

# Experience offers & Experience demands

## A case study of Thy National Park



Aalborg University

Tourism

2009

# Experience offers & Experience demands

A case study of Thy National Park

Major: Master degree in Tourism, Aalborg University

Project: Final thesis

Supervisor: Anette Therkelsen

---

Kirsten Sekkelund Thomsen

November 2009

Characters: 187,516

Pages (2400 types units): 78

## Abstract

This thesis examines how the current experience offers provided by both the public and private sector in Thy National Park correlate with the demands of nature-oriented tourists, and if new initiatives are needed in order for the public and private sector to keep meeting these demands. As a means for clarifying the correlation between experience offers and nature tourists' demands, this thesis puts forward some of the many different theories about experience economy. Especially Pine and Gilmore's figure 'the experience realms' will be discussed and used as a means to examine which experience elements the different experience offers and demands of nature tourists contain, along with providing a frame in which the experience offers and demands are compared. The definition of what characterizes nature-based tourism, and its two subcategories ecotourism and adventure tourism are also investigated.

The thesis is conducted with a hermeneutic methodological approach, in which the researcher is aware of how her pre-understanding of the areas of; Thy National Park, nature tourism and experience economy that affect the focus of this thesis. Furthermore, in order to clarify the current offers found within the national park, seven private actors and one public actor are interviewed, using the approach of semi-structured interview. Furthermore, information regarding demands of nature tourists is determined through already existing studies.

The findings in this thesis indicate that there is a correlation between experience offers and demands of nature tourists, with experience offers and demands being located within both the *educational realm*, the *escapist realm*, and the *esthetic realm*. However, one area of demands from nature tourism is not met by the current experience offers, besides the exception of one private actor, and that is the demand for being environmentally compatible. The request for actors being more environmentally compatible is therefore a subject for further development, in order to meet the demands of the nature tourists.

<b>1. INTRODUCTION.....</b>	<b>5</b>
1.1 PROBLEM FORMULATION.....	9
<b>2. CASE DESCRIPTION.....</b>	<b>11</b>
2.1 THY NATIONAL PARK.....	11
2.2 FOREST AND NATURE AGENCY IN THY .....	15
2.3 THISTED MUNICIPALITY .....	16
2.4 THY TOURIST ORGANISATION .....	17
2.5 PRIVATE ACTORS IN THY NATIONAL PARK .....	17
<b>3. METHODOLOGY .....</b>	<b>19</b>
3.1 PHILOSOPHICAL APPROACH.....	19
3.1.1 <i>Theoretical approach</i> .....	23
3.1.2 <i>Case design</i> .....	23
3.2 QUALITATIVE METHODOLOGY .....	24
3.2.1 <i>Respondents</i> .....	26
3.2.1.1 Interview .....	26
3.3 RELIABILITY AND VALIDITY.....	28
<b>4. THEORY SECTION .....</b>	<b>29</b>
4.1 NATURE TOURISM .....	29
4.1.1 <i>Nature-based tourism</i> .....	30
4.1.1.1 Ecotourism .....	31
4.1.1.2 Adventure tourism .....	34
4.2 DEMANDS BY NATURE-BASED TOURISTS, ECOTOURISTS, AND (SOFT) ADVENTURE TOURISTS .....	36
4.2.1 <i>Nature-based tourism</i> .....	36
4.2.1.1 Ecotourism .....	38
4.2.1.2 (Soft) adventure tourism .....	39
4.3 INTRODUCTION TO THE EXPERIENCE THEORY.....	42
4.3.1 <i>The Experience Realms</i> .....	44
4.3.2 <i>Supporting experiences</i> .....	48
<b>5. ANALYSIS .....</b>	<b>50</b>
5.1 TYPES OF EXPERIENCE OFFERS CURRENTLY PROVIDED BY THE PRIVATE AND PUBLIC SECTOR IN THY NATIONAL PARK. ....	50
5.1.1 <i>Local Forest and Nature Agency in Thy</i> .....	51
5.1.2 <i>Strandgårdens Camping/Summer house rentals/Icelandic horses</i> .....	53
5.1.3 <i>FiskeCompagniet</i> .....	57
5.1.4 <i>Julie Glass Art</i> .....	58
5.1.5 <i>Vorupør Candles</i> .....	60
5.1.6 <i>Hotel Klitheden</i> .....	61
5.1.7 <i>Stenbjerg Inn and Family Camping</i> .....	63
5.1.8 <i>Thy Tourist Organisation</i> .....	65
5.1.9 <i>How the supporting experience and experience offers correlate</i> .....	66
5.1.10 <i>Sub conclusion</i> .....	69
5.2 ANALYSIS OF WHAT CHARACTERISES THE DEMANDS OF NATURE TOURISTS. ....	69
5.2.1 <i>Demands within Ecotourism</i> .....	70
5.2.2 <i>Demands within (Soft) adventure tourism</i> .....	71
5.2.3 <i>Demands within Nature-based tourism</i> .....	73
5.2.4 <i>An overview of all the demands</i> .....	74

5.2.5 <i>Sub conclusion</i> .....	75
5.3 CORRELATION BETWEEN EXPERIENCE OFFERS AND DEMANDS.....	76
5.3.1 <i>Sub Conclusion</i> .....	85
5.4 FUTURE DEVELOPMENTS? .....	86
5.4.1 <i>Sub conclusion</i> .....	88
<b>6. CONCLUSION .....</b>	<b>89</b>
<b>7. BIBLIOGRAPHY .....</b>	<b>93</b>
<b>8. OVERVIEW OF APPENDIX .....</b>	<b>100</b>

# 1. Introduction

The use of parks as a place for recreation and leisure is a practice that has existed for centuries, and is widespread all over the world<sup>1</sup> where the idea of having a nature area, both for preserving nature itself but also for recreation and leisure, has been expanded. In 1872 the first national park emerged at Yellowstone in the United States, and since then the number of national parks worldwide has increased rapidly<sup>2</sup>.

For the last 500 years<sup>3</sup> outdoor places such as parks and national parks have, due to the nature surroundings been a favoured place to go to seek recreation; an activity which is still growing in our days due to the increased number of national parks world wide<sup>4</sup> and due to the increased interest of tourists, not least ecotourists who are *“interested in experiencing and learning about wild nature within natural settings”*<sup>5</sup>. However, problems have emerged since the main purpose of national parks is to preserve nature and wildlife. Shultis and Way argue that an uneasy relationship has arisen between tourism and national parks, through *“[...] this desire to simultaneously preserve and consume landscapes”* (2006). Tubb (2003) agrees with this opinion, arguing that national parks even though protected, can be damaged if tourism is not monitored<sup>6</sup>.

As long as national parks have existed there has also been an interest from tourists<sup>7</sup>. It is especially experiencing nature that is highly valued among the visitors at these nature areas. National parks such as Yellowstone National Park are aware of this interest from their visitors but also seem to be aware of the tourists' other demands, which is why the U.S. Park service is informing about several alternatives for tourists, such as giving them the opportunity of planning the trip before going; as well as providing information on overnight accommodations, shops and dining facilities in the area<sup>8</sup>.

The awareness of how a tourist experiences a place has increased drastically during the last decade, as O'Dell formulates it, *“Experiences have become the hottest commodities the*

---

<sup>1</sup> Ibid (2003: 2, 21)

<sup>2</sup> Sharpley & Pearce (2007)

<sup>3</sup> Eagles (2003: 11)

<sup>4</sup> Sharpley & Pearce (2007)

<sup>5</sup> Eagles (2003: 44)

<sup>6</sup> Tubb (2003)

<sup>7</sup> Eagles (2003: 27)

<sup>8</sup> YNP (2009)

*market has to offer*<sup>9</sup>. This is a development which even national parks have to consider when trying to reach the attention of nature-loving tourists. Seen from a social science perspective, experiences are a key ingredient in the way consumers today live out their need for self-realisation, something which also applies to nature-based tourists and ecotourists, to whom the experience in and around a national park might affect a feeling of ‘closeness to nature’. Furthermore, even though nature-based tourists and ecotourists are sometimes romanticised as tourists surviving in the wild, many of today’s visitors to national parks expect a certain level of service. Stramboulis and Sayannis<sup>10</sup> argue that today’s tourists see service as a part of the context, in which social experiences can be lived, services which in a national park can range from dining areas and facilities to accommodation opportunities, craft shops and even information regarding outdoor activities etc. Therefore, suppliers today have to be aware of how their services, which Quan and Wang<sup>11</sup> termed “supporting experiences”, function and are perceived by the tourists, since it might otherwise give a negative reputation.

The establishment of a national park is a puzzle which needs to find not only the balance between conservation and public access, but also needs to focus on the villages inside and along the borders of the national park, since these villages and their facilities, such as overnight accommodation, play a significant role in creating a sustainable basis for the national park. A reason for the necessity of cooperation between a national park and villages in an area is not only the creation of a more sustainable development in the area, but also the need for creating awareness regarding the national park, and the offers available, since the idea of nature being able to attract tourists by itself might be risky to rely on.

Though there are a number of significant issues, which arise from running and developing a national park, the main focus of this thesis is to examine which types of experience offers are provided by the local private actors<sup>12</sup> found inside Thy National Park, along with the experience offers provided by both the local Forest and Nature Agency, and the local Tourist Organisation. The reason for this focus is due to the researcher’s interest in the new Na-

---

<sup>9</sup> O’Dell (2004: 13)

<sup>10</sup> Stramboulis & Sayannis (2003)

<sup>11</sup> Quan & Wang (2004)

<sup>12</sup> Private actors meant as; accommodations, restaurants and craft shops, for a more detailed explanation see subsection 2.5

tional Park, along with a curiosity about what type of experience offers are available in the villages inside the Park at the current time. Furthermore, the interest in experiences is due to previous research within this field. The information on experience offers was gathered through the means of semi-structured interviews with local handicraftsmen and accommodations in Thy National Park, along with the local Forest and Nature Agency, and the local Tourist Organisation. The information gathered concerning the demands of nature tourists is based on already existing articles and literature on the subject.

In Denmark, the first national park was officially opened in Thy in the late summer of 2008, which was celebrated as a day of public rejoicing<sup>13</sup>. This means that Thy National Park, since it is the first national park in Denmark, now has to piece a puzzle together, so that the National Park will be capable of meeting the demands of the tourist visiting the National Park without risking the conservation of nature and wildlife. Awareness of developments in experience offers has already been recognised by the Forest and Nature Agency, which played a large part in the process of getting the area in Thy to receive the status of National Park. This recognition can be seen in the acknowledgement that development within the area of *experience* is relevant in order to attract tourists<sup>14</sup>. The idea of development within the area of experiences is also recognised and supported by Thisted Municipality, where Thy National Park is located, since the importance of nature and development of experience offers is mentioned in the municipality's tourism policy<sup>15</sup>.

The interest in providing the tourist with a good experience is essential today, since it can help a destination or company to distinguish themselves from competitors. Competition is to be considered in general, since there are many areas where the idea of *wild nature* is used as a means of drawing the tourist's attention. Nearly every destination uses the idea of beautiful nature surroundings to attract visitors. Visit Britain, for example, promotes the northern part of England by painting the picture of "*scenic splendour of lakes and mountains, dramatic coastlines and glorious National Parks*" (VisitBritain, 2009), or Visit Norway, which greets the internet user with the description; "*Travel north this year, to the Arctic Circle and even further. Experience the world famous Norwegian fjords with tall mountains and*

---

<sup>13</sup> Nordjyske (2009)

<sup>14</sup> Miljøministeriet (2008)

<sup>15</sup> TP (2007): [www.thisted.dk/Topmenu/Erhverv/Politikker%20og%20aftaler.aspx](http://www.thisted.dk/Topmenu/Erhverv/Politikker%20og%20aftaler.aspx)



*glaciers*” (VisitNorway, 2009). At a more specified scale, Thy National Park is competing not only nationally, but especially internationally with other national parks that reach out to nature interested tourists<sup>16</sup>, such as the North York Moors National Park in England<sup>17</sup>, or the Bavarian Forest National Park in Germany<sup>18</sup>.

The capability of providing constant nature experiences is significant for a national park, if nature interested tourists are to keep visiting the park. A visit to Thy National Parks web site makes it clear that nature based tourists are the targets of Thy National Park, since nature is the main focus of the web site, and outdoor activities are presented as a means of being active while enjoying nature<sup>19</sup>. It is in this connection that one of the aims of this thesis is to focus on and define three areas related to nature tourism, namely; ecotourism; nature-based tourism; and soft adventure tourism. The reason for the decision to focus on these categories of nature tourism is, besides being an area of interest to the researcher, due to the Local Forest and Nature Agency in Thy, which arranges activities where nature is in focus<sup>20</sup>. Furthermore, the increasing growth of nature interested tourists worldwide has also been of relevance<sup>21</sup>, -especially when considering how such an increase of environmental awareness can affect destinations. *Nature-based tourism* might be the first thing that comes to mind when dealing with categories of nature tourism, since nature can be found in all aspects within the National Park. However, along with the activities found in the area and the description found not only on the Thy National Park’s web site, but also in Thisted Municipality’s Tourism Policy, the concept of *ecotourism* would be more accurate, although, in some aspects, the concept of *adventure tourism* might be the most accurate.

As previously mentioned, the interest in experiences has increased during the last decade, which national parks are aware of. Thy National Park also faces these challenges and, being not only a relatively new National Park, but also the first of its kind in Denmark, does not have much experience on this subject. On the other hand, Thy National Park does have some strengths when facing competition from other national parks. There is the magnificent

---

<sup>16</sup> World National Parks Page (2009): [www.world-national-parks.net/](http://www.world-national-parks.net/)

<sup>17</sup> North York Moors National Park (2009): [www.northyorkmoors.org.uk/](http://www.northyorkmoors.org.uk/)

<sup>18</sup> Bavarian Forest National Park (2009): [www.germanplaces.com/germany/bavarian-forest-national-park.html](http://www.germanplaces.com/germany/bavarian-forest-national-park.html)

<sup>19</sup> Thy National Park: <http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/> 25.06.2009

<sup>20</sup> SNThy (2009).

<sup>21</sup> Mehmetoglu (2007).

nature in the area, where the dune heaths are a rare nature type internationally<sup>22</sup> and therefore a positive feature for the Park. Furthermore, Thy National Park was recently nominated in a contest whose purpose was to find the New 7 Wonders in the world. Although it did not make it to the finals, Thy National Park was still included among the 77 largest and most beautiful phenomena of nature<sup>23</sup>; to add to this, nature and wildlife always contain the possibility of providing unexpected surprises. The interest in which types of experience offers are to be found, both by public and private actors, inside Thy National Park and how these experience offers relate to the demands of nature-orientated tourists has led to the following questions.

### ***1.1 Problem Formulation***

**Which kind of experience offers are currently provided from both the public- and private sector in Thy National Park, and do these experience offers correlate with the demands of nature-orientated tourists visiting Thy National Park? Are any new initiatives needed in order for the public- and private sector to keep providing experience offers that meet the demand from the types of nature-orientated tourists found in Thy National Park?**

In order to give a thorough answer, the following questions will be investigated:

- 1. What types of experience offers are currently provided by the private sector, the Forest and Nature Agency, and the local Tourist Organisation?**
- 2. What characterises the demands of nature tourists as they are described in already existing studies?**
- 3. How does the experience offers provided by the private- and public sector correlate with the demand of nature tourists according to existing studies on nature tourists' demands?**

---

<sup>22</sup> "Et landskab formet af århundreders sandflugt" (2009):

<http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/>

<sup>23</sup> TV2 (21.07.09): <http://nyhederne.tv2.dk/article.php/id-23837157.html?ss>

4. If the demands from the nature tourists in Thy National Park are to be met in the future, what kind of developments might be relevant?

## 2. Case description

In the following section, a short introduction will be given to Thy National Park along with various actors who are somehow involved with Thy National Park, in order to give the reader a deeper insight into the roles and dilemmas of these issues than was provided in the introduction.

### 2.1 Thy National Park

In Denmark the idea of national parks is a new phenomenon, and the first Danish national park was officially opened in august 2008. According to The Danish Forest and Nature Agency, what characterises a national park is that it is to include some of the most astonishing and valuable nature areas in Denmark. It should cover forests, culture landscapes with crops, fields along with minor villages, and can cover both land, fjord and sea areas. Nature parks have existed for some time in Denmark, but are not to be mistaken for national parks, since the nature parks are appointed by a local or regional initiative and are not directly funded by the Danish Government, where as national parks do receive financial support from the Danish Government, and is appointed by law<sup>24</sup>.

The idea of establishing Danish national parks was first mentioned in the Wilhjelm-committee's report from 2001. However, it was not until, in the government to be formed, a 'nine-step(s)' program in relation to Danish nature was created that the idea of national parks reappeared. In this description of national parks, it is made clear that the idea of a national park consists of 'four legs'; *the nature*, which is the main cause, *cultural history*, *outdoor life* and the *business community*, to which tourism replies<sup>25</sup>. The municipalities in the area at the time<sup>26</sup> generally agreed to the idea of a national park in the area. The idea did create some controversies, but at a public meeting held during the summer of 2003 the participants seemed positive about it. A second public meeting was held where four teams, each relating to one of the four topics mentioned above, were established to work with the

---

<sup>24</sup> "Hvad er en dansk nationalpark?" <http://nationalparker.skovogatur.dk/Om/Hvad/> 25.06.2009

<sup>25</sup> Appendix 1: Forest and Nature Agency

<sup>26</sup> The three old municipalities which existed when the idea of a national park in Thy first emerged do not exist any more, the 1<sup>st</sup> of January 2007 the three municipalities was collected into one large municipality; Thisted Municipality. *Kommunalreformen*: [www.im.dk/publikationer/kommunalreformen-kort\\_fortalt/kap08.htm](http://www.im.dk/publikationer/kommunalreformen-kort_fortalt/kap08.htm) 26.06.2009

idea of how a new national park could be realized<sup>27</sup>. The solutions of the four groups were put together and a report was delivered on the 1<sup>st</sup> of June 2005, and by the 29<sup>th</sup> of June 2007 it was decided by the Danish Minister for the Environment that Thy should have the first Danish national park<sup>28</sup>.

Thy National Park was officially opened the 22<sup>nd</sup> of August 2008<sup>29</sup>, and is located in the North-west of Jutland. It occupies an area of 24,370 hectares, with its western boarder directly connected to the North Sea, as can be seen in Image 1 below.

---

<sup>27</sup> Appendix 1: Forest and Nature Agency

<sup>28</sup> "Hvorfor blev det Thy?" [www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/) 25.062009

<sup>29</sup> Report from committee meeting the 6<sup>th</sup> of January 2009:  
[www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/) 25.06.2009



Image 1. The map of Thy National Park is taken from the Danish National Parks web site<sup>30</sup>.

The National Park runs from Hanstholm in the north to Agger Tange in the south, a distance of approximately 50 kilometres, and has a width of approximately 12 kilometres in some areas<sup>31</sup>. Furthermore, according to the Danish Forest and Nature Agency, which is currently assisting with the new National Park, the area is estimated to receive 800.000 visitors on a yearly basis<sup>32</sup>. Many of these visitors have an interest in nature and activities in nature, e.g.

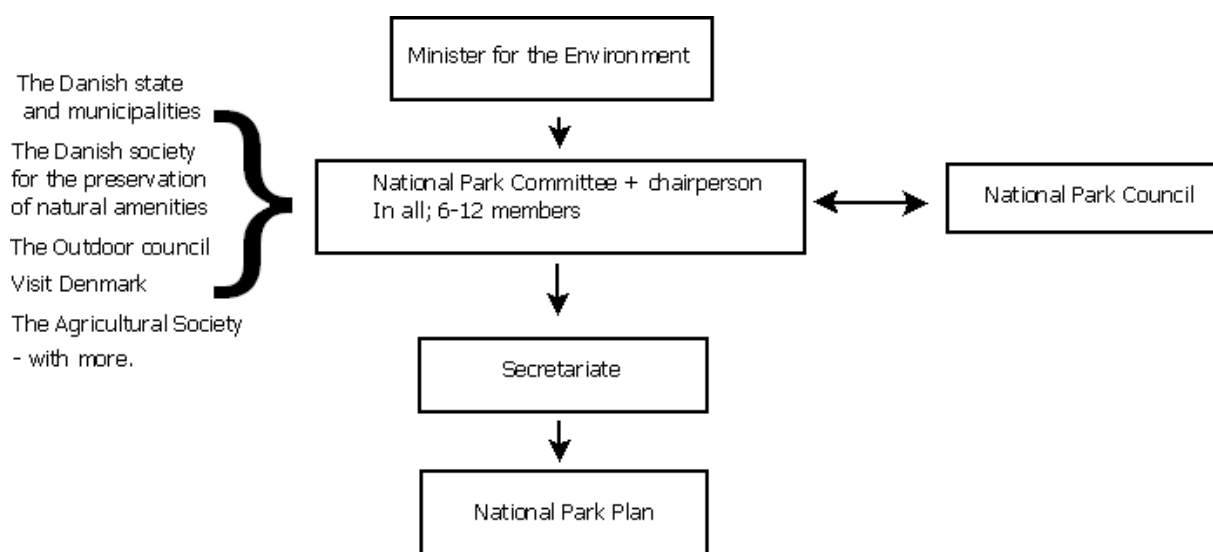
<sup>30</sup> Map of the national park: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Kort/NationalparkThyKort.htm](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Kort/NationalparkThyKort.htm) 04.05.2009.

<sup>31</sup> Miljøministeriet, Skov- og Naturstyrelsen (2008): *Forslag til Nationalpark Thy, -informations- og debathæfte*. [www.skovognatur.dk/Udgivelser/2008/Debatinfo.htm](http://www.skovognatur.dk/Udgivelser/2008/Debatinfo.htm) 03.05.2009.

<sup>32</sup> Innovation 2008: [www.turisme.aau.dk/Undervisning/Innovationsforloeb](http://www.turisme.aau.dk/Undervisning/Innovationsforloeb) 03.05.2009

hiking, cycling, birds, insects, roe-deer, and simply enjoying nature<sup>33</sup>. This number might increase due to the added attention the area has gained by being the first national park appointed in Denmark.

Thy National Park is created as a trust, which means that the Park is managed by an independent committee of approximately 14 members<sup>34</sup>. The members of the National Park committee have been appointed by the Danish Minister for the Environment, as can be seen on Model 1 below, showing the organisational structure of Thy National Park.



Model 1: The organisational structure of Danish national parks<sup>35</sup>, the model has been translated to English by the author of this thesis.

The National Park committee appoints members to a National Park Council, which is to give advice and help the board with the development of the national park<sup>36</sup>. In the case of Thy National Park the 18 members of the National Park Council have been appointed and an-

<sup>33</sup> Information gained during the interview with the tourism director, appendix 8.  
<sup>34</sup> Organization, responsibility and planning: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/) 25.06.2009  
<sup>35</sup> The organizational construction of the national park: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/NationalparkensOrganisatoriskeOpbygning.htm](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/NationalparkensOrganisatoriskeOpbygning.htm) 25.06.2009  
<sup>36</sup> What does the National Park Committee do?: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/HvadRaad.htm](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/HvadRaad.htm) 15.06.2009

nounced<sup>37</sup>. The next step is for the National Park committee to appoint a secretariate which is to maintain the daily running of Thy National Park, and prepare a plan of the national parks establishment and development<sup>38</sup>. At this moment, the Thy National Park committee is in the process of appointing the secretariate. However, the municipality and the Danish government form the authoritative administration within Thy National Park<sup>39</sup>.

## **2.2 Forest and Nature Agency in Thy**

The Danish Forest and Nature Agency is one of the superior authorities for the Danish national parks<sup>40</sup> and it has played a significant role in the process of getting a national park in Thy. The Forest and Nature Agency is a part of the Danish Ministry of the Environment, and it has as its main focus to ensure nature-experiences for the Danish citizens and to create and re-establish nature, along with the tangible management of wild animals and plants in Denmark<sup>41</sup>. Furthermore, it is the responsibility of the Forest and Nature Agency to maintain the administration of several laws regarding the Danish nature, among these the 'Law on national parks'<sup>42</sup>.

The appointment of the status *national park* in Thy meant that new laws were applied to the area. However, a large part of the new area of Thy National Park was already influenced by regulations such as the 'Proclamation of the Law regarding Nature-protection' as well as the 'Proclamation of the public's access to move and stay in nature' set out by the Danish Department of the Environment<sup>43</sup>. As previously mentioned, the Danish Forest and Nature Agency is responsible for carrying out maintenance regulations. The Forest and Nature Agency is also responsible for making sure that the special EU regulations concerning the

---

<sup>37</sup> Committee and Council: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/) 25.06.2009

<sup>38</sup> The organizational construction of the national park:  
[www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/NationalparkensOrganisatoriskeOpbygning.htm](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/NationalparkensOrganisatoriskeOpbygning.htm)  
25.06.2009

<sup>39</sup> Report from committee meeting the 2<sup>nd</sup> of April 2009:  
[www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/) 25.06.2009

<sup>40</sup> Report from committee meeting the 2<sup>nd</sup> of April 2009: :  
[www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/) 25.06.2009

<sup>41</sup> "Om styrelsen": [www.skovognatur.dk/Om/](http://www.skovognatur.dk/Om/) 25.06.2009

<sup>42</sup> "Bekendtgørelse om henlæggelse af opgaver og beføjelser til Skov- og Naturstyrelsen":  
[www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=105062](http://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=105062) 25.06.2009

<sup>43</sup> Lov 1, 2007; Lov 2, 2006



areas within Thy National Park, which have been appointed Natura 2000 areas<sup>44</sup>, are maintained. These chosen Natura 2000 -areas contain both nature and animal species which have been evaluated to be rare in Europe, and which must therefore be protected<sup>45</sup>.

### ***2.3 Thisted Municipality***

The area of Thy National Park belongs to Thisted Municipality. The municipality has policies in effect, such as the Local Agenda 21, which is a strategy for sustainable development in the municipality<sup>46</sup> that affect the area of Thy National Park. Within the Local Agenda 21, one of the statements is that nature should function as a cornerstone for tourism in the area. Also, within the municipality's Tourism Policies, nature plays a vital role. One of the goals in the Tourism Policy is accessibility for the individual to nature experiences on a sustainable scale so that nature will not suffer<sup>47</sup>. It is also noted within the Tourism Policy that in order to reach the tourists, especially the active tourists, the relevant activities need to be present.

In this context, Thisted Municipality wants to encourage tourists/visitors to use nature, and even develop more offers than the existing within Thy National Park. The Danish Forest and Nature Agency shares this view, as they believe that it is important for visitors to be able to see and use nature. This is why the Agency has a large variety of trails within the National Park, which can be used by trekkers and cyclists<sup>48</sup>. Furthermore, the Forest and Nature Agency has published brochures<sup>49</sup>, which along with the official web site of Thy National Park<sup>50</sup>, encourage visitors to experience the national park by participating in the activities and to use the facilities found inside the Park.

---

<sup>44</sup> Natura 1; Natura 2; Natura 3: These three documents describe the rules set out for three Natura 2000-areas, which lies in relation to Thy National Park (Natura1; Natura2; and Natura3, 2007).

<sup>45</sup> Miljø, 2008.

<sup>46</sup> LA21, 2004

<sup>47</sup> TP, 2007

<sup>48</sup> "Fire veje gennem nationalparken" <http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/FireVeje.htm> 25.06.2009; Thisted P, 2008

<sup>49</sup> "Foldere fra nationalparken": <http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Udgivelser/nationalparkfoldere.htm> 25.06.2009

<sup>50</sup> Thy National Park: <http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/> 25.06.2009

## ***2.4 Thy Tourist Organisation***

The interest in providing the park visitors with an active experience can also be found on the local tourist organisation's web site<sup>51</sup>, where local attractions, accommodations and restaurants try to attract visitors to the area through various experience offers. The local tourist organisation is a private organisation, and is currently undergoing changes within the organisation, e.g. a new tourism director was introduced in December, 2008<sup>52</sup>. The local tourist organisation is cooperating with a number of organisations, both locally and globally. Locally, the tourist organisation cooperates with Thisted Municipality, the local Forest and Nature Agency in Thy and Thy National Park<sup>53, 54</sup>.

## ***2.5 Private actors in Thy National Park***

In order to collect data regarding the current experience offers found in Thy National Park along with information concerning the development of new experience offers in the future, it was decided to contact private actors located within Thy National Park. In this matter, it is important to stress that a 'private actor' is understood as a local business owner, running his or her own shop, restaurant or overnight accommodation. Furthermore, the local business owners represented in this thesis are from three villages located within Thy National Park; Stenbjerg, Nr. Vorupør and Klitmøller. However, the villages are not regarded as part of the National Park.

The private actors within Thy National Park are not only providers for the local population living there, but are also providers for the tourists visiting the area<sup>55</sup>. However, the private actors are also dependent on both local and tourists consumption, otherwise the private actors could not exist. The tourists in particular play a significant part in these private actors' lives, since it is during the tourist season that most of their profit is made<sup>56</sup>. This also means that if a private actor does not meet the demands of the tourist, it might not be able to ex-

---

<sup>51</sup> Thy Tourist Organisation: [www.visitthy.dk/danmark/da-dk/menu/turist/turistforside.htm](http://www.visitthy.dk/danmark/da-dk/menu/turist/turistforside.htm) 25.06.2009

<sup>52</sup> "Ny turistchef": [www.thyweb.dk/turistithy/2009/Uge15-16/11.pdf](http://www.thyweb.dk/turistithy/2009/Uge15-16/11.pdf) 22.07.2009

<sup>53</sup> "Thy Turistforening –Strategi- og handlingsplan 2008-2015": [www.visitthy.dk/NR/rdonlyres/F976DC3E-E612-49F0-89F5-ADAF89C71843/0/Strategioghandleplan.pdf](http://www.visitthy.dk/NR/rdonlyres/F976DC3E-E612-49F0-89F5-ADAF89C71843/0/Strategioghandleplan.pdf) 27.06.2009

<sup>54</sup> It has not been possible to obtain more information regarding Thy Tourist Organisation. Emails has been send (following the interview with the tourism director), in order to clarify the structure of the organizations, as well as data regarding the tourists visiting the area of Thy National Park, however, there has been no reply.

<sup>55</sup> Information of such can be found in appendix 3,6 and 7.

<sup>56</sup> Information of such can be found in appendix 2-7.

ist. The opening of the new Thy National Park, is an initiative which is welcomed by most private actors. However, the new focus on nature might also increase the amount of nature-interested tourists visiting the area. Private actors must be aware of the experience demands of these new tourists, or their businesses might be affected. The experience offers provided by the private actors are also of relevance for the tourists' overall experience of Thy National Park, which might affect whether or not a tourist will revisit the park.

This thesis strives to create a picture of the current state of the experience offers provided by the private actors within Thy National Park. These experience offers will be compared with the demands from nature-interested tourists, based on previous research on nature-interested tourists, such as nature-based tourism, ecotourism and adventure tourism.

### 3. Methodology

This chapter will describe the approach which will be used in this project from a methodological point of view and give arguments for the chosen approach. The process of choosing research methods is based on several considerations such as the formulation of research questions and data.

#### 3.1 Philosophical approach

The analysis of this thesis will be conducted with a hermeneutical<sup>57</sup> approach to the interpretation of the research questions. The philosophical hermeneutic used in this thesis is affected by Hans-George Gadamer's approach to philosophical hermeneutic. The reason for this approach is the fact that Gadamer claimed that the un-investigated 'subject' and the un-investigated 'object' cannot be separated, and that the pre-understanding of the 'subject' is an important element in the understanding of a situation or question at hand<sup>58</sup>. This understanding, of always being affected by ones pre-understanding is in line with belief of the investigator of this thesis, who beliefs that no matter how much a researcher strives to be objective in a matter, the researcher will always be affected by the researchers own knowledge and therefore not be fully objective in the matter of research<sup>59</sup>. This means that two researchers working on the same theme, despite having a narrow frame for the research method will to some extent end up with two slightly different results, due to their pre-understanding, influenced by e.g. education, friends, job, and family and so on<sup>60</sup>.

The 'hermeneutic circle' is a common understanding within the different paths of hermeneutics. The 'hermeneutic circle' represents the belief that in order to understand the individual parts we have to look at them in connection with their overall understanding, and that in order to understand the overall understanding one has to understand the individual parts. A model which is, according to Gadamer, adaptable to every kind of understanding<sup>61</sup>.

---

<sup>57</sup> Hermeneutic is originally from Greek and means; interpretation or explanation-art (Gilje & Grimen (2002: 166)).

<sup>58</sup> Fredslund (2004: 91)

<sup>59</sup> Jørgensen (2009: 20)

<sup>60</sup> Fredslund (2004: 95)

<sup>61</sup> Fredslund (2004: 93); Jørgensen (2009: 74)

Figure 1 illustrates how the hermeneutic circle functions; the arrows indicate the constant progress of learning new knowledge, reflecting on this knowledge, and thereby while being affected by ones pre-understanding, moves forward gathering new knowledge, in a constant progress of learning.

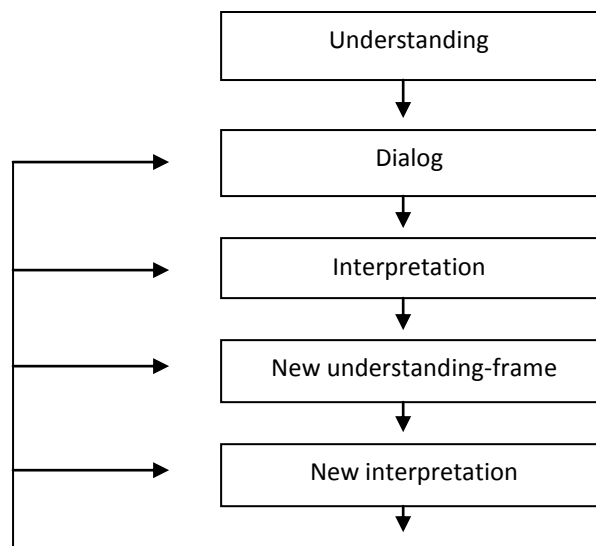


Figure 1: The hermeneutic circle, translated and taken from Andersen, 2005: 198.

In line with the principle of the ‘hermeneutic circle’ the analysis of the experience offers in Thy National Park will be conducted as interplay of interpretation of the overall experience offer in Thy National Park and the individual experience offers (parts) that contributes to the overall experience offer<sup>62</sup>. In addition to this, the hermeneutic approach will come into use in relation to the use of theory, since there will also be an interplay between the use of theory and the empirical findings, e.g. reflection regarding the chosen theory lead to the decision of how the empirical data should be gathered, and the empirical data collected lead to more reflection regarding the theory, along with how the two was addable to each other.

As mentioned previously, Gadamer argues that our pre-understanding is always present, whether we are conscious or unconscious of it. It is our pre-understanding of a situation

<sup>62</sup> Gilje & Grimen (2002: 178); Fredslund (2004: 93)

which sets the conditions for how we are going to understand the situation at hand<sup>63</sup>. One's pre-understanding consists of previously gained knowledge, which will to some extent affect one's investigation<sup>64</sup>. The researcher of this thesis is aware of how her pre-understanding has affected the aim and development of this thesis. For one thing, the researcher has spent the first 20 years of her life in an area close to the new national park, and has therefore visited the area of the national park, along with the villages Klitmøller, Nr. Vorupør and Stenbjerg a few times before. Furthermore, the researcher has also spent three months of internship at Thisted municipality, where issues regarding or relating to Thy National Park were discussed, and the researcher was amongst others present at the opening event of the national park.

Due to the awareness of one's pre-understanding the difference between 'subject' and 'object' is no longer maintained, and the 'subject' becomes a part of the 'hermeneutic circle' since the pre-understanding and the understanding are conditioned of each other. The intertwine of 'subject' and 'object' has especially been obvious especially in the beginning stages for this thesis, where the researcher due to her knowledge of Thy National Park, and the small villages located in the area know that they were going to be centre for her research. According to the hermeneutic tradition it is important that the researcher actively relates to his or her pre-understanding, an aspect to which the researcher of this thesis is aware.

As mentioned previously, a person is affected by his or her gained-knowledge (influenced by education, family, friends and so on), which can be seen as our starting-point in our understanding-process. According to Gadamer we also have the 'horizon', which indicates the extent of our vision. How broad our 'horizon' is depends upon our current 'situation' and pre-understanding<sup>65</sup>. However, the 'horizon' can be affected by the influence of other people's 'horizons', so a researcher's 'horizon' can be broadened or narrowed down, by gaining knowledge of other people's understanding of the question at hand. In such a situation, the horizons' meet and intertwine<sup>66</sup>. From participating in several interviews, it has been the experience of the researcher of this thesis that different horizons has met and intertwined,

---

<sup>63</sup> Kvale & Brinkmann (2009: 68-69)

<sup>64</sup> Fredslund (2004: 94); Jørgensen (2009: 76-77)

<sup>65</sup> Jørgensen (2009: 15)

<sup>66</sup> Fredslund (2004: 95); Jørgensen (2009: 18)

providing the researcher with the ability to understand this thesis from different angles, and thereby creating a broader horizon for the researcher, e.g. for instance when learning about the cooperation between some of the private actors. By gaining a broader horizon, it might be possible for the researcher to see more than what lies straight ahead, and thereby try to see the overall connection. However, in line with the 'hermeneutical circle', it is also the belief of the researcher of this thesis that no final understanding of a single case can be reached<sup>67</sup>. The further one goes along the 'hermeneutical circle' new questions will arise, adding to the never ending spiral of the 'hermeneutical circle'<sup>68</sup>. However, it is also the belief of the researcher that when a question has been posed a number of times, a structure in the answers will appear, and the circle will be able to come to an end, before it once more becomes pre-understanding in a new situation.

The philosophical approach of *hermeneutics* has been used in this thesis as a means of interpreting the theories used and the data gathered, in order to get a deeper understanding of the types of tourists visiting Thy National Park, the tourists' demands and the experience offers found inside the National Park. The hermeneutical process meant that there was an alteration between theory and the empirical findings, which also meant a constant alteration between *induction* and *deduction* in this thesis. According to Veal (1992), there will always to some extent be an interaction between *induction* and *deduction*;

"In practice data are rarely collected without some explanatory model in mind (otherwise how would we know what data to collect?) so there is always an element of deduction. And it is not possible to develop hypotheses and theories without at least some initial information on the subject in hand, however informally obtained, so there is always an element of induction" (Veal, 1992: 20-21).

Bryman agrees with this assumption by mentioning how both *induction* and *deduction* will at some point during the process be affected by each other<sup>69</sup>.

---

<sup>67</sup> Fredslund (2004: 97)

<sup>68</sup> Jørgensen (2009: 15, 75)

<sup>69</sup> Bryman (2004: 8-10)

### 3.1.1 Theoretical approach

It was chosen to answer the research questions based on a mix of theoretical concepts of *nature-based tourism*, *adventure tourism*, and *ecotourism*, along with experience economic concepts. As mentioned in the introduction one of the focus areas in this thesis is the demands of nature interested tourists, such as; *nature-based tourists*, *adventure tourists* and *ecotourists*. In order to clarify these demands, each of the three categories will be presented and discussed in section 4.1, followed by a specification of their demands in section 4.2.

Within experience economic concepts, Pine and Gilmore's model *The Experience Realms*<sup>70</sup> was chosen, since it has been considered the most relevant model available for the purpose of this thesis. The figure creates a good structure of how the experience offers found inside Thy National Park could be categorized individually according to the four realms, and furthermore helps to gain an overview of how the overall experience offers is in the National Park at the current moment. Furthermore, *The Experience Realms* will also be applied on the *nature interested tourists'* demands, in order to provide a framework in which the demands and experience offers found in Thy National Park can be compared, in order to illustrate if demand and supply matches. The model was chosen although the researcher is aware that the model does have some drawbacks. In order to overcome drawbacks to Pine and Gilmore's model, it was chosen to supplement with Quan and Wang's conceptual model of *the tourist experience* (2004). In order to also include and look at parts that did not constitute a part of the actual peak experience.

### 3.1.2 Case design

The employment of a case study design is due to the detailed and intensive analysis of the case in question, and that it also provide the researcher with the ability to maintain a holistic and detailed description of a real-life event<sup>71</sup>. In this thesis a case study approach is used to investigate how experience offers and demands are balanced inside Thy National Park. The purpose of the findings in this research is not to produce findings that are universally representative, but to produce findings relevant for Thy National Park<sup>72</sup>. However, the re-

---

<sup>70</sup> Pine & Gilmore (1999: 30)

<sup>71</sup> Bryman (2004: 48); Mason (2002: 166)

<sup>72</sup> Bryman (2004: 49-50)



searcher is aware that the case study is not a unique single case, and that some of the findings might be transferable to other cases<sup>73</sup>. By choosing a case study as research method the work which was produced became a product of interplay between the real world and the chosen theory. As Yin (2009: 18) explains, a case study is a contemporary phenomenon within its real-life context, meaning that this thesis is to provide an illustration of the current situation of experience offers found within Thy National Park.

### ***3.2 Qualitative methodology***

*Qualitative* methodology is one of two larger research methodologies in social science, where the other is *quantitative* methodology. When trying to define the two approaches, the *qualitative* approach is explained as the determination of species, whereas the *quantitative* approach is numerical<sup>74</sup>. However, an explanation of why a *qualitative* approach has been chosen for this thesis is provided in the following.

*Qualitative* methodology is, as has been previously mentioned, more focused on words than on numbers, and provides the researcher with, at least compared to the *quantitative* research approach, a somewhat looser frame when investigating a topic at issue<sup>75</sup>. *Qualitative* methodology strives to gain knowledge about a person's behaviour in the world, and the things which influence such behaviour<sup>76</sup>, opposite to quantitative research which approach is to generate data through the means of structured questions either by interview or questionnaire<sup>77</sup>, wherefrom generalisation often is made<sup>78</sup>.

Although Bryman (2004) mentions that an increase of writing on the issue of *qualitative* methodology has been done since the 1970s, he also notes that the path to explaining what the *qualitative* research theory is and is not, is not straightforward<sup>79</sup>. When trying to explain the difference between *qualitative*- and *quantitative* methodology, it is of importance to mention that the two approaches are not each other's opposite, but does overlap each

---

<sup>73</sup> Kvale & Brinkmann (2009: 291)

<sup>74</sup> Andersen (2005:25-26); Bryman (2004: 19)

<sup>75</sup> Bryman (2004: 282-283)

<sup>76</sup> Mason (2002: 3)

<sup>77</sup> Beyman (2004: 86)

<sup>78</sup> Beyman (2004: 76-77); Veal (1992: 25)

<sup>79</sup> Bryman (2004: 266)

other in some situations, and that the ways of gathering data within both approaches varies considerably<sup>80</sup>.

The decision to apply a qualitative approach in this thesis was seen as appropriate since it is in line with the way that the research questions has been developed and posed, along with the philosophical stance in this thesis, which is hermeneutic. Furthermore, a qualitative approach could help with providing an in-depth view of the experience offers currently found in Thy National Park. Furthermore, a *qualitative* approach was chosen, since the methodological approach matched many of the approaches the author wished to apply during the research and empirical gathering. The interest in gaining a broad spectrum on information from a relatively small number of interviewees<sup>81</sup>, made the *qualitative* approach of a semi-structured interview highly relevant, instead of gathering a more specific amount of information from a large number of people with the intention of generalisation as is commonly done within the *quantitative* approach<sup>82</sup>. By applying the *qualitative* method, the gathering of data was both flexible and sensitive<sup>83</sup>.

The author also decided to use a *qualitative* approach since a *quantitative* approach might have resulted in lack of information since it would have required the researcher being absolutely sure of what to ask and look for when gathering data. A structured approach as found in the *quantitative* approach might have resulted in the researcher posing the wrong questions, and receiving a limited answer, whereas the *qualitative* approach gave the researcher the open frame to gain new knowledge through semi-structured interviews, where the interviewee spoke more freely<sup>84</sup> and new issues could thus be discovered and elaborated.

---

<sup>80</sup> Bryman (2004: 266-268); Mason (2002: 2, 8); Snape & Spencer (2003: 14); Veal (1992: 25)

<sup>81</sup> Veal (1992: 25)

<sup>82</sup> It is possible to gather information from a larger number of people and still use qualitative methodology (Veal, 1992: 93).

