

Lunds universitet
Historiska institutionen
HISK37, Historia Kandidatkurs
Seminarieledare: Dick Harrison
Handledare: Wiebke Kolbe
Seminarium: 12/1 2026, kl. 11.15-12.00, LUX C:215

Drömma sig bort

En komparativ studie mellan hur Fritidsresor och Vingresor
framställer medelhavsområdet i rese kataloger från 1960-talet och
1980-talet

Charlie Arnell
HT-2025

1. Inledning.....	2
1.1 Syfte och frågeställning.....	2
2. Forskningsläge.....	3
3. Källmaterial.....	7
4. Teori.....	10
4.1 Marknadssegmentering.....	10
4.2 Enzensbergers teori.....	11
5. Metod.....	13
5.1 Kvalitativ innehållsanalys.....	13
5.2 Bildanalys.....	15
6. Ämnesbakgrund.....	17
6.1 Turism.....	17
6.2 Vingresor.....	19
6.3 Fritidsresor.....	20
7. Analys.....	21
7.1 Västra Medelhavet.....	21
7.1.1 Mallorca.....	21
7.1.2 Costa del Sol.....	24
7.1.3 San Remo.....	27
7.2 Östra Medelhavet.....	30
7.2.1 Dubrovnik.....	30
7.2.2 Rhodos.....	33
7.2.3 Natanya.....	36
7.3 Södra Medelhavet.....	38
7.3.1 Kairo.....	39
7.3.2 Tunisien.....	41
8. Slutsatser.....	43
8.1 1960-talet.....	43
8.2 1980-talet.....	45
8.3 Medelhavsregionen.....	46
9. Avslutning.....	48
10. Käll- och litteraturförteckning.....	50
10.1 Tryckt källmaterial.....	50
10.1.1 Fritidsresor, 1961-1969.....	50
10.1.2 Fritidsresor, 1981-1989.....	50
10.1.3 Vingresor, 1961-1969.....	50
10.1.4 Vingresor, 1981-1989.....	51
10.2 Litteraturförteckning.....	51
10.2.1 Tryckt litteratur.....	51
10.2.2 Digital litteratur.....	52

1. Inledning

Resekataloger är en stor källa för inspiration. Det kan handla om allt från drömrese mål till hur en resa ska genomföras i praktiken. Men rese kataloger kan också användas för att drömma sig bort till andra platser. Platser som är långt från vår tråkiga vardag, både kulturellt och geografiskt. Det är just detta som undersöks i denna uppsats, hur rese katalogerna framställer olika resmål runt Medelhavet. Bara genom att bläddra i dessa kataloger kan individen drömma sig bort till värmen och det klara vattnet som finns vid kustorten runt Medelhavet. Drömma sig bort till en plats där tiden stått stilla under flera hundra år, så att en resa dit kanske mer känns som en tidsresa. Turismens marknadsföring och rese katalogerna utvecklas hand i hand och därför är rese katalogerna utmärkta exempel på vilken bild resebolagen ville måla upp för en viss ort. Att drömma sig bort i en katalog kunde och kan fortfarande vara början på något nytt, kanske början på ens livs resa.

1.1 Syfte och frågeställning

Det övergripande syftet med denna uppsats är att undersöka hur turismen har förändrats mellan 1960- och 1980-talet. Detta genomförs sedan genom undersökning av rese kataloger från respektive årtionde.

Övergripande frågeställning:

Hur förändras framställningen av medelhavsområdet i rese kataloger utgivna av Fritidsresor och Vingresor mellan åren 1961-1969 och 1981-1989?

Underfrågor:

- Hur framställs medelhavsområdet i bild och text under 1960-talet i Vingresors respektive Fritidsresors rese kataloger? Skiljer sig framställningarna åt beroende på vilken region av medelhavsområdet som marknadsförs?

- Hur framställs medelhavsområdet i bild och text under 1980-talet i Vingresors respektive Fritidsresors rese kataloger? Skiljer sig framställningarna åt beroende på vilken region av medelhavsområdet som marknadsförs?

- Skiljer framställningen av de olika resmålen inom varje region mellan 1960-talet och 1980-talet? Riktat Vingresor och Fritidsresor resebolagen in sig på olika marknadssegment beroende på vilket årtionde katalogen är utgiven, i så fall vilka?

2. Forskningsläge

I efterforskningarna för denna uppsats har det inte framkommit mycket litteratur som handlar om resekataloger. Däremot har det framkommit mer litteratur som berör turismforskning. Men även forskning om medelhavsturism, samt kopplingen mellan turism och marknadsföring, står att finna. Forskningsläget kommer att presenteras i kronologisk ordning efter publiceringsdatum. Forskningen är förhållandevis ny i historiska sammanhang eftersom turism som forskningsämne etablerades först under 1970-talet.

Den äldsta litteraturen som presenteras i forskningsläget är en bok skriven av Orvar Löfgren som publicerades år 1999. Boken heter *On Holiday: A History of Vacationing*. Orvar Löfgren är idag professor emeritus i etnologi vid Lunds universitet. Han har forskat mycket om kulturanalys av vardagsliv, men även genomfört studier av transnationella processer och nationell identitet. Det som gör honom relevant för denna uppsats är att han har studerat transnationell mobilitet i form av turism och resande, både i nutid och historisk.¹ I boken presenteras turismens utveckling utifrån olika teman. Den del av boken som är extra relevant för denna uppsats är hans presentation av medelhavsturismen. Han berättar om hur turismen har utvecklats från resor till medelhavsområdet som genomfördes av turisterna med mål att söka efter rötterna till det västerländska samhället, fram till charterturism med fokus på sol och bad. Löfgren beskriver hur olika länder har varit relevanta vid olika tidpunkter, men också hur turisterna har anpassat sig till lokalbefolkningen. Ett exempel på detta är att britterna byggde strandpromenaden i Nice på franska rivieran och inte den franska lokalbefolkningen. Bussresorna från norra Europa till bland annat Rimini (Italien) började genomföras under 1950-talet och sågs som ett helt äventyr, där tiden som spenderades på bussen blev en del av resan. Löfgren berättar också att olika samhällsförändringar kan påverka vart turister väljer att resa. Dessutom presenteras paketresorna som ligger till grund för charterturismen.²

¹ Lunds universitet. *Orvar Löfgren*. (2025). (Hämtad 2025-12-12).

² Löfgren, Orvar. *On Holiday: A History of Vacationing*. (University of California Press: Berkeley 1999).

Thomas von Seth är idag förlagschef på Vivlio förlag baserat i Stockholm.³ Utöver jobbet som förlagschef är han författare och har gett ut flera böcker om charterturismens historia. Dessutom har han arbetat inom turismindustrin, där han bland annat har haft ledande befattningar inom en stor researrangör.⁴ Den bok som kommer användas i denna uppsats är hans bok *Charterhistoria* som publicerades år 2008. I boken presenterar Thomas von Seth bakgrunden till charterturismen, med ett extra fokus på den svenska utvecklingen. Framst kommer boken att användas för ämnesbakgrund till Vingresor och Fritidsresor, två företag som han detaljerat beskriver. Men även andra delar av boken som avhandlar turismens allmänna utveckling kan vara relevant. Utöver Vingresor och Fritidsresor så presenteras flera andra svenska resebolag, exempelvis Apollo och Solresor. Fritidsresor och Vingresor presenteras i sin helhet, från start till när boken publicerades. Texten kombineras med många bilder, bland annat exempel på olika reklammaterial från företagen, dock har denna uppsats källmaterial återfunnits i de olika exempel som Thomas von Seth lyfter fram. Men det är inte bara företagen som helhet som presenteras, utan också de personer som arbetat på reseföretagen, samt de olika transportsätt som användes vid resorna.⁵

Anders Steene (1943-2023) har skrivit boken *Turism: Om att sälja drömmar*. Boken är publicerad år 2013 och då var Steene docent i Turismvetenskap vid Södertörns högskola samt biträdande professor i turismvetenskap vid Strömstad akademi, Nordiskt institut för avancerade studier. I boken presenteras turismens koppling till marknadsföring. Steene lyfter fram många olika perspektiv, både hur turismen har marknadsförts historiskt och hur marknadsföringen har utvecklats kopplat till turismen. Exempelvis menar han att grunden inom turismen är att resenären ska få en upplevelse av annorlunda karaktär, i jämförelse med sitt vardagsliv. Detta återkommer igen när han presenterar hur marknadsföringen för en upplevelse ser ut. Till exempel menar Steene att ett resebolag måste sälja in en känslomässigt positiv upplevelse för den tilltänkta kunden. I ett av bokens kapitel presenteras hur marknadsföringen tog form under 1970- 1980- och 1990-talen, detta eftersom reseföretagen då tydligt började segmentera sina marknader. Det är viktigt att segmentera sin kundgrupp för att kunna förstå olika personers behov. Olika typer av resor lockar till sig olika resenärer och därför kan inte alla resor marknadsföras på samma sätt. Ett tydligt exempel på detta är

³ Vivlio förlag. *Kontakt*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-12).

⁴ Vivlio förlag. *Författare: Thomas von Seth*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-12).

⁵ Seth, Thomas von. *Charterhistoria*. (Vivlio förlag: Lidingö 2008).

skillnaden mellan affärsresande och fritidsresande. I denna uppsats diskuteras endast fritidsresande, men skillnaden mellan reseformerna avhandlas utförligt i boken. En svårighet inom marknadsföringen för turism är att det är en immateriell produkt. Det ställer högre krav på företagen att identifiera olika grupper av turister för att sedan analysera hur de uppfattar sina resor, samt hur marknadsföringen ska riktas mot dem. Det finns många olika bakomliggande variabler till varför någon väljer att köpa en fritidsresa. Exempel på dessa är ekonomisk ställning, utbildning, och tidsförfogande. I uppsatsen kommer boken att användas främst för att komplettera annan litteratur om marknadssegmentering, men också för att kunna identifiera olika segment som är kopplade till turismindustrin.⁶

A History of Modern Tourism är utgiven 2016 och skriven av författaren Eric G. E. Zuelow. Han är professor vid University of New England i europeisk historia och världshistoria. Hans specialisering är turism och nationell identitet, men inriktar sig på Storbritannien och Irland. Zuelow är författare till flera böcker, varav flertalet berör turism. Han är dessutom redaktör för bokserier och tidskrifter vilka fokuserar på turism.⁷ I boken *A History of Modern Tourism* följer vi en resa från turismens rötter under antiken, fram till massturismen som utvecklades under 1950- och 1960-talet, vars grunder finns kvar idag. Zuelow beskriver utförligt de olika delar som genom historien har lett fram till dagens turism. Bland annat The Grand Tour under 1700-talet och hur Thomas Cook arrangerade resor under 1800-talet. Det är ett europeiskt fokus i boken eftersom det är från Europa som turismen utvecklades. Skandinavien nämns på väldigt få ställen, dock nämns det i samband med att camping avhandlas. Han beskriver att under den tidiga turismen under 1950-talet och början på 1960-talet så blev campingen den självklara semestern för många skandinaver. Detta skedde på samma sätt som en roadtrip med bil blev den självklara semestern för amerikaner. Intresset för camping och roadtrips utvecklas ungefär samtidigt, men i olika delar av världen. Han framhåller att utvecklingen mellan camping och roadtrip är väldigt lika varandra eftersom fenomenen snabbt får ett starkt fäste i sina respektive befolkningar. Boken kommer kunna bidra med information kring turismens utveckling, vilket kan vara relevant för analysen och utvecklingen av de olika resmålen som kommer att analyseras. Dessutom ger den en gedigen bakgrund och delar av denna kommer att presenteras i ämnesbakgrunden.⁸

⁶ Steene, Anders. *Turism: Om att sälja drömmar*. (Studentlitteratur: Lund 2013).

⁷ University of New England. *Eric G. E. Zuelow, Ph.D.*. (2025). (Hämtad 2025-12-12).

⁸ Zuelow, Eric. G. E. *A History of Modern Tourism*. (Palgrave: London 2016).

Kandidatuppsatsen *Resekatalogens historia: En kvalitativ undersökning om hur svenska researrangörer jobbat med målgrupper och hur de framställt manligt och kvinnligt* är skriven av Helena Olovsson och Sebastian Öman. Uppsatsen skrevs under vårterminen 2017 i kandidatkursen för turismvetenskap vid Södertörns högskola. Författarna genomför en text- och bildanalys av resekataloger från Vingresor och Fritidsresor. Deras källmaterial består av en katalog från respektive resebolag från 1950-talet och framåt (dock är den första från Fritidsresor från 1960-talet) fram till år 2017. För 2010-talet valde författarna att analysera hemsidor istället eftersom dessa har tagit över från katalogerna som informant för de olika resmålen. Uppsatsens källmaterial har varit till stor inspiration för denna uppsats och två av katalogerna används i både i denna uppsats och i Olovssons och Ömans uppsats. Utöver text- och bildanalys har de också genomfört två intervjuer, varav en var med Thomas von Seth som presenterades tidigare. Deras undersökning grundar sig på genusframställning av kvinnor och män, samt anpassningen för olika målgrupper i marknadsföringen. Det finns likheter med teorin om marknadssegmentering som kommer användas i denna uppsats.⁹

Olovsson och Öman analyserar i sin uppsats *Resekatalogens historia* Mallorca som enskilt resmål och därför kommer deras slutsatser för Mallorca kunna jämföras med analysen av Mallorca som kommer genomföras senare i denna uppsats. Deras främsta slutsats är att framställningen av Mallorca har förändrats väsentligt under den period som uppsatsen undersöker. De kommer även till slutsatsen att katalogerna har förändrats i förhållande till längd och innehåll. De beskriver att de tidiga katalogerna hade ett större fokus på text istället för bilder. När det gäller Olovsson och Ömans analys av genus menar de att det inte framkommer några skillnader mellan kvinnor och män i textanalysen. Däremot beskriver de att skillnaderna är större i bildanalysen. Främst genom att kvinnor förekommer oftare än män, men även att dessa kvinnor framställs med en tanke att objektifiera dem. Familjen är också ett begrepp som de lanserar. De berättar att familjen förekommer allt mer frekvent desto närmare nutid de kom i sin undersökning. Det skedde en förändring under 1990-talet då män och kvinnor började framställas mer jämställt och på hemsidorna fanns inga objektifierade bilder kvar. Gällande deras slutsatser kring målgrupp som är mest relevant för denna uppsats menar Olovsson och Öman att det i de tidiga resekatalogerna från 1950- och 1960-talet inte finns någon specifik inriktning på just par. Däremot drar de slutsatsen att barnfamiljer gjorde sitt

⁹ Olovsson, Helena & Öman, Sebastian. *Resekatalogens historia: En kvalitativ undersökning om hur svenska researrangörer jobbat med målgrupper och hur de framställt manligt och kvinnligt*. Kandidatuppsats. (Södertörns högskola: Stockholm 2017). (Hämtad 2025-09-23).

intåg redan under 1960-talet för Vingresor, dock introduceras inte barnfamiljen i Fritidsresors resekataloger förrän under 1970-talet. Utifrån detta drar Olovsson och Öman slutsatsen att resebolagen anpassar sin marknadsföring för att vara mer attraktiva till specifika målgrupper. En utveckling de identifierar är att Vingresor har stort fokus på ungdomar under de tidiga årtiondena, vilket de menar är en följd av Vingresor satsning och sammanslagning med Club 33, något som försvinner efterhand som de närmar sig nutid. Alcudia marknadsförs till barnfamiljer och Magaluf/Palma Nova till ungdomar. Dock menar de att Mallorca är en plats för alla, men att specifika platser kan vara inriktade på specifika målgrupper.¹⁰

3. Källmaterial

Källmaterialet för denna uppsats består av 31 olika resekataloger från perioden 1961-1969 och 1981-1989. Tre olika kataloger representerar Fritidsresor under 1960-talet. Två av dessa är för årstiderna våren, sommaren och hösten. En saknar årstidsspecificering. Vingresor under 1960-talet representeras av 12 olika kataloger. Sex av dessa kataloger är för perioden hösten, vintern, våren. En saknar årstidsspecificering och en är för våren, sommaren och hösten. Resterande fyra kataloger är för sommaren. 1980-talet inkluderar nio kataloger utgivna av Fritidsresor och sju kataloger utgivna av Vingresor. Av de nio katalogerna av Fritidsresor representerar fem perioden våren, sommaren och hösten. De fyra övriga representerar perioden hösten, vintern och våren. Av Vingresors sju 1980-tals kataloger är alla utom en för årstiderna hösten, vintern och våren. Den sista är för årstiderna våren, sommaren och hösten.

Antalet resekataloger varierar från de olika årtiondena för de olika resebolagen, trots detta anses de vara representativa för sitt resebolag och årtionde. Katalogerna under 1980-talet är utformade väldigt lika mellan varandra både inom och mellan Fritidsresor och Vingresor. Katalogerna från 1960-talet skiljer sig mer, främst i längd, där vissa kataloger är väsentligt mycket kortare än andra. Alla kataloger innehåller både bild och text, dock i olika omfattning. Vissa kataloger innehåller mer text respektive fler bilder än andra. Gemensamt för alla kataloger är däremot att de avhandlar resor till medelhavsområdet på något sätt, antingen genom text respektive bild, men oftast en kombination.

