



MYNDIR: ÁLVUR HARALDSEN

øðrvísi upplivingar. Ein yvirskrift á føroyskari lýsingarherferð í Danmark herfyri var rætt og slætt TÆT PÁ, har víst varð á, hvussu nær alt er í Føroyum.

– Vit hava nógv at bjóða í Føroyum, ikki bara stórsliga náttúru, men eisini matstovur, náttarlív og list. Trupulleikin er kanska, at vit mugu brúka nógv orð fyri at siga, hvat vit hava at bjóða, tí onki einstakt ting eyðkenmir okkum. Tá er lættari hjá til dømis íslendingum at tosa um heitar pottar, sigur Súsanna Sørensen.

Talentini skapa umrøðu

Ferðavinnudeildin hevur langt frá líka nógvar pengar at arbeiða við sum kappingarneytarnir í grannalondunum, og tí hevur ein tann týðningarmesti parturin av strategiini verið at bjóða útlendskum tíðindafólkum til Føroya at skriva um landið. Hetta hevur ofta borið ávøkst, eitt nú tá stór grein um Føroyar var í New York Times.

Tá føroyska fótbóltslandsliðið skuldi spæla ímóti Italia, brúkti ferðavinnudeildin hjá Uttanríkisráðnum eisini høvið at gera vart við Føroyar hjá italiskum journalistum.

– Hetta eydnaðist sera væl, og vit fingi umrøðu í øllum teimum týðningarmestu ferðavinnubløðunum í Italia. Samstundis sum vit arbeiða á

hendan hátt, bjóða vit sölufólkum til Føroya, so tey vita, hvat tey skulu selja, tá umrøðan skapar áhuga fyri Føroyum, sigur Súsanna Sørensen.

Høvuðsmarknaðirnir hjá Føroyum sum ferðavinnulandi eru Danmark, Bretland, Týskland og Italia. Ferðavinnudeildin hevur eisini eyguni eftir, hvat hendir á øðrum marknaðum, men ansar eftir ikki at gloypa um ov nógv lond, tí so kann boðskapurin gerast ov spjaddur.

– Ein tann besta reklaman fyri okkum eru tey føroysku talentini, sum gera vart við seg uttanlands. Nøvn sum Guðrun & Guðrun, Teitur og Gunnar Nielsen eru góðir ambassadørar fyri landið. Tað ger stóran mun, tá tilík fólk gera vart við seg, sigur stjórin á ferðavinnudeildini.

Hon ivast ikki í, at vitjanir sum tær hjá Bill Clinton, Al Gore, Elton John og Bryan Adams eisini skapa áhuga fyri Føroyum, ikki minst tí talan er um nøvn, sum øll kenna. Men tann besti ambassadørurin fyri Føroyar er eftir leitiskipanini hjá Google at døma føroyska fótbóltslandsliðið.

– Okkara kanningar vísa, at áhugin fyri Føroyum á Google økist heilt munandi, tá landsliðið spælir. Ongar hendingar skapa so stóran áhuga fyri Føroyum sum landsdystirnir, sigur Súsanna Sørensen.

Danmark og Bretland bestu marknaðirnir

FLEIRI ENN 200 LOND ERU Í HEIMINUM, MEN FØROYAR EIGA AT MARKNAÐARFØRA SEG SUM EITT SPENNANDI SKANDINAVISKT SHANGRI-LA Í 3-4 LONDUM, SEGÐI SIMON ANHOLT Í FRÁGREIÐINGINI UM KAPPINGARSAMLEIKA FØROYA. DANSKI MARKNAÐURIN ER SJÁLVSAGDUR, HELT HANN, MEN BRETAR SKULU LÆRA DANSKARAR AT HAVA STØRRI VIRÐING FYRI FØROYUM, SEGÐI HANN EISINI

Uni Arge

Føroyar teljast millum tey 160 londini í heiminum, sum flestu fólk als ikki kenna, og tí er ein høvuðsuppgáva hjá føroyingum at marknaðarføra landið soleiðis, at tað verður kendari.

