

På safari i Danmark

Resultaterne fra nationalpark-pilotprojekterne kan være med til at sikre en forankring i det lokale som er vigtig for en langvarig bæredygtig turismestrategi



KOMMENTAR
af Niels Riis Jensen

I Danmark er nationalpark-pilotprojekterne inde i sin afgørende slutfase. De forskellige projekter er efter snart to år i gang med at skrive deres slutrapporter, efter at de har arbejdet intensivt med at undersøge grundlaget for parkerne, bl.a. igennem en kæmpe borgerinddragelse som er helt uden sidestykke. Vi får så at se om regeringen

en gang i 2006 vil fremsætte et lovforslag om etablering af nationalparker.

Danmark som turistland er fantastisk. Jeg siger det på baggrund af min erfaring i branchen og at jeg det sidste halve år har rejst. Danmark tyndt for at finde ud af hvad det er Danmark kan, hvad det er som er interessant for alle de turister, både danskere og udlændinge, som nu en gang hvert år spenderer deres penge her. Først må vi indse, vi har ikke meget natur! Det vi har, er en fantastisk blanding af kultur og natur. Hvorhen vi drejer os har menneskene været, uanset hvilken oplevelse vi søger, er den blevet påvirket af menneskehånd. Og det er der ikke noget negativt i på nogen måde. Vi har et fantastisk kulturlandskab, bølgende kornmarker, vindmøller der skyder op overalt – og motorveje! Turisten kan drøne rundt i vores land, bade på en strand med blå flag om formiddagen, vandre en 10 km tur ad snoe-

de stier, som er godt og klart afmærket om eftermiddagen, og om aftenen sidde og nyde en opera. Få steder i Europa er der en så kompakt udgave af en total oplevelse af en ferie. Det er svært at forstille sig et land, der kan tilbyde hundreder af kilometer pragtfuld strand, oplevelse af bondegårdferie, besøg på de mange herregårde og slotte, og stille sin sult på de mange kroer.

Kvalitet som parameter

Men, et af de vigtigste parametre i planlægningen af turisme er kvalitet. Og derude kan det meget hurtigt blive en sur oplevelse. På vej til Esbjerg beslutter jeg mig for at overnatte på en bondegård. Danmark og bondegårdsferie kan da kun lykkes? Men nej, jeg føler mig lidt som en eksportgris, bondegården er blevet udvidet til masseproduktion, den hyggelige bondegård er et motel med stor parkeringsplads. Dagen efter forsætter jeg mod Esbjerg for

at tage båden til England, stopper ved en gammel kro i en lille landsby. Den kongelige privilegerede kro er blevet til en hybrid mellem et Føtex-cafeteria og en grillbar. Dagen efter – i England – kører jeg af snoede veje, stopper i en landsby og får mig en *pint of Ale* på pubben, og nyder den krostemning, jeg ikke fik i Danmark. Nu tænker du nok, »hvad pokker det har med nationalparker at gøre«. Ganske meget faktisk. Jeg ved at, hvis vi skal have nationalparker, bliver de ikke som de store nationalparker, vi kender fra Afrika, men mere som de nationalparker, de har i England. Det er parker, hvor man går ind og bevarer både natur og kultur. Lake District National Park i det nordlige England er et fint eksempel, hvor parkens område bl.a. er græsningsområder for får. De lokale huse er beskyttede, der er faste regler og love for bygningsstandarder. Kan man lide det Engelske kulturlandskab og vil bevare det er

det jo fint nok. Men har man brug for en nationalpark for at gøre det?

Herhjemme har vi myriader af tilbud til turisterne. Tænker man på natur, så har for eksempel både kommunerne, amterne og staten, sidst nævnte igennem Skov- og Naturstyrelsen, rigtig gode tilbud på en naturferie. Skov- og Naturstyrelses arealer er et sandt eldorado for friluftsfolk, man kan endda frit overnatte med sit eget telt nogle steder, andre steder er der bålpladser. Turene i deres områder er godt afmærket, kortene er brugervenlige og der er ofte arrangeret organiserede ture for dem, det ikke vil gå alene.

Bæredygtig turisme

Rammen for en naturferie er derfor allerede til stede i Danmark. Set med turistøjne er nationalparker interessante, men en koordineret markedsføring af de allerede eksisterende naturturisme-produkter bundet sammen

med en forbedring af service niveauet og reelt skabe produkter, der ikke lugter af masseproduktion, er hvor hovedfokus for udvikling af natururisme burde være.

Faren er, at nationalpark-ideen bliver en marketings-øvelse, et nyt værktøj som marketingsfolkene fra VisitDenmark (tidligere Danmarks Turistråd) kan bruge. VisitDenmark burde allerede nu, sammen med alle aktører i naturturismen, samle naturoplevelserne og aktivt markedsføre disse. Her kan de bruge resultaterne fra nationalpark-pilotprojekterne positivt, de giver utrolig værdifulde informationer om bl.a. borgernes meninger og ønsker. Derved kan vi sikre os en forankring i det lokale som er vigtig for en langvarig bæredygtig turismestrategi.

Niels Riis Jensen er turismekonsulent