

NYHEDER

Debat: Tager dansk turismeudvikling nok hensyn til lokalbefolkning og naturbeskyttelse?

Er aktører indenfor naturbeskyttelse og lokalbefolkningen inddraget tilstrækkeligt i dansk turismeudvikling, spørger de to debattører, som opfordrer til nye former for ledelse og virksomhedsstyring indenfor turismen.



Lektor Magnus Hultberg (tv) og projektleder Palle Nørgaard fra Erhvervsakademi Aarhus peger på potentialet i formelt at forankre bæredygtighedsindsatser som stewardship i dansk turismes udviklingsplaner.

MAGNUS HULTBERG, FORSKNINGSPROJEKTET GREEN X 2, ERHVERVSAKADEMI AARHUS

PALLE NØRGAARD, FORSKNINGSPROJEKTET GREEN X 2, ERHVERVSAKADEMI AARHUS

18. MARTS 2025 KL. 07.15

Outdoorøkonomi er turisme, friluftsliv og naturbeskyttelse. Her har agendaen om biodiversitet skubbet ansvarlige regenerative og naturpositive udviklingsinitiativer i gang.

Nyere managementformer indenfor turismen, som 'destination stewardship' med inddragelse af lokale, bringes ligeledes i spil i udlandet i opgøret med turismens negative aftryk.

I kontekst af forskningsprojektet Green X2 - naturværdi i outdoorøkonomien, har vi bemærket i akademiske diskussioner og lærebøger, at stewardship-tilgangen er dukket op, og at der lokalt i Danmark arbejdes med lignende tanker.

Men det ser ud til, at en vigtig værdi ved stewardshipledelse og -markedsføring overses, når det reduceres til designtilgang eller workshop-format. Og kan stewardship overhovedet integreres legitimt i dansk turismefremme?

Stewardship er ledelse

Stewardship opstod som en kritik af corporate governance, der for ensidigt forstod den daglige leder som selvinteresseret og med økonomiske motiver.

Ifølge stewardship-tilgangen var ideen bag corporate governance (virksomhedsstyring, *red*), at lederen også ville samarbejdet og 'det gode for organisationen'. Denne pointe har fundet genklang i behovet for at arbejde systemisk med bæredygtig omstilling og i kollektiv proces fremfor topstyring.

I 'destination stewardship' hos eksempelvis Travel Foundation, WTTC (World Travel & Tourism Council) eller Destination Stewardship Center har vi set langsigtet udvikling forankret i 'stewardship councils', som alle involverede kan se sig selv i og som derfor har stor legitimitet og gennemslagskraft i arbejdet med naturbeskyttelse og lokalsamfund. Her skabes også en øget brandingmulighed.

FORKLARING:

Det betyder stewardship

Stewardship betyder forvaltning eller ansvarlig ledelse. Det refererer til praksis med at tage ansvar for og passe på noget, ofte med en langsigtet og bæredygtig tilgang.

Stewardship kan anvendes i mange forskellige sammenhænge, såsom miljøforvaltning, økonomisk forvaltning, eller ledelse af organisationer og ressourcer.

Det indebærer ofte et etisk ansvar for at sikre, at ressourcerne bliver brugt på en måde, der er til gavn for både nuværende og fremtidige generationer.

Kilde: Monitormedier

Stewardship i dansk turisme

Stewardship i et dansk turismefremmesystem kunne tage udgangspunkt i de nationale udviklingsselskaber som Dansk Kyst og Naturturisme, DKNT.

DKNT arbejder fornuftigt med zoner og gæstestyring og inddrager eksperter i naturforvaltning og naturbeskyttelse.

Men kan man gøre endnu mere for at finde 'den rette balance mellem naturoplevelser og fortsat sikring af naturgrundlaget' end at løse det 'med strategisk fokus på gæstestyring', (*Længe leve landskabet*, 2024), når nu vi ved, hvor alarmerende det står til med biodiversiteten?

Er naturbeskyttelsesaktører og de lokale med langt nok i processen? Kunne stewardship-tilgangen og lokale råd tænkes mere solidt ind her?

Byg stewardship ind i planerne

I Danmark er decentrale DMO'er dygtige til at skabe udviklingsprojekter blandt andet gennem Erhvervsfremmebestyrelsens pulje, og DKNT rådgiver om udviklingsmetoder som 'strategisk-fysiske udviklingsplaner for Natur- og Outdoorområder', som benyttes.

Kunne man gøre stewardship-principper gældende her? Kunne de bygges ind i planernes 'trin' og 'principper'?

Er involveringsgraden af naturbeskyttelseseksperter tilstrækkelig?

Måler vi bæredygtigheden for meget på gæstens oplevelse?

Og kunne lokale fællesskaber have en større rolle?

Sådanne tiltag kunne skabe legitimitet men også brandingmuligheder.

En uopdyrket værdi

Bæredygtighedsindsatser forankret centralt som stewardship i udviklingsplaner har i vores optik en uopdyrket værdi i turismefremmearbejdet.

Lokale 'stewards' kunne legitimt bringes langt mere værdifuldt ind i placebranding-kampagner og flerstemmigt aktivere brandet.

Det kunne synliggøre lokalt liv i landskabet, personlige oplevelser med naturforvaltning eller måske endda 'citizen science', hvor frivillige lokale bekæmper invasive arter i skovene, eller sejler ud og samler data med fiskegarn og loddeudstyr om alge- og forureningsproblematikker.

Her, tæt på de lokale, ligger der ligeledes værdifulde deltagelsesmuligheder for turister. Men dette kan kun aktiveres, hvis det er legitimt forankret.

Hvis du er skeptisk overfor tanken, så husk på lokale airbnb-værter værdiskabelse for gæster i et succesrigt forretningskoncept. Den lokales omsorg for naturen kunne ligeledes aktiveres mere i Danmarks placebranding.

Skab lokalt engagement

Med stewardship-ledelse forankret i udviklingsplaner og måske som vurderingsparameter i erhvervsfremmeansøgninger kunne det gøres legitimt. En sådan fordel kan kaldes 'branded governance'.

I vores perspektiv er det udtryk for en reel styring af et stewardship-program og en stor mulighed for at skabe lokalt engagement, markedsføringspotentiale og forpligtigelse på flere niveauer.

Muligheden kræver en seriøs forankring og en diskussion af en dansk tilgang til stewardship, som stikker dybere end stewardship som oplevelsesdesign og gæsteinvolvering i strandrensninger og ålegræsplantning.

Debatindlægget er udtryk for skribenternes egen holdning og ikke Erhvervsakademi Aarhus'.

Deltag i debatten – send dit indlæg på 400-600 ord, svarende til maksimalt 4.000 tegn, til debat@turistmonitor.dk

DEL ARTIKEL