Í frágreiðingini, sum Simon Anholt gjørði fyri Uttanríkisráðið í fjør, umrøddi bretska ráðgevin eisini málbólkarnar, sum føroyingar eiga at leggja dent á.

Danmark er ein upplagdur høvuðsmarknaður hjá Føroyum sum ferðavinnulandi, segði hann, tí sambondini eru sterk, handilsvanarnir millum londini finnast frammanundan, og nógvir føroyingar eru í Danmark, sum kunnu gera sína ávirkan galdandi vegna Føroyar.

At marknaðarføra Føroyar sum ein skandinaviskan gimstein í Danmark er tó ikki bara einfalt. Eitt enskt orðatak sigur, at kunnleiki elur vanvirðing, og hetta er ein afturvendandi trupulleiki hjá sjálvstýrandi londum og økjum um allan heim, nevnr hann.

»Tað er ógvuliga trupult hjá sjálvstýrandi londum at slíta seg leys frá tí eitt sindur niðursetandi hugburði, ið valdsharrar hava. Ofta er einasti mátin at broyta teirra hugburð at byggja upp eitt sterkari umdømi beinleiðis hjá íbúgvunum í einum triðja landi, ið valdsríkið sjálvt sær upp til og hámetir,« skrivar Simon Anholt.

Hendan mekanisman var einasti mátin, ið kundi nýtast at læra Stórabretland at hava virðing fyri Írlandi, nevnr hann. Bretar vóru í øldir vandir við at hyggja niður á Írland sum eitt hjáland og fóru ikki at síggja landið við øðrum eygum, fyrr enn teir lögdu til merkis, at Írland fekk virðing úr USA og londunum á evropeiska meginlandinum.

»Tí kunnu vit siga,« skrivar Simon Anholt, »at um Føroyar fáa eina sterka og jaliga ímynd millum bretska vitjandi, íleggjarar og viðmerkjarar, hevði hetta helst fingið danir at endurskoðað sín hugburð mótvegis Føroyum.«

Nógv bretska ríkfólk

Næsti stóri marknaðurin at leggja dent á er heilt vist Stórabretland, heldur hann. Stórabretland er nærhendis Føroyum, og har búgva nógv ríkfólk, ið leita eftir nýggjum og óvanligum ferðamálum, ið ikki eru ov langt burturi. Bretar hava eisini eitt sindur av grundleggjandi vitan um Føroyar.

Simon Anholt skrivar, at meðan teimum flestu bretska ferðafólkunum vanliga dámar væl ferðamál við heitum veðri, velja eldri og rík ferðafólk ofta ferðamál við tempereraðum veðurlagi. Hesin málbólkurin hóskar eisini væl at draga til Føroya.

Kortini er tað ein stór og framsøkin ætlan at seta sær fyrri at marknaðarføra Føroyar í Stórabretlandi, heldur hann, tí kappingin á bretska marknaðinum er hørð. Føroyingar skulu tí eisini umhugsast at fara eftir smærri marknaðum.

Bílig lond væl egnað

Í hesum sambandi nevnr hann, at fleiri góðar grundgevingar eru fyri at marknaðarføra Føroyar í londum sum Lettlandi, Slovenia og Turkalandi heldur enn á dýrum marknaðum sum Týsklandi, Svøríki og USA. Í tilíkingum londum ber til at gera Føroyar sjónligar fyri minni pening enn á stóru marknaðinum, og helst eru fólk eisini lættari at koma á tal við á smærri marknaðinum, heldur hann.

»Fólk eru kanska minni væl útbúgvin og eru heilt vist minni ferðavon enn í ríkari londum, og tí er meiri sannlíkt, at tey gerast hugtikin av tí fremmandkenda og tíðindavirðinum í einum ókendum skandinaviskum ferðamáli,« sigur Simon Anholt.

Hvussu Føroyar skulu eita úti í stóru verð, hevur hann onki endaligt svar uppá, tí oyggjarnar verða jú bæði róptar Faroes og Faroe Islands. Men hann mælir til, at vit kalla landið Faroe Islands, tí tað sigur, at talan er um oyggjar. Og føroysku oyggjarnar eru tær, sum skulu seljast sum eitt óuppdagað skandinaviskt Shangri-la.