

Bæredygtig turisme på Færøerne

Casestudie om Mykines



Gruppe 5

Mikkel Skjoldan Gildberg

Sebastian Sand Rejkjær

Tórbjörn Akselsson Haraldsen

Roskilde Universitet

Samfundsvidenskabelig bachelor

Basisprojekt 2

Foråret

2. semester

Antal tegn: 120.541

Vejleder: Kristine Juul, Institut for Mennesker og
Teknologi

27-05-2019

Abstract

Our interest in this project is based on the fact that The Faroe Islands is facing a rise within the tourism sector, and we wish to research how the rise of tourism affects the local community and environment. To narrow down our problem statement, we have weighed our focus on the small island Mykines, located on the westside of The Faroe Islands. Mykines, an island consisting of only fifteen all-year inhabitants, is facing large challenges due to tourism in relation to its small size. Besides this, Visit Faroe Islands is branding their country as “unspoiled, unexplored and unbelievable”, while a lot of the tourist informations wants to use sustainability as a branding tool. This leads to our question about, if it is really possible to make tourism sustainable?

In the first part of the project we have analyzed how The Faroe Islands is managing the increasing tourism, and we have defined which kinds of tourists most frequently visits The Faroe Islands and why they do so.

In the second part of the project we dig further down to a smaller scale, and put our focus solely on Mykines. We have been analyzing Mykines as a place, while also stating what makes Mykines an experience for tourists. Next we have stated the various challenges that Mykines faces as a popular yet undeveloped tourist attraction, which leads to the stakeholder analysis we have been created. Furthermore we have been discussing if Tourism can be sustainable, while bringing in ideas for solutions to the tourism challenges.

Indholdsfortegnelse

1. Indledning.....	1
1.1 Problemfelt.....	1
1.2 Færøerne.....	3
1.2.1 Mykines.....	3
1.3 Problemformulering.....	5
2. Teori.....	6
2.1 Turisme.....	6
2.1.1 Kriterier for økoturisme.....	7
2.2 Bæredygtig turisme.....	8
2.2.1 Miljømæssig bæredygtighed.....	9
2.2.2 Økonomisk bæredygtighed.....	9
2.2.3. Social bæredygtighed.....	9
2.3 Oplevelsesøkonomi.....	10
2.4 Stedsteori.....	12
3. Metode.....	14
3.1 Metodiske overvejelser og praktiske forhold.....	14
3.2 Kvalitativ Metode.....	15
3.2.1 Feltstudie.....	15
3.2.2 Deltagerobservation.....	15
3.2.3 Det Semistrukturerede Interview.....	15
3.2.4 Udvalgsproces og redegørelse for valg af informanter.....	16
3.3 Kvantitativ metode.....	18
3.4 Interessentanalyse.....	19

3.5	Analysens struktur	20
4.	Analyse	21
4.1	Hvordan forvaltes turismen på Færøerne?.....	21
4.1.1	The maintenance weekend.....	25
4.2	Hvilke turister vælger Færøerne, og hvorfor vælger de Færøerne?	26
4.3	Delkonklusion	29
4.4	Hvad er Mykines for et sted, og hvad gør øen til en unik oplevelse?.....	30
4.4.1	Stedsanalyse af Mykines	30
4.4.2	Mykines som en oplevelse.....	36
4.5	Hvilke udfordringer indebærer den stigende turisme på Mykines, og hvordan håndterer de aktuelle interessenter de udfordringer?.....	39
4.5.1	Udfordringer med turismen på Mykines.....	39
4.5.2	Interessentanalyse af forvaltningen af turismen på Mykines	41
4.5.3	Vigtigste interessenter	46
4.5.4	Delkonklusion	46
5.	Diskussion	48
5.1	Løsningsforslag til Mykines	48
5.2	Kan turismen være bæredygtig?.....	52
5.3	Diskussion af metodevalg.....	54
6.	Konklusion	55
7.	Litteraturliste.....	58

1. Indledning

I første kapitel af vores projekt vil vi redegøre for vores problemstilling, samt beskrive Færøerne og Mykines, for at give et overblik for læseren. Vi vil derefter forklare hvorfor vi har valgt Færøerne, og hvorfor Mykines er interessant.

1.1 Problemfelt

Turismen er en af de mest voksende erhverv i verden, ved en stabil vækst på 4% de seneste 10 år (Visit Denmark 2015:3). Globaliseringen gør det nemt for folk at rejse verden rundt, samtidigt med at flere tidligere utilgængelige rejsedestinationer bliver mere tilgængelige for rejsende. Flybilletter er blevet billigere, og antallet af rejsende er steget markant. I 2015 planlagde 67% danskere en flyvetur til udlandet, som er en stigning på 14% på et år (CPH Lufthavn, 2015).

Turismen bringer en del konsekvenser med sig, hvor end i verden den stiger. Konsekvenserne kan både være positive og negative. Turismen giver storbyer og landsbyer muligheden for at tjene penge, ud over de konventionelle erhverv. Det primære fokus de seneste år har dog været på de negative konsekvenser. I medierne bliver det ofte omtalt, hvor skidt det er for miljøet, klimaet og de enkelte feriedestinationer, som man rejser til. Et land som Island, har også været meget omtalt i medierne, hvor gejserne og vulkanudbruddet i 2010 har medført en stor interesse for turister (Danmarks Radio, 2017). Konsekvenser som inflation indenfor servicebranchen, og ukontrolleret håndtering af turister der går i naturen, er nogle af de konsekvenser der bliver skrevet om. Turisme er et emne der er omfattende og meget samfundsaktuelt, og noget som vi aktivt deltager i som danskere. Derfor har det pirret vores interesse og lyst til at blive klogere på emnet.

Vi har kendt til turismen i mange år, også på Færøerne. Dog har de seneste år vakt en større interesse for turister, for eksempel blev Færøerne i 2015 kåret til årets turistdestination af National Geographic (VFI, 2015a). Turismen er for Færøerne forholdsvis ny, antallet af rejsende til og fra er næsten fordoblet fra 2010 til 2018. Så når turismen stiger i et lille land som Færøerne, hvordan håndterer de så den stigende

turisme? Er de forberedt med en helt anden viden? Og hvorfor er det at turisterne vælger Færøerne nu? Med denne undren, har vi valgt at afgrænse os til Færøerne. Vi finder det spændende at undersøge et land, der som turistdestination er under stor udvikling. Færøerne er på et begyndende stadie, og har omkring 100.000 turister årligt (Hagstovan 2019a), med en årlig vækst på 10% (Helgason, 2019).

Når et land, på Færøernes størrelse, oplever en stigning i turismen, så vil det have nogle automatiske konsekvenser, som landet skal reagere på. Et af de mest eksotiske steder på Færøerne er øen Mykines. Mykines er den isolerede ø i venstre side på billede 1.1. Med en stigning på nærmest 400% af rejsende til øen fra 2011 til 2019 (Andreasen 2018:38) er den en af de mest

billede 1.1



populære destinationer for turisterne. Dette vækker yderligere interesse, for udover hvordan Færøerne håndterer turismen nationalt, hvilke konsekvenser har det så for en lille ø, at turismen stiger? Hvordan har en lille ø mulighed for at forvalte turismen? Vi vil derfor arbejde casebaseret med henblik på Mykines, for det interesserer os, hvordan lokalsamfundet tager imod den stigende turisme, samt hvordan de forvalter den. Vi er interesserede i hvilke aktører der gør sig gældende, når det handler om håndteringen af turismen.

<https://mannenkapselskort.blogspot.com/2019/01/froya-kort.html>

I projektet vil vi undersøge hvilke konsekvenser turismen har, delvist på Færøerne og især med fokus på Mykines. Vi vil undersøge hvordan Færøerne forvalter turismen, og hvorfor turister vælger Færøerne. Derudover vil vi undersøge hvordan Mykines lokalt håndterer den stigende turisme.

1.2 Færøerne

Færøerne er en øgruppe midt i Nordatlanten, og danner sammen med Grønland og Danmark det danske rigsfællesskab. Færøerne er et selvstændigt land, med eget parlament, også kaldt Lagtinget. Befolkningen var på 51.617 den 1. April 2019 (Hagstovan 2019). Størstedelen af økonomien i landet drives af fiske- og opdrætindustrien, hvor turismen kommer ind på en tredjeplads (Búskaparráðið 2018:31). Færøerne har en scenisk natur der rummer bjerge, klipper og hav over hele horisonten.

Udenrigs- og erhvervsstyrelsen på Færøerne oprettede i 2014 Visit Faroe Islands (VFI), en organisation der havde til formål at markedsføre Færøerne som en rejsedestination. I april 2018 oprettede VFI en udviklingsafdeling, for at hjælpe udviklingen af turisme på Færøerne. Derudover har VFI muligheden og mandatet til at støtte turismeprojekter rundt omkring på Færøerne.

Igennem vores projekt vil vi redegøre for turisme, både som begreb og fænomen, med særligt fokus på bæredygtig turisme. Vi har undersøgt hvordan turismen har udviklet sig på Færøerne, hvorfor folk rejser til Færøerne og hvilke mennesker der vælger en øgruppe midt ude i Atlanten. Med fokus på Mykines, har vi undersøgt hvad Mykines er for et sted, og hvilken type oplevelse Mykines tilbyder turisterne. Til sidst vil vi lave en interessentanalyse, om forvaltning af turismen på Mykines. Vi vil inddrage de relevante aktører, som vi har interviewet og snakket med, både fra lokal og national plan. Derefter vil vi undersøge hvilke konflikter der kommer, når turismen træder i karakter, og om der findes en løsning på hvordan turismen skal håndteres.

1.2.1 Mykines

Mykines havde i 2019 14 registrerede beboere (Hagstova 2019). Det er en isoleret lille ø, med et rigt dyreliv, hvor det især er lunder som turisterne finder interessante. Mykines har en halvø, der kaldes Holmen, den er yderst populær at vandre ud til. Billede 1.2 viser Holmen og en lille del af Mykines. Resten af øen er udelukkende bosat af får, og har også begrænset besøg af turister. Det grønne areal i højre side af billede 1.2 er delvist beboet eller brugt til får eller andet landbrug.

For at komme til Mykines skal man enten sejle med båd eller flyve med helikopter. Den offentlige båd sejler kun fra 1. maj til 30. august hvert år, som også er sæson, for turisterne. Når båden ikke sejler, kan man tage helikopteren ud til øen. Helikopteren flyver hver anden dag året rundt - dog kun to gange om ugen i enkelte perioder.

Den populære vandretur starter i midten af bygden, og går derefter hele vejen ud til enden af Holmen, som det kan ses på de orange striber på billede 1.2. Det er især denne vandretur der giver turisterne mulighed for at opleve det rige fugleliv. På vej ud til Holmen går man igennem Lamba. Lamba er kongsjord, og er fæstet af en bonde på Mykines. Når der bliver gået fra bygden mod holmen, er Lamba det stykke der ligger lige før broen. På billede 1.2 er det stykket mellem det grønne areal, og frem til starten af Holmen. Stien ned af Lamba er stejl og meget nedtrådt. Der er næsten ingen form for menneskabt infrastruktur, kun pæle til at guide turisterne den rette vej.

Billede 1.2



<http://mykines.info/holmbygd.htm>

Turismen på Mykines har fået et stort boost de sidste par år. Antallet af turister der tager den offentlige transport ud til øen er vokset fra 5.631 i 2009 til 20.629 i 2017 (Andreasen 2018:38). Dette tal kan virke lavt i forhold hvad det niveau af masseturisme, man ser i andre lande. I Mykines tilfælde er det dog bemærkelsesværdigt, da der kun bor 14 mennesker. Yderligere kan det tilføjes at antallet af turister er væsentlig højere end statistikken siger, på grund af private turistattraktioner der tilbyder ture til Mykines,

samt at der er mulighed for anden transport, som helikopter eller privat båd (UVMR 2017:62). En lokal vurderer at der i 2018 var 15.000 turister der gik den lange tur ud til Holmen (Heinesen 2019).

Den voksende turisme har vakt opmærksomhed på øen, dette har medført at befolkningen på øen, sammen med relevante interessenter har taget en dialog op, for at løse turismens udfordringer. De havde et møde i 2017, hvor konklusionerne var at turister, inklusiv færøske turister, skal betale 100 kr for at gå ud på det grønne areal, vi ser på billede 1.2. Det vil også betyde at Holmen, koster 100 kr at besøge. Derudover blev det også vedtaget at turen til Holmen skulle foretages ledsaget af en guide (Heinesen, 2019). Dette har dog vist sig at være svært at praktisere.

1.3 Problemformulering

- **Hvordan kan den stigende turisme på Færøerne forvaltes bæredygtigt - med særligt henblik på Mykines?**
 - Hvordan har turismen udviklet sig på Færøerne, og hvordan forvaltes turismen?
 - Hvilke turister vælger Færøerne og hvorfor vælger turister at rejse til Færøerne?
 - Hvad er Mykines for et sted, og hvad gør øen til en unik oplevelse?
 - Hvilke udfordringer indebærer den stigende turisme på Mykines, og hvordan håndterer de aktuelle interessenter de udfordringer?

2. Teori

I det kommende kapitel vil vi redegøre for vores valg af teori i projektet, hvor vi kommer ind på turisme, oplevelsesøkonomi, sted og bæredygtighed som begreb, samt kriterierne for at turisme kan defineres som økoturisme. Dette projekt er ikke baseret på en teoretisk vinkel, eller en enkelt teori. Projektet er derimod i højere grad baseret på vores empiriske data. De valgte teorier beskrives tit som fænomener eller begreber, og er derfor en hjælp til at give bedre forståelse af den empiri vi har opnået. Turisme, sted og oplevelsesøkonomi teorien er grundlag for analysen. Hvorimod afsnittet om bæredygtighed er for at definere begrebet, og redegøre for hvordan vi bruger begrebet.

2.1 Turisme

For at forstå turisme som fænomen eller begreb, må vi skelne i mellem en almen forståelse af turisme, og en teoretisk forståelse af turisme. Turismeforskningen startede i 1960'erne, og fik i slutningen af 80'erne for alvor fart på (Andersen, 2007:22), men halter langt bagud i forhold til andre samfundsvidenskabelige discipliner (Andersen, 2007:23). Alment opfattes turisme som en fornøjelse, som noget der foregår i fritiden og står i modsætning til hverdagen. Denne opfattelse af turismen er ikke forkert, men den bliver svær at analysere og lave statistikker på, fordi det ikke er en specifik definitionsramme (Andersen, 2007a:30-31). Der er ikke nogle elementer der kan måles på, da det er svært at skelne mellem fritidsrejser, erhvervsrejser eller indenrigsrejser, samt længden af rejsen. Derfor har World Tourism Organization (UNWTO) lavet en definition, som er mere specifik:

“Tourism comprises the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes. The usual environment of a person consist of a certain area around her/his place of residence plus all other places he/she frequently visits.” (Andersen, 2007a:34).

Denne definition sætter en tidsramme for rejsen, samtidig med at den inkluderer alle former for rejser, så længe det er uden for 'hjemmet'. Hjemmet inkluderer også hyppigt besøgte steder, som for eksempel sommerhuse eller kolonihaver. Selvom denne

definition sætter nogle rammer, kan vi stadig sætte spørgsmålstejn ved hvordan man kan skelne mellem om noget er turisme. For eksempel, hvis man rejser fra Sjælland til Jylland for at besøge familie, skal man så kategoriseres som turist? Det bliver derfor vigtigt hvis der skal laves statistik eller analyseres, at man vælger et segment af turister, og derefter laver undersøgelsen. Turistrejser kan skelnes mellem to former for rejser, individuel- og pakkerejse (Andersen 2007a:40).

Ifølge UNWTO seks former for rejsemål (Andersen: 2007a:38-39):

- Fritid, rekreation og ferie (fornøjelse)
- Besøge venner og familie (sociale)
- Erhvervsrejse (arbejdsræssige)
- Helsemæssige formål (helbred)
- Religion og pilgrimsfærd (åndelig)
- Andet

Disse former kan være med til at kategorisere en rejse, og hvilket formål den har. Det der gør turisme så ekstremt svært at begrebsliggøre, er at mange rejser har mere end et formål. F.eks kan en erhvervsrejse blandes med et socialt eller fornøjelses formål. Det er derfor spændende at stille spørgsmål ved, hvilke turister som rejser til Færøerne, og hvad deres formål med rejsen er?

