

Bruger-
undersøgelse
2020

Bøtøskoven

PÅ NATURENS PRÆMISSER



Indholdsfortegnelse

På naturens præmisser	4
Indledning	6
Brugerundersøgelse i Bøtøskoven 2020	7
<i>Spørgerammens undersøgelsesdesign</i>	7
<i>Gæsterne</i>	8
<i>Kendskab til Bøtøskoven</i>	13
<i>Hvordan oplever gæsterne skoven?</i>	15
<i>Motivation</i>	16
Erhverv og øvrige lokale interessenter	23
<i>Formidling</i>	23
<i>Ruter</i>	28
<i>Hotspots</i>	33
<i>Service</i>	35
<i>Oplevelsesprodukter</i>	40

Udarbejdet for Guldborgsund Kommune 2020

Dette projekt finansieres af
Den Europæiske Fond for Regional Udvikling

Tekst og billeder ORANGE elevator

Layout Moustens Byro

Kontakt

Martin Damgaard Larsen
mail mdla@guldborgsund.dk





På naturens præmisser

Rapporten er en opsamling af input fra skovgæster, skovens naboer og repræsentanter fra natur- og turismeaktører i området omkring Bøtøskoven, samt fra en afsluttende ideworkshop med deltagelse af interessenter fra erhverv og interesseorganisationer.

Brugerundersøgelsen viser, at de fleste af skovens gæster har bopæl på Sjælland og er i området på grund af ophold i feriehus – enten fordi de ejer det og nærmest er lokale, eller fordi de er på ferieophold. For både de tyske og danske gæste gælder, at den faste adresse er i eller i nær omegn af storbyerne København og Berlin, så de til hverdag er langt fra den uberørte natur, som findes i Bøtøskoven.

De fleste gæster i skoven har hørt om den fra venner eller familie og har grundigt kendskab til skovens særlige kvaliteter. Gæsterne lægger vægt på roen og er indstillet på, at de netop er gæster, der må tage hensyn og indrette deres færden til mindst mulig gene for insekter, vilde heste, sommerfugle og planter.

Den overordnede fortælling om den naturgenopretning som sker i skoven, med beskyttelse af såvel plante- og dyreliv, står meget tydeligt for gæsterne, for naboerne og for erhvervslivet. Det betyder, at alle besøg og fremtidige udviklingstiltag forventes at foregå på naturens præmisser. Den overordnede fortælling om skovens rolle i naturgenopretning og beskyttelse af plante- og dy-

reliv er meget stærk i såvel turismeerhverv som hos naboer. Der er blandt alle aktører en stolthed, opbakning og taknemmelighed over naturgenopretnings-perspektivet i Bøtøskoven. Erhvervslivet er klar over, at det største trækplaster er naturen, og at den skal beskyttes og bruges på en fornuftig måde.

Bøtøskoven ses som en del af Sydfalster og skovens aktiviteter skal kobles sammen med andre steder med stærkt formidlingspotentiale. Det gælder for eksempel Gedser Odde og i særdeleshed det nye område i Bøtø Nor, som bør knyttes tæt til skovens oplevelser og formidling, da det er to forskellige fortællinger om det samme område.

Formidlingen af dyreliv, fugle, insekter, inddæmet område, områdets kulturhistorie og stormflodshændelsen er med til at gøre et besøg i Bøtøskoven til en mindeværdig oplevelse. Formidlingen bør udformes, så den vækker gæsterne nysgerrighed og inviterer til yderligere udforskning af Sydfalster.

Formidlingen kan være fysisk via flyers og skilte, digital i app og på hjemmesider eller den kan være personbåret i form af guider, der formidler Bøtøskovens særlige værdier. Formidlingen kan varieres efter årstid og naturfænomener og på den måde være ny for hvert besøg i skoven.

Infrastrukturen omkring skoven er afgørende for øget brug af skoven og særligt for cyklende gæster, er der mulighed for at skabe gode cykelruter når Bøtøskoven kobles til andre naturrige steder mod vest, nord og syd.

Infrastrukturen i Bøtøskoven består af stiforløb, hotspots og servicefaciliteter som madpakkesteder, toiletter og legepladser. Disse kan indgå som en del af den overordnede formidling ved at bære navne, der henviser til naturlige elementer i skoven.

Formidling af Bøtøskovens særlige natur kan også ske gennem nye oplevelsesprodukter. Det kan være guidede ture, eller nye traditioner som fællesspisning i skoven, jul i skoven eller andre aktiviteter, der udvikles af interessenterne i fællesskab med kommercielle aktører og synliggøres på alle tilgængelige platforme - med mulighed for at gæster fra nær og fjern kan booke online.



Indledning

Bøtøskoven besøges af 45.000 gæster årligt og besøgstallet for 2020 ser ud til at slå rekord med et estimeret besøgstal på 50.000-55.000 gæster. Det er et populært udflugtsmål for lokale, dagsturister og feriehushæster på Sydfalster. Udviklingen af skoven som attraktion med denne vækst, kræver særlig opmærksomhed på skovens unikke naturværdier. Det er nødvendigt, at ramme den rette balance mellem at invitere flere gæster til skoven og samtidig beskytte og genoprette naturen gennem de forskellige redskaber, der er til rådighed.

Det er med denne indgangsvinkel, ORANGE elevator har afdækket en del af turismen og potentialerne i området hen over sommeren 2020.

Målet er et velbalanceret forhold mellem benyttelse og beskyttelse. På den ene side kræver det, øget formidling af de afvekslende oplevelser, så gæsterne fortsætter med at benytte skoven på skovens præmisser. På den anden side kræver det, at naturområder og ressourcer tilpasses, så hele destinationen udvikles, samt for et enkelt tema eller område.

Det handler om at vise turisterne de rette og mest robuste steder hen, at sørge for at erhvervslivet kan møde dem på deres vej og sikre, at langt størstedelen af gæsterne går i en bue udenom de mest skrøbelige områder.

Destinationsudvikling er både til gavn for borgere og gæster, for turismeaktører og den lokale bosætning samt tiltrækningen af nye borgere. Bøtøskoven kan være et stærkt turismekort, hvor naturens skrøbelighed respekteres, samtidigt med at de gæster, der besøger Bøtøskoven, lægger penge hos det lokale erhvervsliv.

Rapportens anbefalinger hviler på en base af viden fra tidligere kortlægning af Bøtøskoven i 2018, samt en brugerundersøgelse fra 2020. Derudover tager anbefalingerne afsæt i en dialog med Sydfalsters interessenter - virksomheder, organisationer og grundejere, samt en workshop med udvalgte interessenter fra området omkring Bøtøskoven.



Brugerundersøgelse i Bøtøskoven 2020

I forbindelse med Interreg-projektet *Tourism Cross Border (TOUR-BO)* ønskede Guldborgsund Kommune at afdække gæsternes behov under besøg i Bøtøskoven. Derfor besøgte ORANGE elevator Bøtøskoven i fem dage i sommeren 2020, henholdsvis den 9., 10., 15. og 16. juli samt d. 24. august, med formålet at interviewe danske og tyske turister om deres besøg i Bøtøskoven.

Denne rapport er en analyse af den indsamlede kvantitative og kvalitative data. Gæsternes svar giver indblik i potentialer for turistrettet formidling og nye oplevelser i Bøtøskoven og anvendes som kvalificerede input og bevæggrunde i forbindelse med udviklingen af Bøtøskoven.

Brugerundersøgelsens input har dannet baggrund for efterfølgende dialog med interessenter samt workshops og anvendes som input til fremadrettet udvikling.

