



# Turisterne kommer ... VEL TILBAGE IGEN ...

## - lad os lægge en plan!

Hvordan ser fremtidens byer ud, når de nationale vækst mål for turismen er nået? De ambitiøse, regionale strategier er på plads, men der mangler konkrete bud på, hvordan turismen "finder sted" – og hvordan den får form. Derfor er der behov for, at vi på tværs af kommunegrænserne begynder at se på, hvordan turismestrategierne forankres i den kommunale planlægning, så væksten i turismen bliver til gavn for både borgere og besøgene. For turisterne kommer, og det kræver en plan både i de store byer og langs kysterne.

Af programchef Stine Lea Jacobi, Realdania og tidligere stadsarkitekt Tina Saaby, København

Uden planlægning for turismen, risikerer vi u hensigtsmæssige – og unødvendige negative effekter. Udenlandske skræmmeksempler finder efterhånden ofte frem til forsiderne: Modstand i storbyerne, fordi gæsterne og hotellerne klumpes sammen i centrum og skaber pres på priser og plads. Kystbyer drænet for liv og omsætning, fordi de ikke blev tænkt ind som en ressource, da man lige uden for byskiltet byggede et nyt ressort.

Sådan er det ikke i Danmark. Her er turismen mange steder med til at drive en positiv udvikling. Men som turismen vokser, vil god planlægning blive afgørende for ikke kun at understøtte en bæredygtig vækst, men også for hvordan de små byer langs kysterne og boligkvarterne i de store byer udvikler sig. For det er der, de mange gæster skal bo, transportere sig, handle og opleve Danmark. Sammen med os andre.

Der er mange spørgsmål, der presser sig på: Hvordan får vi plads til de mange gæster i sæsonen, og hvad gør vi, når de ikke er der? Hvordan beskytter vi lokale kulturmiljøer og naturværdier, når vi øger kapaciteten? Hvordan får vi synergi mellem

investeringer i turisme og lokal- og byudvikling, så vi skaber værdi for både lokale borgere og gæster? Vi har brug for at styrke den fysiske planlægning på tværs af de mange hensyn og muligheder, men planerne og tilgangene må selvfølgelig være forskellige, alt efter hvor i landet vi er.

### Spredning som plan: "Bydelsguiden"

#### – et eksempel fra København

Med rettidig omhu, og i lyset af faren for overturismen er spredning af gæsterne en del af Wonderful Copenhagen's<sup>1</sup> strategi for bæredygtig turisme "Tourism for good"<sup>2</sup>. Med bydelsguiden på visitcopenhagen.com fremhæves "ukendte" bydele for turister som et element i initiativet om "broadening Copenhagen". Bydelsguiden viser en lang række projekter og steder, som ikke findes på attraktionslisterne og dermed et andet København, end det den "normale" turist oplever. Målet er at udvide gæsternes oplevelse af København og samtidig udtynde turismen i indre by.

Bydelsguiden er et godt eksempel på, hvordan et strategisk ønske om spredning meget hurtigt kan omsæt-

tes til et konkret initiativ. Opgaven med at omsætte visionen om spredning til konkret planlægning på et kommunalt politisk niveau ses i den seneste kommuneplan "Verdensby med ansvar"<sup>3</sup>. Her står delmålet om at styrke turismen i hele byen under visionen om en by i vækst med talenter og arbejdspladser. Som retningslinje står under erhverv, "at fremme turisme der tager hensyn til lokalmiljø og fordeler sig i hele byen." Hvordan spredningen bliver omsat til lokalplaner i hele byen, er endnu uvist. Men det er helt klart, at det ikke kommer af sig selv.

### Turisme og hverdag skaber samling og fællesskab – en case fra Thy

I Thisted Kommune har man arbejdet strategisk med turisme og planlægning siden 2007. I regi af "Mulighedernes Land"<sup>4</sup> udviklede man strategier og planer for, hvordan man kunne omstille sig til den stigende urbanisering og tab af arbejdspladser. Et af svarerne blev projektet "Det gode liv ved kysten", som på baggrund af et stort lokalt involveringsarbejde skulle styrke både hverdagsliv og turisme ved at forbedre adgangen til kysten for

*Klitmøller i Thy. Foto: Rasmus Kristiansen, Nationalpark Thy*



planlæggere og turismeerhvervet om, hvordan vi organiserer arbejdet med at få de gode strategier til at give værdi i virkeligheden.

