

Dansk gastronomi kan

De internationale øjne er igen rettet mod dansk gastronomi, og det giver igen tid til at tænke strategisk udviklingspotentiale for turismen i Danmarks yderområder. Man skal smede, mens jernet er varmt, og det er det i den grad på det gastronomiske område, og har i øvrigt været det længe.

Af Berit N. Olesen og
Jesper Zeihlund, RUC GRO
»Grønne Regionale Madoplevelser«

Danmark har siden Noma kom på verdenskortet med »New Nordic«, haft en betragtelig vækst i turister, der kommer på grund af netop gastronomien. Det blev så ikke mindre interessant, da Rasmus Kofoed vandt guld ved Bocuse d'or for få år siden, og så nu en sølvmedalje til Jonas Foldager fra Søllerød Kro. Det har mange andre kvalitetsrestauranter i Danmark haft glæde af, og vil helt sikkert fortsat have det, så umiddelbart må man sige, at det jo er fantastisk på så kort tid, at få Danmark sat på det gastronomiske verdenskort – men hvis vi ser på det i et større perspektiv, så kan vi få de efterspurgte og tiltrængte positive synergier uden for Danmarks storbyer.

Lokale retter er in

Globale megatrends som lokal produceret, sporbarhed og bæredygtighed er i kraftig fremgang overalt på kloden, og eftersom at der kommer mere og mere opmærksomhed på det i forbrugernes hverdag, vil det også have en stor betydning for manges ferievalg, ikke mindst de mennesker der allerede nu kommer af gastronomiske årsager. Segmentet, der rejser efter gastronomiske oplevelser, har ofte samme præferencer som ovenstående, så derfor har de mange »Gastroturister«, der kommer på grund af den store mængde gastronomiske spiseoplevelser, som udgangspunkt en stor generel interesse for gastronomi, og er derfor selvfølgelig også interesseret i at få et indblik i nogle af de unikke fødevarer, samt deres producenter, og opleve den meget gennemsigtige fødevarerproduktion nogle producenter har. Den regionale udvikling i yderområderne har derfor en unik chance for at få en bid af den gastronomiske succes. Vi har alle-



rede stærke innovative fødevarerkluger i Danmark.

Fokus på de små producenter

Læsø var nogle af de første til at få struktur på deres små fødevarerproducenter, Bornholm kom hurtigt efter, og fik også stor succes i forhold til turisme, Samsø har sat deres aftryk i forbindelse med fødevarer, men der er plads til mange flere. Som udgangspunkt viser erfaringer fra vores naboland England, at et enkelt fyrtårn kan løfte et helt lokalområde. Eksempelvis har River Cottage med Hugh Fearnley-Whittingstall i spidsen fået løftet hele gastroturismen i Devon til uforståelige højder. Det skal så lige siges, at England i mange år har haft store traditioner for små virksomheder i yderområderne (Rural business). De oplevede for mange årtier siden tab af arbejdspladser i land-

områderne, blandt andet da jern og kulindustrien stille og roligt blev af mindre betydning. Derfor er de selvfølgelig meget længere end Danmark, men mønstret er det samme, og et sted skal man jo starte.

Hvis vi ser på det før omtalte eksempel i engelske Devon, så har River Cottage medført mange andre slags virksomheder, der alle støttes og bæres af en stor gastronomisk aktør, der så har medført traditionelle turismehverv, så som kunsthåndværk, antikviteter og lignende.

Fyrtårne skal spottes og understøttes

Man skal huske på, at mange af de små virksomheder der skabes i relation til »Gastroturismen«, er til stor samfundsgavn generelt, da det ud over konkret økonomi til enkelte personer, også bidrager til et positivt billede af lokalområdets helhed, og som dermed at med til at skabe en attraktiv identitet for området, som så kan medføre befolkningstilvækst, samt endnu flere traditionelle arbejdspladser, og dermed selvfølgelig så en bæredygtigt økonomi for hele lokalsamfundet.

Fyrtårnene skal spottes og understøttes – de kan næsten alene skabe synergi og fremdrift, samt hvis et område er så heldigt at have flere af slagsen, så er det oplagt, at koncentrere indsatsen om disse, for som man siger: »Hvis det regner på præsten, så drypper det på degen«. Sammenhængen i en helstøbt lokal turismeprofil kræver en udviklingsvillighed fra de traditionelle turismeaktører, da »Gastroturisten« ikke er som de almindelige turister. De er utrolig opmærksomme på helhedsoplevelser, og at deres forventede billede stemmer overens med det, de møder.