2.1.1 Kriterier for økoturisme

Økoturismen kan ses som en "genre" inden for turismen. Det vil sige, at det ikke er en speciel slags turister, men nærmere en måde at udøve turismen på.

Definitionen af økoturisme har vi valgt at tage fra TIES (The International Ecotourism Society). TIES definerer økoturisme således: *"Responsible travel to natural areas that conserves the environment, sustains the well-being of the local people, and involves interpretation and education"* (TIES, 2015)

Indenfor økoturismen har TIES stillet en række principper, som definerer og ligger til bund for hvornår turisme er økoturisme. I grove træk handler økoturisme om at forene

konservering, lokalsamfund og bæredygtig turisme. Så for at turistorganisationer, hoteller, feriedestinationer kan markedsføre sig som økoturisme, skal disse forhold og principper overholdes:

- Fysisk, socialt og psykologisk påvirkning og indflydelse på lokalsamfundet og naturen skal minimeres
- Der skal opbygges miljømæssig og kulturel opmærksomhed og respekt
- Oplevelserne skal både opfattes positivt af turisterne såvel som de lokale
- Der skal være direkte økonomisk støtte til konservering
- Der skal generes økonomisk overskud for de lokale mennesker samt privatindustrien
- Der skal sørges for at de besøgende får mindeværdige oplevelser som hjælper med at skabe opmærksomhed omkring værtslandets politiske, miljømæssige og sociale klima.
- Faciliteterne som skal velkomme turisterne, skal være designet, bygget og opereres med så lidt indflydelse på natur og lokalsamfund som muligt
- Oplevelserne skal kende til reglementer, kulturelle og spirituelle tro for lokalbefolkningen, og man skal samarbejde med lokalbefolkningen om at skabe bemyndigelse

(TIES, 2015)

2.2 Bæredygtig turisme

Hvor økoturismen ses som en genre inden for turismen, så er bæredygtig turisme en måde at forvalte turismen på. Bæredygtighed er et hyppigt brugt ord, både i det politiske system og i hverdags sproget blandt den almene dansker. Det samme gælder bæredygtig turismen, men hvad indeholder det præcist? Bæredygtighed og turisme er grundlæggende to meget forskellige ting - kan de egentlig gå hånd i hånd? Det er et stort spørgsmål, som vil være gennemgående i projektet. Vi vil starte med at definere bæredygtighed, og derefter definere bæredygtig turisme, og de former af bæredygtighed den indeholder. Definitionen af bæredygtighed er hentet fra FN, som vi mener er mest fyldestgørende: *“meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.”* (FN 1987:16). Bæredygtighed er for FN, at

turismen ikke skal ødelægge mulighederne, for det vi har, og at det også skal være muligt for de kommende generationer.

Bæredygtig turisme har mange af de samme træk som begrebet bæredygtighed, hvor det handler om, i så høj grad som muligt, at bevare det som er, således at det også kan opleves af kommende generationer. Men vil turismen ikke tære på de ting som er, selvom den forvaltes bæredygtigt? For at operationalisere bæredygtig turisme, deler vi den op i tre underkategorier: miljømæssig-, social-, og økonomisk bæredygtighed. Årsagen til at vi har valgt at definere disse former, er fordi de er essentielle for at forstå vores analyse. Definitionerne af de tre former, har vi taget fra en arbejdsgruppe, der i 2017 afleverede en rapport om Færøsk turisme til udenrigs- og erhvervsministeren (UVMR 2017:12). Det har vi valgt for at få begreberne defineret i samme kontekst, som vi bruger dem i analysen.

2.2.1 Miljømæssig bæredygtighed

For at turisme skal være miljømæssig bæredygtigt, skal turismen ikke skade naturen eller miljøet i det besøgte område, såsom planter, dyr, vand, jord og så videre. Turismen skal derimod være med til, at bevare landskabet både biologisk og kulturelt. Yderligere skal den tilbringe positive fordele for miljøet, i form af penge til forskning, bevarelse og tiltag, som for eksempel hjælper med vedligeholdelse og beskyttelse.

2.2.2 Økonomisk bæredygtighed

Økonomisk bæredygtighed er kort fortalt, hvis en turistdestination er konkurrencedygtig. Den skal kontinuerligt støtte lokalsamfundet, ved at turismen skal give afkast, og give lokalsamfundet økonomiske goder. Økonomisk bæredygtighed skal skabe gode relationer til ejere, ansatte og naboer.

2.2.3. Social bæredygtighed

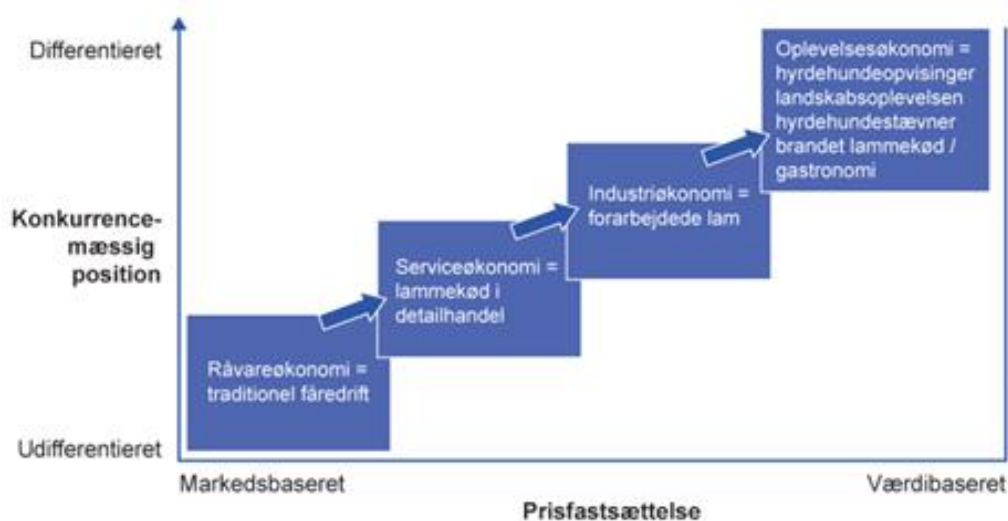
Turismen skal ikke beskadige livet i den lokale by eller sociale systemer i lokalsamfundet, men styrke den færøske identitet og være med til at udvikle kulturen i lokalsamfundet. Altså turismen skal forene, ikke separere de lokale.

2.3 Oplevelsesøkonomi

Oplevelsesøkonomi blev introduceret som en forståelsesramme i 1999 af Joseph Pin og James Gilmore (Madsen, 2015:8). Pin og Gilmore viser hvordan oplevelsesøkonomien er anderledes i forhold til andre økonomiske stadier, og hvordan økonomien er gået fra råvare-økonomi til oplevelsesøkonomi (Madsen, 2015:9). Figur 1.1 viser hvordan et produkt, i dette tilfælde får industrien, til at udvikle sig fra at være en råvare, til en del af en oplevelse.

I første stadie er produktet udifferentieret, hvilket betyder, at det ikke skelner sig fra andre produkter i samme branche. I næste stadie bliver varen mere differentieret ved at forbrugeren kan have et forhold til et brand eller lignende. Tredje stadie bliver varen serveret, det kan f.eks. være kaffe to go, her ydes der en tjeneste, samtidig med at omgivelserne eller brandet kan være med til at differentiere produktet. Sidste stadie er oplevelsesøkonomien, her bliver hele den samlede oplevelse til et produkt. Det er både produktet der bliver leveret, tjenesten der bliver ydet og ikke mindst omgivelserne eller vejen hen til en attraktion (Madsen, 2015:11).

Figur 1.1



Kilde:(www.oplev.systeme.dk/)

Oplevelsesøkonomien afløser ikke de andre stadier, men er et supplement til dem (Madsen, 2015:10). Med andre ord, oplevelsesøkonomien inddrager elementerne fra de andre stadier, og tillægger dem "oplevelsen", som gør at produktet får en form for værdi for forbrugeren.

Definitionen af en oplevelse er ikke så snæver, der er dog nogle krav der skal opfyldes for at det kan være en 'god oplevelse' (Madsen, 2015:13). Den skal bryde hverdagen, og være værd at fortælle om. En oplevelse man nødtigt ville undvære (ibid). Denne definition er bred, og derfor kan der også være mange oplevelser under en rejse. Formålet med oplevelsesøkonomien er hermed at få mest ud af forbrugeren og give dem den bedste oplevelse.

Der er to tilgange til oplevelsesøkonomien, den erhvervsøkonomiske og den humanistiske tilgang (Madsen, 2015:19). Forskellen på de to tilgange er grundlæggende, at den erhvervsøkonomiske har virksomheden i fokus og hvordan den sætter rammer, skaber og kontrollerer oplevelsen for forbrugeren. Den humanistiske tilgang har individet/gruppen i fokus, eller behovet for oplevelsen. Det betyder at det er forbrugeren selv der kontrollerer oplevelsen, og i høj grad selv skaber oplevelsen gennem subjektive kriterier (Madsen, 2015:20). I dette projekt vil vi analysere med humanistisk tilgang på grund af, at vi som observanter er forbrugere på Mykines som en oplevelse. Vi kan ud fra vores egne erfaringer analysere Mykines som en oplevelse.

Figur 1.2



Kilde: <https://oplev.systeme.dk/index.php?id=196>

For at analysere på hvordan Mykines er en oplevelse, vil vi redegøre for hvordan oplevelser absorberes, eller hvordan en kunde eller turist optager oplevelsen. Teorien bygger på fire forskellige dimensioner af absorbering. Som det kan ses i figur 1.2, så er der to akser, x-aksen der beskriver turistens deltagelse, og y-aksen der beskriver om oplevelsen går ind i kunden eller omvendt. Det som denne teori kan bruges til, er at identificere hvordan kunden får en oplevelse, om det er gennem deltagelse eller om det kræver mere af virksomheden. Er det Mykines som en ø alene, der gør at kunden får en oplevelse? Eller er det en kombination af aktiv deltagelse og hvordan turistguiden fører turisten gennem oplevelsen?

2.4 Stedsteori

Sted kan forstås på flere måder. Sted kan være navigationer på et kort, det kan være en turistattraktion som Nyhavn, såvel som det kan være dagligstuen i ens hjem. Sted er komplekst at arbejde med, og det er meget op til forskeren, at bruge teorien om sted på sin egen måde (Cresswell, 2004:3-4). At finde en klar og kort definition på hvad sted er som teori, er en opgave, som er noget nær umulig. Teorien omkring sted er et vidtfavnende begreb, som kan tolkes på flere forskellige måder, og der findes mange løse definitioner af sted i litteraturen. At få en kort og samtidigt afdækkende definition af hvad sted er, er svært, da det så ender op med at opridse hvilke dimensioner som hører ind under sted teorien (Aure, Berg, Cruickshank og Dale. 2015:16).

Tim Cresswell, professor ved Trinity College, Hartford, har udgivet flere bøger som berører dette område. En af disse bøger er 'Place: a short introduction', som prøver at begrebsliggøre det noget komplekse begreb som sted er. Cresswell forklarer hvordan sted ikke er et eksklusivt akademisk funderet udtryk, men et helt normalt hverdagsord, som er inkorporeret i hverdags sproget. Cresswell skriver, at det er vigtigt at huske på, at sted ikke blot er en ting i denne verden, men en måde at forstå verden på (Cresswell, 2004:11). Udover det, så gør Cresswell det klart, at steder ikke er noget som er kunstigt

opført som færdige produkter, såsom biler og sko. Steder er derimod noget som bliver skabt gennem en konstant proces. Cresswell skriver "*Places are never finished but produced through the reiteration of practises - the repetition of seemingly mundane activities on a daily basis*" (Cresswell, 2004:82). Altså at steder er opbygget og ændres af de daglige praksisser, som nu engang foregår på det givne sted. Steder og mennesker er forbundet og har mange relationer. Mennesker er både med til at skabe et sted, i forhold til kultur, litteratur, musik og så videre. Lige så er steder med til at skabe menneskene som enten bor eller besøger stedet (ibid.). Derfor er det spændende at undersøge, hvordan turisme ændrer Mykines som sted. Hvad Mykines er som sted, og hvilke dynamikker der lever i et småt lokalsamfund.

3. Metode

I dette kapitel vil vi redegøre for hvordan undersøgelsen i dette projekt er baseret på en kvalitativ undersøgelse. Siden vil vi uddybe de valgte metoder, som er feltstudiet, med interviews og observationer. Derudover vil vi redegøre for de informanter vi har valgt at interviewe, og hvilken viden vi ønskede at opnå fra dem. Derefter redegør vi for hvordan den kvalitative undersøgelse, understøttes ved at gøre brug af sekundært kvantitativt data. Til sidst redegør vi for interessentanalysen, som er en del af analysen.

3.1 Metodiske overvejelser og praktiske forhold

Empirien om Mykines er begrænset online, og derfor besluttede vi os for at tage til Færøerne i otte dage, for at lave et feltstudie. Da vores problemformulering delvist er baseret på Mykines, rejste vi derfor dertil i to døgn som en del af feltstudiet. Dette var for at komme i kontakt med de lokale, få et forhold til øen og se hvordan turismen har påvirket den. Det medførte at undersøgelsen om Mykines krævede interviews med en række mennesker. Undersøgelsen på Mykines er baseret på tre semistrukturerede og et uformelt interview. Derudover er der enkelte uformelle samtaler, der gav os indblik i livet på Mykines. Derimod har VFI udgivet en række rapporter, vedrørende turisme på nationalt plan. Udover den empiri vi havde adgang til om forvaltning af turisme, valgte vi at lave to semistrukturerede interview, et med VFI og et med en politiker. Denne empiri er grundlag for store dele af analysen. I alt indebærer undersøgelsen fem semistrukturerede interviews og et uformelt interview.

Om de praktiske forhold, var vores rejse i april måned, da det passede bedst i forhold til undervisning på skolen. Vi er bevidste om, at en lignende undersøgelse i højsæson, kunne give et andet billede af Mykines. På Mykines blev vi tilbudt at bo hos Oda Andreassen. Dette betød at vi fik lov at bo i et over 100 år gammel hus, hvor vores vært driver sin turistvirksomhed på Mykines fra. Vi startede opholdet med at gå en guidet tur gennem Lamba, ud til Holmen og tilbage igen, med Oda som guide.

3.2 Kvalitativ Metode

3.2.1 Feltstudie

Vi valgte at rejse til Færøerne fra d. 5/4 2019 - 13/4 2019. Feltstudie er en metodepakke (Mørck, 2017:155), hvor vores pakke er en kombination af deltagerobservation, semistrukturerede og uformelle interviews. Dette gjorde vi for at lære de lokale at kende, samt for at få et nuanceret indblik i deres holdninger og forståelse af den stigende turisme på Færøerne. Årsagen til at turen til Mykines kun var to dage, var på grund af de dårlige transportmuligheder. Ud over turen Mykines brugte vi tiden på Færøerne, til at komme i kontakt med lokale i Torshavn, for at få en fornemmelse af hvilken holdning den almene færinger har til turisme. Dette feltstudie kan beskrives som et deltidsfeltarbejde, hvor vi en periode involveret os i felten, og derefter arbejder videre på den empiri vi har opnået. Formålet med at bruge feltstudiet som vores metodevalg var, at sikre den fornødne kvalitet, især omkring Mykines.

3.2.2 Deltagerobservation

Formålet med en deltagerobservation, er igennem en række fremgangsmåder at opnå empirisk viden inden for feltet (Mørck, 2017:158). Vores fremgangsmåder, var at observere forholdene hos de lokale på Mykines, hvordan de sociale forhold var på øen, og hvordan kulturen var. De uformelle samtaler havde vi i afslutningen af opholdet, på grund af vi kontinuerligt udviklede vores interviewguide i og med vores viden om Mykines steg. Opholdet hos Andreasen gav os muligheden for smage lokal mad, som får og æg fra bonden. Vi rejste til Mykines som turister, men vi levede som om vi var lokale. Selvom observationen kun var to dage, giver den os muligheden for at overvære beboerne på Mykines, tale med dem og få indsigt i deres måder at tænke, føle og handle på (Mørck, 2017:156).