Turisme kan være en ødelæggende kraft for både natur og lokal kultur, hvis den bliver for stor til stedet eller for ureguleret. Omvendt kan turisme bidrage til en positiv udvikling af mindre samfund, så de bliver bæredygtige i bred forstand, mens turismen i de større byer kan bidrage til mangfoldige bydele og en robust detailhandel. Men det kræver at bosætning, erhverv, turisme, byliv og kultur tænkes sammen, og der skabes gode koblinger mellem strategier, planlægning og regulering. Det kræver politisk opbakning og pondus at sige nej tak til hoteller, museer og attraktioner på steder, hvor investorerne gerne vil bygge, når det ikke passer ind i planen. Og det kræver gennemarbejdede planer at vise, at investeringer i områder, der måske har brug for et løft, også kan blive økonomisk bæredygtige. Vi skal derfor have gang i en bredere samtale om, hvordan turistens behov for en seng at sove i og et sted at spise, kan påvirke det byggede miljø positivt, så vi fastholder kvarterernes og byerne egenarter og ikke sætter andre strategier og indsatser for klimasikring, CO<sub>2</sub>-neutralitet og blandede byer over styr. Og skulle samtalen ende med, at kommunerne står med en politisk besluttet turismestrategi, der giver et reelt mandat til at få strategierne omsat til gode bygninger og byrum, der er forankret i lokalplanlægningen, er vi nået langt.

Der ligger en stor opgave foran os. Lad os lægge en plan sammen!

<sup>1</sup> Wonderful Copenhagen (WOCO) er hovedstadsregionens officielle turismeorganisation og har til formål, på non-profitbasis, at fremme og udvikle erhvervs- og ferieturismen til gavn for almenyttige interesser.

<sup>2</sup> <https://api.wonderfulcopenhagen.com/sites/wonderfulcopenhagen.com/files/2019-09/tourismforgood.pdf>

<sup>3</sup> København Kommunes kommuneplan 2019 sætter retningen for byens udvikling de næste 12 år. <https://kp19.kk.dk/>

<sup>4</sup> Mulighedernes land var et partnerskab i perioden 2007-2012 mellem Thisted, Bornholms og Lollands kommuner og Realdania.

<sup>5</sup> Cold Hawaii, er et område i Thy med helt særlige bølgeførhold for surfing og vandsport.

både beboere, turister, fiskere og surfer i Cold Hawaii<sup>5</sup>. Det fysiske resultat blev nye foreningshuse i Klitmøller og Krik, Danmarks første havbad i Nørre Vorupør og strandpromenader i Nørre Vorupør og Klitmøller. Ved at styrke de fysiske rammer for fællesskab, adgangen til stranden og forbinde de tre kystbyers attraktioner og oplevelser i en samlet fortælling, er man lykket med at skabe en destination, som folk rejser langt for at opleve – og en by de gerne vil bo i. Og det er pointen – bosætning, erhvervsudvikling og turisme hænger sammen – også i den kommunale planlægning.

Erfaringerne fra Cold Hawaii og Klitmøller har da også fundet vej til Thistedes seneste kommuneplanstrategi. Heri beskrives bosætning og turisme som sammenhængende potentialer, der bør styrkes og videreudvikles gennem nye initiativer. Der er også udarbejdet lokalplaner, som sikrer offentlig adgang til vandet, sammenhængende promenader og rekreative funktioner til glæde både i

hverdagen og ferien.

Så langt så godt. Det næste spørgsmål bliver, hvad det kræver af planlægningen på længere sigt, når initiativer, der styrker væksten i turismen, lykkedes på den korte bane. Hvordan får vi i tide taget højde for trafikafvikling og parkering, så børnene i byen også i fremtiden har en sikker skolevej, og gæstens første ferieoplevelse ikke bliver at holde i kø? Og hvordan beskytter vi kystbyens lokale kulturarv og egenart, når den bliver presset af behovet for nye sengepladser lige i kanten af de besluttede lokalplaner? Første skridt på vejen i Thisted er arbejdet med en samlet strategiskfysisk udviklingsplan for Klitmøller og Vorupør, der ligger klar i foråret 2020.

### God turisme kræver god planlægning

Fremtidens turisme vil bevæge sig på tværs af lokale politikker, regionale geografier og nationale bæredygtighedsindsatser. Der er derfor behov for en bredere debat blandt politikere,