering av säkerhetsarbetet och media har betydelse för hur kunden uppfattar organisationen.

6.2. Reflektioner

För att vi skulle kunna dra mer generella slutsatser gällande turisternas val av destination hade vi behövt göra en bredare studie, detta genom att utöka vår urvalsgrupp. Eftersom vi endast genomförde en mindre undersökning är vårt resultat inte representativt utan i det material vi arbetat fram kan endast tendenser skönjas.

Händelser som fick konsekvenser för vårt resultat var att vi inte fick möjlighet att genomföra enkäterna på Lisebergs område samt att vi inte själva hade möjlighet att påverka valet av intervjuperson. Detta kan ha gett konsekvenser som att vi inte fått en korrekt uppfattning om Lisebergs säkerhetshanterande eller korrekt uppfattning av turisternas syn på organisationen men detta anser vi inte påverkar i så stor utsträckning, därför anser vi att vårt material är tillräckligt tillförlitligt för vår uppsats syfte.

Under tiden vi studerat de fenomen som formulerats i uppsatsens problemformulering har en rad andra fenomen väckt vårt intresse. Ett av dessa fenomen är hur organisationer med hjälp av sitt utvecklade säkerhetsarbete kan skapa varaktiga konkurrensfördelar, samt hur dessa på ett bra sätt kan kommuniceras till kunderna utan att skrämma besökarna. Dessa företeelser anser vi kan vara intressanta att observera och undersöka mer i framtiden.

Litteraturförteckning

Bryman, Alan. (2002). *Samhällsvetenskapliga Metoder*. Liber AB, Malmö

Carter, Carl I (2004) *Playing with risk? Participant perception of risk and management implications in adventure tourism*, *Tourism Management* 27 (2006) 317-325

Channel Warrwn, T (1994) *Fun, sun & security*, *Security Management*. Arlington, Sep 1994, Vol.38, Iss.9; pg.52, 4 pgs

Christensen, Lars et al. (2001) *Marknadsundersökning- en handbok*. Studentlitteratur, Lund

Eldh, Christer. (2004). *Den riskfyllda gemenskapen. Att hantera säkerhet på ett passagerarfartyg*. Doktorsavhandling. Lindköpings universitet. Arkiv förlag, Lund

Enander, Ann & Jaohansson, Ann. (1999). *Säkerhetsmedvetande –en förutsättning för säkerhetsbeteende?* Räddningsverket, Karlstad

Engelberg, Michael. (1998). *Verksamhetsskydd. En säkerhetsjuridisk handbok för säkerhetsansvariga*. Sakforum, Stockholm

Falkheimer, Jesper. (2001). *Medier och kommunikation*. Studentlitteratur, Lund

Glaesser, Dirk. (2006). *Crisis management in the tourism industry*. Elsevier Inc., Oxford

Holmberg, Jemina. (2002). *Turism, terrorism och säkerhet*. Femteupplagan. Utredningsserien, Östersund

Jones, T (2004) *When tragedy strikes*, Tourism and Hospitality Research; Aug 2004;5.2, ABI/INFORM Global, Sid. 165

Kotler, Philip, Bowen, John T., Makens, James C. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Fjärde upplagan. Pearson Education Inc.Upper Saddle River

Lidskog, Rolf, Nohrstedt, Stig Arne & Warg Lars- Erik. (2000). *Risker, kommunikation och medier*. En forskarantologi. Studentlitteratur, Lund

Lupton, Deborah. (1999) *Risk*. Taylor & Francis Ltd., London

Mansfeld, Yoel & Pizam Abraham (2006), *Tourism security & safety- from theory to practice*, Elsevier Inc.,Oxford

Nationalencyklopedin- femtondebladet (1994) Bra Böcker AB, Höganäs

Peattie, S, Clarke, P, Peattie K (2003) *Risk and responsibility in tourism: promoting sun-safety*, Tourism Management 26 (2005) 399-408

Svenska språknämnden (2000), *Svenska skrivregler*, Liber AB, Stockholm

Westrup,Ulrika, Eldh, Christer & Sjöbeck, Karin (2005), *Skrivhandboken- vägledning i att skriva vetenskapliga texter*, Institutionen för Service Management, Lund

Wilks, J & Page,S (2003) *Managing tourist health and safety in the new millennium*.Elsevier Inc., Oxford

www.aftonbladet.se/vss/goteborg/story/0,2789,917842,00.html 070502

www.ungtval.lunarstorm.se/main.aspx?article=970845 070502

www.aftonbladet.se/vss/goteborg/story/0,2789,917842,00.html 070502

www.gp.se/gp/jsp/Crosslink.jsp?d=113&a=341041 070519

Bilaga 1

Detta är en anonym enkätundersökning som utförs av studenter vid Lunds Universitet. Syftet är att kartlägga och undersöka vad som påverkar turistens val av destination, samt att öka den akademiska förståelsen för fenomenet. Vi vill särskilt poängtera att det inte finns något vinstdrivande syfte bakom!