3.2.3 Det Semistrukturerede Interview

Formålet med det semistrukturerede interview er, at vi nedskriver et lille udvalg af emner og spørgsmål. Efterfølgende lod vi samtalen være åben under vores afgrænsning. Denne interviewform åbner op for en mere flydende dialog, hvor interviewpersonen i højere grad får magt over interviewets gang. Dermed kan interviewpersonen bidrage

med yderligere relevant empiri. Vi interviewede tre af vores interviewpersoner i deres respektive stuer, hvilket skabte en behagelig og tryk stemning, som vi tolkede som en stor fordel for interviewenes kvalitet og uddybning. Her var det især livsverdensinterviewene som vi lavede. Formålet med livsverdensinterviewet er at få informanten til at den den specifikke og særlige viden som han besidder. De erfaringer informanten har, er igennem hele livet og har derfor kendskab til kulturelle og sociale relationer (Poulsen 2017:77). Ekspertinterviewet indebærer at informanten er ekspert indenfor et givet område (Poulsen 2017:92), det medfører at interviewerens skal være velforberedt, og stille skarpe spørgsmål, for at udnytte informantens viden.

3.2.4 Udvalgsproces og redegørelse for valg af informanter

Undersøgelse er baseret på seks interviews, hvor tre var ekspertinterviews og to var livsverdensinterview. De sidste var et uformelt, om turisme på Mykines. Vores informanter er tre der har et forhold til Mykines, to der arbejder inden for turisme og en politiker.

Vores interview informanter var:

Oda Andreassen er turismeudviklings- og markedsføringskonsulent. Til dagligt er hun selvstændig, og driver GoLocal, som er en færøsk turistvirksomhed og rådgivningsfirma. Hun er særdeles relevant for vores undersøgelse, på grund af at hun har skrevet speciale om bæredygtig turisme på Mykines, samt beskæftiget sig med turisme på et nationalt niveau i mere end 16 år udenfor Færøerne. Vi lavede et semistruktureret ekspertinterview med hende, interviewet foregik i hendes egen dagligstue. I det selvsamme hus, hvor hun driver sin turistvirksomhed på Mykines fra. På grund af hendes ekspertise ville vi opnå viden om hvordan turisme kan forvaltes bæredygtigt. Andreassen er derudover aktiv i politik, derfor er det både på national og lokalt plan, hvordan turismen håndteres.

Jóhan Pauli Helgason er development manager hos Visit Faroe Islands, og repræsenterer i vores analyse VFI som organisation. Vi lavede et semistruktureret ekspertinterview med ham, for at opnå viden om hvordan turismen forvaltes på nationalt

plan. Derudover ville vi have indblik i fremtidige planer for turismen, og hvordan de bæredygtigt vil forvalte turismen. Siden ville vi også have indblik i hvilken holdning VFI har om turismen på Mykines, og hvordan de mener at den skal forvaltes. Vores interview foregik i Torshavn i kontoret hos VFI.

Magni Laksáfoss sidder i lagtinget, og er tidligere finansminister. Har i maj 2019 forsvaret Ph.D om Færøernes økonomi. Vi lavede et semistruktureret ekspertinterview over telefon, for at høre hans holdning om hvordan turismen skal forvaltes på Færøerne, og hvilke udfordringer turismen medbringer. På grund af hans økonomiske baggrund, ville vi også opnå viden om turismen betydning for den færøske økonomi.

Heini Heinesen er født på Mykines, og er i dag bosiddende i Torshavn. Han har igennem hans 67 år haft en tilknytning til Mykines, hvor han stadig har et sommerhus. Heini deltager i øens beslutningsprocesser. Vi lavede et livsverdensinterview i hans dagligstue, for at få hans syn på turismens udvikling på Mykines. Derudover spurgte vi ham hvordan turismen bliver håndteret på Mykines, og til sidst hvordan han mente at turismen skulle forvaltes.

Katarina Johansen er født, opvokset og bor stadig bor på Mykines. Har haft cafe og logi for turister på Mykines i over 20 år. Driver i dag et guesthouse og en café ved navn *The Locals*. Vi lavede et livsverdensinterview med hende, i hendes cafékøkken, for at høre hendes historie og hvordan turisme har påvirket hendes liv. På grund af hun er den mest lokale af vores informanter, ville vi også vide hvordan hun mente at turismen skulle forvaltes på Mykines.

Jóhan Holm Simonsen er født og opvokset i Torshavn. Han har i de sidste tre år bosat sig på Mykines for at leve uden for storby ræset. Arbejder freelance, og tilbringer det meste af sommeren på Mykines, og vinteren væk fra Mykines. Han hjælper turistorganisationer med at lave mad til turisterne. Vi lavede et uformelt interview med ham, for at få hans holdning til turismen på Mykines, og hvordan han mente at turismen kunne forvaltes på Mykines.

Derudover har vi i vores interessentanalyse, en holdning fra Bjarni. Bjarni er fæster for jordstykket der ligger på "lamba" (lunde landet), og er derfor en relevant interessent. I en radioudsendelse forklarer Bjarni sin holdning til turismen på Mykines, og hvordan han mener turismen kunne forvaltes. (KVF, 2017).

3.3 Kvantitativ metode

Undersøgelsen i dette projekt er primært baseret på kvalitativt data. For at udvide det empiriske materiale, har vi brugt det begrænsede sekundære kvantitative data der er om Færøerne. Det sekundære kvantitative materiale indeholder rapporter fra VFI og statistiske data fra *Hagstovan*, den færøske nationale statistikbank. Derudover har vi udvundet kvantitativt data fra en segmenterings undersøgelse, som Gallup lavede for Visit Faroe Island.

Fordelen ved at bruge sekundært data, hvor undersøgelsen er lavet af andre, er at det er tidsbesparende (Ernæs A. 2017:206). Derudover bruger vi undersøgelser af høj kvalitet, der er lavet af professionelle med et særligt formål at opnå viden omkring turismen på Færøerne.

Fra VFI har vi brugt årsrapporten fra 2017, dette er for at få de nyeste tal der findes om turismen på Færøerne. De redegør for turismens vækst, hvordan turismen er fordelt over øerne og hvor turisterne kommer fra - alt dette beskrevet i tal og grafer, som vi bruger som data til redegørende og analyserende dele af projektet. Yderligere har VFI udgivet en rapport, *Join the preservolution* i 2019, hvor de beskriver fire målsætninger om hvordan de bæredygtigt kan udvikle turismen frem til 2025. Ud over interviews, udvinder vi kvantitativt materialer fra rapporten, for at svare på *hvordan turismen forvaltes på Færøerne*.

Vores analyse af *hvorfor turister vælger Færøerne*, er primært lavet med data fra en undersøgelse lavet af Gallup. Fra 2014 til 2015 interviewede Gallup 747 turister (VFI 2015:4). Undersøgelsen beskæftiger sig både med hvad turister ser i Færøerne, hvordan de oplevede øerne, og hvilke aktiviteter de havde udført. Opholdet på Færøerne skulle være over en dag, før de rejsende blev noteret som turister, og derfor er cruise turister ikke med i undersøgelsen. Selvom denne undersøgelse er nogle år gammel, er det den nyeste og mest omfattende undersøgelse lavet af turister, som vi har adgang til. Hagstovan bidrager med legitime data om grundlæggende tal om Færøerne, hvilket er mere overordnet data end hvad de nævnte rapporter indebærer.

3.4 Interessentanalyse

En interessentanalyse er en metode, som bliver brugt til at skabe et overblik over de forskellige interessenter i et netværk-analytisk perspektiv. Den bliver brugt til, at forklare de forskellige interessenters andel, samt hjælpe med at beskrive og gruppere dem. (Københavns Universitet). Værktøjet bliver brugt primært i projektledelsens verden. Værktøjet bliver for eksempel brugt af en projektleder, til at finde ud af de forskellige interessenters rolle i en given problemstilling, samt hvordan de forskellige medarbejdere kan bidrage til løsningen. (Buskbjerg, 2019). Interessenterne i en interessentanalyse kan spænde vidt. Det kan være en person, en myndighed, en institution, en virksomhed, en forening, en gruppe af mennesker, og kan samtidigt også forstås i mere abstrakt forstand. (Københavns Universitet).

I vores projektgruppe har vi valgt at bruge interessentanalysen til, at svare på vores tredje arbejdsspørgsmål, som går på at forklare udfordringerne som den stigende turisme har på Mykines, og derfra analysere hvordan de forskellige interessenter håndterer og/eller kunne håndtere situationen.

3.5 Analysens struktur

Vores overvejelser vedrørende analysens struktur er gået på, at vi overordnet skulle dele analysen op i et makro- og mikro perspektiv. Da vi hverken har valgt at gå i dybden med Færøerne som turistdestination i et makroperspektiv, eller har lavet en case om Mykines i et mikroperspektiv, har vi valgt at lave en kombination. De to første analysespørgsmål i problemstillingen er fra et makroperspektiv, hvor vi skaber det overordnede billede af turismen på Færøerne, samt hvordan det forvaltes. I de to næste analysespørgsmål tager vi opgaven ned på et mikroniveau, hvor vi bruger vores viden fra feltturen til Mykines. For at skabe et bedre overblik for læseren, samt for os selv, har vi derfor heller ikke en delkonklusion under hvert af analyse spørgsmålene. Vi har valgt at lave to delkonklusioner, én som ligger efter andet analysespørgsmål, som skal sammenfatte vores to makro spørgsmål, samt én som ligger efter det fjerde analysespørgsmål, som skal sammenfatte vores to mikro spørgsmål.

4. Analyse

Analysen er, som nævnt, opdelt i to, hvor de første to underspørgsmål vedrører det nationale billede af turismen på Færøerne: Hvordan den forvaltes og hvorfor turister vælger Færøerne. Dette sætter scenen for videregående analyse, som er casebaseret på Mykines. Anden del af analysen er om Mykines som sted og oplevelse, hvor vi går i dybden med Mykines og inddrager empiri fra vores feltstudie på Mykines. Det sidste underspørgsmål analyserer på udfordringerne ved den stigende turisme og ender med en interessentanalyse af de aktuelle aktører, hvis holdninger vi har. Interessentanalysen har til formål at kategorisere de diverse holdninger interessenterne har, for at give overblik. Derefter lægger den op til en diskussion om hvordan turismen kunne forvaltes bæredygtigt på Mykines.

4.1 Hvordan forvaltes turismen på Færøerne?

I dette analysespørgsmål har vi valgt at fokusere på den nationale håndtering af turisme, med empirien primært udvundet fra interviewet med Visit Faroe Islands og rapporter fra samme, samt udenrigs- og erhvervsstyrelsen. Derudover vil vi inddrage hvilke konflikter VFI ser, i og med at turismen stiger. Til sidst vil vi inddrage perspektiver fra en tidligere finansminister, der beskriver turismens økonomiske betydning. Til sidst kommer vi med et konkret tiltag på hvordan VFI forvalter turismen.

I 2017 udgjorde turismen 2% af BNP, en omsætning på 606 millioner kroner (VFI 2017:10). Den færøske økonomi er baseret på fisk og opdræt, og i anden halvdel af 2018 udgjorde fiske- og lakseindustrien for 95,9% af eksporten (heystfrágreiðing 2018:17). Omsætningen inden for turisme industrien er øget med 40% siden 2011(VFI 2017: 11), og er dermed på Færøerne og globalt en af de mest voksende industrier. Vi interviewede den tidligere finansminister Magni Laksafoss, herfra kan vi udlede, at finansministeriet antager turisme som en seriøs industri. Magni kommer ind på Færøernes vækst, hvor han nævner, at der en begrænsning for den færøske fiske- og lakseindustri. Han beskriver den:

'Den Færøske økonomi er baseret på fiskeindustrien, tidligere udelukkende på fiskeri, og i dag også af lakseopdræt. Der er en grænse for meget fiske- og lakse industrien kan vokse, da vi har kvoter på fiskeriet, og et max antal fjorde til at opdrætte laks. Derfor bliver turismen vigtig, da den kan blive en ny eksport-industri, for at få den Færøske økonomi til at vokse.' - (Laksáfoss, 2019)

Laksáfoss beskriver her turismen, som en af nøglerne til vækst i den færøske økonomi. Vi vurderer derfor, at oprettelsen af VFI er af samme årsag, for at den færøske økonomi skal udvikles. Hovedformålet med VFI er at markedsføre Færøerne som en attraktiv turistdestination. En milepæle de har sat, er at turismen skal omsætte for 1 milliard i 2020. VFI har et budget, på 13 millioner kroner om året, og yderlige 2,5 millioner der skal bruge til at støtte projekter indenfor turisme (VFI 2017:18). VFI er derefter delt i seks mindre afdelinger, fordelt over hele Færøerne, så alle øer er repræsenterede i turistinformationerne (UVMR 2017:18). Bestyrelsen i VFI bliver sat af ministeren, hvorefter organisationen selv arbejder indenfor de givne rammer af ministeriet (UVMR 2017:18). 1. april 2018 oprettede VFI en udviklingsafdeling, med to ansatte, der har til formål at være med i udviklingen af turismen internt på Færøerne, og implementere tiltag til fremme for turismen (VFI 2018).

På Færøerne findes der ikke nogen naturbeskyttelseslov, dette gør det vanskeligt, at træffe fællesbeslutninger hvad angår miljømæssig bæredygtighed. Johan Helgason påpeger, at der er en meget gammel lovgivning vedrørende naturadgang og landbrug, der er det tætteste man kommer på en naturbeskyttelseslov. Denne lov, beskriver han som forældet, da den skaber store udfordringer med konflikter mellem, de traditionelle værdier hos bondesamfundet og den nye skole, der ønsker at drive turisme. Det kan ses som et problem, at der ikke er nogle klare regler på området, så er det de individuelle jordejere som sætter reglerne. Derfor kan der være store udsving i reglerne omkring naturen alt efter hvor på Færøerne man er (Helgason, 2019).

Visit Faroe Islands mener, at lovgivningen omkring naturbeskyttelse og jordejeres rettigheder bør revurderes, da situationen er betændt - og turismens udvikling vil gå i stå, grundet rammerne på Færøerne, som de ser ud nu. Situationen er uoverskuelig, da ingen rigtig kan blive enige om, hvad man skal gøre for at samle alle jordejerne, til at lave en

fælles lovgivning på området. Hele problemet bunder ud i, at jordejerne ønsker at blive belønnet for turismen, men der hersker på nuværende tidspunkt ingen landsdækkende aftale, som sikrer at jordejerne, som turismen går ud over, får noget økonomisk belønning for, at deres jord bliver betrådt. Johan Helgason fortæller os, at lovene på området er skrinlagte, men ingen politikere vil røre ved det lige nu, blandt andet på grund af det kommende lagtingsvalg (det færøske parlamentsvalg) i august 2019. Færøerne er delt op i 477 jordejerforeninger, dette betyder at når der på et tidspunkt skal findes en fælles løsning, bliver det et yderst komplekst projekt. Johan Pauli Helgason fra VFI, spår mange konflikter, hvis en ny erhvervsreform skulle træde i spil, der har til hensigt at strømline jordejernes betrædningsfortjeneste.

Johan Helgason bekræfter at situationen lige nu er på et skelsættende tidspunkt i forhold til turismen på Færøerne. Fordi den strategi der bliver lavet nu, er grundstenene til noget som tydeligvis vokser. Så der bliver lagt en base for hvordan turisme skal være nu og i fremtiden på Færøerne. Derfor skal man, fra VFI's side, selvfølgelig træde varsomt, så man ikke får lokalbefolkningerne på nakken. Netop af den årsag er det svært for VFI, at vælge hvilken position de skal indtage, i forhold til jordejerne, de lokale og turisterhvervet, for at bibeholde balancen og den sunde tone i blandt interessenterne.

Visit Faroe Islands offentliggjorde d. 20 marts 2019 "Join the Preservolution", hvilket er en bæredygtig udviklingsplan for turismen på Færøerne. Her fremlagde de fire hjørneste for turismens udvikling frem mod 2025 - for at sikre en længerevarende strategisk tilgang til at træffe de rigtige beslutninger omkring den færøske natur, med indbyggerne in mente og for at målsætte væksten.

