

Gastro 2025, madfestivaler og udvikling af kystdestinationer i Nordjylland

Laura James & Henrik Halkier, Aalborg Universitet

Den danske regering vil styrke dansk gastronomi og gøre Danmark til en gastronomisk hub frem til 2025. I den forbindelse har regeringen annonceret investering af 40 millioner DKK som blandt andet skal hjælpe til at udvikle Danmark som en gastronomisk feriedestination. Den såkaldte 'Gastro 2025' gruppe fik til opgave at udvikle en række anbefalinger, som kunne støtte dette formål. En af deres konklusioner var, at mad-events og begivenheder såsom madfestivaler skal udvikles og gøres endnu stærkere.

I dette INNOCOAST Input forklarer vi de forskellige muligheder og udfordringer, som vi ser i forhold til at bruge madfestivaler som et værktøj i forbindelse med udviklingen af turisme i kystdestinationer i Nordjylland.

Gastronomisk turisme i kystdestinationer

Mad og drikkevarer spiller en vigtig rolle i turistiske oplevelser, og den såkaldte fødevareturisme bliver betragtet som en måde at tiltrække turister med et højere døgnforbrug til kystdestinationer, også udenfor højsæsonen. I Dansk Kyst og Natur Turismes 2016-18 handlingsplan er der 'fokus på styrkelse af lokale råvarer via madoplevelser'. VisitDenmarks turistundersøgelser understreger også betydningen af mad og drikke: i 2014 fremhævede 43% af internationale turister gode danske spisesteder som én af årsagerne til at vælge Danmark som rejsemål.

Gastro 2025 gruppens rapport fremhæver at de fleste internationale turister er tilfredse med restauranterne i Danmark, men de noterer også at der er

'en udfordring i forholdet mellem pris og kvalitet', og at dette 'gælder særligt i kyst- og naturturismen, hvor døgnforbruget pr. turist også er meget lavere end i de store byer'. Mange destinationer har gastronomiske spydspidser, som tiltrækker turister og øger efterspørgsel for gastronomiske oplevelser. Det kan imidlertid være svært at finde gode kulinariske oplevelser udenfor højsæsonen.



Hvorfor madfestivaler?

Udvikling af koblinger mellem fødevarereproducere og turismeaktører har været målsætningen i Nordjylland i mange år. En række regionale udviklingsplaner fra Region Nordjylland, Business Region Nordjylland og VisitNordjylland har understreget betydningen af samarbejde på tværs af sektorerne.

Regionen har også forsøgt at tiltrække gastronomiske turister. Et godt eksempel er GastroNord, som er et netværk af gourmetrestauranter, som arbejder for at få regionens første Michelin stjerne. Imidlertid viser VisitDanmarks undersøgelser, at kun 6% af udenlandske kyst- og naturturister har finere gastronomi som et af deres rejsemotiver. Derfor kan det være mere realistisk og frugtbart at fokusere på den større gruppe af turister, som har interesse i lokale kulinariske oplevelser som en del af ferierejsen.

I denne sammenhæng er promovningen af mad-events og -festivaler som en del af en bredere turismestrategi meget relevant for Nordjylland, som

allerede har flere etablerede og populære festivaler, især med udgangspunkt i fisk og skaldyr. Her kan nævnes Mors Østerspremiere, Løgstør Muslingefestival, og Hirtshals Fiskefestival.

Festivaler som policy-værktøj

Madfestivaler spiller en vigtig rolle i innovativ udvikling på tværs af turisme- og fødevarersektorerne. Forskning fra INNOCOAST om Hirtshals Fiskefestival viser at festivaler fungerer som en arena, hvor mange forskellige producenter, restauranter og turisme aktører har muligheden for at skabe nye netværk og lære af hinanden. Andre undersøgelser demonstrerer, at lokale producenter bruger festivalen som et sted, hvor de tester nye produkter og opskrifter, som en måde at markedsføre deres virksomheder på, samt et sted hvor de finder inspiration og nye samarbejdspartnere. Derudover er festivaler i sig selv en attraktion, som kombinerer gastronomiske oplevelser med en række andre aktiviteter som tiltrækker en bredere gruppe af turister. Som en 'showcase' for lokale produkter og traditioner giver festivaler også god mulighed for at markedsføre destinationen.

Imidlertid er en udfordring i forhold til udnyttelse af madfestivalernes potentiale for at bidrage til udviklingen af turistdestinationer, at mange af disse events primært er rettet mod den lokale befolkning og desuden er afhængige af frivilligt arbejde. Det har stor betydning for mulighederne for udvikling af festivalerne til at levere et større bidrag til udvikling og vækst indenfor turismen.

I Hirtshals, for eksempel, er meningerne delte med hensyn til, hvorvidt og hvordan Fiskefestivalen skal udvikles i fremtiden. Denne situation er ikke usædvanlig, og det kræver en målrettet indsats at få skabt synergi mellem lokale behov og ønsket om at tiltrække flere turister til festivaloplevelsen.

Perspektiver

Der er ingen tvivl om, at mad-events og festivaler fortsat vil kunne spille en vigtig rolle i udviklingen af både turismen og den lokale fødevarer sektor langs kysterne i Danmark. 'Gastro 2025' er statens

bud på governance innovation på fødevarerområdet, men hvis de gode målsætninger i forhold til events og turisme skal opnås, forudsætter det en vedholdende indsats med hensyn til afklaring af mål, midler og engagement mellem de involverede stakeholdere.

I denne sammenhæng kan en anden og langt mere gennemgribende for governance-innovation få betydning, nemlig den kommende reform af det danske erhvervsfremmesystem. Turismefremmeindsatsen skal forenkles og konsolideres i 15-25 destinationsselskaber. Det kræver mere samarbejde i mellem kommuner og medfører derfor udfordringer i forhold til koordination mellem endnu flere aktører. Men samtidig kan der også blive bedre muligheder for at konsolidere eksisterende lokale madfestivaler og måske udvikle nye og større begivenheder med endnu større gennemslagskraft, både blandt turister og lokale.

- Festivaler kan spille en rolle i udviklingen af fødevarer turisme også langs kysterne ved at profilere kvalitetsfødevarer og gastronomiske oplevelser
- Festival-konceptet ligger fint i forlængelse af det nationale Gastro 2025 initiativ
- Udfordringen er at fastholde det lokale engagement, og samtidigt styrke oplevelses-udbuddet og øge appellen til besøgende turister

Kilder

Dansk Kyst og Natur Turisme (2016) *Handlingsplan for Kyst og Naturturismen i Danmark 2016-2018*.

Team Gastro (2018) *Anbefalinger*.

Visit Danmark (2017) *Turisme og Mad. Oplæg til Team Gastro 2025 – udarbejdet af VisitDenmark*.