¹⁰ Olovsson & Öman. *Resekatalogens historia*.

Inhämtningen av materialet har skett under september och oktober 2025. Katalogerna finns arkiverade på avdelningen för vardagstryck på Universitetsbiblioteket i Lund. Materialet på denna avdelning går att beställa fram för att kunna studeras i Specialläsesalen på Lunds Universitetsbibliotek. Där fick jag tillgång till totalt 20 lådor med trycksaker från 1960-talet och framåt. Totalt har 762 olika trycksaker från Vingresor och 148 trycksaker från Fritidsresor studerats. En förhållandevis liten del av dessa var kataloger och av dessa valdes sedan kataloger ut som passade till årtalsavgränsningen, representerade medelhavsområdet samt visade resor med flyg. På grund av uppsatsens omfattning och tidsbegränsning har kataloger som inte visar flygresor valts bort (runt tio kataloger). Trycksaker som inte var kataloger har också valts bort, detta inkluderar exempelvis mindre broschyrer, prislister och enkäter. Därav har alla kataloger som passar inom avgränsningarna inkluderats i denna uppsats. Eventuellt finns det fler kataloger på andra platser än Universitetsbiblioteket i Lund, dock har detta eventuella källmaterial inte inkluderats på grund av det geografiska avståndet till andra platser som exempelvis Kungliga Biblioteket i Stockholm. Alla kataloger har fotograferats i Specialläsesalen på Lunds universitetsbibliotek för att en jämförelse lättare ska kunna genomföras. Detta eftersom endast en låda åt gången får plockas fram i Specialläsesalen. Även om hela kataloger inte kommer att analyseras så har de fotograferats för att minska risken att någon viktig information går förlorad. Bilderna har sedan gjorts om till PDF:er som finns lagrade digitalt.

Årtalsavgränsningen är vald med främst källmaterialet i åtanke. Fritidsresor grundades 1961 så är det startåret för uppsatsen och inte 1960. Men trots detta kommer dessa kataloger att refereras till som en representation för hela årtiondet. Samma gäller för katalogerna från 1981-1989. Att 1980 inte inkluderats är för att det ska vara lika antal år för båda undersökningsperioderna. Tillgången på källmaterial har varit en avgörande faktor för valet av 1980-talet som den andra tidsperioden. Från början skulle 1990-talet ha undersökts, men där fanns endast några få kataloger tillgängliga, desto närmare nutid desto färre kataloger finns det. Därför valdes 1980-talet eftersom det fanns kataloger från båda resebolagen från nästan varje år. För att se utvecklingen av turismen så krävs det att tid passerar mellan undersökningsperioderna och därför valdes 1970-talet bort.

Medelhavsområdet kommer i denna uppsats att inkludera kustområden runt om hela Medelhavet. Även kustnära destinationer kommer att inkluderas, men inga inlandsdestinationer. Öar i Medelhavet kommer att inkluderas i sin helhet. Dessutom kommer

området att delas upp i tre delar för att förståelsen för uppsatsen ska öka. Västra Medelhavet kommer att inkludera Italien och alla europeiska länder väster om den italienska halvön. Östra Medelhavet kommer att inkludera dåvarande Jugoslavien och alla länder med kuststräcka öster om Jugoslavien, fram till gränsen mot Egypten. Södra Medelhavet kommer att inkludera de afrikanska länderna med kuststräcka mot Medelhavet. En katalog som bör inkluderas utifrån dessa avgränsningar är utgiven av Vingresor 1962. De gav ut en katalog för sommaren och en för månaderna september och oktober. Den senare katalogen är kortare och beskriver bara tre olika resmål. Vilket är en exakt kopia över hur sommarkatalogen beskriver resmålen, både text och bild är precis samma. Därav har katalogen för september och oktober inte inkluderats i uppsatsen, utan endast sommarkatalogen eftersom denna innehåller fler för uppsatsen relevanta resmål. Många av katalogerna innehåller olika former av rundresor. Dessa innehåller sällan beskrivningar av resmålen, utan snarare hur resan är upplagd. Exempelvis vilka tider det serveras mat. Därav kommer rundresor till övervägande del inte inkluderas i denna uppsats. Det finns dock några enstaka undantag, exempelvis att huvudresmålet ligger inom den geografiska avgränsningen och att resmålet också beskrivs i liknande omfattning som resmål som inte ingår i en rundresa.

Källmaterialet är äkta eftersom det står på katalogerna vilket resebolag de kommer från. Dessutom är de arkiverade på Universitetsbiblioteket i Lund som får alla trycksaker som trycks i Sverige. Årtalen för varje katalog specificeras också på dem och därför passar de bra in i uppsatsens tidsram. Materialet är tendentiöst eftersom resebolagen har som mål att sälja sina resor, men det är också tendensen som är relevant för undersökningen. Det är inte säkert att katalogernas framställning stämmer överens med verkligheten, men denna uppsats kommer inte att göra en jämförelse med verkligheten. Det som undersöks är hur svenska resebolag framställer olika resmål, inte hur det var för en turist att resa till destinationen. Katalogerna är inte beroende av varandra, utan kan läsas fristående. Detta är också viktigt för den metod som kommer att presenteras senare. Det finns material, främst prislistor, som är sammankopplade med katalogerna. Dessa har inte inkluderats för att materialet ska kunna vara oberoende av varandra.

4. Teori

I denna del kommer uppsatsens två olika teoribildningarna att presenteras. Först presenteras teorin om marknadssegmentering som är starkt kopplat till den tredje underfrågan. Efter det presenteras Enzensbergers teori, som är ett övergripande tema att identifiera i materialet.

4.1 Marknadssegmentering

Marknadssegmentering innebär att en vald marknad delas upp i olika segment eller målgrupper för att marknadsföringen ska kunna anpassas till olika konsumenter.¹¹ När de olika målgrupperna eller segmenten identifieras så kan vi också studera dem.¹² En marknad inkluderar både nuvarande och potentiella framtida kunder.¹³ En av anledningarna till att marknadssegmentering används av företag är att erbjudanden inom marknadsföringen ska kunna anpassas för att tilltala den individuella kunden på ett tydligare sätt.¹⁴

Marknadsföring grundar sig i att ett företag vill skapa lönsamma och långsiktiga kundrelationer. Detta sker sedan genom en process där företagen behöver förstå den marknaden de har riktat in sig på.¹⁵ Ett exempel av marknadsföring kopplat till turism avhandlas av Kotler m.fl. i deras teoribok om marknadsföring och innebär att resebyråer behöver erbjuda något som sticker ut från mängden till kunden, annars väljer den något annat. Resebyråer kan exempelvis erbjuda en förenklad sökning av olika resor som gör att kunden sparar tid.¹⁶ Olika företag kan inte rikta in sig på alla konsumenter i hela samhället utan behöver dela upp marknaden för att sedan välja sin målmarknad, alltså det segment som anses vara mest attraktivt för just det företaget.¹⁷

Marknadssegmentering kan grundas på olika faktorer, eller så kallade segmenteringsvariabler. Kotler m.fl. tar upp fyra olika övergripande segmenteringsvariabler som kortfattat presenteras. Den första är *geografisk segmentering* som grundar sig i att erbjudanden anpassas beroende på var de marknadsförs. Kunder på olika platser har olika preferenser och

¹¹ Arnberg, Klara. Att skriva historia med läppstift: Om massmedier och teorianvändning. I Dackling, Martin & Nauman, Sari. (red.). *Teori i historisk praktik*. (Studentlitteratur: Lund 2022). s.106.

¹² Arnberg. Att skriva historia med läppstift. s.107.

¹³ Kotler, Philip., Armstrong, Gary. & Parment, Anders. *Marknadsföring: Teori, strategi och praktik*. 2. uppl. (Pearson Education Ltd: Harlow 2017). s.13.

¹⁴ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.210.

¹⁵ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.11.

¹⁶ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.12.

¹⁷ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.15.

därför behöver erbjudanden anpassas.¹⁸ Den andra segmenteringsvariabeln är *demografisk segmentering*. Här kan marknadsföringen ändras beroende på exempelvis kundens ålder, könstillhörighet, plats i livscykel, utbildning, inkomst och nationalitet.¹⁹ *Psykografisk segmentering* är den tredje segmenteringsvariabeln, vilken främst grundar sig på kundens livsstil. Den fjärde och sista segmenteringsvariabeln är *beteendebaserad segmentering*. Detta innebär att marknaden delas upp beroende på hur kunden reagerar och använder en produkt. Kundens attityd gentemot produkten spelar också in i valet av segment.²⁰ Olika företag riktar sig till olika konsumenter, men det är vanligt att kombinera flera olika segmenteringsvariabler för att potentiellt kunna nå fler kunder.²¹ För att ett segment ska kunna bli effektivt för ett företag bör det vara mätbart, annars blir det inte möjligt för företaget att angripa de kunder som de vill nå.²²

Marknadssegmentering kommer främst att användas för att svara på den tredje underfrågan, som undersöker vilka målgrupper som de olika resebolagen riktar in sig på. Både ifall det finns något som tyder på en viss målgrupp i text och bild. Marknadssegmentering är en av de kategorier som ligger till grund för analysen av källmaterialet i undersökningen.

4.2 Enzensbergers teori

Hans Magnus Enzensberger lanserade sin teori om turism redan 1958, men den är fortfarande relevant inom turismforskningen. Han letar efter rötterna till turismen och menar att turism som fenomen inte är något nytt. Människor har alltid rest, men rötterna för turism som begrepp går att finna i början av 1800-talet.²³ Enzensberger beskriver att den så kallade dubbla revolutionen är början till turismen. Den borgerliga revolutionen grundar sig i tanken om frihet. Men den borgerliga strävan efter frihet genom att upprepa de tidiga upptäckarnas bragder kunde inte uppfyllas. Dessutom var befolkningen inte beredd på att betala fullt så mycket för att komma bort från civilisationen. Svaret blev då att resa bort från civilisationen under en semesterresa. Men trots detta så vill många turister fortfarande uppleva äventyr och

¹⁸ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.211.

¹⁹ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.213.

²⁰ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.217.

²¹ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.219-220.

²² Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.221-222.

²³ Enzensberger, Hans Magnus. A Theory of Tourism (Originaltitel: Vergebliche Brandung der Ferne: Eine Theorie des Tourismus). *New German Critique*. 68: Special Issue on Literature. (1996) (Originalpubliceringsdatum: Augusti 1958, i: *Merkur* vol. 12, nr. 8): s.117-135. (Hämtad 2025-01-22). Översättning: Gerd Gemünden och Kenn Johnson. s.119, 122.

frihet, men kanske inte på samma sätt som de tidiga upptäckarna gjorde.²⁴ Den andra delen av revolutionen är industriell. Under 1830- och 1840-talet byggdes järnvägsnätet ut i Storbritannien, vilket ledde till att väldigt många fler valde att resa. Detta sågs som ett tydligt tecken på att människor (som hade tillräckligt med pengar för att resa) ville bort från det samhälle som den industriella revolutionen hade skapat.²⁵

Enzensberger går tillbaka till romantikens ideal, vilka han menar fortfarande är grunden till turismen. Det orörda landskapet och den orörda historien är grundläggande för romantikens ideal, människor väljer sedan att applicera detta på en plats långt bort. Människor försöker därför fly från det samhälle de befinner sig i för att kunna hitta romantikens ideal.²⁶ Alpinism (bergsbestigning) framhålls som typexempel för de romantiska dragen inom turismen. Alla tre kategorier finns med inom alpinismen, det orörda (the pristine), det grundläggande (the elemental) och äventyret (the adventure). Turism är menat att uppfylla en frigörande känsla för dess utövare.²⁷ Enzensberger lyfter fram ett exempel på att turism kan användas för att fly vardagen eftersom många som reser väljer att bo i en högre social standard än de annars skulle leva i. Det kan handla om specifika hotell eller olika destinationer som innebär en högre social status än den normala.²⁸ Ett annat exempel är "Railroad mania" i Storbritannien under 1830- och 1840-talen. Antalet resenärer ökade i snabb takt, vilket kan ses som ett tecken på att människor ville bort från sitt vardagliga liv.²⁹ Detta skedde samtidigt som arrangerade resor lanserades och turismen fick standardiserade moment.³⁰ Teorin kommer i denna uppsats fungera som ett övergripande tema som de olika delarna av analysen utgår från. Den ingår därmed inte i någon specifik frågeställning, utan kommer genomgående att finnas med som ett underliggande tema i uppsatsen.

²⁴ Enzensberger. A Theory of Tourism. s.127.

²⁵ Enzensberger. A Theory of Tourism. s.126.

²⁶ Enzensberger. A Theory of Tourism. s.125.

²⁷ Enzensberger. A Theory of Tourism. s.126.

²⁸ Enzensberger. A Theory of Tourism. s.133.

²⁹ Enzensberger. A Theory of Tourism. s.126.

³⁰ Enzensberger. A Theory of Tourism. s.128-129.

5. Metod

Denna del av uppsatsen kommer att presentera de två valda analysmetoderna. Först presenteras kvalitativ innehållsanalys och sedan bildanalys.

5.1 Kvalitativ innehållsanalys

Den metod som kommer att användas vid analys av texten i rese katalogerna är kvalitativ innehållsanalys. Grunden till metoden är hämtad från två olika metodböcker som ger uttryck för olika perspektiv på tillvägagångssättet för analysen. Tillsammans ger de däremot en förståelig framställning av hur kvalitativ innehållsanalys fungerar och kan genomföras.

Innehållsanalys har sina rötter långt tillbaka i tiden, med väldokumenterade studier redan på 1700-talet.³¹ Boréus och Kohl beskriver metoden som att man “systematiskt bryter ner och kategoriserar delar av textinnehåll för att besvara bestämda forskningsfrågor”³². Dock är detta en beskrivning över generell innehållsanalys. Skillnaden mellan kvalitativ och kvantitativ innehållsanalys är hur inhämtningen av data genomförs. Räknande och mätande är det viktigaste i kvantitativ innehållsanalys, men inte alls i samma utsträckning inom den kvalitativa analysen, även om det fortfarande kan finnas inslag av det.³³ Det är alltså ett större fokus på tolkningen inom den kvalitativa analysen.³⁴ Metoden lämpar sig bra för att leta efter olika teman i det valda materialet.³⁵ Ett tema beskrivs av Isaksson som den “underliggande meningen som återkommer i alla kategorier”³⁶. Där en kategori i sin tur är en gruppering av olika faktorer som finns med i fråge-/kodningsschemat, vilket grundar sig på likheter och/eller skillnader i analysmaterialet.³⁷ Men det kan också användas för att ta reda på hur något värderas eller framställs inom samma eller olika källmaterial.³⁸

³¹ Boréus, Kristina & Kohl, Sebastian. Innehållsanalys. I Boréus, Kristina & Bergström, Göran. (red.). *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. 4. uppl. (Studentlitteratur: Lund 2018). s.49.

³² Boréus & Kohl. Innehållsanalys. s.50.

³³ Boréus & Kohl. Innehållsanalys. s.51.

³⁴ Isaksson, Joakim. Riktad kvalitativ innehållsanalys. I Klingberg, Gunilla & Hallberg, Ulrika. (red.). *Kvalitativa metoder helt enkelt!*. (Studentlitteratur: Lund 2021). s.285.

³⁵ Boréus & Kohl. Innehållsanalys. s.52.

³⁶ Isaksson. Riktad kvalitativ innehållsanalys. s.290.

³⁷ Isaksson. Riktad kvalitativ innehållsanalys. s.290.

³⁸ Boréus & Kohl. Innehållsanalys. s.53.

Vid arbetet med (främst kvantitativ) innehållsanalys läggs mycket tid på att skapa kodningsscheman som kan användas som ett analysinstrument och grund för vilka faktorer som är viktiga.³⁹ I kvalitativa analyser finns ett alternativ till låsta kodningsscheman och det är en form av frågescheman istället.⁴⁰ Dessa frågescheman kan i sin tur bestå av öppna frågor istället för fasta variabler, vilka dessutom inte behöver vara förutbestämda utan kan bestämmas allteftersom materialet analyseras.⁴¹ Frågorna finns till för att fånga det viktigaste i den data som analyseras.⁴² Dock framhåller Isaksson att det är av största betydelse att den data som analyseras tolkas i sitt egna specifika sammanhang.⁴³

Kvalitativ innehållsanalys har valts av flera anledningar. En av dem är att metoden främst kommer att användas för att leta efter övergripande teman i texterna. För att sedan se om dessa återkommer för både Fritidsresor och Vingresor under de olika årtiondena som studerats. En annan anledning till att analysen genomförs kvalitativt är att räknande och mätande inte kommer att få en avgörande plats i analysen. Det kommer självklart att krävas en viss kvantifiering för att se om mönster återkommer, men tolkningen kommer att vara det centrala för analysen. Ett öppnare frågeschema kommer att användas istället för ett fast kodningsschema. De faktorer som jag kommer att leta efter i källmaterialet kommer att framkomma utefter att materialet analyseras. Därav kommer materialet att studeras flera gånger för att leta efter de olika faktorerna som tillkommer under processen. Kvalitativ innehållsanalys kräver att jag som uppsatsförfattare genomför tolkning av materialet och det är därför inte en objektiv uppsats. Det är också en avgörande kritik mot denna metod.