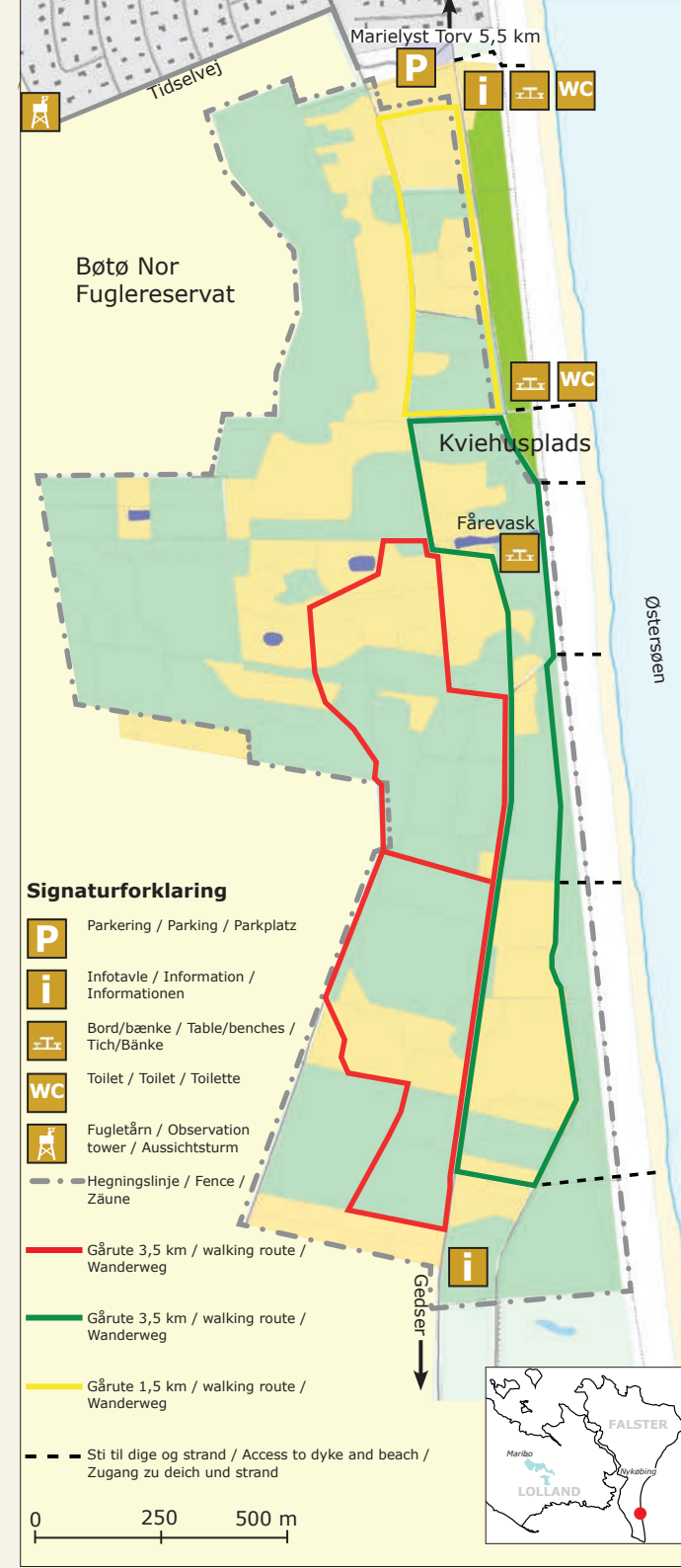
Spørgerammens undersøgelsesdesign

Der gennemførtes i projektperioden spørgeskemaundersøgelser med 112 gæster, hvor i alt 416 gæster var repræsenteret. Spørgerammens praktiske udformning er udarbejdet i onlinetjenesten *Typeform* og dataen er indsamlet af to konsulenter, der gennem semistrukturerede interviews har udfyldt spørgeskemaerne sammen med de adspurgte på tablets i skoven. Denne tilgang giver

en mængde data, der kan kvantificere anbefalinger til fremadrettet handling.

Undersøgelsesdesignet har lagt vægt på vigtigheden af at indfange gæsternes input gennem tilføjelsen af kvalitative svarmuligheder. Spørgeskemaets undersøgelsesdesign har således kombineret kvantitative og kvalitative svarmuligheder. Det har givet plads til kommentarer, der ikke passede ind i nogle af de forudbestemte kasser. Kategorien "andet" giver dermed indsigt i gæsternes faktuelle virkelighed og konkrete ideer genereret af gæsterne. De kvalitative data er mindst ligeså vigtige, som de kvantitative, når vi ønsker at forstå gæsternes behov, hvordan skoven anvendes og ikke mindst, hvad der virkelig betyder noget for de besøgende, hvad der gør indtryk, hvilket ordvalg, de anvender, og hvilke samtaler, der har været i løbet af de fem dage i Bøtøskoven.

For at undgå at intervenere med gæsternes planlagte eller uplanlagte færd gennem skoven, tilbød interviewererne at gå med dem. I gennemsnit er der brugt 12 minutter pr. interview, og der blev gået langt med gæsterne. ORANGE elevators medarbejdere gik hver for sig, for at dække et størst muligt areal af skoven og for at tale med flest gæster. Som resultat af indsatsen materialiserede forskellige brugsmønstre sig i processen. Data er indsamlet på kryds og tværs af Bøtøskoven; på engen med sommerfugleentusiaster, ved Kviehuset, langs mindre stier og på områdets gennemgående grusvej.

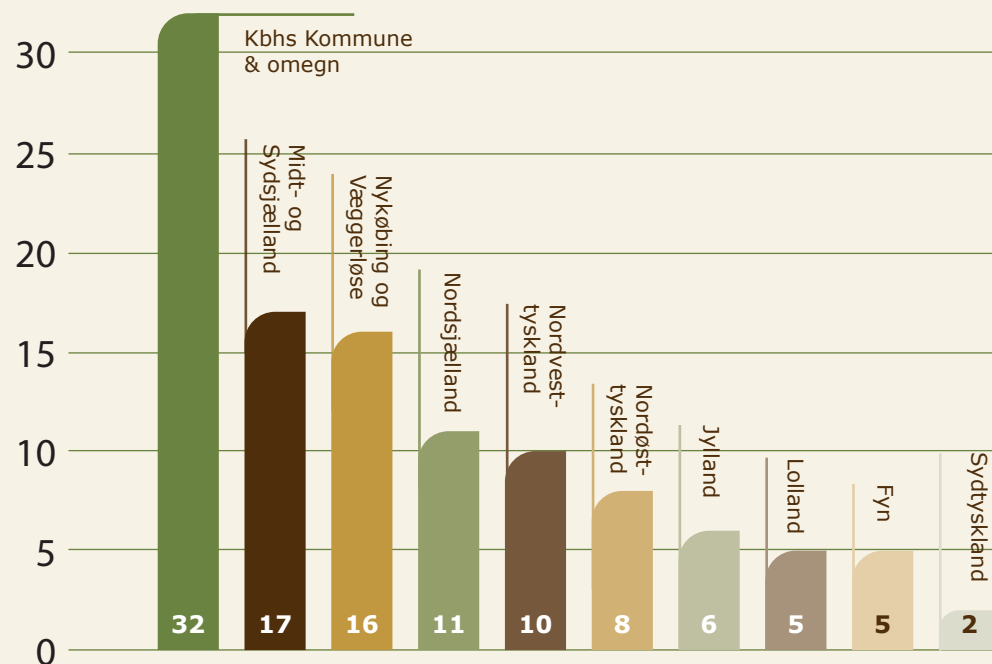


Gæsterne

Brugerundersøgelsen skal fungere som erfarings- og vidensgrundlag for det fælles dansk-tyske samarbejde i projektets Arbejdspakke 5 og afspejle både danske og tyske turisternes behov og forventninger til kultur og naturoplevelser i og omkring Bøtøskoven. Derfor var det som udgangspunkt forventeligt at opnå en ligelig repræsentation af danske og tyske gæster i datagrundlaget. Den virkelighed, vi mødte i skoven var imidlertid en anden. Med svar fra henholdsvis 92 danske og 21 tyske gæster, udgør den procentuelle fordeling i brugerundersøgelsen 81% danskere og 19% tyskere, hvilket står i kontrast til normalfordelingen på 20% danske og 80% tyske turister.

Grunden til at repræsentationen af gæsterne i den udførte brugerundersøgelse afviger fra det kendte demografiske billede af destinationen kan skyldes afledte effekter af COVID19. Grænselukningen mellem Danmark og Tyskland ophørte først ugen inden de første besøg i skoven. Dette kan have haft en påvirkning på, hvor mange tyske turister, der befandt sig i skoven for tidspunktet af undersøgelsen. En anden grund til dette udfald kan skyldes, at brugerundersøgelsen hovedsageligt er udarbejdet i juli, hvor tyske gæster ofte ferierer senere end danskere, nemlig i august. Og endelig kan det skyldes, at de tyske gæster ikke benytter skoven. På baggrund af ingen betydelige erfarde forskelle i natursyn eller input fra danske og tyske gæster behandles svarene som et samlet datagrundlag.

Hvor kommer gæsterne fra?



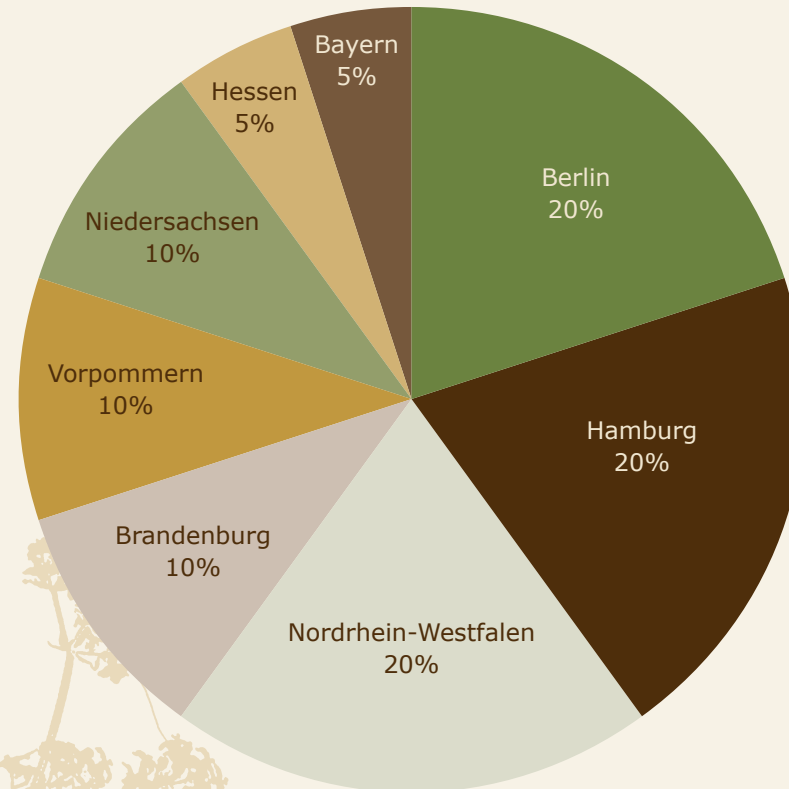
De danske gæster kommer hovedsageligt fra Københavns Kommune og omegn (29%), Midt- og Sydsjælland (15%), Nykøbing og Væggerløse (14%) og Nordsjælland (11%). Herudover viser det samlede besøgstal, at gæster fra det nordvestlige Tyskland og det nordøstlige Tyskland udgør henholdsvis 9% og 7% i det samlede besøgstal. Mindre procentsatser dækker over Jylland (5%), Lolland (5%), Fyn (4%) og det sydlige Tyskland (2%).

