

Í MELDRINUM

Whale Wars

ávirkar okkum sum ferðamannaland

Alt, sum útlendskir fjølmiðlar vísa um Føroyar, hevur ávirkan á Føroyar sum ferðamál, men vit hava tað, sum skal til fyri at hava eina góða ferðavinnu. Tað sigur nýggi stjórin á Ferðaráð Føroya, Guðrið Højgaard

Rannvá G. Fossaberg

– Hesa seinastu tíðina útlendingar hava sæð Whale Wars Viking Shores á Animal Planet, hava vit fingið rættiliga nógvan teldupost frá fólki kring allan heim. Fleiri eru atfinningarsom, men tað eru eisini tey, ið skilja okkum føroyingar, og hví vit drepa grind, sigur Guðrið Højgaard, ið tók við sum stjóri á Ferðaráð Føroya 1. mai í ár. Hóast eingi hagtøl eru, so er Guðrið Højgaard ikki í iva um, at søgurnar, sum útlendskir fjølmiðlar velja at fortelja um Føroyar, hava ávirkan á Føroyar sum ferðamannaland.

– Sjálvt um summi potenitell ferðafólk velja Føroyar frá sum ferðamál orsakað av eini sending sum til dømis Whale Wars, skulu vit ikki stúra fyri ferðavinnuni. Eftir mínum tykki hava vit tað, sum skal til fyri at fáa eina sterka ferðavinnu.

Vilja hava røttu fólkin

Ein av orsökunum til, at stjórin á Ferðaráð Føroya ikki stúrir fyri avleiðingunum fyri ferðavinnuna av eini sending sum Whale Wars, er, at tað ikki beinleiðis eru amerikanarar ella fólk longri úti í heimi, sum eru tann ferðafólkamálbólkurin, vit fyrst og fremst skulu hava hendavegin.

– Tað er ein sannroynd, at jú nærri fólk búgva við Føroyar, jú størri vitan hava tey um okkara mentan, og fyri hesi fólkin hevur grindadráp ikki so stóran

týdning, greiðir Guðrið Højgaard frá. Hon heldur, at vit eiga at satsa meir upp á at fáa millum annað norðurlandsk ferðafólk til Føroya.

– Tað hevur verið gjørt for lítið við at marknaðarføra Føroyar sum ferðamál í londunum rundan um okkum. Tey eru áhugaverd sum ferðafólk, tí tey kenna okkum betur, og harafturat skulu tey ikki av við eins nógvan pening sum til dømis ein amerikanari fyri at koma hendavegin, og har hava vit eisini størri móguleika at gerast høvudsferðamál, sigur Guðrið Højgaard. Hon vísir á týdningin av at kunna skapa eina ferðavinnu, sum gevur ferðafólk alt árið og ikki bert í juni til august, sum er háárstið fyri ferðavinnuna í Føroyum. Fyri hana er tað er umráðandi, at vinnan klárar at leingja sesongina, soleiðis at vit eisini hava ferðafólk um várið, heystið og veturin.

– Vit skulu í størri mun arbeiða við at fáa business-segmenti til Føroya um í lágárstið. Tað er í hvussu so er nakað, sum eg trúgvi sterkt upp á, tá tað kemur til at finna móguleikar fyri at leingja sesongina.

Fortreytirnar eru til staðar

Guðrið Højgaard heldur ikki, at vit skulu vera bangin fyri at færri ferðafólk fara at koma til landið, eftir at sendingarnar um Paul Watson í Føroyum eru gjørdar, har føroyingar verða lýstir sum eitt kalt og kyniskt fólkaslag.

Sambært henni eru Føroyar frálikar sum ferðamannamál av fleiri orsökum.

– Føroyar eru nakað heilt serligt, vit hava framúr vakra og sermerkta náttúru, menniskjuni her eru ikki eins og alla aðrastaðni, og harafturat er føroyska mentanin sum heild nakað heilt serstakt, sigur Guðrið Højgaard. Sambært henni er tað umráðandi, at vinnan roynir at hugsa sum útlendsku gestirnir, tá átøk verða gjørd fyri at fáa fleiri ferðafólk hendavegin.