<sup>83</sup> Mason (2002: 3)

<sup>84</sup> Veal (1992: 93)

### 3.2.1 Respondents

Due to a restricted amount of resources the investigator of this thesis has chosen to narrow down the focus of the private actors' experience offers to only looking at six private actors from inside the National Park, from three of the villages located inside Thy National Park<sup>85</sup>; Stenbjerg; Nr. Vorupør; and Klitmøller. This demarcation means that not all private actors located within the area of Thy National Park were considered in this thesis. It was also chosen to only focus on the experience offers as they were represented at the time. This means that events and other experience offers which have occurred after the investigation, without being mentioned during the investigation, are not taken into consideration in the analysis. On the basis of consideration of how to collect data, it was chosen to answer the research question by the use of the qualitative approach of semi-structured interviews.

#### 3.2.1.1 Interview

Interviews can in general be described as a dialog between researcher and the interviewee<sup>86</sup>, and are one of the most common methods within qualitative research due to its flexibility<sup>87</sup>. The difference between interviewing in qualitative research compared to quantitative research is that within the quantitative approach the interview is structured in order to improve the reliability and validity of the data gathered. Whereas the style of interview within qualitative research tends to be less structured, often being unstructured or semi-structured<sup>88</sup>, in order to get a deeper understanding of the issue at research, or to get the interviewee's own interpretation of an issue.

In this thesis the use of semi-structured interviews were considered the most appropriate, since it would allow the researcher to further investigate an issue raised by the interviewee, and thereby create an interview similar to a conversation<sup>89</sup>. This is possible since a semi-structured interview, is performed with a basis of an interview guide<sup>90</sup> being the structured part, and then allowing the researcher to leave this interview guide to follow another topic

---

<sup>85</sup> However, all villages located inside the area of Thy National Park is not a part of the National Park itself (Appendix 1).

<sup>86</sup> Mason (2002: 62)

<sup>87</sup> Bryman (2004: 319)

<sup>88</sup> Bryman (2004: 319)

<sup>89</sup> Bryman (2004: 320)

<sup>90</sup> Appendix 9

raised by the interviewee, if relevant<sup>91</sup>. This also corresponds to the way of understanding a topic, as mentioned by the hermeneutic circle where ones understanding come from the pre-understanding being mixed and broadened via interaction with relevant actors. In addition to this, by choosing a semi-structured approach, the researcher was able to express herself freely, if needed<sup>92</sup>. The purpose of the semi-structured interview was to gain a deeper and broader understanding of what kind of experience offers is provided now by both public and private actors inside Thy National Park, if any experience offers will be implemented in the future and if there were any cooperation between these actors.

Six local actors, owning their own business and the local tourist organisation along with the local forest and Nature Agency have been interviewed. The interviews were performed at each of the seven interviewees' locations, being office, shop or hotel. The interviews were conducted on the 6<sup>th</sup>; 14<sup>th</sup>; and 15<sup>th</sup> of April; the 11<sup>th</sup> May; and the 1<sup>st</sup> of June, 2009. The atmosphere during the interviewees was in general considered comfortable and relaxed by the researcher. The interviewees' were previous to the interviews given some information regarding the aim of the thesis, as a means of explaining why the researcher considered their information valuable for the research. The reason for not performing more interviews, were due to the timeframe of this thesis, since every interview has been transcribed<sup>93</sup>. Furthermore, if more interviews had been done, there might have been an overflow of information<sup>94</sup>.

During the interviews a dictaphone was used as an instrument, along with a note book<sup>95</sup>. The dictaphone was used in order to enable the researcher to focus on the interviewing, and thereby create a more relaxed flow and freedom in the conversation<sup>96</sup>. However, there were drawbacks to the use of a dictaphone since it was the experience of the researcher that many of the interviewees' spoke more freely after the dictaphone was stopped. Furthermore, the researcher experienced once that the dictaphone somehow had been stopped in the middle of an interview, where valuable data therefore was lost. In that particular situation, some data was saved since the researcher had her notebook.

---

<sup>91</sup> Kvale & Brinkmann (2009: 45); Andersen (2005: 26)

<sup>92</sup> Legard et al. (2003: 140)

<sup>93</sup> Bryman (2004: 319)

<sup>94</sup> Kvale & Brinkmann (2009: 133-135)

<sup>95</sup> Andersen (2005: 168)

<sup>96</sup> Kvale & Brinkmann (2009: 201)

### ***3.3 Reliability and validity***

The issue of *reliability* and *validity* are important aspects within the qualitative research approach since they help to establish and assess the quality of the research<sup>97</sup>. *Reliability* refers to in what extent, it would be possible to reach the same results, if a research were to be conducted at a later point in time, along with how accurate the empirical results are, or if there can be any doubt on the information gathered<sup>98</sup>. As mentioned in section 3.1.2, this has been conducted as a case study, focusing on the current moment within Thy National Park, which also means that another research despite having the same theme, would if conducted later on result in different findings. This is however, not considered as a lack of reliability by the researcher, since this thesis besides providing an image of the experience offers found at the current moment, are to find areas which have future possibilities, which would mean that research done on a later time, might have different experience offers to work with.

*Reliability* is also a precondition when it comes to the issue of *validity*, which refers to the degree the gathered data truly reflects what the researcher wishes to investigate<sup>99</sup>. Furthermore, *validity* is dependent on the harmony between the theoretical and empirical understanding, and how relevant the selected method for empirical gathering is in relation to the research questions<sup>100</sup>. The issue of *validity* when using a qualitative research approach is difficult since the issue of gathering data often depends on people's reliability when answering questions posed by the researcher<sup>101</sup>.

In relation to this thesis a validity question arose due to the pre-understanding of the researcher, since the researcher's pre-understanding influenced the formulation of the questions asked at the interviews. This became apparent under some of the interviews where a few misunderstandings arose, because the phrasing of some of the questions was not clear to the interviewees. In these cases the questions were rephrased and elaborated by the researcher, in order to receive a more accurate answer by the interviewee. The researcher is aware that during the interviews leading questions were used a few times, as a means to

---

<sup>97</sup> Beyman (2004: 272)

<sup>98</sup> Andersen (2005: 81); Veal (1992: 37); Mason (2002: 39); Kvale & Brinkman (2009: 271)

<sup>99</sup> Bryman (2005: 28); Mason (2002: 39)

<sup>100</sup> Andersen (2005: 81); Veal (1992: 36); Mason (2002: 39); Ritchie & Lewis (2003: 273); Kvale & Brinkman (2009: 272)

<sup>101</sup> Veal (1992: 37)

clarify or verify the interviewees understanding of a question, and thereby increase the validity of their statements<sup>102</sup>. Furthermore, after the interviews the researcher reflected on the information given under the interviews. During this reflection it became clear that the validity of the seven interviews could be questioned, since they each had their own business or organisation at interest, and might therefore have protected this interest rather than answering honestly on the posed questions. However, the researcher only experienced this doubt as noteworthy twice during the seven interviews. Once, where an interviewee was afraid the information regarding future experience offers would be stolen or leaked to others, and the second, where the interviewee did not seem to be speaking freely during the interview. In general it must be added that there were points where the interviewees' did not give very elaborating answers, which might affect the validity of the answers at these points.

## **4. Theory Section**

In the following section different theories will be presented and discussed. Firstly, tourism in the outdoors will be presented, by giving the definitions and differences between *nature-based tourism*, *ecotourism* and *adventure tourism*. Secondly, an outline of the demands found within *nature-based tourism*, and the subcategories *ecotourism* and *adventure tourism* will be presented. Thirdly, a general introduction and history of the experience economy will be given. Fourthly, models important to this thesis will be described and their pros and cons discussed. These definitions and theories will be useful in the understanding of nature tourists and their demands along with the experience offers provided by public and private actors in Thy National Park.

### **4.1 Nature tourism**

As mentioned in section 2.1, the visitor number in the area of Thy National Park is estimated to approximately 800.000 visitors a year. It is assumed that the main part of these visitors fall under the category of *nature-based tourism*, where some can be further characterised

---

<sup>102</sup> Kvale & Brinkmann (2009: 196)

as *ecotourists* or *adventure tourists*, which are subcategories to *nature-based tourism*, or perhaps belong to more than one of these categories. In order to get a better understanding of the differences and similarities between these categories an explanation on the subject is given in the following.

#### 4.1.1 Nature-based tourism

Nature tourism is 'in these times', something the increased growth within this category of tourists confirms, as Buckley et al. puts it "[t]ourism based on natural environments is a huge international industry [...and] Nature-based tourism grows faster than the tourism sector overall" (2004:1-7). Mehmetoglu (2007) supports Buckley by stating that as much as 60% of all international tourists can be considered to belong under the category of *nature-based tourism*. The increased interest in *nature-based tourism* is assumed to have started in the 1990s, where people started to gain more environmental awareness, along with a growing concern about the rural development<sup>103</sup>.

According to the WTO, *nature-based tourism* is found when the main motivation behind visiting an area is to observe and appreciate nature<sup>104</sup>. The understanding of *nature tourism*<sup>105</sup> is according to Pouta et al. (2006) when the activities and motivation of the tourists, as well as the product offered at a location are related to nature, and the main attraction is the nature itself. However, as Mehmetoglu points out, the understanding of nature-based tourism can be misleading, since "[...] it treats all nature-based tourists as a single homogeneous group" (2007: 652). In general there is little difference in how researchers understand *nature-based tourism*<sup>106</sup>. The category of *nature-based tourism* is very broad, as can be understood from the previous descriptions, therefore, in order to clarify the definition of the term *nature-based tourism*, figure 2, has been developed<sup>107</sup>.

---

<sup>103</sup> Rinne & Saastamoinen (2005).

<sup>104</sup> Pouta et al. (2006)

<sup>105</sup> *Nature-based tourism* is sometimes referred to as *nature tourism*, however in this thesis the term *nature-based tourism* has been chosen.

<sup>106</sup> Luo & Deng (2008)

<sup>107</sup> Figure 2 is developed by the author, inspired by design of 'The Continuum of ecotourism paradigms' by Miller and Kaae (From Orams, 1995: 4).

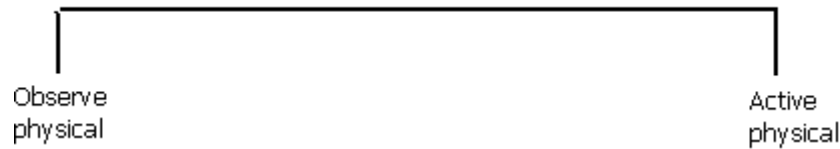


Figure 2: Physical level of engagement of nature-based tourists.

The two poles in figure 2 represents the level of tourist activity at a given destination. The ‘*active physical*’ pole represents the active tourist, who is e.g. engaged in physical activities such as bicycling. The ‘*observe physical*’ pole represents the tourist who prefers to observe nature and wildlife, engaging in nature in a more passive manner, e.g. bird watching. If applying this understanding to the different definitions of nature-based tourism, Pouta et al.’s (2006) definition of *nature-based tourism* would be placed under the ‘*active*’ pole, since it implies that the tourist would be actively engaged in nature while at a destination. The definition given by WTO, would on the contrary be found under the ‘*observer*’ side of the two poles, since it describes the tourist as more of an observer, instead of being active.

As mentioned, *nature-based tourism* is a fast growing industry, and the understanding of the term itself can be applied to all types of tourists, to whom nature plays a larger part of the visit. However, in order to provide a better understanding of *nature-based tourism*, two more recent categories which originates from *nature-based tourism* will be dealt with in the following, namely; *ecotourism* and *adventure tourism*<sup>108</sup>, which can be said to be subgroups of the term *nature-based tourism*.

#### 4.1.1.1 Ecotourism

As mentioned in the previous section, *ecotourism* is an offshoot from *nature-based tourism*, and the term was introduced in 1978<sup>109</sup>. However, where many researchers do agree on the general understanding of *nature-based tourism*, e.g. as tourists who enjoy nature, it is the opposite case when it comes to defining *ecotourism*<sup>110</sup>. The meaning of *ecotourism* is not easily provided since there is a large variety among the many definitions of the term<sup>111</sup>. *Eco*

<sup>108</sup> Higgins (1996); Pforr (2001).

<sup>109</sup> Higgins (1996)

<sup>110</sup> Lou & Deng (2008)

<sup>111</sup> Lou & Deng (2008); Orams (1995); Higgins (1996); Gunn (2002: 87); Pforr (2001)



in the beginning of *ecotourism* is according to Gunn linked to ecology – “*relations between living organisms and their environments, thus linkage between tourism development and the environment*” (2002: 87). Gunn’s definition implies that *ecotourism* can be used in several ways, as long as preservation of nature is present, and is therefore not exclusively conducted in wilderness surroundings<sup>112</sup>. Müller contradicts Gunn’s idea of preservation of nature by arguing that “[...] *any tourism in a ‘somewhat’ natural setting is considered as ecotourism*” (2000: 244), despite it might have environmental impacts. However, according to The International Ecotourism Society<sup>113</sup>, the understanding of *ecotourism* is defined by; “*Responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people*” (TIES, 2009), implying that at least from the Ecotourism Society’s point of view, preservation is important.

Another definition of *ecotourism* describes the term as;

“[...] travelling to relatively undisturbed or uncontaminated areas with the specific objective of studying, admiring, and enjoying the scenery and its wild plants and animals, as well as any existing cultural manifestations (both past and present) found in these area [...].” (Ceballos-Lascurain in Sirakaya et al., 1999: 169).

The definitions just mentioned, gives an idea of the large variety found when it comes to defining *ecotourism*. In order to provide a more specific definition of *ecotourism*, Miller and Kaae’s figure *The continuum of ecotourism paradigms*<sup>114</sup> is applied. The clarification of the different understandings is done by the use of two poles, which both represents extreme situations; one represents “*the view that all tourism (including ecotourism) has negative impacts*” (Orams, 1995: 4) and the other represents that “*humans are [...] living organisms whose behaviour is natural and who have no obligation or responsibilities to consider other living things*” (Orams, 1995: 4).

---

<sup>112</sup> Müller (2000)

<sup>113</sup> The International Ecotourism Society is an international non-profit organization, which main purpose is to promote ecotourism. (About TIES, 2009).

<sup>114</sup> In Orams (1995)



Figure 3: 'The continuum of ecotourism paradigms' by Miller and Kaae (From Orams, 1995: 4).

Both poles in figure 3 represents extreme views which according to Orams (1995) are unrealistic, but are still applicable when it comes to defining ecotourism. According to Orams (1995), definitions can be placed depending on the level of tourist engagement at a destination, e.g. if the tourist only is present as an observant of nature and local life, he/she would be present placed under the 'low human responsibility pole'; and if the tourist was actively engaged while visiting a destination, actively contributing to conservation, he/she would be placed under the 'high human responsibility pole'<sup>115</sup>. Therefore, when applying *The continuum of ecotourism paradigms*, to the definition given by The International Ecotourism Society, their definition is placed under the active pole, since it encourages the tourists to actively take part in conservation as well as interact with the local people. On the opposite pole, however, we find the definition provided by Ceballos-Lascurain<sup>116</sup>, which encourages the tourists to stay passive while observing the landscape as well as the locals, with *low human responsibility*.

A weakness to Miller and Kaae's figure is that the figure was not developed as a means to define *ecotourism* in an area such as Thy National Park, but at more remote destinations such as Africa's savannah, where the impact of tourism might have a large environmental impact, depending on how it is done. Furthermore, figure 3, seems to rely on the tourists physical engagement in preservation, and does not consider that a tourist under the 'passive' side of the figure, might psychologically be active when it comes to environmental awareness.

<sup>115</sup> Orams (1995)

<sup>116</sup> In Sirakaya et al. (1999)

#### 4.1.1.2 Adventure tourism

As mentioned in section 4.1.1, *adventure tourism* is believed to have originated from *nature-based tourism*<sup>117</sup>. However, viewing the historical aspects of *adventure*, the term used to be related to travelling into the unknown, unaware of the challenges lying ahead<sup>118</sup>. Adding to this, Weber (2001) also mentions the importance of the search for insight and knowledge that underlies the idea of *adventure tourism*. Despite this being historical descriptions, some of these perceptions are also valid in today's understanding of *adventure tourism*.

Being active in the outdoors is a large part of *adventure tourism*, and as Kane and Tucker (2004) puts it, *adventure tourism* is to be found when you have a number of different outdoor activities from which the tourists can choose. Furthermore, such outdoor activities are often commercialized and should contain an element of risk in the outdoors away from the everyday life of the tourists<sup>119</sup>.

A slightly different definition is given by Sung (2004), which do however contain similarities with the definition provided by Kane and Tucker (2004);

“[...] trip or travel with the specific purpose of activity participation to explore a new experience, often involving perceived risk or controlled danger associated with personal challenges, in a natural environment or exotic outdoor setting” (Sung, 2004: 343).

Despite definitions on *adventure tourism* are found, there is no definite definition given<sup>120</sup>. However, there exists a general agreement that *adventure tourism* is found in two different scales, namely a ‘*soft*’ and a ‘*hard*’ category depending on the level of risk involved.

*Soft adventure tourism* represents outdoor activities which are more or less safe for the tourists, meaning activities where the risk-taking is small or non-existing<sup>121</sup>. Tourists who engage in outdoor activities for the first time are often found within this category, since they want the risk and experience as long as it is safe<sup>122</sup>. This group of tourists often likes to

---

<sup>117</sup> Higgins (1996)

<sup>118</sup> Kane & Tucker (2004)

<sup>119</sup> Kane & Tucker (2004).

<sup>120</sup> Sung (2004).

<sup>121</sup> Page et al. (2005).

<sup>122</sup> Cloke & Perkins (1998).

combine the idea of comfort, and a good meal with participation in an outdoor activity<sup>123</sup>. *Hard adventure tourism*, refers to all activities which involve a high level of risk for the tourists participating in the activity<sup>124</sup>. Tourists within this category are often willing to travel very far and sometimes alone, in order to find the challenges' he or she seeks, going to remote areas<sup>125</sup>. Figure 4 has been developed to give the reader an illustration of the two sub-categories of *adventure tourism*<sup>126</sup>.

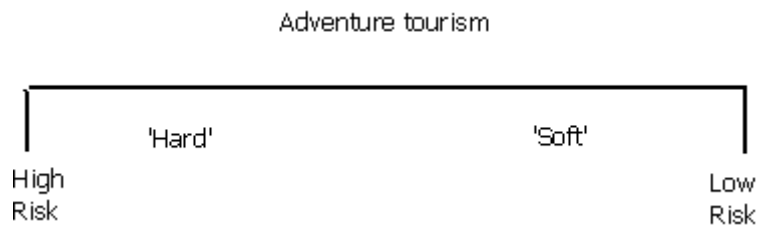


Figure 4: Level of risk in adventure tourism.

Furthermore, the specification of differences between *soft adventure tourism* and *hard adventure tourism* is also relevant, since the main type of *adventure tourism* found in Thy National Park is located in the 'soft' side of figure 4. This is also the reason for *soft adventure tourism* being the main area of interest in this thesis within the category of *adventure tourism*. Though, the researcher is aware that activities within *hard adventure tourism* also occur in Thy National Park, e.g. paragliding, windsurfing etc.

When going through the definitions of *nature-based tourism*, *ecotourism* and *adventure tourism*, it is clear that all three are much occupied with the subject of nature. However, where the definition of *nature-based tourism* is applicable to nearly every tourist who finds some sort of pleasure in nature, the two sub-categories of *nature-based tourism*; - *ecotourism* and to some extent *adventure tourism* is somewhat more difficult to define since no single definition is provided.

The definitions of *ecotourism* either encourages the tourists to get actively involved at a location or to stay passive, something which also can be transferred to *adventure tourism* except the main differences here depend on the amount of risk the tourist is willing to engage

<sup>123</sup> Cloke & Perkins (1998).

<sup>124</sup> Page et al. (2005).

<sup>125</sup> Cloke & Perkins (1998).

<sup>126</sup> Figure 4 has been developed by the author.

in. However, by applying figures such as figure 2, 3 and 4, a destination can gain knowledge regarding the different types of tourists found within these categories, along with identifying what type of nature-based tourists they relate to. In either way, nature-based tourism, along with the two sub-categories; ecotourism and adventure tourism can be found in various degrees in Thy National Park.

In order to receive these types of nature-interested tourists a destination has to be aware of the tourists' demands. The issue of demands from nature-based tourists, ecotourists and adventure tourists will be dealt with in the following section.

## ***4.2 Demands by nature-based tourists, ecotourists, and (soft) adventure tourists***

In the following section, the demands of *nature-based tourists*, *ecotourists* and *(soft) adventure tourists* will be given, based on findings in existing literature. Furthermore, these findings will be used in the analysis, as illustrations of the demands of *nature-based tourists*, *ecotourists* and *(soft) adventure tourists*. The researcher is aware that more specific investigation of *nature-based tourists*, *ecotourists* and *soft adventure tourists* demand, such as gathering data herself, might have provided more accurate information, since the demands within the three categories depends not only on how the tourist is engaged in the category, e.g. if it is *hard* or *soft ecotourism*, but also on the motivations of the individual tourist<sup>127</sup>. However, in this thesis it was chosen to give a general picture of the demands/experience demands of *nature-based tourists*, *ecotourists* and *soft adventure tourists*, based on literature relating to the subject.

### **4.2.1 Nature-based tourism**

Nature has always played a significant role in human life, and as the awareness within the tourism industry turns towards the increasing number of nature interested tourists, awareness of these tourists' demands for experience is needed. The first study with focus on environmental awareness amongst outdoor recreationists was conducted by Dunlap and Hef-

---

<sup>127</sup> Rinne & Saasramoinen (2005)

fernan in the 1970s<sup>128</sup>. In their study they found that the activities in which the recreationists participated, could be divided into three categories; “[...] *consumptive (e.g., hunting and fishing), appreciative (e.g., hiking, camping, and nature photography), and abusive (e.g., all-terrain vehicle riding, snowmobiling, and mountain biking)*” (Luo & Deng, 2007: 393). Even more so they found that the environmental concern seemed to be higher amongst those conducting *appreciative* activities, than with the *consumptive* activities. The results from Dunlap and Heffernan have since been examined by various researchers, in order to establish the amount of environmental concern within the different groups, but so far the results have been mixed<sup>129</sup>. However, as can be seen in the following, the environmental awareness does play a larger role for nature interested tourists, which also affects some of their demands.

As mentioned in section 4.1.1, one understanding of *nature-based tourism*, where demands also is touched upon, is that it should be sustainable, non-consumptive learning about nature and contributing to conservation and contributing to the local population<sup>130</sup>. However, as is also pointed out in section 4.1.1, *nature-based tourists* is a broad category, and therefore nature-based tourists can also be consumptive. Taking part in activities is also of significance to the *nature-based tourist*; as long as the activities are occurring in a natural environment<sup>131</sup>. In addition to this, Pickering and Weaver also notes that; “*nature-based tourism is an extremely diverse sector that encompasses such potentially incompatible activities as wildlife viewing (i.e. ecotourism) [...], boating [...] and skiing and walking in alpine areas*” (2004:7). From Pickering and Weavers description, it is obvious how broad the interest of *nature-based tourists* are, and that many of these demands are repeated within *ecotourism* and (*soft*) *adventure tourism*, since these are subcategories.

Four trends with relation to nature-based tourists are mentioned by Pearce, Morrison and Rutledge<sup>132</sup>, as relevant for this category of tourists when visiting a place. These trends are; experiencing the environment (e.g. being able to take in the visited area, engage with locals); the ability to rest and relax in pleasant settings; learning ability in the means of pursu-

---

<sup>128</sup> Luo & Deng (2007).

<sup>129</sup> Luo & Deng (2007).

<sup>130</sup> Rinne & Saastamoinen (2005); Shafer & Choi (2006)

<sup>131</sup> Rinne & Saastamoinen (2005).

<sup>132</sup> In Luo & Deng (2007).

ing special interest and skills (e.g. fishing, windsurfing), and being healthy and fit, indicating the interest in engaging activities. An additional trend, mentioned by Mehmetoglu (2007), is the interest in experiences containing an element of risk. Furthermore, Rinne and Saastamoinene (2005) found in a research conducted in Kuhmo municipality in Finland that nature-based tourists spend nearly the same amount of money on a day as a general tourist would do. Their research showed that the money spend, besides those spend on nature experience, is mainly used on accommodations, such as hotels, hostels or summer cottages, and gas stations, supermarkets, restaurants and other retail trade. This goes along with findings of Pouta et al. (2006) who mentions the significance of the everyday needs, to which even the nature-based tourists need, e.g. food, transportation, and clothing.

#### **4.2.1.1 Ecotourism**

Since *ecotourists* belongs in a subcategory to *nature-based tourism*, many of the *ecotourists* demands are in general the same as the demands found in *nature-based tourism*, e.g. activities such as participating on a guided tour, learning about nature<sup>133</sup>. The interest in learning, is according to Luo and Deng (2007), especially important to ecotourists, who characterises ecotourists as learning and education oriented, along with environmentally interested<sup>134</sup>.

The interest in gaining knowledge is also mentioned as one of three 'core features of ecotourism' by Reichel et al. (2008);

1. "based on natural attractions that might incorporate cultural heritage components"
2. "the provision of learning opportunities and experiences different ecotourism sites from nature-based sites"
3. "planning and management in such a way as to maximise the likelihood of environmentally and socioculturally sustainable outcomes" (Reichel et al., 2008: 25).

Reichel et al. (2008) also mention that when dealing with service quality it seems that ecotourists have slightly lower expectations than conventional tourists. However, when it comes to experiencing fun, relaxation and shopping, ecotourists have nearly the same expectations

---

<sup>133</sup> Buckley et al. (2004: 2).

<sup>134</sup> Sirakaya et al. (1999); Luo & Deng (2007).

as other groups of tourists. The argument of *ecotourists* having lower expectations to service quality is contradicted by a document found on The International Ecotourism Society web site, which states; that besides the high environmental awareness amongst *ecotourists* up to 70 % of U.S., British, and Australian travellers would pay up to \$ 150 (766 DKK) more for a two-week stay, at an accommodation if the hotel had an “*responsible environmental attitude*” (TIES2, 2009). Other findings show that up to 65% of German travellers expect environmental quality when travelling. 42% of the German travellers “*think that it is particularly important to find environmentally-friendly accommodation*” (TIES2, 2009)<sup>135</sup>. In the same document it is mentioned that amongst U.S. travellers, a third (46 million) would pursue products from places who donate some of their income to charities. This interest in charity is according to the International Ecotourism Society even higher in Europe<sup>136</sup>.

A final thing to mention with regards to the interest of ecotourists are the interest in activities such as; hiking, climbing, cross-country skiing, fishing, canoeing and boating<sup>137</sup>.

#### **4.2.1.2 (Soft) adventure tourism**

As mentioned in section 4.1.1.2, adventure tourism involves a large variety of outdoor activities, where some might involve different levels of risk taking for the tourist, e.g. climbing, skydiving cycling or windsurfing<sup>138</sup>. An element which helps to characterise the adventure tourist is that he or she likes to arrange their own travel, e.g. locating the desired accommodation and in general try to make their own way around when obtaining goods and services<sup>139</sup>. Furthermore, the adventure tourist, likes to be able to explore the visited destination, engaging with the population, not spending too much time sightseeing<sup>140</sup>. This might be seen as part of the adventure tourist desire for gaining new experiences, which also applies for trying new activities<sup>141</sup>.

---

<sup>135</sup> How ‘travelers’ are defined in the documents by TIES is not specified, the document is meant as a fact sheet, providing facts, without further specification to how these facts have been gathered (TIES, 2009).

<sup>136</sup> TIES2 (2009).

<sup>137</sup> Orams (1995).

<sup>138</sup> Kane & Tucker (2004); Page et al. (2003).

<sup>139</sup> Cloke & Perkins (1998).

<sup>140</sup> Cloke & Perkins (1998).

<sup>141</sup> Sung (2004)



Soft adventure tourists are often persons who are trying an activity for the first time, as mentioned in section 4.1.1.2, who according to Cloke and Perkins, besides looking for adventure also seeks the; “[...] comforts of home, good meals, and accommodation” (1998: 185), a desire which is in contrast to the hard adventure tourist, who does not value such demands in the same way. In general the key elements of adventure tourists’ demands are; “[...] activity, environment, experience, motivation, risk, and performance” (Sung, 2004: 344).

In order to illustrate the demands found within *nature-based tourism*, and the two subcategories; *ecotourism* and *(soft) adventure tourism* figure 5 have been developed.

Nature-based tourism	Ecotourism	(Soft) Adventure tourism
Environmentally interested	Environmentally interested -accommodation -service	Environmentally interested -accommodation -arrange their own travel
Learning and educational orientated (especially regarding nature) -special interest -new skills	Learning and educational orientated (especially regarding nature)	Learning and educational orientated -try new activities -learning skills
Activities in natural environment: e.g. -wild life viewing -boating -skiing -walking -guided tour  -may contain elements of risk  -engage with local population -explore a destination	Activities in natural environment: e.g. -wild life viewing -boating -hiking -climbing -guided tour -fishing -canoeing  -engage with local population	Activities in natural environment: e.g. -skydiving -cycling -windsurfing -climbing  -contain elements of risk -motivation -performance  -engage with local population -explore a destination
And; -rest and relax in pleasant settings -healthy and fit -consumptive	And; -relaxation -shopping	And; -comfort of 'home' -good meals -not too much sightseeing

Figure 5: Demands of *nature-based tourists*, *ecotourists* and *(soft) adventure tourists*.

The function of figure 5 is not only to illustrate the different demands, but also to illustrate that some demands overlap the different categories, and that others do not. (the reason for ecotourism and adventure tourism having so many demands in common, is mainly due to both of them belonging under the category of nature-based tourism, but also the fact that a tourist during a day easily can act within both categories, e.g. learning how to windsurf during the morning, and then participate in an guided tour in the national park in the afternoon. These demands can be seen as the nature-based tourists' interest in experiencing nature, and the interest in experience brings us to the next section, regarding experience theory.

### ***4.3 Introduction to the Experience Theory***

The demand for experiences has increased among consumers, and so has the research within the field. Many have contributed to the debate of experiences, and there are some who wish a more common definition amongst the different social sciences of term *tourist experience* could be agreed upon<sup>142</sup>. However, the researcher of this thesis does not share this belief of a common understanding of *tourist experience*, but believe the definition of *tourist experience* depends upon ones entry to the subject. The concept *experience* is itself somewhat difficult to explain despite the focus on *experiences* has existed for some time. One understanding of the term is provided by Holbrook and Hirschman who in 1982 defined it as “*fantasies, feelings and fun*” (in Blichfeldt et al. 2007). Another is found within the encyclopaedic edition of Webster’s Comprehensive Dictionary of the English Language, the term *experience* is defined as; “*Knowledge derived from one’s own action, practice, perception, enjoyment, or suffering; experimental knowledge*” (2003: 447). The two definitions are both somewhat descriptive however without giving a specific definition of the term *experience*. Today, according to some researchers, companies have to focus on the consumer, and the experiences that the consumers want from the products in order to differentiate themselves from other opponents on the market<sup>143</sup>. In relation to this it is argued that the creation of value has shifted from being created within the service encounter and instead being generated in relation to the consumer’s experience<sup>144</sup>. Exactly where the experience is created has not yet been agreed upon. Pine and Gilmore argues that the value is created in the memorability of the consumer’s experience, which can be a mental reflection of the experience or a purchased artefact, such as a souvenir<sup>145</sup>. However, Mossberg (2003) argues that the most important when creating a valuable experience is the unexpected, surprising element, which creates a wow-feeling<sup>146</sup>. Prahalad and Ramaswamy (2004) add an additional perspective on where value in the experience is created by arguing that within all interaction found between the consumer and the company, there exists a possibility for value-creation.

---

<sup>142</sup> Jantzen & Vetner (2006: 239-243);Larsen, Svein & Mossberg, Lena (2007)

<sup>143</sup> Prahalad & Ramaswamy (2004)

<sup>144</sup> Jantzen & Jensen (2005: 15).

<sup>145</sup> Pine & Gilmore (1999: 12; 56-58).

<sup>146</sup> Mossberg (2003: 14).

The location of where value is created is not the only aspect in which researchers disagree, when it comes defining from where the perspective of the experience comes, several perspectives can be found. Pine and Gilmore (1999) focuses on the perspective of the supplier, and how a company can stage events that will engage the consumer<sup>147</sup>. Mossberg (2004) and Blichfeldt et al. (2007) point out that it is how an experience is perceived from the viewpoint of the consumer, and that a company can only provide the settings which might enable the consumer to create his or her own, personal experience.

Based on the many different contributions within the research on *experiences*, the following definition was chosen for this thesis:

“The supplier creates the frame for the experience. However, it is the consumer who creates the experience”<sup>148</sup>. Furthermore; “[a]n experience is made up *inside* a person and the outcome depends on how an individual, in a specific mood and state of mind, reacts to the interaction with the staged event” (Mossberg, 2007: 60)

The definition given above implies that an experience is personal that it is not possible to give a person an experience simply by wanting to, and that a company can only create the framework which might trigger an experience. The definition also indicates that the outcome of an experience is dependent upon the amount of effort a customer is willing to put into the creation process of the experience, where the creation process is the outcome of the interaction between a company and the consumer. Furthermore, the researcher of this thesis is also aware of the different ways in which a consumer can be engaged in an experience; being emotional, spiritual, physical<sup>149</sup>. Mossberg (2007) argues, in relation to the definition given above that experience is a blend of many elements coming together, and that the level of engagement has to do with how successful the tourism providers are at stimulating the tourists’ senses.

The definition given above was used as a guide for the focus of this thesis. How does the experience offers found in Thy National Park correlate with the experience demands of nature-based tourists, ecotourists and soft adventure tourists?

---

<sup>147</sup> Pine & Gilmore (1999: 4).

<sup>148</sup> Translated by the author of this thesis from Blichfeldt et al. (2007: 233)

<sup>149</sup> Jantzen & Vetner (2006:240-243).

Along with this definition a number of concepts and theoretical tools were used to structure the research. These concepts and tools will now be presented in the following sections.

### 4.3.1 The Experience Realms

Research regarding consumer experience is not a new topic and can be traced back to the 1980s with the article “Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun” by Holbrook and Hirschman (1982). In this article Holbrooke and Hirschman argues that the experiential aspects of consumption needed to be further researched. However, it was not until Pine and Gilmore (1999) published their book “The Experience Economy” that the term experiences were firmly put on the research agenda. In Pine and Gilmore’s book, the term *experience economy* was presented as the newest edition within the economic development, where the former stages were from; commodities, to industrial economies creating value by the production of goods, to service economy where service was added to the product<sup>150</sup>. The transition to the experience economy is happening now, from service adding value to the product, to experience doing this instead and the service instead is perceived as a basic element<sup>151</sup>. Within this new era companies must stage experiences which are memorable to the consumer, adding value to the product by incorporating experiential aspects.

In their book, Pine and Gilmore (1999) introduces the model of *The Experience Realms*, which will be used to investigate the experience offers found in Thy National Park, along with the demands of nature tourists. According to Pine and Gilmore a visitor can be engaged in an experience on several dimensions, whereof two, according to Pine and Gilmore, are especially important. These are; the level to which the visitor is in the creation of the experience, and the connection that brings the visitor and the event together<sup>152</sup>. These two dimensions are used as axis’ in *The Experience Realms*, as can be seen in Figure 6 below, and thereby help to illustrate the four realms that can engage visitors in an experience.

---

<sup>150</sup>Pine & Gilmore (1999: 22); Lund et al. (2005: 36).

<sup>151</sup>Johansen & Jørstad (2006: 16).

<sup>152</sup>Pine & Gilmore (1999: 31).

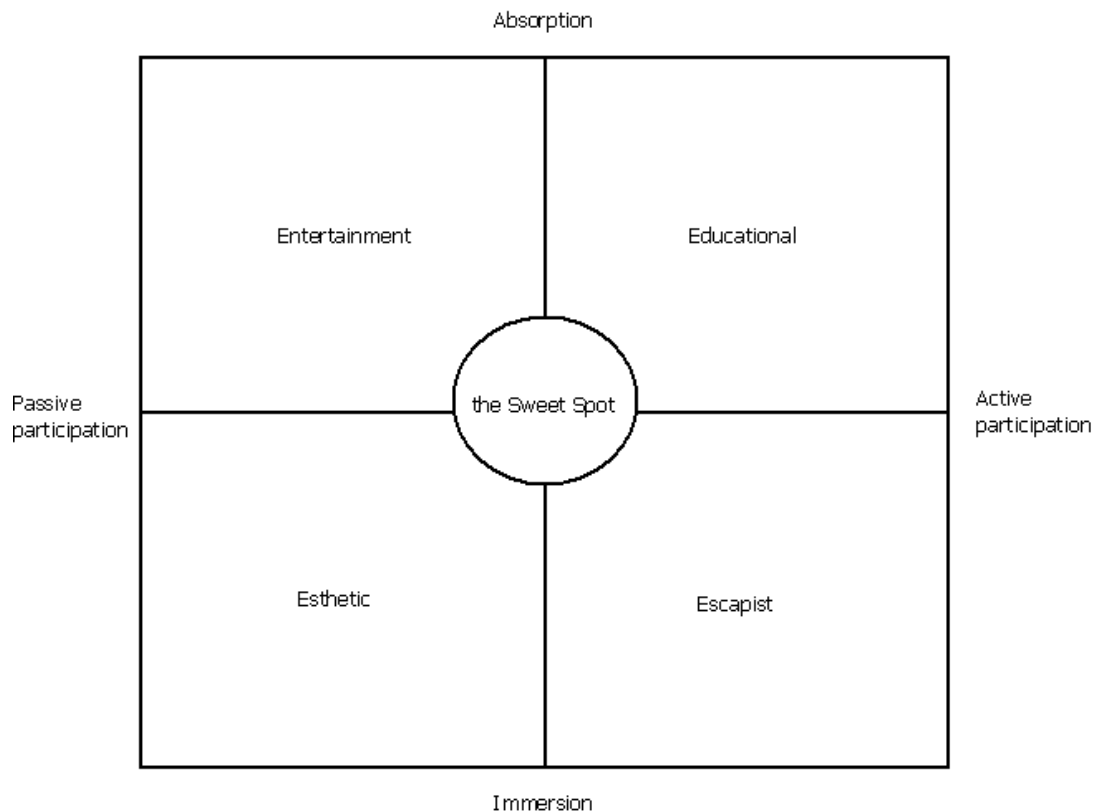


Figure 6: *The Experience Realms, with the sweet spot illustrated* (Pine & Gilmore, 1999, p. 30).

The horizontal axis shows the level of visitor participation, whether they can be passive or active engaged in creating the experience. If the visitor is passive, it means that the visitor has no or very little influence on the experience object. If the visitor is active, the visitor is able to affect the experience<sup>153</sup>. The vertical axis is divided in whether the visitor is *taking in* the experience mentally (absorption), e.g. by reading an exciting book, or if the visitor *goes into* the experience (immersion), e.g. by playing a virtually computer game, acting as a part of the experience<sup>154</sup>.

As can be seen on figure 6, the model is divided into four realms:

- The *Entertainment realm*, where the visitor is primarily passive and experiencing through attention, and *taking in* the experience mentally through absorption, such as listening to a concert.

<sup>153</sup> Pine & Gilmore (1999:30).

<sup>154</sup> Pine & Gilmore (1999:31).

- The *Educational realm*, where the visitor is more actively engaged in creating the experience, but still *taking in* the experience mentally through absorption, such as a student participating in a lecture.
- *Esthetic realm*, where the visitor immerse him or herself in the experience, but in a manner where the visitor has little or no influence on the settings of the experience, such as standing on the edge of the Grand Canyon.
- The *Escapist realm*, where the visitor steps into the experience, and through actively participating is capable of affecting the experience<sup>155</sup> e.g. visiting Disney Land, where you step into a created world.

According to Pine and Gilmore (1999), the richest experience is reached when elements of all four realms are combined, in the centre of the model. They call this position for the *sweet spot*, and this is the position that companies, according to Pine and Gilmore, should strive to reach<sup>156</sup>. Pine and Gilmore describe the *sweet spot* as a blurring of the boundaries between the four realms<sup>157</sup>, e.g. a company or a street for that matter could be considering to implement elements of all four realms; entertaining, educational, escapist and esthetic, better provide the frames for creating a overall experience for the visitor. By blurring the boundaries between the four realms, a destination would have a tool for creating memories in what else would be an “uneventful world of goods and services” (Pine & Gilmore, 1999: 43), and thereby add to the visitor/consumer’s overall experience.

Originally, the model was designed as a tool to help companies creating their experience offer, by considering how elements within the four realms could be reached. The strength of this model, as mentioned in the method section, is that its understanding such as the perception of the *educational realm* relates well to the elements researched in this thesis. It is well suited since it can help provide a structured overview of the current experience offers’ balance, and can be used on the smaller elements within a larger framework such as experience offers provided by the private and public actors found in Thy National Park. Furthermore, the figure provides a framework of which realms might not be in use, and therefore

---

<sup>155</sup> Pine & Gilmore (1999: 31-36).

<sup>156</sup> Pine & Gilmore (1999: 39).

<sup>157</sup> Pine & Gilmore (1999: 38-40)

might help to generate ideas of how a realm which have not been used yet might be incorporated<sup>158</sup>. In addition to this, there are few researchers who have come up with a concrete suggestion to how an operational framework could look like, and Pine and Gilmore are some of the few who have developed this.

There are limitations to Pine and Gilmore's model despite it being widely used. One is concerning the *sweet spot* since it might not be all visitors who would desire an experience within this circle, but perhaps experience the overall experience within one of the individual realms instead. However, where it might not be of relevance for the individual company to strive to create a *sweet spot*, it could be relevant to include all the four realms when considering development at a destination due to the broad amount of target groups a destination may relate to, so that different companies are specialised in the different realm, contributing to the tourists *overall experience (sweet spot)* of the destination. Secondly, the vertical dimension which considers the connection that brings visitor and the event together, are somewhat weakly defined by Pine and Gilmore, and can therefore be interpreted in several ways<sup>159</sup>, e.g. is an experience such as a nature-based tourist participating in a guided tour rightfully placed within the *educational realm* due to the information provided by the ranger (absorbed), or within the *escapist realm*, immersed into the experience of being in nature? However, this limitation was sought to be overcome by the researcher trying to view the different experience offers as well as the demands of the nature tourists, from different perspectives in order to place them rightfully within the four realms. Furthermore, during the interviews the researcher tried to gain as much knowledge as possible regarding the experience offers, in order to rightfully place them within the figure. Thirdly, Pine and Gilmore's perspective is one-sided. This is due to them only dealing with how the supplier can stage experiences, without taking the visitors understanding of what an experience is into consideration. This approach is according to Jantzen and Jørstad considered as a mechanistic way of looking at the visitor<sup>160</sup>, since it is assumed that the visitor will respond in a predictable manner because of certain stimuli. However, this is not always the case, since no matter how well staged a lecture about bird species is, it might not engage the listener if he or she does not take an interest in birds. This mechanistic view is not in line with the re-

---

<sup>158</sup> Pine & Gilmore (1999: 41).

<sup>159</sup> Pine & Gilmore (1999: 31)

<sup>160</sup> Jantzen & Jørstad (2005: 180).



searcher on this thesis, who believes that only the individual visitor can generate an experience. However, in this thesis the data regarding demands of nature-based tourism, ecotourism and (soft) adventure tourism has been gathered from already existing literature, which makes the researcher unable to examine the psychological aspects of experiences, which might otherwise have been included if primary data had been collected. Fourthly, *The Experience Realms* only focus on products who already have an experience element added, and do therefore not include offers which do not have any experience element to them but are purely functional, e.g. such as toilet facilities. This is a weakness since it might affect the visitors overall experience; however, this weakness was overcome by applying a model developed by Quan and Wang (2004) which will be further elaborated on in subsection 4.3.2. It should be mentioned that Pine and Gilmore does acknowledge the importance of applying a theme as the connection for combining the overall staging of an experience. They also acknowledge “*matter*” (1999: 51), which in this context is interpreted as the physical layout in the National Park, as an important element to consider when creating a holistic theme<sup>161</sup>.

*The Experience Realms* are used in this project to identify the experience offers found within Thy National Park, along with identifying within what realm the demands of nature-based tourists, ecotourists and soft adventure tourists is located. These findings are subsequent to help with comparing how the experience offers and demands correlate.