Ud fra disse tal, kan det konkluderes, at de danske besøgende primært kommer fra Sjælland (55%) og i en kørefastand, der muliggør dagsbesøg. Knap en tredjedel af de besøgende kommer fra Københavns Kommune og omegn. Dette segment af gæster har i mindre grad daglig kontakt med uberørt natur. Gæster fra hovedstadskommunerne repræsenterer desuden et købestærkt publikum. Ved at imødekomme dette segment og rette kommunikation mod netop denne gæste-



type, er der formidlingsmulighed og omsætning at hente. De kan have en længsel efter naturen, men har måske ikke de fornødne værktøjer til at tilgå naturoplevelserne på egen hånd eller til at indvi deres børn i naturens herligheder. Guidede ture og anden formidling kan gøre disse gæsters tur til noget særligt.

Hvor kommer de tyske gæster fra?



De tyske gæster kommer primært fra det nordlige Tyskland. Det gælder henholdsvis regionerne/kommunerne Berlin (20%), Hamburg (20%) og Nordrhein-Westfalen (20%). De resterende 40% af de tyske gæster kommer fra midten af Tyskland, med få besøgende fra det sydlige Tyskland. Gæsterne fra storbyerne Berlin og Hamburg har ligesom gæsterne fra Storkøbenhavn en hverdag langt fra den vilde natur, så også de kan have brug for vejledning til at færdes i naturen og til at forstå Bøtøskovens særlige natur og naturgenopretningen.

Profiler og typer

En del af observationerne i skoven er samlet herunder i disse gæstetyper:



Sommerfugle- fotografer (Krybskytterne)

Besøgende der er iklædt kakifarvede veste, outdoortøj, makrolinser, camouflagesleeve på kameralinserne og i nogle tilfælde med flere kameraer over skulderen. Denne type har gearet i orden og stor viden med hjemmefra. Det er de hardcore "nørder", der er på jagt efter sjældne sommerfuglearter som Sort Ildfugl. Denne type gæster efterspørger vilde natur i skoven, for skoven og for dyrene – ikke for mennesker. De holder sig typisk fra de etablerede stisystemer.

Tour de hest

Hestene er *reason to go*. For nogle står vilde heste øverst på dagsordenen blandt andet en kvinde på ferie med sit plejebarn og venindens datter. At finde hestene i Bøtøskoven var målet, ikke blot for dagens udflugt, men for hele ferien. Gruppen var på hesteferie og skulle i løbet af sommerferien besøge flere andre steder i Danmark, hvor der er vilde heste. De vilde heste er *reason to go* i Bøtøskoven og målet at se så mange vilde heste som muligt.

Hulebyggerne og insektpotterne

Leg på naturens præmisser. Børn, der udbrøder; "Jeg har fundet en pind der ligner et koben, se!". Det handler om det, naturen kan tilbyde. En dreng havde fundet firben og fortalte, at græshopper smager af kylling, når de steges men ellers af creme. Familier stoppede op for at se på dræbersnegle og en familie fortalte, at de besøgte Bøtøskoven hver uge, da deres drenge havde bygget en hule herude. De havde netop været ude at tætte den med blade.

Copenhagen Fashion

Unge par fra København og omegn, hvor en eller flere af de besøgende oprindeligt kom fra Falster. Ankom til skoven i luftig sommerkjole på cykel med cremefarvet anhænger til chips og øl. Andre unge gæster var klædt i tilsvarende moderigtigt tøj. Disse gæster har iscenesat deres besøg med tæpper, snacks og andet, der tager sig godt ud på de fotos, som de deler med andre. De er storforbrugere af digital formidling.

Den aktive pensionisttilværelse

Cyklister, stavgængere og sommerfugleentusiaster er gæsterne, der hører under denne kategori. Vi mødte bl.a. en gæst, der var på dagstur for at finde sommerfuglearten. Han havde taget et aktivt valg om, ikke at blive som andre på hans alder, hvor arbejdslivet blev afløst af en stillesiddende livsstil. Hans pensionisttilværelse begyndte med en interesse i fugle, og efter en tid som amatørornitolog, fik han interesse for sommerfugle.

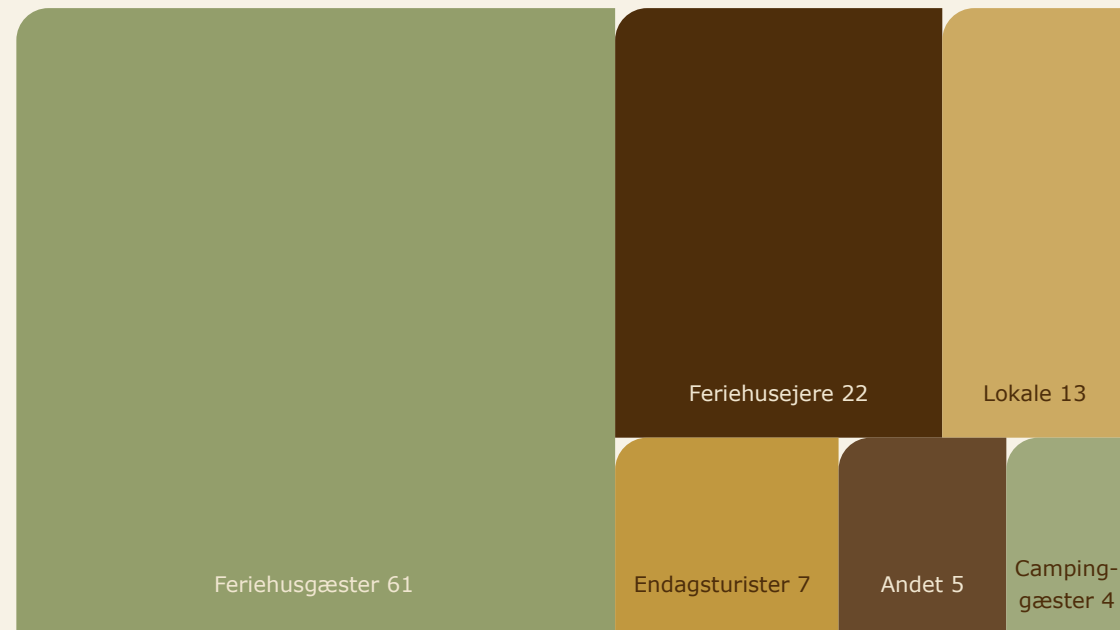


Hvordan overnatter gæsterne?

Brugerundersøgelsen viste at langt størstedelen af Bøtøskovens besøgende er feriehusgæster (61 personer) eller feriehusejere (22 personer). 13 af de besøgende var lokale, 7 var endagsturister, 4 var campinggæster og 5 svarede "andet" og uddybede, at de enten boede på hotel eller på Bed & Breakfast.

I samtalerne med de mange gæster blev det tydeligt, at feriehusejere og gæster ofte fremstod som en slags lokale, der havde et nært tilhørsforhold til området. De kendte til området og havde besøgt det mange gange før. På den måde italesatte de sig mere som lokale end som udefrakommende. Vi mødte blandt andet en tysk familie, der havde besøgt området gennem otte år. De havde lejet et nyt hus i området hvert år, men besøget i Bøtøskoven et fast indslag i deres ferieliv på Falster. Da feriehusejere og -gæster udgør 75% af det samlede besøgstal, bør man overveje hyppigheden af den kommunikation, der udarbejdes om Bøtøskoven, da dette er segmenter, der besøger skoven flere gange årligt og udviser interesse i, hvad der er sket i skoven siden sidst.

Ferieform



Der er overraskende få campinggæster blandt de interviewede gæster. Det er påfaldende, fordi der ligger flere campingpladser tæt på skoven. Østersøparkens camping ligger få hundrede meter fra skoven og i cykelafstand (8 km) ligger Marielyst Familiecamping. Kun 4,5% af de besøgende camperede eller overnattende på campingpladser. Med seks campingpladser på Sydfalster, er der potentiale i at tiltrække flere af disse gæstetyper. Som campinggæster er de allerede i nærområdet, og en del campinggæster er desuden at finde i outdoor-orienterede segmenter, som må forventes at bevæge sig tættere på naturen.





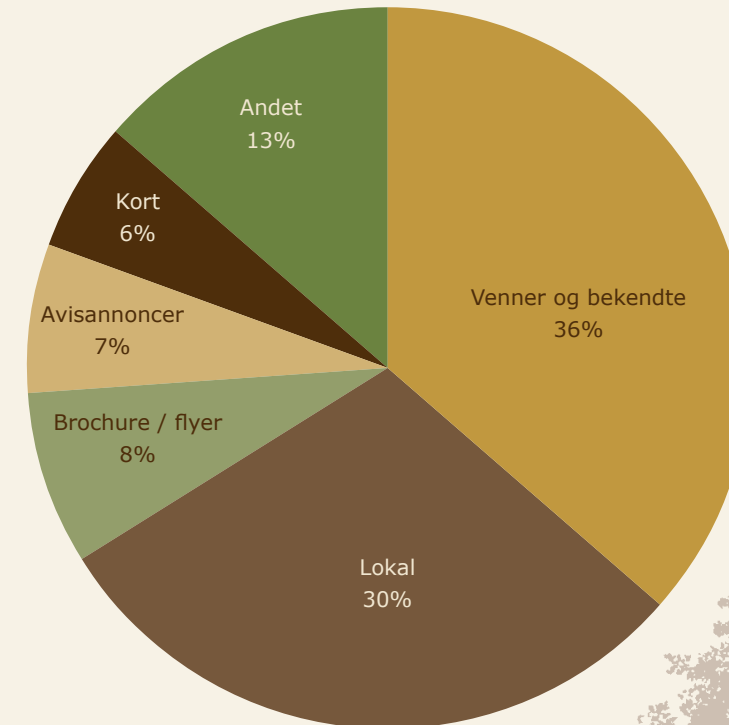
Kendskab til Bøtøskoven

Kendskab til Bøtøskoven er primært baseret på lokalkendskab og på omtale fra venner, bekendte, kollegaer - og i et par af tilfældene fordi gæsterne børn har været i skoven tidligere.