Att tolkningar måste genomföras kommer vi inte undan och därför är det viktigt att analysen sker likvärdigt för allt material. Boréus och Kohl berättar att oavsiktliga glidningar i analysen kan undvikas genom att flera olika texter analyseras samtidigt. Ytterligare ett sätt att undvika bedömningsskillnader är att genomföra så kallad dubbelkodning. Det innebär att samma material analyseras minst två gånger, där den som analyserar ska ha glömt vilka faktorer som valdes mellan gångerna. Hur stor inverkan tolkningarna/bedömningarna av texter har på slutresultatet är svårt att säga, men för att undvika felaktigheter är det viktigt att tolkningen sker konsekvent genom alla resekatologer.⁴⁴

³⁹ Boréus & Kohl. Innehållsanalys. s.58.

⁴⁰ Boréus & Kohl. Innehållsanalys. s.59.

⁴¹ Boréus & Kohl. Innehållsanalys. s.60.

⁴² Isaksson. Riktad kvalitativ innehållsanalys. s.299.

⁴³ Isaksson. Riktad kvalitativ innehållsanalys. s.288.

⁴⁴ Boréus & Kohl. Innehållsanalys. s.61-62.

Dubbelkodning kommer inte kunna genomföras i denna uppsats på grund av tidsramen. Jag kommer inte hinna glömma hur jag analyserat materialet mellan tillfällena eftersom analysen kommer att genomföras på endast några veckor. Men däremot kommer jag att använda mig av Boréus och Kohls rekommendation att analysera olika material under hela arbetsprocessen. Först kommer katalogerna från 1960-talet att analyseras för att sedan analysera 1980-talet. Inom varje årtionde kommer sedan de olika resebolagen att analyseras växlande för att minska risken för oavsiktliga glidningar i analysen.

Ytterligare kritik mot metoden är att det skapade kodschemat gör att forskaren inte förhåller sig öppen till materialet. Istället styr forskaren uppmärksamheten till de förutbestämda faktorerna och missar då eventuellt annat viktigt i materialet.⁴⁵ Detta kommer att undvikas genom att öppna frågor och variabler kommer att användas istället för förutbestämda. Allt eftersom analysen fortgår kommer det att upptäckas olika saker i materialet som gör att nya mönster kan identifieras.

5.2 Bildanalys

Bildanalys var från början inte tänkt att ingå i uppsatsen. Men det ändrades så fort jag började bläddra i resekatalogerna och insåg hur mycket bilder de innehåller. Bildanalys är därför nödvändigt för att kunna förstå hur resekatalogerna framställer olika platser. Bilderna är också det första jag som läsare av katalogerna slås av så fort jag slår upp ett uppslag i katalogerna, därför är de enligt mig viktigare för helhetsintrycket av katalogerna än vad texten är.

En bild har större betydelse än vad som återges på bilden. Sammanhanget bilden är skapad i och hur den används har stor inverkan på hur den ska tolkas.⁴⁶ Bilder ska betraktas som en representation för något som har skett vid det sammanhang som bilden är skapad.⁴⁷ Dessutom är historiska bilder konstruerade.⁴⁸ Hur bilderna i resekatalogerna är skapade framkommer varken från katalogerna eller forskningslitteraturen och därför blir denna faktor en osäkerhet i analysen. Men att bilder är konstruerade är viktigt att ta med sig vid läsningen av uppsatsen. Tolkningen av bilderna sker av konstruerade bilder som dessutom används i ett

⁴⁵ Boréus & Kohl. Innehållsanalys. s.80.

⁴⁶ Näslund Dahlgren, Anna. Bild som källa. I Gustavsson, Martin & Svanström, Yvonne. (red.). *Metod: Guide för historiska studier*. 2. uppl. (Studentlitteratur: Lund 2022). s.170.

⁴⁷ Näslund Dahlgren. Bild som källa. s.168.

⁴⁸ Näslund Dahlgren. Bild som källa. s.182.

marknadsföringssyfte. Därför behöver dessa bilder inte vara en representation för verkligheten på resmålen. Att källmaterialet är tendentiöst är inte ett problem utifrån uppsatsens syfte. Detta eftersom det är just framställningen som ska undersökas och inte den objektiva sanningen kring hur det var i resmålen. Bildernas subjektivitet är därmed det som ligger till grund för hur resebolagen framställer sina resmål.

Bildens visuella kontext innebär i vilket sammanhang bilden presenteras. Det kan exempelvis handla om vilka andra bilder som finns runtomkring.⁴⁹ Det gäller även för texten som finns i kombination med bilden. Om det finns en bildtext så kan denna eventuellt ge en djupare förståelse för vad som anses vara det viktiga i bilden.⁵⁰ Detta kommer att studeras genom att bilderna kommer att analyseras utifrån uppslaget de befinner sig på. Varje bild ses därför i en helhet tillsammans med de andra bilderna som finns i direkt anknytning. Samma sak gällande eventuella bildtexter. Text och bild kommer tillsammans att visa på framställningen av de olika resmålen.

Det är möjligt att genom synen genomföra slutsatser angående omvärlden. Det innebär att det är betraktaren som når slutsatser om ett visst bildmaterial och därför är det viktigt att betona att människans syn är subjektiv i sina tolkningar.⁵¹ Men människans visuella förmågor är föränderliga.⁵² Det innebär att jag tolkar en bild idag på ett helt annat sätt än vad betraktaren gjorde när bilden skapades. Det är ytterligare en faktor som är viktig att ha i betänkande att analysen görs under år 2025 av mig som varken genomlevt 1960-talet eller 1980-talet.

Den övergripande bildanalysen kommer att genomföras på liknande sätt som textanalysen. Olika faktorer kommer efterhand att identifieras för att kunna hitta likheter och skillnader mellan årtiondena och resebolagen. Detta kommer sedan sammanflätas till olika mönster som kan relateras till teman som framkommer i analys av materialet. Bildanalysen kommer sedan tillsammans med textanalysen att representera framställningen av ett visst resmål, vid en specifik tid av ett av resebolagen.

⁴⁹ Näslund Dahlgren. Bild som källa. s.172.

⁵⁰ Näslund Dahlgren. Bild som källa. s.173.

⁵¹ Hällgren, Anna-Maria. Visualitet: Seendet som historiskt specifik praktik. I Hällgren, Anna-Maria & Näslund, Anna. (red.). *Visuella kulturstudier: Teoretiska tillämpningar i konstvetenskap 5*. (Stockholm University Press: Stockholm 2024). s.27-28.

⁵² Hällgren. Visualitet. s.23.

6. Ämnesbakgrund

Denna del av uppsatsen kommer att ge en allmän introduktion till turismens historia, samt en beskrivning av Vingresors respektive Fritidsresors företagshistoria.

6.1 Turism

Turismen har sina rötter under antikens tid. Hur utvecklad den var i antika Grekland vet vi inte riktigt, men under Romarriket så var den mer utbredd. Ett tecken var att den romerska eliten i staden Rom reste från staden under somrarna för att komma bort från värmen.⁵³ Men de första moderna turisterna levde under 1700-talet och bestod av den brittiska överklassen. De åkte på den så kallade *Grand Tour*, vilket innebar att de reste runt till de europeiska storstäderna.⁵⁴ Det fanns ingen klar rutt för Grand Tour-resorna, men ofta följde lärare med på resan för att ungdomarna som reste iväg skulle få ut något av resan. Resorna var ofta omfattande och det spenderades mycket pengar på resans genomförande. Målningarna som köptes under resorna kan räknas som de första vykorterna.⁵⁵ Resorna hade ett fokus på Italien och få av resenärerna besökte exempelvis Spanien och Grekland.⁵⁶ Slutet för Grand Tour-rörelserna kom under franska revolutionen när det blev för osäkert att resa.⁵⁷ Restiden var väldigt lång under Grand Tour, något som förändrades markant med introduktionen av järnvägen. Efterhand som tekniken utvecklades så kunde också hastigheten för tågen öka. Men trots detta kunde inte många resa iväg på semester eftersom de då var tvungna att välja bort sin inkomst.⁵⁸ Thomas Cook började med att arrangera resor under mitten av 1800-talet. Han arrangerade bildningsturer med tåg till bland annat Skottland.⁵⁹ Thomas Cook introducerade även resor från Storbritannien till kontinenten och Italien fortsatte vara det främsta resmålet.⁶⁰ Efterhand så utvecklades resor till kusten, främst hälsoresor eftersom badande ansågs kunna bota sjukdomar.⁶¹ Turismen utvecklades snabbt och blev ett tecken på makt, resebyråerna kopplades samman med kolonialmakterna och tillsammans kunde de få människor att resa till de kolonialiserade områdena.⁶² Under sekelskiftet 18-1900 har

⁵³ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.6-7.

⁵⁴ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.15-16.

⁵⁵ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.23, 25.

⁵⁶ Löfgren. *On Holiday*. s.161.

⁵⁷ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.29.

⁵⁸ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.44, 52, 59.

⁵⁹ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.62-64.

⁶⁰ Löfgren. *On Holiday*. s.161-162.

⁶¹ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.69.

⁶² Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.101.

fransmän och briter etablerat sig som turister i Nice, mycket tack vare hälsofördelarna som ett besök i Nice antogs ha. Britterna satte sin egen prägel på orten och införde egna matvanor, samt byggde strandpromenaden *Promenade des Anglais*.⁶³ Bilens etablering i samhället skapade en enorm frihet för resenärerna, även om det fanns få bensinstationer och långa resor var därför svåra att genomföra så stod ändå bilen för en individualism som krävdes för att känna frihet.⁶⁴ Första världskriget hade stor påverkan på turismen eftersom flygplanet utvecklades snabbt under kriget.⁶⁵ Turismindustrin kunde under 1900-talets första hälft bidra med ekonomisk tillväxt och modernitet. Men fortfarande hade de allra flesta i befolkningen för liten inkomst för att kunna resa iväg.⁶⁶ Under mellankrigstiden var den franska rivieran stängd under sommaren, men från 1930-talet och framåt valde hotellägarna att hålla sina hotell öppna även under sommaren. Det blev en succé och nu skulle alla som hade de ekonomiska förutsättningarna resa till rivieran.⁶⁷ När jetmotorn introducerades år 1958 kunde resorna genomföras på kortare tid, vilket innebar att alla länder som var involverade i turismen skulle ha ett flygbolag och en flygplats för att kunna vara del av den nya frigörelsen.⁶⁸ Dessutom ökade antalet semesterdagar under efterkrigstiden, vilket gjorde att fler kunde resa iväg på semester. Skapandet av turistdestinationer påbörjades.⁶⁹ Mallorca blev pionjären inom luftcharter i Europa under början av 1960-talet och tillsammans med Costa del Sol blev Spanien det nya turistlandet. Spanska Kanarieöarna blev även det ett väldigt uppskattat resmål för nordborna. På några få timmar kunde de besöka sommaren året runt.⁷⁰ När de olika resmålen blev för överexponerade av turister utvidgas antalet medelhavsdestinationer. Efter Spanien följer till exempel Grekland, vilket följdes av bland annat Tunisien och Egypten. Även Portugal blev en ersättare till Spanien under slutet av 1960-talet.⁷¹ Anledningen till detta var och är fortfarande retoriken av det autentiska, turisten är ute efter något autentiskt vilket är ett argument för att fler resor ska säljas till mer ovanliga platser för att turismen ska kunna utvecklas.⁷²

⁶³ Löfgren. *On Holiday*. s.163-165.

⁶⁴ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.114, 117.

⁶⁵ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.127.

⁶⁶ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.135, 139.

⁶⁷ Löfgren. *On Holiday*. s.167-168, 170.

⁶⁸ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.157.

⁶⁹ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.160-161.

⁷⁰ Löfgren. *On Holiday*. s.173-174, 176.

⁷¹ Löfgren. *On Holiday*. s.179.

⁷² Löfgren. *On Holiday*. s.183-184.

6.2 Vingresor

Bolaget Nyman & Schultz ombildades som aktiebolag 1905, med ett fokus på skeppsmäkleri. Det var inte förrän på 1920-talet som resor började arrangeras och 1927 bildades därför Nyman & Schultz Resebyrå AB. Företaget fanns i både Stockholm och Göteborg, men i Göteborg var företaget under eget namn. Det gjorde att Göteborgsfilialen år 1952 började arrangera sällskapsresor först med buss, men snart även med flyg. Andra resebyråer intresserade sig för sällskapsresorna och för att inte konkurrera med sig själva så bytte de namn till Vingresor. Första resan under namnet Vingresor genomfördes år 1956 genom en bussresa till Italien. 1958 ombildades företaget och Vingresor AB var skapat.⁷³ 1958 släpptes också Vingresors första resekatalog som erbjöd resor med tåg, buss och flyg.⁷⁴ Vingresor samarbetade tidigt med Scanair som kunde erbjuda charterresor med för tiden moderna flygplan.⁷⁵ Vingresor valde att satsa på ungdomar genom att skapa företaget Club 33 år 1961. Club 33 inriktade sig på personer mellan 18 och 33 år och första resan gick sommaren 1962 till Mallorca. Sunwing skapades 1965 för att Vingresor skulle kunna etablera egna hotell på de populäraste destinationerna, det första öppnade 1967 på Gran Canaria.⁷⁶ År 1971 introducerades långresor till bland annat Gambia och Sri Lanka.⁷⁷ Under början av 1990-talet övertogs ägandet av Vingresor av Airtours som köpte hela koncernen som Vingresor ingick i. Under slutet av 1990-talet köptes även danska Spies och Tjæreborg.⁷⁸ 2007 blev Vingresor del av Thomas Cook Group.⁷⁹ Detta företag gick i konkurs 2019, men det innebar inte slutet för Vingresor. Idag ingår Vingresor endast under namnet Ving i Nordic Leisure Travel Group. Utöver Ving Sverige ingår också Globetrotter, Ving Norge, Tjæreborg i Finland, Spies i Danmark och flygbolaget Sunclass Airlines, samt hotellkoncernerna Sunwing Family Resorts, Sunprime hotels och Ocean Beach Club. Det gör att Ving idag ingår i en koncern som kan ha hand om alla delar av turisternas resa, allt från bokning till flyg och hotell.⁸⁰

⁷³ Seth. *Charterhistoria*. s.67-68.

⁷⁴ Seth. *Charterhistoria*. s.69.

⁷⁵ Seth. *Charterhistoria*. s.70-71.

⁷⁶ Seth. *Charterhistoria*. s.72-73.

⁷⁷ Seth. *Charterhistoria*. s.75.

⁷⁸ Seth. *Charterhistoria*. s.78.

⁷⁹ Seth. *Charterhistoria*. s.81.

⁸⁰ Ving Sverige. *Nordic Leisure Travel Group*. (2025). (Hämtad 2025-12-21).

6.3 Fritidsresor

Idén om fritidsvåningar kom från Bengt Bengtsson. Han arbetade för Nordisk Resebureau under början av 1950-talet. Själva konceptet innebar att turisten själv skulle kunna handla på de lokala marknaderna för att sedan laga mat i en fullt fungerande lägenhet.⁸¹ Bengt Bengtsson och kompanjonen Håkan Hellström grundade Fritidsresor 1961 för att kunna marknadsföra det nya konceptet. ICA-kuriren blev en samarbetspartner och tillsammans kunde de arrangera sin första resa, vilken gick till USA under vintern 1961-62.⁸² Medelhavsdestinationerna började under våren 1962 och fritidsvåningarna skulle locka till sig mer vanliga människor som inte hade råd med den dyra chartern. Alla destinationer låg inom det som i uppsatsen kategoriserats som västra Medelhavet.⁸³ År 1967 utvidgade Fritidsresor sin verksamhet till Danmark under namnet Fritidsrejser.⁸⁴ År 2000 blev Fritidsresor uppköpta av det tyska företaget Preussag Thomson Travel Group vilket i samband med köpet bytte namn till TUI.⁸⁵ 2007 var TUI representerat i 180 olika länder med runt 30 miljoner kunder.⁸⁶ Idag ingår Fritidsresor i gruppen TUI Nordic och har även bytt namn till TUI Sverige. I gruppen ingår också bland annat TUI Norge, TUI Danmark och TUI Finland. Tillsammans erbjuder den nordiska gruppen resor från 44 olika flygplatser i Norden. TUI Nordic ingår i TUI Group som arrangerar resor till över 180 olika destinationer. TUI Group kan stå för hela turistens resa genom allt från bokning, till flygning och hotell.⁸⁷

⁸¹ Seth. *Charterhistoria*. s.84-85.

⁸² Seth. *Charterhistoria*. s.87.

⁸³ Seth. *Charterhistoria*. s.89.

⁸⁴ Seth. *Charterhistoria*. s.91.

⁸⁵ Seth. *Charterhistoria*. s.100.

⁸⁶ Seth. *Charterhistoria*. s.102.

⁸⁷ TUI Sverige. *Snabba fakta om TUI Nordic och TUI Group*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-21).