### **4.3.2 Supporting experiences**

A theory which considers the supporting experiences could be the *conceptual model of the tourist experience* developed by Quan and Wang (2004). In this model, which also considers the visitors overall experience, the supporting experience is viewed as an important element since it can affect the visitors overall experience, such as the toilets being out of order when visiting a restaurant<sup>162</sup>.

---

<sup>161</sup> Pine & Gilmore (1999: 46).

<sup>162</sup> Quan & Wang (2004).

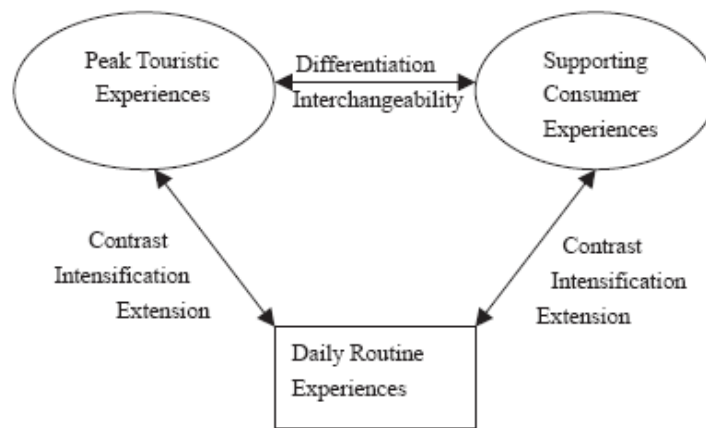


Figure 7: The conceptual model of the tourist experience (Quan & Wang, 2004:300)

As illustrated in figure 7 above, a tourist experience consists of *peak experiences* as well as *supporting experiences*. Quan and Wang (2004) differentiate the two understandings by arguing that a *peak experience* is a contrast to the daily routine experiences, whereas *supporting experiences* are more an addition, or even intensification of the daily routine experience<sup>163</sup>. The importance of *supporting experience* is that it is an element which is often taken for granted by visitors. However, if the supporting experiences are not considered satisfying; they might have a negative effect on the *peak experience*<sup>164</sup>. If a *supporting experience*, such as parking facilities, dining facilities and so on, is not considered satisfactory, the visitors overall experience will be affected in a negative way, despite the *peak experience* itself might be considered as good<sup>165</sup>.

The perception of either types of experiences depend on different factors such as the visitor's prior expectations along with the visitors ability to find compensatory experiences. Quan and Wang also argue that a *supporting experience* might in fact replace a *peak experience*. An example of such a replacement could, according to Quan and Wang, occur when the local food is found so interesting by the tourists that the food becomes the *peak experience*, instead of a *supporting experience*.

The understanding of *supporting experiences* by Quan and Wang has been applied in order to perform a more thorough research of the experience offers found in Thy National Park,

<sup>163</sup> Quan & Wang (2004).

<sup>164</sup> Quan & Wang (2004).

<sup>165</sup> Quan & Wang (2004).

since the element of *supporting experiences* were not included in Pine and Gilmore's *The Experience Realms*.

## 5. Analysis

In this section each of the four sub questions to the overall research question will be analysed in order to make it possible to answer the research question in the conclusion section.

### ***5.1 Types of experience offers currently provided by the private and public sector in Thy National Park.***

The purpose of this part of the analysis is to investigate what types of experience offers are currently provided by the private sector, the Forest and Nature Agency in Thy along with Thy Tourist Organisation, within Thy National Park. The question will be answered by an evaluation of how the experience offers are balanced within Pine and Gilmore's model of *The Experience Realms* (1999: 30). In addition to this, Quan and Wang's *supporting experiences* will be considered, since *supporting experiences* are an important element of the overall experience. In this relation it is also of relevance to mention that Thy National Park is considered to be the overall experience offer, since nature is the main interest for nature-interested tourists. Due to nature being the main interest of nature-based tourists, many of the experience offers mentioned below will be categorised as supporting experience offers. However, the supporting offers are of importance to the visitor, since they can affect a visitor's peak experience, an assumption that is in line with Quan and Wang's (2004) idea of supporting experiences. As mentioned in the method section (section ???) the information regarding experience offers was gathered through semi-structured interviews with the private and public actors. Each of these interviews will now be discussed individually, followed by an evaluation of the experience offers as a whole.

### 5.1.1 Local Forest and Nature Agency in Thy

As mentioned in section 2.2, the Forest and Nature Agency is a public organisation, connected to the Danish Ministry of the Environment, and currently helping with the establishment of the new national park, something which in the long run are to fall entirely under the national park committee<sup>166</sup>. However, despite one of the main aims of these local departments is to maintain law and order in the Danish forests and nature reserves, as mentioned in section 2.2, the organisation also strives to arrange supporting experience offers and experience offers for interested visitors. It should be mentioned in this relation that the information regarding offers, has been received from both an interview along with information found at the Forest and Nature Agency's web site.

At the interview the local Inspector of Dunes, responsible for the area of Thy National Park, informed that the offers provided by the forest and nature agency all were developed with the idea of referring to nature experiences<sup>167</sup>. Folders are one of the means in which these offers are provided, where a large variety of hiking trails can be found, providing both the location along with the length of the trail, these folders can be downloaded from the national park's web site which is currently a part of the Forest and Nature Agency's web site<sup>168</sup>. Furthermore, a folder shortly describing 10 landmarks within the national park has been developed as a temporary information folder for visitors, the Inspector of Dunes informs<sup>169</sup>. The folder with the 10 landmarks were meant to inform the visitor of elements regarding both nature and culture, as an inspiration to what the visitor could see during a stay. The Inspector of Dunes explains that he believes that most of the visitors coming to the national park are mainly interested in the nature, and that many also might come because of the quietness which can be found in the large nature park<sup>170</sup>. However, as the Inspector of Dunes also notes, the park is also meant for outdoor activities, in the areas where the nature can cope with such activities. When asked regarding offers of activities from the Forest and Nature Agency, the Inspector of Dunes explains that a larger number of woodmen have been educated to be rangers, being able to guide trips around the area of the national

---

<sup>166</sup> Appendix 1

<sup>167</sup> Appendix 1

<sup>168</sup> 10 landmarks (2009)

<sup>169</sup> 10 landmarks (2009)

<sup>170</sup> Appendix 1

park<sup>171</sup>. At the web site the visitor can also locate where to find free activities such as a wooden playground, where all the elements such as swings or climbing frame are made of wood<sup>172</sup>. Furthermore, information is provided of where visitors can find; hiking, surfing, golf or mountain biking, along with where these activities is allowed<sup>173</sup>. At the web site the visitor is also informed that during the year there is always some type of outdoor activity occurring, e.g. hiking trips, stay and overnight stay at primitive campgrounds, nature guidance and guided trips, studies and experiences of flora and fauna close up, hunt for mushrooms, hunting and fishing or trips on horseback<sup>174</sup>.

The offers provided by the Forest and Nature Agency contain both supporting and peak experience offers. With regards to the folders offered these can be regarded as containing *educational* elements, e.g. a brochure informing where hiking trails are located may be seen as being part of the overall nature experience offer of the hiking trail. However, the folders can also be supporting experience offers, since the folders do not provide the experience but functions as a guide to where the visitor may find a peak nature experience. The guided tours, where a ranger is present as a guide, can be placed somewhere in between the *educational realm*, which is characterized by active participation and absorption, and the *esthetic realm*, which is characterized by passive participation and immersion, since it may provide a visitor new to the park with new knowledge, being able to ask the ranger specific questions. The visitor is also given the experience of being out in nature, taking part of the experience or observing the events as they unfold in nature, in this relation a ranger might as well point out things in nature to which the visitor otherwise might have overlooked. Experience offers relating to the *escapist realm* is also present, some also containing elements of the *educational realm*, such as overnight stay at primitive camp grounds, studying flora and fauna close up, hunting and fishing, and trips on horseback. These activities all provide the visitor with the ability of being absorbed into the experience, such as an overnight stay at a primitive camp ground may for some visitors be challenging, - staying out in the wild, with a lot of unfamiliar noises during the night. However, most of the offers found on the national parks web site, were more supporting experience offers, guiding the tourist of

---

<sup>171</sup> Appendix 1

<sup>172</sup> Wooden playgrounds (2009)

<sup>173</sup> Very active in the national park (2009)

<sup>174</sup> Outdoor activity (2009)

where to go if interested in a specific activity e.g. providing information on where to go if a visitor wants to surf or mountain bike. With regards to future planning, the Inspector of Dunes informed that cooperation between the Forest and Nature Agency and the national park Committee might continue, with the committee renting rangers from the Nature and Forest Agency. Furthermore, he informed that the building and facilities inside the national park such as toilet facilities at parking lots and information centres (when established), were to be zero-energy houses, and in general being environmentally friendly such as running on alternative energy.

### **5.1.2 Strandgårdens Camping/Summer house rentals/Icelandic horses**

Located at the centre of the village Vorupør, Strandgårdens Camping is found, and close by is the offices in connection to a supermarket, from where people register for the camping, as well as for rental of summer houses and riding Icelandic horses. Despite the management are in charge of these three areas, each are run individually. Therefore the following has also been categorized to whether it belongs to; the camping, summer house rentals or Icelandic horses.

When it comes to the camping, the manager informs that services area is kept at a minimum, since the camping is located in a small area in the middle of the village, with room for only 150 campers<sup>175</sup>. However, facilities for the basic needs are available, such as toilet facilities. Due to the location the manager has chosen not to provide any other types of services, such as a large reception with baker's bread and a general store. As the manager puts it, the visitor is staying at a camping site in the centre of the village, in walking range to all the services needed, such as a baker, restaurant, supermarket, the sea, the national park and so on, which is why there is no need for that type of service within the camping area. Furthermore, according to the manager, the visitors at the camping are a more 'mature' type of tourists, who is not interested in playgrounds or taking the children to a water park; but stays in the area because they love the village, the dunes, the beach and sea<sup>176</sup>. Furthermore, the manager notes, that many of the visitors staying at the camping are inter-

---

<sup>175</sup> Appendix 2

<sup>176</sup> Appendix 2

ested in that particular type of accommodation, and that some simply uses it as an overnight opportunity, for then to spend the days at activities, e.g. visitors interested in surfing like the camping because it is located close to the sea. Based on the manager's description of the camping site, the researcher was given the impression that the camping area functions more as an offer which acts as a supporting element. This means the camping is not the main experience for visitors, but supports the visitors stay, since it provided the visitor with an accommodation opportunity, along with bathroom facilities, elements which according to Quan and Wang (2004) are equally important to the visitors overall experience of a destination<sup>177</sup>. The reason for this impression was the fact that the visitors were described by the manager, as being interested in nature and activities, e.g. leaving the camping during the day, in order to pursue these interests, along with the fact that visitors had to find different service opportunities outside the camping area. It might be argued that the camping area could turn into functioning as the main experience offer, if the tourists only stayed at the camping grounds, without having any interest in the activities outside the camping area, however, based on the information provided by the manager this seems unlikely. Development of the camping site is present in the sense that the manager informed that a new driveway will be created in order to welcome visitors driving autocampers and motorhomes, along with an area where these types of vehicles will be able to make a 'pit-stop'<sup>178</sup>. An element which according to the manager, is yet to be incorporated at the camping area, is renewable energy, along with more environmentally friendly buildings and facilities. The manager mentions a desire for installing terrestrial heat, however, despite the plans for renewing Strandgårdens Camping to be more environmentally compatible, the manager do not have any intention to start these changes yet; it is a development he notes; 'where one has to hurry slowly', due to the cost such a development will have.

The summer house rentals, was found to have some elements in common with the camping, such as the visitors still needed to purchase services elsewhere. However, when it came to the type of visitors, and how they spend their time, there were some differences. According to the manager, there is a large interest from the visitors staying at the summer houses for participating in a range of activities, e.g. some rent a summer house to spend the weekend

---

<sup>177</sup> Section 4.3.2.

<sup>178</sup> Appendix 2

searching and looking at grave mounds<sup>179</sup>. However, not all visitors to the summer houses seems to be equally interested in nature. This is something which is assumed by the researcher since the manager describes, how a large variety of offers, involving cooperation with a variety of attractions, are provided for the tourists, e.g. an agreement has been made with the water park in Hurup (which is located outside the national park), for visitors in the summer houses to use their facilities. It is the impression of the researcher that such offers are not particularly aimed at nature tourists. Experience offers of interest to nature tourists, are mentioned by the manager, such as; taking a trip on horseback, fishing or surfing. On the way from the interview, the researcher also noticed that the summer houses were located more isolated, surrounded by nature. An element which might provide the visitor with unexpected nature experience, merely by looking out the windows. In general it was the impression of the researcher that the main function of a summer house, was more of a supporting experience offer. Creating the frames of something comfortable, from which the visitor could leave during the day in pursuit of other types of experience offers, for then to return at night, - relaxing after a pleasant day out. When describing areas which were to be developed in the future, the manager explained that steps had already been taken towards creating a more environmentally friendly image of renting summer houses. For instance a brochure has been developed, made from recycle paper, where the development and printing was conducted in a CO2 neutral manner<sup>180</sup>. Furthermore, the manager explained that folders had been send out to the private owners of each summer house, with the offer for them to borrow a 'save-o-meter'<sup>181</sup> in order to calculate how much electricity the refrigerator, or washing machine uses on a daily basis, and how much might be saved by installing a A+++ refrigerator instead. The folder also encourages the private owners to leave labels in the summer houses, for the visitor so turn down the heat, and remember to turn off electricity sources not used.

A trip around the area on the back of Icelandic horses is one of the activities, in which the visitor can participate, and is run separately to the camping and the rental of summer houses. This experience offer, the manager explains, is something all interested visitors are

---

<sup>179</sup> Appendix 2

<sup>180</sup> Appendix 2

<sup>181</sup> A 'spar-o-meter', translated by the author.



welcome to participate in, and not only visitors at the Camping or summer houses<sup>182</sup>. There are two offers, from which the visitor can choose; one is for children, where a local girl in charge of the horses, takes the children for a small ride around the area. The second activity, for both adults and children, is a trip taking approximately 1½ hours, where a group of seven or eight visitors escorted by two local girls, is taken on a larger trail around the area; past the dunes, along the beach to the final stop back in Vorupør. According to the manager, the only purpose of the girls leading the trip is to lead the way, and they apparently do not provide the visitors with any other kind of information. However, it was the impression by the researcher that these girls might be able to provide some information regarding the village and local area, if a visitor posed questions on the subject. This impression was mainly due to conversation between the manager and researcher after the interview had ended; where a conversation regarding general knowledge and friendliness towards visitors took place. The activities on Icelandic horses were by the researcher considered as possible to place within both the *educational realm* and the *escapist realm*, which is characterized by active participation and immersion<sup>183</sup>. The reason for placing this activity in the two realms, or in between the two realms, is due to the tourists being more or less active; e.g. managing the horse by themselves (at least to a certain degree), along with the impression of being in the experience, having control of the horse along with being surrounded with nature. Furthermore, it was the impression of the researcher that if a visitor is new to the activity the visitor might be able to learn new skills along with gaining knowledge about how to handle a horse which then makes it part of the *educational realm*<sup>184</sup>. The manager, also noted that he found it hard for a visitor not to be taken in by the experience of riding around in nature, along the beach on horseback, but that the experience of course was dependant on the weather, on the current day. Despite the experience offer of riding on Icelandic horses were considered by the researcher to be an interesting way to observe, and enjoy nature, it is seen as a drawback that the activity is only available during vacations such as; Easter holiday, Summer holiday and Autumn holiday, and only if enough visitors sign up for the activity. The reason for the researcher considering this to be a drawback, is that when the offer

---

<sup>182</sup> Appendix 2

<sup>183</sup> As mentioned in section 4.3.1

<sup>184</sup> Section 4.3.1

of riding Icelandic horses are not available, there is one offer less for the nature-based tourists to choose from, decreasing the overall offers in the national park.

### 5.1.3 FiskeCompagniet

Next to the beach, not far from where the fishing boats come ashore, FiskeCompagniet is located which is a small fish shop, receiving newly caught fish and lobsters from Hanstholm fish-auction<sup>185</sup>. The shop, the manager informs, is part of the village history as it has existed since 1887, where fish were received directly from the fishing boats just outside. He further notes that only five years ago they still received fish in this way, sorting out the fish in boxes, and that on those nights there could be up to a 100 tourists standing just inside the gate, watching how they worked with the fish. Those days are gone and most of the hall is now almost empty. The manager informs that despite the change, visitors are still keen on following how they handle the fish, such as skinning and cutting them. And as the researcher observes, the gate and the door to the shop is open, so that anyone interested are able to follow the activities inside. Visitors also enjoy watching the many different fish being handled in the hall, along with watching the lobsters walking around in open tanks with water. In addition to this, the manager himself likes to inform about the history of the village, along with the history of FiskeCompagniet itself. Furthermore, as the researcher observes, the place does have a lot of history illustrated not only through the information provided by the manager. Old nametags displayed on the wall from the old ships which used to be in the village also tell their story, along with a few posters telling some of the stories of the place, located on a board near the entry to the shop.

The fact that visitors are capable of following the fish, from being prepared to it ends up on ice in the shop, where visitors can buy the fish or lobsters, locates the experience offers found at FiskeCompagniet as a whole, with elements within both; the *esthetic realm*, and the *educational realm*, which is characterized by active participation and absorption<sup>186</sup>. The reason for this location within both realms is that most of the experience offers found at FiskeCompagniet, have educational elements added to them, e.g. the visitor observing how

---

<sup>185</sup> Appendix 3

<sup>186</sup> Section 4.3.1

the fish is handled, and perhaps gaining knowledge about the history of the village at the same time, or gain knowledge about the handcraft of cutting fish. These elements, where the visitor also is an observer, without any influence as such on the happening, provides the overall experience of FiskeCompagniet with elements relating to the two realms. Furthermore, the visitor can buy the fish or some prepared dishes with fish, this purchasing of a fish which one has seen being handled, and prepared might add to the experience of the visitor preparing the fish in his or her summer house or camping area, providing the visitor with an *escapist* experience. However, the purchase of the fish might also be found as a supporting experience, adding to the overall experience of visiting FiskeCompagniet. As a final subject the manager mentioned that no plans as such were made for future developments, but that they would like to cooperate with another actor in creating different types of activities. An example could be, visitors being able to go on a guided tour in the national park, and then afterwards coming to FiskeCompagniet where they could try to cut or skin a fish, perhaps then ending with being served dinner with fish<sup>187</sup>. Trying to be more environmentally compatible is not something which has been considered as such, except for more isolation around the cold store, as the manager puts it, they do not use any heat in the house, so the building as such does not need any adding to save on heat or electricity.

#### **5.1.4 Julie Glass Art**

Not far from the main road in Klitmøller, in a more modern built house lies Julie Glass Art, surrounded by sand dunes to the one side and pine trees to the other. The reason for building a more modern building, the manager informs, was to incorporate large windows at the roof, so the displaying room would have better lighting. Glass art is better displayed in sunlight she informs, before the interview is started. And as the researcher observes, a visitor in this craftsmen's shop is met by a large variety of glass e.g. water glasses, vases, glass sail boats and so on. Nearly from the beginning of the interview, the manager implies how important she finds the ability to provide the visitor with information. She believes that information regarding the area is scarce, and that she tries to inform visitors coming to her shop, not only about the history of the village, but also about the many 'free' activities

---

<sup>187</sup> Appendix 3

which are located in the area<sup>188</sup>. As she puts it herself, some refer to her as a living lexicon. The idea of visitors being able to experience things and activities without having to pay a larger amount of money, also seems to be the reason for the manager encouraging visitors simply to look around, without trying to make them buy her glass art, as she notes; some visitors come in to the shop to look two or three times, without buying anything, something she especially experiences with German visitors. In relation to visitors coming in several times, the manager adds that she tries to have a constant development of new glass art, so that there is nearly always something new in the shop. Furthermore, a table has been added in the store, where visitors interested can create their own necklaces and bracelets from a large variety of glass pearls, and the visitor can create a bracelet for only 3 DKK. The offer to create a jewellery with glass pearls is especially popular when the weather is bad, where visitors despite being offered to take the glass pearls home, normally reply that they like the atmosphere in the shop and prefer to stay there. The manager informs that often there is up to eight people gathered around the small table. Besides offering guidance with the creation of the necklaces and bracelets, the manager also allows visitors to come into the back-room of the store where the artefacts are made. In general it was the impression of the researcher that the manager saw the main purpose of the visitors in the area as coming due to nature, along with the peace and quietness, and that small shops such as her own more had a supporting element to this, since she believes that all the visitors likes the opportunity to visit small shops, and to see what these shops have to offer. In addition to this, the manager mentions that there are a large amount of surfers in the village, but these visitors do not purchase any artefacts from her store. However, due to the surfers being in the area they attract many other visitors who do purchase handicraft.

From the interview the researcher found that the glass art shop, despite being a supporting experience offer for visitors whose main interest is in nature, did offer elements which could be placed within three of the experience realms for visitors being in the shop. The constant creation of new glass art, along with the way the glass is displayed in the shop could be located within the *esthetic realm* (passive participation and immersion)<sup>189</sup>, since the visitor can not alter anything, but is capable of walking around the shop, investigating the many

---

<sup>188</sup> Appendix 4

<sup>189</sup> Section 4.3.1

offers. The offer to create necklaces and bracelets of glass pearls could be located between the *educational realm* and the *escapist realms*. The reason for locating this activity between the two realms is because the activity can be educational, e.g. providing the visitor with new knowledge and skills, along with providing the visitor with the atmosphere of being at a glass art shop, and as the manager notes; being welcome to look and select from the boxes with glass pearls in the backroom where more than 100 different glass pearls can be found, might result in the visitor being more 'within' the experience of creating the glass jeweleries, adding an *escapist* element to it<sup>190</sup>. Supporting elements which also adds to the experience offers found within the glass art shop are the hospitality in which the manager tries to greet visitors, along with the information provided regarding village history and the activities and offers found in the area. The researcher found it very interesting that the manager's interest in providing the visitors with information, and the intention of making the visitors feel welcome, was valued more by the manager, than trying to sell her glass art. In this relation the researcher is aware that the selling of glass art is the foundation of the glass shops existence, and that selling items are therefore considered as one of the managers primary goals. In addition to the glass art, the manager informed that nearly 75 % of her glass art involves a combination with drift wood from the sea, as an element of in cooperating nature and art. Furthermore, the manager mentioned that ideas of alternative energy did exist, and that especially an instalment of solar collectors was debated, though nothing was decided yet.

### **5.1.5 Vorupør Candles**

Vorupør Candles is located on the main road, and is a small candle workshop, where as the researcher observed, visitors in addition to the many candles can find various decoration items for ones house, e.g. small Buddha fountains, mirrors, stone and glass for decoration etc. Furthermore, the researcher observed an area of the store, where visitors were engaged with creating their own candles. The interview with the manager was very short since the manager did not view the idea of providing experience offers for the visitors as an important element. She did mention that it was important that the visitors did feel welcome,

---

<sup>190</sup> Section 4.3.1

but in a manner that when the visitors left the shop they would have purchased some of the artefacts'<sup>191</sup>. In general the information from the manager was very scarce, and most of the researcher's information required regarding the candle shop was gained by the researcher observing the shop. The researcher found the candle shop to contain elements similar to Julie Glass Art, in the way that the shop itself seemed to act as a supporting element, since the manager of the candle shop did mention that many visitors primary interest was in nature experiences, but enjoyed that small shops were present. However, inside the candle shop, the researcher found that experience offers were primarily *esthetic*, due to the many items the visitor could examine around the shop. Furthermore, the opportunity for making one's own candles is seen by the researcher to contain an *educational* element e.g. learning how a candle is made. When asked regarding future developments, the manager simply replied that she would not provide any information about future developments, and that environmental awareness such as implementing alternative energy sources were not of interest.

### **5.1.6 Hotel Klitheden**

Hotel Klitheden is located on a small road, which is connected to the main road. In addition to the hotel, there is also a restaurant, which is not only open for the visitors at the hotel. Not long into the interview it is clear from the information provided by the manager that the main visitors at the hotel are very interested in nature, in fact the visitors are so interested that the manager has arranged special offers directed towards; hikers, cyclists, anglers and people interested in playing golf<sup>192</sup>. According to the manager, an offer could be; a special dinner, along with an overnight stay, breakfast and a lunch bag, to bring on the hiking trip or bicycle trip. The offer of ordering a lunch bag is even integrated in the menu card, so that the visitors themselves can choose the food they want to bring along. In addition to this, the manager informs that there is an organisation for hikers who visit the hotel twice a year, called Snail Rail, who as far as the researcher understands, stays at the hotel, due to the special offer the manager provides. Furthermore, visitors can also order a 'romantic evening', where a couple, among other, can receive champagne in their room. The manager also explains that in the restaurant they also try to incorporate an element of experience

---

<sup>191</sup> Appendix 5

<sup>192</sup> Appendix 6

e.g. there is an herb garden in the backyard, which is used for all the dishes. What makes this herb garden special, is that besides being the only restaurant with its own herb garden, the weather by the sea is very rough, and almost makes it impossible to keep such a garden. Furthermore, the manager would like to incorporate more offers to the menu referring to nature, as he puts it; the name of the hotel is Klitheden, which refers to the dunes and the moors, and the dunes are related to the sea, which is why fish should be an offer always on the menu, and the moors are wild life such as rabbit. However, many of the dishes, which the manager would like to serve, are not possible at the current moment, since most visitors at the hotel prefer old traditional dishes, instead of new exotic. However, elements referring to the name of the hotel were incorporated in the decoration of the hotel, where as the manager pointed out, only things and plants found in nature was used for decoration. It was the impression of the researcher that the offers found at Hotel Klitheden in general was supporting experience elements, where the main interest of the visitors at the hotel was to enjoy nature. The offers of trying to create a good and pleasant environment for the visitor, along with the herb added in the food, are seen by the researcher as supporting experience offer, all adding to the visitors overall experience of the stay. When addressing development in the future, the manager mentioned that it could be interesting to participate in guided tours, where visitors at the hotel would be able to take a guided tour in the national park, for then to end up at the hotel in the end to have dinner<sup>193</sup>. Furthermore, the manager informed that steps were already taken towards being more environmentally friendly. Lights had been replaced with energy saving light bulbs, which have already reduced the electricity spend by approximately 50 %. Folders regarding awareness of turning down the heat along with remembering to shut off the light were already designed, but not printed yet. A renewal of the outer walls was also part of the plan, where additional isolation is to be added, along with new windows and doors in order to save heat. As a last thing, the manager mentions the interest in installing solar collectors, but this is an idea which is yet to be decided on.

---

<sup>193</sup> Appendix 6

### 5.1.7 Stenbjerg Inn and Family Camping

Stenbjerg Inn and Family Camping is located at the edge of the village, and occupies a larger area. Besides offering the visitor overnight accommodation at both the inn and camping, there is a range of activity on the camping site<sup>194</sup>. At the camping area, the variety of activity is somewhat broad; as the manager puts it, there have to activities for all ages. Within the more engaging activities to be found are; midget golf, a small children playground which is surrounded by a fence, a playground for older children (more than 12 years of age), petting the goats, or petting or riding on horses (but only if the visitor has knowledge regarding horses in advance). Other activities which are less engaging are a 'conversation fountain', where people can sit surrounded by trees and talk or discuss things, or watching the squirrels and birds in outdoor aviaries. The visitor also has the opportunity to follow a hiking trail, which leads from and ends up at the camping area. The manager mentions that visitors in general come to the area with the intention of getting fresh air and to enjoy nature, but that many also enjoy the activities offered at the camping area. The manager explains that when it comes to the rooms at the inn, privacy and quietness is cherished, which is one of the reasons for the railings on the balcony is made twice as high in the sides, so that curious guests from the next room cannot see around it.

In general it is the impression of the researcher that the offers found at the camping area are more supporting experience offers, since the manager implied that many of the visitors come to enjoy nature, and then enjoyed the activities offered in addition this. However, if a visitor was at the camping area for a day, it is the impression of the researcher that some of the offers could relate to three of the experience realms; the *esthetic*, *educational*, and *escapist realms*. The reason for this impression is that an activity such as watching the squirrels and birds in their aviaries could be located between both the *esthetic* and the *educational realms*, since they provide the visitor with the experience and knowledge of how these animals act, despite the visitor is standing passively watching the animals. Talking to the goats is an activity which could involve both *educational* and *escapist* elements, since visitors who might not have talked or patted a goat before might see it as being educational, and for some the going into the enclosure and interacting with the goat might create a feeling of engagement e.g. the visitor being in the experience. Other activities which have

---

<sup>194</sup> Appendix 7



*escapist* elements to them are; riding the horses, using the playgrounds, or playing midget golf. The reason for these activities/offers relating to the category of the *escapist realm*, is due to the offers are of an engaging nature, where the visitor involved might have the feeling of being in the experience, e.g. a visitor riding on a horse, might be so immersed in the experience, or concentrated on riding that the visitor feels a part of the experience. There are still activities which are more supporting experience offers, such as the 'conversation fountain' and the hiking trail. The reason for considering the 'conversation fountain' as a supporting experience, is as the researcher observed during her visit that it is more a setting. - The fountain is located at the middle of a circle, where a couple of benches is located nearby, and then the circle is surrounded by small trees in order to create a little privacy. In addition to the use of the 'conversation fountain', the squirrels' and birds might be supporting elements as well, since the aviaries are located just outside the circle of these and can be seen from the benches. As for the hiking trail, the reason for it being a supporting experience offer is due to the trails function is more to guide the visitor, while the nature surrounding the trail seems to be the real experience offer, from the impression the researcher is given by the manager. Furthermore, the accommodations themselves, along with the food served at the inn, also seems to the researcher to act as supporting experience offers. In addition to this the manager mentions, within recent years her and some other actors have started an special event, which takes place once every year at the inn, where famous chefs comes to the inn, and prepare a whole menu, based on local food, an event which according to the manager, so far has been a success. At such an event the food comes more in focus, and would therefore transfer from simply being an supporting element to be within the *educational realm*, since the visitor learns about the local food and dishes, along with engaging in the event; e.g. eating the food. With regards to future development at the inn and camping site, the manager informs that they will soon have an enclosure with porpoises, where small children can talk with the animals. Furthermore, three canoes have just been bought, in order to give the visitor a chance to follow some of the streams, and perhaps stay at some of the shelters along the way. However, this last purchase might not be possible for the manager to carry out in real life since the streams inside the national park are subject to conservation law<sup>195</sup>. Besides the plans for future activities, the manager also

---

<sup>195</sup> Information gained during the interview with the Forest and Nature Agency, Appendix 1.

informs that they have incorporated environmentally friendly aspects, such as having containers for nearly everything, where the visitor is also encouraged to recycle as much of their garbage as possible. Furthermore, a new biomass fuelled furnace has just been installed, in order to be more environmentally friendly. In general almost all of the lights have been changed to energy saving light bulbs and on/off sensors for light are placed around the area. As an attempt to try to make the visitors at the camping area use less water when showering, the manager informs that visitors now have to pay for showering.

### **5.1.8 Thy Tourist Organisation**

The main tourist office is not located inside Thy National Park, but in Thisted which is the largest city in the municipality. The information regarding offers in the following has been gathered from an interview with the new tourism director, along with information from Thy Tourist Organisations web site. According to the tourism director, the main offer the tourist organisation has to give visitors is information and guidance regarding any requests the visitor might have<sup>196</sup>. The tourism director informs that many request information regarding nature, and activity in nature environments such as cycling, hiking or fishing is requested, along with visitors who simply want to be in nature settings, staying at summer houses. Information can be required at the tourist office, along with at the tourism web site, where folders and brochures can be downloaded. Most of the folders available on the web site in regards to the area of Thy National Park are folders produced by the Forest and Nature Agency. However, during the interview the tourism director informs that a folder containing information of plants, birds and mammals in the national park are nearly ready for print, a folder which the tourism organisation have developed in cooperation with the local Biological Organisation. On the tourist organisation's web site, [www.visitthy.dk](http://www.visitthy.dk), information regarding Thy National Park is found on its own site, where information is provided about the national park e.g. how long and broad it is, and some information about the wild life in the area. Activities in the national park are also provided, where five activities are listed; cycle tracks, hiking trips, bridle paths, and a treasure hunting for children<sup>197</sup>. Under these links, the visitor can for instance find places to rent a bicycle or have ones bicycle repairs, how-

---

<sup>196</sup> Appendix 8

<sup>197</sup> VisitThy, Thy National Park (2009)

ever, the shops mentioned at the sites are members of the tourist organisation. In general, the tourism director informs, the tourist organisation only informs about their members when visitors require information about accommodation and services.

The offers from the tourist organisation are mainly supporting experience offers, providing the visitor with knowledge of where to go to find the wanted experience offer; such as the brochures and folders informing about hiking paths. However, it might also be argued that the offer of brochures, especially if they contain a larger amount of information such as the folder regarding plants, birds and mammals, it could be an experience offer with *educational* elements, being part of a tourist's overall experience while in nature. Furthermore, the information provided on the tourist organisation web site is also considered by the researcher to be supporting experience offers, since it generally is information provided, along with directions towards members who offer what the visitor seeks.

### **5.1.9 How the supporting experience and experience offers correlate**

The public and private actors which are presented in this thesis are a very broad group ranging from overnight accommodations, restaurants to local craftsmen, along with the local Forest and Nature Agency and the local tourist organisation in Thy. In general, they offer a large variety of supporting experience offer, since it seems that most of the actors regard the main visitors to be primarily interested in nature and activities in nature which means that nature is the main experience offer and thereby are all the other offers supporting experiences. When investigating the different actors more closely, it is evident that despite some of the actors do share the same offer e.g. two of the private actors own a camping area; it seems that they still relate to different visitors due to their offers and the location of the camping area. For instance, the manager of the camping located in the middle of the village<sup>198</sup>, indicated that some of the visitors staying at the camping area did so, because they wanted to be close to their preferred interest, which was surfing. Furthermore, the manager also gave the impression that the camping grounds main purpose were for visitors to have a place to stay, and then to leave the camping area during the day. In comparison, the camp-

---

<sup>198</sup> Section 5.1.2

ing site located at Stenbjerg<sup>199</sup>, has many activities inside the camping area, so that visitors deciding to spend some time at the camping instead of going out, can be engaged in various ways. Furthermore, as the manager explained a hiking trail was also established, indicating the manager's desire to bring nature to those visitors who like to be in nature. When considering the activities offered, there is a large variety as well, where visitors can participate either as the observing part e.g. guided tours in nature, or being engaged such as cycling or riding on horseback. Alternatives are also present, if the weather is bad, in the presence of the small craftsmen's shops, where visitors cannot only observe the displayed handicrafts, but also be engaged in activities such as creating a bracelet or candle. In total it seems there is a broad variety of offers found, some relating to the more active type of tourist, and some to the more relaxed or observant type.

In figure 8 below, the experience offers which were located in the previous sections are illustrated, in order to provide the reader with an overview of how the experience offers are divided within the four realms.

---

<sup>199</sup> Section 5.1.7

	Absorption		
	Entertainment	Educational	
Passive participation		<ul style="list-style-type: none"> <li>Trip with Icelandic horses</li> <li>Fish being skinned and cut</li> <li>Making necklaces and bracelets with glass pearls</li> <li>Create candles</li> <li>Watching squirrels and birds in aviaries</li> <li>Petting goats and horses</li> <li>Event with famous chef</li> <li>Guided trip with ranger</li> <li>Studying flora and fauna close up</li> <li>Hunting and fishing</li> </ul>	Active participation
	Esthetic	Escapist	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fish being skinned and cut</li> <li>Lobster in water tank</li> <li>Observing (new) glass art</li> <li>Observing items displayed in candle shop</li> <li>Watching squirrels and birds in aviaries</li> <li>Guided trip with ranger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trip with Icelandic horses</li> <li>Bying fish to prepare at home for lunch/dinner</li> <li>Making necklaces and bracelets with glass pearls</li> <li>Petting goats and horses</li> <li>Ride horses</li> <li>Using the playground</li> <li>Playing midget golf</li> <li>Overnight stay at primitive camp ground</li> <li>Studying flora and fauna close up</li> <li>Hunting and fishing</li> </ul>	
	Immersion		

Figure 8: Illustration of all experience offers, within the experience realms.

As can be seen from the figure 8, the experience offers found at the private and public actors, are located within the *educational realm*, and then the *escapist realm* is the second, followed by the *esthetic realm*, no experience offer was found to belong to the *entertainment realm*. Despite the fact that some of the actors refer to their offers as a supporting experience instead of an actual experience offer, the supporting experience offers are still of huge significance, since they help to create the frames in which the visitor can enjoy and gain experiences.

The public and private actors ideas for development in the future, along with their interest in integrating more environmentally friendly elements will be further dealt with in section 5.4.

#### **5.1.10 Sub conclusion**

From the previous section it can be concluded that most of the experience offers provided by the public and private actors within Thy National Park, are mainly located within the *escapist realm* along with the *educational realm*, containing elements where the tourists can either be fully engaged in the activity, or partly participating along with learning new skills and knowledge. Furthermore, experience offers within the *esthetic realms* were also present, where the tourist is more of an observer to the events unfolding, e.g. the squirrels playing in their aviary. Furthermore, it can be concluded that there is a difference in how an offer is provided, for example in the way that a visitor goes into a shop such as Julie Glass Art, the visitor can engage in the experience offer of creating a glass bracelet, but when the visitor is in the area of the park, the glass shop in itself is an supporting experience offer, to which the tourist can choose to visit. However, it is also concluded that the supporting experience offers found inside the national park are of huge significance, since the add to the overall experience of the national park, e.g. if the supporting experiences did not exist, it is very likely that it would affect the tourists' overall impression of the national parks experience offers in a negative way.

### ***5.2 Analysis of what characterises the demands of nature tourists.***

This part of the analysis is to clarify how the demands of nature tourists can be characterised. In order to do this, Pine and Gilmore's figure *The experience realms* will be applied as mentioned in section 3.1.1. The figure helps to provide the reader with an illustration of how these demands' can be categorized in relation to the four realms. Furthermore, Pine and Gilmore's figure also acts as a tool, for when the nature tourists' demands and the public and private actors' experience offers correlate, as they will be in section 5.3.

As mentioned in section 4.1, *ecotourism* and *(soft) adventure tourism* are subcategories of *nature-based tourism*, which is why the two subcategories contain some of the same demands e.g. sharing interest in activities such as climbing. However differences are found, such as (soft) adventure tourists not sharing the same interest in sightseeing as ecotourists, as can be seen on figure 5 illustrating the demands of *nature-based tourists*, *ecotourists* and *(soft) adventure tourists*, in section 4.2.1.2. In order to clarify how the demands within the categories are placed within the *experience realms*, the categories will be dealt with individually, beginning with the two subcategories; *ecotourism* and *(soft) adventure tourism*, for then to apply the demands within *nature-based tourism* which at that point have not been mentioned in any of the two subcategories.

### 5.2.1 Demands within Ecotourism

From figure 5<sup>200</sup>, it can be seen that environmental awareness is the first demand found within the category of *ecotourism*, and that ecotourists in this relation is especially aware of accommodation and services being environmentally compatible or not. This environmental awareness, and interest can be placed within the *educational realm*, since it is the perception of the researcher that it not only refers to a knowledge the tourist already have, but also covers what the tourist is interested in learning more about. In addition to this it is the perception of the researcher that the awareness towards accommodations and services' also acts as supporting elements. The reason for this perception is because an ecotourist staying at an accommodation which is environmentally compatible, will see this awareness as a plus, adding to the ecotourist's experience of the stay. Whereas if the accommodation does not take any consideration towards being environmentally friendly, it might result in the ecotourist having a bad impression, which might affect the ecotourists general experience during a stay. 'Learning and educational orientated'<sup>201</sup>, is also a demand found in relation to ecotourists, where the ecotourist is especially interested about learning in nature. The interest in learning and being educational orientated is placed within the *educational realm*, since it is the impression of the researcher that the ecotourists actively takes part in the learning process, e.g. going out in nature to learn more about wild life or participating

---

<sup>200</sup> Section 4.2.1.2

<sup>201</sup> Figure 5, section 4.2.1.2

on a guided tour. 'Activities in natural environment'<sup>202</sup>, is a demand which covers more than one realm, in the sense that it involves a large range of activities. Activities with an *educational* element added could be; guided tour with a ranger or wildlife viewing, since the tourist can gain knowledge from asking the ranger specific questions or watching how animals behave in the wild. Within the *escapist realm*; boating, hiking, climbing fishing or canoeing could be located, since these activities may involve the ecotourists in such a way that the ecotourist might be fully immersed in the experience. These activities may in some cases also contain educational elements as well, if the ecotourists is new to the activity and is given lessons. Activities which do not include a physical engagement is also present, such as wild life viewing where the ecotourist acts as an passive observer, this 'passive activity' can be placed within the *esthetic realm*. Another interest found under the demands of ecotourists, is the engagement with the local population at a destination, this demand has *educational* elements to it, since it is the interest of the ecotourists to experience how the local population acts, something which can be obtained through contact. Within the ecotourists' demands, there are also demands which function more like supporting experience demands, these are 'relaxation' and 'shopping'. The reason for these demands being supporting, is that they are not the main demands of an ecotourist which as seen above are activities and gaining knowledge about nature. However, the ecotourist also has an interest in pursuing other things and being able to relax, requests which may if they are not accessible result in the ecotourist's overall impression of a stay being negative.

### **5.2.2 Demands within (Soft) adventure tourism**

The first demand found under the category of (soft) adventure tourists is being 'environmentally interested' especially when it comes to finding accommodation, along with planning a trip in general. This environmental awareness, and interest can be placed within the *educational realm*, as it contains the same elements as the demand of being 'environmental awareness'<sup>203</sup> located under ecotourists. The only aspect where the two demands do not relate, is when it comes to the supporting elements relating to being 'environmentally interested', in this relation the (soft) adventure tourist is interested in being able to arrange

---

<sup>202</sup> Figure 5, section 4.2.1.2

<sup>203</sup> Figure 5, section 4.2.1.2



their own travel, something not shared in the same way by the ecotourists. The next demand refers to the (soft) adventure tourists' interest of learning and being educational orientated. Compared to the ecotourist, the (soft) adventure tourist do not share the special interest in nature, but is more interested in the activity itself, trying new activities along with learning new skills. The demand for learning is located within the *educational realm*, since it refers to the combination of being engaged while learning at the same time, acquiring new skills or improving old skills. 'Activities in natural environment'<sup>204</sup> is another demand found in relation to (soft) adventure tourists, a demand which the researcher regards as the most important when it comes to (soft) adventure tourists, due to this type of tourists engagement and longing to participate in activities, where some might contain elements of risk. The activities found in relation to (soft) adventure tourist have been found to belong within two of the realms, the *educational realm* and the *escapist realm*. Within the *educational realm* all activities in general can be placed if the (soft) adventure tourist is new to the activity, since the tourist then will be gaining new knowledge regarding the activity along with learning new skills. However, if the (soft) adventure tourist is not new to the activity, it can be located within the *escapist realm*, e.g. skydiving, cycling, windsurfing or climbing, since the tourist's involvement and engagement in the activity might result in the tourist being fully immersed into the experience, not paying too much attention to the things happening around him or her. Furthermore, elements which are considered to be of relevance for the (soft) adventure tourists, are 'motivation' and 'performance' elements which can be seen as supporting elements to the main demand of 'activity'. The reason for including these two elements is because the researcher interprets the term 'motivation' as a need for the (soft) adventure tourist; e.g. the tourist needs to be motivated in order to find an activity interesting, such as the idea of riding along the beach might trigger the tourist's interest to go riding. 'Performance' can be added to the element of an activity being *educational*, since a tourist who wishes to do his or her best when involved in an activity, might strive for constantly learning new things relevant for the activity. Another interest found under the demands of (soft) adventure tourists, is engagement with the local population at a destination, along with exploring the destination. These demands are found by the researcher to have an *educational* element to them, since it is the researcher's impression that they rep-

---

<sup>204</sup> Figure 5, section 4.2.1.2

resent the (soft) adventure tourist's interest in learning about the visited destination, trying to get an impression of the place through contact with the people living there. Furthermore, the interest of exploring a destination might be due to both the (soft) adventure tourist being interested in learning about the place, and a search for investigating the activities offered at the destination. Within the (soft) adventure tourist's demands there are also demands present which are more supporting demands; the 'comfort of home' and 'good meals'. The reason for these demands being more supporting elements is due to them not being evaluated as the main demands of (soft) adventure tourists' but more elements which the tourist prefer when returning from a day engaging in outdoor activities. - Supporting elements the tourist values when they are present, but might affect the tourist in a negative way if they are absent. In addition to this it should be noted that (soft) adventure tourists do not share the ecotourists' interest for consumption. However, (soft) adventure tourists might purchase food and groceries in order prepare their own meals. The reason for this assumption, is due to (soft) adventure tourists like to plan their stay, this interest in planning may also be transferred to food, where the (soft) adventure tourists by purchasing the food themselves knows where the food is bought, and what food they have chosen. If a (soft) adventure tourist is preparing a meal, the whole experience of preparing the food and then eating it might contain *escapist* elements.