Cirka 80% af gæsterne har fået deres kendskab gennem kommunikationskanaler, der forudsætter en fysisk nærhed til Falster eller til andre, der fysisk har været i Bøtøskoven. Dette drejer sig om både de gæster, der er lokale og de gæster, der har hørt om stedet fra venner og bekendte. Det inkluderer herudover også dem, der har opdaget skoven ved et tilfælde, dem der har downloadet appen *Naturlandet* eller besøgt Turismekontoret i Marielyst og af denne vej fået en flyer om Bøtøskoven. De resterende 20% af de besøgende har kendskab til Bøtøskoven fra fysiske kort, søgning online, avisannoncer og tv.

Det er værdifuld viden, at over en tredjedel af Bøtøskovens gæster svarer, at de har kendskab til skoven gennem *Word of Mouth* (WOM). Det er værdifuld viden, fordi omtale ikke er noget, man kan købe sig til. Derimod er WOM det krydderi, mange eventarrangører og serviceudbydere drømmer om, da omtale genereres, når gæsterne har en god oplevelse. Det er de historier, vi gerne vil dele med vores venner og bekendte. At Bøtøskoven står så stærkt på WOM, er et rigtig godt signal. Det vidner om, at gæsterne oplever noget, der er så værdifuldt, at de gerne vil fortælle det videre.

Kendskab til Bøtøskoven







Reason to go

Af brugerundersøgelsens svar fremgår det tydeligt, at hestene er skovens største attraktion. Da gæsterne blev spurgt om, hvilke attraktioner de kendte i forvejen, svarede 63%, at de kendte til de vildtlevende heste. Det blev nævnt, at de vilde heste var svære at finde, hvor andre havde set dem hver gang, de var i skoven.

En væsentlig pointe er at gæster, der ikke havde set hestene, ikke følte sig skuffede og gik tomhændede hjem. De havde i stedet oplevet andre dyr og været ekstra på udkig. De vilde hestes tiltrækningskraft skal blandt andet findes i, at de er alt det, klappedeger ikke er. Man får ikke det hele serveret - det er skattejagt, og det er safari kontra zoo. På den måde bliver de ikke alene *reason to go* men også et *reason to stay*, der forlænger nogle gæsters tur i skoven. Hvis de ikke ses, øger det for nogle grupper kun værdien og for andre også lysten til at tage af sted igen.

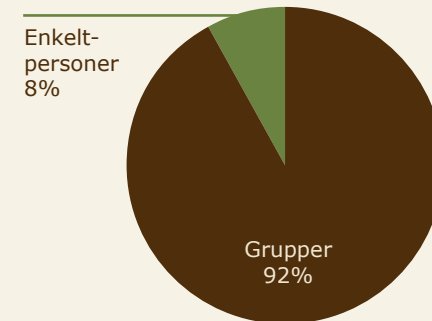
En anden stor gruppe af besøgende (23%) nævnte diget som det, de kendte i forvejen og netop kombinationen af skov, dige og strand er interessant og unikt for Bøtøskoven.

Hvordan oplever gæsterne skoven?

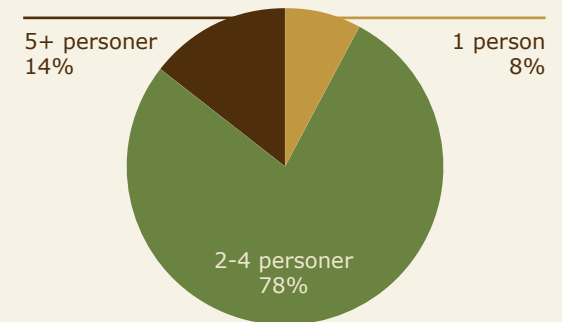
Langt størstedelen af de besøgende er taget af sted til Bøtøskoven i grupper (92%). Det betyder altså, at det at tage i Bøtøskoven er noget, de fleste gør sammen, og at der er en fælles dagsorden for det besøg, gæsterne begiver sig ud på. Det er noget, man er fælles om, og besøg i Bøtøskoven er oftest i grupper fra 2-4 personer. De 8% af gæsterne, der besøgte skoven alene angav, at det hovedsageligt var for at gå en tur i Bøtøskovens særlige natur og få ro.

Lidt under halvdelen (45%) af de adspurgte besøgte Bøtøskoven sammen med deres børn. Derfor er mange af gæsternes behov og konkrete anbefalinger til forbedringer af oplevelsen i Bøtøskoven knyttet op på, hvad der vil kunne højne børnenes oplevelse af Bøtøskoven. De taler gerne på vegne af børnenes behov og muligheder - herunder henviser de til, hvordan de bruger naturen som legeplads og gerne vil sikre, at børnene aktiveres. De gæster, der ikke har børn, bruger skoven til naturoplevelser og til at finde roen. De udgør stadig majoriteten (55%) af de adspurgte, så service, der er henvendt til gæster uden børn, er stadig væsentligt.

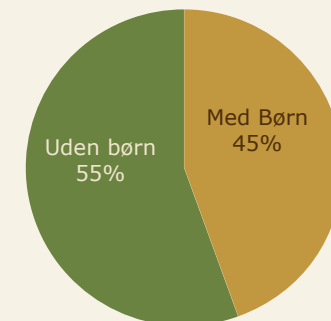
Fordeling



Gruppestørrelse

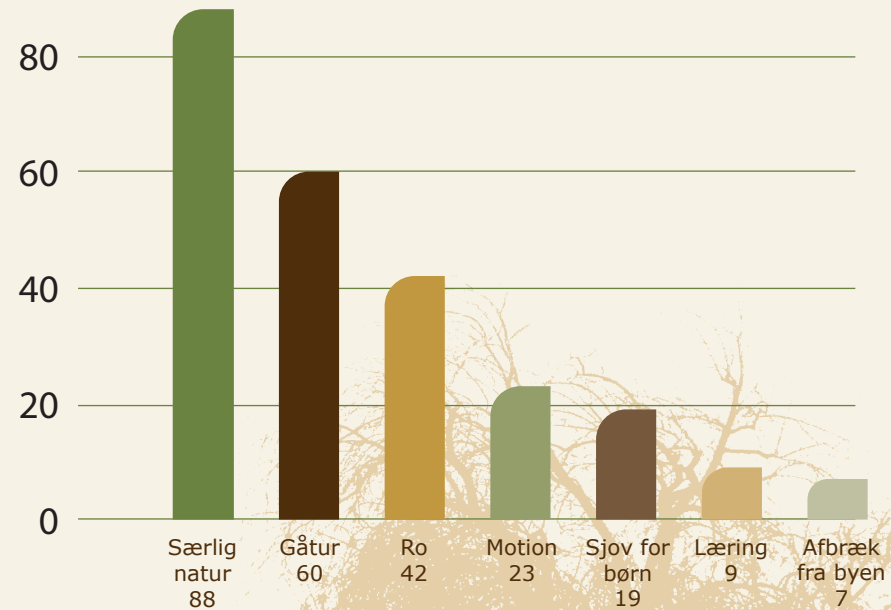


Med eller uden børn



Motivation

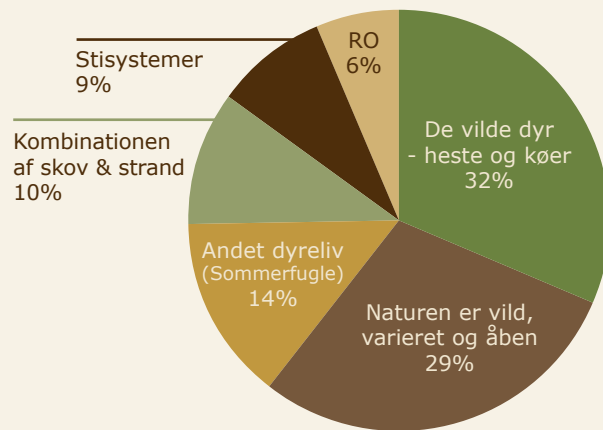
Et besøg i Bøtøskoven handler om at røre sig og finde ro, og naturen er den absolut største motivation. Da vi undersøgte gæsternes kernemotivation for besøg i Bøtøskoven, fortalte nogle gæster, at de følger skoven med sæsonerne, og en anden kunne godt lide "tanken om at fare vild". I spørgeskemaet fik gæsterne mulighed for at afkrydse flere valgmuligheder. 34% af gæsterne fremhæver, at det er "særlig natur", der bringer dem til Bøtøskoven. Dette efterfølges af "gåtur" (23%), "ro" (16%), "motion" (9%), "sjov for børn" (7%), "læring" (3%), "afbræk fra byen" (3%). 5% af gæsterne valgte kategorien "andet", som forklares med ord som; "dyr", "picnic", "cykeltur", "nysgerrighed", "strand" og "adspredelse".