7. Analys

Analysen är uppdelad utifrån de tidigare presenterade områdena av Medelhavet. För varje del kommer några resmål att presenteras, som anses vara representativa för området. Resmålen har valts utifrån hur ofta de förekommer i katalogerna, samt för att skapa variation för att få med så många olika geografiska perspektiv som möjligt.

7.1 Västra Medelhavet

I denna del kommer tre resmål att presenteras för västra Medelhavet. Först Mallorca, följt av Costa del Sol och San Remo. Mallorca har valts för att resmålet är en av destinationerna som förekommer i flest antal kataloger. Costa del Sol och San Remo har valts för att de representerar olika kustområden (spanska solkusten och italienska rivieran) som tidigt etablerades som turistdestinationer.

7.1.1 Mallorca

Mallorca är en ö i Medelhavet som tillhör Spanien. Ön är den största i ögruppen Balearerna. På Mallorca finns två olika bergskedjor, den högsta ligger på den nordvästra delen av ön och skyddar mot kyliga nordliga vindar. Detta är en av faktorerna till att ön får ett varmt och behagligt medelhavsklimat. Både öns och Balearernas huvudstad är Palma de Mallorca, som också är den största staden. Utanför staden ligger den internationella flygplatsen, vilken turister ofta har som destination för sina flygresor.⁸⁸

Mallorca finns med i 26 stycken av katalogerna. Under 1960-talet liknar beskrivningarna av Mallorca varandra, både i text och bild. Däremot skiljer sig beskrivningarna lite beroende på om det är en vinterkatalog eller en sommarkatalog. Detsamma gäller för katalogerna från 1980-talet. Sommarkatalogerna liknar varandra och vinterkatalogerna liknar varandra.

Ett tydligt exempel för hur Vingresor beskriver Mallorca under 1960-talet är från vinterkatalogen 1962-63. Här beskriver Vingresor att Mallorca är ett väldigt populärt resmål och att besökarna bara ökar i antal. Eftersom Mallorca kanske inte passar för den kräsne så menar Vingresor att det är bättre att åka på vintern för då är det inte lika mycket folk som på sommaren. Flera andra fördelar med att resa på vintern framkommer, exempelvis att hotellen

⁸⁸ Nationalencyklopedin. *Mallorca*. (u.å.). (Hämtad 2025-13-12).

ofta erbjuder reducerade priser. Många förväntar sig kanske att det inte ska gå att bada på vintern och därför berättar Vingresor om det stabila väder som förekommer på ön. Dock menar de att det kan bli lite väl kyligt för bad mitt under vintern, men att det under hösten inte ska vara några problem. Detta syns också på en av bilderna där de har fotograferat en strand, där många personer solar, men också några som badar i havet. Även om de skriver att nattlivet inte är lika aktivt som på sommaren så finns det fortfarande nöjen och underhållning i Palma de Mallorca. Ett exempel på detta är de olika lokala folkdansgrupperna som går att få se.⁸⁹ Folkdans förekommer i text i många av de andra katalogerna också. I katalogen från 1963 finns en bild på en kvinna som dansar. De andra bilderna i katalogen liknar de från 1962-63 eftersom en av bilderna föreställer en strand med sol och bad. Den tredje bilden föreställer en båt i hamnen.⁹⁰ Hamnen finns också med i katalogen 1962-63 med katedralen i bakgrunden.⁹¹ Ett motiv som återkommer i bland annat katalogen 1963-64.⁹² Mottagandet från lokalbefolkningen framställs i alla kataloger som något viktigt, exempelvis i Vingresors katalog från 1965-66. Där beskrivs lokalbefolkningen som väldigt gästvänlig och dessutom som älskvärd. Dock märks detta inte på någon av bilderna, varken i denna katalog eller i någon av de andra katalogerna från 1960-talet eftersom lokalbefolkningen inte medverkar på några bilder.⁹³ Men precis som Olovsson och Öman upptäcker i sin uppsats *Resekatalogens historia* så framkommer det ingen målgruppsanpassning till ungdomar. De beskriver att Vingresor inte utvecklade detta förrän under slutet av 1960-talet vilket gör att det inte finns med i den katalog som de har undersökt, vilken är från 1965. De beskriver hur ungdomarna uppmärksammas i särskilda kataloger, vilka inte finns med i detta källmaterial.⁹⁴ Det betyder att Vingresor kan ha haft en målgruppsanpassning för ungdomar på resor till Mallorca men att dessa inte märks i deras ordinarie kataloger.

Fritidsresor framställer Mallorca på liknande sätt som Vingresor. I Fritidsresors katalog från 1967 beskriver de hur en dag på Mallorca inte är påverkad av någon press och stress, utan istället bara ett behagligt lugn som semestern innebär. Detta syns också på bilderna där tre av dem föreställer liknande strandmotiv av personer som njuter i solen. Däremot ser vi väldigt få personer som badar, utan där är endast några få som rör sig i vattenbrynet. Men trots detta så är det tydligt att bilderna symboliserar avkoppling i värmen. Något som Fritidsresor skriver

⁸⁹ Vingresor, hösten - vintern - våren 1962-63, Göteborg, 1962. s.14-18.

⁹⁰ Vingresor, med flyg 1963, u.o., 1963. s.6-9.

⁹¹ Vingresor, 1962-63. s.14-18.

⁹² Vingresor, hösten - vintern - våren 1963-64, Stockholm, 1963. s.24-25.

⁹³ Vingresor, hösten - vintern - våren 1965-66, Stockholm, 1965. s.62-63.

⁹⁴ Olovsson & Öman. *Resekatalogens historia*. s.30-31.

mycket om är shopping. Vingresor nämner det i förbifarten i flera kataloger, men aldrig så utförligt som Fritidsresor gör. I sin katalog beskriver Fritidsresor att de mysiga promenadgatorna i Palma de Mallorca är perfekta för shopping eftersom det finns många butiker i olika storlek. Dessutom framhåller de att priserna på Mallorca är mycket lägre än hemma i Sverige. De ger exempel på många olika varor som kan inhandlas, vilket gärna får kombineras med ett besök på någon av de många olika kaféerna (gärna med trottarsservering) som finns i staden.⁹⁵

Under 1960-talet framkommer inte någon specifik målgruppsanpassning, varken från Vingresor eller Fritidsresor. Men däremot är den gemensamma nämnaren att båda resebolagen framställer Mallorca som ett resmål för sol och avkoppling. Detta fortsätter under 1980-talet. Men det tillkommer fler resmål på Mallorca, exempelvis Alcudia som ligger på öns norra sida. Fritidsresor framhäver Alcudias långa stränder och siktar in sig på barnfamiljer. Detta gör de genom att erbjuda barnaktiviteter inom deras Bamseklubb. De skriver också att orten passar både för den som vill vila och för den som vill vara aktiv. Olika aktiviteter är bland annat promenader i den omgivande naturen eller att åka vattenskidor. Blandningen mellan avkoppling och aktivitet finns också med på bilderna. Tre bilder beskriver Alcudia i Fritidsresors katalog från 1985. Den ena bilden är på en grupp barn som leker och detta kan kopplas till barnpassning i företagets regi. Den andra är ett par som dricker varsin drink vid poolen, vilket tyder på avkoppling. Den sista bilden visar två personer som vindsurfar, även om det är vattenskidor som beskrivs i texten så visar detta på aktivitet och rörelse. Under 1960-talet kopplades Palma de Mallorca till avkoppling. Det sker inte alls i Fritidsresors katalog från 1985. Här fortsätter de på sitt tema med fokus på shopping och nöjesliv. Fritidsresor beskriver att det finns många butiker och därför många shoppingmöjligheter. Den totala beskrivningen liknar 1960-talet, men istället för att allt finns i Palma de Mallorca så har det delats till två olika orter.⁹⁶ Att Fritidsresor framhåller blandningen mellan aktivitet och vila är något Olovsson och Öman också konstaterar. De menar att Palma och Magaluf är exempel på platser vilka inte är anpassade för barn, medan Alcudia är perfekt för barnfamiljen.⁹⁷ Vilket stämmer överens med den analys som genomfördes ovan och därav är representativ för hela årtiondet.

⁹⁵ Fritidsresor, våren - sommaren - hösten 1967, Hälsingborg, 1967. s.38-40.

⁹⁶ Fritidsresor, Upptäck Fritidsresor: Vår, sommar och höst 1985, u.o., 1985. s.124-129.

⁹⁷ Olovsson & Öman. *Resekatalogens historia*. s.44.

Vingresor har precis som Fritidsresor introducerat fler resmål på ön under 1980-talet. I Alcudia har de byggt egna Sunwing-hotell som riktar in sig på familjer som vill ha mycket att göra. Vingresor beskriver att det alltid finns aktiviteter för alla. Allt från tennis, till morgongymnastik och tipspromenader. Inriktningen på barnfamiljer märkts inte i varken bild eller text eftersom det inte förekommer några barn på bilderna. Palma de Mallorca beskrivs som ett resmål med mycket att se. Det är en genuin spansk stad som passar för alla. Precis som under 1960-talet lägger Vingresor fokus på att det både är billigare att resa till Mallorca under vintern, men också att trängsel och pris på lokala varor minskar.⁹⁸ Lägre priser gör att fler kan resa till orten, tillsammans med alla beskrivningar av sol och bad så tyder det på att människor vill resa bort från sin vardag. Avkopplingen som beskrivs under 1960-talet och som återkommer under 1980-talet visar på Enzensbergers teori om flykten från den stressiga vardagen många befinner sig i.

Avslutningsvis så är där flera teman som återkommer mellan de olika årtiondena. Fritidsresor lägger lite mer fokus på shopping än vad Vingresor gör, även om de båda har gemensamt att de främst framhåller tillgången på sol och bad. Under 1980-talet framkommer en tydlig målgrupp genom Fritidsresors resor till Alcudia, nämligen barnfamiljer. Vingresor har ingen lika tydlig målgrupp, men det går ändå att utläsa att de riktar in sig på personer som vill kunna genomföra olika aktiviteter.

7.1.2 Costa del Sol

Costa del Sol är spanska för *Solkusten* vilket geografiskt omfattar den spanska södra medelhavskusten. Kusten mellan Gibraltar och Malaga är en av de hårdast av turism exploaterade kuststräckorna i Spanien.⁹⁹ Andalusien som region har en lång historia, där många olika kulturer har styrt över området. Detta har gjort att regionen genom historien är präglad av många olika kulturinflenser. Lokalbefolkningen har som följd av turismen rört sig från inlandet mot kuststräckan för att arbeta inom turismen. Turismens utveckling har gjort att flera olika byar byggts samman längs med kusten.¹⁰⁰

Costa del Sol finns med i 28 stycken kataloger. Under 1960-talet presenterar Vingresor fyra olika resmål. De är Malaga, Marbella, Torremolinos och Fuengirola/Los Boliches.

⁹⁸ Vingresor, Vingresors Värld: Hösten, vintern och våren 1985/86, u.o., 1985. s.194-201.

⁹⁹ Nationalencyklopedin. *Costa del Sol*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-17).

¹⁰⁰ Nationalencyklopedin. Andalusien. (u.å.). (Hämtad 2025-12-17).

Framställningen av respektive ort är liknande under hela 1960-talet för Vingresor. I deras katalog från 1966-67 presenterar Vingresor både regionen som helhet och de fyra orterna var för sig. Andalusien som region framställs som en plats fylld av minnen efter många olika kulturer och därmed också en region med många traditioner. Dessutom framhåller Vingresor regionens låga priser under vinterhalvåret. Orterna jämförs också med varandra, olika saker framförs som positivt för olika orter. Exempelvis framställs Torremolinos som en modern badort, vilken sedan jämförs med Marbella som framställs som en ort med mer spansk prägel.¹⁰¹ Jämförelsen finns även med i tidigare utgivna kataloger. Ett exempel på det är Vingresors katalog 1964. Malaga presenteras här med en storstadsatmosfär, ett begrepp som förekommer i flera kataloger. Fuengirola presenteras som en ort med lugnare tempo, samt som en äkta semester med ursprunglig och folklig charm. Torremolinos skiljer sig starkt från resterande orter eftersom den i stort sett endast framställs som en badort. Anledningen till att resa till Torremolinos är att bada vid de kilometerlånga stränderna. Marbella framställs även i denna katalog som en ort med mer spansk prägel, men också att orten är en av spanjorens egna favoriter.¹⁰² Att Vingresor lyfter fram olika skillnader mellan orterna kan tolkas som att de vill locka till sig så många turister som möjligt. Vingresor vill därmed troligen utöka sin marknad. Kotler m.fl. menar att marknaden består av både nuvarande och potentiella kunder och därför måste företag rikta in sig på personer som inte är kunder än. Dessutom, genom att välja olika orter i regionen så kan Vingresor dela upp sin marknad i de olika segmenten de anser vara mest attraktiva.¹⁰³ Dock framkommer det inget tydligt segment för regionen som helhet. Men det kan utläsas att Vingresor använder Marbella och Fuengirola/Los Boliches som exempel på mer äkta spansk semester. Medan Malaga är storstaden med mycket liv och Torremolinos är badorten för avkoppling. Det gör att turisternas livsstil kan avgöra vart de vill åka. Att det inte går att få fram tydliga marknadssegment för hela regionen kan vara relaterat till att segment baserat på livsstil inte är så tydliga. Det menar Steene som också beskriver att det ofta är svårt att urskilja segment baserat på livsstil och livsstilmönster.¹⁰⁴

Fritidsresor har inte med alla fyra resmålen i sin katalog från 1967 utan presenterar bara Marbella. Här menar Fritidsresor att kontrasterna är stora jämfört med vad den svenska turisterna är van vid. De beskriver att turister som besöker Marbella känner sig avkopplade redan några timmar efter att man stigit av flygplanet. Dessutom är Marbella en stillsam ort,

¹⁰¹ Vingresor, hösten - vintern - våren 1966-67, u.o., 1966. s.40-44.

¹⁰² Vingresor, med flyg 1964, Stockholm, 1964. s.14-15.

¹⁰³ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.13, 15.

¹⁰⁴ Steene. *Turism*. s.78.

men med många nöjen, däribland utflykter runt om i Andalusien. Att avkoppling är viktigt syns även på bilderna, ett helt uppslag täcks av en kvinna som står i solen på en takterrass med staden i bakgrunden. Den andra bilden föreställer ett par som njuter av solen på sin balkong.¹⁰⁵ Detta visar tydligt på vad Enzensberger menar, nämligen att avkopplingen som framställs i Marbella kan ses som ett tecken på flykt från vardagen. Även kontrasten som Fritidsresor menar finns i Marbella kan vara ett tecken på att samhället turisterna befinner sig i är annorlunda från deras vardag.

1968 tillkom Torremolinos som en destination för Fritidsresor, men beskrivs endast med någon enstaka mening och en bild.¹⁰⁶ Däremot får orten mer utrymme i deras katalog från 1988. Här beskriver Fritidsresor orten som ett semestercentrum för Costa del Sol. De menar att orten har en magisk kraft för alla som längtar efter sol. Fritidsresor menar också att orten har en internationell prägel. Detta märks genom att det går att äta mat från världens alla hörn på olika restauranger, vilka dessutom ofta har måltider till ett lågt pris. Som kvälls-/nattaktivitet finns många barer och diskotek. Även om badmöjligheterna inte framhålls i texten så framkommer de mer genom bilderna eftersom två av fyra bilder visar på stränder och personer som antingen badar eller promenerar vid strandbrynet.¹⁰⁷ Vingresors framställning av Torremolinos i deras katalog 1986 liknar Fritidsresors framställning. Vingresor lyfter också fram att restauranger finns i alla priskategorier. De lyfter även fram badmöjligheterna mer genom att presentera de olika stränderna och alla olika badmöjligheter som finns utöver stranden, exempelvis vattenparker. Turister som är ute efter olika nöjen har kommit helt rätt om de reser till Torremolinos eftersom det finns många nattklubbar och barer. När det gäller bilderna är de tvärtom i jämförelse med Fritidsresor. Bilden som framställer Torremolinos föreställer strandpromenaden på natten. Fokus på badande finns i texten, men inte på bilden, i motsats till Fritidsresor.¹⁰⁸

Marbella däremot framställs liknande mellan 1960-talet och 1980-talet. Fritidsresor lyfter även här fram de kontraster som finns i orten. Skillnaden är att kontrasterna nu är mellan turisterna (med olika ekonomisk bakgrund) och det genuina Spanien. En målgrupp som Fritidsresor menar att de välkomnar extra mycket är dem som gillar olika nattaktiviteter, detta med tanke på alla barer och eleganta diskotek. Det syns också på en av de två bilderna som

¹⁰⁵ Fritidsresor, 1967. s.42-43.

¹⁰⁶ Fritidsresor, 1968, u.o., 1968. s.45-47.

¹⁰⁷ Fritidsresor, Våren, sommaren och hösten 1988, u.o., 1988. s.218-219.