### **5.2.3 Demands within Nature-based tourism**

When dealing with *nature-based tourism* in general, it is clear that many of the demands found in relation to this category have already been dealt with in the two subcategories; *ecotourism* and *(soft) adventure tourism*. However, there are a few demands where the perception of nature-based tourists' demands vary a bit. For instance, within the demand of 'learning and being educational orientated' where focus as with the ecotourists are especially on nature. In this relation nature-based tourism varies because in addition to this demand, the elements of 'special interest' and 'new skills' are mentioned, elements which are mentioned under *(soft) adventure tourism*, however, without the focus on nature. Therefore, it is the impression of the researcher that nature-based tourists have a demand for learning about nature, gaining more knowledge of special interests relating to nature, along with learning new skill in regards to nature. These demands are located within the *educa-*

tional realm, as is the case with the similar demands found within *ecotourism* and (*soft*) *adventure tourism*. Furthermore, a supporting element which is also mentioned in relation to nature-based tourists and not within the two subcategories is; being 'healthy and fit'<sup>205</sup>. This indicates a desire for generally being active, and even having healthy food, either by creating it themselves or by having it as an opportunity in the menu.

### 5.2.4 An overview of all the demands

An illustration of how the different demands of *nature-based tourism*, *ecotourism* and (*soft*) *adventure tourism* are divided amongst the four realms can be seen in figure 9.

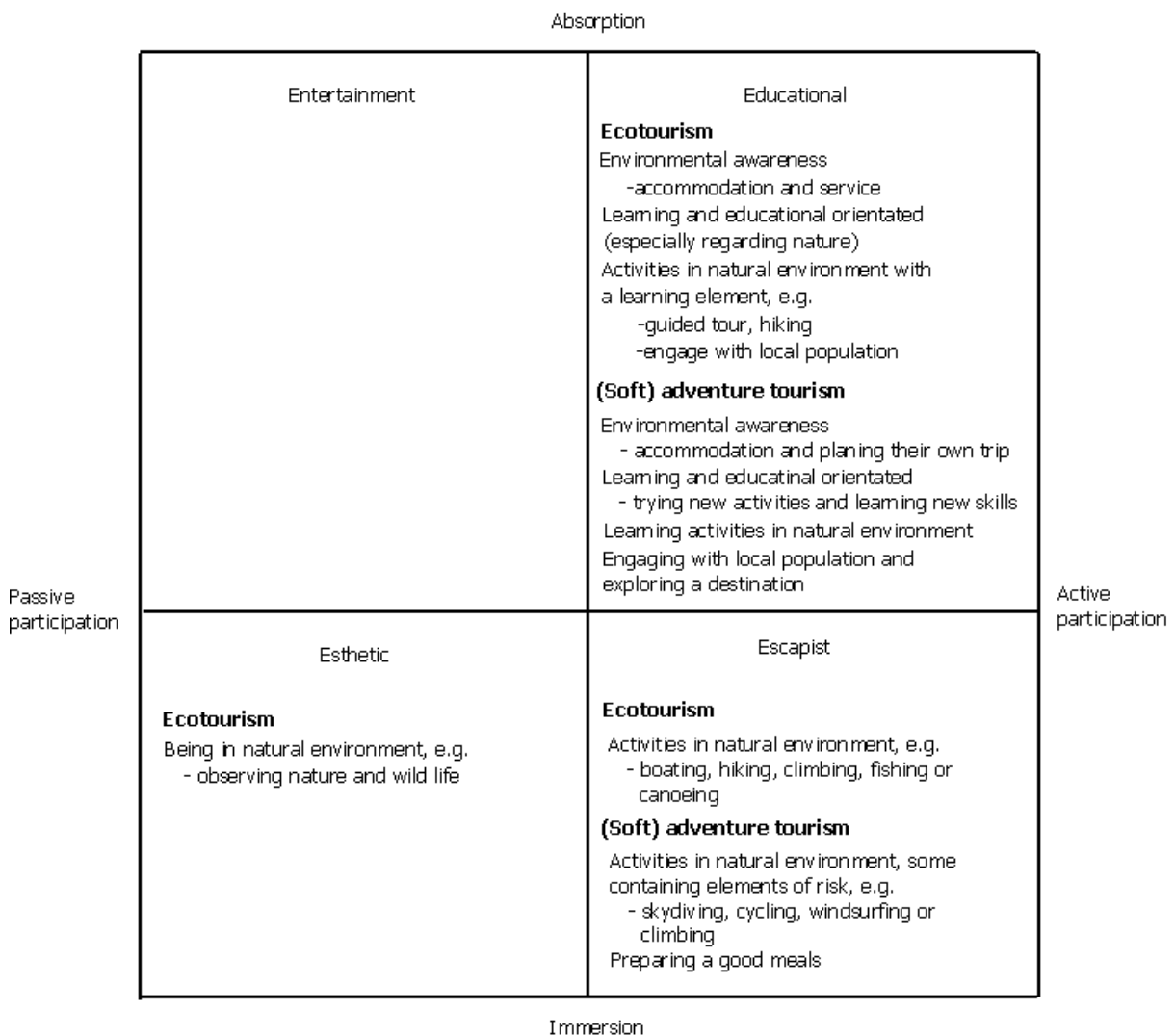


Figure 9: Nature tourists' demands in the experience realms

<sup>205</sup> Figure 5, section 4.2.1.2

When examining how the different nature tourists' demands have been placed within figure 9, it is clear that most demands are located within the *educational realm*. The reason for this realm being the one containing or relating to most of the nature tourists' demands, is due to nature-based tourists in general being very keen on gaining new knowledge, both in regards to nature and activities in nature. Next to this is the interest in participating in activities in natural environments also found within the *educational realm*, but also especially within the *escapist realm*, due to the fact that the tourists, being either ecotourists or (soft) adventure tourists, are found to be very engaged in the activities they participate in, being immersed. The last realm which related to demands of nature-based tourists, mostly ecotourists is the *esthetic realm*, which relates to the activities where the tourist is more of an observer, such as being in nature observing the birds, or wild life in general. In addition to the placing of demands within the *experience realms*, there are the supporting elements to consider, which are evaluated by the researcher to be of just as much significance as the main demands, such as activities. Examples of such supporting demands are for instance whether or not an accommodation is environmentally minded, or if opportunities for shopping is present.

### **5.2.5 Sub conclusion.**

In all it can be concluded from the previous sections that demands from nature tourists are primarily characterised by containing an element of learning, as can be seen from figure 10. Ecotourists are especially interested in acquiring knowledge regarding nature gained either from own investigations or provided from activities such as going on a guided tour with a ranger. (Soft) adventure tourists on the other hand, are mainly interested in activities, along with learning new skills and learning new activities. In general the demands are characterised by an interest in activities, whether it being a passive observation of wild life, exploring a destination, talking to the local population or an engaging activity such as windsurfing. It can also be concluded that supporting demands are of relevance, since nature-based tourists seem to expect service and accommodation opportunities to exist to a certain degree, though this may vary depending on the destination.

### ***5.3 Correlation between experience offers and demands.***

In the following analysis, the experience offers provided by the private and public sector will be held up against the demands of nature-based tourists, ecotourists and (soft) adventure tourists, in order to investigate how offer and demand correlate.

As mentioned in section 5.1.9, many of the experience offers provided by the private and public actors are located within the *educational realm*, the *escapist realm*, followed by the *esthetic realm*, and that no experience offer was found to belong to the *entertainment realm*. The demands of the nature-based tourists, ecotourists and (soft) adventure tourists, were found to have a similar construction when applied on the four experience realms, however, with the main focus on the *educational* and *escapist realms*. In order to provide a thorough analysis of how the experience offers' correlate with the nature tourists demands, each actor will be dealt with separately. Furthermore, by analysing how offer and demand correlate at the individual actor, it is possible to identify witch type of nature tourism the private or public actor might relate the most. The overall impression of how experience offers and demands correlate will be provided at the end.

In order to provide the reader with an overview of the experience offers and the demands from the categories of nature tourists, figure 8 and 9 is displayed below. In this relation it should be noted that the researcher has decided to use figure ??, illustrating all the experience offers found, including the offers provided when a visitor goes in to a shop, or an area such as a camping site.

	Absorption		
Passive participation	Entertainment	Educational	Active participation
	Esthetic	Escapist	
	Immersion		

Figure 8: Illustration of experience offers, within the experience realms

	Absorption		
Passive participation	Entertainment	Educational	Active participation
	Esthetic	Escapist	
	Immersion		

Figure 9: Nature tourists' demands in the experience realms

The experience offers provided by the local Forest and Nature Agency in Thy<sup>206</sup> can be argued to relate the most to the experience demands that ecotourists and (soft) adventure tourists have. The reason for this argument is that the experience offers provided are occurring in natural environment, with *educational* elements attached, such as the guided trip with a ranger or the study of flora and fauna close up. Along with elements which the visitor may regard to contain elements of risk, such as hunting or staying overnight at a primitive camping ground, offers which have *educational* elements to them as well as *escapist* elements. Furthermore, fishing is also noted as an experience offer which contains elements of both the *educational* and the *escapist realm*. In general the experience offers provided relate to nature-based tourists' demands, since the offers relate to both the educational oriented demand, where new skills is an interest, along with the demand for learning more about special interests (where for instance flora and fauna could be an interest). Furthermore, the demand for a variety of activities present, occurring in natural environment, is also met by these experience offers since they all occur in nature, around the area of the national park. Experience offers with an educational element provided by the Forest and Nature Agency, are the folders providing information regarding hiking trails, 10 landmarks located in the national park along with guidelines for how to behave in nature. These experience offers, which also can contain supporting experience elements, all relate to nature as well, guiding the visitor to the location where the visitor can be engaged in activities, observing or learning something. Supporting experience offers of information regarding where to go depending on the visitor's interests is also provided on the web site, along with information regarding where to find free activities, e.g. wooden playgrounds located in the forest. Overall, the experience offers provided by the Forest and Nature Agency, relates to both the ecotourists' and (soft) adventure tourists' demands, however, it may be argued that the category to whom the Forest and Nature Agency relates the most, based on the current offers, is ecotourists. It is the impression of the researcher that most offers are based around the element of learning about nature, an aspect to which the (soft) adventure tourists do not demand nearly the same extent as ecotourists do.

---

<sup>206</sup> Section 5.1.1

When dealing with Strandgårdens Camping, it was made clear in section 5.1.2 that the Camping did not contain any elements of experience offers as such. However, the camping area was according to the information provided by the manager, more of a supporting experience offer, meaning that it is something in which the visitor can return to after a day out engaging in other types of experience offers. The manager in this relation referred to visitors who stayed at the camping due to it being located near the sea, close to surfing opportunities. In this relation it is the impression of the researcher that surfing does contain elements of risk, depending on the weather, which therefore refers to (soft) adventure tourists, since this category of tourists, are mainly interested in being actively engaged in activities, where some may contain elements of risk, during the day, for then to return to their accommodation at night. However, the information of visitors being located in centre of the village with all types of services located nearby, along with being close to nature at the same time could also refer to ecotourists, since these tourists have an interest in being able to purchase things. A drawback to the Camping is however that no steps towards creating a more environmentally friendly camping have been done yet, an element which both ecotourists and (soft) adventure tourists are interested in.

With regards to the rental of summer house, the offers found is of the supporting experience offers, providing the visitor with a pleasant setting, where the visitor can relax after a day out. However, it was made clear from the interview that far from every visitor had equal interest in nature or activities in nature. Despite this observation, it would seem that the summer houses in general were located and surrounded by nature, providing the visitor with the chance of having unexpected nature experiences. When compared to nature-based tourists in general, the rental of a summer house may relate to these due to the chances of unexpected nature experiences along with the supporting element of providing a place where the tourist can rest and relax. When looking at (soft) adventure tourists' demands, there might be a broader gap between what the supporting experience offer and what the tourist demand. The reason for this difference is that despite (soft) adventure tourists have the supporting experience demand of 'comfort of home', it is the impression of the researcher that these tourists might prefer a more simple accommodation, such as a camping.



Riding on Icelandic horses is one of the experience offers available to the visitor, without the visitor having to e.g. enter a shop or so. Riding on Icelandic horses were categorised as both containing elements of the *educational realm* along with the *escapist realm*. Where the educational element is due to the activity being for everyone, new or experienced riders, and the esthetic element is due to visitors might feel immersed into the experience of riding on horseback, along the beach. The activity riding on Icelandic horses, does relate to both ecotourists and (soft) adventure tourists, since it is an activity occurring in natural environment. Furthermore, the activity also contained educational elements, which can be argued to especially relate to the (soft) adventure tourists, who besides having the demand of learning and being educationally orientated, also have the supporting demands of being interested in trying new activities and learning new skills, something which can be acquired by riding on the Icelandic horses. Furthermore, it could be argued that by engaging in activity such as the trip on Icelandic horses, where the visitor is taken on a longer trip, can relate to the (soft) adventure tourists' interest in exploring a visited destination, since the trip provides the visitor with the opportunity to see a part of the surrounding nature and area.

FiskeCompagniet is in general a supporting experience offer, to which the visitor can decide to visit. However, when entering the fish shop, there are experience offers present, as the experience offer of watching the fresh fish being skinned and cut, which contains both *educational* elements and *esthetic*; watching the living lobsters in a water tank, which is primarily an *esthetic* experience; and being able to buy the fish one just saw being skinned, or a fish dish to bring home to prepare oneself, which may result in an *escapist* experience due to the many supporting elements at the fish shop along with the visitor being engaged with preparing the fish. In addition to these experience offers, there are also supporting experience offers present, such as the manager informing not only about the different fish, but also about village life and fishing in the old days. When comparing the experience offers with the demands of nature-based tourists it correlates in several ways. For one thing nature-based tourists e.g. ecotourists are interested in shopping opportunities, where the supporting experience offer of a fish shop is relevant. Furthermore, the experience offers found inside the fish shop provides educational elements, relating amongst other to fish and shellfish which are part of nature e.g. the visitor learning about an animal from a natural environment. Es-

pecially the experience offer of learning about nature relates to ecotourists, who also might see the interaction with the local manager of the fish shop as an experience of engaging with the local population. (Soft) adventure tourists share the interest in engaging with the local population, and also have an interest in good meals, something which in this relation might attract the (soft) adventure tourist to purchase a fish from the shop, and which might result in the (soft) adventure tourist gaining an *escapist* experience when finally eating the fish. However, when comparing the experience offers with the demands, the offers at the fish shop seem to relate more to ecotourists and their demands.

Julie Glass Art is, as with FiskeCompagniet, a supporting experience offer for the visitor being at the national park. However, if the visitor comes into the glass shop there are experience offers present. As found in section 5.1.3, the experience offer of creating bracelets and necklaces with glass pearls, contains elements of both the *educational realm* and the *escapist realm*, along with the primary experience offer of seeing the glass art in the shop provides an *esthetic* experience. When compared to the experience demands and supporting experience demands of ecotourists, the offer of the craftsmen shop in general applies to the nature-based tourists interest in having shopping opportunities. Another reason for the glass shop being primarily relating to ecotourists is the supporting experience offer of information regarding both the artifacts in the shop but also relating to the village history, along with the many activities existing in the area. The experience offer to create one's own glass pearls jewelry does not as such relate to any of the experience demands or supporting experience offers as such, since it is not nature-related in its educational element. However, it might be argued that the offer relates to the ecotourists interest in shopping. As a final element it should be added that the manager informed that surfers in general do not have any interest as such for visiting or pursuing things in her glass shop, in this relation it is the opinion of the researcher that the surfers the manager referred to, could be compared with (soft) adventure tourists, both due to the activity, which does contain elements of risk, but also because (soft) adventure tourists is not that interested in sightseeing.

Vorupør Candles is also a supporting experience offer to the visitors in the area. When entering the candle shop the visitor finds the experience offers of observing the many displayed items, which is an *esthetic* experience, along with having the opportunity to try the expe-

rience offer of creating one's own candles. These supporting elements of the candle shop may be argued to relate to nature-based tourists or more specifically ecotourists, due to these tourists being interested in shopping opportunities. However, the experience offers found in the shop do not relate specifically to these types of tourists or their demands. It may be argued that the experience offer of creating candles may relate to the ecotourist's interest in purchasing things, adding the element that the ecotourist is capable of acquiring knowledge about how a candle is made. However, based on the information provided in section 5.1.4 the experience offers found in the candle shop do not seem to correlate that well with the demands' of especially (soft) adventure tourists.

At Hotel Klitheden which is an overnight accommodation with a restaurant, the offers provided are all supporting experience offers. However, many of the supporting experience offers provided were more or less directed towards visitors who enjoy nature and like to be active in nature e.g. the package deal especially directed at hikers, cyclists and anglers where the visitor receives dinner, overnight accommodation, breakfast and a lunch bag (created from the visitors own choice of food). These supporting experience offers may not be as the manager noted, the main purpose for the visitor's stay, however, they do play a large part in supporting the overall experience the visitor have during the stay at the destination. Compared to the demands of ecotourists, the supporting experience offers relate to the demands, since it relates to hikers, cyclists or anglers. Activities which due to the impression the researcher was given during the interview fitted more with the ecotourists' demands, than with the activities the (soft) adventure tourists seek. Furthermore, the pleasant environment found in the hotel, also related to the ecotourists demand for a place to relax, and the environment in the hotel may fit even more, when compared to the supporting demands noted under Nature-based tourism, where the description of relaxation in pleasant setting is provided<sup>207</sup>. Furthermore, the fact that elements from nature are used as decoration in the hotel, to make it relate more to the natural surroundings, may also be argued to fall in the taste of nature-interested tourists, since it may provide them with a feeling of being closer to nature.

---

<sup>207</sup> Section 4.1.1.1 and section 5.1.6.

Stenbjerg Inn also functioned more as a supporting experience offer, providing the visitor with the opportunity of anonymity and quietness, as the manager explained. Though it might be questioned whether the visitor at the inn, at least during summer, experiences the same kind of quietness, due to the camping being located right next to the inn. The offers as such do not particularly relate to any of the demands of either ecotourists or (soft) adventure tourists, besides offering a place to stay. However, it may be argued that the offer of quietness may seem attracting to ecotourists, as an element of meeting their supporting demand for relaxation. However, it is not the impression of the researcher that the inn as such relates to any specific categories of nature-based tourists, but to nature-based tourists in general, wishing to stay at an accommodation with the offer of quietness.

The Family Camping which is connected to Stenbjerg Inn on the other hand not only has the offer of accommodation, but also contains experience offers to both the visitors outside the camping area as well as for the visitors staying at the camping. For the visitor not staying there is one experience offer present, which is riding on horses, however, this activity, is only available to those having experience with horses. This experience offer is considered to be an *escapist* experience, since a visitor can be fully immersed into the experience of guiding the horse. Supporting experience offers are also available to a visitor not staying at the camping, since there is the offer of following a hiking trail, starting and ending at the camping, along with the supporting experience offer of taking a walk at the camping area, e.g. being able to see the squirrels and birds in their aviaries. If a visitor stays at the camping, there are more experience offers present; clapping the goats, using the playgrounds or playing midget golf, experience offers which have elements of *escapist* or *educational* elements to them. When compared to the demands of ecotourists, the experience offer containing elements of learning such as interacting with the goats or watching how the squirrels behave, can be argued to relate since it involves knowledge about animals. Furthermore, the activities of using a playground or playing midget golf are activities which as such do not relate to either ecotourists or (soft) adventure tourists, since they do not relate to nature as such or involve any elements of risk. However, it is the impression of the researcher that if the playground had contained other elements and related more to nature, it may have related more to ecotourists. Compared to Strandgårdens Camping it is the impression that the Family

Camping relates more to ecotourists, where (soft) adventure tourists may prefer Strandgårdens Camping. An additional element, which the Family Camping does not view as an offer, is that the camping is environmentally aware, in the sense that they recycle as much as possible, trying to encourage their visitors to do the same. Along this the warmth produced to the inn comes from an environmentally friendly furnace, which is biomass fuelled. This awareness of being environmentally friendly also correlates with the demands of ecotourists and (soft) adventure tourists, who are very interested in accommodations and services being environmentally friendly.

Thy Tourist Organisation functions primarily as a supporting experience offer to visitors, however with some offers which may be considered to have educational elements to them, providing information regarding their members and activities found in the area, such as activities provided by the Forest and Nature Agency. Furthermore, on the tourist organisation's web site visitors are also encouraged to use some of the cycle tracks, hiking trails or bridle paths found in the national park. These supporting experience offers can be argued to relate to nature-interested tourists in general, and do not as such relate specifically to any of the subcategories. The reason for the supporting offers do relate to nature-based tourists are due to the information regarding activities in natural environment, along with the supporting experience offer of providing the visitor with the information regarding accommodations and services of the tourism organisations members within the national park.

Based on the previous comparison between how supporting experience offers, experience offers and the demands of nature-based tourists matches in general, it can be argued that the public and local actors in Thy National Park, have offers relating to the demands of both ecotourists and (soft) adventure tourists, along with nature-based tourists in general. The different actors vary in the degree in how they relate to the different categories of nature-based tourists. However, despite some of the actors relate more to one of the categories, it is not in a way so that visitors belonging to the other category may not be interested. Strandgårdens Camping do seem to be more directed towards (soft) adventure tourists, however, this may be due to the location so close to the sea, where many (soft) adventure tourists with an interest in surfing will chose to stay at the camping. Adventure tourists might also be interested in staying so close to the sea, as an element of being close to nature

and still having services nearby. Overall, there was only one actor whose supporting experience offers were not considered to correlate very well with the demands of nature-based tourists, and that was the candle shop, since the offers as such did not contain any elements referring to nature as such. In comparison Julie Glass Art (besides having her shop surrounded by nature), had nature incorporated in her glass art, along with enjoying to be able to inform visitors about the many activities in the area, along with informing about village life in the past. One aspect which is lacking in the supporting experience offers provided by the public and private actors in general, is the element of being environmentally minded. Stenbjerg Inn and Family Camping is the only actor, who has installed several things in order to be more environmentally minded, and are even planning to take more steps in that direction. As mentioned in section 5.1, steps are at the development stage at some of the actors, where others only are considering whether or not to install renewable energy sources or other elements which would be environmentally minded. The issue of environmental development will be further dealt with in section 5.4.

### **5.3.1 Sub Conclusion**

Based on the previous section in regards to how experience offers provided by the private and public sector correlate with the demands of nature tourists, it can be concluded that in general there is a correlation between the experience offers, as well as supporting experience offers provided and the demands of nature-based tourists. From the experience offers and supporting experience offers found, it can be concluded that these offers relate to both demands given by ecotourists as well as with demands given by (soft) adventure tourists. However, it can also be concluded that the main experience offers found in Thy National Park do relate most to the demands of ecotourists, since there is a large amount of the experience offers as well as the supporting experience offers which contain educational elements with regards to nature and not so much risk. However, supporting experience offers along with experience offers relating to (soft) adventure tourists' demands are present, such as the supporting experience offer of accommodation near the sea, along with buying fish to prepare oneself, the offer of a trip on Icelandic horses and so on. Overall, the general sup-

porting experience offers along with the experience offers presented are concluded to correlate to some extent with the demands of nature-based tourists, especially in regards to ecotourists, but also to some extent the demands of (soft) adventure tourists. The reason for the experience offers not correlating fully with the demands of nature-based tourists, is because no offers as such containing environmental compatibility is found at the current moment.

#### ***5.4 Future developments?***

In this section it will be discussed what kind of development might be relevant, if the demands from nature tourists, in Thy National Park, are to be met in the future. From the previous sections it was made clear that nature-based tourists are environmentally interested. Especially ecotourists and (soft) adventure tourists are interested in accommodations and services being environmentally compatible, e.g. having alternative energy supply and in general being environmentally friendly. These demands have not been matched by the existing experience offers or supporting experience offers provided by the private and public sector in Thy National Park, beside in one exception; Stenbjerg Inn and Family Camping. Despite reflexions towards being more environmentally friendly have been mentioned by public and private actors, it is still an area where the individual actor can do much. This is also the reason for the following section focusing on what could be done by the public and private sector to establish a more 'green' image, which might be used as a part of the supporting experience offers to attract nature-interested tourists.

Thisted municipality have during recent years established a reputation when it comes to using renewable energy sources, a development which in 2007 resulted in the municipality was given the 'European Solar Prize'<sup>208</sup>. Besides being given the Solar Prize, the municipality exceeds on national basis, where the average of electricity coming from alternative energy sources is 20 %. In comparison, the percentage in which Thisted municipality uses alternative energy supply is 70. And in comparison to the percentage of alternative energy sources used on national heat consumption which is approximately 25, 80 percent of the energy used on

---

<sup>208</sup> European Solar Prize (2009)

heat consumption in Thisted municipality is from alternative energy sources. The results with regards to using alternative energy sources, makes Thisted municipality to a powerful subject when debating climate. And the subject of being 'environmentally compatible' is a large debate in these days where discussion regarding climate changes are escalating, and the focus on what the individual person can do is growing. The reason for mentioning Thisted municipality as being a powerful subject in the debate of climate is that the private and public actors can gain advantage from. However, in order for the individual actor to draw relation to the municipality being environmentally compatible, the actor would need to incorporate sources or materials, which are environmentally compatible. Furthermore, if private and public actors within Thy National Park all implemented environmental compatible elements, it would be able to promote the national park as being environmentally compatible in general, -an aspect which also will relate to nature-based tourists. In addition to this, it may also be assumed that if such an act could be implemented in the national park, it would also have a positive effect on Thisted municipalities reputation even more. In an international connection the public and private actors might even use the international event of Denmark being the host for the climate conference, in December 2009<sup>209</sup>. That event, and the amount of alternative energy sources in Thisted municipality, can be used as to informing that in Thy National Park, nature and climate friendly development coexists, something Denmark in general strives to combine. In order for the public and private actors to be able to use such connections, the individual actor have to incorporate elements into the shop, accommodation or offices/buildings which are environmentally compatible, ranging from the smallest element to larger investments. In this relation, many of the actors both private and public, did have intentions of implementing elements such as; energy saving light bulbs, having small water tanks installed at rooms in accommodations, adding isolation to buildings, along with ideas about installing either solar collectors or terrestrial heat. In order for the individual actor to incorporate the right elements along with receiving inspiration to how ones accommodation or camping area or shop could become even more environmentally compatible, the actors could benefit from seeing the criteria's mentioned in connection to the tour-

---

<sup>209</sup> COP 15 (2009)



ism industry's eco-label 'the Green Key'<sup>210</sup>. In order to receive the eco-label an actor, depending on the employment e.g. being a camping, hotel, restaurant, shop and so on, have to meet different criteria. These criteria are categorized in accordance to three main categories of environmental requirements; demands on policy, action plans, education and communication<sup>211</sup>. If the actor follows the criteria set out, they would not only be more environmentally compatible, but they would also have gained a label, which is internationally acknowledged by the tourism industry, which they could use as part of their offers towards nature-based tourists, and especially towards ecotourists and (soft) adventure tourists.

#### **5.4.1 Sub conclusion**

From the previous section it can be concluded that if demands from nature tourists are to be met in the future, public and private actors are to focus and implement more elements which are environmentally compatible. Furthermore, it can be concluded that in order to reach this aim, actors need to consider possibilities such as aiming for the Green Key, by gaining such an eco-label the actor will be able to use the label as an supporting element to meet the nature-based tourists demand for actors being environmentally responsible.

---

<sup>210</sup> The Green Key (2009)

<sup>211</sup> The Green Key (2009)

## 6. Conclusion

The focus of this thesis is on the current experience offers provided by the public and private sector within Thy National Park along with the demands of nature tourists. In this relation data regarding the experience offers were gathered through semi-structured interviews, and the information regarding demands of nature tourists through already existing literature. It was the researcher's interest in these subjects which lead to the research question:

**Which kind of experience offers are currently provided from both the public- and private sector in Thy National Park, and do these experience offers correlate with the demands of nature-orientated tourists visiting Thy National Park? Are any new initiatives needed in order for the public- and private sector to keep providing experience offers that meet the demand from the types of nature-orientated tourists found in Thy National Park?**

The research questions have guided the process of the thesis, which in the end has led to the following conclusions:

### **1. What types of experience offers are currently provided by the private sector, the Forest and Nature Agency, and the local Tourist Organisation?**

On the basis of the analysis given in section 5.1, it can be concluded that most of the experience offers provided by the private sector and the Forest and Nature Agency within Thy National Park, are mainly located within the *escapist realm* along with the *educational realm*. These experience offers contain elements where the tourists can either be fully engaged in the activity, or partly participating along with learning new skills and knowledge, e.g. participating on a guided tour, where flora and fauna is being studied close up may provide the tourist with additional or new knowledge about the subject of study. Furthermore, a tourist participating on a trip on Icelandic horses may feel immersed in the activity by guiding the horse while being in nature settings. It can also be concluded that experience offers within the *esthetic realms* also are present, where the tourist is more of an observer to the events unfolding, e.g. the squirrels playing in their aviary, or viewing wildlife in natural surroundings. From section 5.1 it can also be concluded that there is a difference in how the experience offers are perceived, depending on the visitor being in the national park as such, or the

visitor being inside a shop. When the tourist is in the national park, it can be concluded that nature and activities in nature are the overall experience offer directed towards nature-based tourists, and that most actors offer supporting experience offers. However, when a tourist visits a shop or camping site, the tourists gains access to different experience offers, e.g. the *esthetic* and *educational* experience of seeing a fish being skinned and cut is only an experience the tourist may gain by entering the fish shop. In regards to the local Tourist Organisation in Thy, it can be concluded that the offers provided by the organisation are supporting experience offers, where some offers do have an educational element to them, where a tourist can pursue information regarding the organisation's members in the national park. In this relation it is also concluded that supporting experience offers are present inside the national park, along with being of huge significance, since they add to the tourists' overall experience of the national park, e.g. if the supporting experiences did not exist, it is very likely that it would affect the tourists' overall impression of the national parks experience offers in a negative way.

## **2. What characterises the demands of nature tourists as they are described in already existing studies?**

From the analysis in section 5.2 it can be concluded that demands from nature tourists, based on the findings in already existing studies, are primarily characterised by containing an element of learning, as can be seen from figure 9, section 5.2.4. Furthermore, it can be concluded that especially ecotourists are interested in acquiring knowledge regarding nature, gained either from the ecotourist's own investigations or gained from activities such as going on a guided tour with a ranger, where the ranger can provide information along with the ecotourist being able to ask questions. On the other hand (soft) adventure tourists, have been concluded to mainly be interested in engaging in activities, along with trying new activities, and in addition to this learn new skills. In general it can be concluded that the demands are characterised by an interest in activities, whether it being a passive observation of wild life, exploring a destination, talking to the local population or an engaging activity such as windsurfing. It can also be concluded that supporting demands are of relevance, since na-

ture-based tourists seem to expect service and accommodation opportunities to exist to a certain degree, though this may vary depending on the visited destination. As a final thing it is concluded that nature-based tourists e.g. ecotourists and (soft) adventure tourists, are environmentally aware, and that especially ecotourists and (soft) adventure tourists are aware if accommodations and services are environmentally compatible or not.

### **3. How does the experience offers provided by the private- and public sector correlate with the demand of nature tourists according to existing studies on nature tourists' demands?**

From the analysis conducted in section 5.3, it can be concluded that the correlation between the experience offers, as well as supporting experience offers provided and the demands of nature-based tourists matches each other well. Furthermore, it can be concluded that the current experience offers and supporting experience offers found relate to the demands of ecotourists as well as with demands of (soft) adventure tourists. However, the main experience offers found in Thy National Park relates primarily to the demands of ecotourists, since it can be concluded that a large amount of the experience offers as well as the supporting experience offers contain educational elements with regards to nature. Supporting experience offers along with experience offers relating to (soft) adventure tourists' demands are present, such as the supporting experience offer of accommodation near the sea, along with buying fish to prepare oneself, the offer of a trip on Icelandic horses and so on. In all, the general supporting experience offers along with the experience offers present are concluded to correlate to some extent with the demands of nature-based tourists, especially in regards to ecotourists, but also to some extent the demands of (soft) adventure tourists. There is one area where it can be concluded that experience offers and demands do not correlate, and that is in regards to the public and private actors meeting the nature-based tourists' demands for environmental awareness. Only one private actor already had implemented elements, which are considered environmentally compatible, whereas the rest did not.

#### **4. If the demands from the nature tourists in Thy National Park are to be met in the future, what kind of developments might be relevant?**

On the basis of what was found in section 5.4, it has been concluded that if demands from nature tourists are to be met in the future, public and private actors are to focus and implement more elements which are environmentally compatible. Furthermore, it can be concluded that in order to reach this aim, the actors need to consider possibilities such as aiming for eco-labels such as the Green Key. By gaining such an eco-label the actor will be able to use the label as a supporting element to meet the nature-based tourists' demand for the supply side being environmentally responsible.

In general, it can be concluded that there is a varied amount of experience offers present within Thy National Park, and that the experience offers researched in this thesis cover the educational, escapist, and esthetic realms found in Pine and Gilmore's Experience Realms. In comparison the demands of nature tourists e.g. nature-based tourism and in this relation ecotourism and (soft) adventure tourism, also relate to these three realms, especially to the educational realm. From these findings it have been concluded that the experience offers provided at the current moment do correlate with the demands of nature tourists, except when it comes to one demand, which is the demand for 'environmental awareness'<sup>212</sup>. Furthermore it can be concluded that in order for public and private actors to meet the nature tourists' demands in the future, the initiative of implementing environmentally friendly elements at the individual actor is relevant.

---

<sup>212</sup> Figure 5, section 4.2.1.2

## 7. Bibliography

Andersen, Ib (2005): *Den Skinbarlige Virkelighed*. 3<sup>rd</sup> ed. København: Forlaget Samfundslitteratur.

Bryman, Alan (2004): *Social Research Methods*. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Oxford University Press.

Blichfeldt, Bodil Stilling; Jepsen, Anna Lund & Liburd, Janne J. (2007): Turisters oplevelser – mellem mobil selvskabelse og campinglivets 'frihed fra oplevelser'. In: Bærenholdt, Jørgen Ole & Sundbo, Jon: *Oplevelses økonomi – Produktion, forbrug, kultur*. Forlaget Samfundslitteratur. Pp. 231-247.

Buckley, R.; Pickering, C. & Weaver, D. B. (2004): *Nature-based Tourism, Environment and Land Management*. Cambridge, USA. CABI Publishing, pp. 1-16.

Cloke, Paul & Perkins, Harvey C. (1998): "Cracking the canyon with the awesome foursome": representation of adventure tourism in New Zealand. *Environment and Planning*. Vol. 16, pp. 185-218.

Eagles, Paul F. J.; McCool, Stephen F.; Halpenny, Elizabeth A. & Moisey, R. Neil (2003): *Tourism in National Parks and Protected Areas – Planning and Management*. United Kingdom: CABI Publishing. Pp. 1-45.

Fredslund, Hanne (2004): "Hermeneutisk analyse". In: Vallgård, L. Koch: *Forskningsmetoder i folkesundhedsvidenskab*. 2<sup>nd</sup> ed. København: Munkegaard Danmark, pp. 91-109.

Gilje, Niels & Grimen, Harald (2002): *Samfundsvidenskabens Forudsætninger*. 1<sup>st</sup> ed. København: Hans Reitzels Forlag, pp. 164-167, 178-181

Gunn, Clara A. (2002): *Tourism Planning*. 4<sup>th</sup> ed. New York. Routledge. Pp. 75-120.

Gössling, Stefan & Hultman, Johan (2006): *Ecotourism in Scandinavia – Lessons in theory and practice*. CABI International.

Higgins, Bryan R. (1996): The Global Structure of the Nature Tourism Industry: Ecotourists, Tour Operators, and Local Businesses. *Journal of Travel Research*. Vol. 35, pp. 11-18.

Holbrook, M. B. & Hirschman (1982): The experimental aspect of consumption: consumer fantasies, feelings and fun. *Journal of Consumer Research*. Vol. 9, pp. 132-140.

Jantzen, Christian & Vetner, Mikael (2006): Oplevelser – Et videnskabeligt glossar. In: Jantzen, Christian & Jensen, Jens F. : *Oplevelser: Koblinger og transformationer*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag. Pp. 239-253.

Johansen, Lisa & Jørstad, Kim (2006): *Oplevelser I udvikling – Udvikling I oplevelser*. For; ODA – Oplevelsesudvikling i Danske Attraktioner. Denmark. Tryk Team Svendborg.

Jørgensen, Arne (2009): *Hans-Georg Gadamer*. Danmark: Forlaget ANIS, pp. 11-21, 73-77

Kane, Murice J. & Tucker, Hazel (2003): Adventure tourism – The freedom to play with reality. *Tourist Studies*. Vol. 4, No. 3, pp. 217-234.

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009): *InterView, Introduktion til et håndværk*. 2<sup>nd</sup> ed. Copenhagen: Hans Reitzels Forlag.

Larsen, Svein & Mossberg, Lena (2007): Editorial: The Diversity of Tourist Experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 7, No. 1, pp. 1-6.

Legard, Robin; Keegan, Jill & Ward, Kit (2003): In-depth Interviews. In: Ritchie, Jane & Lewis, Jane: *Qualitative Research Practice*. London: SAGE Publications Ltd, pp. 138-169.

Lund, Jacob M.; Nielsen, Anna Porse; Goldschmidt, Lars; Dahl, Henrik & Martinsen, Thomas (2005): *Følelsesfabrikken – Oplevelsesøkonomi på dansk*. Denmark. Børsens Forlag. Pp. 17-52.

Luo, Yanju & Deng, Jinyang (2008): The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation. *Journal of Travel Research*. Vol. 46, pp. 392-402.

Mehmetoglu, Mehmet (2007): Typologising nature-based tourists by activity – Theoretical and practical implications. *Tourism Management*. Vol. 28, No. 3, pp. 651-660.

Mason, Jennifer (2002): *Qualitative Researching*. 2<sup>nd</sup> ed. London: SAGE Publications Ltd.

Mossberg, Lena (2007): A Marketing Approach to the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 7, No. 1, pp. 59-74.

Mossberg, Lena (2003): *Att skapa upplevelser – från OK til WOW!*. Sweden. Studentlitteratur.

Müller, Frank G. (2000): Ecotourism: An Economic Concept for Ecological Sustainable Tourism. *International Journal of Environmental Studies*. Vol. 57, pp. 241-251.

Orams, Mark B. (1995): Towards a more desirable form of ecotourism. *Tourism Management*. Vol. 16, No. 1, pp. 3-8.

Page, Stephen J.; Bentley, Tim A. & Walker, Linda (2005): Scoping the nature and extent of adventure tourism operations in Scotland: how safe are they?. *Tourism Management*. Vol. 26, pp. 381-397.

Pfarr, Christof (2001): Concepts of Sustainable Development, Sustainable Tourism, and Eco-tourism: Definitions, Principles, and Linkages. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 1, No. 1, pp. 68-71.

Pickering, Catherin & Weaver, David Bruce (2004): Nature-based Tourism and Sustainability: Issues and Approaches. In; Buckley, R.; Pickering, C. & Weaver, D. B. (2004): *Nature-based Tourism, Environment and Land Management*. Cambridge, USA. CABI Publishing. Pp. 7-10.

Pine, B. Joseph & Gilmore, James H. (1999): *The Experience Economy – Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.

Pouta, Eija; Neuvonen, Marjo & Sievänen, Tuija (2006): Determinants of Nature Trip Expenditures in Southern Finland – Implications for Nature Tourism Development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 6, No. 2, pp. 118-135.

Prahalad, C. K. & Ramaswamy, Venkat (2004): Co-creation experiences: the next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 18, No. 3, pp. 5-14.

Quan, S. & Wang N. (2004): Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*. Vol. 25, pp. 297-305.

Reichel, Arie; Uriely, Natan & Shani, Anir (2008): Ecotourism and Simulated Attractions: Tourists' Attitudes Towards Integrated Sites in a Desert Area. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 16, No. 1, pp. 23-41.

Rinne, Petri & Saastamoinen, Olli (2005): Local Economic Role of Nature-based Tourism in Kuhmo Municipality, Eastern Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 5, No. 2, pp. 89-101.

Ritchie, Jane & Lewis, Jane (2003): *Qualitative Research Practice*. London: SAGE Publications Ltd, pp. 261-286.

Shafer, Elwood L. & Choi, Youngsoo (2006): Forging nature-based tourism policy issues: A case study in Pennsylvania. *Tourism Management*. Vol. 27, No. 4, pp. 615-628.

Sharpley, Richard and Pearce, Tony (2007): Tourism, Marketing and Sustainable Development in the English National Parks: The Role of National Park Authorities. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 15, No. 5, pp. 557-573.

Shultis, John D. & Way, Paul A. (2006): Changing Conceptions of Protected Areas and Conservation: Linking Conservation, Ecological Integrity and Tourism Management. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 14, No. 3, pp. 223-237.



Sirakaya, Ercan; Sasidharan, Vinos & Sönmez, Sevil (1999): Redefining Ecotourism: The Need for a Supply-Side View. *Journal of Travel Research*. Vol. 38, pp. 168-172.

Snape, Dawn & Spencer, Liz (2003): The Foundation of Qualitative Research. In; Ritchie, Jane & Lewis, Jane (2003): *Qualitative Research Practice*. London: SAGE Publications Ltd, pp. 1-23.

Sung, Heidi H. (2004): Classification of Adventure Travelers: Behaviour, Decision Making, and Target Markets. *Journal of Travel Research*. Vol. 42, pp. 343-356.

Tubb, Katherine N. (2003): An Evaluation of the Effectiveness of Interpretation within Dartmoor National Park in Reaching the Goals of Sustainable Tourism Development. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 11, No. 6, pp. 476-498.

Veal, A. J. (1992): *Research Methods for Leisure and Tourism*. United Kingdom: Longman, pp. 19-21,

Weber, Karin (2001): Outdoor Adventure Tourism – A Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*. Vol. 28, No. 2, pp. 360-377.

Webster's Comprehensive Dictionary – Encyclopedic Edition (2003). Trident Press International.

Yin, Robert K. (2009): *Case Study Research – design and methods*. 4<sup>th</sup> ed. United Kingdom. SAGE Ltd., pp. 3-24.

## **Web resources:**

About TIES:

[www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835241/k.D3B1/About\\_TIES\\_\\_The\\_International\\_Ecotourism\\_Society.htm](http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835241/k.D3B1/About_TIES__The_International_Ecotourism_Society.htm) 15.09.2009

Committee and Council: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/) 25.06.2009

COP 15: <http://da.cop15.dk/> 15.10.2009

European Solar Prize:

[www.thisted.dk/Topmenu/Nyheder/Nyhedsarkiv/2007/September\\_2007/miljopris.aspx](http://www.thisted.dk/Topmenu/Nyheder/Nyhedsarkiv/2007/September_2007/miljopris.aspx) 05.05.2009)

"Fire veje gennem nationalparken":

<http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/FireVeje.htm> 25.06.2009

"Foldere fra nationalparken":

<http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Udgivelser/nationalparkfoldere.htm> 25.06.2009

"Et landskab formet af århundreders sandflugt":

<http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/> 27.07.2009

"Hvad er en dansk nationalpark?" [www.nationalparker.skovognatur.dk/Om/Hvad/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Om/Hvad/)  
25.06.2009

"Hvorfor blev det Thy?" [www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/) 25.06.2009

Innovation 2008: [www.turisme.aau.dk/Undervisning/Innovationsforloeb](http://www.turisme.aau.dk/Undervisning/Innovationsforloeb) 03.05.2009

*Kommunalreformen:* [www.im.dk/publikationer/kommunalreformen-kort\\_fortalt/kap08.htm](http://www.im.dk/publikationer/kommunalreformen-kort_fortalt/kap08.htm)  
26.06.2009

LA21(2004): *Lokal Agenda 21 – Vor fælles fremtid*. PDF. Thisted Kommune. Pp 1-5, 15-16, 22-24.