Gæsterne blev under et rent kvalitativt spørgsmål bedt om at uddybe, hvad, de synes, karakteriserer den særlige natur i Bøtøskoven. Disse svar er kategoriseret efterfølgende;

Hvad karakteriserer den særlige natur i Bøtøskoven?



De vilde dyr - heste og køer (40 svar)

Ikke overraskende svarede 32% af gæsterne, at det er "de vilde dyr", der er særligt ved Bøtøskovens natur. I samtaler med de besøgende fremgik det tydeligt, at hestene ikke blot er det, gæsterne havde kendskab til inden besøget, eller det, der var særligt ved naturen i Bøtøskoven, men at de er trækplasteret og målet for mange gæster; "vi kommer mest for de vilde heste og køer" og "de vilde heste og køer - ville ikke gå en tur i skoven ellers". Tilbagevendende gæster nævner, at de gerne vil "følge med i hestene og køerne". En

gæst fortalte, at hans far havde boet hernede i fire uger, uden at være heldig at se hestene. Det signalerer, at hestene er en del af mange besøgendes bevidsthed, og at der er en interesse i at se dem og følge deres udvikling. I samtaler med gæster var der fokus på, hvor mange heste der nu var i flokken. De blev talt og gæsterne snakkede om, hvor mange der havde været sidst, de var på besøg i skoven.

Naturen er vild, varieret eller åben (37 svar)

Udover de vilde dyr, var der påfaldende mange af de besøgende, der beskrev skoven som "vild". Det er selvfølgelig interessant, når skoven egentlig er en plantage, men det er uden sammenligning det mest anvendte ord, gæsterne benytter til at beskrive, det særlige ved Bøtøskovens natur; "den er vild", "der er vildt og uspoleret", "lidt mere vildt", "det er vildt og ikke passet", "vildt og vilde stier", "den vilde skov". Skoven beskrives som "naturbelassen" (naturlig), og som "divers", "varieret" og "alsidig" af de besøgende. At gæsterne beskriver Bøtøskoven således kan skyldes mange ting. Det kan bunde i erfaring med mere ordnede plantageskove, hvor Bøtøskoven omvendt kommer til at opfattes som om, den får lov til at ligge og forfalde. Det kan også bunde i en dybere viden om hvilken type skov, man som gæst befinder sig i. Det nævnes blandt andet, at skoven er en "mischwald am meer" (en blandingsskov ved havet), og at Bøtøskoven "minder om hedeegne".

Forklaringen på, hvorfor Bøtøskoven opfattes som vild, ligger sandsynligvis også i de besøgendes kendskab til genopretningsprojektet i skoven.

Hvis vi dykker ned i de uddybende svar, beskrives det særlige ved naturen med, at "hele naturgenopretningsprojektet", er noget særligt. Det er "bred fauna med træer og planter og meget eg, bøg og røn. Den er unik. Den ligger på kanten af det fede landskab som en vestjysk sandø", "der er blandede træer, løvtræer og nåltræer" og "berries are everywhere here". Det lysåbne blev nævnt af flere besøgende. En gæst fortalte, at hun ikke kan lide mørke områder med træer, men foretrækker lysåbne områder, hvor man kan se langt. Herudover nævnte hun og flere andre besøgende, at de satte pris på, at de væltede træer ikke fjernes. Det kan også være en del af forklaringen på, at gæsterne opfatter skoven som vild og noget særligt.

Andet dyreliv (18 svar)

Andet dyreliv omfatter det, der ikke er de store dyr som konikhestene og kvægene. I denne kategori præsenteres input fra besøgende, der fremhævede de mindre dyr, som insekter og fugle, som det særlige ved Bøtøskovens natur. Fællesnævneren for disse gæster er, at de er det, man kan beskrive som opdagelsesrejsende. Disse besøgende er både naturfotografer og sommerfuglejægere, der fremhævede sommerfuglearter med navn; spejlbredpande, markperlemorsommerfugl, storplettsommerfugl og sort ildfugl. Der var også besøgende, der gik efter insekter, for at tage billeder af dem. En besøgende fortalte, at han havde læst om den nyligt opdagede løbebille. Der var også besøgende, der nævnte fuglelivet med falke og havørne. En besøgende ville gerne give sit besyv med i forhold til, hvordan skoven i øjeblikket er



indrettet til at tage imod hulrugende fugle: "her mangler fuglekasser - alt det der hedder hulrugende fugle. Det er store skalleslugerere, der ligger herude, der ikke behøver at tage til Møn".

Et andet perspektiv var de gæster, der bare gerne ville se den lidt mere generelle kategori: "dyr".

I følge denne gruppe er det særlige "når man ser dyr", "dyrelivet" og "dyrene". Disse besøgende beskrev, at de gerne ville "opleve dyrelivet", "gå på opdagelse" og, at det var "det generelle dyreliv herude", der var særligt for Bøtøskoven. I samtalerne med de besøgende fremhævede mange, at det ofte handler om det, man som gæst møder på sin vej; "Sebastian synes, det er sjovt at rode i en lort, den myldrer med liv". Den sætning er meget sigende, i forhold til de forventninger til skoven, vi oplevede i udarbejdelsen af brugerundersøgelsen. Her stoppede vi op hos familier med børn i klapvogne, der kiggede på skovsnegle, og børn, der viste os bænkebidere og larver og fortalte historier om at have fundet snoge, firben og græshopper - og om hvordan de smager, både når de steges, men også når de spises direkte fra naturen. Da gæsterne blev spurgt, hvad de havde lært i Bøtøskoven, svarede flere, at "vilde heste er svære at finde", men at de havde lært en masse om lort - nogle havde endda været så heldige, at have trådt i en kolort.

Kombinationen af skov og strand (13 svar)

Flere af de besøgende fremhæver det unikke i, at skoven og stranden ligger op ad hinanden. Stranden besøges af mange af skovens gæster som en del af skovturen; "det er fantastisk med

alle de små stier i skoven og så at spise frokost på stranden", "det særlige er at skov og strand ligger så tæt på hinanden", "beliggenheden! Kombinationen af strand, vold, strand" og at Bøtøskoven er "tæt på havet". Andre nævner også "Den specielle natur ved diget", at have læst om Marielyst Strand, der har vundet priser og sammenligner området omkring Bøtøskoven med Henne Strand. Marielyst og Bøtø Strand er flottere "med birke-træer, fredfyldt og roligt".

Et vigtigt fund i brugerundersøgelsen er, at Bøtøskoven ikke kun opleves langs stisystemerne eller de tre etablerede ruter i skoven. Mange gæster fremhæver, at kombinationen af skov og strand er unik for Bøtøskoven, det er altså en del af den værdi, Bøtøskoven kan tilbyde, og derfor kan det være fejlagtigt at behandle formidlingstilbud alene i Bøtøskoven. Da mange gæster kombinerer et besøg i skoven med et besøg på stranden eller langs diget, består gæsteoplevelsen af et loop, der primært går langs skoven og ud langs diget eller omvendt. Dette kan medtænkes i ruteudviklingen af skoven.

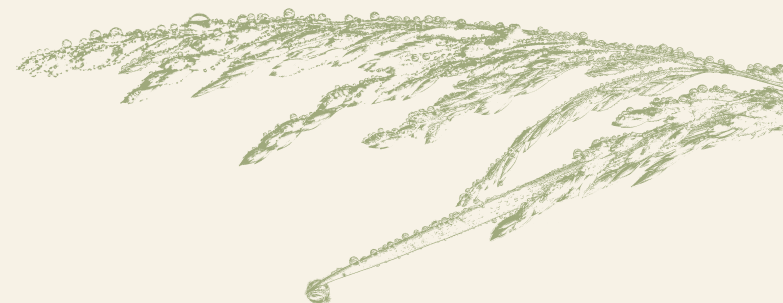
Stisystemer (11 svar)

Besøgende fortæller, at Bøtøskovens natur er særlig, fordi der tilbydes en behagelig og hyggelig tur på grund af skovens infrastruktur; "der er behageligt at gå hernede efter de har gjort så fint i stand", skoven er "dejlig at bevæge sig igennem". De besøgende kunne særligt godt lide de små stier, og alsidigheden i de små ruter fremhæves. Det beskrives, at Bøtøskoven tilbyder "fascinerende omgivelser med hyggelige skovstier", "den

er fantastisk, med alle de små stier" og "der er så mange stier. Man kan cykle og gå". Herudover fremhæves særligt gangstierne, de små stier og træstierne.

Ro (8 svar)

"Die ruhe" og "ro" blev nævnt i samspil med den oplevelsesværdi, der er særlig ved Bøtøskovens natur. Det er godt at vide, at gæsterne opfatter Bøtøskoven som et fredfyldt, roligt og uspoleret sted, hvor de kan finde fred. Det er værd at forholde sig til, når der skal udvikles formidling og oplevelsestiltag i skoven. Roen er en vigtig værdi og en vigtig del af det, Bøtøskoven kan tilbyde gæsterne. Som nævnt tidligere i rapporten, er ro den tredje højeste motivationsfaktor til at besøge Bøtøskoven, efter særlig natur og gåtur, hvilket fremhæves af 42 ud af de 112 interviewede.







Hvorfor skovtur?