¹⁰⁸ Vingresor, JubileumsSommar: Våren, sommaren och hösten 1986, u.o., 1986. s.259.

kopplas till staden. Bilder föreställer hamnen i skymning och kan visa på alla nattaktiviteter som finns. Dessutom framhåller de möjligheterna till att spela golf.¹⁰⁹ Marknadssegmenten nattaktiva, badande och golfare framkommer därmed, vilket kan tyda på att Fritidsresor har genomfört en psykografisk segmentering för Marbella. En psykografisk segmentering utgår från bland annat livsstil och personlighetskaraktär.¹¹⁰ Även om det tidigare framkom att segmentering baserat på livsstil var svårt att urskilja så kan vi tillsammans med personlighetskaraktär få fram tre olika segment för Marbella. Vingresor arrangerar endast resor till Marbella utöver Torremolinos, till skillnad från 1960-talet när fler resmål inkluderades. I Vingresors katalog från 1986 beskriver de hur turisten kan njuta av solen genom att tillbringa dagarna på den långa stranden. Till skillnad från Fritidsresor lyfter Vingresor fram olika nöjen som finns på stranden, exempelvis trampbåtar, vindsurfing och restauranger. Detta syns på en av sex bilder, vilken föreställer stranden där många solar och badar. Två av bilderna visar stadslivet, en av dessa visar en fullsatt uteservering i skymningen. Den andra visar hamnen med restauranger i bakgrunden. Vingresor skriver även om golf, där de menar att många reser hit för att få spela golf på de världsberömda golfbanorna.¹¹¹ Vingresor visar tydligare på flykten från vardagen genom att visa på sol och bad. Men samtidigt visar både Fritidsresor och Vingresor på flykten från vardagen genom att framställa de olika nattaktiviteter som finns i Marbella. Vingresor visar på samma marknadssegment som Fritidsresor, alltså nattaktiva, badande och golfare. Detta trots att de lägger lite olika fokus i sina respektive presentationer av orten.

Avslutningsvis är det övergripande temat för 1960-tals katalogerna kontraster, främst mellan Sverige och Costa del Sol. Temat följer med till 1980-talet, men då är kontrasten istället mellan turisterna och det genuina Spanien. Dessutom framkommer tre tydliga marknadssegment för båda resebolagen, nämligen nattaktiva, badande och golfare.

7.1.3 San Remo

San Remo ligger på den italienska rivieran, inte långt från den fransk-italienska gränsen. Staden är främst känd för sin blomstermarknad, men även som kur- och turistort.¹¹² Rivieran sträcker sig från La Spezia i Italien till Toulon i Frankrike. Den är karakteriserad för mycket

¹⁰⁹ Fritidsresor, 1988. s.216-217.

¹¹⁰ Kotler m.fl. *Marknadsföring*. s.217.

¹¹¹ Vingresor, 1986. s.256-258.

¹¹² Nationalencyklopedin. *Sanremo*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-17).

sol och låg nederbörd. Kuststräckan är också en av Europas äldsta badortsområden.¹¹³ Staden omges av de södra alperna som dominerar denna del av Ligurien, vilket är regionen San Remo ligger i. Huvudstaden i regionen är Genua som har Italiens största hamn.¹¹⁴ San Remo finns med i tio stycken kataloger.

I Fritidsresors katalog från 1968 presenterar de en bild i samband med San Remo. Denna bild föreställer staden och kuststräckan, bilden är tagen från en höjd och på avstånd från staden. Bilden visar stadens närhet till havet, något som inte framförs i texten. De skriver att det finns små stränder runt om i staden där man kan bada, men annars nämns det inget om närheten till havet eller badmöjligheter. Däremot skriver Fritidsresor om de vackra miljöer som finns runt om staden i form av enorma blomsterodlingar. Dessa finns dock inte med på bilderna mer än några enstaka gröna områden, men inget som tyder på att den gröna områdena är någon av de enorma blomsterodlingarna som ska finnas runt staden. Därav kan valet av bild inte ha gjorts för att den skulle kombineras med texten och att de skulle komplettera varandra.¹¹⁵ Detta kan vara ett tecken på att Fritidsresor försöker nå ut till så många människor som möjligt. Något Olovsson och Öman beskriver som resekatologernas främsta betydelse. Resekatalogerna skickas ut till många olika personer och resebolagen strävar efter att få så många kunder som möjligt av dessa.¹¹⁶

Vingresor visar däremot på ett sammanhang mellan bild och text i sin katalog från 1963. I texten skriver de om San Remo som en av de främsta badorterna på den italienska rivieran. Detta syns också på bilderna, där den ena föreställer två personer som badar och den andra är en överblick på en lång strand fylld med parasoll. Vingresor beskriver också att det finns stora resurser på orten för att turisten ska bli bortskämd, bland annat genom vackra strandpromenader. Men det framkommer inte någon specifik målgrupp, med tanke på att Vingresor också beskriver att orten har något för alla oavsett ekonomi. Vingresor lyfter inte fram något om shoppingmöjligheter.¹¹⁷ Det gör däremot Fritidsresor i sin katalog från 1968. Här lyfter de fram att det finns flera shoppinggator i staden. Men till skillnad från Vingresor skriver de inget om att det passar för allas plånböcker.¹¹⁸ I dessa kataloger visar inget av resebolagen tydligt på flykten från vardagen. Att de skriver om bad och strand kan vara ett

¹¹³ Nationalencyklopedin. *Rivieran*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-17).

¹¹⁴ Nationalencyklopedin. *Ligurien*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-17).

¹¹⁵ Fritidsresor, 1968. s.12-13.

¹¹⁶ Olovsson & Öman. *Resekatalogens historia*. s.4.

¹¹⁷ Vingresor, 1963. s.23.

¹¹⁸ Fritidsresor, 1968. s.12-13.

tecken på att turisten kan komma bort från vardagen. Men ingen av resebolagen skriver något om avkoppling eller lugn och ro, som under de andra resmålen i regionen visat på Enzensbergers teori.

Under 1980-talet reser varken Fritidsresor eller Vingresor till San Remo. Vingresor arrangerar inga resor alls till Rivieran, varken den franska eller italienska sidan. Vingresor har istället valt att satsa på den italienska adriatiska kusten, från Venedig och söderut längs kusten. Dessutom lanserar de nya resmål vid Gardasjön i sin katalog från 1986.¹¹⁹ Att Vingresor inte arrangerar resor till Rivieran kan tyckas märkligt eftersom Löfgren framhåller att Italien redan under 1700-talets Grand Tour var ett av de viktigaste resmålen.¹²⁰ Dessutom är Rivieran en av de första trenderna inom turismen där marknadsföringen används för att locka personer som var ute efter värme och sol.¹²¹ Solbadande blev det nya under mellankrigstiden och kulturen som skapades kring detta på Rivieran spreds sedan över världen.¹²² Att Vingresor väljer att inte arrangera resor till den italienska rivieran kan vara relaterat till att regionen redan är exploaterad av andra resebolag. I sin strävan att locka nya resenärer kan därför Vingresor ha valt bort Rivieran för att satsa på andra ställen. Just för att undvika det som Löfgren menar är väldigt vanligt bland olika resebolag, nämligen att de olika företagen tillslut hamnar i samma standardisering. Vingresor kan därmed göra ett försök till en individuell profil. Något Löfgren lyfter fram som onödigt eftersom företagen oavsett inriktning kommer att marknadsföra samma standardiserade semesterresa i slutändan.¹²³

Fritidsresor fortsätter däremot sin satsning på Rivieran, både italienska och franska. Flera nya resmål på den italienska rivieran introducerades under 1980-talet, där Arma di Taggia anses vara ersättningen till San Remos bortfall. Fritidsresor arrangerar resor till orten redan under 1960-talet, bland annat i deras katalog från 1964.¹²⁴ Men i katalogen från 1983 får orten större utrymme jämfört med andra närliggande orter på Rivieran. Orten framställs på liknande sätt som San Remo. Fritidsresor beskriver den vackra naturen som finns runt staden med olika blomsterodlingar. Här beskrivs också lugnet som finns i Arma di Taggia och den avkoppling som det skänker turisten. Ett argument som däremot framkommer till ortens fördel är närheten till San Remo. San Remo får lika mycket utrymme i text som Arma di Taggia.

¹¹⁹ Vingresor, 1986.

¹²⁰ Löfgren. *On Holiday*. s.161.

¹²¹ Löfgren. *On Holiday*. s.164.

¹²² Löfgren. *On Holiday*. s.170.

¹²³ Löfgren. *On Holiday*. s.196.

¹²⁴ Fritidsresor, våren - sommaren - hösten 1964, u.o., 1964.

Fritidsresor skriver att turister har rest till San Remo i över hundra år, vilket idag gör orten till Blomsterrivierans centrum för turister. Där finns många olika nöjen och restauranger som lockar turister från hela världen. Fritidsresor framhäver också att en trevlig aktivitet i både San Remo och Arma di Taggia är att strosa omkring på stränderna och i de olika affärer som finns på shoppinggatorna.¹²⁵ Detta är ett tydligt tecken på en flykt från vardagen hemma i Sverige. Både avkopplingen och möjligheterna till strosande vid shopping tyder på att det är annorlunda från den stressiga vardagen som turisterna kan ha hemma.

Avslutningsvis så är San Remo ett vanligt förekommande resmål under 1960-talet, men det försvinner helt under 1980-talet. Trots att Rivieran är ett tidigt turistmål så har Vingresor inga resor hit under 1980-talet. Fritidsresor arrangerar resor till närliggande orter. Temat är badande och shopping, något som märks både i bild och text och som är ett tecken på ett annorlunda samhälle än det turisterna är vana vid. Något tydligt marknadssegment framkommer inte, men shoppingintresserade och badande turister är marknadssegment som förekommer indirekt.

7.2 Östra Medelhavet

I denna del kommer tre olika resmål från östra Medelhavet att analyseras. Orterna har valts för att de förekommer under båda årtiondena samt för att de ligger på tre geografiskt olika platser, detta för att hela regionen ska bli rättvist representerad.

7.2.1 Dubrovnik

Fritidsresor arrangerar inte resor till Jugoslavien under 1960-talet enligt de tre kataloger som ingår i källmaterialet. Trots detta har resmålet inkluderats eftersom det är ett av de första resmålen som Vingresor har i Jugoslavien, samt för att båda resebolagen arrangerar resor till orten under 1980-talet.

Dubrovnik är en stad som idag ligger i södra Kroatien, men som under uppsatsens tidsavgränsning var en del av landet Jugoslavien. Staden ligger längs med den dalmatiska kusten. Dubrovnik är en välbevarad stad, med bland annat en i stort sett intakt medeltida stadsmur runt hela staden. Utöver stadsmuren finns andra välbevarade byggnadsminnen. Dubrovnik har sina rötter redan på 600-talet och utvecklades tidigt till en viktig handelsstad.

¹²⁵ Fritidsresor, Våren Sommaren Hösten 1983, u.o., 1983. s.48-49.

Dock drabbades staden hårt av en jordbävning 1667, vilket gjorde att Dubrovnik förlorade sin ledande ekonomiska position. Under 1900-talets andra hälft utvecklades orten och turismen fick fäste, vilket gjorde turismen till den viktigaste inkomstkällan. Detta förändrades efter de jugoslaviska krigen under 1990-talet.¹²⁶ Det kommer dock inte att märkas i denna uppsats eftersom de jugoslaviska krigen sker efter uppsatsens tidsavgränsning.

Under 1960-talet finns Dubrovnik med i fem stycken kataloger utgivna av Vingresor. I den näst äldsta katalogen, från 1962 så förekommer orten för första gången. Här beskriver Vingresor några av byggnaderna som finns i staden. Men också badmöjligheterna som finns lite utanför Dubrovniks centrum. Arkitektur och bad är de teman som förekommer mest i denna katalog, vilket också märks på den enda bilden som finns med kopplat till staden. Bilden är tagen uppifrån och det går att se hela staden. Vingresor beskriver också att staden är en blandning mellan olika kulturer, främst mellan venetianskt och slaviskt, vilket ger den en speciell charm. Något som även märks i deras beskrivning av folkdansarna som ska befinna sig i staden. Folkdansarna finns inte med på några bilder, men trots detta framhålls deras folkdräkter och deras danser till musik från en annan tid. Alltså ett tydligt tecken på att turisterna kommer bort från sin vardag. En resa hit kan bli som en resa i tiden eftersom landet har en helt annan kultur än Sverige. En aktivitet som Vingresor lyfter fram är den nattklubb som ska finnas på den gamla stadsmuren, dock finns det andra nöjen också som exempelvis dans på olika hotell och caféer.¹²⁷ Framställningen av staden görs genom att framhäva de vackra byggnaderna vilket återkommer i alla Vingresors kataloger under 1960-talet. Men i 1965 års katalog så lägger Vingresor till ett nytt argument, nämligen att turister från hela världen reser till Dubrovnik. Staden har blivit internationell och fler nattklubbar har etablerats.¹²⁸ De vackra byggnaderna och musiken från en annan tid är ett tecken på det orörda, vilket Enzensberger lyfter fram. Det orörda är en av kategorierna för romantikens ideal och därmed grundläggande för turismen. I Dubrovnik kommer det ursprungliga och orörda fram som det främsta argumentet för att resa dit, vilket visar på det annorlunda samhälle som Enzensberger menar att turismen försöker sälja in.

Det ursprungliga och orörda återkommer under 1980-talet, då finns Dubrovnik med i sex stycken kataloger. I Vingresors katalog från 1986 beskriver de hur en tidsresa kan genomföras

¹²⁶ Nationalencyklopedin. *Dubrovnik*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-18).

¹²⁷ Vingresor, 1962, u.o., 1962. s.28-29.

¹²⁸ Vingresor, 1965, Stockholm, 1965. s.42-43.

genom att befinna sig i staden. Genom att ta en promenad vid stadsmuren i solnedgången så får resenären en känsla av att befinna sig i en annan tid. Vilket ytterligare en gång blir ett tydligt tecken på de romantiska ideal som Enzensberger framhåller. Vingresor menar dessutom att resor till Dubrovnik kan genomföras för rimliga priser, men att det trots detta finns många olika nöjen i staden. Precis som under 1960-talet så beskriver de nu hur välbevarad staden är, dock inte med lika noggranna beskrivningar som under 1960-talet. I katalogen 1986 skriver Vingresor om kombinationen mellan en modern levande stad och de vackra byggnaderna från medeltiden. Ytterligare en likhet mellan årtiondena är möjligheterna till fantastiska bad. Badmöjligheterna finns lite utanför stadens centrum och erbjuder ett kristallklart vatten, antingen från klippor eller stränder. Att många olika språk hörs i staden tyder på att det är en internationell ort. Ett kvällsnöje som de menar lockar många är promenader i gamla staden där det ofta på flera platser spelas levande musik som sprider sig i de charmiga gränderna. Detta märks också på en av bilderna som föreställer en uteservering med en liten orkester som spelar. De två övriga bilderna är kopplade till staden och badande, den ena är staden uppifrån (väldigt likt bilden från 1962 års katalog) och den andra är en bild på ett nästintill genomskinligt havsvatten.¹²⁹

Fritidsresor arrangerar under 1980-talet resor till Dubrovnik och framställer orten liknande Vingresor. Fritidsresor lyfter fram den medeltida staden med bland annat ringmuren som omger staden. De lyfter fram arkitekturen och att alla hus är vackra, även bostadshusen. Att stadens byggnader är viktiga för framställningen av orten framkommer tydligt i bilderna med tanke på att fyra av fem bilder föreställer stadsvyer. Detta görs på olika sätt, en av dem föreställer staden uppifrån. De andra tre föreställer gator och hus med personer som promenerar. Fritidsresor skriver om den lokala maten och även om turisten är i en annan kultur än de är vana vid så är maten ofta väldigt fräsch och god. Dessutom är priserna på maten oftast väldigt bra vilket gör att restaurangbesök kan bli mycket trevliga. Liknande Vingresor så beskriver Fritidsresor det kristallklara vattnet som finns och de badmöjligheter som finns lite utanför staden. Dock märks detta bara på en av bilderna och då är havet endast i bakgrunden. Fokuset på den bilden är en grupp människor som sitter runt ett bord och äter.¹³⁰ Fritidsresor riktar inte in sig på någon specifik målgrupp, utan istället är det fokus på den vackra staden och badmöjligheterna. Barnfamiljer framkommer inte som en specifik målgrupp, utan snarare finns det många exempel på aktiviteter som inte passar för

¹²⁹ Vingresor, 1986. s.158-160.

¹³⁰ Fritidsresor, Jubileumsprogram: Våren Sommaren Hösten 1982, u.o., 1982. s.52-54.

barnfamiljer. Bland annat nattklubbarna och promenadmöjligheterna är inte något som är specifikt anpassat till barnfamiljen.

Avslutningsvis så finns det två genomgående teman för framställningen av Dubrovnik. Dessa teman är badande och det orörda i form av arkitekturen. Genom att resa hit så kan resenären åka till en annan tid vilket tyder på att resan är helt annorlunda från vardagen. Några tydliga målgrupper finns inte, men bilderna förstärker det som texten förmedlar eftersom de ofta föreställer staden.