[www.thisted.dk/Home/Topmenu/Natur%20og%20miljo/Planlaegning/Kommuneplanlaegning/Thisted.aspx](http://www.thisted.dk/Home/Topmenu/Natur%20og%20miljo/Planlaegning/Kommuneplanlaegning/Thisted.aspx) 21.10.2008

Lov1 (2007): *Bekendtgørelse af lov om naturbeskyttelse*. Fra: Miljøministeriet.

[www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=121204](http://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=121204) 21.10.2008

Lov2 (2006): *Bekendtgørelse om offentlighedens adgang til at færdes og opholde sig i naturen*. Fra: Miljøministeriet. [www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=12938](http://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=12938) 21. oktober 2008

Map of the national park. Fra Danmarks Nationalparker.

[www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Kort/NationalparkThyKort.htm](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Kort/NationalparkThyKort.htm) 04.05.2009.

Miljø.: *Ny naturplanlægning i Natura 2000-områder i Danmark – Tidsplan og høringsproces*.

Fra Miljøministeriet. [www.skovognatur.dk/Udgivelser/2006/naturplanlaegning.htm](http://www.skovognatur.dk/Udgivelser/2006/naturplanlaegning.htm)  
11.11.2008.

Miljøministeriet, Skov- og Naturstyrelsen (2008): *Forslag til Nationalpark Thy, -informations- og debathæfte*. [www.skovognatur.dk/Udgivelser/2008/Debatinfo.htm](http://www.skovognatur.dk/Udgivelser/2008/Debatinfo.htm) 03.05.2009.

Nationalpark Thy: : <http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/> 25.06.2009

Natura1 (2007): *Natura 2000-basisanalyse – Agger Tange, Nissum Bredning, Skibsted Fjord og Agerø*. Af: Miljøcenter Aalborg.

[www.vandognatur.dk/Emner/Naturplaner/Naturomraader/28\\_Agger\\_Tange\\_Nissum\\_Bredning\\_Skibsted\\_Fjord\\_og\\_Ageroe.htm](http://www.vandognatur.dk/Emner/Naturplaner/Naturomraader/28_Agger_Tange_Nissum_Bredning_Skibsted_Fjord_og_Ageroe.htm) 11.11.2008

Natura2 (2007): *Natura 2000-basisanalyse – for den sydlige del af Natura 2000-område Hanstholm Reservatet, Hanstholm Knuden, Nors Sø og Vandet Sø*. Af: Miljøcenter Aalborg. [www.vandognatur.dk/Emner/Naturplaner/Naturomraader/24\\_Hanstholm\\_Reservatet\\_Knuden\\_Nors\\_Soe\\_og\\_Vandet\\_Soe.htm](http://www.vandognatur.dk/Emner/Naturplaner/Naturomraader/24_Hanstholm_Reservatet_Knuden_Nors_Soe_og_Vandet_Soe.htm) 11.11.2008

Natura3 (2007): *Natura 2000-basisanalyse – Klitheder mellem Stenbjerg og Lodbjerg*. Af: Miljøcenter Aalborg. [www.vandognatur.dk/Emner/Naturplaner/Naturomraader/43\\_Klitheder\\_mellem\\_Stenbjerg\\_og\\_Lodbjerg.htm](http://www.vandognatur.dk/Emner/Naturplaner/Naturomraader/43_Klitheder_mellem_Stenbjerg_og_Lodbjerg.htm) 11.11.2008

Nordjyske – Thisted: *Fest for nationalpark*. [www.nordjyske.dk/thisted/forside.aspx?ctrl=10&data=144%2c2854930%2c5%2c3](http://www.nordjyske.dk/thisted/forside.aspx?ctrl=10&data=144%2c2854930%2c5%2c3) 03.05.2009.

North York Moors National Park: [www.northyorkmoors.org.uk/](http://www.northyorkmoors.org.uk/) 27.07.2009

”Ny Turistchef”: ”Den nye Turistchef Ole Riis: Jeg bliver i Thy!”: [www.thyweb.dk/turistithy/2009/Uge15-16/11.pdf](http://www.thyweb.dk/turistithy/2009/Uge15-16/11.pdf) 22.07.2009

Organization, responsibility and planning: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/) 25.06.2009

Outdoor activity: <http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/FriluftstilbudThy.htm> 15.10.2009

Report from committee meeting the 6<sup>th</sup> of January 2009: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/) 25.06.2009

Report from committee meeting the 2<sup>nd</sup> of April 2009: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Bestyrelsen/) 25.06.2009

SNThy: Skov og Naturstyrelsen i Thy. [www.skovognatur.dk/Lokalt/Thy/](http://www.skovognatur.dk/Lokalt/Thy/) 25.06.2009

The Green Key: [www.dengroennenoegle.dk/Om%20DGN/English.aspx](http://www.dengroennenoegle.dk/Om%20DGN/English.aspx) 15.10.2009

The organizational construction of the national park: [www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/NationalparkensOrganisatoriskeOpbygning.htm](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/NationalparkensOrganisatoriskeOpbygning.htm) 25.06.2009

Thisted P: *Naturen må gerne betrædes*. Uge 34 i Thisted Posten. [www.nordjyskeugeaviser.dk/VisArtikle/tabid/53/Default.aspx?AID=60063083](http://www.nordjyskeugeaviser.dk/VisArtikle/tabid/53/Default.aspx?AID=60063083) 27.10.2008

Thy National Park: <http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/> 25.06.2009

Thy Turistbureau i Thisted: [www.visitthy.dk/danmark/danmark/menu/turist/information/turistbureauer-thy/produktside.htm?wbc\\_purpose=Basic?id=10073](http://www.visitthy.dk/danmark/danmark/menu/turist/information/turistbureauer-thy/produktside.htm?wbc_purpose=Basic?id=10073) 27.06.2009

"Thy Turistforening – Strategi- og handlingsplan 2008-2015":  
[www.visitthy.dk/NR/rdonlyres/F976DC3E-E612-49F0-89F5-ADAF89C71843/0/Strategioghandleplan.pdf](http://www.visitthy.dk/NR/rdonlyres/F976DC3E-E612-49F0-89F5-ADAF89C71843/0/Strategioghandleplan.pdf) 27.06.2009

Thy Tourist Organisation: [www.visitthy.dk/danmark/da-dk/menu/turist/turistforside.htm](http://www.visitthy.dk/danmark/da-dk/menu/turist/turistforside.htm)  
25.06.2009

TIES: Description and Ecotourism Principles PDF: The International Ecotourism Society (TIES):  
[www.ecotourism.org/webmodules/webarticlesnet/templates/eco\\_template.aspx?articleid=2](http://www.ecotourism.org/webmodules/webarticlesnet/templates/eco_template.aspx?articleid=2) 05.08.2009

TIES2: Fact Sheet: Global Ecotourism.  
[www.ecotourism.org/webmodules/webarticlesnet/templates/eco\\_template.aspx?articleid=2](http://www.ecotourism.org/webmodules/webarticlesnet/templates/eco_template.aspx?articleid=2) 05.08.2009

TP: Politikker og aftale, - Turismepolitik PDF: *Turismepolitik for Thisted Kommune*. Vedtaget 18. december 2007. [www.thisted.dk/Topmenu/Erhverv/Politikker%20og%20aftaler.aspx](http://www.thisted.dk/Topmenu/Erhverv/Politikker%20og%20aftaler.aspx)  
16.08.2008.

TV2 (21.07.09): *Thy ikke blandt syv naturvidundere*: <http://nyhederne.tv2.dk/article.php/id-23837157.html?ss> 28.07.2009

Very active in the national park:  
<http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/Inspiration/VildAktiv.htm> 15.10.2009

VisitBritain: England Travel Guide. [www.visitbritain.co.uk/destinations/England/](http://www.visitbritain.co.uk/destinations/England/) 15.08.2009

VisitNorway: This is Norway. [www.visitnorway.com/](http://www.visitnorway.com/) 15.08.2009

VisitThy, Thy National Park: [www.visitthy.dk/danmark/da-dk/menu/turist/ud-i-naturen/nationalpark-thy/nationalparkthy.htm](http://www.visitthy.dk/danmark/da-dk/menu/turist/ud-i-naturen/nationalpark-thy/nationalparkthy.htm) 15.10.2009

What does the National Park Committee do?:  
[www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/HvadRaad.htm](http://www.nationalparker.skovognatur.dk/Organisation/HvadRaad.htm) 15.06.2009

Wooden playgrounds:  
<http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/Inspiration/FriLeg.htm> 15.10.2009

World National Parks Page: [www.world-national-parks.net/](http://www.world-national-parks.net/) 27.07.2009

YNP: Plan Your Visit. [www.nps.gov/yell/planyourvisit/index.htm](http://www.nps.gov/yell/planyourvisit/index.htm) 02.05.2009

10 landmarks: [http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/10\\_sevaerdigheder.htm](http://nationalparker.skovognatur.dk/Thy/Omraadet/10_sevaerdigheder.htm)  
15.10.2009

## **8. Overview of Appendix**

Appendix 1: Transcription of interview with Local Forest and Nature Agency in Thy

Appendix 2: Transcription of interview regarding Strandgårdens Camping, Summer houses and Icelandic horses

Appendix 3: Transcription of interview with FiskeCompagniet

Appendix 4: Transcription of interview with Julie Glass Art

Appendix 5: Transcription of interview at Vorupør Candles

Appendix 6: Transcription of interview at Hotel Klitheden

Appendix 7: Transcription of interview at Stenbjerg Inn and Family Camping

Appendix 8: Transcription of interview with Thy Tourism Organization

Appendix 9: Interview guides

Appendix 1: Transcription of interview with Local Forest and Nature Agency in Thy.  
15.04.2009

K: Interviewer

I: Interviewede

K: Historik. Hvordan er nationalparken blevet til

I: de første tanker kommer i Wilhelm udvalgets rapport fra 2001, tror jeg. Hvor man udsendte en rapport der hed, en rig natur, et rigt samfund. Wilhelm rapporten, og der bliver Thy nævnt som et af de steder hvor man kunne lave noget større sammenhængende dansk natur, det er nemlig en af anbefalingerne i rapporten. Det var 2001, november 2001. Der er de første tanker om det, og det var en Socialdemokratisk regering, som satte det her i værk. Med en tidligere Konservativ industri minister, nemlig Jens Wilhelm, som var formand for det. Det køre så frem til valget, der var også i 2001, og der regner man egentligt med at den er skrottet, og det er den stort set også, fordi der er en anden naturpolitik i den borgerlige regering. Der sker så det at den nye miljøminister Hans Christian Smith, på et tidspunkt så laver han et, så vidt jeg husker så hedder det et ni-punkts program for dansk natur. Og der optræder pludseligt det der hedder nationalparker. Og det er det eneste, der næsten overlever fra den her, som bliver ført over i den borgerlige regerings naturpolitik. Nationalparker det er bredere, det her det var udelukkende natur. Nationalpark det skal forstås lidt bredere. Der er i virkeligheden fire ben; der er naturen som er det vigtigste i en nationalpark, det er overskriften; bedre natur, bedre udvikling i naturen. Så er der kulturhistorien, bedre formidling af den. Og bevaring af kulturhistorien i området. Så er der friluftslivet og rekreationen. Og det sidste det er så erhvervslivet, herunder turisme. Det er sådan de fire ben man forestillede sig at en nationalpark skulle stå på. Og han spørger rundt forskellige steder. Bl.a. Viborg amt og kommunerne i Thy, om man synes at det var en god ide med en nationalpark her. Og Thisted Kommune synes for så vidt at det var en god ide, bare det ikke gik ud over landbruget. Og Viborg Amt meldte også ud at det var en god ide. Der var jo tre kommuner i Thy på det tidspunkt, og de meldt for så vidt positivt ud alle sammen, men alligevel var der en voldsom polemik imod det. Bl.a. landbrugsforeningens afgående formand, han sagde at det skulle vi ikke have i Thy, vi skulle ikke gå i folkedragter og halm i træskoene, vi skulle leve af

landbrug. Og jægerne var meget kraftigt imod det, fordi de var jo bange for at der skulle ske indskrænkning af deres jagtrettigheder. Og Danmarks naturfredningsforening havde jo faktisk fået Thisted Dagblad til at skrive på forsiden, at når nu der kom nationalpark, så var det slut med at gå på jagt. Så var den jo trukket op. Så det var en stormfuld start kan man sige. Og der var polemik i avisen frem og tilbage, men der blev aftalt et møde herude, om sommeren 2003. Og der nåede man frem til, at man kunne godt igangsætte et undersøgelsesprojekt, for det var ikke så forpligtende som hvis det var et pilotprojekt, det kaldte man nemlig det, de andre steder man havde startet op. Nemlig Møens Klint og Vilmosen. –som for øvrigt ikke er blevet nationalpark nogen af stederne. Men man blev enige om, at man godt kunne gå med i en undersøgelse på de og de vilkår, men skulle have lov til at kunne gå ud af det igen hvis man følte at det gik i den forkerte retning, og det var ikke noget man kunne deltage i osv. Og så kom der et igangsættelsesbrev om nationalparken d. 22 august 2003, og i det igangsættelsesbrev, der stod der at der skulle være en nationalpark fra Hanstholm i nord til Agger Tanges sydspids, og så skulle der grænses af mod øst af [landbrugsplanen/manden], og kystbyerne skulle ikke være med, efter ønske fra kommunerne, fordi de ville ikke have begrænsninger på kystbyernes udvikling. Viborg Amt mente at kystbyerne skulle være med inde i, det var de jo bl.a. i England, og det var der noget polemik frem og tilbage om. Så startede arbejdet op med en styregruppe på 18 mand, med vidt forskellige interesser. Natur, landbrug, museer, turisme og sådan noget. Det kan du slå op. Og så startede arbejdet frem til, undersøgelsesprojektet startede så med et stort møde, dels et indledende møde nede i Vilsund, Strandhotellet. D. 13 januar 2004, og der kom 400 mennesker, og vi måtte lukke da der ikke kunne være flere derinde. Og det var dels folk som skulle ud og lige sikre sig at det ikke var deres jord der skulle ind i nationalparken, og det var selvfølgelig også folk som var interesserede i natur og som synes at det var en vældig godt ide, så det var voldsomt polariseret. Det blev et udmærket møde, på den måde at vi fik sådan lidt trukket linjerne op. Og så blev det opfordret på det møde, til at man skulle deltage i nogle frivillige arbejdsgrupper, og det kunne man skrive sig på til, på mødet der. Der var i alt ca. 250 der meldte sig til det. Det fulgte så ikke med hele vejen igennem, så mange, men mange fulgte med hele vejen igennem. Og det var de fire grupper jeg omtalte før jo, men med arbejdsgrupper på. Og 14 dage efter holdt vi et møde i Snedsted, på skolen. Hvor man havde sådan nogen værksteder om-

kring det. Hvor man dels skulle skyde sig in på hvad arbejdsgruppen skulle arbejde med, og dels skulle vælge en formand for arbejdsgruppen, og det var ved valg blandt de fremmødte. Vi gjorde det rigtigt, set i bakspejlet, at vi lod de der arbejdsgrupper være fuldstændig åbne. Du kunne shoppe rundt mellem dem, hvis du ville. Og der var ikke sådan at der sad eksperter og styrede det hele. Det var, at du kunne komme ind lige fra gaden og være med. Og blandt de folk, der blev der jo så valgt den her formand. Og styregruppen havde peget på fire personer, som man evt. kunne vælge, det blev taget ilde op. To steder valgte man nogle andre. Men det var alt sammen udmærket, og på den måde blev arbejdet skudt i gang. Og så skulle rapporten jo afleveres d. 1/7 2005, og det blev den. Og der var total enighed om at der skulle være en nationalpark i Thy. Og landbruget, fra at have været modstander af det, endte man op med at være enige om hele indholdet i det, i undersøgelsesprojektet. Noget af det som flyttede noget, det var at arbejdsgruppen natur og erhverv, de havde jo lavet en afgrænsning af nationalparken, det var en af hovedopgaverne for hver gruppe at lave et forslag til afgrænsning. Og naturgruppen havde jo lavet ud fra naturhensyn, og erhvervsgruppen havde lavet det ud fra hvilke reform afgrøder der groede der, og hvor der var natur, og så havde man trukket linjen der. Så på sådan et midtvejs møde, der ligger de her to grupper kortene over hinanden, og opdager jo at de i virkeligheden jo slet ikke er forskellige, de to kort. De er meget ens, der er selvfølgelig nogle små justeringer. Så bliver de enige om, jamen så sætter vi os da sammen og laver et forslag. Det gjorde de så. Der blev lagt noget natur ind, som ikke var med i første omgang, der blev taget noget landbrugsareal ud, som landmændene gerne ville have ud. Og så fremlagde man så det, som styregruppen så justerede fordi de havde lavet nogle øer inde midt i, med nogle landbrugsarealer. Det kunne vi jo ikke have, det skulle jo hænge sammen. Så det blev lavet om, men der var ingen piveri over det, og til sidst så, jeg vil da sige at landbrugsforenings formanden Niels Jørgen Pedersen, han endte med at blive en af de vildeste ambassadører for nationalparken. Og det er han stadigvæk. Nu er han visepræsident i Dansk Landbrug. Og så kommer det jo så i den nationale følgegruppe og hele det forløb der, med folketinget der beslutter at det skal være Thy der skal være den første. Det var den korte version.

K: Var der noget med, at man var i tvivl om, at Thy ville blive den første?



I: Nej. Der var meget usikkerhed i folketingets miljø- Og planlægnings udvalg, fordi de meldte ikke noget ud. Men efterfølgende har vi fået at vide, at det man var uenig om, det var ikke at det var Thy der skulle være den første, men det var hvem de andre skulle være. Fordi vi var det eneste sted man var enige, og staten ejer 75% af arealet, og det er stort set naturarealer det hele, så det var slet ikke det der var spørgsmålet.

I: Det lykkedes jo at få folk til at blive enig igennem utallige møder og foredrag og diskussioner.

K: Er turismen vigtig for området, og hvorfor?

I: Ja. Det er vigtigt fordi, det er et vigtigt erhverv i thy. i nationalparken og i undersøgelsesperioden, der lavede vi en undersøgelse over turismen. Og vi ved at der kommer 800.000 om året. Sydpå er det hovedsageligt ved strandene, i nationalparken nordpå der er det mere plantagerne. Og den mest sårbare natur, klit-hederne, der kommer stort set ikke nogen. Så det hænger fantastisk godt sammen. Og vi har jo nogle visioner om at, og nogle beregninger om at man måske kunne forestille sig en fordobling af turismen over en 10-15 års periode. Og det tror jeg bestemt på, fordi allerede sidste år kunne vi mærke, at der da vi bliver nationalpark, at der kom flere.

K: Kan i så fornemme at folk i byerne, at de også har den holdning, at turismen er vigtig, at det ikke er bange for at det bliver for meget?

I: Det er klart, at der i undersøgelsesprojektet var nogen der var nervøse for det. Men det tror jeg ikke at du kan finde ret mange, der er nervøse for i dag. Og jeg tror også at den nationalpark plan vi skal lave, der vil vi jo for eksempel kunne lave en [sonnering], hvor vi siger, jamen her der er det naturen ikke også, de mest sårbare steder, og der skal der ikke være turisme. Vi kan lede dem ud til kanten, men vi kan ikke lede dem ind i den. Så vil der være nogle mellem zoner, og så vil der være nogle steder hvor vi kan lave noget mere gøjl. ... Jeg forestiller mig, at der skal laves en sådan [sonnering] . Det der sker, når di laver en sådan [sonnering] det er jo også at du undgår meget kævl fremover, fordi så har du ligesom et redskab til at tage beslutningerne ud fra.

K: Hvad tror du at turisterne forventer, inden at de kommer her?

I: Jeg tror at de forventer, dem der kommer her, det er folk som vil være interesseret i naturen, naturturisme på en eller anden måde. Jeg tror også at de kommer efter stilheden. Stilhed det er en mangelvare i det moderne samfund. Det har vi her. Der er også nogle der vil komme efter aktiviteter af forskellig slags. Og jeg mener at arealerne er så store, og af så vidt forskellig karakter, så du også godt kan tilgodesee det. Som surfing i Klitmøller for eksempel. Så jeg tror at man skal have en bred vifte af forskellige tilbud

K: Så også være åben over for frilufters aktiviteter?

I: Selvfølgelig, det skal være de steder hvor det kan holde til det.

[Til kommentar angående de små erhvervsdrivende, og deres kommunikation mellem dem, og så Skov og Naturstyrelsen, og evt. nye tilbud som de små erhvervsdrivende evt. ville tilbyde, siges der:]

I: det man kan diskutere omkring det er, at det skal der selvfølgelig være styr på, på en eller anden måde, og derfor skal der vel ske en vis certificering af aktiviteterne, sådan at enhver der har en hullet kano ikke kan starte en virksomhed inde i nationalparken. Det kræver et minimum, af ting der skal være i orden før at du kan agere.

K: Hvilke oplevelses tilbud har i at tilbyde gæsterne i nationalparken? Hvad spænder I over?

I: Det er jo dels naturoplevelser, som jo har hovedoverskriften kan man sige, og vi har jo lavet sådan en midlertidig folder, som indeholder 10 hot-spots hvad angår oplevelser, både natur mæssigt og kultur mæssigt. Det er de to ting, som man mest kan formidle – natur og kultur. Det er klart noget af det første, det har bestyrelsen også snakket om, at det første man bør skaffe sig, det er et informationscenter. Hvor man ligesom får samlet trådene, og som så skal være et sted hvor man leder folk ud i nationalparken. Og så kan man lave nogle tema-centre nogle steder. Vi har for eksempel lige erhvervet Lodbjerg Fyr, og det kunne typisk være et tema-center, og det kunne være om sandflugt, det kunne være om kystsikring, det kunne jo være så meget. På den måde der skal der gives nogle forskellige tilbud, sådan så at vi får folk lidt rundt i hele området, og sådan så besøget ikke er slut med at man tager ind på informationscentret, ser en udstilling og så har man lagt 50 kroner og så kører man igen. Men massere af tilbud, som jo vil opstå hen ad vejen. Vi har jo også naturvejledere, [...] vi har

nogle skovarbejdere som er naturvejledere uddannet, dem er vi ved at opgraderesådan at de kan tage, vi har utallige som henvender sig nu for at få en bustur rundt i området, og fortælle dem derom. Det kunne vi bruge alt vores tid på. Sidste år var jeg af sted 50 gange, det gør jeg ikke i år. De skal så lige have en kort introduktion, for at kunne udfylde de ture der.

K: Der er jo også mange ting som I allerede har. Bl.a. events og det hele, som måske vil blive meget mere inde i parken.

I: Ja. Jamen, der er jo folk med heste der henvender sig, og Nationalpark Thy Maraton bliver en stor begivenhed, som jo kommer her først i september.

K: Hvordan føler du så at de tilbud I har, indtil videre hænger sammen også med de lokale? Nu kunne jeg jo se inde på hjemmesiden, at I for eksempel henviser til overnatning. Er det sådan at I henviser til de private?

I: ja, det er rigtigt. Det har vi ikke gjort meget i, ikke herfra. Du skal regne med at Skov- og Naturstyrelsen er én ting, og nationalpark bestyrelsen og nationalparken er en anden ting. Skov og Naturstyrelsen er lodsejer, nationalparken er for så vidt ikke lodsejer, ingenting, De er heller ikke myndighed. Alle myndighedsafgørelser det er kommunen og det er staten. Nationalparken har en bestyrelse, som kan komme med nogle visioner og ideer og nogle planer. Og de kan også købe jord op osv. Det skal så afleveres til staten, hvis de køber, for det er jo for statens penge. Så på den måde, det er i sin vorden alt det der.

K: Men det er noget som de evt. kunne komme til?

I: Det kommer de til. Det vil de kunne udstikke nogle rammer for i deres plan. Og det kan også være at der efterhånden, vil være et korps af naturvejledere som er knyttet til nationalparken og til bestyrelsen osv.

K: Videre udvikling af nye og nuværende tilbud?...[til om nationalpark bestyrelsen på sigt selv overtager det hele...]

I: Eller også kommer de til at leje os til at gøre det. Lige såvel som man med privat lodsejere kan indgå frivillig aftale, betale sig fra det osv. Så kunne man også forestille sig et samarbejde på den måde. Og Ditte sidder jo i nationalpark bestyrelsen, så der er det link der. Det vigtig-

ste i en nationalpark det er jo egentligt naturforvaltningen, det er forbedringen af naturen. Det er beskyttelsen af naturen. Det kræver også penge, og det kræver også mange tiltag og det kan nationalparken jo få i sin plan. Men nationalparken, eller bestyrelsen kan jo ikke udføre det, med mindre de betaler for det, og er enige med lodsejerne om det, så der bliver et spil der.

K: Hvordan ser I som sådan fremtiden for Nationalpark Thy.

I: Hvilken vision vi har for den. Det bliver da som Danmarks første nationalpark, det bliver klithedens nationalpark. Den vigtigste naturtype i nationalparken det er klitheden. Plantagerne vil blive rykket tilbage. Plantagerne vil blive omlagt til hjemmehørende danske træarter, lys-åbne skove over de næste halvanden hundrede år. Byerne vil måske blive en del af nationalparken på længere sigt, måske vil noget af havet være med også. Det var jo sådan at kystbyerne, da vi lavede undersøgelsen da ville man i Vorupør og Klitmøller, der ville man gerne med ind med det samme. Det ville man ikke i Stenbjerg og Agger, så derfor blev det hele udenfor. Men på sigt, det tror jeg. Også med byernes velsignelse, fordi de vil jo opdage at det jo vil give udviklingsmuligheder for dem, at nationalparken er der. Det vil det gøre uanset om de er inde eller ude, men det vil ske det tror jeg.

K: Kunne det tænkes, at hvis der kom input udefra, at det så er noget man vil være åben over for?

I: Vi har lige sendt det her ud (om nationalpark plan) i fuld offentlighed, i 12 uger som er beskrevet også i nationalpark loven, at planen den starter med en indkaldelse af ideer og forslag til planen, herunder alt muligt.

K: Thisted Kommune, de har jo meget fokus på miljø, klima og alternativ energi. Vil det også blive arbejdet ind i fremtidsversionerne?

I: Ja. Alle bygninger, informationscenteret, parkeringspladser med toiletter, det skal selvfølgelig være 0-energi huse. Og som [26.2913 ?] det at der er en klima kommune ikke. Vi bygger ikke et center der har et stort energiforbrug, det skal hvile i sig selv selvfølgelig. Efter min opfattelse, så kan det sagtens spille sammen. Den grønne vinkel skal jo være der og på turismen, og på de faciliteter der er til turisterne. Jeg synes jo også at overnatningsstederne,

de burde jo også have en grøn [fri?] på en eller anden måde. Det har de garanteret ikke alle sammen.

K: Hvilken rolle har Visit Thy spillet for nationalparken?

I: Det har spillet den rolle, at de var jo med i undersøgelsesprojektet. De sidder jo ikke i den nye bestyrelse, det er jo Visit Nordjylland der gør det, men det er jo sådan, det hænger jo sammen. Men, jo, vi fik jo lavet en større undersøgelse omkring turisme af Visit Nord, som det hed dengang, hvor der blev foretaget massere af spørgeundersøgelser i hele området. Den tror jeg at du kan finde på nettet. Der var de jo selvfølgelig involveret i den.

[...]

(31.13.84)

I: bestyrelsen har jo først haft sit fjerde møde nu. Og det første man kører på nu det er jo dækning af plan. Og få lavet sekretariat . Så har vi jo det her store projekt, omkring stier, du ved vi fik 30 millioner fra [...?] fond, det er vi jo også i gang med. Og så er man jo også i gang med at forsøge at få noget skiltning på benene, inden sæsonen nu, for at alle de turister der kommer, for ligesom at markere, at det er i gang (at her starter nationalparken) Vi får en fællesskiltning af alle nationalparker, fra vejdirektoratet. Sådan at der bliver markeret med en kongekrone og et eller andet. Og vi har jo vores logo også, alene det er jo også, vi skal have en manual for det, for vi vil ikke have at alle og enhver kan bruge det logo. Det skal vi have styr på. Og der har du en vis styr på, om det er høj nok kvalitet, ved simpelthen at ikke at give folk lov til det, hvis ikke de opfylder [alle] vores krav

(telefonen ringer her, det næste er fra en anden optagelse)

K: For lige at vende tilbage til Visit Thy, hvilken rolle håber I at de vil spille i fremtiden for nationalparken?

I: Ja vi håber at, de spiller jo en særdeles vigtig rolle, fordi turistforeningen er jo en af dem. Det er et meget vigtigt led i formidlingen af nationalparken. Både til udland og indland, og det var også det første sted, indtil vi får et nationalparkcenter selvfølgelig , men turistforeningen vil jo også være en af de første portaler ind til nationalparken. ... meget tæt samar-

bejde efter min mening. Og de kunne måske også medvirke til det der med at få alle tilbudene op på en høj kvalitet [...]

I: Vi har jo nogle ideer også om frivillige her i nationalparken, for eksempel Vorupør, for eksempel nogle lokale derude, som det kunne være nogle pensionister som har mange gange stor viden fordi de måske har beskæftiget sig med et eller andet. En gammel lære eller hvad der nu er, som kan noget kulturhistorie osv. Der kunne man da nemt forestille sig sådant et frivilligt korps, hvor man ligesom afløste hinanden. Så man i turist sæsonen stod til rådighed for eksempel i Vorupør. Og kunne fortælle om naturen eller kulturhistorien om kystfiskeriet og alt det der. Man er ved at lave et projekt i styrelsen omkring det der med frivillighed. Og det er noget som man bruger meget i udlandet også. Det ser man tit. Men det er jo meget autentisk, og det kunne også være en sprogkyndig, altså en der virkelig kunne tysk.

(09.30.84 her snakkes der om NCOA og friluftaktiviteter)

I: [...] alt kan ikke foregå alle steder

[...] En anden ting, det kan jeg også lige fortælle dig om, vi har også fået en henvendelse om nogen der vil lave daglig tv fra nationalparken. Fordi der er jo nye sendeflader, og nye metoder nu med internettet hvor du kan se tv direkte, og hvad som helst. Men det er noget der koster nogen penge ikke også, men det kunne måske laves sådan at det var flere nationalparker. Sådan at der var en nationalpark kanal, hvor du så kunne få de nyeste ting; nu er trænen kommet og nu er kronhjortene i brunst og du kan tage der og der hen, og en står og fortæller lid om det osv.

Appendix 2: Transcription of interview regarding Strandgårdens Camping, Summer houses and Icelandic horses. 06.04.2009

I: Interviewer

J: Interviewede

I: Hvad synes du om at der er kommet en nationalpark?

J: Den er meget positiv, der er ingen tvivl om at det vil have meget stor betydning for turismen. Der var jo en heftig debat i området, hvor mange landmænd, og hvad ved jeg, var negative i forhold til det, men generelt har der været en meget positiv stemning omkring det og en god opbakning. Folk kan godt se at det er noget unikt vi har med den der natur, og det kan de lige så godt brande og markedsføre det og så få noget glæde af. Og så også tror jeg fordi man jo ikke har været ude, og skulle [eksproporere] jord eller på nogen måde, altså det er jo et areal der ligger der i forvejen, det får bare et nyt navn, eller en fælles betegnelse kan man sige. Så er der selvfølgelig lidt snak om; jamen hvad så med de restriktioner der er i forhold til kystbyerne, der er i forvejen med at udbygge dem, og udvide og sådan nogle ting. Men der tror jeg ikke at der kommer flere restriktioner, eller andre vilkår fordi det bliver kaldt nationalpark, fordi det er i forvejen Staten der ejer klitterne og arealerne rundt om, og der er jo meget stram fredning på det i forvejen, og det er også godt nok, når vi bor sådan et sted som her hvor vi i høj grad lever af naturen, så skal vi jo også være de første til at værne om det, at det bliver passet på.

I: Synes du turismen er vigtig for området?

J: Ja, det er den i allerhøjeste grad, der bliver mindre og mindre af alt det her fabriksarbejde, det har man jo kunne se de sidste par år, og specielt også nu hvor der lukker slagterier og sådan nogle ting, og så kan man jo så sige, hvad skal folk så leve af. Der er jo landbrug, fiskeri er der ikke så meget af mere, så er turisme meget vigtig økonomisk faktor.

I: Hvordan tror du at der ville være her, hvis ikke turisterne kom?

J: Ja, altså Vorupør var her da ikke på samme måde i hvert fald, altså folk der kan gå til bager, slagter og to købmand og der er aktiviteter, at byen bliver holdt i orden, det skyldes da turi-

ster. Ellers så havde man ikke en så pæn og så velserviceret en by, hvis ikke turisterne var hertil også at holde hjulene i gang.

I: Hvad tror du at turisterne tænker, når de kommer her, nu det er jo både campingplads, og I har jo også ride udlejning af Islænderheste.

J: Det kommer meget an på i hvilken anledning at de henvender sig, fordi dem der vil på campingpladsen de interessere sig jo for det, de er sådan set ligeglade med sommerhusene. Og dem der gerne vil have lejet, eller leje et sommerhus ud, de henvender sig jo på grund af det. De er sådan set ligeglad med campingpladsen osv. ikke. O så kan man så sige at dem der vil ud og ride, eller spille tennis eller hvad der sådan er vi har med at gøre her i byen. Det er jo typisk folk der er heroppe som så er interesseret i den aktivitet. Og det er jo fint nok, og vi er jo interesseret i at holde gang i de aktiviteter, for at der skal være spændende at være her. Så det tror jeg ikke sådan at man kan sige, og der er jo på samme måde at der er jo også nogle der kommer med det formål at surfe, og så er de interesseret i campingpladsen, der er også nogle der kommer for at de vil rundet og se på gravhøje i området, og så lejer de et sommerhus. Så det kommer meget an på hvilken målgruppe man snakker om, hvorfor og hvordan de henvender sig.

I: Men har I prøvet at hvis der er nogen der henvender sig for at leje en hest, at de så forestiller sig at de kan ride ud over de åbne vidder?

J: Nej, jeg tror at vi er rimelig gode til at afstemme folks forventninger, altså vi er jo trods alt så dreven i det at vi ved godt at man skal fortælle hvad det er, og så skal man gerne lige kunne levere lidt mere så at folk de er tilfredse. Og de fleste der tager ned og skal med på sådan en ridetur dernede igennem klitterne og på stranden, de vil synes at det er fantastisk. Altså hvem ville ikke det. Det er klart alt efter hvorfor noget vejr det er, hvor øvet man er, at man så synes at det er en fed oplevelse.

I: Hvilke oplevelsestilbud har I så, hvis vi nu starter med campingpladsen så?

J: Altså vi tilbyder ikke noget særligt. Campingpladsen her i Vorupør er meget speciel på den måde, at den ligger hernede midt i byen. Den er meget lille, der er kun 150 pladser, det ville ikke kunne gå andre steder, men fordi vi ligesom kan drive det heroppe fra, hvor vi har hele



[set-uppet] på plads i forvejen og fordi campingpladsen ligger så tæt på havet og så centralt i byen, hvor at dem der kommer og lejer sig ind dernede de jo kan bruge alle de service faciliteter der er i byen. Altså vi behøver jo ikke have en stor reception med bagerbrød og købmandsbutik, fordi det ligger jo lige rundet om det hele ikke også. Så de folk der kommer her, de er simpelthen interesseret i at få en plads dernede, for at de elsker Vorupør, de elsker det miljø der er i byen, de elsker klitterne, stranden og havet. Så det gør vi faktisk ikke noget ud af. Det er også et meget modent publikum der kommer dernede, det er ikke dem der kommer og vil i badeland med børnene, stor legeplads og alle de her ting.

I: Så de bruger også meget de andres tilbud?

J: Ja. Lige nøjagtigt hvad campingpladsen angår, så formidler vi muligheden for at folk kan komme og bo her, og så er det de andre aktører der byder ind. Men de er da selvfølgelig også velkommen til at tage ud og spille tennis eller tage ud at ride eller hvad de nu har lyst til, det er klart. Der er ikke nogen forskel på det. Men vi har ikke lige, med hvad den lille campingplads angår, nogen kæmpe aktivitets program. Lige på den er det ikke nødvendigt.

I: Og sommerhusene det er vel lidt det samme?

J: Sommerhusene er lidt det samme, og så er det alligevel ikke, fordi der er mange der kommer og bor i sommerhusene, som gerne vil aktiveres. Og der har vi en masse aftaler, med en masse lokale attraktioner, om at vi sørger for at profilere dem, så at vores gæster er opmærksomme på hvad de kan se og opleve når de er heroppe. Der er også en del steder vi sælger billetter for, og vi har en aftale med badelandet inde i Hurup om at lejerne kan tage ind og bruge det. Så der knytter vi en masse ting på, fordi det er lidt noget andet. Altså sommerhuse, der ligger vi jo og konkurrerer med sommerhuse hele vejen op ad den jyske vestkyst kan man sige, der kommer selvfølgelig nogen, fordi at de vil bo her, det er Vorupør der er deres ferieby, de er kommet her måske siden at de var børn, ikke. Men der er også nogen der bare vil have et hus, om de har den her eller der det er lige meget. Så skal vi jo gerne fange dem ved at sige; Jamen her kan I sådan set alting, i kan spille tennis, i kan spille squash i kan tage ud og ride, ud og fiske, ud og surfe, i kan gøre hvad i vil. Der gør vi rigtigt meget ud af at spille sammen med de andre aktører, de sidste par år specielt, har vi rigtigt dyrket det.

Og det bliver mere og mere de næste par år, som vi kommer mere til at tænke i retningen af pakkeløsninger, og får en del flettet sammen på den måde, det er jeg ret sikker på.

I: Har I så oplevet, at hvis jeres sommerhuse er booket, at I så har henvist turister til andre sommerhusudlejere?

J: Ja, det gør vi da. Hvis der er et eller andet vi ikke kan hjælpe med, hvis ikke at vi har flere swimmingpools, så henviser vi til kollegaerne i byen. Vi er jo interesseret i at de bliver i området.

I: Og omvendt, det har I også oplevet?

J: Ja, det synes jeg.

I: Så er der udlejning af heste, men det er vel neget dem der bor her.

J: Ja, det er jo ligesom en aktivitet i byen, kan man sige ikke. Der er jo lige så mange som lejer et hus ved et andet bureau, eller bor i Klitmøller på campingplads, som så kommer her og rider, det er ikke begrænset til vores egne gæster, det er for alle. Der er to muligheder, enten kan man melde sig på sådan en halvandens times tur, hvor man så rider i en gruppe, der er altid to piger med, en foran og en bagved og så er man sådan en gruppe der på 7 eller 8 stykker, og så tager man inde fra Sønder Vorupør hele vejen ned til Landingspladsen, hen ad stranden og så op igennem klitten og tilbage igen på halvanden time. Og så er der mulighed for at få børn ud og de får en trække tur i området, det er de to tilbud der er. Og så rider de sådan et par ture om dagen, her i Påsken og i Efterårsferien og så ellers selvfølgelig i sommerferien, ligesom at det passer til. Og der melder folk sig til, og så betaler hernede. Hvor vi har vores reception til at tage imod folk. Det er lokale piger [...] det er ikke sådan at de er uddannede formidlere. Det ville jo være ideel hvis de var det. Sandflugten tilbage i 16 hundredtallet, og klitplantagerne og nationalparken og havet og stranden, det ville da være fint, men nej. Så avanceret er det ikke.

I: Det har vi også været lidt inde på, om jeres tilbud går fint i spænd med de andre aktøres tilbud?

J: Ja, altså der er altid et vist aspekt af at det er godt nok at der er flere der byder de samme ting ud, så der er en vis konkurrence. Og samtidig med skulle der også gerne være en masse forskellige ting, så at udbuddet det et tykt, men også bredt. Det synes jeg fungere fint nok.

I: Har I som sådant noget samarbejde med skov og naturstyrelsen?

J: Ikke så meget nej. Det er for lidt, og det bør vi nok også tage noget mere fat i, eller de gør. For det er jo helt klart vores største attraktion, det er jo naturen heroppe, så de burde jo sådan set være den vigtigste samarbejdspartner. Men de er meget velvillige til at sende de her vandreturs foldere, og sådan nogle ting, som vi udlevere, der er ikke nogle problemer der. Og stille billedmateriale til rådighed, hvis vi skal ha et eller andet, specielt vedrørende nationalparken, men ellers nej. Det er også for lidt og for dårligt.

I: Nu har I så de her tre tilbud, hvordan ser du, at hvis de skal passe ind i en fremtidig bæredygtig udvikling, inden for natur og miljø, fordi det vil jo være fokus for nationalparken, hvordan synes du så at det vil passe ind?

J: Jamen, jeg tror at det at nationalparken kommer, hvor det bliver sådan meget fyrtårn for vores område, som kommer til at lyse meget længere væk, end det vi ellers kender i dag som vores område, hvor vi henter fæster fra, altså nord Tyskland, Danmark, Norge og lidt Sverige, og lidt Holland også. Jeg kunne godt forestille mig at vi kommer til at se mange flere der kommer drønende nede fra Italien og Spanien, fordi de er rundt, og interessere dig for sådan nogle ting. På samme måde som vi jo i dag har surfere fra hele Europa. Det er jo ellers sådan set det eneste fyrtårn vi ellers har haft i området, det har været det her windsurfing i Klitmøller, der virkelig har lyst op for det er jo helt unikt på Europa plan, og det er nationalparken også, det er noget helt unikt, det findes ikke andre steder. Og der kan jeg da godt forestille mig at en af de ting vi kommer til, det er vi da allerede ved at planlægge med campingpladsen hernede, det er simpelthen at indrette så man kan køre ind med de her autocamper, og lave sådan en [quick-stop pit-stop] kalder man det, og det har man ikke ligesom haft før, for jeg tror at der er mange flere, vi kan også se monografien, folk bliver ældre og de får mere tid, de får flere penge. De her mobile homes de kører overalt, det er jo en super måde at komme ud og se og komme ud at opleve på. Det skal vi selvfølgelig også kunne håndtere her, så sådant på den måde så udvikler tingene sig jo. Når efterspørgslen den er der, jamen

så kommer der jo så også lynhurtigt nogen der godt vil, det er jo det smukke ved det. De for-  
ener [markedskræfter], og så er der hurtigt nogle der nok skal forstå at indrette et eller an-  
det til dem, og det vil vi selvfølgelig også være med til, det er da klart.

I: Har I ellers overvejet, nu jeg nævnte det der med ridning, med at tænke historie ind over.  
Hvor I måske har nogle udflugter hvor der bliver hevet nogle andre aktører ind over [...]

J: Ja, det tror jeg bestemt også at det bliver, med meget mere at kunne tilbyde, og som du  
selv siger, det vil da være fint hvis vi havde noget mere naturformidling ind over, til at de folk  
der er heroppe de kan lære noget mere om egnen, det er også en måde at blive knyttet til  
stedet på. Det man har kendskab til, det man ved noget om, det føler man som regel også  
større ansvar overfor, og større tilknytning til. Så det tror jeg det er noget vi vil dyrke meget  
det næste år, og samarbejde med nationalparken, eller Thy Stats skovs distrikt hedder det jo.

I: Thisted Kommune de har jo meget fokus på klima, er det noget I har overvejet at indopere-  
re, altså denne her form for grønne ide, i det I har gang i, nu tænker jeg så på sommerhuse  
og campingplads, med at man også kan bruge det til reklamation, hvor man siger; jamen en  
ting er at man har naturen, men vi tænker også grønt?