Til trods for, at afkrydsningsmuligheden "sjov for børn" kun blev valgt af 7% af de besøgende, fremgår det ofte meget tydeligt på de adspurgte, at gæsterne gerne vil give deres børn en god oplevelse. Som nævnt tidligere, besøger langt størstedelen af gæsterne skoven i grupper, og når gæsterne bliver spurgt "Hvad indeholder en god skovtur for dig?", nævntes kategorien "samvær" som det vigtigste parameter. Dette samvær muliggøres gennem den "ro" og "vilde og varierede natur" som fremhæves i brugerundersøgelsen. En besøgende beskrev, at en god skovtur, handler om, at have "roen til at have det sjovt med børnene. Da de er vant til iPads, er det en anden form for sjov, vi kan have sammen". En anden besøgende fortalte, at det for deres familie handlede mere om "adspreddelse end sjov for børn". Det har været en gennemgående pointe, at det er en god tur, når man "ser nye ting og har god tid og at børnene er engagerede".

Gæsterne nævner, at en god skovtur giver en tofoldig værdi. Det giver de voksne mulighed for samvær med børnene; at hygge sammen og få snakket med børnene mens "ungerne får lov til at krudte af". De voksne er glade, når børnene er glade, og det fremhæves at en god skovtur er, når børnene aktiveres, eller leger i skoven på egen hånd. En gæst forklarede, at hendes "Sønner er glade, hvis de finder en pind eller nogle insekter. Det er helt fint". En anden gæst forklarede, at en god skovtur indebærer, at "drengene kan lege i den hule, de har bygget". Det er alt sammen på-

virket af børnenes egen fantasi og ukendte møder, og derfor er "sjov for børn" muligvis mere en effekt af møderne i naturen.

Når man dykker ned i de kvalitative svar, kan det desuden læses, at en god skovtur giver anledning til at være sammen, fordi der er "fred og ro og ikke så mange mennesker". Det giver ro til at være alene eller gå en tur sammen med hunden. Det er en god skovtur "når mine hundes haler logrer" og en tur i skoven kan tilbyde sanselige oplevelser, hvor man kan opleve dufte, møde, se, forbyde sig og stresse af. En god tur i skoven er for mange "oplevelsen af at være i naturen". Gæsterne beskriver, at det er værdifuldt, hvordan man kan "opleve noget nyt hver gang, naturen og årstiderne skifter", og afvekslingen i naturen. Det fremhæves desuden, at en god tur i skoven er en tilgængelig skovtur, hvor det er muligt at bevæge sig rundt i skoven. Gæsterne nævner, at der er værdifuldt, når der er forskellige typer af stier, synlige stier, gode vandre- og cykelstier og at man kan ankomme til skoven på cykel.

Hvad kan gøre oplevelsen i skoven bedre?

I prioriteret rækkefølge, nævner gæsterne mere natur- og kulturformidling, flere spisesteder, oplevelser, transportmuligheder og overnatningsmuligheder.

Mere kultur- og naturformidling

Nå gæsterne nævner, at mere natur- og kulturformidling, kan gøre oplevelsen bedre, er der

samtidigt mange gæster, der nævner, at udviklere af skoven skal være påpasselig med ikke at "Disneyficere" skoven; "man skal gå på opdagelse, pas på det ikke bliver et Bonbonland". Der er besøgende der mener, at der intet skal tilføjes; "skoven er perfekt som den er. Det er derfor vi kommer tilbage år efter år, og derfor vi bliver ved med at komme igen". I forlængelse af dette ræsonnement nævner andre; "bevar det naturskønne uden for meget intervention", "viden er ikke svaret – søger ro" samt "ikke mere skiltning, men røre, føle, mærke".

De besøgende er generelt tilfredse med den eksisterende formidling, men der efterspørges mere stedsspecifik viden om specifikke arter og dyreliv. Eksempelvis viden om rødlistede arter, om træerne og om kurve- og skærmbloster. Det fremhæves også, at der er særligt behov for sæsonbetonet viden. Mange af gæsterne i Bøtøskoven er gengangere, men det betyder ikke, at de ved, hvad der foregår på forskellige årstider. De efterspørger ikke viden, men nyheder. Hvornår yngler havørnen, hvad er planen og visionen for genopretningen, hvad har man tænkt sig med den selvsåede birk? De besøgende nævner, at ny viden vil give lyst til genbesøg. Gæsterne foreslår anderledes former for formidling og skiltning som eksempelvis QR koder, geotags, udvidelse af appen *Naturlandet* og udvikling af Skattejagt. Mange forældre fortæller, at de gerne vil kunne give deres børn viden, de ikke selv ligger inde med, men at de gerne vil erhverve viden på stedet, eventuelt via flyers eller appen *Naturlandet*.



Spisesteder

De besøgende nævner, det er vigtigt, at spisesteder udvikles i naturens ånd. "Der kunne godt være nogle flere spisestationer. Oplagte steder at være, hvor man samtidig passer på de udsatte områder, men det må ikke blive for kommercielt". Andre fortæller, at de "finder bare en træstub" og "man skal ikke rydde op efter faldne træer". Der er ingen efterspørgsel efter bord-bænkesæt, men snarere en lyst til at indrette sig med spiseplads på de væltede træer i skoven. De faldne stammer bruges både til opholdssteder og til leg for børnene. Faldne stammer bliver på den måde til billige bænke og billige legerum. Det nævnes, at det ville være interessant med spisesteder i naturen - ikke bare langs stierne. Gæsterne nævner, at det vil være rart med et overdække, og flere spisestationer, hvor der er mulighed at komme af med skrald.

Oplevelser

Af oplevelser efterspørges flere guidede ture, klatrepark, skovlegeplads, skattejagt, børnevenlige opdagelsesture, forhindringsbaner på eksisterende stubbe og sjove fortællinger for børn.

Transportmuligheder

Her omtales infrastrukturen, hvor der efterspørges flere cykelstier, bedre parkering og skiltning omkring færdsel i skoven. Hvor må man cykle, hvor må man parkere og hvor lang tid tager det at gå til forskellige steder i skoven.

Overnatningsmuligheder

Her går pointen igen om, at eventuel udvikling skal være "på naturens præmisser". Nye overnatningsmuligheder omtales mere som noget der, "kunne være sjovt at prøve", men ikke som et reelt behov for de fleste af gæsterne. Enten er de blevet for gamle til at have lyst til at overnatte i en skov, eller også er de adspurgtes børn ikke er gamle nok. Hvis der skulle overnattes i skoven, bliver det nævnt at; "Overnatning ville være sjovt højt oppe" og at shelters kunne være attraktivt. Ikke nødvendigvis til at sove i, men snarere som en form for pause- og madpakkerum.





Erhverv og øvrige lokale interessenter

Forarbejdet til denne rapport har bestået i interviews med erhvervsvirksomheder og organisationer på Sydfalster. Disse møder fandt sted efter brugerundersøgelsen, så indsigter fra denne ligger til grund for spørgerammen. På baggrund af disse møder kunne vi identificere en række temaer, som efterfølgende er medtaget til den afsluttende workshop. De fem temaer er formidlingens indhold, ruter, hotspots, service og oplevelsesprodukter. Disse temaer med input fra dialoger og workshops og med reference til brugerundersøgelsen danner strukturen for de kommende afsnit, der afsluttes med opsamlende anbefalinger.

I dialogerne med de lokale interessenter er der to grundlæggende budskaber, som stod tydeligt. For det første er det budskabet om at al færdsel og alle aktiviteter i Bøtøskoven skal ske på **naturens præmisser**.

Den overordnede fortælling om skovens rolle i naturgenopretning og beskyttelse af plante- og dyreliv, er meget stærk i såvel turismeerhverv som hos naboer. Der er blandt alle aktører en stolthed, opbakning og taknemmelighed over naturgenopretnings-perspektivet i Bøtøskoven. Erhvervslivet er klar over, at det største trækplaster er naturen og at den skal beskyttes og bruges på en fornuftig måde.

Til dette budskab hører også ønsket om, at de langhornede kvæg skal tilbage i skoven. Det var, ifølge interessenterne, en misforståelse at lade

dyrene betale for gæsternes letsindighed. Der skal i stedet skabes en overordnet og stærk fortælling, som gør det klart, at dyr og planter har førsteret.

En anden naturlig konsekvens af at alle aktiviteter skal ske på naturens præmisser er en tydelig skelnen mellem hvilke motionister, der er velkomne i skoven. Således er motionister velkomne til aktiviteter, som ikke forstyrrer naturen. Gang og løb er i den sammenhæng at foretrække, mens kørsel på MTB skal henvises til andre mere velegnede steder.

Det andet grundlæggende budskab er, at Bøtøskoven er **en del af Sydfalster** og at sammenhængen skal integreres i udvikling af Bøtøskoven. Der peges på konkrete steder uden for skoven, som bør medtænkes eller direkte sammentænkes med udvikling af skoven. Det gælder i særdeleshed det nye område i Bøtø Nor, som bør knyttes tæt til skovens oplevelser og formidling, da det er to forskellige fortællinger om det samme område. Dyreliv, fugle, insekter, inddæmmede område, tilbage til naturen etc. På samme tid er genopretningstanken og tilgangen til stede i begge områder.

Det andet gennemgående tema, som fysisk ligger uden for skovens område, er adgangsforhold fra den øvrige del af destinationen. Der er i bedste bæredygtige ånd meget fokus på at cyklende kan komme rundt på destinationen og finde rundt i det særlige landskab under trygge forhold. Herunder vejledning til færdsel på diget, cykelsti på Bøtø Ringvej og et øst-vestgående spor, der forbinder de to kyster.