7.2.2 Rhodos

Rhodos är en grekisk ö med rötter långt tillbaka i historien. Det ska ha funnits bosättningar på ön redan runt 1500 f.Kr. Rhodos blev tidigt viktigt för handeln mellan orienten och den egeiska världen och staden Rhodos grundades runt år 400 f.Kr. Ön har tillhört många olika riken, men har även varit en självständig stat. Det var inte förrän 1947 som Rhodos blev en del av Grekland. Ön har ett mildt medelhavsklimat och nederbörden faller främst under vinterhalvåret. 20% av turisterna som reser till Grekland idag, reser till Rhodos och öns flygplats är en av de mest trafikerade i hela Grekland. Turismen är därför idag en av de viktigaste inkomstkällorna för lokalbefolkningen.¹³¹

Fritidsresor arrangerar inte resor till Rhodos under 1960-talet. Detta är troligtvis för att Fritidsresor inte grundas förrän 1961 och de väljer sedan att satsa på andra delar av Medelhavet. Ytterligare en faktor till beslutet kan vara att Greklands styre under slutet av 1960-talet genomgick flera förändringar. Bland annat när en militärjunta tog makten 1967. Juntan föll 1974 och Grekland blev en republik.¹³² Detta kan vara en av anledningarna till att resmålet finns med i nästan alla kataloger under 1980-talet, att det blev säkrare att resa till Grekland. Det tyder på att Fritidsresor under 1970-talet utökar sin marknad till den grekiska ö-världen. Eftersom Rhodos är ständigt återkommande i Fritidsresors kataloger under 1980-talet har resmålet inkluderats trots att det inte finns med under 1960-talet.

Rhodos finns med i fem stycken kataloger utgivna av Vingresor under 1960-talet, framställningen liknar varandra under hela årtiondet. I sin katalog från 1963 beskriver Vingresor hur Rhodos är perfekt för badande, det går att bada överallt längs med hela öns

¹³¹ Nationalencyklopedin. *Rhodos*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-19).

¹³² Nationalencyklopedin. *Grekland*. (u.å.). (Hämtad 2026-01-04).

kust. Dessutom finns det ordentliga badinrättningar på många stränder. Dessutom är det kristallklart vatten som möter alla turister längs med hela kusten. Vingresor lyfter fram att det går att se spår av alla kulturer som präglat ön under historiens gång, vilket gör att det alltid finns något nytt att se. De hänvisar också till antiken och menar att Rhodos har varit en paradisk ö sedan antikens glansdagar. Vingresor gör reklam för den så kallade byfesten, vilket innebär att turisterna åker iväg till en liten by och äter en måltid tillsammans med lokalbefolkningen. Ofta serveras det helstekt får och alla generationer är med och festar med turisterna.¹³³ Byfesten beskriver Löfgren i sin bok, men han gör det på ett spansk sammanhang och menar att det var där som *Village fiesta* började. I Spanien blev det en massproducerad grisfest som alltid genomfördes den sista dagen på den arrangerade resan. Trots detta nämndes det inte för Vingresor under de spanska resmål som tidigare presenterades, utan Rhodos är det enda resmålet som har med byfesten under 1960-talet. När nya destinationer utvecklas bygger de på ett liknande mönster, vilket gör att byfesten på Rhodos mycket väl kan vara inspirerad av de som finns i Spanien.¹³⁴ I Vingresors katalog från 1965 lyfts det fram något nytt, nämligen att Rhodos är en bra plats att köpa souvenirer på. Priserna för varor är ofta väldigt låga och därför går det alltid att göra fynd på ön som går bra att ta med hem. Som exempel på souvenir tar Vingresor upp keramik, en vara det finns mycket av på ön.¹³⁵ Detta lyfter Enzensberger som ett tecken på flykten från vardagen. Han menar att genom resan så flyr man till en annan plats, men kan också fly till en annan social status. När man sedan återvänder till sin ordinarie sociala status är det viktigt att visa upp för omgivningen att man har rest och besökt andra platser.¹³⁶ Att Vingresor lyfter fram souvenirer kan bero på att Vingresor vill visa på att resorna till Rhodos inte är lika vanliga som till andra platser i Europa, vilket märks genom att Fritidsresor inte arrangerar resor dit. Men också för att turisterna ska visa upp deras flykt, att de har haft möjligheten att lämna sin egen stressiga vardag.

Under 1980-talet finns Rhodos med i sju stycken kataloger. I Vingresors katalog från 1986 för ön mest utrymme av alla öar i den grekiska ö-världen. De skriver att Rhodos är ett extremt populärt resmål och att platserna kommer ta slut fort och dessutom så är Vingresor billigast och bäst vilket gör att platserna kommer ta slut ännu snabbare. Trots låga priser håller allt fortfarande hög kvalitet, vilket gör att resenären kommer att bli nöjd. Stränder och bad får

¹³³ Vingresor, 1963. s.71-72.

¹³⁴ Löfgren. *On Holiday*. s.189-191.

¹³⁵ Vingresor, 1965. s.90-91.

¹³⁶ Enzensberger. *A Theory of Tourism*. s.133-134.

mycket utrymme i denna katalog, både i bild och text. En av bilderna föreställer en lång strand fylld med parasoll och en annan föreställer ett par som badar i havets vågor. Vingresor skriver i texten att ett varmt och kristallklart hav alltid finns nära turisten. Framst vid de två stränder som finns vid staden Rhodos där Vingresor har flest av sina hotell. Byfesten finns inte med här utan istället beskriver de alla andra nöjen som finns på ön. Allt från diskotek och nattklubbar till restauranger och charmiga småbyar. Till skillnad från 1960-talet när ön främst framställdes som helhet, så lägger Vingresor nu fokus vid just staden Rhodos. I staden beskriver de att smågator och uteserveringar gör det väldigt mysigt för turisten, i kombination med den gästvänliga lokalbefolkningen. Två av bilderna föreställer också välfyllda uteserveringar som exempel på de beskrivningar som görs i texten. Souvenirer nämns inte uttryckligen, men de skriver om välsorterade turistbutiker i den gamla delen av staden Rhodos, vilket kan vara ett tecken på att souvenirer kan inhandlas.¹³⁷

Fritidsresor skriver inte mycket om Rhodos i sin katalog från 1984 utan stor del av utrymmet på uppslagen går till bilderna. I texten beskriver de att Rhodos är ett väletablerat resmål som de flesta redan har koll på. Det finns platser på ön för avkoppling, platser för besök på exklusiva diskotek och platser för bekvämlighet och nöjen. Rhodos har helt enkelt något för alla, både när det gäller budget och nöjen. Två bilder dominerar uppslaget, den ena föreställer en uteservering där ett band spelar. Den andra visar parasoll på en strand.¹³⁸ Detta visar på att de vill framställa Rhodos som en plats för alla, både badande och andra nöjen. Detta stämmer överens med Vingresor som också framställer ön som en perfekt plats för badande och för andra nöjen. Dock framkommer det inga tydliga målgrupper, utan ön ska passa för alla turister som vill resa dit. Fritidsresor lägger större skillnad på olika delar av ön, medan Vingresor marknadsför ön som helhet och specificerar inte var de olika nöjena finns. Fritidsresors fokus på bilder i kombination med presentationen av Rhodos återkommer genom hela 1980-talet.

Avslutningsvis kan man konstatera ett självklart tema för Rhodos, badande. Temat återfinns genomgående i alla kataloger som representerar destinationen oavsett vilket av årtiondena som analyseras. Det framkommer ingen tydlig målgrupp utan både Vingresor och Fritidsresor skriver att ön ska ha något för alla, även om badande turister troligtvis har en extra stor vilja

¹³⁷ Vingresor, 1986. s.82-85.

¹³⁸ Fritidsresor, Våren Sommaren Hösten 1984, u.o., 1984. s.144-146.

att åka hit. Dessutom beskrivs flykten från vardagen genom inköpet av souvenirer, något vi inte sett i de tidigare resmålen som analyserats.

7.2.3 Natanya

Natanya ligger i dagens Israel och grundades år 1928. Orten ligger vid Medelhavet, nära Tel Aviv och är idag Israels största badort. Stavningen för orten som används i uppsatsen är från katalogerna, men orten kan också stavas Netanya. Största inkomstkällorna i staden idag är diamantsliperier och blandad industri.¹³⁹

Fritidsresor arrangerar inte resor till Natanya under 1960-talet, men resmålet finns med i alla nio kataloger under 1980-talet, vilket gör att resmålet ändå är inkluderat i uppsatsen. Vingresor arrangerar inte resor till Natanya under 1980-talet, utan de har valt orten Eilat istället, vilket är en stad utanför uppsatsens geografiska avgränsningar. Dock framställer de landet Israel mer än själva orten och därför kan dessa kataloger fortfarande användas.

Under 1960-talet finns Natanya med i två stycken kataloger från Vingresor. I katalogen 1964-65 utgiven av Vingresor lyfter de fram staten Israel som en modern och ung stat som strävar mot framtiden. Dessutom har landet ett gästfritt och välkomnande folk. Marknadsföringen för Natanya är starkt kopplat till närheten till Tel Aviv och argumentet återkommer i alla kataloger från 1960-talet. Men Natanya har en vacker strandpromenad. Dessutom är det en hög klass på underhållningen och landskapet runt omkring staden lockar många turister. Vingresor lyfter också fram Israels historia och beskriver att denna har satt prägelse på landet vilket gör det till ett resmål där turisten tydligt kan se landets utveckling. Det finns inga bilder med i koppling till resmålet i denna katalog.¹⁴⁰ Men i Vingresors katalog 1966-67 finns en bild kopplat till orten. Den visar tre personer från lokalbefolkningen som pratar och skrattar med varandra.¹⁴¹ Detta är troligtvis ett tecken på den välkomnande befolkningen som Vingresor menar bor i Israel. Att strandpromenaden lyfts fram kan vara relaterat till den rivierakultur som Löfgren menar sprider sig över Medelhavet. Löfgren skriver om Nice i Frankrike som grunden för strandpromenadens popularitet. Britterna som kom till Nice under början av 1800-talet ville sätta sin egen prägelse på orten. De valde då att bygga *Promenade des Anglais* som en mötespunkt för turister. Detta marknadsfördes snabbt

¹³⁹ Nationalencyklopedin. *Netanya*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-19).

¹⁴⁰ Vingresor, hösten: vintern: våren 1964-65, Stockholm, 1964. s.42-45.

¹⁴¹ Vingresor, 1966-67. s.64-66.

till turisterna och i kombination med det varma vädret gjorde det att fler valde att resa dit. I samband med detta utvecklades Nice till en för tiden modern badort med moderna faciliteter och underhållning.¹⁴² Vingresor försöker troligtvis att framställa Natanya på liknande sätt som briter framställde Nice under 1800-talet. Detta eftersom Natanya är en stad som utvecklats väldigt nära i tid till att turisterna började resa dit och likaså utvecklades Nice under 1800-talet. Strandpromenaden och underhållningen förekommer i Vingresors katalog och utöver likheten med badortsutvecklingen i Nice visar det också på att orten är annorlunda från vardagen hemma. Natanya blir därför en flykt från vardagen genom att påvisa stadens underhållning och strandpromenad.

I Vingresors katalog från 1984-85 framställs landet Israel mer än själva orten som Vingresor försöker sälja in. Eilat är badorten de arrangerar resor till under 1980-talet, men eftersom den ligger vid Röda havet inkluderas den inte i medelhavsturismen för denna uppsats. Men trots detta skriver de om landet Israel som ett ungt land med lång historia. De nämner att historien inte alltid har varit rak och att det har förekommit konflikter, men lägger inget fokus vid dessa utan lyfter istället fram att historien har medfört att det finns många olika sevärdheter i landet. Därför handlar stor del av texten om olika utflykter från bostadsorten Eilat, dock ingen till Natanya.¹⁴³ Detta är troligtvis för att Eilat och Natanya är två konkurrerande badorter i landet, även fast de ligger vid olika hav så vill Vingresor med största sannolikhet inte sälja in en ort de inte reser till.

Fritidsresor satsar däremot på Natanya och har inkluderat den i alla kataloger oberoende årstid. De arrangerar däremot inga resor direkt till Eilat som Vingresor gör. Precis som Vingresors katalog så är det inte så mycket fokus på det valda resmålet, i detta fall Natanya, utan mer fokus på landet som helhet. I Fritidsresors katalog 1987-88 beskriver de att Natanya har en fin och lång sandstrand. Utöver den beskrivningen så skriver de inget mer om Natanya utan visar istället på de många andra sevärdheter som finns i landet. Till exempel lyfter de fram Tel Aviv som inte ligger så långt från Natanya, men även Jerusalem och Döda havet. Eilat presenteras som ett utflyktsmål, men inte som en enskild destination. En av bilderna visar Västra muren, men skrivs som Klagomuren, i Jerusalem som ett exempel på sevärdheter i Israel.¹⁴⁴ Själva orten Natanya beskrivs mer i katalogen för 1986-87. Här framhåller

¹⁴² Löfgren. *On holiday*. s.164-165.

¹⁴³ Vingresor, Vingresors Värld: Semester bok för hösten, vintern och våren 1984/85, u.o., 1984. s.160-161.

¹⁴⁴ Fritidsresor, Hösten, vintern, våren 1987/88, u.o., 1987. s.108-109.

Fritidsresor Natanyas shoppingmöjligheter, men också den centrala stadsparken som är perfekt för promenader. Men även att det finns många trevliga caféer vid mötespunkten Frihetstorget. Utöver denna beskrivning så handlar resten av texten om de olika utflykter som kan genomföras. Men att de använder caféer som argument märks på en av bilderna. Det är den största bilden på uppslaget och täcker mer än en halv sida. Bilden föreställer uteserveringar med några få som rör sig runtomkring, där är också en som dukar borden på serveringen.¹⁴⁵ Inga utskrivna målgrupper går att identifiera för varken Fritidsresor eller Vingresor, men eftersom båda företagen lägger mycket fokus på de historiska utflykterna så går det ändå att utläsa att de riktar sig till historieintresserade personer eller personer som tycker om att inskaffa sig ny kunskap. Detta med tanke på att Israels långa historia nämns många gånger och att utflykterna går till platser som har varit historiskt viktiga, till exempel Jerusalem. Upptäckandet lyfter Enzensberger också fram som ett romantiskt ideal, vilket tyder på att turisten är ute efter något annat än sitt vardagsliv. För att en resa ska kännas trovärdig menar Steene att det är viktigt att turisten känner att resan inte är arrangerad.¹⁴⁶ Därför kan uteserveringarna och caféerna i kombination med utflykter som erbjuds visa på att det ska vara en trovärdig resa. Att utflykterna är arrangerade går inte att komma undan, men att det går att välja olika varianter ger turisten valmöjligheter och det kan göra att resan känns mer trovärdig.

Avslutningsvis framkommer det att både Vingresor och Fritidsresor inriktar sig på historieintresserade och kunskapsörstande personer, med tanke på alla utflykter som marknadsförs. Dessutom finns det flera tecken på Enzensbergers teori i form av marknadsföring av strandpromenaden i Natanya, samt upptäckandet av en annan plats i form av utflykter runt om i Israel. Själva orten Natanya är oftast inte i fokus i katalogerna utan Israel som land får ett stort utrymme i katalogerna.

7.3 Södra Medelhavet

Denna del av uppsatsen kommer att presentera två olika resmål, vilka båda ligger på den afrikanska kontinenten och geografiskt ligger nära Medelhavet. Kairo är det första resmålet som kommer att presenteras och även om huvudstaden inte har någon medelhavskust förekommer den under båda årtiondena med omfattande beskrivningar och bilder i rese katalogerna. Det andra resmålet är Tunisien. Några olika destinationer presenteras i

¹⁴⁵ Fritidsresor, Hösten, vintern och våren 1986/87, u.o., 1986. s.78-79.

¹⁴⁶ Steene. Turism. s.47.

landet, men eftersom beskrivningarna inte är så utförliga så kommer orterna presenteras tillsammans under begreppet Tunisien.

7.3.1 Kairo

Kairo är idag Afrikas största stad med nästintill 10 miljoner invånare (med förorter är det runt 20 miljoner). Staden ligger cirka 15 kilometer från Nildeltat. Kairo är huvudstad i Egypten och innehar all högre statlig förvaltning för landet, som exempelvis parlament och högsta domstol. Stadens rötter finns redan på 600-talet, då araberna tog över området och grundade en bosättning utanför den redan existerande staden Babylon. Men den nuvarande staden grundades år 969 av Fatimiderna. Egypten blev självständigt år 1922 och då blev Kairo huvudstad för landet. Kairo har mycket att erbjuda för turister, till exempel museer och arkitektur. Sedan 1979 finns Kairo med på UNESCO:s världsarvslista.¹⁴⁷ Redan under antiken var Egypten ett populärt resmål, då var det främst pyramiderna och Alexandria som lockade.¹⁴⁸ Fördelarna med att resa hit var att alla destinationer kunde nås från Nilen, vilket gynnade paketresornas framgång i landet. Paketresor kunde utvecklas under andra halvan av 1800-talet och olika turistbekvämligheter utvecklades längs med Nilen.¹⁴⁹

Fritidsresor framställer varken Kairo eller Egypten under 1960-talet, däremot finns destinationen med i flera av katalogerna från 1980-talet. Vingresor arrangerar resor till Kairo under hela 1960-talet och framställningen av staden presenteras liknande i alla fyra kataloger. I Vingresors katalog 1964-65 beskriver de hur Kairo är nära Afrika som presenteras som den främmande kontinenten, men också att Egyptens utveckling tydligt syns i staden. Det syns främst genom de nya bostadsområden som byggts i europeisk anda, vilket beskrivs att vara till följd av det sociala och ekonomiska uppsving som har skett i Egypten.¹⁵⁰ Löfgren skriver om samhällsförändringar i sin bok. Här menar han att olika samhällsförändringar gör olika destinationer mer eller mindre attraktiva.¹⁵¹ Det kan vara en av anledningarna till att Vingresor lyfter fram de positiva samhällsförändringarna eftersom det kan göra destinationen mer attraktiv för resenärer. Egypten presenteras som ett nytt resmål och därför visar landets utveckling på att det är redo för att ta emot turister.