De fire hjørneste blev afgjort til at være:

1. Kvalitet over kvantitet
2. Helårlig Turisme på hele Færøerne
3. Viden og professionalisme
4. En fælles lovramme

Udviklingen med disse fire hjørneste, forbundet med tre succeskriterier frem mod 2025. Det første er at turismen skal omsætte 1,5 milliarder kr. årligt i socioøkonomiske indtægter i 2025, sammenlignet med basislinjen på 606 millioner kr. i 2016. Visit Faroe Islands mener at en voksende turisme resulterer i et stigende antal jobs skabt, højere skatteindtægter og investeringer, der ellers ville være umulige at opnå (VFI 2019:42).

Derudover er det en målsætning, at 90% af de besøgende er enige i løftet, om at Færøerne er "unspoiled, unexplored and unbelievable" i 2025. I 2018 lå dette tal på 86,6%. Måling af succes via mere generiske målinger, såsom generel tilfredshed eller intention om at anbefale, er ikke nok og er ikke i overensstemmelse med løftet om Færøerne. Målsætningen bygger på et ønske om, at de besøgende fortsat vil være enige i løftet i fremtiden (VFI 2019: 43).

Visit Faroe Islands ønsker i 2025 flere end 80% af borgerne til at se turismen som et netto positivt, tallet lå på 66% i 2018. VFI påpeger, at "*lokal støtte til turisme er et nøgleelement til vores industris fremtidige succes. Vi vil have, at lokalbefolkningen anerkender den materielle og ikke-materielle værdi af turismen, og at det er en kraft for godt i vores samfund*" (ibid).

Det at Visit Faroe Islands er gået fra at være en marketing organisation til at være en management organisation - kommer til udtryk på mange forskellige måder, også på de markedsføringstiltag, som de laver. Det kommer bla. til udtryk ved "closed for maintenance"-eventet. Som både er et udviklingsinitiativ samtidig med at det er international markedsføring. Det har været VIF's målsætning at kunne forene marketing og management under samme tag. Men fordi sammenlægningen er så ny, så har VIF ikke den nødvendige bevilling til at kunne påvirke udviklingen af turistattraktioner direkte endnu.

Til spørgsmålet om hvad Visit Faroe Islands gør for at sikre at Mykines' natur er 'unspoiled', svarede Johan Helgason "*vi laver selvfølgelig retningslinjer for hikere i fjällene, forskellige flyers osv, samt udvikler vores hjemmeside til at have bedre information omkring alle de praktiske ting. Vi laver også de der "respekt"-skilte. Så det er en stor opgave. Fordi vi har jo ikke nogen infrastruktur i naturen overhovedet [...] Der er ikke rigtig nogle stier man kan gå efter, kun på de rigtig besøgte steder*". Dog virkede han frustreret over at der ikke var en gyldig fællesordning for jordejerne - og brugte senere i interviewet ordet 'betændt' til at beskrive dialogen mellem turistbranchen og jordejerne på Mykines.

4.1.1 The maintenance weekend

Turismen på Færøerne er vokset med ca. 10% årligt (Helgason 2019), og i dag er der omkring 100.000 turister der besøger Færøerne årligt. Derfor har der ikke hidtil været en tilstrækkelig infrastruktur omkring turistattraktionerne, hvilket har fået Færøerne til at reagere på de falmende naturlandskaber. Det lykkedes Visit Faroe Islands, i februar 2019, at skabe en kampagne, der gjorde det muligt at lukke Færøerne ned for almindelige turister fra d. 26.-27. april. I samarbejde med turistinformationer, kommuner, landejere og jordejere skabte dette muligheder for at invitere frivillig arbejdskraft til, mod betaling for de frivilliges kost og logi.

Formålet med invitationen var at vedligeholde Færøernes turistattraktioners natur og dyreliv, ved at bygge gangstier, plante skilte og rydde affald op i naturen. Kampagnen gik internationalt viralt og i løbet af 5 dage, var der allerede 3400 frivillige fra hele verden som havde meldt sig til projektet. Hvilket betød at VFI måtte lukke ned for tilmelding til initiativet, og udvælge 100 kandidater, på baggrund af mangel på kapacitet. Initiativet blev så populært, at det allerede er vedtaget i 2020 igen. Hos Visit Faroe Islands er de meget positive i retorikken omkring deres initiativ. Johan Pauli sætter ord på, at han synes det er fornuftigt, at der investeres i at udvikle de turistede steder, fremfor kun at bruge penge på markedsføring. Så stederne også er 'unspoiled' på lang sigt (Helgason 2019).

De fleste turister der rejser ud på Mykines, besøger klippevæggene på den vestlige side af øen, for at opleve fuglekolonierne. Disse fuglekolonier indebærer bla. arterne sule og lunde, der tilsammen udgør symbolet for øens dyreliv. Derfor er det et populært sted for turister, som desværre ufrivilligt ødelægger fuglenes fred og huler - når de træder ovenpå hulerne. Derfor hjalp frivilligaktionen med at lave en ny gangsti og med at bygge en ny udkigningspost, lige uden for bygden, hvor turisterne kan se fuglene (VFI 2019a).

4.2 Hvilke turister vælger Færøerne, og hvorfor vælger de Færøerne?

Denne analyse vil ud fra en markedssegmentsundersøgelse lavet af Gallup i 2015, analysere på hvorfor turisterne vælger Færøerne, og hvad det er for nogle turister der vælger Færøerne. Derudover vil vi inddrage elementer fra teorien om turisme, og hvad formålet er hos turisterne på Færøerne.

Johan Pauli Helgason beskriver tidligt i interviewet, hvorfor turister vælger Færøerne: *“Den primære årsag er for at opleve naturen”* (Helgason 2019). Det første indtryk af Færøerne, som Google giver, er netop billeder af naturen. Dette ses også i undersøgelsen, hvor det for 51% turister er naturen, som er hovedårsagen til at rejse til Færøerne (VFI 2015:30). Færøerne har en vidunderlig natur, men hvordan skiller den sig fra andre turistdestinationer? Globalt stiger turismen med 4% årligt (Visit Denmark 2015:3) og på Færøerne stiger den med op mod 10%. Det kan herfra udledes, at der må være noget der gør Færøerne mere attraktivt end andre turistdestinationer lige nu.

En af grundene til at Færøerne viser en så høj vækst, kan være som Helgason tilføjer i svaret, hvorfor turister vælger Færøerne: *“... Det er derudover et ret uberørt og ukendt sted. Der er også en attraktiv faktor ved at være et sted som andre ikke har besøgt.”* (Helgason 2019). Det kan tyde på, at Færøerne skiller sig ud fra andre destinationer ved at være nye på markedet indenfor turisme. Eller også er det fordi at Færøerne tit er et ‘add-on’ land for rejsende til Island (Helgason 2019). I 2015 var 75% af alle turister på Færøerne førstegangsbesøgende (VFI 2015:7). Dette er taget i betragtning af at 36% af alle rejsende der fremgik i undersøgelsen var danskere. Samtidig kendte 61% af de ikke-danske turister ikke nogen der havde været på Færøerne (VFI 2017:13). Derfra kan det udledes, at Færøerne er en unik destination, på grund af at landet er mere ukendt end andre.

Dette hænger også sammen med den markedsføring, som Visit Faroe Island har ført, hvor de har markedsført Færøerne som, *Unspoiled, unexplored, Unbelievable*. I 2018 undersøgte VFI hvorvidt turisterne modtog denne branding. Undersøgelsen viste at

86,6% (VFI 2019:43) var enige med disse ord. Det kan tyde på at Færøerne er en attraktiv rejsedestination

eventuelt på grund af, at den ikke er lige så kendt verden over, hvilket gør den mere eksplicit eller unik end andre. Markedsføringen kan også have en afgørende faktor, hvor tiltag som Sheepview og Faroe Island Translate, har udgjort en afgørende effekt for markedsføringen af Færøerne (VFI 2017:25).

Undersøgelsen af Gallup er en markedssegmenteringsundersøgelse, de har ud fra en række spørgsmål kategoriseret turisterne. Vi vil kort definere fem af de hyppigste turister. Der er flere segmenter i undersøgelsen.

- Globetrotter, han søger nye attraktioner, vil gerne se verden og prøve nye ting, møde ny natur og kultur.
- Nature lover, kan lide at rejse lidt primitivt, kan lide at campere. Han rejser for at se naturen, og også lidt kulturen.
- Sightseer, vil gerne slappe af, og observere naturen og historiske seværdigheder.
- Culture lover, elsker historien bag et sted, kan lide arkitektur, museer, sproget og det lokale generelt. Deltager i kulturelle aktiviteter og prøver lokal mad.
- Nature appreciator, kan lide at opleve naturen på en komfortabel måde. Kan lide fredelige steder og lette hiking ture. (VFI 2015: 52).

I 2015 var 26,4% af de adspurgte turister globetrotters, derefter kommer Nature lovers (13,4%), Sightseers (11%), Culture lovers (9,2%) og til sidst nature appreciators (9%) (VFI 2015:29). Umiddelbart er det natur og fugleliv, som Færøerne primært har at tilbyde. Vi kan dog se i undersøgelsen, at det er globetrotter, der søger nye ender af verden, der er det største segment der rejser til Færøerne. Dette understøtter den tidligere påstand, om at den stigende turisme på Færøerne, delvist kan være grundet af, at det stadigvæk er et forholdsvis ukendt sted, på globalt plan. Dette ser VFI også som en styrke for Færøerne (VFI 2017:12). Netop denne type rejse, lægger op til en diskussion, om hvor længe Færøerne kan sælge sig som en autentisk og unik rejsedestination, hvis turismen fortsat stiger i fremtiden.

Det største segment for Færøerne er globetrotterne, der hele tiden søger nye destinationer og attraktioner rundt omkring i verden. Men hvordan er det med dem der

elsker naturen? Hvis vi lægger alle dem sammen der rejser til Færøerne for naturen, får vi et segment på 40,6% (VFI 2015:29). Dette segment indeholder også ikke-nævnte segmenter som wilderness seekers og extreme adventurers. Her skal der også lægges fokus på at globetrotteren, der både vil se naturen og kulturen ikke er medregnet. Naturen er den primære årsag til at turister vælger Færøerne, og dermed også det største markedssegment.

Det er naturen og delvist kulturen der tiltrækker turisterne, men hvilke formål har rejsen for turisterne? *“Det er middelalderlige som kommer, gennemsnitsalderen er i 30’erne, hvor det før i tiderne mere var pensionister. Så er det nu yngre målgrupper som vi ser, som kommer fra større byer i Europa.”* (Helgason 2019). Gennemsnitsalderen for turister på Færøerne er i 30’erne, dette hænger sammen med globetrotterne normalt er mellem 25 og 45 år, og kommer fra storbyer. Veluddannede turister der vil væk fra larmen og ræset i storbyen, og rejse til autentisk og fredelige destinationer som Færøerne (VFI 2019:31). Hermed kan vi skære de fleste turister over en kam, og kategorisere at formålet med de rejsende er som UNWTO definerer som *fornøjelse* rejser (Andersen 2007:39).

Færøerne er i en lidt særlig situation, på grund af det nære forhold til Danmark. 36% af de adspurgte i undersøgelsen er fra Danmark (VFI 2015:22). Og 30% af turisterne mente at de ikke ville rejse til Færøerne, hvis det ikke var for at besøge familie og venner (VFI 2015:31). Dette tyder på at der er en stor del af de rejsende der rejser til Færøerne for at besøge venner og familie. Hermed kan vi antage at en del af de rejsende til Færøerne, primært danskere, har *sociale* rejse formål. Hvor formålet med rejsen primært er at besøge venner og familie, og sekundært oplevelsen af Færøerne som turistdestination. Undersøgelsen har ikke et så stort fokus på erhvervsrejsende, dette kan skyldes at undersøgelsen er lavet om sommeren. En lignende undersøgelse uden for sæson, ville sikkert indeholde flere rejser med arbejdsmæssige formål.

4.3 Delkonklusion

Færøerne har ikke en naturbeskyttelseslov, dette mener Johan Helgason er negativt, og påpeger, at det er en stor del af problemet, at der ikke er fælles retningslinjer for turismeforvaltningen. Dette skaber ifølge Johan både sociale, økonomiske og miljømæssige konflikter - da det pt. er hver jordejerforenings egen opgave at varetage og prissætte de respektive grunde. Vi kan derudover konkludere, at turismen på Færøerne stiger konstant, og det er derfor nødvendigt at tilpasse forvaltningen og målsætningen med turismen. Derfor har Visit Faroe Islands lavet en rapport om målsætningen frem mod 2025. VFI ønsker en stigning fra 2016-2025 med 900 millioner i årlig socioøkonomisk omsætning fra turismen. VIF, der er styret af erhvervsministeriet, udvidede deres kurs i 2018, fra at være en markedsføringsorganisation til også at være en udviklingsorganisation. Netop dette har betydet, at VIF står foran en lang række udfordringer, hvad angår påvirkningskraft ude i lokalmiljøerne.

Vi kan også konkludere at turister i første omgang rejser til Færøerne på grund af naturen. Den anden årsag kan være på grund af kombinationen af det største markedssegment som er globetrotter, og antallet af førstegangsrejsende, som som giver en indikation om at Færøerne er populært, fordi det er en mere ukendt og explicit rejsedestination. Rejseformålet for turisterne er primært fornøjelsesrejser, fra middelalderlige storbymennesker, der kommer for at opleve naturen og freden på Færøerne. Derefter er formålet for flere sociale rejser, da en tredjedel ikke ville besøge Færøerne, hvis ikke de ikke skulle besøge venner og familie. Kombineret med at danskere er den nation der besøger Færøerne oftest, tyder det på at sociale rejser er et hyppigt formål for turisterne der rejser til Færøerne.

4.4 Hvad er Mykines for et sted, og hvad gør øen til en unik oplevelse?

Denne analyse indeholder både en stedsanalyse og en oplevelsesøkonomisk analyse af Mykines. Under vores feltstudie på Mykines, har vi med egne observation og samtaler fået et indtryk af hvordan Mykines er. Stedsanalysen for at give et dybdegående indblik i hvad Mykines er for et sted, og hvordan lokalsamfundet er. Oplevelsesøkonomien går mere i dybden med den oplevelse en turist får på Mykines, samt de økonomiske muligheder Mykines har som oplevelses destination.

4.4.1 Stedsanalyse af Mykines

Mykines er en lille ø på 10 km², som befinder sig vest for Færøerne. De kæmpe klippevægge gør det muligt for 250.000 fuglepar, at opholde sig. Fugle som mallebukker, rider, suler og især lunder, som turisterne er glade for. Mykines er en naturoplevelse, som man ser de færreste steder, hvilket gør det til et unikt sted. Billede 1.3 viser et panoramisk billede, med Holmen i midten. Den stejle klippe på venstre side af Holmen er hjem for hundredevis af fugle. Fyret som vi ser i midten af billede 1.3, er derudover også et yderst populært sted for turisterne at fotografere.

Billede 1.3



<https://www.flickr.com/photos/lmphotography1/31143205257>

På Mykines findes der kun en enkelt bygd, som går under navnet Mykinesbygd. I bygden er der omkring 50 små huse i forskellige farver, både træ- og stenhuse med flotte græstage, de fleste bygget helt tilbage før 1900-tallet. Man bliver draget af den hyggelige by med det samme, når man ankommer til Mykines, og man bliver trukket tilbage til hvad man kan kalde det 'traditionelle bondesamfund'. Dette taget i betragtning af at vores rejse var uden for turistsæson.

Trods de 14 beboere, er der omkring 50 huse, de resterende huse er sommerhuse. De 14 personer er en bredt favnende sammensat flok af mennesker, hvor størstedelen er ældre beboere. Nogle har boet der hele livet, og er vokset op med arbejdet som landmænd - andre er flyttet hjem til Mykines, efter at i første omgang være flyttet til større byer på Færøerne. Nogle er flyttet til Mykines, for at finde ro, og bo på en ø uden biler. De mener de finder ro på Mykines, da der er begrænset antal turister om aftenerne. Dertil kommer de mennesker som bosætter sig på øen hen over sommerperioden, for at tjene penge på det store antal turister.