J: Altså der er ingen tvivl om, at dem der kommer til Danmark det er meget friluftsbasere-  
ret, natur orienteret, miljøorienteret mennesker, og det tænker vi jo selvfølgelig ind, så vi går  
ud her i år, når vi laver vores nye sommerhuskatalog, som nogle af de første i landet, og be-  
taler penge for at det skal blive sådan en CO2 neutral produktion, og får papir der er delvist  
genbrugspapir og så delvist, så man ved hvor papiret kommer fra. Der er sådant et mærke  
miljømærke man kan få for det, hvis man kan være sikker på hvor papiret kommer fra, dets  
baggrundshistorie. Og så har vi faktisk her i løbet af vinteren lavet en aftale med el-  
sparefonden, om at vi vil prøve at få ejerne og lejerne med til at fremme, at der bliver brugt  
mindre el i sommerhusene. Og det har vi lige sendt materiale ud til lejerne om, er det er bl.a.  
at vi har fået lånt sådanne nogle [spar-o-meter], hedder de, så at vores husejere kan komme,  
og så kan de låne sådan en, og så kan de gå hjem og prøve deres gamle køleskab, hvor meget  
el det faktisk bruger i et døgn, og så kan man så regne ud på; okay hvis jeg så får skrottet det  
og får købt et nyt, sådant et A+++ mærket køleskab, hvor meget mindre energi bruger det så,  
og hvilken besparelse vil det så give os. Og det har vi da en forventning om at der er mange

der vil benytte sig af, så vi på den måde kan være med til at, og det kommer vi også til at præsentere i det nye katalog vi laver der, det her samarbejde vi laver sammen med el-sparefonden, at vi tænker den vej rundt. Det er selvfølgelig økonomisk [heldigt], det koster mange penge med el, men det er også noget med naturen og miljøet at gøre, det er klart. Nu når vi det ikke til, vi er faktisk ved at lave det her nye feriehus magasin, det kommer ud her i maj, så vi er sådan lige ved, vi skal aflevere det hele her efter påske, så vi er sådan ikke nået ret meget mere, men jeg forestiller mig da at til næste år, at så vil vi også komme meget mere ind på Thisted Kommune som klimakommune og historien bag ved klitlandskaberne, sådan nogle ting, så vi laver sådan lidt mere baggrund på. Men det er jo sådan nogle ting som der så udvikler sig her så meget de sidste par år, at vi arbejder mere og mere frem i mod det, i stedet for bare at fortælle at der er så og så mange restauranter og så og så mange campingpladser osv. det er for sådant ikke så interessant, de fleste har jo en forventning om, når de kommer til et sted, at de godt kan gå ud og spise. Vi skal brande os mere og få folk til at føle noget, at associere nogle ting når de sidder og læser nogle ting, frem for bare at konstatere; okay så kan vi så købe rundstykker hos bageren eller vi kan gå til købmanden hvis vi skal have en avis, jamen det forventer man i dag som en selvfølge, at infrastrukturen den er på plads. Altså det er helst ikke noget som der skulle komme som et chok for nogle.

I: Men hvad med campingpladsen, har I overvejet noget der?

J: Det er en meget gammel bygningsmasse der er dernede. Vi har først overtaget forpagtningen af den her sidste år, og det er så meningen at vi inden for en årrække skal købe den dernede af dem der ejer den og har haft den i mange år. Men det er da klart, når vi så skal til at lave nogle nye faciliteter dernede, og bygninger, så er det da noget vi skal tænke ind over, at vi måske skal have noget jordvarme på, eller noget solvarme og sådan nogle ting der, så det bliver så energibesparende som muligt, og så også lave et nummer ud af det, at her er der altså tænkt på de ting. For jeg tror meget at det er det vi i fremtiden også skal slå på, i sådant et område som vores. Det synes jeg, men det er sådan nogle ting der tager noget tid, koster penge så det skal komme sådant, man skal skynde sig langsomt.

I: Hvilken rolle føler I at den lokale turistforening spiller for jer?

J: Jamen altså, jeg har da en ide om at Thy Turistforening skal være med til at samle erhvervet og give noget input til den debat der gerne skulle være, og den udvikling der gerne skulle være i hele området om hvad vi gerne vil have, og hvordan vi får optimeret den omsætning der er på turismen i området, så det er de rigtigt folk vi tiltrækker, og det er de rigtigt oplevelser de får, så de har lyst til at komme igen, og måske vil anbefale. Og så har vi jo nogle markeds-mæssige, nogle helt konkrete ting, det er dem der producere ThyGuiden som bliver brugt, og der er stor opbaging om, og de tager med og repræsentere på nogle messer, hvor de repræsentere hele området, det er dem der sidder og vedligeholder de her GuideDanmark data der ligger inde ved DKs hjemmeside og Visit Nordjyllands hjemmeside, deres egen hjemmeside osv. Og de driver jo turist informationen ved Hurup og Hanstholm, og så den i Thisted og Vorupør også, så de er meget vigtigt spillere, både i forhold til at tiltrække, men også i forhold til at give en god service og en god information når gæsterne kommer til området, og så også i forhold til erhvervet. Altså jeg synes at det er en stor betydning, at man har en forening, Danmark er jo et forenings land, og man har foreninger omkring alt, og hvis man ikke skulle have en forening der varetager turisterhvervets interesser og turisternes interesser i sådant et område her.

I: Så I kan godt mærke her, at nogle turister der kommer her, er blevet påvirket af at have været inde på Visit Thy's hjemmeside?

J: Det er jo så svært lige at sige, men der er da ingen tvivl om at de har mange besøgende, der er mange der kommer ind den vej. Det tror jeg da på. Og også bruger, det kan vi jo høre ikke. Det gør vi også i stor stil selv, hvis der er nogle der kommer og skal specifikt have booket en færge billet eller spørge om et eller andet, så viser vi dem da pænt ned på turistkontoret fordi vi ikke er turistkontoret her i byen. Og det tror jeg da heller ikke at de andre udlejere har ønske om lige pludselig at skulle til at stå og servicere på den måde, så det er fint nok at man så siger; vi koncentrere os om at passe det af vores eller hvad man så siger, jamen så skal I på turistkontoret. Der får de jo den bedste service, der er alle brochurerne, der er det hele ikke.

I: Så I føler at turistforeningen virker udmærket som talerør for området?

J: Ja. Det er meget positivt. Der er lige kommet en ny turist chef her i december, så det er spændende at få ham i gang.

I: Hvilken rolle håber du at Visit Thy kommer til at spille for området i fremtiden?

J: Det skal gerne være det organ der samler turisterhvervet, og sørger for at præsentere området ud ad til, og så selvfølgelig at vejlede de gæster der kommer til området når de er her.

I: Hvis du så tænker hele nationalparken, hvordan ser du så fremtiden for området?

J: Jamen jeg tror da at turismen vil komme til at udvikle sig meget positivt i vores område, også fordi der er meget stor opbakning, som er noget ret nyt kan man sige, altså politikerne er meget interesseret i turisme, og erhvervslivet, byer og dem der bor på landet osv. det har fokus lige pludseligt. Man ved at det betyder noget, at de her mennesker kommer og ligger nogle penge. Det betyder noget for den lokale beskæftigelse, og det betyder noget for den lokale omsætning, og vi er et udkantsområde, det er det tyndest befolkede område i hele Danmark, det er Thisted Kommune, det ligger langt væk fra alting, fra motorvejen, fra lufthavnen og så videre. Så det har utrolig stor betydning. Og det at man bliver sat på landkortet, eller Europakortet på den måde, ved at man får den her nationalpark, det er ikke noget usædvanligt, det har lagt der altid, men det får lige pludseligt et navn, det bliver håndgribeligt, det kommer til at betyde utroligt meget. I forhold til opmærksomhed omkring vores område, jeg tror da også at det er noget af det der kan være med til at forlænge sæsonen, så at vi ikke bare har dem der kommer på sommerferie, badeferie der i juli august, men også at der kommer nogle uden for sæsonen for at plukke blåbær og svampe i efteråret eller hvad ved jeg. Tage på fuglekigger tur her i foråret, når der bliver ynglet og sådan nogle ting ikke. Plus der jo også er kommet en masse midler, nu går man i gang med at skal lave cykelsti hele vejen op langs Kystvejen, der er blevet bevilget som jeg har forstået det, bevilget 45 millioner til det. Men det vil i hvert fald være en god ting, for vi har alt for dårlige vilkår for cyklister heroppe i området, i forhold til andre steder. Vandreturisme og cykelferier det er meget in.

I: Tror du at området vil være åbent for input udefra?

J: Nej det tror jeg ikke, desværre er Thyboerne meget deres egne. Meget svære at få i tale, med mindre at det er sådan et eller andet der vokser op nedefra, og der er sådan en bred enighed om, det her det er en god ide. Der er nogle ildsjæle der skal trække det i gang. Så jeg tror ikke sådan umiddelbart, at man er ret åben for noget der kommer udefra. Desværre.

I: Tror du ikke at det har ændret sig lidt alligevel?

J: Jo det tror jeg da at det har, men den er der stadigvæk. Altså den går ikke helt væk. Men hvis man gør det rigtigt, så kunne det godt [føres/køres] igennem.



Appendix 3: Transcription of interview with FiskeCompagniet. 11.05.2009

I: Interviewer

F: Interviewede

I: Hvad synes du om den nye nationalpark?

F: Jamen, jeg synes da det er godt nok. Det synes jeg bare at det er dejligt. Det er rigtigt godt. Det trækker da mange turister.

I: Og det kan I mærke?

F: Nej, vi mærker det ikke rigtigt herude endnu. Det gør vi ikke, men det vil da nu nok komme. Det tror jeg da. Det er jo populært i forvejen (byen, Vorupør).

I: Er turismen vigtigt for området?

F: Ja for Vorupør, ja det er det. Altså, det er jo det vi lever af. Det er ikke fiskeri længere, det er turismen.

I: Hvordan tror du at det ville være, hvis ikke at der kom turister?

F: Hvis ingen folk der kom, jamen så blev det et øde sted, så blev det jo [Sahara]

I: Fordi, hvordan mærker I egentligt, der kommer jo også en del turister her?

F: Ja, der kommer mange her. Det er det vi lever af. Førhen kunne vi leve af fiskeri, det kan vi jo ikke mere.

I: Nej, der er vel ikke nogle tilbage?

F: Jo der er en, den holder snart op. Så er der jo så en der sejler med turister eller lystfiskere. Dem skulle vi jo bare have haft nogle flere af, så at vi kunne have holdt liv i det. Men det kan være at det kommer

I: Hvor får I jeres fisk fra?

F: Dem får vi fra Hanstholm, fiskeauktion

I: Ja, for der er jo mange der romantiserer når de kommer sådant et sted, og tror at det kommer lige ude fra havet bagved

F: Ja, men det gør det jo sådant set også, det er også det vi får, det er nyfangen det er det. Det er det man kalder dagfisk, det er jo sådan set også dagfisk, det der kommer ind her. [...] Det er jo ikke sådan som det var en gang, jeg kan huske den gang vi begyndte vores forretning her, så når, der havde vi jo kun åben i fiskervejr. Det vil så sige, når den første båd kom i land, så det meste af det fisk han havde, så [...] nyfanget, sådan er det jo altså ikke længere [...]. Fiskeri det er ikke et frit erhverv længere.

I: Hvad tror du at turisterne de forventer, når de kommer her, er det at de forventer at de får fiskene lige nede fra det lokale, eller?

F: Ja, det er det jo nok. Men jeg kan da huske, helt tilbage der for en 5-6 år siden, da stod vi jo herinde og sorterede fisk. Der stod der mange turister hernede om aftenen og så på det. Det gjorde der, der var fuld af folk inde, der var sommetider 100 der stod og så på. Så altså, det trak jo rigtigt mange folk, det gjorde det. Det bliver aldrig det samme. De ville jo gerne se hvad der skete med det fisk, og de følger jo meget med. Det er jo egentligt en skam at det forsvandt, men der skal jo også være økonomi i det, ellers så duer det jo slet ikke. [Jeg kan huske], det var nok i 87 [der var der 10 både herude].

I: De navne der hænger herinde, er det ikke fra gamle både?

F: Jo. Men der var jo, der hvor Nordsø akvariet den ligger nu, der var også et fiskerhus i gamle dage, og så var der en her, og så i 1957, der blev [den jo slået sammen med en forretning i hele huset], og der blev min far forretningsfører i, og der var 112 aktive fiskere herude, så det var en kæmpe stor arbejdsplads. Og så var der en savskærværk der hvor [hende Svanebo ligger] hvor man lavede fiskekasser, og så var der to bådebyggerier [...?]. Den min oldefar han havde, den er der museum i. [...] Vi må jo nok sige at det er turisterne der holder liv i Vorupør det er der ingen tvivl om, både med restauranter og hoteller og alverdens ting.

I: Så lige for at få det opridset, hvilke oplevelsestilbud føler du I har at tilbyde de turister som kommer her? Nu er det jo selvfølgelig frisk fanget fisk I sælger, men kan det passe at I har nogle tavler eller jeg så i hvert fald noget inde på jeres hjemmeside

F: Jamen det hænger lige rundt om hjørnet der. De billeder der, er det dem du mener. Ja det gør vi, det er jo sådan set en historie det hernede, det er det jo. Det har jo sådan set eksisteret siden i 1887 FiskeCompagniet. Men vi var ved at prøve på at få FiskeCompagniet og fiskeriforeningen det skal lægges sammen i en fond, sådan så vi har styring over det [du ved, hvis det lige pludseligt er sådan at det her det går i stå ... så er der nok mange der er interesseret i det] Derfor skal det lægges sammen i en fond, så det sådan set er byen der ejer det (for ikke at risikere at de gamle huse bliver fjernet eller bygget om). Det er det vi er ude på, så vi kan holde de forskellige ting i gang der er hernede. Sådan så vi kan bevare de bygninger der er hernede. Det vil jo være en skam, hvis der er nogen der kommer og bygger sommerhus, eller hvad de nu kalder det [...], det har vi jo haft meget tur om.

(snak om at førhen havde fiskecompagniet et samarbejde med en fra der havde en udstilling om området, med at man kom på en historisk gå-tur, og så endte i 'hans' lokaler, hvor de fik rødspætter fra fiskecompagniet til slut. Dette er dog ophørt da de nye kommuner blev dannet, da vedkommende kom fra Viborg kommune.)

I: Kunne I finde på at starte med det igen, hvis der var nogen der spurgte

F: Jamen det kunne vi da. Det kan godt lade sig gøre, det kan det da. Altså der er jo ingen lokaler til selve udstillingen, men man kunne jo godt lave nogle naturvandrings ture og så komme herhen og stå og filere en fisk for eksempel, eller flå en rødspætte. [...] Det vil de gerne prøve [...]. Bare når nu at det er sommer, så står der sommetider rigtig mange folk, der står der somme tiden en [10-12] stykker og ser på at jeg skærer fisk, det synes de at det er noget vældigt noget, også når fiskene de kommer, og de står og ser på det, de forskellige slags vi har, og så hummerne vi har her nede, dem vil de jo også gerne ind og se. [...] så vil de jo prøve at købe det, det synes de virkeligt at det er sjovt. Og så kan de jo se de bliver skåret ud, som den her den bliver nu.

I: Hvordan synes I så at de tilbud I har passer sammen med de tilbud der er i resten af byen?

F: Nej, jamen de går jo rundt til de forskellige forretninger hernede, det gør de.

I: Så I kan godt mærke, at der er en form for samhørighed?

F: Ja, det kan vi. Det kan man godt sige, så har de været inde i den forretning, og så kommer de herved. Jo det kan vi,

I: Så I har ikke rigtigt noget samarbejde med de andre aktører?

F: Nej, der er en handelsstadsforening herude det er sådan set det eneste. Det er jo så alle forretningerne der er samlet der.

I: Har der været noget samarbejde med Skov og Naturstyrelsen?

F: Nej, overhovedet ikke.

I: Hvad med den lokale turistforening, har I nogen kontakt til dem overhovedet?

F: Nej, ikke sådan specielt. Nu er den jo også inde i Thisted ikke.

I: Nu skulle det jo helst ikke betyde noget

F: Jo de vil jo nok helst at folk de skal være i Thisted.

I: Er I medlem?

F: Nej

I: Er der nogen grund til det, eller?

F: næ, det ved jeg såmænd ikke. Folk de kommer jo alligevel. [...] Men han har da været herude et par gange (den nye turist chef (22.18)), det var også noget med et turistblad, det tror jeg, nej det var til avisen, jeg kan ikke huske hvad det var for en avis, Berlingske Tidende, de var at tage billeder og alting. Der snakkede jeg lige med ham, det er sådan set det eneste jeg kender til ham.

I: Thisted Kommune har jo haft fokus på klima, og alternativ energi er det noget som I kunne tænkes at få ind i fremtidige tilbud?

F: Ja, vi har kun en og det er porten der (om at de ikke rigtig har behov for at få isolering osv.). Det er jo klart, vi tænker jo altid på naturen herude. Det er vi jo sådan set født op i, det er jo også det vi skal leve af. Nå ja, det kunne godt være at vi skulle isolere kølerummet, det

ved jeg ikke. Altså det er jo de ting der bruger strøm. Vinduer og sådan noget, vi fyrer jo ikke hernede. Jeg bryder mig ikke om de sparepærer. Jeg synes at de giver et dårligt lys.

I: Hvordan ser I fremtiden for nationalparken?

F: Jamen jeg håber da at vi kan bevare det fiskeri der er hernede, så at det også bliver en del af det. Jeg kunne godt forestille mig, at hvis den båd dernede den holder nu, at der så kom en anden turistbåd i stedet for, eller lystfiskerbåd, sådan at folk de kunne prøve at komme ud. Det er jo meget gammeldags det der er dernede

#### Appendix 4: Transcription of interview with Julie Glass Art. 15.04.2009

I: Interviewer

J: Interviewede

[Introduktion]

J: Det eneste der undrer mig, det er at man gør for lidt for de små kystbyer. Det er Thisted, det er Aalborg, det er alle de store byer, og det tror jeg nok at der er bred enighed om her. At os små, jamen vi er der, fint nok, men der er ikke ligesom nogen der gider at promovere os. Vi havde Nord-Vest Turisme på et tidspunkt, hvor jeg også var med i, det var kunst og kunsthåndværkere med i, den droppede man til fordel for restauranterne i stedet for, og nu promovere man restauranterne i Norge og de specielle ting, bare ikke os. Og jeg mener os små, vi er med til det der. Faktisk måske mere end de store (snakker om at bidrage til turisternes oplevelser) der er ikke noget som folk synes er mere spændende end at komme til en by, hvor der er en masse små forretninger, anderledes forretninger, spændende forretninger. Så siger de også til mig her; vi har svært ved at finde dig, og så siger jeg hvorfor har I det. Jamen du ligger jo ikke nede på hovedgaden, ja og hvorfor skal man ligge på hovedgaden. Jamen i Nr. Vorupør der ligger alle forretningerne på hovedgaden, så siger jeg vi er ikke Nr. Vorupør, vi er Klitmøller. Plus at vi har en masse spændende forretninger, der ligger væk fra. Og det ved at vi har det, det vil sige at folk de bruger vores område. De sidder ikke kun et sted, de bruger det hele. Jeg havde kunder inde i går, der havde altid holdet ferie ved Vestkysten, helt fra Esbjerg og så op til Skagen. Det var første gang at de havde været her i Klitmøller, og det var absolut ikke sidste gang. Det var det skønneste sted de nogensinde havde været. Men vi har jo også en fantastisk kystlinie, og vi promovere ikke os selv nok. Med nationalparken, de der er interesseret i nationalparken de skal nok komme, men man skal ligesom fortælle; jamen det er fint nok nationalparken den ligger der, den har altid ligget der, den hedder bare nationalpark lige nu. Og de mennesker der vil opleve naturen de er altid komme, og de vil blive ved med at komme. Vi trækker måske nogen til fordi det kommer til at hedde nationalpark, men det de glemmer, det er at fortælle det er at der er andet end nationalparken. Der er en masse oplevelser, hvis man bare ved hvor de er henne. Vores skov legeplads herude, er det 3 kilometer fra Klitmøller, den står ikke i nogen, jo inden for Skov og

Naturstyrelsen, men man glemmer ligesom at nævne den, i den fine nye turist vi har fået, ikk. Der står ikke, fordi det er en gratis oplevelse. Familien Danmark med mange børn, gratis oplevelser. Jeg har lavet et perlebord herinde, hvor børn kan sidde og lave deres egne smykker, fordi åh i en regnvejrs dag, hvor er det lækkert, sommetider så har jeg måske 8 mennesker siddende inde, og jeg har ikke plads til dem, men jeg lader dem gøre det ikke. Og så siger jeg; vil I ikke have perler med hjem i sommerhuset; ej, det er så hyggeligt at sidde her ved dig. Igen den der oplevelse, børn kan lave et armbånd til 3 kroner. Det er en næsten gratis oplevelse, ikke. De får lov til at lave perlerne lige nøjagtigt som de vil. Jeg har måske 100 forskellige slags perler. Og så hygger de sig med at kunne komme herud og se det, fordi jeg har kasser herude med perler også (i baglokalet). Sådan noget som det her, ikke.

I: Hvad synes du generet om den ny nationalpark?

J: Hvis jeg nu skal være helt ærlig, så var jeg fuldstændig ligeglad. Fordi den har altid været der. Den er hverken blevet bedre eller dårligere, jo, vi har fået lavet en god cykelsti måske, eller den er renoveret. Vi har altid haft en god cykelsti, og det der beplantning som er groet op på stien det er så blevet fjernet. Men vores område det har altid ligget her. Som jeg altid siger, jeg bor det smukkeste sted i hele verden, det har jeg altid gjort. Jeg har stranden på den ene side og skoven på den anden, klitheden, jeg har det hele. Jeg må nok sige, at jeg ikke går så meget op i det. Jeg synes at der er fint at der kommer flere turister til området. Jeg synes at det er fint at Danmark bliver promoveret, at vi har en nationalpark det synes jeg er kanon, som der var en der sagde; bare se hvad der skete i USA, da de fik Yellowstone Nationalpark; jeg sagde jaja, det her det er altså Danmark. Vi har ikke en Yellowstone Nationalpark vel. Så det, nej det har jeg ikke gået ret højt op i.

I: Er turismen vigtig for området? Og hvad det egentligt betyder for det her område?

J: Jamen, jeg vil så sige for byen her, selvfølgelig betyder turismen noget fordi ellers var der ikke nogen forretninger her. Før i tiden var det jo en meget driftig by. Klitmøller var virkelig en driftig by, og det var rigdom der kendetegnede Klitmøller i gamle dage. Skudefarten til Norge herfra og alle de der ting. Men i dag betyder det altså også meget, rigtigt meget. Hvis vi ikke havde turisterne, ja jeg vil næsten sige, at hvis vi ikke havde surferne så fik vi heller ikke turisterne, og det er så heller ikke helt rigtigt, men surferne de trækker utroligt meget.

Surferne giver ikke os penge i forretningslivet, måske købmanden, men surferne køber jo ikke ting. Men de hiver jo så andre turister med, der måske synes, hov, jamen vi skal da lige rundt og se hvad der ellers er i byen, der så måske køber noget. Surferne flytter hertil i stort tal, de får børn, byen den udvikler sig helt vildt meget fordi der kommer flere børn til, vi bevare vores skole, hvor Vorupør nedlægger skolen. Og det betyder utroligt meget. Der er ikke kun en ting, der er flere der gør at Klitmøller bliver bedre og bedre. Før i tiden var surferne forhadte, og de var heller ikke gode i gamle dage. Det var Tyskere og Østtyskere, de kom i de gamle folkevogns rugbrød, og de var nogle sviner i naturen, rent ud sagt. Og de tog ikke hensyn til noget eller nogen som helst. Men der er så sket en ændring nu. Surferne det er veluddannede folk i dag, fordi det er også dyrt at surfe. Det er højtuddannede læger, lærer og advokater, mange studerende også der kommer her i byen for at arbejde, hvor de så kan surfe samtidig også- Så surferne er positive ting for byen også, uanset om man vil indrømme det eller ej. [...] Og de gamle de har jo det der med, at Klitmøller det er jo som det er, og sådan har den altid været, så vi behøver ikke noget andet. Klitmøller i sig selv er en dejlig by, vi kunne bare godt bruge lidt mere liv. Når nu sæsonen den er ovre, så lukker Klitmøller jo ned. Der er købmanden, der er bageren og der er undertegnede tilbage. Vi har fået en forretning, den oppe på hjørnet der hedder Butikken, en tøjforretning. Hun har lukket mandag, tirsdag, onsdag, torsdag om vinteren og det er så også fint nok, men jeg kunne godt drømme om at lidt flere holdt åben hele året, også de andre forretninger, små kunsthåndværkere. Nu er vi så tre glasforretninger her i byen. Det sjove er, at da jeg lukkede op i Påsken i fire (2004), der var alting ved at dø i Klitmøller. Det er ikke fordi at jeg er kommet, men der var faktisk kun købmanden tilbage. Bageren var også lukket. Der var kun købmanden og mig en hel vinter faktisk. Fordi restauranterne lukker jo også ned, ikke. Pizzeriaet lukker også ned, og det forstår jeg så ikke. Det er så underligt fordi vi har turister her hele året. Vi har mange turister i Klitmøller hele året. Mange tager jo, fordi man har hørt om Klitmøller, tager sådan en vinterferie heroppe. Husene er meget billige, og hvis du elsker naturen, så er den der. Og så har man jo stadigvæk nationalparken lige uden for døren, der så måske også trækker. Men der har altid været mange mennesker her. Det eneste tidspunkt, vi kunne sige, at vi kunne slappe af og trække vejret, det var efter Nytår, ugen efter Nytår, og så indtil Vinterferien. På et tidspunkt så var det fra Efterårsferien og så indtil vinterferien, men den går længere og læn-



gere. Så min forretning, den eksistere også på turisterne om vinteren. Selvfølgelig har jeg også folk der har hørt om mig, der kommer kørende. Der er mange der kommer kørende efter, jamen både fra Århus og alle mulige andre steder fordi så er der nogen der laver en pigetur, og så kører de herop. Og det bliver også om vinteren. Så lejer de måske et sommerhus og holder en tuseweekend. Så der er mere og mere gang i Klitmøller, men jeg vil gerne have lidt flere sjove små forretninger (12.26.29)

I: Noget jeg lagde mærke til, I har jo de blå skilte bl.a. som står, og det tænkte jeg ved, er det noget byen er blevet enige om at lave, for ligesom at vise hvor de forskellige små butikker er eller

J: Tænker du på den derude ved indfaldsvejen

I: Ja, de blå skilte

J: Ja de blå skilte. Den store blå derude og de blå skilte. Nu er det jo så blevet Thisted Kommune, før var det jo Hanstholm Kommune, og Hanstholm Kommune gjorde egentligt meget for de små byer, altså det var kommunen der gjorde meget. De lavede en aftale med, jeg tror at det var handelsstadsforeningen, at man lavede noget ens skilt værk, i stedet for, så var der en orange, så var der en grøn, så var der en blå, så kunne man ikke finde ud af hvad der stod på skiltene alligevel, ikke også. [...] så blev man enige om at lave en skiltning, og det fik vi et stort tilskud til hvis vi ville have de blå skilte der. Så det er sådan set derfor at de blå skilte de er der. [...] så har vi så lige fået lavet en legeplads herovre, altså det er jo ment til byens børn, men alle er jo velkommen så turistbørn, jamen. Men vi har jo mange små. Fordi vi har Lystøberiet ned af [baunbang], vi har et nyt Surfhouse også. Kører de ned af Vester Møllevej, så er der Anne Mette, Homedecko og der er Åse, Fiskehuset med tøj, og vi har en damefrisør der ligger lidt nede, for at kan bruge hende, det er jo det vi sætter meget stor pris på at det hele bliver brugt. [...] Hende den sidste dernede, der står Glashuset, hun er lige lukket op her i Påsken, så hun er først lige startet nu. Så hun ved jo slet ikke hvad det er hun går ind til. Det finder hun ud af. Hun har det så lige så meget som hobby, men stadigvæk. Hvis hun skal holde sin forretning kørende med glas, og det er jo sådan noget, det tager 35 timer i ovnen. Og det gør hver brænding, og du skal have minimum 2 brændinger. Det er virkelig fuldtidsarbejde, det er det i hvert fald for mig, men nu har jeg selvfølgelig også en stor forretning. Jeg har

to ovne og de er begge to i gang hele tiden, samtidig med at jeg så prøver at lave lidt smykker og sælger, det er sådan noget jeg slapper af med, og jeg maler også. [...] Nu er jeg jo næsten sådan at fortælle folk et og andet ikke også, der er mange der kommer ind og siger; tak for historien, det var rigtig hyggeligt at høre lidt om byen. Når man ser Klitmøller, så har vi kun én fast landforbindelse, ellers så har man jo vand på 3 sider. Så vi har vand og du har refleksionerne fra vandet, jeg vil sammenligne det med Skagen, vi har ligeså meget lys og ligeså meget refleksion som Skagen har. [...] Det er der at vi mangler at få Klitmøller promoveret lidt mere. (snak om helårsåbent) Den eneste dag jeg har lukket det er Mandag, og det har jeg hele året. Ellers kører jeg ned. Det vil så sige, at anden påskedag, der holder jeg ikke fri, fordi det er en af de dage som jeg ved af erfaring, folk skal hjem; vi var lige hen og se et eller andet vi skal lige se om hun har åben, vi skal lige have med hjem. Fordi mange gange kommer folk og kigger og siger tak for synet, og det er fint nok. Men engang imellem så er der lige noget der skal bundfælde sig. Tyskerne er for eksempel inde og kigge tre gange minimum inden de køber. De køber aldrig impuls, det er meget sjældent i hvert fald. Det er virkelig velovervejet det de køber. Og jeg lægger meget stor vægt i at kunne huske mine kunder, også tyske kunder. Altså folk der har været her en gang kan jeg som regel huske. [...] (om tyskeres holdning til at komme) Det er så lækkert at komme her, fordi Danskerne er ikke stressede, de er altid smilende, de er altid venlige hvis vi spørger dem om noget. Og det er jo rart at høre. Fordi det gør at de kommer tilbage igen. Men det er jo som vi siger, de små byer herude ved kysten. [...] Kunne man måske promovere at Klitmøller er gammel skudehavn, de store skonerter de lå jo ud for revet derude, hvor de små sejlskibe sejlede smør og sådan noget derud til, og de så sejlede til Norge. Hvor mange både var det nu at Leif sagde at der var derned, der var godt nok mange, altså også rigtige kuttere. Fortæl lige, jamen lav noget om byen: Bellis den ligger dernede, det er den sidste båd der er bygget på vores bådebyggeri. Og den var ved at blive hugget op indtil der var nogen der kom i tanke om, det var godt nok dårligt. Så derfor blev der lavet en forening der hed Bellis' venner, der så fik båden hjem, fik den renoveret og nu står den nede på stranden. Jeg ved godt at der står noget dernede, men altså et eller andet sted lav en præsentation af Klitmøller. Man kan jo gå tilbage til det 16 århundrede hvor der var nogen der blev hængt for sørøveri, fordi de tændte falske nødblus på stranden ikke. Der er så meget historie, så man tror at det er løgn. Det er der selvfølgelig ved alle

kystbyerne, ikke, men nu relatere jeg jo til Klitmøller. Vi har ovre i skoven herovre, når du kører mod Vorupør, den første vej ind til venstre. Der er en sti, der har vi Bjerget som vi kalder det, det er der heller ingen der ved. Og der er så borde og bænke oppe, så kan man sidde og skue ud over det hele og drikke sin kaffe. Der er nogen der siger at jeg er et omvandrede leksikon, men det er fordi jeg slår lyttelapperne ud, og hører efter hvad jeg får fortalt af andre der siger hvad de har oplevet, og så fortæller jeg det videre. Men der skal mere til, folk kan godt lide at få noget at læse på. De kan godt li at få en folder, i hvert fald turisterne. Hvor der står, hvad er der egentligt omkring Klitmøller, hvad er der af gamle ting omkring byen. Hvor er det lige at vi kan tage hen. Nu har jeg så fra [Litlelemuh] vores rideskole, hvor vi har en ponyrideskole ved siden af også, jamen det er der mange der ikke ved noget om. Altså samle sådan nogle ting i en bog. Vi har så, jeg vil så sige, Bent, vores sommerhusudlejer her nede, han er kanon. Han har jo gjort det, uden beregning, at han har taget os alle sammen på kortet. Han har omme bag i sin folder, der har han et kort over Klitmøller, og der har han simpelthen sat prikker og nummer, for der er alle forretninger ude i siden. Det synes jeg er kanon. og det skal han ikke have noget for. Jeg kunne komme med nede ved Hillegård, for han har også lavet sådan en ny en, men det skulle man give x antal tusinde for. Så siger jeg; glem det. Men det Bent han gør der, der skulle vi lige gå videre og sige, lad os lige få lavet en bog eller folder eller et hæfte, hvor vi har alle de andre ting, gamle ting, ting man kan opleve. Fordi han har for eksempel ikke Bjerget derude med det der på. Altså sådan nogle gratis ting. Legepladsen derude ved Vester Vandet sø. Jeg ved godt at Skov og Naturstyrelsen har dem, men hvem går ind og kigger der. Helt ærligt, der er mange af mine turister, jeg siger at jamen I kan se det der inde på nettet ved Skov og Naturstyrelsen, det siger jeg til Danskere bl.a.; nå men hvor skulle vi vide det fra

I: Hvad tror du at folk de forventer når de kommer her? Når nu de kommer til området, hvis ikke rigtigt at de kender til det?

J: Naturen. Freden. Roen. Det hele. Det er det jeg sådan set hører. Nu havde jeg en turist i går, fra Sønderjylland, der har været næsten over det hele ved Vesterhavet, men det her det slog det hele. Det var så fantastisk. Det er jo rigtigt. Tag ud til Sibirien, som vi kalder det derude. Det er ude bag ved Nystrup Camping. Alle de der gamle bunkers der ligger derude, der er grafitimalet, det gør at nogen synes at det er forfærdeligt, men det er så flot. De unge

mennesker de er jo kanon dygtige til at lave sådan noget. Så ved jeg godt at det ikke hører naturen til, men de der bunkers de er så grimme og så kedelige så det er helt uhyggeligt ikke. Og altså de bunkers de ligger og skæmmer, jeg ved godt at det er fra tiden af, og det er fra tysker tiden og alt det der, men ja. Nogen surfer derude også. Og så tager du kystlinjen og går hele vejen ind til byen her. Det er jo en kæmpe oplevelse. Flere af mine kunder, de tager simpelthen den tur hver dag, somme tider to gange om dagen, af turisterne. Fordi jamen hver gang man går langs den kystlinje, siger de, så har den ændret sig. Så er der nogen der har sagt også, jamen det her det er ikke rigtig strand, så siger jeg nå for søren, nej fordi, oppe i Blokhus og Lykken og deroppe, der kan man køre på stranden. Så siger jeg; og det er ingen strand. Jamen det er så rart at man kan køre helt ned på stranden, og sætte bilen og man kan pakke sin bil ud. Så siger jeg; ved I hvad, I forpester hele luften, og alle de andre med alle de biler. Og for mig skulle det forbydes. Ganske enkelt skulle det forbydes at køre på stranden. Det ødelægger da fuldstændig vandvittigt, og derfor siger jeg også, at jeg er glad for at vi har en kystlinje hvor man ikke kan køre på stranden; Jamen det er jo ikke andet end sten, så siger jeg; så gå ind i bugten. Her er den skønneste badestrand, hvis du bare går lidt ind i bugten. Ren fin strand og uden sten. Så det kan man altså også finde her. [...] Altså selvfølgelig, Klitmøller skal aldrig være Vorupør. Nu har jeg en god veninde der har glasforetning i Vorupør også, og vi kører lidt på hinanden fordi jeg siger; det er jo tivoli den dernede, det er ikke andet en tivoloiland.

I: For lige at få det ridset op, hvad er det så at du føler at du kan tilbyde kunderne, når nu at de kommer ind her af oplevelser? Du har jo nævnt lidt bl.a. det til børnene, og det at lyset i sig selv skaber et sceneri uden lige.

J: ja. Jamen det gør det jo. Og der er mange der kommer ind og siger; vi skal ikke have noget, men vi var bare nød til at gå ind og kigge fordi det så, så spændende ud udefra. Og nogen de ændrer mening efterhånden som de går rundt og kigger, og andre de holder fast ved at de skulle ikke have noget. Og sådan er det bare. Jeg plejer altid at sige; at alle er velkommen uanset om de køber noget eller ej, og jeg er altid go for en snak hvis det er det man har lyst til. Vel at mærke hvis der er tid. Så, jeg tilbyder dem jo venlighed, kom igen selv om I ikke køber noget, og I kan, som jeg plejer at sige til folk hvis de bare vil ind og kigger; Jamen jeg lukker ikke før klokken 6 så I må meget gerne gå her til klokken 6 hvis det er det I har lyst til. Alt-

så venlighed det betyder utroligt meget. Altså det er nok egentligt det jeg synes er det aller-vigtigste. Det at man føler sig godt tilpas, at man føler sig velkommen. Det er nok en af de ting som jeg synes er meget vigtigt at man tilbyder folk. Altså så kan man så promovere sin vare bagefter og prøve på at sælge noget, men folk skal føle sig velkommen. Og det er uanset om de kommer ind i forretningen eller vi møder dem ude ved vandet eller sådan noget. [...] Altså jeg har Tyskere som startede her da jeg lukkede op i 4 (2004), og de kommer to tre gange om året og handler med mig. [...] Hver gang de kommer så har jeg lavet nyheder, altså, det er nok en af mine stærke sider, det er jeg har en fantasi der siger spar to, så jeg laver nyt hele tiden, og det er det at folk de synes er sjovt at komme herind. Som man ikke gør i alle andre forretninger, der kan man godt komme et halvt år efter, så er det det samme der står på hylderne, der er ikke sket noget nyt. Og det er der altid her hos mig. Og det er også en af de ting jeg kan tilbyde folk, en oplevelse af nyheder også, i glas i det hele taget og vil de spørge om noget, så svarer jeg dem. Og det samme som med børnene der får lov at lave armbånd og halskæder, som jeg siger til dem, hvis jeg har tid skal jeg nok hjælpe jer hvis I har nogle problemer, men hvis jeg har kunder i forretningen så må I passe jer selv

I: Vi har jo været lidt inde omkring de andre private aktører, og det virker til at du synes at det passer så nogenlunde med det du har og det de har.

J: Ja. Præcist. [Etna] hernede hun er pensionist, og hun kom 1½ år efter mig, hun har boet i Fjerritslev i mange år, men hun er født og opvokset i Klitmøller, så hun ville hjem. Og hun køber glassene færdig, og maler på bagsiden af dem. Så det er en helt anden genre, end det jeg laver jo. Jeg maler også på noget af det, noget nær samme måde som hun gør, men jeg laver bare selv tingene først. Jeg laver det hele for bunden af. Der er så forskellen på hende og mig. Og Birthe dernede som lige er startet op, hun arbejder kun i det jeg vil kalde færdig-glas, det vil sige, hun arbejder kun i farvet glas. Der er faktisk meget stor forskel. Hvor jeg kun arbejder i klar glas, og laver mine egne motiver og mine egne farver. Og jeg kommer sommetider op at hænge, når jeg siger; ej færdigglas det er da så nemt, du skærer bare en trekant og en firekant, så smelter du dem sammen så har du et skib. [...] jeg er gammel porcelæns-maler, så det her med at skabe mine egne former og mønstre, det synes jeg er sjovt. Fordi jeg kan lave nogle helt specielle ting andre ikke kan lave. Også fordi jeg selvfølgelig har udviklet mig gennem årene, en masse ting som jeg ikke fortæller til andre. [...] men som jeg siger,

vi er ikke konkurrenter, der er nogen som kommer og siger; ej nu er der kommet en mere, nu har du konkurrence igen, nej siger jeg. Men problemet er så også bare, mange tror herude ved kysten, at man kan bare holde forretningen åben i sommermånederne, så lukker man igen og så kan man leve af det. Det er muligt at man kan det oppe i Blokhus og andre steder det ved jeg ikke, men her kan man ikke. Det er benhårdt arbejde at være selvstændig, uanset om man vil indrømme det eller ej. Det er døgnets 24 timer du er på.

I: Synes du så at I har et godt netværk her i byen?

J: Det synes jeg nok. Altså nu Birthe hun kom herop til mig, lige efter at hun var åbnet, jeg har desværre ikke nået at komme ned til hende for ellers gør jeg normalt det at når der kommer en ny forretning kommer jeg normalt med en lille dusk, for at vedkommende skal føle sig velkommen. Det synes jeg er sådan en god skik.

I: Har der været noget samarbejde med Skov og Naturstyrelsen?

J: Jeg har ikke haft nogen henvendelse i hvert fald. Der har været lidt nede i redningshuset da det startede op, omkring, hvis vi fik nationalparker, og Ditte hun var ude (Ditte Svensen). Men ellers nej. [...] man kunne for eksempel lavet et eller andet, hvor man så siger at så holder vi åbent hus, eller gør et eller andet i den retning.

I: Har du overvejet at lave nye ting, hvor du har oplevelsen for kunden i fokus? Så som at lave en planche/tekst hvor kunden kan få indsigt i hvordan processen er med dit glasforarbejdning?

J: Det har vi også snakket om. Jeg havde det en gang for mange år siden. Da jeg startede med at håndmale, der havde jeg en hel beskrivelse af mine ting også, men jeg har aldrig nået til at gøre det. Det er det der med lige at få det gjort, jeg har heller ingen hjemmeside, fordi jeg gider ikke at mine ideer de bliver stjålet.

I: Har du andre ideer til udvikling af oplevelsestilbud, for eksempel at kombinere glasset og naturen? Eller hører det ind under den konstante udvikling af ideer?

J: Ja, det gør det faktisk. 75% af mine ting er med træ. Mit store segl står på et træ, så jo det bruger jeg rigtig meget.

I: Thisted Kommune har jo haft meget fokus på klima, og alternativ energiformer, er det noget som I enten har taget til jer eller kunne forestille dig at I ville tage til jer?

J: Nej det har jeg egentligt ikke, men det vi sådan set snakker om, fordi fjernvarme det har vi herude, det vi snakker om det er at få enten solfangere op, den sidste nye der er kommet det er også en solfangeranlæg, der kører på meget lidt strøm, og jeg ved, at min gemal har banket mange af sommerhusejerne oven i hovedet og sagt at de skulle få det, men længere er jeg sådan set ikke nået.

I: Hvilken rolle har den lokale turistforening spillet for jer?

J: Ikke en dyt. På nuværende tidspunkt er de begyndt at oppe sig lidt. Klitmøller har ingen gang været med på deres kort, der var ikke noget, der var ingen gang en prik. Der var Vorupør og så var der Hanstholm.

(Efterfølgende transskription er taget fra anden optagelse samme dag)

J: Min gemal har endda ringet til dem, og skældt dem ud og sagt; vi melder os ikke ind i turistforeningen, for Klitmøller er ingen gang på kortet. Ja, det er det kommet nu. Hvordan i alverden kan I finde på at lave sådan en folder, uden at Klitmøller er på kortet. Jo det kan godt være at der ikke var, jo Conrad (cafe) de støttede dem og så var der en mere, der var 2 her fra byen der var med. Vi var ikke med [...] jo Stenbjerg de var med det mener jeg. Man var sprunget let og elegant hen over Klitmøller. Og jeg er så med i det nu, men det var kun fordi at min nabo herinde, det er Nord film, så siger han til mig, ved du hvad, vi er nødt til at lave en film med dig; nej siger jeg du skal ikke lave nogen film; vi laver en film med dig, og så har jeg et par stykker mere der skal med, Nordsøakvariet er med, Bunkersmuseet er med, Anne Mette er med, og så vil han have flere med. Og så sætter vi den op, de steder der er med, og så går jeg til turistinformationerne, og får den op der også. Men de ville ikke modtage den, hvis vi ikke alle sammen var medlem af turistforeningen. Så derfor blev jeg meldt ind for to år siden, ellers var jeg ikke blevet meldt ind. Men jeg må så nok sige nu er de begyndt at gøre noget, og de er kommet med en[?] jeg ved ikke om du har set den (snakker om den avis/blad der er kommet fra Visit Thy) Og jeg ville jo så ikke være med i den her, for jeg var stadigvæk møg sur på dem, og så siger hun; jamen jeg har et godt tilbud, fordi Klitmøller

kommer med nu og det bliver meget billigere. Så siger jeg, jamen det er slet ikke det [...] jeg vil ikke med nu, men alligevel, det sjove af det hele er jo så går jeg jo ind og kigger , en eller anden sted, så har de alligevel gjort et eller andet. Jeg har ikke opdaget at de har taget det billede, det er jo noget af de første træer jeg lavede, og sat i (viser mig et billede i turist bla- det). Så de har alligevel, måske fordi, vi har virkelig været oppe og køre omkring det, og jeg har virkelig skældt ud når de har været herude. Fordi jeg sagde, det der med at i promovere alle de andre, Klitmøller, det er lige som om vi er sådan et udsted, altså vi ikke duer. Jeg er med i den nu, altså med navn nævnelse og sådan noget men jeg har ikke taget noget billede, det vil jeg ikke betale for. Den måde I har behandlet Klitmøller på der gider jeg simpelthen ikke være med i den der. Så har de så åbenbart lige[...] (taget billedet med). Jeg ved ikke en- gang lige hvornår de har taget den, altså det har de jo nok i forbindelse med et eller andet. Men nu, jeg har været med til generalforsamling, nu føler jeg altså at de begynder at gøre lidt.