¹⁴⁷ Nationalencyklopedin. *Kairo*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-20).

¹⁴⁸ Steene. *Turism*. s.40.

¹⁴⁹ Zuelow. *A History of Modern Tourism*. s.100, 102.

¹⁵⁰ Vingresor, 1964-65. s.50-51.

¹⁵¹ Löfgren. *On Holiday*. s.180.

Vingresor beskriver också i sin katalog 1964-65 att det finns exklusiva delar av nöjeslivet. Här skriver de att magdansen är obligatorisk. En målgrupp de riktar in sig på är historieintresserade och personer som vill utöka sin kunskap. Detta märks genom att de gör reklam för de många museer som finns i staden, där de menar att Egyptiska museet är stadens stora sevärdhet som alla måste besöka. Shopping är ett av nöjena i staden, vilket gärna får utföras på någon av de lokala basarerna. Men Vingresor framhåller att det är viktigt för turisten att pruta på alla varor eftersom detta är en del av det lokala levnadssättet.¹⁵² Att Vingresor betonar kulturkrockar och närheten till den främmande kontinenten tyder också på att de riktar in sig på upptäckare, alltså personer som är ute efter att upptäcka nya platser och kulturer. Detta skriver Enzensberger också om. Turismen ville härma de tidiga upptäckarnas upptäckter och att nu kunna resa till en orörd kontinent är ett tydligt tecken på resa bort från vardagen. Afrika som kontinent kan därför bli turistens möjlighet att återupprepa upptäckarnas bragder som Enzensberger menar att personerna under den borgerliga revolutionen inte var beredda att betala för.¹⁵³

Vingresor arrangerar inte resor till varken Egypten eller Kairo under 1980-talet, därför kommer fem stycken av Fritidsresors kataloger vilka framställer Kairo få representera hela årtiondet. Fritidsresors framställning liknar den Vingresor använder för destinationen under 1960-talet. Fritidsresor lyfter i sin katalog 1984-85 fram Egyptiska museet som en av de främsta sevärdheterna. Även basarerna och shoppingmöjligheterna återkommer i denna katalog. Fritidsresor har tydligt riktat in sig på en specifik målgrupp genom att uttryckligen skriva att Egypten är en plats för bland annat äventyrare. Även om detta inte uttryckligen skrivs under 1960-talet så har äventyraren och upptäckaren gemensamma drag. Ytterligare en likhet mellan årtiondena är möten mellan olika kulturer. I katalogen 1984-85 beskriver Fritidsresor att stadens atmosfär är charmig, vilket mycket väl kan vara en följd av mötet mellan det västerländska och det som beskrivs som österns mystik.¹⁵⁴ I Fritidsresors katalog 1988-89 återfinns denna beskrivning, men denna gång är det mötet mellan västerlandet och orienten som beskrivs. Här framställs också Kairo som en världsstad med mycket att uppleva och göra.¹⁵⁵ Framställningen av sevärdheter som något viktigt för en resa återkommer i Enzensbergers teori. Han skriver att när människor reser så uppstår en skuld känsla för att man lämnar sin vardag. Denna skuld känsla minskar sedan genom att man besöker olika

¹⁵² Vingresor, 1964-65. s.50-51.

¹⁵³ Enzensberger. A Theory of Tourism. s.125, 127.

¹⁵⁴ Fritidsresor, Hösten Vintern Våren 1984-85, u.o., 1984. s.66-67.

¹⁵⁵ Fritidsresor, Höst, vinter, vår 1988-89, Västerås, 1988. s.20-21.

sevärdheter.¹⁵⁶ Att resebolagen lyfter fram sevärdheter är därmed ett tecken på att människor ska uppskatta sin resa och inte känna skuld känslor för att de åker iväg.

Avslutningsvis finns det en gemensam målgrupp för båda årtiondena, vilka är historieintresserade. Detta märks främst genom reklamen för Egyptiska museet som finns med i alla beskrivningar av staden. Shoppingmöjligheterna framkommer också som en gemensam faktor. Det gör även möten mellan olika kulturer som är ett exempel på hur de tidiga upptäckarnas bragder kan genomföras igen genom att upptäcka Afrika.

7.3.2 Tunisien

I Tunisien finns det mytomspunna Karthago som förstördes av romarna på 100-talet f.Kr. Från 600-talet e.Kr. har landet influerats av araber, vilket gjorde att Islam och arabiska fick fäste. Efter det så tillhörde Tunisien först Osmanska riket, följt av Frankrike, ett land Tunisien blev självständiga från år 1956. Tunisiens nederbörd varierar mycket mellan varje år, men det faller mestadels under vinterhalvåret. Badturismen utvecklades i landet under 1960- och 1970-talen, vilket gjorde att turismen etablerades i flera städer längs med Medelhavskusten. Idag är det främst turister från Tunisiens grannländer och Europa som väljer landet som destination.¹⁵⁷

Tunisien finns med i en katalog från 1960-talet utgiven av Vingresor 1969. De arrangerar resor till tre olika destinationer i landet. Upplägget i presentationen av destinationen liknar Costa del Sol. Alltså att de olika orterna är anpassade för olika målgrupper, vilket gör att landet har något för alla. En målgrupp de riktar in sig på är nygifta par eftersom de får rabatt på sin resa till Tunisien ifall de väljer att boka sin bröllopsresa dit med Vingresor. Annars lägger Vingresor mycket fokus på sandstränderna i sin beskrivning av landet som helhet, vilket märks eftersom två av tre bilder föreställer stränder. Den ena destinationen som Vingresor presenterar är Hammamet, här beskriver Vingresor de vackra omgivningarna och underhållningen i form av dans och musik som finns på hotellen. Dessutom riktar de in sig på barnfamiljer eftersom de erbjuder barnservice på orten. Utöver det som skriver de här om stranden och det kristallklara vatten som finns vid staden. Sousse är den andra staden som presenteras. Här beskriver Vingresor skillnaden mellan en gammal och modern stad, vilket gör att det passar för många. I staden finns både nattklubbar och en fin sandstrand med fint

¹⁵⁶ Enzensberger. A Theory of Tourism. s.130.

¹⁵⁷ Nationalencyklopedin. *Tunisien*. (u.å.). (Hämtad 2025-12-20).

vatten. Den tredje orten som presenteras är Monastir. Här skriver Vingresor om nattklubbarna och badstränderna. Men de beskriver också de rester som finns kvar från svunna tider i form av monument och andra byggnader. Stranden dominerar bilderna, hälften eller fler av bilderna för varje destination föreställer strand eller bad. De övriga föreställer de olika städerna.¹⁵⁸ Att stranden får så stort fokus visar på flykten från vardagen. Men till skillnad från Kairo så tar de inte upp något om skillnaden mellan kulturerna så upptäckare kan inte vara en tilltänkt målgrupp för dessa resor. Det är snarare mer vanliga människor som vill njuta av sol och bad, vilka dessutom gärna får vara nygifta för att få rabatt.

Under 1980-talet finns Tunisien med i fem stycken kataloger varav en är utgiven av Fritidsresor. I denna katalog från år 1988 beskriver Fritidsresor de fina stränder som finns runt staden Hammanet, vilket är den enda destinationen de erbjuder i landet. De har med fem bilder i kombination med presentationen. Två av dessa bilder föreställer stränder, men de är också de två största bilderna på uppslagen, tolkningen är därför att stranden och bad är väldigt viktigt i framställningen av Hammamet. De lyfter fram vindsurfare som en grupp som borde resa dit med tanke på stränderna. Dessutom lyfter Fritidsresor fram att Tunisien har det mest solsäkra klimatet runt hela Medelhavet. Tre av bilderna föreställer staden och lokalbefolkningen, vilket kan kopplas till de trevliga restauranger som Fritidsresor menar finns i stadens moderna centrum.¹⁵⁹ Här framkommer det en specifik målgrupp i form av vindsurfare som inte märktes under 1960-talet.

Vindsurfare återkommer i Vingresors katalog från 1986-87. Här upptas en hel sida av en bild som föreställer ett sällskap som vindsurfar, varav två befinner sig på varsin vindsurfbräda. Det återkommer också i texten eftersom Vingresor menar att vindsurfing gör att man får en aktivare semester. De beskriver att Tunisien passar för de som vill vara aktiva eftersom det finns många aktiviteter att genomföra, utöver vindsurfing ger de exempel på trampbåtar och vattenskidor. Vingresor skriver också att Tunisien är ett väldigt billigt resmål som kan passa alla. Destinationen som Vingresor har valt i Tunisien är staden Sousse, vilken redan presenterades under 1960-talet. Fördelarna med staden enligt Vingresor är att den är planerad utifrån hotellen och turismen, exempelvis ligger hotellen precis vid stranden, vilket gör att det inte krävs några längre promenader för att kunna njuta av stranden med det blå havet. I Sousse så blandas det nya och gamla, dels arkitektur från en annan tid, men också

¹⁵⁸ Vingresor/Vingmatkat, Kevät - kesä - syksy 1969/Våren - sommaren - hösten 1969, u.o., 1969. s.42-45.

¹⁵⁹ Fritidsresor, 1988. s.40-43.

västerländskt inspirerade butiker. Precis som på Rhodos så beskriver Vingresor souvenirerna som går att köpa på de lokala marknaderna, exempelvis mässingsarbeten och keramik. Vingresor beskriver att de flesta nöjena finns på hotellen, det anordnas till exempel musik och dans på många av hotellen.¹⁶⁰ Att allt ska finnas nära är ett exempel på att turisterna ska leva på ett annat sätt än de är vana vid i sin vardag. Enzensberger skriver inget uttryckligen om geografiska avstånd, men rimligtvis är det så att turisten får mer tid för avkoppling om de inte behöver transportera sig själva långa sträckor mellan olika platser på semestern.

Avslutningsvis så finns ett tydligt gemensamt tema mellan de olika årtiondena och resebolagen och det är sol och bad. Stränderna lyfts ofta fram och badande återkommer både i text och bild. Under 1980-talet framkommer en ny målgrupp i form av vindsurfare och andra som vill ha en aktiv semester. Men avkopplingen som sol och bad ger finns alltid med vilket tyder på att turister är ute efter något annat än sin vardag.

8. Slutsatser

Denna del av uppsatsen kommer att presentera de olika slutsatser som kan dras utifrån analysen. Den är uppdelad utifrån de underfrågor som ligger till grund för uppsatsen och presenteras i samma ordning som de presenterades under rubrik 1.1.

8.1 1960-talet

Hur framställs medelhavsområdet i bild och text under 1960-talet i Vingresors respektive Fritidsresors resekataloger? Skiljer sig framställningarna åt beroende på vilken region av medelhavsområdet som marknadsförs?

Västra Medelhavet framställs ofta i samband med sol och bad, både av Vingresor och Fritidsresor. På Mallorca beskriver de närheten till stranden och att det går att bada hela sommaren. Här beskriver Vingresor att det även går att bada på vintern, men att det mer blir som ett varmt vinterbad isåfall. Däremot skriver Fritidsresor mer om shopping än vad Vingresor gör. Under beskrivningarna av Costa del Sol visar båda bolagen på den avkoppling som går att finna i regionen. Vingresor som har resor till olika orter i regionen visar på skillnaderna som finns mellan städerna. Torremolinos är en modern badort, Marbella är

¹⁶⁰ Vingresor, JubileumsVinter: Hösten, vintern och våren 1986/87, u.o., 1986. s.162-164.

ursprungligt spansk, Malaga har storstadsatmosfär och Fuengirola är ursprunglig. Men återkommande är närheten till havet och de badmöjligheter som finns där. Fritidsresor presenterar bara Marbella men visar också på den ursprungliga spanska atmosfären och den avkoppling som finns på orten. San Remo visar också på vikten av sol och bad, samt närheten till sandstranden. Att staden är en badort och ligger nära havet visas både i text och bild. Vingresors bild och text stämmer mycket med varandra, medan Fritidsresor har olika fokus i text och bild, trots detta är den övergripande beskrivningen mycket lik Vingresors.

Av de tre orter som analyseras för östra Medelhavet så presenteras två av dessa liknande, medan en skiljer sig mer från resten. För östra Medelhavet under 1960-talet används bara Vingresors kataloger eftersom Fritidsresor inte arrangerar resor till denna del av Medelhavet. Dubrovnik har ett fokus på stadens arkitektur samt badmöjligheterna som finns. Här visar Vingresor på att staden har en speciell charm eftersom många kulturer har satt sin prägel på staden genom historien. Det återkommer för framställningen av Rhodos, där de också beskriver de olika kulturerna som satt sin prägel på ön. Dessutom lägger de stor vikt vid badmöjligheterna som finns längs med hela öns kust, närheten till havet är ett starkt återkommande argument. Det innebär att Dubrovnik och Rhodos framställs under samma tema, alltså badande. Det skiljer sig från Natanya eftersom badande inte får någon stor roll alls på orten. Här är temat historisk utveckling och Vingresor skriver om Israel som en modern och ung stat, som starkt präglats av historien.

Södra Medelhavet framställs endast av Vingresor och därför kommer de ensamma få representera regionen under 1960-talet. Kairo är en del av den främmande kontinenten, men också ett tydligt exempel på utvecklingen som sker i Egypten. Genom att besöka staden kan man se den sociala och ekonomiska uppsving som sker i landet. Här beskrivs inget badande, utan fokus är istället på museum (som Egyptiska museet) och shopping. Det skiljer sig från Tunisien eftersom sol och bad är det vanligaste argumentet i framställningen av de olika orterna i landet. Här beskriver Vingresor att gammalt och nytt möts vilket gör att det passar för många. Dessutom i kombination med ständig närhet till strand och sköna Medelhavsbad så är badtemat ett tydligt inslag.

Sammanfattningsvis går det att dra slutsatsen att temat med sol och bad återfinns överskridande mellan regionerna. Två av resmålen sticker ut från mängden, Kairo och Natanya, eftersom dessa lägger mer fokus på sevärdheter och kulturmöten. För dessa två

destinationer lägger de också mer fokus på historien för respektive land. Men för resterande sex resmål är sol och bad det övergripande temat, vilket tydligt visar att Medelhavet är en väletablerad region för avkopplande semesterar iform av strandnära städer med kristallklart vatten ständigt i närheten. Det går också att dra slutsatsen att Vingresors och Fritidsresors framställning av västra Medelhavet liknar varandra mycket.

8.2 1980-talet

Hur framställs medelhavsområdet i bild och text under 1980-talet i Vingresors respektive Fritidsresors rese kataloger? Skiljer sig framställningarna åt beroende på vilken region av medelhavsområdet som marknadsförs?

Regionen västra Medelhavet framställs med sol och bad. Det är ett återkommande tema från alla tre resmål. På Mallorca framställer båda resebolagen Alcudia som en perfekt badort, anpassade till familjen genom bland annat långa sandstränder. Men Fritidsresor lägger större fokus på de shoppingmöjligheter som finns på ön än vad Vingresor gör. För resmål på Costa del Sol är det två destinationer som presenteras, Marbella och Torremolinos. Här är framställningen mellan Fritidsresor och Vingresor nästintill identisk. Marbella marknadsförs genom de olika nattaktiviteter som finns i staden, men också genom möjligheterna att få njuta av solen. Torremolinos är perfekt för den som längtar efter sol och badmöjligheterna dominerar beskrivningarna av orten. I Arma di Taggia (vilken ersätter San Remo) beskriver Fritidsresor naturen och den avkoppling som turisten kan få genom att bada och tillbringa tid i staden. Men även shoppingmöjligheterna presenteras.

För östra Medelhavet liknar två av städerna varandra, medan en skiljer sig från mängden. I framställningen av Dubrovnik har det ursprungliga och genuina för regionen en viktig plats, tillsammans med badmöjligheterna som finns. Både Vingresor och Fritidsresor beskriver badstränderna som finns utanför staden, samt den vackra arkitektur som har byggt upp staden. På Rhodos är avkopplingen viktig eftersom den presenteras av båda resebolagen. Men även stränderna och badmöjligheterna är i stort fokus. Men de presenterar också att det går att kombinera baden med andra aktiviteter. Fritidsresor definierar inte detta utan menar att ön har något för alla, men Vingresor lyfter fram nattklubbarna och de charmiga småbyarna som finns. Natanya skiljer sig från de övriga platserna som analyserats i Östra Medelhavet. Här beskrivs främst landet Israel och alla sevärdheter som går att besöka. Fritidsresor skriver kort

om Natanyas caféer och sandstrand, men beskrivningarna får inte mycket utrymme utan fokus är på andra platser och utflykter som turisterna kan genomföra kopplat till historia och religion.