– Ein útlendingur hugsar typiskt »Hvat fái eg fyri pengarnar hjá mær í Føroyum samanborið við aðrastaðni,« og júst tí skulu vit fáa tey at føla, at ein ferð til Føroya kann geva teimum upplivingar, sum tey ikki kunnu fáa aðrastaðni, greiðir Guðrið Højgaard frá og leggur afturat, at hon sum stjóri á Ferðaráð Føroya fer at leggja stóran dent á at fáa tey røttu ferðafólkini til Føroya.

– Vit skulu miða ímóti, at fáa tey ferðafólkini, ið leggja pening eftir sær, til at koma at ferðast í Føroyum. Tað fer at taka tíð, men innan eini 3-5 ár fara vit at síggja broytingar, og talið á ferðafólkum er allarhelst vaksið til ta tíð, sigur Guðrið Højgaard.

Mangla glasur á køkuni

Hóast nýggi stjórin á Ferðaráð Føroya er jalig um føroysku ferðavinnuna sum heild, dyllir hon ikki fyri, at okkurt kann gerast betri.

– Vit mangla líkasum glasurin á køkuni. Kvaliteturin á tilboðum til ferðafólk er ymiskur, tæna kann sum heild blíva betri og tað sama við útboðnum av útferðarmóguleikunum fyri ferðafólk, sigur Guðrið Højgaard, sum hevur starvast innan ferðavinnu í Danmark og í Svøríki. Føroyar hava fleiri avbjóðingar sum ferðamannaland, eitt nú ferðaseðla-prísir og tað, at vinnan ikki altíð verður rikin á nóg høgum støði.

– Tað er dyrt at ferðast til Føroya, og tí skulu ferðafólk føla, at tey fáa nóg nógv fyri pengarnar. Eisini er tað ein avbjóðing, at fleiri fólk uppfata tilboð til ferðafólk sum eitt fritíðarítriv, og tá er torført at fáa føroyska ferðavinnu á eitt nóg høgt støði, sigur Guðrið Højgaard.

– Tað er umráðandi við kontinuteti, soleiðis at ferðafólk, sum bileggja sær til dømis eina útferð, vita, at túrurin verður til nakað. Tað nyttar ikki nakað, at ein fyrireikari avlýsir ein túr við ferðafólki, tí akkurat tann dagin er veðrið gott, og viðkomandi ætlar sær sjálvur út við báti, sigur Guðrið Højgaard, sum eisini vísir á føroyska veðurlagið sum eina avbjóðing.

– Av tí at vit hava ógvuliga skiftandi veður, er eisini óstabilitetur í ferðasambandinum. Tað er spell, at eitt ferðamál, sum er so tengt at veðrinum, ikki hevur nóg nógv ferðafólkatilboð, sum eru innan-urða, heldur Guðrið Højgaard.

Føroyingar eru góðir ambassadørar

Tað, sum kemur í útlendskar fjølmiðlar um Føroyar, hevur nógv at siga fyri føroysku ferðavinnuna, men sambært Guðrið Højgaard hevur føroyska fólkið sjálvt eisini eina sera stóra ávirkan á, hvørja fatan útlendingar hava av okkum.

– Allir føroyingar eru eitt slag av ambassadørum fyri land okkara. Vit duga sum heild væl at taka ímóti gestum og at vera vertir, og tað er nakað, sum útlendingar veruliga leggja merki til, sigur Guðrið Højgaard, sum vísir á týdningin av, at føroyingar eru tilvitaðir um sín vertsleiklut.

– Føroyingarnir eru eisini ein stórur partur av upplivingini, sum ein útlendingur fær í Føroyum, og tað, haldi eg, vit øll skulu vera meira tilvitað um, sigur Guðrið Højgaard. Hóast hon bert hevur verið stjóri í Ferðaráð Føroya í fáar dagar, veit hon longu nú við sínum 12 ára royndum innan ferðavinnuna, hvussu Føroyar kunnu gerast enn betri fyri útlendskar gestir.

– Uppskriftin inniheldur koordinering, samstarv og eina týðiliga marknaðarføring, har boðskapurin í lýsingum fyri Føroyar sum ferðamál er meira konsekventur yvir eitt longri tíðarskeið og fortelur tær góðu søgurnar um okkara land, sigur Guðrið Højgaard.