- 1 . **Varför väljer du att åka till just Liseberg?**

- 2 . **Oroar du dig för något speciellt när du besöker Liseberg? JA: Vad och varför? NEJ: Varför inte?**

- 3 . **Har du under senare tid läst/hört något om Liseberg i media? JA: Vad och hur påverkade detta dig?**

- 4 . **Vad innebär god säkerhet för dig?**

- 5 . **Påverkar säkerheten ditt val av destination? JA: På vilket sätt?**

- 6 . **Om du som turist anser att anläggningen brister i sitt säkerhetsarbete vad gör du då?**

- 7 . **Är det någon speciell attraktion som du undviker? JA: I så fall vilken och varför?**

- 8 . **Har du som turist på något sätt informerats om säkerhetsarbetet som råder i organisationen? JA: Hur informerades du? Vad var det för typ av information? Anser du att denna information och sättet att informera var bra eller dåligt. Varför var det bra eller dåligt? NEJ: Skulle du vilja bli informerad? På vilket sätt önskar du bli informerad och vad vill du veta?**

- 9 . **Kön :**

10. **Ålder :**

Bilaga 2

1. Varför valde du att besöka Liseberg?					
	Nöje	Läge	Vet ej	Ej angett uppgift	Total summa
Man					
<20	17	1	1		19
21-30	22	15			37
31-40	2	1			3
41-50	3				3
51 <	5				5
Kvinna					
<20	22	2			24
21-30	14	7			21
31-40	7				7
41-50	6	1			7
51 <	7	2			9
Summa	105	29	1	2	137

2. Oroar du dig för något speciellt när du besöker Liseberg? Isåfall vad eller varför inte?								
	JA				Nej		Saknas uppgift	Totalt
Man	Säkerhet	Stölder	Övrigt	Utan anledning	Tryggt	Ingen anledning		
<20			1	4		5	9	19
21-30	4			4		20	9	37
31-40							3	3
41-50	1				1	1	1	4
51 <						5		5
Kvinna								
<20	6	4		1		3	10	24
21-30	5			2		6	8	21
31-40	4			1		1	1	7
41-50	2					2	3	7
51 <	1					4	4	9
Summa	23	5	5	12	1	47	48	137

5. Påverkar säkerheten ditt val av destination? Om Ja hur påverkar detta dig då?

	JA			Nej	Vet ej	Saknas uppgift	Totalt
	<i>Ej mindre eller ambulerande tivolli</i>	<i>Undviker osäkra destinationer/ väljer Övrigt</i>	<i>Utan svar</i>				
Man							
<20	1	1	2		14	1	19
21-30	2	14	3	1	17		37
31-40			1		1	1	3
41-50	2				2		4
51<	2				2	1	5
Kvinna							
<20	3	5		2	11	1	22
21-30	1	11	1	1	7		21
31-40	2	3			2		7
41-50	2	2			3		7
51<	2	2			4	1	9
Summa	17	38	7	4	63	5	137

6. Om du anser att anläggningen brister i säkerhetsarbetet vad gör du då?

	<i>Undviker destinationer/ Väljer annan</i>	<i>Kontaktar personal</i>	<i>Inget</i>	<i>Vet ej</i>	<i>Övrigt</i>	Saknas uppgift	Totalt
<20	5	9	2		3		19
21-30	15	18	2		1	1	37
31-40	1	1			1		3
41-50	2	2					4
51<	2	1	1			1	5
Kvinna							
<20	4	14	1		1	4	24
21-30	5	13	1		1	1	21
31-40	2	2			3		7
41-50	3	4					7
51<	3	3			2	1	9
Summa	42	67	7		12	8	137

8. Har du som turist informerats om säkerhetsarbetet? Hur? Om inte skulle du vilja bli det?										
	JA			Nej				Vet ej	Uppgift saknas	Totalt
	Skyltar som visar regler för att få åka	Utan ex.	Genom media	Ja	Nej	Inget svar	vet ej			
Man										
<20	3		1	4	11					19
21-30	2	3		18	9	2	1	2		37
31-40	0			1	1	1				3
41-50	1			1	2					4
51<				3	1	1				5
Kvinna										
<20	2		2	13	5			1		23
21-30	2			14	5					21
31-40				3	2	1	1			7
41-50			1	2	1	1	1	1		7
51<	1			4	4					9
Summa	11	3	4	63	41	6	3	4	2	137