Formidling

Det overordnede formål med den samlede analyse er at tilvejebringe et lokalt forankret vidensgrundlag, som kan bidrage til at udvikle og afprøve nye oplevelses- og formidlingskoncepter i Bøtøskoven. Formidling af skovens - og naturens - kvaliteter er derfor det overordnede formål. I afsnittene herunder beskrives de fem temaer med relevans for den samlede formidling.

Indhold

Udvikling af turisme i Bøtøskoven er destinationsudvikling for hele Sydfalster og skal have blik for både gæster og borgere, samt de feriehusejere, der ofte definerer sig selv som noget midt imellem. Initiativer og tilbud, som er attraktive for destinationens gæster er oftest også attraktive for de, der bor i området. Gode fortællinger skaber identitet for børn og voksne borgere og tegner en attraktiv oplevelse for destinationens gæster.

Bøtøskoven skal også fremover kunne rumme forskellige besøgstyper; dagsturister, lokale, feriehusejere og friehusejere. Både erhvervsdrivende og de lokale interessenter nævner, at Bøtøskoven skal være for alle; unge og ældre, handicappede gæster, skoleklasser, børnefamilier og foreninger.

De erhvervsdrivende og lokale interessenter mener, at et af Bøtøskovens største potentialer findes i identifikation og udvælgelse af de mest betydningsfulde tematikker. Det kan være fortællingen om trækfuglene, der, som én af workshopdeltagerne fortalte "får det hele til at summe, når man står op om morgenen". Der skal opbygges bærende historier om stedets unikke "value proposals", om stormfloden, om havørnen, der yngler i Bøtøskoven eller historier om de nataktive dyr. Fortællingen om stormfloden kan tilbyde et særligt indblik i områdets identitet. Det er unikt, at man som besøgende går på inddæmmet land. Der bør også udvikles bærende historier om hestene. Hvorfor hestene er vigtige, og fortællingen om, hvordan de bidrager til naturgenopretning.

Ørne

Trækfugle

Sommerfugle

Stormflod

Heste

Pindsvin



En vigtig pointe fra workshoppen er, at formidlingen ikke skal være banal. Det er ikke al information, som skal gives på forhånd – det er fint, at man skal arbejde for den dybere fortælling. Der kan fokuseres på at udarbejde aktiverende formidling, der opfordrer til opdagelse og samtale, for det stemmer overens med gæsternes ønske om, at få mere viden med sig rundt i skoven. Når formidlingen er mere opdagelsesbaseret, er det vigtigt at huske, at informationer og svar er tilgængelige i app eller flyer, så et besøg i Bøtøskoven kan afsluttes med læringsudbytte.

Der skal ikke produceres "silver platter" formidling, men formidling, der er let for børnefamilierne selv at give i kast med. Dette kan eksempelvis være i form af en skattejagt eller formidling, der animerer til at "finde 10 ting" eller gå "i sporet af" Bøtøskovens insekter, sommerfugle, fugle og dyr. Det er alt sammen formidling, der fokuserer på viden om skoven og skovens biodiversitet, og lægger op til oplevelser, samtaler og fællesskab mellem venner og i familierne.

Der skal udvikles formidling i børnehøjde til skoler, børnehaver og foreninger og formidlingen skal kunne imødekomme dannelse i naturen. I Bøtøskoven gik mange af børnene rundt med deres foldere og orienterede sig på kortet. Der kan udvikles særlige foldere til børn, hvor der lægges vægt på billeder frem for tekst, og de visuelle eller sensoriske erfaringer, som børnene skal anvende i deres opdagelse. Der skal spidses ører- og øjne for at identificere de dyr, de møder på deres vej.

For at udarbejde relevant og vedkommende materiale til børn og børnefamilier, kan formidlingen udarbejdes af kommunens naturvejleder, eller det kan undersøges, om der er mulighed for at drage nytte af et samarbejde med skolerne i lokalområdet.

Selvbetjent formidling

Formidling kan være personbåren, eller den kan have form som selvguidet formidling. Den personbårne formidling vender vi tilbage til i afsnittet om oplevelsesprodukter. Selvguidet formidling kan tilvejebringes via print, via fysisk skiltning i skoven eller med hjælp fra digitale værktøjer som apps og landing pages. Inspiration til at lave selvguidede ture kan findes i naturquizen ved *Geopark Odsherred* og *Gedsers På sporet af Kroghage*. De fysiske steder i skoven er vigtige formidlingsarenaer i Bøtøskoven. Hvordan den fysiske formidling i landskabet kan udfoldes, behandles under afsnittet om ruter og hotspots.

Formidling skal ske med en modtager for øjet. Den åbenlyse modtager er naturinteresseret – men grebet om storytelling betyder noget for, om vi taler til et nysgerrigt barn eller en granvoksen ekspert.

Formålet med hver enkelt formidling er at give de besøgende ny viden med hjem, og det betyder, at der skal lægges et niveau i formidlingen som ikke er alt for lavt, men som heller ikke taler til eksperten. Ekspertene skal nok selv kende bedre kilder alligevel. De enkelte temaer, der arbejdes med, vil fordre en afgrænsning af modtagere og inddæmme den målgruppe, der tales til.

Når vi taler om kommunikation og formidling, kan den opdeles i *Push og Pull*-kommunikation. Push er alt det, der sker uden for skoven og som "skubber" potentielle besøgende i retning af Bøtøskoven – uden at de aktivt har søgt informationen. WOM har en push-effekt, og den kan understøttes med greb som storytelling. Wayfinding og hotspots kan gøre det lettere for vores gæster at fortælle historien videre til andre og derved animerer dem til også at besøge området. Derudover kan kampagner på markedsføringskanaler hænges op på disse historier og fortællinger. Navne på stier, hotspots og naturområder kan skabe nysgerrighed – her skal vi styrke indsatsen på tværs af formidlingsindsatserne og udnytte det fremad i en kampagnetilgang til markedsføring, hvor al kommunikation er bundet sammen med den samme kernefortælling. Et eksempel på en kampagne er årtidsbaseret information, hvor aktiviteter og formidling relaterer til samme årtidsbestemte tema.

Pull er alt det, vi har at trække vores besøgende rundt med, og som de selv opsøger, når de er her. Her indgår alt i området, fra vores app, foldere, personlige guides og skiltning til de naturligt forekommende elementer som stier og hotspots.

Også navngivning af stier og hotspots og de fortællinger, vi stiller til rådighed for de besøgende, kan vække en nysgerrighed om yderligere viden og indsigt og naturen. Formidlingen kan eksempelvis tempostyres, så der skal arbejdes lidt for at indhente viden via app eller andre greb. Her kan der for eksempel kræves, at man går til et be-

stemt område, følger en bestemt rute eller andet, for at låse op for relevant viden.

Fysisk formidling

Den grafiske identitet skal samles og gøres meget tydelig og let genkendelig. Den bør tage udgangspunkt i, at vi arbejder med naturmaterialer, og den skal udarbejdes således at foldere og plakater, flyers og anden informationsmateriale er baseret på designkabeloner, der er udarbejdet af fagfolk - både grafiske og formidlingstekniske. Der kan indhentes penge til dette arbejde fra offentlige puljer.

Det er vigtigt at have en identitet med skabelon for at være genkendelig på tværs af fortællinger og tematikker - og desuden vil skabelonbaseret materiale gøre det lettere - og billigere - at opdatere materialet eller udarbejde forskellige versioner af formidling.

Endelig skal bæredygtighed tænkes ind i fremstilling af printet materiale, sådan at det miljøvenlige perspektiv tilgodeses i valg af farver og materiale.

Skiltning skal være i naturmaterialer, så der skal anvendes træ fremfor metal eller plastik. Det kan være tilskårne træstammer med information og vejvisning med navne og info. I stedet for at placere skilte i naturen, kan der placeres diskret formidling ved særlige opholdsrum, på borde eller på faldne træer.

Ved særlige lejligheder kan der opstilles A-skilte med aktuel information om et arrangement, også disse skal være fremstillet af træ og afspejle naturmaterialer ligesom farverne generelt skal reflektere naturens elementer.

Information og skiltning på Torvet i Marielyst, ved feriehusudlejning, på campingpladser eller andre steder, hvor der er mange mennesker, skal på tilsvarende måde bære en del af fortællingen i kraft af materialevalg.

Digital formidling

Historierne fra Bøtøskoven bør også leve digitalt. De skal deles på sociale medier og interagere med brugerne. Der er i dag en begrænset digital tilstedeværelse. På kanaler som Instagram og Facebook giver det mening at tage mere ejerskab over kommunikationen, eksempelvis ved at begynde at bruge stedspecifikke og faste søgemarkeringer som for eksempel #Bøtø. På skiltning i området, kan man gøre besøgende opmærksomme på, at opslag på deres kanaler kan markeres med det fælles # for at blive en del af områdets fortælling. Det er en let tilgang til at skabe content - men den bør understøttes af medarbejdere, der selv bidrager med indhold. Ydermere kan dette indhold kurateres på hjemmeside.

Appen
Naturlandet





“Naturlandets app benyttes som cykelkort, den er god at cykle efter, men jeg bruger den ikke til andet,” sådan fortæller en af de erhvervsdrivende. Appen har indbygget en konkurrence, hvor præmien er frokost på Gedser Røgeri, men der fortæles, at der endnu ikke indløst nogen præmie. Der er potentiale for at videreudvikle appen, men det bør først og fremmest være i formidlingsøjemed. Når dette er etableret, og appen anvendes af de besøgende, kan erhvervslivet kobles på. Det vil være oplagt, at integrere erhvervslivet ved at præsentere bookbare oplevelser på forsiden som en af de fire muligheder, der vises på det første skærmbillede.