För Södra Medelhavet finns två platser vars beskrivningar skiljer sig mycket. Kairo beskrivs endast av Fritidsresor och här får sevärdheterna i staden mycket utrymme. Egyptiska museet lyfts fram som ett måste för alla turister att besöka. Men även shoppingmöjligheterna och möten mellan olika kulturer är exempel på hur staden framställs. Tunisien presenteras av båda resebolagen, vilka liknar varandra mycket, men skiljer sig från framställningen av Kairo. I Tunisien finns ett stort fokus på badmöjligheterna och de stränder som går att besöka. Fritidsresor presenterar utöver stränderna de många trevliga restauranger som går att besöka på deras destination, medan Vingresor har fokus på olika exempel som kan göra semestern aktivare.

Utifrån detta kan slutsatsen dras att sol och bad är den viktigaste framställningen av Medelhavsområdet. Det är den dominerande beskrivningen på sex av åtta resmål som analyserats, vilket gör att det sträcker sig över de olika regionerna som skapats. Natanya och Kairo sticker ut från resten eftersom de inte har något fokus på sol och bad utan snarare på de olika sevärdheterna som finns i respektive land och stad. Avkopplingen som kan relateras till sol och bad återkommer också oberoende vilken region som presenteras.

8.3 Medelhavsregionen

Skiljer framställningen av de olika resmålen inom varje region mellan 1960-talet och 1980-talet? Riktad Vingresor och Fritidsresor in sig på olika marknadssegment beroende på vilket årtionde katalogen är utgiven, i så fall vilka?

Utifrån slutsatserna som presenterats tidigare går det att dra slutsatsen att framställningen inte har förändrats mycket. Sol och bad är den dominerande beskrivningen genomgående under båda årtiondena. Det finns några mindre skillnader men övergripande är beskrivningarna väldigt lika varandra både mellan 1960- och 1980-talet, men också mellan Vingresor och Fritidsresor. Målgruppsanpassningen skiljer sig däremot mer än de övergripande beskrivningarna.

Under 1960-talet framkommer det ingen tydlig målgruppsanpassning för något av resmålen i västra Medelhavet. Det går att utläsa att de riktar in sig på personer som är ute efter sol och bad eftersom det är den mest framträdande framställningen av orterna, men det skrivs inte uttryckligen ut i texten. Dock syns det på bilderna med tanke på att strandmotiv är väldigt vanligt. Under 1980-talet går det däremot att utläsa fler marknadssegment. Alcudia på Mallorca är starkt inriktat på barnfamiljer, vilket märks genom Fritidsresors Bamseklubb och Vingresors egna Sunwing-hotell som finns i staden. Palma är däremot inriktat på personer som är ute efter shoppingmöjligheter. Det innebär att målgruppsanpassningen för Vingresor och Fritidsresor liknar varandra mycket. Precis som på Mallorca så utvecklar resebolagen olika marknadssegment för olika orter på Costa del Sol. Torremolinos blir platsen för de som längtar efter sol, vilket är ett väldigt öppet segment. Att de riktar sig mot en större målgrupp visas bland annat genom att Vingresor beskriver att det finns något i alla priskategorier i staden. För Marbella framkommer det tre tydliga segment som båda resebolagen riktar in sig på, vilka är nattaktiva, golfare och badande. För San Remo framkommer det inga uttryckliga marknadssegment på 1980-talet, men Fritidsresor visar på avkopplingen som finns, vilket tyder på att de riktar in sig på personer som är ute efter avkoppling.

Under 1960-talet i Östra Medelhavet så finns upptäckaren med som en målgrupp de riktar in sig på. I Dubrovnik lyfter Vingresor fram det ursprungliga, på Rhodos att det alltid finns nya saker att se och för Natanya alla sevärdheter som finns i landet. Även målgruppen för personer som är ute efter sol och bad finns med för Dubrovnik och Rhodos. Denna målgrupp fortsätter för Dubrovnik och Rhodos under 1980-talet. Här finns upptäckaren inte med som målgrupp utan personer intresserade av sol och bad är den mest förekommande. Däremot finns upptäckaren kvar i Natanya för båda resebolagen, eftersom deras fokus är på de olika sevärdheter som finns i Israel. Natanyas närhet till Tel Aviv är också ett exempel på att de vill att turisterna ska upptäcka nya platser. Dock finns ingen specifik målgrupp utskrivna i texten för någon av årtiondena.

Målgruppsanpassningen för Södra Medelhavet skiljer sig mellan platserna, men inte så mycket mellan årtiondena. Kairo under 1960-talet presenteras som en ort för historieintresserade, med tanke på alla sevärdheter som finns i staden. Men också för upptäckare eftersom Kairo är en del av den främmande kontinenten. Både historieintresserade och upptäckare återkommer under 1980-talet. Då presenteras också de olika sevärdheterna som finns i staden. Fritidsresor riktar sig uttryckligen till äventyrare som kan upptäcka andra

kulturer än den de är vana vid. Målgrupperna för Kairo skiljer sig mycket till målgrupperna för Tunisien. Under 1960-talet beskriver Vingresor att landet har något för alla, men de riktar sig speciellt till nygifta eftersom de kan få rabatt på resan ifall de bokar sin bröllopsresa till Tunisien. Dessutom passar resmålet bra för de som är ute efter sol och bad. Inriktningen på nygifta finns inte under 1980-talet, men personer som är ute efter sol och bad återkommer. En ny målgrupp är vindsurfare som framkommer både i text och bild för båda resebolagen.

Slutsatsen är att marknadssegmenteringen som används för de olika destinationerna liknar varandra mycket mellan årtiondena. Sol och bad är ett vanligt segment de riktar in sig på. Men historieintresserade är gemensamt för Natanya och Kairo. Men även mer specifika marknadssegment framkommer i form av bland annat nygifta till Tunisien under 1960-talet. Samt golfare för Costa del Sol under 1980-talet.

9. Avslutning

I denna uppsats har kvalitativ innehållsanalys och bildanalys använts för att analysera hur turismen har förändrats mellan 1960- och 1980-talet. Källmaterialet består av totalt 31 stycken resekataloger från Vingresor och Fritidsresor. Dessa kataloger har sedan analyserats utifrån marknadssegmenteringsteori och Hans Magnus Enzensbergers turismteori. Frågeställningarna grundar sig i hur resmålen framställts under 1960- respektive 1980-talet, dessutom med en frågeställning om marknadssegmentering. Enzensbergers teori fungerar mer som ett övergripande tema för uppsatsen och analysen. Det geografiska området som analyserats är medelhavsområdet, med ett fokus på kustnära destinationer. Det geografiska området delades sedan upp i tre olika delar, västra, östra och södra Medelhavet. Av alla resmål som finns representerade i katalogerna valdes åtta olika ut för att representera de olika regionerna. Mallorca, Costa del Sol och San Remo representerar västra Medelhavet. Östra Medelhavet representeras av Dubrovnik, Rhodos och Natanya. Kairo och Tunisien representerar södra Medelhavet. Orterna valdes för att ge en geografisk spridning, samt för att de skulle vara så representativa som möjligt med tanke på hur andra resmål framställdes i katalogerna. Slutsatserna var att ett övergripande tema för sex av destinationerna (Mallorca, Costa del Sol, San Remo, Dubrovnik, Rhodos och Tunisien) under 1960-talet var sol och bad. Kairo och Tunisien skiljer sig från resterande resmål under 1960- och 1980-talet. Under 1960-talet finns ett fokus på olika sevärdheter och kulturmöten som går att uppleva i

länderna. Detta fortsätter även under 1980-talet. Även resterande sex destinationer har liknande framställning under 1980-talet och fokus på sol och bad återkommer. Avkoppling är ett övergripande tema oberoende vilken region som analyseras. Gällande målgrupper så framkommer det inte många under 1960-talet. Exempel på målgrupper som framkommer är upptäckaren som finns med i beskrivningarna av Kairo och Natanya. Men även personer som är intresserade av sol och bad för resmålen Rhodos och Dubrovnik. Däremot under 1980-talet framkommer det fler, men upptäckaren och personer intresserade av sol och bad återkommer. Slutsatsen är att marknadssegmenten som resebolagen riktar sig till liknar varandra mellan de olika årtiondena, med några mindre förändringar och specificeringar.

Det finns många möjligheter att utveckla denna studie i framtiden. Totalt presenteras 81 olika resmål i katalogerna och alla resmål hade kunnat analyseras för att kunna få en helt representativ bild av de olika regionerna av Medelhavet. Det går också att utvidga de geografiska avgränsningarna och inkludera långresor. Men främst inkludera Kanarieöarna som finns med i nästintill alla kataloger. Det går också att utvidga källmaterialet genom att analysera kataloger från både 1970-talet och 1990-talet. Studier hade också kunnat genomföras på andra resebolag för att få reda på hur mindre resebolag marknadsför och framställer antingen orterna som använts i denna uppsats eller andra som finns med i katalogerna.

Avslutningsvis vill jag rikta ett stort tack till min handledare Wiebke Kolbe för all hjälp med uppsatsen, din feedback har varit väldigt värdefull för uppsatsens arbetsprocess. Dessutom vill jag tacka universitetsbiblioteket i Lund för hjälpsamheten vid insamlingen av allt källmaterial. Sist vill jag också tacka mamma för stöd och pepp till att göra uppsatsen bättre.

10. Käll- och litteraturförteckning

10.1 Tryckt källmaterial

10.1.1 Fritidsresor, 1961-1969

Fritidsresor, våren - sommaren - hösten 1964, u.o., 1964.

Fritidsresor, våren - sommaren - hösten 1967, Hälsingborg, 1967.

Fritidsresor, 1968, u.o., 1968.

10.1.2 Fritidsresor, 1981-1989

Fritidsresor, Jubileumsprogram: Våren Sommaren Hösten 1982, u.o., 1982.

Fritidsresor, Våren Sommaren Hösten 1983, u.o., 1983.

Fritidsresor, Våren Sommaren Hösten 1984, u.o., 1984.

Fritidsresor, Hösten Vintern Våren 1984-85, u.o., 1984.

Fritidsresor, Upptäck Fritidsresor: Vår, sommar och höst 1985, u.o., 1985.

Fritidsresor, Hösten, vintern och våren 1986/87, u.o., 1986.

Fritidsresor, Hösten, vintern, våren 1987/88, u.o., 1987.

Fritidsresor, Våren, sommaren och hösten 1988, u.o., 1988.

Fritidsresor, Höst, vinter, vår 1988-89, Västerås, 1988.

10.1.3 Vingresor, 1961-1969

Vingresor, med flyg - hösten, vintern, våren 1961-62, u.o., 1961.

Vingresor, 1962, u.o., 1962.

Vingresor, hösten - vintern - våren 1962-63, Göteborg, 1962.

Vingresor, med flyg 1963, u.o., 1963.

Vingresor, hösten - vintern - våren 1963-64, Stockholm, 1963.

Vingresor, med flyg 1964, Stockholm, 1964.

Vingresor, hösten: vintern: våren 1964-65, Stockholm, 1964.

Vingresor, 1965, Stockholm, 1965.

Vingresor, hösten - vintern - våren 1965-66, Stockholm, 1965.

Vingresor, sommaren 1966, Stockholm, 1966.

Vingresor, hösten - vintern - våren 1966-67, u.o., 1966.

Vingresor/Vingmatkat, Kevät - kesä - syksy 1969/Våren - sommaren - hösten 1969, u.o., 1969.

10.1.4 Vingresor, 1981-1989

Vingresor, JubileumsVinter: Hösten, Vintern och Våren 1981/82, u.o., 1981.

Vingresor, Hösten, vintern och våren 1983/84, u.o., 1983.

Vingresor, Vingresors Värld: Semester bok för hösten, vintern och våren 1984/85, u.o., 1984.

Vingresor, Vingresors Värld: Hösten, vintern och våren 1985/86, u.o., 1985.

Vingresor, JubileumsSommar: Våren, sommaren och hösten 1986, u.o., 1986.

Vingresor, JubileumsVinter: Hösten, vintern och våren 1986/87, u.o., 1986.

Vingresor, Vingresors Värld: Hösten, vintern och våren 1988/89, Stockholm, 1988.

10.2 Litteraturförteckning

10.2.1 Tryckt litteratur

Arnberg, Klara. Att skriva historia med läppstift: Om massmedier och teorianvändning. I Dackling, Martin & Nauman, Sari. (red.). *Teori i historisk praktik*. (Studentlitteratur: Lund 2022). s.89-110.

Boréus, Kristina & Kohl, Sebastian. Innehållsanalys. I Boréus, Kristina & Bergström, Göran. (red.). *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. 4. uppl. (Studentlitteratur: Lund 2018). s.49-89.

Enzensberger, Hans Magnus. A Theory of Tourism (Originaltitel: Vergebliche Brandung der Ferne: Eine Theorie des Tourismus). *New German Critique*. 68: Special Issue on Literature.

(1996) (Originalpubliceringsdatum: Augusti 1958, i: *Merkur* vol. 12, nr. 8): s.117-135.
(Hämtad 2025-01-22). Översättning: Gerd Gemünden och Kenn Johnson.

Hällgren, Anna-Maria. Visualitet: Seendet som historiskt specifik praktik. I Hällgren, Anna-Maria & Näslund, Anna. (red.). *Visuella kulturstudier: Teoretiska tillämpningar i konstvetenskap 5*. (Stockholm University Press: Stockholm 2024). s.21-42.

Isaksson, Joakim. Riktad kvalitativ innehållsanalys. I Klingberg, Gunilla & Hallberg, Ulrika. (red.). *Kvalitativa metoder helt enkelt!*. (Studentlitteratur: Lund 2021). s.283-302.

Kotler, Philip., Armstrong, Gary. & Parment, Anders. *Marknadsföring: Teori, strategi och praktik*. 2. uppl. (Pearson Education Ltd: Harlow 2017).

Löfgren, Orvar. *On Holiday: A History of Vacationing*. (University of California Press: Berkeley 1999).

Näslund Dahlgren, Anna. Bild som källa. I Gustavsson, Martin & Svanström, Yvonne. (red.). *Metod: Guide för historiska studier*. 2. uppl. (Studentlitteratur: Lund 2022). s.165-185.

Seth, Thomas von. *Charterhistoria*. (Vivlio förlag: Lidingö 2008).

Steene, Anders. *Turism: Om att sälja drömmar*. (Studentlitteratur: Lund 2013).

Zuelow, Eric. G. E. *A History of Modern Tourism*. (Palgrave: London 2016).

10.2.2 Digital litteratur

Lunds universitet. *Orvar Löfgren*. (2025).

<https://portal.research.lu.se/sv/persons/orvar-l%C3%B6fgren/> (Hämtad 2025-12-12).

Nationalencyklopedin. *Andalusien*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/andalusien>
(Hämtad 2025-12-17).

Nationalencyklopedin. *Costa del Sol*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/costa-del-sol?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-12-17).

Nationalencyklopedin. *Dubrovnik*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/dubrovnik?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-12-18).

Nationalencyklopedin. *Grekland*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/grekland?isSearchResult=true> (Hämtad 2026-01-04).

Nationalencyklopedin. *Kairo*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/kairo?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-12-20).

Nationalencyklopedin. *Ligurien*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/ligurien?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-12-17).

Nationalencyklopedin. *Mallorca*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/mallorca?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-13-12).

Nationalencyklopedin. *Netanya*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/netanya?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-12-19).

Nationalencyklopedin. *Rhodos*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/rhodos?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-12-19).

Nationalencyklopedin. *Rivieran*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/rivieran?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-12-17).

Nationalencyklopedin. *Sanremo*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/san-remo?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-12-17).

Nationalencyklopedin. *Tunisien*. (u.å.).

<https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/tunisien?isSearchResult=true> (Hämtad 2025-12-20).

Olovsson, Helena & Öman, Sebastian. *Resekatalogens historia: En kvalitativ undersökning om hur svenska researrangörer jobbat med målgrupper och hur de framställt manligt och kvinnligt*. Kandidatuppsats. (Södertörns högskola: Stockholm 2017).

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1135645/FULLTEXT01.pdf> (Hämtad 2025-09-23).

TUI Sverige. *Snabba fakta om TUI Nordic och TUI Group*. (u.å.).

<https://www.tui.se/om-tui/om-foretaget/vart-kundlofte/> (Hämtad 2025-12-21).

University of New England. *Eric G. E. Zuelow, Ph.D.*. (2025).

<https://www.une.edu/people/eric-g-e-zuelow> (Hämtad 2025-12-12).

Ving Sverige. *Nordic Leisure Travel Group*. (2025).

<https://www.ving.se/om-ving/nordic-leisure-travel-group> (Hämtad 2025-12-21).

Vivlio förlag. *Författare: Thomas von Seth*. (u.å.).

<https://www.vivlio.se/upphovsman/forfattare/thomas.html> (Hämtad 2025-12-12).

Vivlio förlag. *Kontakt*. (u.å.). <https://www.vivlio.se/kontakt.html> (Hämtad 2025-12-12).