Da vi ankom til Mykines med helikopteren, møder vi 10-12 mennesker, stående med trillebøre og et nysgerrigt blik. De lokale samles på helikopter pladsen, for at hente vare de har fået leveret, og for at undersøge hvem der kommer rejsende til øen. Vi blev beskrevet som *de der danskere*, da vi opholdte os på øen. De lokale var allerede informerede om vores projekt. Vi fandt ud af, at de lokale mødes hver formiddag hos Ruby, som er en af de ældre beboere. Her drikker de en kop kaffe, og fortæller røverhistorier, og drøfter forskellige emner for øen - et emne var sikkert, at der var en gruppe studerende fra Roskilde Universitet, som skrev projekt.

Førstehåndsindtryk af øen var et idyllisk billede, et traditionelt lokalsamfund, hvor alle kender alle, og bor tæt sammen. Dette billede viste sig at dreje, når samtalerne handler om turisme.

Henover sommeren åbnes der Bed & Breakfast, guesthouses og en café. Derudover kommer et antal guides, som er sendt fra Torshavn, for at følge turisterne rundt på øen og ud til Holmen. Det er turistinformationer der tilbyder endagsture til Mykines, hvor de går ud til fyret på holmen og tilbage igen. Det at nogle mennesker fra andre steder på Færøerne, udelukkende bruger Mykines til at tjene penge på turisterne, frustrerer nogle

af beboerne på øen (Johansen, 2019), som har drevet erhverv på øen i lang tid. Turisterhvervet er i fuld gang med at udvikle sig på Mykines, hvor der bliver bygget nye huse i bygden. De har til formål at være guesthouse for turister. Byggelse af nye huse er en svær proces, og kræver nærmest at jorden ejes på forhånd, da det er nær umuligt at købe et grundstykke, på grund af lavt udbud og høj efterspørgsel, samt de strenge byggerestriktioner.

Vores indtryk fra observationerne og samtalerne, var at holdningen til turisme var meget blandet. En stor del af befolkningen er positive over for turismen, som Heini Heinesen sagde *“Det er pragtfuldt med alle de her folk som kommer og besøger og vil se”*. (Heinesen, 2019). Indtrykket var, at turisterne er velkomne til Mykines, så længe de ikke kommer for tæt på deres private hjem, og ikke ødelægger deres natur. Katrina Johansen havde den holdning i forhold til turen ud til Holmen, at så længe turisterne betalte 100 kr, så måtte de gerne gå turen gennem Lamba og ud til Holmen (Johansen 2019). Vores opfattelse var, at den holdning delte hun med en del af jordejerne, som også administrerer pengene fra turisterne. Altså at så længe turismen giver økonomisk afkast til lokalsamfundet, havde de ikke noget problem med turisterne.

I 1997 lavede Oda Andreasen en undersøgelse af turismen på Mykines. På dette tidspunkt var der omkring 4000 turister (Andreasen 1997:2) hver sommer. Konklusionen i hendes undersøgelse, var at de lokale havde et apatisk, og entusiastisk forhold til turisterne (Andreasen 1997:52). Apatisk betyder at de havde et forholdsvist neutralt forhold til turismen, at de er lidt ligeglade. Dog var nogle af de lokale også entusiastiske, da de godt kan lide at der kommer turister, som Heinesen tidligere gav udtryk for. Uden dybere undersøgelse omkring de lokales holdning til turismen, mener vi ud fra vores feltstudie at de lokale stadig i dag, har et delvist apatisk og entusiastisk forhold til turismen, selvom turismen er steget meget. Vores ophold på Mykines gav os nogle indtryk af, at nogle mente, at turismen var træls, men dog så længe, at turisterne betaler, så var det fint nok. Vores påstand ud fra vores feltstudie er, at de lokale var klart mere irriteret over turismen, før der blev sat et 100 kroners gebyr på. Altså mener vi, at pengene har været med til at forbedre den sociale bæredygtighed på øen. Derudover oplevede vi dog også, at nogle på øen virkede entusiastiske over for turisterne - dog var det primært folk som bor på øen henover sommeren, eller som Oda Andreasen, der driver turisme på øen. Vi

spurgte også Johansen om hun glædede sig til at turisme sæsonen startede, og hun svarede "*ja, man glæder sig lidt før sæsonen starter, og så i August glæder man sig lidt til den slutter.*" (Johansen, 2019).

Pengene som bliver inddrevet fra turisterne ender i en fond, som er administreret af de private jordejere. Der virkede til at være enighed på øen, om at pengene skulle ende i en fond, og skulle kontrolleres af lokale kræfter. Katrina kommenterede også i interviewet at: "*turismen skal styres lokalt, ikke i Torshavn*" (Johansen 2019). De lokale vil ikke have at pengene skal ende i Torshavn, og blive styret derfra.

Denne holdning til at Torshavn ikke skal styre turismen, opfatter vi som en konsekvens af de ejerforhold der er på øen. Mykinesbygd har helt tilbage i tiden, været en af de større bygder på Færøerne. Men langsomt som tiderne er skredet frem, har øen været mere og mere isoleret fra resten af Færøerne, grundet den strategiske dårlige placering. Derfor er folk flyttet til "fastlandet". Mykines var sin egen kommune helt indtil 2004, men den er nu slået sammen med Sørvágur kommune. Mykines var et selvstændigt samfund, hvor får og fugle var deres levebrød. Lunderne er for eksempel først blevet fredet for et par år siden, før dette fangede man dem og spiste dem. Derfor får vi det indtryk, at de lokale på Mykines ikke vil overlade styringen af turismen på Mykines til offentlige organisationer, da de mener de kan håndtere turismen lige så godt, hvor formålet er for deres eget bedste. Denne holdning holdt også fast, når diskussionen om at omlægge Mykines til en nationalpark dukkede op, da vi antager, at de så var bange for at miste rettigheden til at jage fuglene på øen.

Der er to former for ejerskab på Mykines, enten ejer man jord privat, ellers låner man 'kongsjord'. Privatejet jord er enten købt, eller som i fleste tilfælde arvet fra ældre generationer. Jord har en stor værdi, og specielt stor på Mykines, blandt andet på grund af de jagt muligheder der opnås, med hensyn til fugle. Jagten på lunder er kun for lokale, hvis de vælger at gøre det lovligt igen. Det er nemlig op til jordejener, at styre, om man må skyde dem eller ej. Sulerne fanget på øen bliver fordelt til ejerne, i forhold til hvor meget jord de ejer - jo mere jord, jo større fangst. Den anden ejerform på Mykines er, at være fæster for kongsjord. Her lejer en bonde jorden fra staten, for et symbolsk beløb, og driver derefter landbrug på den. Lamba er for eksempel kongsjord, hvor Bjarni Hansen

er fæster. Det betyder også at Bjarni har magten over Lamba, selvom han i realiteten ikke ejer den. For at gøre ejerforholdene på Mykines endnu mere komplekse, ejer den nationale infrastrukturorganisation, *Landsverk*, broen mellem Mykines og Holmen. Imens at det danske søværn råder over fyrtårnet ude på Holmen. Denne komplekse fordeling af ejerskab er alle sammen med til at gøre det endnu sværere at finde en fælles løsning for turismen på Mykines. Derfor dukker der diskussioner op omkring hvem som skal betale, og hvem der skal have pengene fra turisterne.

Billede 1.4



Eget billede

Vores tur ud til Holmen førte os igennem Lamba. Dette var i godt vejr og uden andre turister. Billede 1.4 viser et billede af Lamba, taget fra bunden af bakken, lige ved siden af broen ud til Holmen. På billedet kan vi se den nedtrådte sti, som former en trappe op af bakken. Denne "trappe" er lavet ud af lundernes huler. Altså er alle de små huller vi ser på billedet lundernes huler, som stien er lagt lige oveni. Hulerne fortsætter hele vejen op til toppen af bjerget, hvilket er hjem for tusindvis af Lunder om sommeren. Det er ud fra billedet også tydeligt at se, at hulerne nogle steder er forsvundet, fordi de er så nedslidte. Den gule pæl højt i højre side af billedet, er sat af de lokale jordejere. Den bliver brugt som en guideline til turisterne, til at vise dem en sti igennem Lamba. Pælene skal sørge for at turisterne ikke går over alle hulerne, så det kun er et fåtal, som bliver betrådt. Ideen

mener vi er god nok, dog fik vi historier fortalt, om at turisterne desværre ikke er så disciplinerede til at overholde dem.

Tilbage til de penge som øens fond får fra turisterne, så er dens formål netop at bevare en sådan sti igennem Lamba. Hovedformålene i fonden er at bevare naturen, og derudover at yde til kulturen i lokalsamfundet. Som beskrivelsen af Lamba giver, så er det klart at der kan være brug for en form for infrastruktur, eller nogen til at holde øje med turisterne. Vi spurgte også ind til hvad pengene fra fonden egentlig gik til, og resultatet var, at de lokale jordejere havde købt et alter til kirken på øen for 100.000 kr. Dette kan virke bemærkelsesværdigt, da formålet både omhandler turisme og kultur, og kultur siden bliver prioriteret højest. I forhold til turismen er det vedtaget, at der skal bygges en sti, lavet af sten, gennem Lamba. Den skal være med til at gøre turen ned af Lamba mere holdbar og mindre sårbar overfor vejret. Derudover vil den få turisterne til at holde sig på stien, og dermed ikke nedtræde flere Lundehuler. Målet var at den skulle stå klar til sommeren 2019, men i maj 2019 er arbejdet stadig ikke startet. Der er altså noget der tyder på, at al den snak om turisme, måske ikke betyder særlig meget for nogen. Det kan i hvert fald menes, at der er mangel på initiativ og engagement..

Angående de sociale forhold på øen, så kan det godt umiddelbart virke idyllisk og hyggeligt mellem de få beboere på øen, set udefra. Men når man er gået i dybden med det over et par dage, og har snakket med forskellige folk, som vi har gjort i dette projekt, så skabes der et lidt anderledes billede. Det at der er så få på øen, gør at det hele kan virke lidt indspist, og gav os det indtryk af, at diskussionen om turismen havde svært ved at opnå var konsensus. Det kan bunde i, at turismen hænger sammen med konflikten omkring den ejede jord på øen. Ud fra vores egne observationer på øen, kan vi konkludere, at beboerne i lav grad drøfter disse emner internt, og holder kortene tæt på kroppen. Der var en stor nysgerrighed fra de forskellige beboere, for at høre hvad de andre beboere havde fortalt os, vedrørende deres holdning til håndtering af turismen på øen. Derfor tolkede vi tonen og debatten som værende skrøbelig og tabubelagt.

I forhold til de økonomiske forhold på øen, kan det være svært at definere. I sommermånederne er der arbejde i form af turisme, men et stort problem er, at bortset fra de 100 kroner i afgift, så ender de fleste penge hos ikke-lokale, der driver turisme. Vi

fik forklaret, at det var turistinformationerne i Torshavn, og de transportansvarlige til Mykines, som tjener pengene (Heinesen 2019). Dette kan dog kritiseres ved mangel på initiativ fra de lokale, da de har alle muligheder for at drive turismen selv, samt styre reglementet for øen. Hvis de havde haft ressourcer og engagement til det. Resten af året er der ikke meget andet arbejde på øen end landbrug, der er enkelte opgaver som assistent til helikopterlandinger, eller arbejde for det nationale energiselskab med mindre opgaver på øen. En del af de mennesker som bor på øen, er oppe i årene og er derfor gået på pension.

4.4.2 Mykines som en oplevelse

Oplevelsesøkonomien har to tilgange, den erhvervsøkonomiske og den humanistiske (Madsen 2015:19). Denne analyse vil udelukkende bruge den humanistiske tilgang, på grund af, at den har turisten (forbrugeren) i fokus, hvor turisten i højere grad selv skaber sine oplevelser (Madsen 2015:20).

Rejsen til Mykines starter i Sørvági, den by hvor der enten går helikopter eller færge. I april måned er der ingen offentlige transport med båd, så vi tog helikopteren. Allerede her skiller Mykines sig fra andre destinationer. Som turist at tage helikopter, og få panorama over hele Færøerne, og kun betale 145 kr, hvor prisen er den samme for en turist som lokal. Enten om den rejsende tager båd eller færge er det en rejse, hvor turisten bliver tæt knyttet til naturen. Med færgen er turisten i havet, og mærker bølgerne, og i helikopteren med den flotte udsigt.

Oda driver GoLocal, hvor hun arrangerer solnedgangsture på Mykines, hvor det samtidig er muligt at se suler og lunder (Golocal 2019). Vores ophold hos Oda, var tidligt i sæsonen, hvilket gav os mulighed for at være forsøgskaniner for Oda's guidede tur. Vi gik hele vejen ud til holmen og tilbage igen. En tur på 3-4 timer, hvor Oda fortalte anekdoter og fakta om Holmen og Mykines generelt. Selvom vores rejse var uden for sæson, kan vores tur alligevel bruges som en valid oplevelse. Oda's guidede tur foregår om aftenen, efter den sidste færge er rejst til Sørvágur, så der er kun 30-40 mennesker på øen (Goloca 2019).

I litteraturen gøres der forskel på en normal oplevelse, og en oplevelse der bliver udbudt (Blichfeldt, Jepsen, Liburd, 2007:233). Hvor en oplevelse der bliver udbudt, bliver påvirket af kvaliteten af udbyderen. Vi var turister af en udbudt oplevelse, hvor Oda var vores guide, og havde en afgørende faktor i vores oplevelse. Det var ikke kun at se på fuglene og mærke den fredelige natur der var en del af oplevelsen. Det var alle gældende faktorer, både anekdoten om den første jernbane på Færøerne der er på Mykines, den kaffe hun tilbød ude ved fyrtårnet, solen der skinnede, og den sværm af suler vi var omgivet af. Hermed bliver vi en del af en større oplevelse.

For at gå i dybden med oplevelsen, vil vi kigge på de fire dimensioner om hvordan en oplevelse føles af turisten, ved grad af aktiv eller passiv og hvorvidt oplevelsen går ind i turisten eller omvendt (Madsen 2015:21). Som turister deltog vi ikke aktivt, på grund af der ikke var nogen aktivitet. Vi gik i naturen og oplevede de gaver den har at tilbyde. Selvom Oda var udbyder, var det naturen der var essensen i oplevelsen. På den måde var det ikke oplevelsen der gik ind i kunden. Det var os som turister der gik ind i oplevelsen. Afgørende for oplevelsen, er turistens engagement til naturen til gåturen. Hermed kan vi konkludere at det var en æstetisk. En æstetisk oplevelse, hvor vi observerede fuglene og sælerne, naturen som forbløffede og fik os inkluderet i naturen. Hvor tid ikke bliver en afgørende faktor, men nuet der får betydning. Oplevelser i denne kaliber er sjældne, og må være derfor være grundlag for at Mykines er en så attraktiv destination på Færøerne.

Vores ophold på Mykines var under skinnende solskin og lidt vind, som også har en stor faktor, når det gælder den optimale oplevelse. Turisten kan have en god tur til Mykines, have en flink guide, og få en kulturel oplevelse af det lille lokalsamfund. Men hvis vejret ikke er til det, vil turen ud til holmen, og muligheden for at komme helt tæt på naturen nærmest være umulig, som sandsynligvis ville medføre en værre oplevelse.

32% af turisterne der besøgte Færøerne i august 2018 besøgte Mykines (VFI 2019:29). Hver tredje turist der rejser til en lille ø på 10km² med 15 indbygger, lægger op til en kæmpe forskel på udbud og efterspørgsel. Der er ingen tvivl om at der er efterspørgsel på at beundre fuglelivet på Mykines, men har det også en konsekvens for priserne på Mykines?

Kigger vi på Airbnb er prisen for at leje et hus, med plads til seks mennesker 1050 kr pr. nat. Eller kan der lejes en hytte med plads til 4 mennesker, for 1200 kr pr. nat (Airbnb.com). Sidstnævnte er en pris for et rum med fire køjesenge, uden toilet. I April 2019 er det kun muligt at finde tre udbydere af værelser eller huse på AirBnb, dog er der omkring 40-50 sengepladser for turister på Mykines (Heinesen 2019). Vi kan konkludere at der er et begrænset antal udbydere, alligevel er prisen på værelserne umiddelbart den samme som i andre bygder på Færøerne, i samme klasse.