Uträkningar

Finns det något samband mellan att man oroar sig för säkerheten och sedan undviker destinationen? (säkerhet+undviker)

$$12/22 = 54,5\%$$

Hur stor del oroar sig för något när de ska besöka liseberg?

$$42/137 = 30,7\%$$

Hur stor del av dessa oroar sig för säkerheten

$$22/42 = 52,4\%$$

Hur många har hört något om Liseberg i media?

$$89/137 = 65,0\%$$

Hur många dessa har hört om olyckan?

$$44/89 = 49,4\%$$

Hur många av dessa ansåg att de påverkades? $19/44 = 43,2\%$

Hur många påverkas av säkerheten när de väljer destination?

$$65/137 = 38,0\%$$

Hur många av dessa har i sin tur hört något i media? (hur många av dessa har läst i media/säkerheten påverkar)

$$56/65 = 84,6\%$$

Hur många av de som oroar sig för säkerheten på Liseberg, har läst om olyckorna i media?

$$11/22 = 50\%$$

Hur stor del av de som sa att säkerheten var av betydelse för destinationen är kvinnor?

$$36/65 = 55,4\%$$

Bilaga 3

Vår avsikt med intervjun är att undersöka hur säkerhetsarbetet påverkar kundens uppfattning av god service. Förhoppningen är att i slutändan komma fram till hur man med hjälp ut av ett väl utvecklat säkerhetsarbete kan skapa konkurrensfördelar som ger stora fördelar för organisationen.

1. Vad innebär begreppet risk för Liseberg?
2. Hur hanterar ni de risker som uppstår?
3. På vilket sätt förändras en risk till en kris för Liseberg?
4. Vad innebär begreppet kris för Lisberg?
5. Hur hanterar ni en kris?
6. Har ni någon krisplan? Hur ser den ut?
7. Vilken typ av säkerhetsarbete har Liseberg? Hur är detta utformat?
8. På vilket sätt kommuniceras säkerhetsarbetet till kunderna?
9. Samt vad ger detta för konsekvenser?
10. Vilka personer är engagerade i ert säkerhetsarbete? (Exempel kommun, intressenter, ledning, övrig personal)
12. Gör ni några undersökningar om kunders syn på ert säkerhetsarbete?
13. Gör ni några undersökningar för att ta reda på kundens riskuppfattning?
14. Gör ni några undersökningar som visar vilka attraktioner som kunder undviker?
15. I så fall vad vidtar ni för åtgärder?
16. Hur åtgärdar ni de problem/svagheter som framkommer av en kundundersökning?
17. Hur har ni arbetat för att återfå förtroendet hos kunderna, efter de olyckor som inträffade under 2006?
18. Vad gör ni för att få kunderna att fortsätta åka en attraktion som varit olycksdrabbad?
19. Har ni någon gång tagit bort en attraktion som där varit mycket problem med och ersatt den av någon ny?

Bilaga 4

Protokoll telefonintervju

Det är viktigt att man tar hänsyn till att de två olyckorna var av olika karaktär.

Lisebergsbanans olycka hade en teknisk bakgrund medan Flumeride olyckan hade ett mänskligt beteende som bakgrund.

I båda dessa sammanhang är det viktigt att det först och främst att ta hand om de drabbade och deras anhöriga samt se till att dessa blir väl omhändertagna. Om organisationen inte själva skulle klara att hantera det som inträffat så är det deras uppgift att organisera och se till att de drabbade blir väl omhändertagna av sjukhus med mera.

Efter att drabbade blivit omhändertagna så går krisplanen in, det vill säga att man t.ex. Vidtar avspärningar och ringer in ansvariga mm. Därefter genomförs briefingsamtal bland annat för personal som varit inblandade eller andra som berörts. Detta är den första fasen. (Akuta)

Fas två är att ta kontakt med media som oftast finns på plats tidigt, nästan innan organisationen själva vet vad som inträffat. Det är viktigt att Liseberg svarar på alla frågor, vanliga frågor är exempelvis, Vad hände? Denna typ av fråga kan man i regel svara på ganska snart efter händelsen. En annan fråga är hur kunde detta hända? Denna fråga kräver oftast mer tid och arbetet för att kunna besvaras, vilket ofta innebär en undersökning. Denna undersökning omfattar såväl personal, vittnen, polis och i olyckan med Lisebergsbanan även haverikommissionen. En utredning av denna dignitet kan ta allt från ett par dagar upp till 14 dagar, vilket det gjorde vid redningarna om olyckorna på Liseberg.