I: Nu er der jo så også kommet ny chef

J: Det er jo også det. (om Ulla, som var konstitueret før der kom en ny chef). Hun har altså også gjort en hel masse, det må jeg nok sige. Hun var virkelig opsøgende så det gjorde noget, det må jeg nok sige. Den anden chef var ikke opsøgende, jeg har overhovedet ikke set den anden chef. Men Ulla var virkelig opsøgende. Så der kunne vi godt mærke at der skete noget, men stadigvæk, og jeg tror også at det er Ulla der har fået det arrangeret, at Klitmøller er kommet med på landkortet. Altså jeg fatter det ikke, den der folder de havde før, der var ik- ke noget Klitmøller.

I: Turistforeningen skulle jo gerne fungere som et talerør for området [...]

J: Og det har den ikke gjort. Vi har ligesom været et plejebarn, eller et stedbarn her i byen, simpelthen. Nu er vi så kommet med, ikke også, men jeg kan da se at der heller ikke er ret mange af forretningerne der er gået med endnu, i de store brochurer, og det har noget med at gøre, jamen hvor længe bliver vi ved med at blive omtalt

I: [...] (til at man skal være medlem af turistforeningen)



J: Det skal man, ellers er du overhovedet ikke med. Og et eller andet sted kan jeg ikke rigtig forstå det. Et er at du skal betale for en stor annonce, det synes jeg også, selvfølgelig skal du det. Men det kan ikke være rigtigt at du skal være medlem og betale, jeg ved ikke om det er en små 200 om året, for lige at få sådan en lille en heromme (viser adresser som står bag i hæftet). Det kunne jo godt være hvis man fik sådan en lille en heromme og den ikke kostede noget, at man så siger; ah det kunne da være lidt sjovt, at få sådan en annonce i for eksempel, og betale for det. Og jeg er kun medlem fordi [...]

I: På grund af den film der

J: yes. Fordi stadigvæk, jeg ved jo godt at Klitmøller er med nu på grund af surferne. Det er også kun på grund af surferne at de promovere Klitmøller så meget. Ellers havde de nok været ligeglade igen. Fordi surferne er jo attraktiv for hele Thy. [...] og det står der også på min film, at jeg bor midt i Klitmøller, surfernes paradys, oversat til tysk også. Og den er så god, jeg ved ikke hvor meget den er tændt, men i Hurup og i Thisted og Hanstholm er den. Hanstholm har ikke ret meget åbent, så det hjælper ikke noget. Hver gang du kommer ind forbi, så er der mørkt inde i butikken, men om den åbner så mere op nu her, det håber jeg da at den gør.

I: Hvad håber du at turistforeningen ville kunne betyde for området i fremtiden?

J: (at de skulle tage flere ting med fra Klitmøller både i hæftet, men også på deres hjemmeside) Men lav lige en lille side med hver by (taler om hæfte og hjemmeside). (har ikke navn ved billedet af hendes glaskunst, da hun ikke vil betale for det).

I: men hvad med her i byen?

J: jamen men kunne måske annoncere med måske 2 timer om dagen, hvor man havde et eller andet information, hvor der var en person. For de sidder jo inde på bureauerne alle sammen, hvad med lige at komme ud i marken og sige, her er turistforeningen. Vi sidder med nogle foldere og brochure bl.a. Annoncer med det, i Klitmøller der er vi fra 10-12, i Vorupør der er jeg fra 12-14 (det vil sagtens kunne kobles med skov og naturstyrelsen/info om nationalpark Thy) Man kunne også sige at man kunne bygge et lille hus ude ved vejen, men det synes jeg ville være lidt dumt. Det er bedre at lave det inde i byerne, hvor man kunne lige-

som reklamere med nationalparken samtidig med at man havde noget information omkring byerne omkring, fordi det skal jo være samlet. Men der behøves ikke ret meget. Jeg vil garantere for, at hvis de sagde til Rasmus, eller en eller anden de andre steder; må vi sidde her i to timer, jamen selvfølgelig må I det. Eller nede ved vandet.

I: Så vil jeg bare høre, hvordan ser du fremtiden for nationalparken? Og for hele området som sådan?

J: Jeg ved godt at turisterne de kommer, men det kan ikke nytte noget at vi bare sover på [lauerbærene], vi er nødt til at promovere os, for at få endnu flere folk. Fordi området er vidunderligt. Og jeg vil gerne have at vi promovere os, specielt her om vinteren. Få nogle flere mennesker hertil om vinteren, fordi den natur derude den er ved gud ligeså skøn om vinteren som den er om sommeren. Klæder du dig godt på og går en tur ud i klitheden eller ud i skoven, eller langs vandet, det er vidunderligt. Så det er nok det jeg vil sige at man skal gøre. Lav noget mere annonce kampagne om noget der er heroppe om vinteren. Der er pragtfulde sommerhuse, der er billige også. (herefter bliver der talt om at der ikke er en selvstændig handelsforening i Klitmøller, da mange mener at Klitmøller er for lille til den slags, her er Julie så uenig. Dernæst falder snakken på alder (26.01), da der er mange pensionister som har en lille forretning som de går og hygger med. Dette vil blive et problem fremover, hvis der ikke kommer en ny generation til at tage over i Klitmøller...) Altså jeg vil gerne have at Klitmøller bliver, vi får nogle små listige forretninger. Det skal ikke være et tivoliland, men nogle små sjove forretninger. Og det kan da godt ske at de ikke vil kunne leve hele året, men i hvert fald fra Påske til Efterårsferien. Vi skal have en multi-hal hvor alle kan komme, det bliver også en sammenkædning af hele byen.

Appendix 5: Transcription of interview at Vorupør Candles. 14.04.2009

I: Interviewer

T: Interviewede

T: Altså det jeg kan sige dig, det er at jeg er selvfølgelig glad for at der er blevet en nationalpark, og det er jeg jo glad for fordi jeg har en butik i området, [jeg er jo kun] interesseret i at der kommer så mange mennesker ved også at de får så god oplevelse ud af det så muligt. Og jeg synes at vi har en utrolig smuk natur her. Det vil jo nok gøre at nogle kommer igen og igen.

I: Så du er glad for at der er kommet en nationalpark?

T: Ja, bestemt. Og så vil jeg da også selv gå en tur derude, hvis jeg nogensinde får tid til det. Men bortset fra det, så var naturen der jo før, der er jo ikke lavet om på noget, så det er jo ikke for at man skal blive fuldstændig euforisk over det. Men bare det, ja nu hedder det en nationalpark, og det er jo fedt, fordi så hedder det jo noget, og så er det noget, og det går derfra og det går dertil; åh vi er i nationalparken, fint med det, men bortset fra det, så er det ikke noget som jeg er sådan helt euforisk over for, fordi naturen den var der jo også før. Det er sådan hvad jeg mener om nationalparken.

I: Synes du at turismen er vigtig her for byen

T: Ja da, det er da det vi lever af

I: Hvad tror du der ville ske hvis ikke der var turisme

T: Jamen så kunne vi lige så godt bare, hvis ikke der var turisme. Altså skal det være en by, skal det være med turister.

I: Hvad tror du at turisten forventer, når de kommer her, hvis det er at de ikke har kendskab, hvad tror du at de forventer?

T: De forventer, eller de kommer for naturens skyld her. De kommer ikke for at gå på diskotek og på gå på værtshus, og så forventer de at butikkerne og de lokale opføre sig ganske normalt lige som de plejer at gøre.

I: Hvilke oplevelses tilbud føler du så at du kan give turisten? Nu kan jeg jo se, at du har en ret god blanding hvor de kan få lov til selv at blive involveret (hun har så man selv kan lave lys).

T: Altså jeg vil gerne give dem oplevelser, og så de føler sig godt behandlet, og når de kommer ud af døren har de så nogle ting med som jeg har fået solgt til dem. Så kan jeg jo også leve, og så er det fint. Altså jeg lever jo af det, det er jo en butik, jeg skal jo leve af det. Altså hvis ikke jeg kunne tjene penge på det, så ville jeg jo ikke gøre det. Det kan man jo lige så godt være ærlig og sige.

I: Hvordan synes du at jeres tilbud passer sammen med de andre aktørers tilbud? Kan du mærke at der ligesom er et netværk, at når de kommer her, at de så skal videre til en af de andre? Eller at du for eksempel guider dem, hvis de spørger efter noget?

T: Ja, det vil jeg da meget gerne gøre, og hvis det er noget jeg ikke har forstand på, så henviser jeg til turistkontoret.

I: Har der været noget samarbejde med Skov og Naturstyrelsen?

T: Nej

I: Har der været nogle ideer om at videreudvikle nogle af de nuværende tilbud eller at udvikle nye oplevelsestilbud til de besøgende?

T: Altså det har man nok altid lidt i hovedet, når man har en butik i et turistområde, og det er noget jeg holder for mig selv.

I: Thisted Kommune de har fokus på klima og miljø, er det noget som du kunne se som et potentiale at tænke ind i for eksempel reklame fremover? Altså at få den grønne miljø venlig energi ind over på en eller anden måde?

T: Hvis det var muligt ja,

I: Har I planer om at lave noget med huset [...]

T: Nej

I: Hvilken rolle har den lokale turistforening Visit Thy spillet for jer førhen? Har I kunne mærke at de har været der?

T: Til dels

I: Hvordan føler du så at den er nu?

T: Det har jeg ikke oplevet at det har ændret sig i hvert fald.

I: Så hvad håber du at de i fremtiden vil komme til at betyde for området?

T: Det har jeg ikke nogle svar på.

I: At de måske kunne være med til at skabe mere fokus på området [...]

T: Det vil vi jo altid gerne

Appendix 6: Transcription of interview at Hotel Klitheden. 06.04.2009

I: Interviewer

S: Interviewe

I: Hvad synes du om den nye nationalpark? Hvad du synes om processen bag, og tanken om at få en nationalpark?

S: Super ide. Jeg har gæster som er kommet og har spurgt efter; vi vil gerne herop nu. Altså det var sidste år, fordi de havde jo hørt at den skulle komme; men vi vil gerne op at se inden at det bliver ødelagt. Så det var sådan set en negativ ting. De vil jo gerne op og se hvordan og hvorledes, for er jo det samme når der skal laves nogle ting, jamen så skal der laves nogle veje, og så skal der laves nogle stier. Der skal være nogle veje, hvis der sker en skade, hvad så? Der er jo mange ting der skal laves, men det bliver jo lavet i naturens ånd. Sikkerheden den er også vigtig, men altså nationalparken, det er super. Det vil være lækkert når vi får lavet indgangsportalen her i Vorupør. Det var en provokation. Det har været på tale at den skulle have været i Vorupør. Jeg ved ikke om den bliver det. I Vorupør, der vil vi have lavet en stor svømmehal i naturens ånd, med en stor fiskekutter derinde og ovre i siderne skal der være sand, men der skal være sådan at bedsteforældrene de kan tage børnene med derned, så der også er noget for bedsteforældrene, det skal ikke bare være et betonflise gulv og sådan noget. Det skulle vi gerne have bygget i løbet af nogle år. Der er også samlet en hel del penge hjem til det men ikke nok endnu. Det er lokale der samler sammen. Jeg tror at der er samlet 2 millioner ind til det. Det er lokalt initiativ det hele. Kommunen er selvfølgelig med i det. Men det var meningen at vi ville have lavet sådan en stor naturcenter dernede, så at der var mange andre ting. Man kunne jo komme noget ind i det fra nationalparken, men det siger man nej tak til.

(Efterfølgende transskription, er taget fra den anden optagelse fra Klitheden, -samme dag)

S: Men det deroppe det forsøger vi i hvert fald på at lave, og der er jo mange andre tiltag som skal laves her i byen. Men relatere til nationalparken, det ved jeg så ikke lige, om, man kan sige at det er. Selvfølgelig stadigvæk, det er også turisme. Nu med bådene dernede, det er jo den store ting her, men det er jo sådan set heller ikke noget med nationalparken at gø-

re. Hvad kan man sige med nationalparken, jeg har med at gøre. Jamen jeg synes jo at det er spændende og der kommer masse på cykeltur her, og de drøner jo også ned i nationalparken. Der kommer en hel del vandrer hened også, som arrangerer ture rundt her. Jeg har noget der hedder snail-rail. Og hun arrangerer nogle ture, og de plejer at komme en gang eller to om året, så bor de her og så får de noget at spise og de får madpakker med og det ene og det andet. Og der er tit folk der får madpakker med. Jeg har det endda også på menu kortet, hvor folk kan gå ind og sige; vi vil gerne have det på den og den måde.

I: Er turisme vigtig for området?

S: Det er et super salgskort, det er jeg helt sikker på. Jeg havde tænkt på at lave nogle små annoncer, fordi hvordan skal man markedsføre ting og steder, og i stedet for at lave en kæmpe stor annonce, så lave nogle mindre nogen og så måske sætte i lokalavis, måske 20 i området. Hvis jeg for eksempel i Nordjyske Avis sætter sådan nogle små nogle i hvor der står naturferie 3 dage, og så bare hjemmesiden på. Ikke andet. Måske telefonnummer ... og der kan man så i den pakke have noget der sker ved stranden, noget der sker ude i klitheden, i parken. Det er den som jeg sådan set har tænkt, at jeg vil koble på. ... det skal være naturferie, i stedet for at kalde det en fiskeferie. Det er der også mange der gør, der er så mange mennesker der bruger uanede penge på fiskeri. Men jeg tror den der naturferie, naturoplevelse.

I: Hvordan tror du at det ville være hvis ikke turismen var her i byen? Hvordan tror du at byen ville have udviklet sig så?

S: Så havde den slet ikke været her. Så havde det været en lille bitte by, ude ved havet. Det har jo været en lille by. For for mange år siden der var det små øer, det var Wårup, Wårupøer, så var der nogle familier der gik sammen om at flytte det hele sammen.

(om snak om enighed i byen)

I: Er det blevet bedre med årene?

S: ja, jeg har bare haft lidt svært ved at komme til alle møderne. og hvorfor det, da jeg sad i bestyrelsen ved erhvervsforeningen, så sidder vi 7 personer, de 6 personer de er håndværke-

re og har butikker og sådan noget. Og de åbner for kl 7 til 16-17 stykker, og jeg åbner først senere på dagen. Så hver gang at vi skulle til møde; Stig du skal bare lige få en ind, hvorfor kommer du ikke i aften? Jamen jeg kan jo ikke sætte folk på hele tiden. Så jeg foreslog, at når der er 7 aftner, så de 6 gange, der er det møder hen på aftenen, men den ene gang der må jeg også vælge at det er klokken 10 om formiddagen; ja det kan jeg ikke for der har jeg min butik; hvad er forskellen, der er jo ingen forskel. Det var upopulært. Så derfor lukker det jo lidt ned her, på den måde. Men jeg synes at der er mange der ser meget positivt på tingene.

I: Hvad tror du at turisterne forventer, inden at de kommer her? Hvad føler du at deres forventninger er, både til hotellet men også til området?

S: Der er vandrere der kommer, de vil gerne ud at gå i området osv. (fortæller at så går de ind på hans hjemmeside). Så det er meget få der ikke har fået opfyldt deres forventninger.

I: Hvilke oplevelsestilbud har I?

S: der er en cykel, fiske eller vandre ophold, hvor de kan få aftensmad, bare en ret, så er der overnatning og madpakke, der er selvfølgelig morgenmad også. Eller dem der spiller golf i området, der er jo en golfklub lige udenfor os, de kan få en halvpension de kan få et weekendophold, eller en lille forkælelse romantisk aften i stedet for, med en anden form for menu.

I: Har i tænkt på noget i forhold til maden?

S: Vi havde tænkt på at bruge havtorn, i har også tænkt på at lave en snaps, og den snaps skulle være en ude fra.. det er et specielt sted herude. Udtrykke sig ellers igennem mad, jamen, selvfølgelig har vi vore egen krydderi have herude, som der er ikke andre der har her i Vorupør, fordi det kan der ikke være. Det er ikke nemt at få noget til at gro herude. Men ude bagved der har jeg min egen lille køkkenhave, hvor vi kun har krydderier.

[...] jeg ved ikke om man skulle snakke med nogen om at lave en guidet tur, det vil jeg da gerne være med til. Hvor der skulle være en 10-12 mennesker, og så lave en vandretur et eller andet sted.

I: Men det kan jo være, at det er noget som der kommer i fremtiden.



S: Jeg kan huske på Rolds Storkro, hvor jeg også har arbejdet oppe for mange år siden, og har stadigvæk forbindelse til. De laver altid nogle guidede ture oppe i skoven og sådan noget, hvor Jørgen Petersen han drøner rundt med dem eller en anden. Jeg har selv drønet rundt med masser af gæster i skoven også. Og det er jo for at fortælle lidt om skoven og alt muligt mærkeligt, om den park som er deroppe. Og så kan man jo sige, at herude det er jo meget mere åbent. Men ellers inddraget i mad... dekorations materialet, nu kan du for eksempel tage en dekoration som står her, det er lidt lyng herudefra og ellers ting og sager fra naturen, normalt er der store lys, og så når det kommer lidt længere frem, så er der langt marehalm på. En form som det her det bruger jeg til alt hvad der hedder selskaber. Sådan nogle ting det skal ind, hvor vi tager naturen med ind. Det skal være enkelt, og så natur.

I: Nu har vi så haft lidt om det næste spørgsmål, i og med at du nævnte at I havde sendt nogle gæster over på Stenbjerg Kro (er ikke blevet noteret, det sted det bliver nævnt i optagelsen), Hvordan synes du at jeres tilbud passer sammen med de tilbud som andre private aktører giver. anbefaler I også nogle af de andre steder?

S: Jeg sender mange gæster over til Henny, over på Stenbjerg Kro. Og er det sådan at Henny hun er booket, jamen så ryger de herover. Vi har ikke gjort det med selskaber og sådan nogle ting. Men ellers så har vi gjort det mange gange. I weekenden her, der var et selskab lørdag aften, og vi havde folk der gerne ville komme i weekend ophold her, og jeg sagde; vi kan klare værelserne, men I må acceptere at restauranten er lukket lørdag aften, fordi der er så mange mennesker her, og de mennesker skal der være rum til, og der skal være plads til at de skal have følelsen af at de har det godt her, at det er deres eget. Og der er musik indtil klokken 1, så de også ved det. Men jeg kunne anbefale, at de kunne gå over til Carsten, eller på Sydstjernen, og Cafe Amalie der var de ovre og spise. Når det er nogen som man siger, dem snakker vi godt med. Jeg vil jo ikke sende nogle gæster ned til vandet til et cafeteria, så er jeg jo ligesom.. det er jo en anden form for mad. Vi er så forskellige alle sammen her, der er ikke nogen der rammer det samme. Og man kan jo også sige igen, igennem erhvervsforeningen så spørger folk efter; hvad skal vi her i byen; jamen som jeg sagde før, så gå over til glasbutikken og se deres glasting, eller gå videre til lysstøberiet, hvis der er børn med og sådan noget. Eller tag op til museet og se det, fordi det er også kanont spændende. Desværre har jeg

ikke nået det hele selv. (Har været mange af de andre steder i byen og spise) Jeg synes at det er vigtigt lige at komme rundt til de andre i byen og sige dav også.

I: Har I nogen kontakt til Skov og Naturstyrelsen?

S: Overhovedet ikke, de har aldrig nogensinde været herude i huset. De har aldrig sagt et eneste ord til mig [...] den dag hvor nationalparken den blev indviet, der havde vi en speciel menu til den dag. Og det reklamerede vi også med, men det var ikke sat op i samarbejde med, det var bare at vi var blevet spurgt om ikke at vi ville sætte sådan et eller andet op. Og så siger jeg; selvfølgelig vil vi da det. Jeg kan huske, at den dag der havde vi et meget stort selskab, vi havde meget travlt på det tidspunkt, så jeg nåede ikke selv at komme med til det der (åbning af nationalparken).

I: Hvordan synes du at jeres oplevelsestilbud passer ind, hvis en bæredygtig udvikling skal kunne finde sted her i nationalparken?

S: Min ide med huset her, det er noget med klitter og heden, klitheden, derfor hedder den jo også det nu. Men klitterne det er vandet, så det vil sige at det skal være et hus, hvor der er meget med fisk. Der skal være meget fokus på fisk herude, men heden det er vildt, det er høre det er alverdens ting. Det er de to ting, som jeg gerne vil have i huset, af mad. Men det er ikke bæredygtigt i dag, hvis man går hen kun og tænker på de to ting. Du skal have de gode gammeldages ting og sager. Det kunne meget fint gå hen og laves. Og så kan man sige, at så er det i hvert fald naturting som er inddraget så det batter. Men det kan ikke lade sig gøre lige nu. Det har taget snart nu 4 år, at få det her til at give et plus. Det er jo altid bundlinjen der betyder noget. (34.33 taler om at folk ikke vil have kænguru, men kalvefilet og rødspætter.)

I: Thisted Kommune har jo haft meget fokus på alternativ energi, klima osv. Er det noget som I har overvejet, hvis I skulle enten videre udvikle eller lave nogle nye tilbud? At I så ville prøve at bevæge jer indenfor dette emne?

S: Her i byen der er det sådan, at vi har et kraft-varmeværk, så varmekilden den er ligesom sat. Du må have lov til at sætte et solfanger anlæg op, det koster x antal kroner. Mit varme-forbrug, det er så højt, varmtvandsforbrug det er så højt om sommeren, så hvis jeg satte et

solfanger anlæg op, så var det hurtigt indbetalt, men i vinterperioden der er der ikke så meget, men hele sommeren der ville det være fint. En brændeovn kunne jeg godt finde på at sætte op herinde, også lige for at give en varmekilde. Jeg har skiftet på nuværende tidspunkt, for ligesom at sige at vi selv gør noget for det, skiftet alle mine lys armatur ud, masse af strømkabler er skiftet ud også, fordi vi gerne vil have nedsat vores strøm. Mange pærer er skiftet ud til energisparepærer. Jeg arbejder på at få blomsten, og den er ikke færdig endnu. Der er kommet nogle nye kriterier nu her, og der siger hvad hedder han Bo [Immer] oppe fra turisthistorien, visit Nordjylland, han siger at det er lidt mere træls nu at få den. Det var nemmere sidste år at få den. Vi laver rigtigt meget med det. Men det er nogle af de ting som man kan sige, som vi gør det på, vi er jo låst herude. Jeg har en meget høj grundpris på varme, og det skal jeg betale, og så er de variable omkostninger lave, og det kan man jo så sige, at det er træls. Vi har et rum som vi gerne vil have bygget herude bagved på 80 kvadratmeter, som skal være delvis selskabslokale, bygget sammen det hele her. Og det vil sige at hvis den bliver bygget til, så bliver den med meget kraftig isolering. Vinduer og døre de er allerede købt, de står ude bagved. For der nogle vinduer her, de er punkteret, de skal skiftes ud. Men det er allerede købt, og det skal så bare laves, men så kom det der hed finanskrisen i november måned der, og så sagde jeg nej, vi slår lige bremsene i, vi skal lige se hvad der sker. Det har så ikke været et problem her i huset, tværtimod. Værelserne de er steget med ca. 36 %, så det er gået fint. Det vil jeg gerne bygge, og det vil sige at vi får en ordentlig isolering, det bliver vedligeholdelsesfri. Gode vinduer og døre. Hele vægen rundt, der er sat en sten på, den forsvinder, den er en kosmetisk sten, den forsvinder, og så skal der sættes noget ordentlig isolering på, vindpap og alt det hele. Vedligeholdelsesfri igen. Hele lejlighedshistorien heroppe, som vi faktisk ikke bruger, den bliver lavet om til værelser. Det her loft bliver sænket så det bliver lige. Og det er simpelthen fordi så har jeg en stor balkon her ovenpå til værelserne. Det er brandmæssig og sikkerhedsmæssigt jeg vil i gang [...] det er sådan nogle ting man også skal tænke på. Og så er jeg selvfølgelig begyndt med strøm også, lige så stille og roligt, og få det op at stå.

I: Er det noget du kunne finde på at tage med i din markedsføring?

S: Når at det er sådan at blomsten kommer inden for dørene, så vil det selvfølgelig gøres, fordi skilte og sådan nogle ting til værelserne, det har vi også lavet en del af, som skulle op

med; at de skulle skrue ned for det osv. Osv. Og ligesådan have 8 liters brusere, igen med strøm og sådan noget der. Det vil jeg gerne have gjort, men igen, det er en stor investering. Men bare ved at skifte pærerne ud på hele baren derinde, det er mange mange penge at spare

I: Hvilken rolle har den lokale turistforening Visit Thy spillet for jer her i området? Er det noget som du kan mærke at de sådan arbejder for jer?

S: De sender gæster herud, jeg har nok fået, i hvert fald som de har ringet og spurgt om, om de måtte komme herud, en 10 hold, det er det højest. De har et stort spektrum derinde, hvor de har sendt foldere ud til alverdens mennesker. Jeg kender dem alle sammen derinde. Nogen kender jeg særdeles godt derinde. Men hvor meget og hvor lidt, den er meget svær. Nogen de synes at turistforeningen det er en super ting men.

I: Har de været gode nok førhen til at komme ud? De skulle jo gerne være et talerør udadtil for området

S: der er ikke ret stor forskel her, som der var [for] Aalborg her om det hedder region Nordjylland eller om det hedder Thisted, men når de sidder der så bliver det meget Thisted agtigt [...] Altså, jeg synes ikke at jeg har meget forbindelse til dem, det føler jeg ikke selv. Men jeg snakker da med dem, men det er hvis jeg lige kommer forbi, eller jeg lige har nogle foldere eller et eller andet.

I: De tager som sådant ikke kontakt?

S: Det er ikke meget jeg har haft kontakt til dem, det er det ikke. De har lige spurgt om, det var Ulla, der har spurgt om vi ikke kunne lave nogle fisk, en fiskeret. Og det skulle vi have lavet her i løbet af kort tid. Det synes de ville være et fint tilbud.

I: Hvordan håber du at Visit Thy's rolle bliver fremover?

S: Jamen det er jo lige meget om det er Visit Thy, eller Visit Nordjylland eller hvem filan det er. Jeg synes jo at det er lækkert når man bliver ringet op; vi har altså lige noget som sådan og sådan, var det en ide. Kunne I være med i det, eller hvordan. Det er ikke altid kroner og øre, fordi det er nogen gange; uh vi har et stort projekt her, men det koster altså penge. En

formue, og hver gang koster det en formue. Og det synes jeg det er en, det er altid træls, at det altid skal dreje sig om penge. Det er mange ting jo. Men de har jo også nogle ting og sager i deres system som, [...] så derfor behøver det ikke altid at skulle dreje sig om penge. [...] Men jeg synes at der er mange ting man kunne gå hen og gøre, altså også her i byen. Men jeg mærker det selv i erhvervsforeningen, at der er nogen ting man står og laver, og så slår man i en dyne. Og jeg tror at de mærker nok noget af det samme. Så står man og laver nogle forskellige møder, og sådan nogle ting, og folk de møder ikke op. Jamen hvorfor møder de ikke op. Jamen hvis man går hen og laver noget vedrørende turisthistorie, og det skal så være tirsdag aften, eller en torsdag aften hvor vi har gæster, jamen så er det altså svært. Fordi jeg har det altså sådan her, at når der er gæster her, så skal jeg altså være her. Det er ikke fordi at der ikke er andre der kan gå ind og være der, men ... altså jeg har været væk herfra ved et eneste selskab endnu, og det har jeg hørt fra lige siden.

I: Hvordan ser du fremtiden for nationalparken? Tror du at der vil komme mere liv?

S: Det skulle der da gerne gøre. Men jeg synes også reklame mæssig, der må man være lidt mere sammen. Også Skov og Naturstyrelsen der står der altså noget på hjemmesiden der. Hvis man har nationalpark Thy, som også, der ligger en folder her om nationalparken her, den almindelige. Det synes jeg også at det er. Den første gang jeg så den folder bare, der gik jeg også hen til nogle forskellige mennesker bare fordi jeg synes at det var en mærkelig måde at den lig smuttede uden om Vorupør på. At vi ikke er med i det her område her, det synes jeg egentligt det var en sjov måde. Og Klitmøller de var heller ikke med, men Stenbjerg de var med. Så det synes jeg egentligt, at det er nogle lidt sjove måder at man gør tingene på; jamen det var jo fordi det var en by og sådan noget. Men dem ude fra Skov og Naturstyrelsen som var her, som også havde noget at skulle have sagt i de ting der, jamen de blev jo bare ved med at sige. Det var lige som om at vi var to, vi var Nord Sibirien og Rusland. Det var meget langt væk fra hinanden. Det synes jeg at det var en mærkelig måde. Det var i hvert fald ikke imødekommenhed. Så det synes jeg at det var synd.

[ Før har det været lidt på tale, at der altid vil være nogle gæster som smider affald i naturen. 59.54] S: Jeg synes at den skal bruges den nationalpark. I USA der kan du også komme ind og besøge, men der skal da være nogle affaldsstativer og der skal være folk til at tømme dem

også. Der skal være noget officielt kontor hvor man decideret kan komme hen, der sidder nogle folk og arbejder med ting og sager, måske nogle naturvejledere osv. Som sender nogle folk ud, som kan fortælle en hel masse forskellige ting. Det behøver ikke at være 10 naturvejledere. Men der sidder vist en i Thisted Kommune, hvorfor skulle den sidde derinde, hvorfor ikke rykke den person derud, fordi det er nok den største turistattraktion vi har.

I: Kunne du forestille dig, at I ville være åbne for hvis der kom input udefra?

S: Al verdensting det vil vi tage imod med kyshånd uanset hvad ([1.03.00] snakker om spørgeskema])

I: Kunne det være af interesse for byen, hvis man valgte at have noget information her i byen?

S: Det er da logisk. En ting som man må sige, at man burde bygge lidt mere sammen, det er sådan et sted som turistkontoret. Det synes jeg ville være en super ting. Vi har et turistkontor som har åbent få timer, og så hvis man lige puttede lidt mere ind, så kunne det måske blive til et kontor der har åbent nogle flere timer, som både der er noget der har at gøre med nationalparken men også den almindelige turisme at gøre. Så det kunne godt kobles lidt sammen. Nu ligger det oppe i det gamle fiskerhus deroppe, bådebyggeri og sådan noget der. Og det synes jeg det er kanon fint som de laver det

I: Interviewer

H: Interviewede

I: Hvad synes du om den nye nationalpark?

H: Jamen jeg har hele tiden været positiv, for jeg synes at det er en god ide, for hvis, det [vender] vores chancer. Det er jo en kæmpe chance for hele det her område. Hvis vi virkelig kan få en cykelsti fra Agger for eksempel, og til Hanstholm, det vil jo være guld værd. Fordi der er jo ingen der tør at cykle ude på den vej vel. Det er også livsfarligt. Jeg har så tit gået tur den vej, men hvis asfalten er her og du går helt inde ved, du går ikke engang ved siden af vejen, du går så langt som du kan komme derude, fordi hvis der kommer en lastbil, så gør den sådan. Så det synes jeg at hvis det virkelig kan lade sig gøre, så er det rigtig rigtig godt. For alle sammen, både turister og os selv. Alt med måde ikke også. Grunden til at jeg tror at der var så mange der var modstandere til at starte med, det var fordi; ih skal de nu bestemme hvad vi må have ude i vores have, og det er jo ikke sådan at der bliver sat en bom op herude vel, oppe i krydset, nu skal vi til at betale penge for at komme ind.

I: Tror du at turismen er vigtig, nu også her for Stenbjerg? Og hvorfor?

H: Jamen altså, det er den da for det er den eneste indtjening vi har. Som kro og som camping, som camping, det er jo turister det kan vi ikke komme uden om vel, som kro, det er jo så også turister måske 50 %, og resten det er selskaber, så vi er utrolig afhængig af det, men vi er også utrolig afhængig af vor herre, fordi det drejer sig om altså også om at have godt vejr herude, for ellers så kan vi egentligt gøre hvad vi vil. For hvis det blæser og regner, så har vi ingen turister, så er de inde midt i landet. Så det må vi jo lidt ligesom, det deler vi jo lidt om. Hvis ingen turister der var her, så var der jo ikke mange arbejdspladser. Det er ene fritidsfiskere der er nede ved stranden, det skaber jo ingen arbejdspladser.

I: Hvad tror du at turisterne, inden de kommer herude, hvad tror du at de forventer at finde?

H: Altså jeg tror at mange af dem der kommer her på kroen og bo, de kommer fordi at de forventer at herude er der frisk luft og der er natur, man kan gå en tur, og at det er et natur-

område. At det så kommer bag på mange, at det er så meget et naturområde, det tror jeg. Vi har så tit hørt, der var for eksempel et år hvor der kom nogle, der vi har en hel del [?], så det er mange gange fra Aalborg og Århus, og Sjællands-området i det hele taget, og de her sjællændere og storbyfolk, og høre når de taler i telefon derhjem til; og vil du tænke dig, der er ikke engang fortov. Jeg ved godt nok ikke hvor de tror at de er landet henne, men altså. Vi har da også flere gæster som kom og de havde kun højhælede sko, de har bare overhovedet ikke forstået hvor de har taget hen vel. Men dem der der kommer spadserende, lige så snart at der kommer 7 dråber vand, så finder de en paraply, vi griner jo bare for den er jo lynhurtigt blevet til en modsat paraply. Den kan man jo ikke bruge herude, vel. Ej, ikke når det blæser i hvert fald. Men ellers de fleste de kommer for fred og ro og bare være sammen. Og uden for sæsonen, hvor vi egentligt ikke har åben, hvis der er nogen der ringer og spørger, så siger jeg; jamen I kan godt komme, I kan også godt få noget at spise, men altså I skal regne med at I måske er de eneste. Og de fleste de siger; det er helt okay, det er det vi gerne vil. O vi har også med vilje på vores værelser har vi lavet højt hegn, altså stakit rundt omkring, så de har hver deres tresse, og der er faktisk dobbelt pind på, sådan at hvis ikke man er temmelig fræk og går helt hen og stikker næsen oven over stakittet, så kan man ikke se ind. Og det er simpelthen for at give folk muligheden for at have fred, eller til at skrive eller male eller nøgenbade, eller hvad de nu finder på. Det er op til dem, og jeg tror at det er derfor at de kommer. Og de er også lidt anonyme herude, vi har da af og til nogen som vi godt kunne prale lidt med, men de skal jo også have lov til at være list på ferie ikke også så det får de lov til. Det blander vi os ikke i, selvfølgelig kunne vi godt fortælle om det bagefter, men ikke så længe at de er her. Så kommer de jo også igen.

I: Hvilke oplevelsestilbud har I som sådant at tilbyde, når nu turisten kommer her? For nu har I jo både kroen og campingpladsen

H: Altså vi har lige været i gang med at lave det nye voliere til vores eger, og så skal den anden være til fugle. De bor så heromme i noget gammelt, men de skal så flyttes herom. Og de har så bure indeni i det der. Og så har vi geder, 3 geder og 3 heste, og så er vi ved at lave en stor rondel dernede som vi lige har indhegnet, vi skal lige have plantet nogle træer nu her, det håbede jeg lidt på at jeg skulle til i dag, og så skal vi nemlig have marsvin i den, fordi så kan børnene, så bliver der lavet sådan en trappe som de kan gå over, så skal de selvfølgelig



være derinde, så må de have dem ude i den indhegning, når de er der. Sådan at der er noget de kan pille ved, hvis de er små ikke også, fordi de helt små kan vi ikke så godt sende over til hestene.

I: Så der er meget fokus på at de kan blive involveret?

H: At de kan lave noget, ja. Og vi har legeplads til de store dernede, med en stor hoppepude, og så har vi en inde i haven med en til de små børn til op til 12 år, med sider på, og med legeplads og sådan noget, så den er hegnet ind, så de heller ikke kan komme ud. Og så har vi faktisk investeret i 3 helt nye kanoer, og redningsveste og sejlersko og gud ved hvad. Fordi når nu det er nationalpark, så må det jo dreje sig om at så skal man jo ud og sejle på åen ikke også, noget der ingen larm laver. Noget der hviler i sig selv, det kan man jo godt få en dag eller to til at gå med. Der er jo shelters hvor de bare kan have en sovepose med, jeg har sådan nogle vandtætte poser, som de kan få med, så kan de jo overnatte i en af de der shelters hvis de har lyst til det.

I: Er det sådan noget I er kommet på i samarbejde med Skov og Naturstyrelsen?

H: Nej det har vi selv gjort. Og det er jo sådan nogle ting, og vi har jo direkte op til statsskoven, og der har vi fået lov af statsskoven, for der er jo ingen vandrestier heroppe i den del, men det har vi så selv lavet, og vi har fået lov til det, og så har vi lavet huld ind i begge sider, så at de har en rute eller to, en kort og en lang, som munder ud her på campingen, så har vi så sat skilte op om hvordan de skal finde det, og sådan nogle ting. Så det har vi fået lov til. Den hedder Møllestien, fordi der lagde en gammel mølle hernede engang. Så de kan komme ud på ture.

I: Hvordan synes du så at de tilbud som I har, de passer sammen med de andre private aktøres oplevelsestilbud?

H: Altså vores samarbejdspartner, det er jo Vorupør, og der er der jo, jamen de har i hvert fald ingen kanoer. De har jo rideheste ovre ved [Hilgaard], men det er mod betaling så, hvis man bor på kroen eller på camping, så dem vi har her så er de jo fri, bor man i et sommerhus og vil ride på en af hestene så er det mod betaling så er det 75 kroner, eller hvor meget det nu er. Så det passer sådan set udmærket, det er jo så, han har jo større grupper, og de ar-

rangere også hvor de kan ride på stranden eller i skoven hvor de har fører med, det gør vi altså ikke. Det her det er selvbehørig selvbetjening. De koster ingen ting, men det er til gengæld også selvbetjening. Og de skal vide lidt om hvad de har med at gøre, hvis [?] . Så henviser vi der over til. Og er det overnatninger, så henviser vi til Klitheden (hvis der er booket op i Stenbjerg), og så er der, jamen det der med dyr, det ved jeg ikke om der er noget af i Vorupør. Der er jo så akvariet dernede, men det er jo en hel anden boldgade. Vi skal jo heller ikke alle sammen lave det samme vel, der skal jo være lidt af hvert. Og jeg kan i hvert fald [sige...] at der er rigtig mange der bruger vores camping til at gå tur på om aftenen, og det er de også velkommen til bare de har poser med til deres hund.

I: Har der været noget samarbejde med Skov og Naturstyrelsen nu hvor der er kommet den nye nationalpark?

H: Altså mange af møderne, de store møder er her. Fordi vi er en af dem der har mest plads til det. Og vi ligger jo luge plub midt i det hele, så det vil jeg nok sige, alle møder har faktisk været her

I: Føler I så at jeres tilbud passer ind med den her ide med natur?

H: Det synes jeg egentligt, det eneste der irriterer mig lidt der er, vi har været her i 19 år, og vi er egentligt ved at være træt og mæt af dage. Fordi de første 10-11 år der havde vi jo åbent året rundt, næsten fra 7 morgen til 11 aften. Det er vi holdt op med, nu har vi jo sådan mere eller mindre lukket lidt ned om vinteren, på nær på bestilling. Og der passer det jo lidt dårligt, fordi at vi burde jo egentligt have åbent hele året nu og tage imod de gæste der kommer, men altså vi ligger jo [langt ude], og det er jo ikke her at de kommer først, det er jo egentligt i Vorupør. På en måde så har jeg lidt dårlig samvittighed over det, men på en anden måde så kan jeg sige, jeg har simpelthen ikke råd til at holde åbent hele året. For så skal jeg have nogen til at hjælpe mig, for det kan jeg ikke selv klare mere. Men i for mange år har der faktisk været lukket om vinteren i Vorupør og [...] og jeg har sagt til dem, jamen kan I ikke blive enige når nu der så mange restauranter, så sig da så tag et år på skift ikke også; til vinter der holder vi åbent hele vinteren, til næste så holder du åbent hele vinteren, fordi, altså så var der noget for en at lave hvert år, så kunne resten holde fri, i stedet for det fis med at hvis en er åben, så skal resten absolut også være åben. Så gider de jo ikke at komme (turi-

sterne). Og vi har egentligt været udsat for, at de har ringet hertil og skældt os ud at det var fandeme for dårligt at ingenting det var åbent, og jeg sagde så; jamen jeg kan kun svare for mig selv. Jamen nu havde han været der og der og der, og så sagde jeg, ja og nu er det nummer 7 sted du har været, og så er det først der at du kommer ud til mig. Så det har du slet ikke noget at have i vel. Vi vil jo alligevel være dem de kommer til sidst, fordi vi ligger udenfor, de tager jo alle dem i Vorupør først, og hvis så ikke at de har åbent, så ringer de herud og så får jeg en skideballe. Det er lidt irriterende. Så hvis en har åben i Vorupør, så kommer de i hvert fald ikke her, ikke som det første. Men det er jo for dumt hvis ikke der er nogen der tager sig af det (helårsturismen). Men det kan jeg sagtens sige fordi jeg vil ikke, jeg orker det ikke. [...] Jeg er medlem af erhvervsforeningen i Vorupør, som den eneste fra Stenbjerg, men de er jo nødt til at blive enige om det, der er nødt til at være en høvding som siger, vi er nødt til at have lidt styr på det her. Der er forskel på om folk de synes at de er konkurrenter eller om de er kollegaer, alt andet lige når vi er små byer, så er vi fandeme ikke konkurrenter, så er vi altså kollegaer, ellers så har vi intet. Hvis du kommer til Vorupør, der er ingen gang en benzinstation, ikke engang en ubemandet vel. Det synes jeg godt nok, at det er for småt tænke.

I: Har I tanker om at videreudvikle nogle af de nuværende tilbud eller måske skabe nogle helt nye?

H: Ja det var et godt spørgsmål, men altså det er jo sådan noget, nå, (laver tegn til at en pludselig ide opstår). Jamen det er når der er udbud og efterspørgsel. Vi var på auktion, og vi havde godt set at der var kanoer, så blev vi enige om det køber vi sku. Og så købte vi tre nye kanoer og så en trailer til at køre dem på. Og ligesådan med egerne, vi var faktisk ude og kigge på to skildpadder, det var faktisk lidt af et spring. Men det blev altså til to eger og et bur, det blev 5000, så har vi købt det bur der oveni, så det har i hvert fald kostet os samlet over 20.000 nu, men altså, skal vi lave det så skal det også se ordentligt ud. [...] der skal jo helst være en helhed i det, for vi får jo point fra campingrådet, hvordan det passer i farver, hvordan det bliver klippet, plantning og gud ved hvad. Alt hvad vi laver herude det skal være i noget der er galvaniseret, ellers så duer det bare ikke. [...] Det der det er rødpuget kinesiske eger. Det er altså ikke noget jeg tror at ret mange har på en campingplads (eger). Men de er simpelthen også, det er fordi de er håndopfostret at de var lidt dyrere. Men jeg gider sim-

pelthen ikke, vi har også en stor indhegning heromme hvor vi har haft ænder, ja først havde vi kaniner, men dem lukkede børnene ud hele tiden, så blev vi enige om at det ikke lige var sagen. Så havde vi vildænder, og så lavede vi hegn hele vejen rundt [?], men sådan nogle vildænder, og de var sku også vilde, hver gang vi kom derhen, vi var ikke engang inde ved dem, bare udenfor ikke også, sådan en stor gård 4x4 meter, så sad de henne i et hjørne, man kunne se at hjertet den. Så sagde jeg, det orker jeg simpelthen ikke, det gider jeg ikke at se på. Jeg var simpelthen så dårlig ved det. Og vi turde jo slet ikke gå ind til dem, så var de da død af skræk. Så vi snakkede om at hvis vi kunne finde nogle høns som var lidt kælnede, så vil vi have høns derovre, fordi der er lavet sådan en sti, hvor de kan gå over til heste og geder hvis de går derovre. Ellers så skal hestene normalt herved, og så bliver gederne derovre. [...] Vi har sådan en minigolf bane, to af dem er inde til lige at få en ny plade på, han er ved at lave i dag. Det er jo det, hvis forældrene de kan spille minigolf og de små unger de kan sidde omme og lege med hamsterne, så kan de kigge på dem der eller omvendt, så er de jo. Og så har vi sådan et samtale-springvand der inde i, som sådan at de kan få diskuteret det de skal (peger på et sted ude i haven, hvor der er springvand og bænke omkranset af små træer). Og det er jo faktisk vores, de har lavet sådan en forening herude der hedder Til bevarelse af Krohavens Familiecamping, eller Familiecampingens Venner, sådan hed den. Og vi holder sådan en, når det bliver sommer og vi er sikker på at de er her alle sammen, så laver vi en lille fest der hedder [Standheisen], så tager vi flagene ned herude, og så starter vi med lidt musik, med noget harmonika og så synger vi en sang, og så ham der var været her længst på pladsen så hejser han de to flag, og så går vi ind og holder fest hele aftenen, med musik og sang og spisning og sådan, og så har de så, så vil de selvfølgelig give en gave fordi de nu er bla. Bla. Så har jeg sagt, det gider jeg simpelt hen ikke at have, I kan give en eller anden ting sådan at, som er noget vi kan bruge hervede, så faktisk den der springvand tror jeg at det er fra dem. Og så har vi jo så lavet sådan en cirkel, og så er der et par borde og bænke sat deromme, det er også fra dem. Og så sidste år, der tror jeg der fik vi nogle penge til træer, til alle de der bøgetræer der, men der var mange af dem der ikke kom, så det var nu ikke lige så heldigt.