Under vores feltstudie, fik vi også forklaringer om at der ikke altid var udsolgt indenfor logi på Mykines. Al form for transport er nær udsolgt hele sæsonen, og i høj sæson sejler færgen ekstra ture hver dag. Det vi kan konkludere ud fra dette, må være at Mykines er en dagstur. 32% af turisterne besøger øen, der besøger op mod 20.000 turister øen på fire måneder. Efterspørgslen efter øen er til stede, og efterspørgslen efter overnatning på øen må derfor være begrænset. Der kan være flere grunde til dette. En af grundene kan være sammenhængen med at Torshavn, der har allerstørst udbud af overnatningsmuligheder, det er nærmest udsolgt i højsæson. I gennemsnit er hoteller og hostels op mod 90% udsolgte i Juni, juli og August (VFI 2017:7). Kigger vi på hvordan Mykines bliver markedsført, er det også som en endagstur, som Heini Heinesen er enig med: *“98-99% af turister laver én-dags tur”* (Heinesen 2019). For at understøtte Heini's påstand viser det sig også at det kun er Golocal der tilbyder pakketure der overnatter på Mykines. Turistinformationer på Færøerne tilbyder endagsture, her har vi undersøgt blandt andet Greengate, mm tours og Heimdal tours.

4.5 Hvilke udfordringer indebærer den stigende turisme på Mykines, og hvordan håndterer de aktuelle interessenter de udfordringer?

I denne del af projektet kommer vi ind på, hvilke udfordringer som Mykines - både lokalbefolkningen på øen og Mykines som turistdestination står overfor, når turismen på øen stiger i sommermånederne, i takt med at turismen generelt også stiger på Færøerne. Derudover vil vi lave en interessentanalyse, som har til hensigt at hjælpe os med at få et indblik i de forskellige interessenter, som tager del i projektet omkring Mykines. Ud fra den analyse finder vi ud af, hvor interessenterne ligger holdningsmæssigt og i forhold til at have indflydelse og påvirkning på beslutningsprocesserne og problemstillingerne på Mykines.

4.5.1 Udfordringer med turismen på Mykines

Antallet af rejsende til Mykines er vokset med op imod 400% siden 2009 (Andreasen 2018:38) og det kan medbringe en del udfordringer og komplikationer, mener Oda Andreasen. Hun nævner dog, at turisme er positivt for Mykines, så længe den forvaltes ordentligt. Dette mener hun ikke den bliver lige nu og hun ser det som essentielt for Færøernes langsigtede turismeplan. Andreasen mener at en af de store udfordringer på Mykines er, at den sociale bæredygtighed ikke fungerer optimalt, det kan ses ved, at pengene fra turisterne ikke kommer de lokale på øen direkte til gode. Hun påpeger at det er de store virksomheder, som driver turismen og sælger turene til Mykines, som egentlig tjener pengene på turismen, og at der grundet dette ikke kommer kapitalafkast via turisme til de lokale på Mykines. Johan Pauli Helgason fra Visit Faroe Islands anerkender problemet med, at lokalbefolkningen ikke får ordentligt udbytte af turismen på Mykines.

Udover den manglende sociale bæredygtighed, så halter den miljømæssige bæredygtighed også bagefter, hvilket vi har fået bekræftet, af flere af de interviewede personer. Tusindvis af mennesker går hvert år ovenpå lundehulerne, på vej til ud til Holmen, da der ikke er nogle klare reguleringer og regler, som bliver håndhævet af beboerne eller turisterne på øen. Denne form for mangel på miljømæssig bæredygtighed,

påvirker store dele af lokalbefolkningen på Mykines. Vi snakkede med Heini Heinesen, der pointerede at *“Det generer mig, at der ikke er nok styring på turisterne. Folkene irriterer mig ikke i sig selv. De må gerne komme og se fuglene, men de må ikke gå og træde på Fuglenes jord”*. Denne holdning er han ikke alene om - hos VFI anerkender de også de manglende klare regler på området. (Helgason, interview.)

Når man kigger på den sociale- og miljømæssige bæredygtighed som en udfordring for Mykines, så kan det kædes sammen med økoturismen som begreb. En af udfordringerne er, at Mykines bliver markedsført som værende bæredygtigt, “unspoiled”, og andre vendinger i samme diskurs. (Visitfaroeislands.com). Men om turismen på Mykines i virkeligheden kan defineres som værende økoturisme, kan der måske stilles spørgsmålstejn ved. Hvis der kigges på TIES’ (The International Ecotourism Society) definition af økoturismen, hvor visse faktorer skal være opfyldt for, at det kan godtages som værende økoturisme. Dette er en problemstilling, som vi vil komme nærmere ind på i vores diskussionsafsnit, hvor vi vil stille spørgsmålstejn ved om turisme og bæredygtighed kan gå hånd i hånd - på Mykines såvel som andre steder.

En anden udfordring som er central for Mykines, og som er i led med de andre udfordringer er, at kunne løse de andre udfordringer, så er der en masse mennesker som skal gå sammen og blive enige om, hvordan problemet skal løses. Det kan være svært, når den Færøske jord, både på Mykines såvel som på resten af Færøerne, er delt op blandt et enormt antal af jordejere. I alt er der 477 jordejer-foreninger på Færøerne (Helgason, interview), og ved hver forening er der derudover et stort antal af medejere. Når der skal laves love på sådanne områder, så er det svært at opnå klar enighed. Som Helgason siger: *“Vi har meget gammel lovgivning når det kommer til adgang til naturen og landbrugslovgivning, og hvordan man kan bruge naturen og ressourcerne her. Så det er meget forældet lovgivning, som skaber store udfordringer nu, og skaber konflikter mellem de traditionelle værdier som jordejerne har og så dem som gerne vil drive turisme.”* (Helgason, interview). Der er store konflikter på området, og den gamle lov, som ikke har været revurderet i lang tid, er med til at skabe uklarhed. En konsekvens af dette ses på øen Vágar, hvor attraktionerne *trælanípan* og *bøsdalafossur* i 2019, for turister og erhvervet kostede 450 kr. at besøge (KVF 2019). Dette har de lokale jordejere vedtaget. Det bliver også en udfordring for både VFI og turistinformationer på Færøerne, på grund

af, at det bliver uforudsigeligt hvorvidt et sted eller en attraktion kommer til at koste penge eller ej. Det er altså op til de forskellige ejere, som har det fulde ejerskab over de forskellige jordområder, og det er derfor op til dem, hvordan de vil administrere disse - om hvorvidt det skal være lovligt at gå der, om det skal koste penge og så videre.

4.5.2 Interessentanalyse af forvaltningen af turismen på Mykines

I denne del af opgaven vil vi forme en interessentanalyse, også kendt som en stakeholderanalyse, for at give os selv og læseren et overblik over de forskellige interessenter, som har del i udfordringerne samt mulighederne turismen skaber på Mykines. Vi vil starte med at liste alle interessenterne ned, og derefter sortere dem ind under fire forskellige kategorier. De fire kategorier er taget fra altomledelse.dk, som har lavet en matrix, som interessenterne kan indsættes i. Derefter vil vi diskutere og beskrive interessenterne og deres forhold til problemstillingen.

Når ordet 'projektet' bliver brugt i denne interessentanalyse, så skal det forstås som om, at projektet, som interessenterne har indflydelse på, er at få skaffet overordnede løsninger til de problemstillinger som den stigende turisme på mykines medfører.

Interessenterne

Interessenterne i denne analyse, er valgt ud fra de personer, som vi har kendskab til og viden fra, i forhold til det feltstudie som vi har udført på Færøerne. Derfor vil vores placering af interessenterne i forhold til problemstillingen delvis være skabt ud fra egen tilegnet viden. Vores mere formelle interviews, samt uformelle samtaler som vi har haft med interessenterne i løbet af vores feltstudie, vil vi også gøre brug af. Derudover vil vi bruge den empiri vi har skaffet fra eksterne kilder efter vi er hjemvendt fra turen til Færøerne.

Når vi har listet alle interessenterne, så vil vi dele dem op i, hvorvidt de har indflydelse på projektet og hvorvidt de bliver påvirket af projektet. Derefter skal de deles op i fire forskellige grupper i en interessant analytisk matrix, for at konkludere på hvor de forskellige interessenter ligger i forhold til hinanden.

Oda Andreasen (GoLocal)

- *Ikke indflydelse på projektet - Påvirket af projektet*

Andreasen har ikke indflydelse på beslutningsprocesserne på og omkring Mykines, da hun ikke ejer jord på Mykines, og hun er ikke med i bestyrelsen på øen. Hun bliver derimod stærkt påvirket af hvad der bliver besluttet vedrørende Mykines, da hun fra maj til august hvert år driver turismeerhverv på øen.

Katrina Johansen

- *Ikke indflydelse på projektet - påvirket af projektet*

Johansen har ikke direkte indflydelse på løsninger af problemstillingerne på Mykines. Hun har ikke noget direkte magt, i forhold til at skulle tage beslutninger. Hun er ikke med i bestyrelsen på øen. Hun bliver dog direkte påvirket af det, da hun både bor på Mykines på fuld tid, samt at hun driver erhverv på øen.

Heini Heinesen

- *Indflydelse på projektet - påvirket af projektet*

Heinesen har indflydelse på beslutningstagninger på Mykines, hvilket især kan ses, da han deltog i det omfattende møde i 2017, hvor der blev vedtaget at turister skulle betale en afgift på 100 kr, for at gå turen ud til holmen på øen. Heinesen sidder derudover også i bestyrelsen i RAMSAR. Som er en naturfredningsforening, som blåstempler forskellige naturområder.

Johan Holm Simonsen (Mykines)

- *Ikke indflydelse på projektet - påvirket af projektet*

Johan har ikke nogen direkte indflydelse på beslutningerne, da han ikke er med i bestyrelsen eller ejer jord. Han er derimod påvirket af det, da han har bosat sig på øen.

Magni Laksafoss

- *Indflydelse på projektet - ikke påvirket af projektet*

Magni har delvist indflydelse på Mykines, da han er folkevalgt politiker i Lagtinget. Han vil derfor delvist være med til at skulle træffe beslutninger vedrørende turisme, både på et lokalt plan, men samtidig også på et større nationalt plan.

Visit Faroe Islands (Johan Pauli Helgason)

- *Indflydelse på projektet - ikke påvirket af projektet*

Visit Faroe Islands, herunder Johan Pauli Helgason, har indirekte indflydelse på projekterne omkring Mykines. Da VFI ikke har direkte magt til at vedtage love, men derimod blot er sat i verden for at rådgive og vejlede de bønder og mennesker som ejer jorden på Mykines og andre steder.

Bjarni Hansen

- *Indflydelse på projektet - påvirket af projektet*

Hansen har indflydelse på beslutningsprocesserne, da han er fæster for "lamba", som turisterne skal gå igennem for at komme ud til holmen. Han har derfor meget magt, hvad angår regler og beslutninger på Mykines. Han bliver derfor også påvirket af hvad der bliver besluttet, da hans jord selvfølgelig vil blive inddraget.

Interessenternes holdninger og løsningsforslag

Oda Andreasen (GoLocal):

Andreasens hovedmål med GoLocal er at drive en bæredygtig turistvirksomhed på Mykines. Andreasens største fokus vedrørende bæredygtighed ligger på den sociale bæredygtighed. Hun går meget op i, at de penge som turisterne lægger på øen skal gøre gavn for lokalbefolkningen på Mykines. Hun mener ikke at det er tilfældet på nuværende tidspunkt i 2019. I forhold til at bevare miljøet, mener Andreasen at det ville være en løsning at bygge en udkigsplatform, som skulle være på det sted, hvor Lamba starter. Fra platformen ville turisterne have en god panoramisk udsigt over Lamba og lunderne. Dette ville gøre, at turisterne ikke skulle gå igennem selve Lamba, og træde på lundernes huler. Andreasen mener, at turisterne vil have en stor nok oplevelse i at kunne se ud over lunderne og Lamba.

Katrina Johansen:

Johansen ligger ikke inde med stærke holdninger til hvordan at Lamba, og Mykines som naturpark, skal forvaltes. Da vi i vores interview med hende spørger, hvad hendes holdning er til, at turisterne på Mykines går igennem Lamba. Der mener hun at det på ingen måde gør noget, at turisterne går rundt på fuglenes huler og reder, så længe de bare betaler de 100 kr i afgift, som det koster at gå turen ud til Holmen.

Heini Heinesen:

I vores interview med Heini kom vi frem til, at han har meget stærke holdninger til, hvordan at lamba og Mykines skal håndteres. Han vil have meget mere kontrol over de turister, som går ture ud til holmen. Heini foreslår at man laver stærke reguleringer for turen ud til holmen. For eksempel mener han, at man skal sende folk igennem Lamba i tidsintervaller. Altså sørge for, at der står naturkyndige eller deciderede park vagter, som skal holde styr på, at turisterne kommer igennem Lamba i hold, i stedet for individuelt. Dette skal være for at give fuglene mest mulig hvile, samt mulighed for at komme med føde indtil deres reder, så der ikke konstant er mennesker som opholder sig ved deres reder.

Johan Holm Simonsen:

Simonsen mener at turismen til øen skulle være begrænset eller næsten helt udelukket. Hvis der skal være turisterne på øen, så mener han at de skal være ledsaget af en kyndig guide, som kan sørge for, at de ikke tære på naturen. Simonsen vil derudover gerne have begrænset det meste nye byggeri på Mykines. Han mener ikke, at der skal bygges nogen former for menneskeskabt infrastruktur - såsom asfalterede veje og så videre. Han mener dog, at alle veje og nye byggeri, som er på Mykines nu, selvfølgelig skal bevares, men intet nyt burde opføres. Simonsen mener derudover også, at det er forkert at pengene som turisterne betaler for at komme ud til holmen, ender i en fond, som bliver styret af private aktører, som ejer jorden på Mykines.

Magni Laksafoss:

Laksafoss mener at der ikke vil blive sat nogle deciderede løsningsforslag vedrørende problemerne med turisme til værks på Færøerne, før der har været et kollaps inden for sektoren. Det er en generel del af Laksafoss' hypotese om den Færøske økonomi. Han mener, at hver gang der brug for en reform i landet, så er det opstået ud fra det faktum, at der har været et decideret kollaps eller et andet problem inden for sektoren, ligesom der også var med fiskeindustrien tilbage i tiden. Som han siger: "*Desværre tror jeg at det samme kommer til at ske, at inden for turismen, skal virksomheder enten gå konkurs, eller der skal ske katastrofer indenfor turismen, såsom turister der dør i bjergene, før det politiske system kommer ind, og ændrer lovgivningen*". (Laksafoss, interview). Han mener, at når

hans påståede kollaps er sket, så skal turismen struktureres således på Færøerne, at der kommer til at være 10-20-30 forskellige steder på Færøerne som skal være decideret turistattraktioner. Mykines vil være et af disse steder. Disse steder skal drives professionelt og udvikles til, at blive brugt af turister. Det skal være med til at sørge for, at der så er fred til naturen og lokalbefolkningen andre steder på Færøerne.

Visit Faroe Islands (Johan Pauli Helgason):

Visit Faroe Islands er, efter omlægningen fra markedsføringsvirksomhed til management virksomhed, blevet aktive på området vedrørende de udfordringer som turismen bringer med sig til Færøerne. De tiltag som Visit Faroe Islands indtil videre har udført er vi kommet ind på i første analysespørgsmål.

Johan Pauli Helgason bragte i vores interview et par forslag som ønskes udført i fremtiden. Et af Helgasons hovedforslag var, at for at løse udfordringerne på Mykines, så skulle øen gøres til en nationalpark. Derigennem ville det være muligt, at kontrollere turismen bedre, både hvad angår færdsel og antal af turister. Men også at sørge for, at afgiften på at besøge Mykines, ender i de rigtige hænder.