Ett sätt att skapa förtroende hos allmänheten och de tilltänkta kunderna är att snabbt agera gentemot press. Lisbergs strategi är att förklara och vara öppna mot allmänheten med vad som har hänt. Detta för att allmänheten ska acceptera det inträffade. Lisberg har inget att tjäna på att inte svara eller svara undvikande på pressfrågor utan har istället allt att vinna på att svara ärligt och vara öppna med det som verkligen har inträffat.

Liseberg har ingen säkerhetsbroschyr utan kunden ska istället känna av / uppfatta säkerhetsarbetet genom någon av följande åtgärder. Säkerhetsarbetet omfattar minst ett 100 tal personer på Lisberg och alla har olika ansvarsområde. Kunderna märker av det mer omfattande säkerhetsarbetet för 2007 genom att personalen är mer aktiv. Inför denna säsong har man lagt mer fokus på säkerheten samt infört bättre utbildningar för alla anställda. Detta som en konsekvens av det som inträffade 2006. Andra konsekvenser är att personalen kommer att vara mer noga och energiska med att uppmana kunderna att följa säkerhetsföreskrifterna samt att skyltningen till stor del är utvidgad. Man har även genomfört vissa ombyggnader för att öka säkerheten.

Liseberg arbetar även med riskanalys vilken har flera dimensioner, först förutser man mänskligt beteende. Därefter gör man en riskbedömning där man tar ställning till om de händelser som kommit fram via riskanalysen verkligen kan inträffa och utifrån detta resultat bestämmer man sedan vilka åtgärder som skall vidtas. Ex. Ombyggnad eller information.

Det är inte bara Liseberg som gör riskobservationer utan även myndigheter som övervakar och varje år granskar attraktionerna och beslutar om de får användas. Det är polismyndigheten som utfärdar dessa kontroller. Varje attraktion får då ett tillstånd som liknar de som finns i hissar, där det står under vilken period attraktionen får användas och köras.

Liseberg gör undersökningar för att ta reda på kundens syn av säkerhetsarbetet, detta görs med såväl enkäter som telefon intervjuer. Alla undersökningarna görs av Liseberg själva utan att blanda in utomstående bolag. Det man kommit fram till i dessa undersökningar som genomförts efter olyckorna 2006, är direkt efter olyckorna kände fler personer sig påverkade än vad de gör nu. Idag är det 1-2 % som säger att de är påverkade. 1-2 % kan verka väldigt lite men om man ser till hur många personer det verkligen är så inser man att det kan ha betydelse. 1 % av Lisebergs tre miljoner kunder per säsong är dock ändå 30 000 personer som känner sig påverkade av det som inträffat. Detta är egentligen marginell konsekvens men det är viktigt att man inte bara skakar av sig detta utan att man verkligen bearbetar det.

Bilaga 5

Observationsstudie

1. Den första observationen som vi gjorde när vi besökte Liseberg fredagen den 4:e maj, var att det inte fanns någonstans vid entrén fanns någon form av anslag angående säkerheten och säkerhetsarbetet. Vi bestämde oss för följa upp detta och frågade i såväl information som biljettkassa om de hade någon säkerhetsbroschyr vilket de inte hade, men erbjöd sig att svara på våra frågor kring säkerheten om vi hade några.
2. Nästa observation som vi gjorde var att säkerhetsföreskrifterna var markant förbättrade sedan tidigare år speciellt vad det gällde den olycksdrabbade Flumeride. Liseberg hade förbättrat
3. såväl skyltningen som att det nu fanns högtalare längs stora delar av turen var igenom man uppmanades att sitta ner i båten under hela färden.
4. Den tredje observationen gäller de längdgränser som finns uppsatta vid de olika attraktionerna. Det vi ansåg problematiskt var att det inte någonstans fanns förklarat för turisten varför dessa existerade.
5. Även nästa observation hänger ihop med ovanstående. Nämligen att man vid spökslottet har en längdgräns och inte en åldersgräns.
6. En annan observation som gjorde är att det inte finns någon säkerhetsinformation kring attraktionerna vid de olika attraktionerna, inte heller på någon annan plats.
7. Ytterligare observationer som gjordes var att de flesta av de ”få” skyltar med föreskrifter endast fanns på svenska, samt att de förmaningar som man som turist uppmanades att följa när man åkte med attraktionerna också oftast endast informerades på svenska.
8. Nästa observation gjorde då en av oss var med familjen på Liseberg. Det var barn med och genom detta uppmärksammandes att de utsatta längdgränserna inte var samma på alla ställen i parken. Trots att det på alla ställen va utmärkta att vara 90cm. Detta fick till följd att barnet på ett ställe var tillåtet att åka alla attraktioner som endast krävde att man var över 90cm medan det på ett annat inte fick åka. På de ställen där barnet enligt denna måttstock inte nådde upp till längdgränsen fick det heller inte åka för personalen.