Det giver så anledning til at opfordre til, at man prøver at se ens turismedestination som helhed, og at alle aktører hver især bidrager til, at dette helhedsbillede bliver i

skabe vækst i yderområder

overensstemmelse med det, madturisten forventer, forlanger og i sidste ende oplever.

Afstandene er korte i Danmark

En anden ting vi skal være opmærksom på i Danmark, er, at vores »afstands-skræk« ikke altid holder stik med andre nationaliteters syn på dette. Eksempelvis synes vi i Danmark, at 150 km er alt for langt til, at vi kan skabe synergier på så lange afstande, men hvis vi tænker lidt over det, når vi selv har ferie, så er det ikke utænkeligt, at vi også selv transporter os flere hundrede kilometer for at få en specifik oplevelse.

Så løsningen er klar – men ikke nem. Der skal sættes konkret fokus på dem, der kan løfte den gastronomiske interesse for det enkelte lokalområde, samt skal de støttende erhverv, så som hotel, restaurant,

feriehusudlejning, campingplads samt mange andre traditionelle turismeerhverv have hjælp til konkret produktudvikling ved, at man støtter værdikæden i fødevarerne, lige fra producent til gastronomisk udbyder, for hvis man finder fælles fodslag og interesse, hvor alle har gavn af alles unikke bidrag, så vil man få en gastronomisk destination, der ikke bare er af høj kvalitet, men også har en særegen profil, som vil være interessant for mange - også udenlandske turister, og som så kan bidrage til en bred vækst til gavn for hele lokalområdet.

Alle skal være med

Alle Danmarks lokalområder skal med, da der på området her er et særdeles stort uudnyttet potentiale, og eftersom den store forskel Danmark har at byde på i forhold til fødevarer, så er der rigeligt plads

til at alle kan få skabt en unik platform, hvor netop deres lokalområde kan gøre sig gældende.

I vores hverdag arbejder vi intensivt med Gastroturisme i Region Sjælland, der på trods af den relative lille størrelse, har mange forskellige kategorier af fødevarer, der på grund af jord og klima trives netop bedst, der hvor de nu er. Hvis man så ser på Danmark som helhed, så bliver billedet mere bredt, og i den grad mangfoldigt. Umiddelbart vil man sikkert sige, at lokalområder ville skulle konkurrere mod hinanden, men sagen set i et stort perspektiv, viser netop, at den brede palet der overordnet er i Danmark, set fra den internationale turist kun gør det mere attraktivt.

For vi skal lige huske, at det sværeste er begyndelsen, hvor en ny turist skal vælge, om de overhovedet vil komme.



**HURTIG
PRÆCIS
TRANSPORT**



Transport og Logistik

H.P. Therkelsen er en af Danmarks førende leverandører af effektive logistik- og serviceløsninger med speciale i landevejstransport overalt i Danmark.

Hos H.P. Therkelsen ligger vi vægt på at være en logistikpartner som styrker vores kunders konkurrenceevne. Både store og små kunder kan drage fordel af et samarbejde med H.P. Therkelsen idet vi skaber tryghed i hele transportforløbet. Vores styrker er blandt andet:

- Høj leveringssikkerhed
- Hurtig opfølgning – 24/7
- Faste kontaktpersoner
- Fleksibilitet
- Høj materiel standard
- Ærlighed/troværdighed

Vore mere end 200 dedikerede medarbejdere er eksperter i blandt andet transport af temperaturfølsomme varer – både frosne, kolerde og ferske levnedsmidler, chokolade- og medicinalvarer samt industri-gods. For os er enhver opgave af interesse, og vi sætter en ære i at levere den bedste kundeservice i ethvert kundeforhold.

Kvalitet

H.P. Therkelsen er som en af de få logistikoperatører i Europa certificeret i henhold til IFS-standarden. Fødevarerens sikkerhed optimeres herved idet vores kvalitet og processer systematisk kontrolleres i forhold til markedets mest krævende standard. Da de store handelskæder i Europa i stigende grad stiller krav om IFS - certificering af deres leverandører, kan valget af H.P. Therkelsen som logistikpartner være med til at styrke vore kunders konkurrencemæssige fordel.



international
featured
standards



Logistics



Ønsker De at høre mere om de services vi kan tilbyde, er De velkommen til at kontakte os!

H. P. Therkelsen A/S - Eksportvej 1 - DK-6330 Padborg - Tel. +45 74671454 - hpt@hpt.dk - www.hpt.dk