Bjarni Hansen:

Hansen har ikke nogle konkrete holdninger til hvordan turismen på Mykines skal forvaltes. I interviewet som vi har fundet med ham, kommer han dog ind på, at han mener at der skal være en smule styring på, og at turisterne ikke kan gå frit hen over Lamba, men derimod skal gå i hold i stedet. Derudover udtaler han også: *“Det er turistinformationerne som får turisterne til Færøerne, som bliver nødt til at hjælpe dem hele vejen, også ud til Mykines. De kan ikke bare sende dem til øen, de må hjælpe til rådgivning, og forklare hvordan man skal gå ude på holmen”*. (<https://kvf.fo/tordur-aturi?sid=66006>). Når radioværten i interviewet spørger Hansen om, hvad pengene fra turisterne skal bruges på, svarer han *“jeg ved det ikke”* flere gange. Ud fra det kan vi tolke, at Hansen godt kan virke forholdsvis uinteresset i, hvordan at Lamba skal forvaltes, trods han er manden som fæster området. Derudover fandt vi i vores interview med Heinesen ud af, at han havde spurgt Hansen om, at det var okay at 30.000 turister hver sommer skulle gå igennem Lamba, til det svarede han *“Det ved jeg ikke”*.

	Ikke indflydelse på projektet	Indflydelse på projektet
Påvirket af projektet	Oda Andreasen Johan Holm Simonsen Katrina Johansen	Heini Heinesen Bjarni Hansen
Ikke påvirket af projektet		Magni Laksafoss Visit Faroe Islands (Helgason)

4.5.3 Vigtigste interessenter

Når vi har betragtet de forskellige aktører i interessentanalysen, deres holdninger, samt sat dem i et skema over hvorvidt de har indflydelse og bliver påvirket af projektet, så kan vi analysere på hvilke interessenter vi finder vigtigst for projektet. Vi mener at Heini Heinesen, Bjarni Hansen og Visit Faroe Islands er de vigtigste interessenter i dette projekt. Det er dem som både direkte og indirekte, har mest magt i forhold til beslutningsprocesser.

4.5.4 Delkonklusion

Analysen viser at Mykines er et helt unikt samfund, med rig natur i form af fugle og får, og et småt og tæt lokalsamfund. Selvom turismen påvirker øen, så får man ikke en følelse af der er stort engagement til at løse de udfordringer turismen medbringer. De lokale har ikke et stort drive til at løse udfordringerne, som en fælles enhed. Vi fik et indtryk af at de lokale i høj grad havde et apatisk forhold til turismen, så længe at turismen gav økonomisk afkast, som de 100 kr turisterne giver til øen. Som en oplevelse er Mykines helt speciel, selvom denne observation var udenfor sæson, og uden lunder, kommer turisten helt tæt på naturen og får en æstetisk oplevelse, som sent bliver glemt. Udbuddet af overnatningssteder er lavt og efterspørgslen efter at besøge Mykines er stort. Dette har dog ikke haft den store forskel på priserne på øen, på grund af at Mykines primært er en endagstur. Vores Analyse peger på at pengene i høj grad ender hos turistinformationerne uden for Mykines. Og vi kan konkludere, at Mykines generelt står over for en helt del

udfordringer. Det er en masse udfordringer som følger med den generelle udvikling for turismen på Færøerne, som vil have en klar påvirkning på Mykines også. For at Mykines kan klare det store opsving i turismen, som de kommer til at opleve, så skal der tages nogle beslutninger i forhold til, hvordan det skal forvaltes. Beslutningerne kan være svære at få truffet, da der er utroligt mange interessenter, som skal være inde over beslutningen. Dette er med til at tage beslutningsprocesserne i langdrag, og endda være med til, at man helt dropper at finde en løsning. (Helgason, interview). En anden situation som dette medfører er, at selvom der bliver taget en beslutning, så ender det med, at den beslutning/lov ikke bliver håndhævet til punkt og prikke. Det er en situation, som for eksempel kan ses ved Mykines. Her er der i teorien vedtaget en lov, som vedrører at man skal have en guide med, hvis man skal gå ud af Mykinesbygd igennem Lamba. Denne regel er dog ikke noget, som bliver håndhævet.

Vi kan derudover konkludere på, hvem de vigtigste interessenter for vores projekt er. I dette tilfælde mener vi, at de interessenter som i vores projekt har mest betydning for Mykines og for de beslutninger som der bliver taget på Mykines er Heini Heinesen, Bjarni Hansen, Visit Faroe Islands og Magni Laksafoss.

Udover de interessenter som vi bringer med i denne interessentanalyse, er der også en stor mængde af andre personer, som har noget at skulle sige i beslutningsprocesserne. De interessenter, som vi har med i analysen, har en del forskellige holdninger til hvordan udfordringerne skal løses - derfor formodes det, at der er et utal af andre forslag til løsninger, som vi end ikke har med i denne analyse.

Den viden, de løsningsforslag og de forskellige holdninger, som vi har fået samlet sammen i denne analyse, vil vi bruge videre i vores diskussionsafsnit. Her vil vi diskutere de forskellige løsningsforslag og sætte dem op imod hinanden.

5. Diskussion

Dette kapitel vil diskutere tre elementer vi har valgt. Det starter ud med en forlængelse af interessentanalysen, derefter en diskussion om turisme kan være bæredygtig. Til sidst afrunder vi, ved at diskutere vores metodiske valg.

5.1 Løsningsforslag til Mykines

Ud fra interessent analysen, vil diskutere interessenternes holdninger om forvaltningen af turismen på Mykines. Derefter vil vi sætte dem op imod hinanden, og komme med et konkret forslag, som er et kompromis ud fra interessenternes holdninger.

Vores undersøgelse har givet os et klart indtryk af, at det er nødvendigt at finde en løsning, for den stigende turisme på Mykines. En løsning der i så høj grad som muligt er social, miljømæssig og økonomisk bæredygtig. Figur 1.6 viser en tabel over hvorvidt interessenterne bliver påvirket af projektet, og om turismen i skal reguleres eller ikke. National park betyder at Mykines bliver statsstyret, enten af VFI eller anden offentlig institut, og følger den satte natur lovgivning og regulering. Reguleret eller kontrol betyder enten at styre antallet af turister, ved færre sejlture, eller regulere i forhold til at kontrollere turene ud til Holmen, med guides for eksempel. Ingen regulering er at følge samme strategi som føres i dag.

figur 1.6

	ingen regulering	Kontrol/regulering	National park
ikke påvirket af projektet		Magni	Visit Faroe Island
påvirket af projektet	Katrina	Bjarni Heini Oda	Johan H. Simonsen

Ser vi på figur 1.6, ses et tegn, på at flertallet vil have en form for regulering. De påvirkede har et median, der viser en interesse for at en grad for regulering. Hvor går så grænsen for regulering, og tilfredsstillende interessenterne.

Som analysen viser er der holdningen om at lave enten at ændre ingenting, lave en national park, eller i en vis form begrænse eller kontrollere turisterne gennem Lamba og ud til Holmen. Bjarni siger i en radioudsendelse i 2017: *“turen ud til holmen skal struktureres bedre, når båden kommer, går en af gangen gennem lamba, det stopper ikke”* (<https://kvf.fo/tordur-a-turi?sid=66006>). Heini Heinesen er enig med denne holdning, *“Jeg havde VFI og to fugleeksperter, til at undersøge fugle på Mykines”* (Heinesen 2019), og kommer også med videnskabelig påstand om at fuglene bliver mere forstyrret, hvis turisterne opholder sig. Denne påstand er fra en undersøgelse lave i Isle of May, hvor de undersøger hvilke konsekvenser menneskelig interferens har på lunder. Selvom undersøgelsen er lavet i Isle of May vurderes gyldig, da det er samme art lunde som på Færøerne, og i lignende landskab. Konklusionen i undersøgelsen var, at især ophold af mennesker tæt på lunderne, i længere tid, har konsekvenser for lundernes yngling (Bogdanova, A., Newell, M., Harris M.P., Wanless, S., Lindstrøm J. 2014). Dette viser at det ikke kun er påstande fra lokale eller entusiaster, at turismen har konsekvenser for fuglene. Bestanden påvirkes dog primært af adgang til føde, det interessante er hvis endnu et menneskeskabt fænomen, bliver en yderligere forhindring for fuglenes udvikling.

Oda Andreasen lægger ikke den samme vægt på selve lunderne, som Heini gør. Hendes fokus ligger på den sociale bæredygtighed. Hun mener at der kan findes en løsning, ved at for eksempel forbyde ture ud til Holmen. Dette praktiserer hun dog ikke sin egen guidede ture. Hendes forslag lyder: *“Det er unødvendigt at gå hele vejen ud til Holmen, en udkigspost over lamba, der giver mulighed for at se søpapegøjer og suler burde være nok, så slipper vi for at træde på lundernes huler.”* (Andreasen 2019). Denne holdning lægger op til en restriktion af ture ud til Holmen, i hvert fald af turister.

Restriktion af turister ud til Holmen lægger sig lidt op af ideen om at lave Mykines til en nationalpark. Både VFI og Johan Simonsen, mener at Mykines kunne laves til en nationalpark, for at have kontrolleret regulering af turismen på øen. Enten nationalpark, eller mener Simonsen at færgeren til Mykines kun skulle sejle to gange om ugen, for at begrænse antallet af turister markant. Denne holdning kan være påvirket af bias, taget i betragtning af at han ikke har tilknytning til Mykines, men er flyttet dertil for tre år siden, for at bo i et stille og lokalt samfund om sommeren.

VFI påpeger nødvendigheden for en nationalpark, på grund af mangel af kontrollering på Mykines. Johan Helgason siger i interviewet: *“På Mykines er der fx behov for at det bliver en nationalpark, med specifikke begrænsninger for færdsel og antal af mennesker osv.”* (Helgason 2019). Det hænger meget i takt med Simonsens holdning om at begrænse færdslen ud til øen, dog antager vi en omlæggelse til en nationalpark vil give de offentlige større indflydelse på Mykines.

Konkrete konsekvenser af en omlæggelse til en national park, har dette projekt ikke beskæftiget sig med. Vores feltstudie gav os indtryk af en modstand af omlæggelsen, hvis den ville medføre restriktioner og øget kontrol af fugle jagt på øen. I dag styrer jordejerne kvoterne på fuglejagten, dette har dog været kontrolleret over mange år. De sidste år er lunden på Mykines blevet fredet, på grund af dens føde forsvandt, indtil bestanden er kommet sig.

Sidste led i diskussionen er holdningen hos Katrina Johansen og Magni Laksáfoss. Deres holdning er mindre konkret end de andres, hvor Laksáfoss gør klart at Færøerne skal have udvalgte steder på Færøerne, hvor der bliver drevet professionel håndtering af turismen. Samtidig har Katrina en mere apatisk holdning, *“Så længe turisterne betaler 100 kr, må de gerne gå gennem lamba og ud til Holmen.”* (Johansen 2019).

Taget i betragtning af de lokales hensyn, tyder det på at løsningen er et kompromis mellem national park og ingen regulering. De lokale er interesserede i det økonomiske afkast af turismen, som Oda Andreasen beskriver: *“Økonomisk og social bæredygtighed hænger sammen, er turismen økonomisk bæredygtig og giver til lokalsamfundet, vil turismen også være social bæredygtig.”* (Andreasen 2019). Andreasen og Heini, der driver turisme og de interessenter der driver turisme, ønsker et så bæredygtig erhverv som muligt. Samtidig vil VFI og Laksáfoss have en bæredygtig og reguleret forvaltning af turismen.

Diskussionen fører os derfor til et løsningsforslag, hvor alle holdninger er vejet op imod hinanden:

Turisterne skal betale 100 kr, eventuelt for at komme ud til øen, for at få lidt flere penge til øen. Altså ikke kun dem der går ud til Holmen. De penge skal gå i fonden, som de private jordejere administrere, med formål vedligeholde og udvikle turismen på øen og bevare lokalsamfundet, ved at vedligeholde gamle bygninger og kulturelle ejendomme. Ingen af interessenterne har behov for at turisterne gå ud til holmen, så en afgrænsning over Lamba, som betyder at kun turister med guides må komme ud til holmen. Turen fra bygden og til det afgrænsede sted, har markant begrænset adgang til lundehuler. Det medfører at alle turister får mulighed for at se lunder og søpapegøjer. Derudover får de turister der er villige til at betale ekstra, mulighed for at gå hele vejen ud til holmen. Det kan lægge på til en diskussion om turen til holmen skal dobbeltbeskattes, så fonden får endnu flere penge.

Det giver minimal provokation af lundernes huler, hvor de turister der går gennem Lamba har en guide, som fører dem trygt og sikkert gennem Lamba. Det lokale samfund får penge, både gennem fonden og det erhverv der allerede er implementeret. Turistorganisationerne har klare regler for hvordan Mykines er, til lamba og ikke længere for 100 kr, og med en guide kan de komme hele vejen ud til Holmen. Det kræver minimal administration, da ressourcerne allerede er til at styre fonden på Mykines, og turistinformationerne allerede har et apparat til at få guidede endagsture ud til Mykines. Den øgede pengestrøm til Mykines kunne derefter ansatte en en respektiv ranger, med beføjelse at give bøder til turister der ikke overholder de givne love.

5.2 Kan turismen være bæredygtig?

De engelske ord "*Unspoiled, unexplored og Unbelievable*", som Visit Faroe Islands gentagne gange bruger i deres markedsføring, er blevet et symbol på hvad Færøerne gerne vil udstråle til omverdenen. *Men kan et land med en stigende interesse og turisme blive ved med at være uspolet, uudforsket og utroligt?* Dette spørgsmål vil vi gerne rejse i vores diskussion, hvor vi vil komme ind på bæredygtighed, målsætning og markedsføring.

Som der er blevet redegjort for i vores analyse, så er den stigende turisme på Færøerne et emne der splitter vandene hos borgerne og jordejerne på Færøerne. Et emne der bliver berørt med fløjlschandsker, på grund af de mange aktuelle interessenters forskellige mål. Derfor står Visit Faroe Islands med et omfattende ansvar på deres egne skuldre, da det er dem der administrere markedsføringen til landet. Som analysen om hvorfor turister vælger Færøerne kommer frem til, så tyder det på at en af grundene til at Færøerne er så populært, er fordi det er et forholdsvis ukendt sted. 75% af turisterne i 2015 var førstegangs besøgende. Derfor kommer der et dilemma, om hvor længe Færøerne kan tiltrække turister og samtidig markedsføre sig som *Unspoiled, Unexplored, Unbelievable*. Turisterne ser stadig Færøerne som uspolet, da analysen viser at 86,6% af turisterne er enige med VFI's slogan. VIF skal sørge for at tiltrække turisme, samtidigt med at de skal være troværdige i deres markedsføring. Altså der ville opstå et troværdighedsproblem, hvis de på forhånd lovede at Færøernes natur er uspolet og realiteten var et falmende industrielt og spoleret landskab.

Oda Andreasen er ikke enig i, at denne form for bæredygtighed bliver overholdt på Mykines - i det, at hun påpeger, at "*det ikke er bæredygtigt nu, når man giver 1000-vis af folk lov til at gå på søpapegøje-hulerne*" på Mykines. Odas virksomhed GoLocal fokuserer meget på bæredygtighed, og herunder nævner hun, at udover den miljømæssige bæredygtighed, så er den sociale bæredygtighed den vigtigste for hende. Hertil nævner Johan Helgason at "*Det skal ske på en måde hvor folket kan acceptere og sætte rammerne for den her industri.*". Det virker som om at der er en fælles konsensus omkring målsætningen af rammerne for de lokale, og dette erkender både Oda og Johan skal være

højere prioriteret, end det har lige nu. Så nogle af alle de penge turismen bidrager til kommer ud i lokalmiljøerne - og ikke kun turistforvaltningerne i storbyerne.