I: Thisted Kommune har jo haft en del fokus på klima osv. Er det noget der kunne tænkes at blive en del af jeres tilbud fremover? Alternativ energi eller el-sparepærer? Et grønt image?

H: Ja, det er rigtigt, men helt grønt det bliver nok svært. Vi har affaldssortering heromme. Vi har flaske containere, og containere til dåser, og til plastic og til pap, og til aske og en til papir, og så vores almindelige containere. Og en til brændbart. Så faktisk så har jeg, Henrik han har sådan en stor lastbil, den er fyldt til randen med alle de der forbandede containere vi skulle have tømt, men de lukker klokken 4 og min mand har fri fra arbejde 4.15, så det kan han næsten ikke nå. Han er nødt til at have fri fra arbejde for at få dem afleveret, så det gør vi faktisk rigtigt meget i, fordi vi får jo oceaner af papir og plastik og pap, og så prøver vi også på at lokke vores gæster til det her, fordi [...] det har jeg ikke gjort, fordi jeg håber på at de kan finde ud af at sortere det pænt. Forde så sparer de de penge, og de spare miljøet også. Og vi har også sparepærere og tænd og sluk og gud ved hvad, men selvfølgelig er det ikke optimal, altså vi har ingen solvarme og sådan noget.

I: Er det noget I har overvejet?

H: Vi har faktisk snakket om det flere gange, men det er aldrig blevet til ret meget mere. Vi har så lige fået et nyt fyr, som vi bruger til, hvor vi fyrer med bio-olie i, dyre-olie ja. Og det er da i hvert fald neutral 0. Så sådan lidt hen af vejen, så [håber/arbejder] vi lidt på. Vi prøver ihærdigt på, altså vi har askebægere til at stå alle steder for at, altså hvis jeg går her en tur og der ligger nogle cigaret skodder, så samler jeg dem med vilje op, imens at folk de kigger på det, fordi sådan ligesom det; fat det dog. Men det kniber altså gevaldigt, at de kan finde ud af det sortering deromme. Man behøver endda ikke være professor for det, vi har sat sådan nogle, der er skilte ved det hele, og der er nogle af dem, der er der også tegn og fortæl på.

I: Den lokale turistforening, hvilken rolle har den spille for jer? Førhen af

H: Jamen både og, ikke, Jeg ved simpelthen ikke hvad jeg skal sige, for jeg synes at der har været en del turbulens derude, og igennem årene har vi haft nogle kontroverser med dem derude vil jeg nok sige. Jeg har lige haft i ørene på dem et par gange, sådan at den var fesen ind. Men det håbet jeg da lidt på at det er blevet bedre.

I: Men i har ikke kunne mærke noget endnu?

H: Der er ingen der sagt noget, men grunden til at jeg har haft i dem, det er egentligt fordi at folk, vores turister har ringet ud til os og sagt; ved I hvad de siger ude på turistforeningen [?],

og så har jeg jo så selv prøvet, og udgivet mig for en anden en og det kunne jeg godt se. Det er ikke hjernen der holder dem til jorden derude. (noget med at de har anbefalet hoteller inde i Thisted, når folk har spurgt til kroer ude ved vandet), det vil jeg sige, i hvert fald nogle af dem.

I: Er der kontakt, sådan at de ringer ud for at få opdateret, eller?

H: Jo, det gør de, men det er jo lidt ved hvis ikke de kigger på det, for de har jo sådan noget data system hvor alle vores priser de står på ikke også. Men man skal jo slå på og kigge efter det, når nu man ringer i stedet for at komme med noget ...

(Det resterende er fra anden optagelse af interview, samme dag)

H: Men nu er der jo så kommet ny ledelse derude igen, og forhåbentligt også nye medarbejdere. Men vi har altså godt nok haft nogle rigtig summe ting derudefra ikke også, for jeg ved godt nok ikke rigtigt, for når vi skal betale vores kontingent så ved I godt hvor vi bor, og I ved også godt vores telefonnummer og alt det der, og I ved at det er en kro, så det lyder lidt underligt, ikke også, at når så folk de ringer og spørger om en ferie ved Vesterhavet, så fortæller de om Nors Kro, altså det har jeg lidt svært ved at regne ud, eller Hotel Limfjorden, for de ligger lige som om ikke ude ved havet, vel. Så der havde vi lige et par gange hvor, men hvordan det er nu, altså jeg har et ret godt samarbejde med dem i Vorupør i hvert fald, men ude fra Thisted af, jamen jeg gider ingen gang at ringe derud, eller har været derude fordi, men jeg ved det ikke. Jeg har ikke hørt nogen som helst der har sagt at de er blevet henvist derudefra, men derfor kan det jo godt være. [...] Vi er jo så medlem af turistkontoret, men det ved jeg at det er der mange som ikke er, og det er simpelthen fordi, altså vi er medlem af Stenbjerg kro og det har vi været i mange år, faktisk alle årene, og så er vi på deres kort, men vi har ingen annoncer i fordi vi kan jo ikke, altså vores annoncer koster jo det samme som Hotel Limfjordens der har halvanden hundrede værelser, og vi har 8, og det kan vi simpelthen ikke tjene hjem igen. Så jeg har sagt at vi vil være med, og så vil vi nævnes omme i registeret, og så plejer vi at blive nævnt som Krohavens Camping også, og det giver vi så et ekstra beløb for, 1000 kr eller sådan noget bare for, at der står lige vores adresse og navn derunder camping, og det er også okay. Men så vil de jo også, hvis vi nu for eksempel skulle reklamere for vores camping, eller for vores kanoer, så skulle det jo være det samme ikke også,

folk de giver jo op de gider ikke at blive ved. Så mange penge er der jo heller ikke i det. Vi er så med i det der, vi har det der fri internet her på, altså her i området men der er vi de eneste der er med herfra, det er vist mig. Så derfor hører vi så under Vorupør, og det er også okay fordi det er jo der de fleste [kommer] ind også. Men det koster jo også, det skal vi jo også være med i, det koster 3000 om året også. Plus at vi skal have vores reklamer i. Så det ene med det andet. De små steder de har altså ikke ret mange chancer, jeg kan godt forstå at der er mange, og de nye, der er nød til at sige; det har vi ikke råd til.

I: Så det ideelle kunne være, hvis man ser på fremtiden at det kunne være at fek.s. sådan noget som registeret, hvis det nu var gratis, det kunne de jo godt tilbyde.

H: Ja, det kunne de. Det stiger hvert år, også temmelig meget (kontingent). Og så betaler vi så for logoet ved siden af. Men den er så med nu, fordi der er mande der kun vil være medlem, men så vil de ikke betale for logo bagefter også, så tog de det hele med i fordi så kom alle jo i, og det er jo egentligt også logisk nok. Vi er så lige kommet med i [Hilgaard] hans feriekatalog, og den går jo til Tyskland også. Der var vi nemlig under restauranter, så det kostede 2000 plus moms selvfølgelig, så der var vi så med. Så siger jeg; så vil jeg have sådan at der står, vi vil have begge to, der skal både stå Stenbjerg Kro gode værelser i rolige omgivelser, og så telefonnummer på, og så på den anden halvdel, skal der nemlig stå besøg også vores dejlige tre-stjernede campingplads, og det passede jo ikke lige ind i deres kram, det kunne jeg jo godt mærke, men altså det er bare ærgerligt. Så er det nemlig sådan, at så bytter vi også links, så sender jeg nogle links med til kroen og til campingen, som skal side på deres hjemmeside, og så har vi selvfølgelig deres link til ferie[partners] hjemmeside. Og det er jo egentligt en rimelig god byttehandel, fordi den bliver jo også sendt ud til Tyskland og Holland. Det meste af det vi laver, det finder de også på nettet. Vi laver da for resten også noget i forhold til naturparken, jeg har jo et samarbejde med nogle af bestyrelsen af Nationalpark Thy, og så nogle andre interesse emner, som står for økologisk mad for eksempel, ja mad fra Thy i det hele taget, Lam ,og køer nede fra Agger Tange [...] og det gør vi så i år igen d. 15 august, det er så med Nikolai Kirk, og det er kun mad herude fra Thy området, fisk og kød eller lam og svampe og bær og økologiske grøntsager, hvad vi som hovedregel kan finde her i området. Som bliver kørt som Nationalpark Thy. Men det her det er for at lave noget andet ikke også. [...] det vil jo blive dyrt, det kan man også se på prisen det koster 680, men så får

man jo også en hel oplevelse ud af det. Og det har været hammer sjov, det er så noget helt andet.

I: Det har været en gang før ikke?

H: Jo sidste år med Nikolai Kirk, og året før med Klaus [Maier], og året før fra [Mylehousen] i København.

I: Hvordan tror du at fremtiden vil blive her for nationalparken, og jer der bor her?

H: Ja det tror jeg, jeg tror det bliver. Det håber jeg da på. Altså ellers så skulle fanen da stå i det, når nu de har brugt alle de penge på det, hvis ikke at det gav nogle flere turister.

I: Der er ikke rigtigt nogle små butikker her i Stenbjerg vel?

H: Nej, der er en lille galleri, heromme på [Løkkensåvej], Galleri [Petit] tror jeg at den hedder, så er der længere ned mod vandet en af de allersidste [huse, nr 2 på højre hånd, der bor ... som også har galleri] så lige bag efter hende der er der så et lille bitte skur, det er [Kate Lassens] museum, fra dengang hun boede herude, med nogle billeder fra [...]. Og nede ved stranden der er der faktisk også et museum nede, nu ved jeg ikke rigtigt hvor meget den har åben, det er nok ikke alverden, men der er [sådan et redningshus] dernede [...] så det er jo sådan lidt en kunstnernatur. Der er mange der kommer herud for at lave billeder, tage billeder. Og så Krøyer, han har boet på kroen i 3 måneder på bryllupsrejse. Ellers så er der jo ikke nogen butikker herude af nogen art



Appendix 8: Transcription of interview with Thy Tourism Organization. 01.06.2009

I: Interviewer

O: Interviewede

I: Først vil jeg starte ud med at spørge hvad du synes om tanken om den nye nationalpark? Det at området har fået en nationalpark, hvordan I ser på det?

O: Jamen det kan siges både kort og langt, det kan siges meget kort; det er fantastisk godt. Og det er på flere måder godt. Da jeg selv er ny, så stod jeg lidt vaklende over for det, fordi det område har jo sådan set ligget der i 400 år uden at der er sket noget som helst, og så kalder man det nationalpark, så jeg troede egentligt ikke som Vest-Salling bo at det var noget der var noget specielt i, men det fik jeg hurtigt fundet ud af at det var der. Der hvor jeg fandt ud af det og fik syn for sagen, det var, jeg har været på messer i Bergen, jeg har været på messer i Bella centeret, og jeg har været på messer i Herning, og der skulle vi så præsentere egnen for de folk der var interesseret, og der kom og spurgte, og det har vi gjort i mange mange år, der har man repræsenteret Thy, eller hvad man nu har gjort i den konstellation der har været Thy-Mors, og andre konstellationer. Og derfor var vi klar igen til at skulle fortælle om vores område, og det folk kom og spurgte om, det var nationalparken. Det vil sige allerede før at bestyrelsen var nedsat, så havde man hørt om det, og det var noget der interesserede folk, så rent fysisk så havde det også en konsekvens, at alt det vi havde om nationalparken røg frem i første linje, og det var det man spurgte om. Så det må man jo nok sige, det har været en gevaldig reminder om at det har en kæmpe stor effekt. Det var endda sådant at der var nogen de havde godt nok set hvor nationalparken var, men de var ikke helt sikker på hvordan det lå i forhold til Thy, så det vil sige, at de vidste godt hvor nationalparken var, og så skubber [de her] kortet frem, og så diger [vi] her er vi, og sådan er det, og det er så det område vi operere i. Så det må man da i hvert fald sige at det var en øjenåbner der gav noget, at det var noget der har slået igennem. Så det har vi oplevet, at det har haft en betydning, en stor betydning endda.

I: Hvilken rolle tror I at turismen vil komme til at spille for den nye nationalpark, området, og hvorfor vil den være vigtig for området?

O: Fordi når folk kommer for at opleve noget der ligger i nationalparken, så har de altid brug for oplysning. De har altid brug for at få yderligere information, og de har altid brug for at finde ud af hvordan de kan forholde sig til det her, hver der ikke ligefrem står en æresport eller et eller andet, en byport ind i nationalparken. Derfor vil de altid søge oplysninger, og det er også vigtigt at vi får oplyst om den betydning og det specielle stykke natur i samarbejde med de forskellige [parter/partnere]

I: Så turismen som sådant mener I er vigtig for området?

O: Turismen er, jamen alt efter hvordan man definere de behov der er, altså så er dem der kommer på besøg og overnatter, kan jo og godt blive betragtet som en turist, og de kommer som besøgende, og det vil sige der så er turismen jo en del af det. Og det kan være endags turister, det kan være overnattende turister. Men de besøgende som sådant, er her jo under det begreb der er turisme, defineret som turister. Så det vil sige der vil jo komme mange, der er mange allerede der henvender sig for at få, fordi de kommer på grund af nationalparken.

I: Hvad tror I at turisterne forventer inden de kommer til området, hvis det er at de har et billede af området, men ikke har kendskab til området?

O: De forventer, nu er der jo nogle der har været rundt i verden og set nationalparker, og det er jo mange gange sådant at det er afgrænsede områder, og det første vi kan mærke det er, jamen vi kan jo ikke se når vi træder ind i nationalparken. Det jeg ligesom kan mærke på dem det er ; jamen hvornår er vi i nationalparken, hvornår er vi ikke. Altså det de forventer det er ligesom et halvlukket område, som lige som adskiller sig fra det der er udenfor. Og det vi ligesom kan se, jamen her er det jo så agerjorden der adskiller frem mod klithederne, og alt det andet. Så men der er jo ikke noget på den måde tydelig markering endnu. Og det er noget jeg tror de vil forvente at der kommer en tydelig markering af; nu er vi der og nu er vi ikke der. Det er lidt sjovt at opleve [det], men sådan tror jeg nok at det vil være, nogen af de ting som, det er noget at det der vil hjælpe. En tydeliggørelse, det kan også være et informationscenter, det kan også være nogle markeringer af de forskellige steder, altså når der kommer nogle poster rundt omkring, og fugletårnene bliver lidt udbygget, når alle de der informations agtige ting de kommer, så information det er utrolig vigtigt. Det forventer de at der er, en klar information.

I: Tror du også at de har denne her ide om det her store område hvor de kan finde stilhed?  
Ro [...]

O: Det tror jeg at de forventer fordi dem som jeg har snakket meget med når jeg har været rundt, altså på de messer, det var jo nogen som i forvejen godt kendte til, altså turismen på den led, hvor det er roen. Altså der er jo ikke nogen der søger aktivitetsparker og den der voldsomme, det er jo ikke den type af henvendelser vi har haft, det er virkelig dem der gerne vil ud og gå, cykle, nyde, ornitologer, fugle, insekter, rådyr, altså den der, den slags turisme der ligesom har det som element, altså det ubeskyttede, og den natur der ligger i det. Det er mest dem der har henvendt sig.

I: Hvilket tilbud føler I at I har til de besøgende når de kommer, altså I har selvfølgelig jeres hjemmeside, men når de kommer her hvilke tilbud føler I så at I kan være med til at gi dem af oplevelsestilbud?

O: Altså der er flere forskellige tilbud som jeg håber, nu er det jo helt nyt, altså nu er bestyrelsen jo ingen gang trådt til endnu, jo den er lige trådt til, den er lige begyndt. Der er jo ikke noget selvstændigt sekretariat for nationalparken endnu, der er ikke nogen leder direktør, eller hvad nu man kalder den nye, øh endnu. Og det er jo dem der ligesom skal sætte linjen for, hvordan de ligesom vil indgå i samarbejdet. Men det som de kommer her for først og fremmest det er i hvert fald for at få en mere faglig information om de muligheder de har for at finde forskellige ting. Vi er for eksempel i gang med, nu ved jeg ikke det kan godt være at du bare skal slette det, men vi er jo i gang med at få den her, det er jo sådan en her, den skal jo gerne oversættes (hæfte om 'Naturen i Nationalpark Thy') så turisterne, for det er jo med fugle og pattedyr, det med mindre pattedyr og det er med, altså en sag her der er rent kan man sige der biologisk beskriver både landskaber og naturtyper, og dyrearter sådan at man, lige fra insekter og blomster, alt sammen svampe og alt sammen noget der kun relatere kun til nationalparken. Den vil vi så have oversat, fordi det er i samarbejde med Biologisk Forening, hvor de har lavet et oplæg her, hvor de har lavet et hæfte her, og det er allerede væk, det var noget de havde lavet i forbindelse med indvielsen, men det har en så faglig høj kvalitet, at der går vi så ind og siger, jamen det vil vi gerne være med til at få bredt ud, sådan at der også kommer noget for dem der er interesseret i, som udgangspunkt så er der jo altså,

den vigtigste del det er at vi har en masse information, til dem der søger noget af det der er det væsentligste ved en nationalpark, altså de naturmæssige forhold. Dernæst så kommer dem, der er måske lidt mere, du havde et term for dem, light, hvad var det at du kaldte dem [...] dem der også søger aktivitet i området, og det er den næste gruppe, fordi der er så nogle der gerne vil have vandreture, og cykelture, og fisketure. Altså det er der hvor der er en eller anden form for aktivitet i det der er, om nationalparken. Og så er der jo sådan set dem, der bare vil nyde det, og det er dem der gerne vil overnatte i sommerhusene, og så nyde naturen, og så har vi så dem der vil have endnu mere ud af det, og det er så dem der går op og så har de andre aktiviteter, men først og fremmest er det også og være klar til at informere sammen med Skov og Naturstyrelse, og nationalparkens bestyrelse, og de informationscentre de har, om alt det der ligger, at man kan få oplevelser, af dyr og natur.

I: Har I så overvejet at tage med også nu, nogle af de mindesmærker som er ude i naturen nu?, Ligesom du sagde med Isbjerget.

O: Det findes allerede, der skal bare udbygges derfra, fordi der findes allerede, det har jo ligget der i forvejen i århundreder, og det er jo beskrevet, og det er der allerede nogle ting omkring. Og så er der, altså der er for eksempel højdepunkter som vi nu begynder at beskrive, altså højdepunkter i den forstand at det er naturens højdepunkter, som så vil blive beskrevet lidt mere dybdegående. Men det er igen noget man kan få som materiale, du kan se vi har allerede meget omkring specifikke ting derude (peger på deres brochure og hæfter) i nationalparken, men det bliver så udbygget, og så sammen med Skov og Naturstyrelsen som også har en masse materiale. Men du har da ret, du var selv inde på hjemmesiden, det er jo et oplagt sted at bruge det, men når man jo så er her, så er det jo ikke sikkert at man sådan lige har hjemmesiden ved hånden, og så kan det også godt være at man gerne vil prøve at se noget andet, og så kan vi jo så insperere til at der også er andre ting.

I: Mange går jo ind og prøver at undersøge et sted, hvis de skal af sted for første gang, og ikke rigtigt kender det. Og mange vil jo så nok gå ind på turistforeningens hjemmeside for området, for at prøve at se hvad der er, og hvordan og hvorledes [...]

O: Ja, [...] det eneste jeg afventer lige nu det er, for ikke at foregribe tingene, det er lige at se hvorfor en linje stikker den nye direktør for nationalparken ud. Han skal lige have lov til at

komme på banen, fordi det er ikke fair synes jeg, at der bliver sat en hel masse i værk, altså fra vores side. Hvor vi lige så godt kan få et godt samarbejde med ham, og sådan han kan fortælle os hvad vej han gerne vil. Så kan vi være med til at understøtte, frem for at det er os der ligger dagsordnen. Så jeg vil hellere have at det er ham der ligesom kommer og så er med til at sige; jamen hvordan kan vi understøtte hinanden, og så derudfra sige, jamen meget at det kan jo også klares med interne links, uden at nogle opdager det. Hvis nationalparken laver en hjemmeside hvor de ligger faktuelle ting ud, altså også omkring det faglige, så linker vi da bare, og så laver vi en [teaser] og så fører vi videre sådan at man får hele siden, også så vi også går over til dem. Også sådan at vi støtter hinanden frem for og har vores individuelle ræs hver for sig.

I: Så der er tiltag inden for oplevelsestilbud?

O: Ja, for søren. Det er der både på den trykte del, og det er på internet delen, altså på hjemmeside delen, og så er der også andre muligheder, altså så man kan sige, der kunne også være film, der kunne også være andre ting, der kunne også være skoler, uddannelsesinstitutioner, der kunne være alt muligt andet der skal [tieses] til, at tage op og opleve, og det vil da sige der er da også en opgave der i det pædagogiske, som jo er en lidt anden del end den turistmæssige som du jo kommer med. For at nyde og opleve og på en lidt anden måde, men alt sammen er jo en del af en helhed, som kan støtte hinanden.

I: Hvordan ser I jeres samarbejde med de private aktører, som er i nationalparken. De små steder, de små kunsthåndværkere osv. Hvordan føler I at det samarbejde er?

O: Nu er det sådan at vi er her for vores medlemmers skyld, det vil sige at jeg er her for at fremme mine medlemmer, og det vil sige alle de medlemmer jeg har, der vil der så undervejs blive altså der er vi hele tiden i dialog, og der vil der komme endnu mere. Hvor vi skal have en inspiration til, hvordan ser de sig selv i forhold til nationalparken, hvis det er den vi tager som udgangspunkt. Og der er nogle forskellige ønsker, alt efter hvad for nogle, og allerede nu er der forskellige ønsker, og det er jo godt nok, det er bare det hvordan det kan koordineres med hvad nationalparken så giver af muligheder, og der skal de stadigvæk lige på banen først. Bestyrelsen og den nye leder skal ligesom være dem der lægger op til hvad er det for nogle ting vi skal fremme, og hvad er det for nogle ting vi skal undgå, fordi vi skal jo passe på

naturen. Og det vil sige vi kan jo ikke bare, vi kan jo godt [selv om/sammen] med Skov og Naturstyrelsen, siger de, heldigvis er det sådan, at der hvor der slides, der hvor folk oftest tager ud, det er den del af naturen der også kan tåle det største slid. Der hvor, og det har du garanteret også hørt hos Ib (Ib Nord Nielsen fra Skov og Naturstyrelsen), så han ser det ikke som en fare at der er en national park, og der hvor man skal være mere varsom, jamen det er også der færrest tager ud fordi så er man lidt speciel interesseret. Og det er så bare et spørgsmål om at få koordineret de ønsker, så man får mest ud af den mulighed der er, i det som er de små aktørers interesse. Fordi kunsthåndværkere er jo dem der er i anden række vil få glæde af nationalparken. Fordi folk kommer ikke fortrinsvis for at opleve en lille kunsthåndværker, de kommer fortrinsvist fordi de er trukket hertil, og når de så er her vil de gerne opleve kunsthåndværkerne. Og så er der det at der er også inden for kunsthåndværkere forskellige sammenslutninger, og der er der så kun en delmængde der er mine medlemmer. Så det vil sige, det jeg fortrinsvis skal have kigget på det er dem der så er mine medlemmer, hvordan, hvad er deres interesser. Men ud over det så sidder jeg så også i noget der hedder Turbo Nord, Turbo Nord de har sat kunsthåndværk på programmet, og det er sådan noget sammen med Thisted Kommune og med tre andre kommuner, der er det ligesom det vi skal fremme generelt. Og det er så spørgsmålet hvordan de der ting kommer til at spille sammen, men ellers er det da i allerhøjeste grad at lytte til de medlemmer som jeg har, og så være med til at fremme deres interesser overfor

I: Jeg skal lige høre skal det være Thisted Turistforening eller Visit Thy?

O: Thy Turistforening. Thisted eksistere jo ikke som turistforening længere, det er Thy Turistforening. Og det er det gamle Syd Thy Kommune, det er Thisted Kommuen og Hanstholm Kommune, de er i en turistforening. [under hjemmesiden hedder det Visit Thy].

I: Så I mener at de tilbud I har de passer udmærket med de tilbud som de private aktører har, hvordan I giver det videre til turister som sådant?

O: Jamen enten skal du være lidt mere konkret eller også så vil jeg sige; der er ingenting der går på tværs af det, der er ingenting der er blevet begrænset af det at vi har en nationalpark. Det er kun yderligere muligheder for at styrke området og for at styrke områderne, så det vil sige at på den måde vil det i allerhøjeste grad gå, komme til at trække på samme [hammel].

Fordi der er ingenting der på nogen som helst måde går ind og bremser i forhold til det som allerede er i gang, intet. Det er kun styrkelser. Jamen på alle områder er det styrkelser, fordi man kunne jo godt forestille sig at der var ting man ikke længere kunne gøre fordi det nu var nationalpark, eller der gik på tværs af nogle ønsker, men det har jeg ikke oplevet. Det er alt sammen noget med at man ser muligheden, eller jeg ved ikke om man ser alle steder, men at der er muligheder, der er ingenting der er begrænsende.

I: Noget af det som mange de opfatter en turistforening som, det er jo et talerør for et område, hvordan har I det så med, nu taler vi jo medlemmer som sådant fordi I er privat

O: Ja vi er en privat forening

I: Fordi, nogle af dem jeg har fundet er ved at gå ind på jeres hjemmeside, men kan komme ind og se et kort hvor man så kan plotte ind, for eksempel hvilke kunsthåndværkere der er i området osv. Og det går jeg stærkt ud fra er så medlemmerne som er vist inde på det kort. Har I overvejet at hvis en turist kommer udefra og går ind på det her kort, at de så tror at det decideret kun er det de ser der er der?

O: Det ved jeg sådan set ikke. Det er lidt det samme som hvis man siger, hvis man går et andet sted hen og ber om, det er lidt, jeg forstår godt dit spørgsmål, men det er lidt i retning af hvis der er andre steder du går hen og ser, så er der et udvalg, og det er ikke det samme som at det er det eneste der er, hvis du har et eller andet udvalg. Men det vi kan gøre er jo sådan set kun, jeg kan ikke, jeg er ansat til at varetage mine medlemmers opgave længere er den ikke, jeg er simpelthen ansat af foreningen til at varetage deres opgaver. Og det vil sige, at fortrinsvis er det jo så at varetage de medlemmer så godt så muligt, den generelle ting som der jo så er, det er at jo vi vil da gerne informere om at der er massere af andre, men det vi skal have for eksempel når vi har vores guide og vores ting som er betalt af medlemmerne, så vil det jo selvfølgelig også være sådan at hvis der er en der har betalt et stort beløb for at være med og denne her guide, så siger de jamen hvis jeg ligeså godt kunne have fået den samme information ud ved ikke at betale noget, hvorfor skulle jeg så det. Og hvis vi så begynder at sige, jamen alle kan, vi kan informere bredt om alle, så er det klart så vil man jo ikke betale mange penge for at blive promoveret af os, og så vil her være død i løbet af en uge.

I: Det jeg tænker lidt det var, om det ville kunne lade sig gøre, hvis nu man for eksempel valgte at tage alle med på sådan et kort hvor man kunne se hvad der var, at det måske ville være en gratis ting hvis de selv indgav information, men at alt andet hvis der skulle billede eller et eller andet, at der ville det så koste.

O: Det skal jeg have spurgt min bestyrelse om, fordi det er ikke, jeg skal varetage medlemmernes opgave, og det samme er det også med, men altså de er da velkommen til at købe , de kan da bare blive medlem. Og det er der min bestyrelse har sagt; Ole, dem der ikke vil være medlem, jamen så har vi altså [...]

I: Grunden til at jeg berøre emnet det er fordi, jamen Visit Denmark de er jo offentlige, at der så er en del af det der er lavet om til halv privat det er så hvad det er, men grundlæggende er det offentligt. Og man kunne så forvente, når man går ind på jeres hjemmeside, i og med at det er lavet om, magen til Visit Denmarks , så kunne man godt gå ud fra at det er repræsentativt, at det man ser det er det man finder. Nu ved jeg så godt i og med at jeg oprindeligt er fra området, at det ikke er sådant, men mange ser en turistforening som et talerør som dækker

O: Altså jeg kan da roligt sige at det vil vi frygteligt gerne. Men så vil jeg også gerne have de penge af Visit Danmark som [de så har fået der], så vi ikke behøver, at være afhængige af vores medlemmer. For hvis det for eksempel er sådan at kommune, stat og amt, eller region sagde; nu skal det ikke længere være dem der er begrænset til medlemskaber, nu finansierer vi det, så vil jeg tage imod det med kyshånd i morgen, nej hvor ville jeg det gerne, men det er det ikke. Og det vil sige, Visit Danmark, jeg ville synes at det var alle tiders hvis de brugte nogle af deres millioner i stedet for alt muligt andet og sige; nu skal vi nok være med til at finansiere det ude i landet, men sådan er det jo slet slet ikke organiseret. Og det vil sige, der hvor vi skal, hvis vi skal have et turist bureau her, så skal vi have det finansieret, og der er kun aktørerne og andre bidragydere, som er Kommunen en del af det, som vil støtte den forening der er dannet af nogle aktører, og så kan man jo ikke sige; så nu vil jeg sandelig også varetage alle andres, jamen det er altså den her gruppe af mennesker der har besluttet sig for at ville have det her, og at de finansiere det, og de er dem der driver det, og det er dem der bestemmer vi er en bestyrelse, og så kan mine ønsker om at servicere hele området jo



sådan set ikke rigtigt have nogen som helst anden ønsketænkning om at staten vil finansiere det hele, så kan vi gøre det. Eller også hvis Kommunen siger, nej vi vil gerne erstatte, det skal være for alle, så vi erstatter simpelthen det som er medlemsbidragene, forhøjer det bidrag så er det en kommunal service, så er det også fint. Så er vi med. Helt sikkert. Men det er det bare ikke, det er finansieret ved at det er aktørerne selv der har gjort det her og det er dem der bidrager, og det vil sige det er dem man skal spørge [så]. Så hvis kunsthåndværkerne gerne vil være repræsenteret, skal [hun] spørge bestyrelsen egentligt; var det ikke en ide at jeg blev repræsenteret uden at være medlem, altså må jeg spille fodbold i en fodboldklub uden at være medlem [...] det må du da ikke, du skal betale gebyr i et eller andet omfang. Det er ikke ret meget dyre end at spille fodbold, eller ridning, det er faktisk dyre at gå til ridning end at være medlem af turistforeningen. Og hvis du så er aktør, så er spørgsmålet; lille Lotte der gerne vil ride, hun skal rask væk betale en 12-15 hundrede kroner skal hun ikke det for et medlemskab i en rideklub. Det er ikke dyre end hvad en eller anden familie skal ud i for at have ridning, men hele diskussionen, det er jo ikke det der er spørgsmålet om man kan varetage medlemmernes, eller folks interesse som ikke er medlemmer, og det er altså det samme som en forening alle andre steder, må jeg godt komme med til at spille fodbold, serie 5, nej, jamen du skal bare lige betale medlemskortet så er du med. Længere er den ikke, det er det samme.

I: Så hvis de ville gå ind, Staten, så ville det ikke være noget problem?

O: Nej det tror jeg ikke, altså det er stadigvæk bestyrelsen, det er jo ikke mig der er bestyrelsen. Jeg tror at alle ville tage imod med klap, og så sige jamen så bliver det alle aktører hvis ikke man vil være medlem og betale den. Lur mig om ikke godt selv om Staten går ind, det har de gjort ved halvdelen nu, der er det partnerskaber, og der skal du betale 50 % for at være med i deres markedsføring i udlandet for eksempel i nogle af partnerskaberne, ikke. Og det er endda fuld statsbetalt, det er ikke helt sådan så, så er det jo akkurat det samme igen ikke, du skal stadigvæk. Nej jeg tror ikke. Sidste melding fra bestyrelsen, det var at det er medlemmerne der skal varetages [...] Men der kan man jo også gå ind på flere forskellige måder, man kan slå sig sammen, altså som organisation, og så gå ind og så tegne der, og så være for eksempel hvis nu vi for eksempel tager kunsthåndværkere, så kunne deres, de er jo også i en sammenslutning, så kunne de være medlemmer, og så kunne man jo så linke til de-

res hjemmeside. Altså på den måde, der er altså mange muligheder. Og vi har altså også kunsthåndværkere der er medlemmer, og det vil så sige, tror du at de vil være medlemmer hvis de kan få den samme ydelse fuldstændig, hvorfor skulle de så være medlem.

I: Det er faktisk en af dem der er medlem der er kommet med en ide til at igen fordi det er noget med, kan det passe at bagerst i jeres folder er et adresse kartotek over alle medlemmerne, hvor vedkommende snakkede om, at hvis nu vedkommende ikke skulle betale for adressen, så var vedkommende nok nærmere til at få lavet en stor annonce inde i bladet, fordi at vedkommende ikke føler at have råd til begge dele

O: Og der har de jo så også produksider på hjemmesiden, som jo så også henviser til og sådan noget, når man er medlem her ikke også, det har de så fordi det har, det tror jeg at alle har. Og så [henviser] vi via hjemmesiden, fordi mange søger på hjemmesiden og så kommer videre, og så har du en produkthjemmeside også. Så på den måde der er de, men okay det er jo sådan set en af de diskussioner der er, der er mange diskussioner. Der er også mange andre dele af det. Men nu har du så hæftet dig ved kunsthåndværkerne hvor der har været en diskussion, og det er jo godt nok [...]. Det er jo dem der ligesom har skabt diskussionen også omkring det der, så det er rigtig nok, og der har man så fra bestyrelsens side sagt, og også fra nogle af medlemmerne, meget hårdt ytret sig, at de vil faktisk have sat, der var en af de andre aktive i foreningen, der ville have sat kontingentet op, fordi der skal betales flere penge til flere aktiviteter. Og det vil sige, du kan godt forestille dig en generalforsamling, hvor en part siger at det er for dyrt at være med, og en anden part siger, det er godt nok en meget, det var endda en gruppe der sagde, fuldstændig forkert, vi vil have sat medlemskontingentet op, og nogle ville have det sat op med 50%. Og så er spørgsmålet, jamen hvor er det så lige vi agere, ikke. De har ikke til sinds at sige, jamen den forening vi har lavet her den skal sparke ren, den skal sparke ud, den skal sparke videre, vi skal til udlandet vi skal alle mulige andre steder, og der er det så, de der trækker, det er dem der ligesom skal være med til at tegne billedet, og så kan de andre få glæde af det, og endnu mere hvis de så vil være medlem. Du kan se det er et spænd af diskussioner, og det er ikke mig der træffer afgørelsen. Jeg er bare med til at sige, jeg skal forvalte den afgørelse bestyrelsen har truffet, sådan ligger det. Sådan er det mange steder i landet, altså vi er jo ikke alene om det.

I: Jeg har faktisk været ude ved Henny ude i Stenbjerg, der har Stenbjerg Kro osv. hun har så fortalt, og hun er jo medlem, at hun har oplevet at turister har henvendt sig til hende, undrende fordi de har kontaktet turistforeningen og spurgt om et sted og overnatte ude ved vandet, og så er de blevet henvist til Hotel Limfjorden, og det har hun oplevet nogle gange. Så det var noget hun stillede sig undrende overfor.

O: Nå, det er jo åndssvagt. Ja det kan jeg godt forstå. Jeg er lige kommet, så jeg kan ikke så godt svare på det. Det er jo fuldstændig tåbeligt.

I: For hun har jo både campingplads og hotel og det hele.

O: Ja, men det er fuldstændig tåbeligt. Der er et eller andet der. Men der kan jeg da kun sige at det er fuldstændig tåbeligt, hvis der har fundet den information sted. Men der er jo så og så sket udskiftning af personalet her. Meget stor udskiftning. Der er sket en meget stor udskiftning. Fordi lad os se, der er jo 4 af dem der var her i den tid, som slet ikke er her mere, og der er kommet to nye, der er faktisk ikke nogle af de der, jo der er to af de gamle, det er der. Altså her, to af de gamle, rasten det er , så er der ny og ny. Der er skiftet meget ud. Men det der det kan jeg kun sige at det er for dårligt hvis det er fundet sted, generelt. Jeg er helt ny (griner).

I: Det er jo nok også noget af det de frygter meget at fokus vil være på Thisted.

O: Det er det ikke. Det kan jeg også mærke, og det er fordi der har åbenbart været meget meget stor fokus på Thisted, og fordi der kan godt have været noget med, at der er nogen der kun har betragtet turismen som Thisted, det skal jeg ikke kunne sige. Men jeg kan i hvert fald mærke at der er meget store forventninger til og glæde over når jeg nu lige så meget er i Agger, og lige så meget er i Hanstholm, og nu tager rundt og har brugt en uge i Vorupør og Klitmøller, og så køre ned til Stenbjerg, det kan jeg godt mærke. Jeg vil så også have kontor hvor jeg vil være tilstede, hvor jeg så vil tage arbejdsdage både i Hanstholm og i Hurup, fordi her er ikke kun Thisted, slet ikke da. [...] det vil da blive endnu mere fordi jeg er ikke Thisted mand [...]. Samtidig så kan de forandringer ikke komme med mindre jeg har fuldstændig kendskab til hvad der foregår rundt omkring, så der vil gå lang tid, hvor jeg lister rundt i alle mulige kroge. Og tager rundt og lytter og ser og alt muligt andet. Men samtidig skal jeg jo

også liste rundt i Visit Nordjylland, og jeg skal også liste rundt i Visit Danmark for at der ikke bliver løbet om hjørner med os. Så jeg skal egentligt liste mange forskellige steder her i starten.

(Resten af interviewet er ikke blevet optaget, da der er sket en teknisk fejl, de efterfølgende ting er nedskrevet efter hukommelse).

Turistforeningen har et godt samarbejde med Skov og Naturstyrelsen, og regner også med at få et godt samarbejde med det nye Nationalpark råd, bestyrelse osv.

Turistforeningen er klar over Thisted Kommunes fokus på klima, og vil også gerne støtte op med information.

## Appendix 9

### Spørgsmål til interview af private

1. Hvad synes du/I så om den nye Nationalpark Thy?
2. Er turismen vigtig for området? Og hvorfor?
3. Hvad tror du/I, at turisterne forventer når de kommer her?
4. Hvilke oplevelses tilbud har I at tilbyde de turister som besøger nationalparken, når de kommer her?
5. Hvordan synes du/I at jeres tilbud passer sammen med de tilbud som andre private aktører giver i nationalparken? -overnatning, aktivitetsudbud og lokale butikker?
6. Har I noget samarbejde på tværs af de forskellige private aktører?
7. Har I noget samarbejde med Skov og Naturstyrelsen, så besøgende til nationalparken bliver gjort opmærksom på jeres tilbud? – så som, at I er med til events som Skov og Naturstyrelsen arrangerer, eller andre ting? – Thy nationalparks hjemmeside?
8. Har I tanker om enten at videreudvikle nuværende oplevelses tilbud, eller at udvikle nye oplevelses tilbud til de besøgende i nationalparken?
9. Thisted Kommune er jo en kommune med fokus på klima, er det noget som I kunne tænke jer at tage med, når det kommer til planlægning af fremtidige oplevelses tilbud?
10. Hvilken rolle har den lokale turistforening Visit Thy haft for jer?
11. Turistforeningen skulle gerne fungere som et talerør til omverdenen, er det noget I kan mærke?
12. Hvordan ser i Visit Thy's rolle i fremtiden, for jer og for området?
13. Hvordan ser I fremtiden for Nationalparken?
14. Er der mere som du/I gerne vil tilføje, eller spørge til?

## Spørgsmål til interview med Skov og Naturstyrelsen i Thy

1. Hvordan er Nationalpark Thy blevet til?  
Hvordan begyndte hele ideen om at skabe en nationalpark, her i Thy?  
Har der været problemer undervejs?
2. Er turismen vigtig for området? Og hvorfor?
3. Hvad tror du/I, at turisterne forventer når de kommer her?
4. Hvilke oplevelses tilbud tilbyder I gæsterne i parken? – aktiviteter, information?
5. Hvordan hænger jeres tilbud sammen med de tilbud som private aktører giver i parken? Hermed menes private aktører, så som overnatning, aktivitetsudbud og lokale butikker i Nationalparkens område?
6. Hvordan mener I at de andre aktørers tilbud til besøgende i Nationalparken, passer ind, hvis en bæredygtig natur og miljømæssig udvikling skal imødegås?
7. Har I tanker om enten at videreudvikle nuværende tilbud, eller at udvikle nye oplevelses tilbud til de besøgende i nationalparken?
8. Hvordan ser I fremtiden for Nationalparken?
9. Kunne det tænkes, at der ville komme input udefra, når der tænkes på fremtiden i Nationalparken?
10. Thisted Kommune er jo en kommune med fokus på klima, er det noget som I kunne tænke jer at tage med, når det kommer til planlægning af fremtidige oplevelses tilbud?
11. Hvilken rolle har Visit Thy spillet for Nationalparken?
12. Hvad vil turistforeningens rolle betyde i fremtiden for Nationalparken?
13. Hvordan ser I fremtiden for Nationalparken?
14. Kunne det tænkes, at der ville komme input udefra, når der tænkes på fremtiden i Nationalparken?

15. Er der mere som du/I gerne vil tilføje, eller spørge til?

### Spørgsmål til interview af Thisted Turistforening

1. Hvad synes du/I så om den nye Nationalpark Thy?
2. Hvilken rolle spiller turismen for den nye nationalpark området? Og hvorfor?
3. Hvad tror du/I, at turisterne forventer når de kommer til nationalparken?
4. Hvilke oplevelses tilbud føler I, at I har at tilbyde de turister som besøger nationalparken, når de kommer her?
5. Hvordan er jeres samarbejde med de private aktører i nationalpark Thy?
6. Synes du/I at jeres tilbud passer sammen med de tilbud som de private aktører giver i nationalparken? -overnatning, aktivitetsudbud og lokale butikker?
7. Som turistforening ses man jo gerne som et talerør for ens område, har I overvejet at ændre på måden man som de private aktører er medlem på, så alle aktørerne i kystbyerne ville blive repræsenteret hos jer?
8. I noget samarbejde med Skov og Naturstyrelsen, så besøgende til nationalparken bliver gjort opmærksom på jeres tilbud? – så som, at I er med til events som Skov og Naturstyrelsen arrangerer, eller andre ting? – Thy nationalparks hjemmeside?
9. Har I ellers tanker om enten at videreudvikle nuværende oplevelses tilbud, eller at udvikle nye oplevelses tilbud til de besøgende i nationalpark Thy?
10. Thisted Kommune er jo en kommune med fokus på klima, er det noget som I kunne tænke jer at tage med, når det kommer til planlægning af fremtidige oplevelses tilbud?
11. Hvordan ser I fremtiden for Nationalparken?
12. Hvordan ser I Visit Thy's rolle for Nationalpark Thy i fremtiden.

13. Er der mere som du/I gerne vil tilføje, eller spørge til?