Hvor Oda havde et small-scale fokus på bæredygtighed på Mykines, så koncentrerede Johan sig også i meget høj grad om global og national bæredygtighed, hvor han nævner at *“turisme og bæredygtighed i sig selv er modsætninger. Da turisme begynder med en flyvetur. Det er en meget invasiv form for industri, da det påvirker livet, landsbymiljøer, natur, det påvirker på mange forskellige måder. Men målsætningen er at det skal være bæredygtigt. Der forstår jeg det primært som, at det for det første skal være økonomisk bæredygtigt.”* (Helgason 2019). Økonomisk bæredygtigt er for at få den private sektor til at investere i turismen, så turisterne igen får bedre service. Ideen er at det skal hænge sammen økonomisk, så bliver turismen social og miljømæssig bæredygtig derefter.

Naturen eller dyrelivet på Færøerne er ikke fatalt truet på nuværende tidspunkt af turister, men er det de rette målsætninger VFI har? En af de første sætninger i introduktionen i årsopgørelsen i 2017 er *“De nyeste nøgletal for nationalregnskabet, viser at turismen omsætter for 606 millioner...”* (VFI 2017:3). Samtidig med at en deres første *mål for succes* er at omsætte for 1.5 milliard i 2025 (VFI 2019:42). Udadtill har VFI et stort fokus på bæredygtighed, det ser vi i rapporten *preservation 2019*, men er hele VFI som organisation præget af kapitalisme?

Vi anklager ikke VFI for at være kapitalistiske, på grund af at de arbejder indenfor rammerne lagt af udenrigs- og erhvervsstyrelsen. Men kan det tyde på en kapitalistisk tilgang til turismen fra det politiske system? VFI havde i 2017 et budget på 13,4 millioner kroner, som blev fordelt over markedsføring og administration. Lagtinget har oprettet en markedsføringsorganisation, med et budget på 13,4 millioner kroner, og forventer at det private erhverv vil føre en social og miljømæssig bæredygtig turisme. Magni understøtter også indirekte denne kapitalistiske holdning, ved beklageligvis at forklare, at det politiske system ikke handler før der sker et kollaps.

Som Helgason understreger i interviewet, *“Man skal huske at turisme på Færøerne kun er på et begyndende stadie. Vi har kun de her 100.000 turister...”* (Helgason 2019). Turismen er stadig ung på Færøerne. Vores diskussion sætter spørgsmålstegn ved den politiske måde at håndtere turismen på.

Færøerne har al den viden, om turismens konsekvenser, og hvor betydningsfuldt det er at forvalte turismen bæredygtigt. Alligevel gives der et indtryk af, at det politiske system sammen med VFI har en kapitalistisk måde at løse turismen på. Som Andreasen beskriver *“Turisme er fantastisk, hvis det bare gøres rigtigt”* (Andreasen 2019). Heinesen understreger også, at *“Bæredygtig turisme kan kun gøre Færøerne rigere”*. Derudover ser vi på tidligere finansministers holdning om at turismen bliver en afgørende faktor, for Færøernes mulighed for vækst, da fiske- og lakseindustrien har et loft (Laksáfoss 2019). Alle disse holdninger tilsammen, viser hvor bevidste aktørerne på Færøerne er om bæredygtig turismen, hvor stor betydning social og miljømæssig bæredygtighed har for en funktionel industri som turisme.

Der følger nogle afgørende politiske debatter og forhandlinger i fremtiden for turismen på Færøerne. At finde en løsning mellem de offentlige myndigheder og de private jordejere. Så alle får en fælles ordening, sådan at det private får rum til at føre en bæredygtig turisme, uden uforudsigelige faktorer.

5.3 Diskussion af metodevalg

En af manglerne i vores opgave er, at vi ikke interviewede nogle bøndere, og dermed ikke fik deres perspektiv direkte med. Et eller flere interviews med bøndere kunne have nuanceret vores opgave yderligere, fordi vi højst sandsynligt ville opnå forståelse for bøndernes side af konflikten. Vi prøvede at kontakte bonden Esbern, men han havde ikke mulighed for at deltage i et interview. Derfor måtte vi bruge en bonde, ved navn Bjarnis, lydspor fra en færøsk radioudsendelse til at anskaffe os viden omkring bøndernes holdning.

En vinkel projektet kunne tage, ville være at analysere Visit Faroe Islands' og GoLocals markedsføringsstrategi. Dette ville bidrage til forståelsen af tiltagene, samt synliggøre det daglige arbejde fra turist informationernes synspunkt. Man kunne eksempelvis komme ind på, hvilke digitale platforme de markedsfører sig på, samt hvilket segment de søger, når de 'advertiser' på nettet. Derudover ville det gøre det muligt at inddrage den erhvervsøkonomiske tilgang i oplevelsesøkonomi, som åbner op for nye og dybdegående analyser.

6. Konklusion

Hvordan kan den stigende turisme på Færøerne forvaltes bæredygtigt - med særligt henblik på Mykines? - er et svært spørgsmål at give et definitivt svar på, både fordi Færøerne er i en tidlig fase af turismen, men også fordi at det er et spørgsmål der omhandler fremtiden, så det kan nemt blive spekulativt.

Vi kan dog konkludere, at en omfattende fællesordning for forvaltningen af turismen er nødvendig. En fællesordning der har til formål at strømline jordejernes fortjenester, opsætte en standard for betrædning af skrøbelige områder og videre kanalisere turismens kapital til de respektive attraktioners samfund. Bæredygtighed er et meget bredt begreb, og begrebet består af mange forskellige underdele. I vores opgave har vi valgt at fokusere på økonomisk-, social- og miljømæssig bæredygtighed. Disse typer af bæredygtighed kan ikke skæres over en kam, men vi kan bla. udlede fra vores interview med Johan Helgason, at økonomisk bæredygtighed, bør komme først - da man ikke kan forvente at virksomheder, tager grønne, sociale og naturbeskyttelses hensyn - hvis der ikke er økonomiske ressourcer til det (Helgason, 2019).

En omfattende fællesordning af denne størrelse vil dog ikke kunne lykkes uden engagement fra de lokale på Mykines, hvor vi kan konkludere at der lige nu mangler noget gåpåmod og en vilje til at finde en bæredygtig løsning for alle. Dette ses blandt andet ved loven, omkring at man skal have guide med, når man går gennem Lamba (lunde landet) og ud til Holmen, som ikke bliver håndhævet.

I vores interessentanalyse arbejdede vi med forvaltningen af turismen på Mykines. De lokale på Mykines, har implementeret en afgift på 100 kr, for turister der går uden om bygden i Mykines. Pengene ender i en fond, administreret af de private ejere på Mykines, hvis formål blev vedtaget på et møde i 2017. Formålet var at udvikle og vedligeholde turismen på Mykines, samt at investere i kulturelle værdier til øen. I analysen om forvaltningen af turismen på Mykines, fandt vi ud af at den nuværende strategi ikke holder, da der ikke tages hensyn til naturen. Mykines tjener penge på turismen, er det bemærkelsesværdigt, at fonden i 2018 valgte at investere i et alter for 100.000 kroner, i stedet for at udvikle turismen og forbedre infrastrukturen på øen. Det tyder på at

debatten om turisme er meget diskuteret og aktuel, men når det gælder handlinger, så halter de langt bagud på Mykines. Håndtering af turismen blev beskrevet som ukontrolleret af Oda Andreasen og Heini Heinesen.

Udover de 100 kr, så ender størstedelen af pengene fra turismen på Mykines hos turistinformationerne i Torshavn. Dette mener vi er årsagen til den irritation, som vi fornemmer, hos de lokale og jordejerne - som ikke tjener så meget på at drive turismen.

Turismen stiger 10% årligt på Færøerne (Helgason 2019). Hvis den stigning fortsætter, som VFI påstår, bliver handling på området vitalt, hvis Færøerne fortsat vil være *'unspoiled, unexplored & unbelievable'*. Dette gør sig gældende, da turisterne primært vælger Færøerne af samme årsag. 75% af alle turister var førstegangsrejsende i 2015, og VFI ser det som en styrke at Færøerne er en ukendt destination på verdenskortet. Så Færøerne skal handle, hvis de vil gøre sig forhåbninger om at beholde ryet for at være en ukendt og eksplicit rejsedestination.

Efter vores tur til Mykines kan vi også udlede at det er en unik ø, synet man får på øen, er et syn man ikke ser ret mange andre steder i verden. Øen er kendetegnet ved sit rige fugleliv - og det er en af hovedårsagerne til at turister kommer langvejs fra for at opleve øen. Dette er også med til at belaste infrastrukturen på Mykines, grundet overturisme i forhold til infrastrukturen. Derfor oprettede Visit Faroe Islands "Closed for maintenance-weekend", for at bidrage med frivilligt arbejde til at forbedre infrastrukturen på Mykines og ved ni andre turistattraktioner. Et tiltag der blev anerkendt som en stor succes og som allerede nu er blevet vedtaget i 2020 igen.

Til spørgsmålet om hvorvidt turisme kan være bæredygtigt, er svaret både ja og nej - som det ser ud i verden i dag. Turisme der er forbundet med en flyvetur eller med et cruiseskib er som udgangspunkt rigtig dårligt for miljøet, hvad angår CO₂ udslip. Og disse typer rejser er de altdominerende, når man rejser til og fra Færøerne. Dog er bæredygtighed et bredere begreb, der også indebærer andre underelementer.

På Færøerne oplevede vi, at de havde meget fokus på den sociale bæredygtighed, og netop denne var et stort samtaleemne - både i vores interviews med Oda Andreasen og Johan

Pauli Helgason. Der begge var enige i at lokalbefolkningen er essentielle at have med ombord, hvis man på sigt skal have et harmonisk og succesfuldt møde med turismen. Afslutningsvis kan vi konkludere at Færøerne rummer en masse potentiale som turistattraktion. Landet har en enestående natur, som står i kontrast til store dele af verdenen - dette har betydet at turismen er steget markant på meget kort tid. Derfor skal der reguleres for at kontrollere og bevare Færøerne, som den rejsedestination det er i dag.

7. Litteraturliste

Bøger, artikler og tidsskrifter

- Andreasen, O. (1997). *Bæredygtig turisme på Færøerne*. Det danske turistakademi.
- Andreasen, O. (2018). Mykines - burðardygga avbjóðingin. *Sosialurin*, 21. November 2018, nr. 135, s. 38-39.
- Aure, M., Berg, N., Cruickshank, J., og Dale, B. (2015). *Med sans for sted - nye teorier*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Blichfeldt, B. S., Jensen, A. L., Liburd, J. J., (2007). Turisters oplevelser - mellem mobil selvskabelse og campinglivets 'frihed fra oplevelser'. I: Bærendtholdt, J., Sundbo, J., (Red.), *Oplevelsesøkonomi, produktion, forbrug, kultur*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Cresswell, Tim. (2014). *Place: A short introduction*. Somerset: Wiley.
- Ejrnæs, A. (2017). Sekundært data i komparative og tidsserieundersøgelser. I: Kristensen C.J. og Hussain A. (Red.), *Metoder i samfundsvidenskaberne*, (1. udgave, 205-218), Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Madsen, J. H. (2015). *Oplevelsesøkonomi, forundring - forandring - forvandling*. Aarhus: Systime.
- Mørck, Y. (2017). Feltstudiet. I: Kristensen C.J. og Hussain A. (Red.), *Metoder i samfundsvidenskaberne* (1. udgave, 155-165). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Poulsen, B. (2017). Semistrukturerede interviews. I: Kristensen C.J. og Hussain A. (Red.), *Metoder i samfundsvidenskaberne*, (1. udgave, 75-94), Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Sørensen, A. (2007). Turismen som samfundsfænomen og vidensfelt. I: Sørensen A., (Red.), *Grundbog i turisme* (s. 15-24). København: Frydenlund.
- Sørensen, A. (2007a). Hvad er turisme - og hvordan forstår vi den?. I: Sørensen A., (Red.), *Grundbog i turisme* (s. 29-41). København: Frydenlund.

Rapporter og statistikker

- Bogdanova, A., Newell, M., Harris M.P., Wanless, S., Lindstrøm, J. (2014). *Impact of visitor disturbance on Atlantic puffins breeding on the Isle of May*. Centre for Ecology & Hydrology, UK. University of Glasgow, UK.
- Búskaparráðið. (2018). *Búskaparfrágreiðing - á Heystið*. lokaliseret på <https://www.setur.fo/media/5176/20180913-heystfr%C3%A1grei%C3%B0ing-2018-final.pdf>
- Forenede Nationer, FN. (1987). *Our Common Future*. lokaliseret på <https://www.sustainabledevelopment2015.org/AdvocacyToolkit/index.php/earth-summit-history/historical-documents/92-our-common-future>
- Hagstovan. (2019, 13. maj). *Fólkatalsbroytingar skiftar á fødd, deyð, flutt og bygd, mánaðarliga*. lokaliseret på https://statbank.hagstova.fo/pxweb/fo/H2/H2_IB_IB01/fo_vital_md.px/?rxid=8fb072fd-6f7d-4828-b906-9a4029537e57
- Hagstovan. (2019a, 25. maj). *Ferðafólk, farmur, postur loftvegis millum Føroyar og útlond*. lokaliseret på https://statbank.hagstova.fo/pxweb/fo/H2/H2_SS_SS01/ferd_lfarm.px/table/tableViewLayout1/?rxid=fc8956c4-12e6-42ac-83ea-9f4535046563
- Visit Denmark. (2015). *Resultat og retning 2014-2015*. lokaliseret på <https://www.ft.dk/samling/20142/almdel/eru/bilag/8/1539069.pdf>
- Visit Faroe Island, VFI. (2015) *Visitor survey 2014-2015*. lokaliseret på https://issuu.com/visitfaroeislands/docs/vfi_summer_2014_-_2015_-_web_-_17?workerAddress=ec2-50-17-71-8.compute-1.amazonaws.com
- Visit Faroe Island, VFI. (2017). *Ársfrágreiðing 2017*. lokaliseret på https://issuu.com/visitfaroeislands/docs/vfi_arsfragreiding_2017_singlepages
- Visit Faroe Islands, VFI. (2019). *Join the Preservolution*. lokaliseret på https://issuu.com/visitfaroeislands/docs/vfi_strategifaldari-uk-100dpi-singl
- Udenrigs- og erhvervsministeriet, UVMR. (2017). *Ferðavinnan í Føroyum - Ein ábyrgdarfull og burðardygg leið*. lokaliseret på <https://www.uvmr.fo/fo/arbeidsoki/vinnumal/ferdavinna/>

Websites, radio- og tv udsendelser

Buskbjerg, M. (26. april 2019). *Interessentanalyse*. lokaliseret på

<https://altomledelse.dk/>

CPH. (2015). *Rejseglæden når nye højder i 2015*. lokaliseret på

<https://www.cph.dk/om-cph/presse/nyheder/2015/1/rejsegladen-nar-nye-hojder-i-2015>

Danmarks Radio. (23. jan 2017). *Turistboom: 1,8 millioner turister besøgte Island i 2016*.

lokaliseret på

<https://www.dr.dk/nyheder/udland/turistboom-18-millioner-turister-besoegte-island-i-2016>

Golocal. (2019). *Golocal – Mykines*. Lokaliseret på

www.golocal.fo/mykinesen

Københavns Universitet. *Interessentanalyse*. lokaliseret på

<https://innovation.sites.ku.dk/>

Kringvarp Føroya, KVF. (13. marts 2017). *Við Tórði á túri í Mykines*. lokaliseret på

<https://kvf.fo/tordur-a-turi?sid=66006>

Kringvarp Føroya, KVF. (1. april 2019). *450 krónur fyri at sleppa í Nípuna*. lokaliseret på

<https://kvf.fo/netvarp/sv/2019/04/01/20190104ferdaskrivstovurorkymladar>

Visit Faroe Island (2015a). *Best of the World*. lokaliseret på

<https://old.visitfaroeislands.com/en/be-inspired/best-of-the-world-2015-national-geographic/>

The International Ecotourism Society, TIES. (2015). *What is ecotourism*. lokaliseret på

<https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

Visit Faroe Island, VFI. (2018). *Visit Faroe Island sett menningarleiðara og*

menningarsamskipara. lokaliseret på

<https://visitfaroeislands.com/vinna/um-okkum/tidindi/visit-faroe-islands-sett-menningarleidara-og-menningarsamskipara/>

Visit Faroe Island, VFI. (2019a). *Projects, closed for maintenance*, lokaliseret på

<https://visitfaroeislands.com/closed/projects/>