Appen kan aktiveres med *geotags*, hvor den giver adgang til viden, afhængigt af brugerens placering. Dette blev også nævnt af en af gæsterne i brugerundersøgelsen, der nævnte hvordan geotags giver gæsterne mulighed for at dele viden. De besøgende kan dele billeder fra området med tags, hvilket kan give andre besøgende et praj om, hvor sommerfuglearter er fundet, hvor he-stene oftest befinder sig eller lignende. Ved at give point for uploadet eller downloadet viden, opfordre brugerne til næste punkt og holde styr på hvor lang tid, det tager, at bevæge sig fra det ene punkt til det næste, kan man gøre sin app mere spilagtig og på sindrig vis opfordre brugeren til at benytte den mere aktivt.

Som supplement til den eksisterende app, kan Bøtøskoven kobles på andre eksisterende og anerkendte digitale platforme for eksempel *geocaching*, eller andre platforme, som hjemmesider

eller apps for særligt interesserede sommerfugle-entusiaster og fuglekiggere. De forskellige platforme kan ydermere hjælpe til at knytte Bøtøskoven sammen med andre lignende områder på Sydfalster.

Guider

Erhvervet og de lokale interessenters samtaler om formidlingens kanaler handlede hovedsageligt om, hvordan de unikke fortællinger kan fortælles på andre måder end på skrift, og hvordan lokale borgere i højere grad kan aktiveres og være en del af den målsætning. Det betyder ikke, at erhvervets aktører og de lokale interessenter er modstandere af skriftlig formidling, men deres opmærksomhed er på potentialer indenfor personbåren og personlig formidling. Disse typer formidling kan være med til at skabe helhedsoplevelser for Bøtøskovens gæster.

Desværre er en velkendt barriere for udviklingen af nye kommercielle formidlingsaktiviteter ofte, at der er få kommercielle aktører til at varetage opgaven. I samtale med erhvervet tyder det dog på, at der er en mængde lokale borgere eller feriehusejere, der er klar til at formidle Bøtøskoven for fremtidens gæster. I disse samtaler, blev det nævnt, at nogle af grundejerforeningens medlemmer eller andre “nørder”, som illustreret i rapportens første afsnit, måske kan have interesse i at være guide. Grundejerforeningen fortæller, at de gerne vil formidle kontakt og opfordre interesserede i at være med. På workshoppen blev det foreslået, at lokale interessenter kan få en certificeret guideuddannelse. Kommunen kan udby-

de et forløb og certificere disse kommende Bøtøguider. Det kræver, at der fastlægges en standard i forhold til formidlingsteknikker og udvalgte tematikker. Det vil formentlig være muligt at opnå fondsfinansiering til at etablere denne uddannelse for frivillige guider, ligesom lokale eksperter, for eksempel fra Højskolen Marielyst, ville kunne bidrage med viden hertil.

I udarbejdelsen af formidling om skoven, er det også vigtigt at medtænke, hvem der er modtager af det pågældende budskab. En ting er, at de erhvervsdrivende og lokale interessenter ønsker en Bøtøskov for alle. Noget andet er, at i kommunikationssammenhæng rammes ingen, hvis man forsøger at ramme alle. Der skal formidles direkte til specifikke grupper, ellers er det ikke til at samle data om kommunikationens succes efterfølgende. At arbejde tematisk kan derfor være en styrke i kommunikationsmæssige sammenhænge. De fremhævede tematikker findes allerede i skoven og er derfor ikke nogen nyhed men i fremhævelsen og bearbejdningen af de konkrete tematik, vil der frigives en nyhedsværdi for bestemte målgrupper. Det har potentiale til at kunne tiltrække førstegangsbesøgende, og kan give ny dybdegående viden til feriehusejere og lokale.



Når erhvervet fremhæver tematisk udformet formidling, kan forslaget være brugbart for Bøtøskoven, da denne type formidling kan imødekomme behovet for viden om specifikke emner. Personbåren formidling fra voksen til barn kan understøttes af tematisk formidling, hvor forældrene kan blive naturvejledere for en dag og hjælpe deres børn på vej i formidlingsformater som "Find 10 ting", "På sporet af..." og "Skattejagt". Disse formater kan indeholde særlige clues til forældrene, eller ekstra viden, som de kan give videre til børnene. Det kan være noget, man skal kunne læse sig til, hvorimod den formidling, der videregives til børnene, er udformet mere visuelt.

Tematikker kan ligeledes fungere som greb til sæsonudvidelse og medtænkes, når der udvikles oplevelsesprodukter. Juli og august er Bøtøskovens mest besøgte måneder og der findes besøgstal for måneder og sæsoner. Med den viden kan destinationsudviklere anvende temaerne til bevidst at forsøge at sprede Bøtøskovens tilbud, ved at udvikle formidling og oplevelser i mindre besøgte måneder. Herved kan der arbejdes proaktivt med at tilbyde gæsterne ophold uden for de mest besøgte tidspunkter.

Vekselvirkningen mellem natur og kulturlandskab kan med fordel fremhæves. Naturgenopretningen er ikke blot et projekt, der er blevet finansieret, betalt og overleveret. Naturgenopretningen er gradvis og vil altid være løbende, hvis naturtyperne som eng og de sjældne sommerfuglenes arealer skal kunne understøttes. Denne processuelle og gradvise påvirkning af skoven kan formidles til

de besøgende, der har kendskab til projektet og efterspørger mere viden om naturgenopretning. Samtaler i skoven i forbindelse med brugerundersøgelsen handlede blandt andet om: "gider hestene virkelig at spise alt i skoven?", "er de kræsne?" og "hvad kræver det af menneskelig indgriben at drive sådan en type skov?".

Naturgenopretning kræver menneskelig indgriben, og det er ikke bare en spændende historie, der kan fortælles til de besøgende, men en mulighed for interaktion og engagement i skoven. Naturgenopretning kan fortælles i foldere eller af en naturguide, men det kan også mærkes på egen krop. Med inspiration i Bioblitz, hvor biologer, lokale naturnørder og natureksperter bidrog med fundet af den nye bille, kan der udvikles en række arrangementer, hvor de lokale kan være en del af naturplejen. Læs mere om hvordan de lokale kan aktiveres i afsnittet om oplevelsesprodukter.

Ruter

Tilgængelighed er en forudsætning for turisme, og når Bøtøskoven skal udvikles er det vigtigt, at skoven ikke blot inddeles i bestemte zoner. I stedet kan der skabes tydelige indgangspartier og sti- og rutesystemer, med storytellingselementer, der giver mening for gæsterne, uanset om de er gengangere eller besøger Bøtøskoven for første gang.

Med wayfinding kan der henvises til naturværdier i skoven og de omkringliggende naturværdier i forbindelsen til diget, over og langs diget. Med denne viden bliver de førstegangsbesøgende gjort opmærksomme på værdi i området, hvilket kan opfordre til genbesøg.



Erhvervslivet kan også være repræsenteret i wayfinding-grebene, så der på skilte kan læses, hvor langt der er til en kop kaffe, en legeplads med noget at drikke og spise til de små eller hvor langt der er til nærmeste campingplads. Samtidig kan wayfinding bruges til at vise gæsterne de mere robuste naturområder - på den måde "nudger" vi dem til at gå de stier, der er lettest at bedrive naturbeskyttelse på og holder de mere skrøbelige eller stadig voksende områder fri for tung trafik.

Navnes betydning

Det arbejde indebærer blandt andet om at skabe identifikation for de besøgende gæster. I Bøtøskoven er der for nuværende en gul, grøn og rød sti, men som gæst er det svært at afkode betydningen af dette; for hvad betyder farverne? Illustrerer de sværhedsgrad som på en skiløjpe? Navngivning er en del af formidlingen. Det fortæller om skovens vifte af natur- og oplevelsesværdier og ruter, stier og særlige steder får identitet ved navngivningen, med tilknytningen til den stedsspecifikke fortælling.

Digestien kan opdeles i tre yderligere rutenavne; *Solopgangsstien*, *Sommerfuglepassagen* og *Badekorridoren*. Ved navngivningen inddeles skoven i områder, som synliggør skovens værdier. Der kan skabes specielle sundhedsruter med balancerbomme af det træ, der allerede findes i skoven eller ruter der fremhæver særlige naturværdier. Stiforløb kan etableres og tilgængeliggøre ikke gangbare områder, så gæsterne eksempelvis går på bro løftet over det våde og sumpede omkring Fårevasken. Økonomien til opdagelsesstier kan



finansieres af kommunen, Den Danske Naturfond eller andre fonde afhængig af relevans.

Ved navngivningen af ruterne bliver det muligt at give gæsterne et praj om, hvor sommerfuglene særligt hører til. I Bøtøskoven er der ikke bare skabt insektmotorveje, men sommerfuglekorridorer tiltænkt helt bestemte insekter.

I forhold til at balancere mellem at benytte og beskytte, er det alment kendt, at man ikke kan beskytte noget, man ikke har kendskab til. Mange danskere husker historien om den truede hasselmus, der i tilknytning til Svendborgmotorvejen fik en "faunabro" til mange millioner kroner på Fyn. Der blev gjort meget for at bevare hasselmusens habitat, og selvom mange ikke har set hasselmusen i levende live, er kendskab til musen blevet så udbredt, at den har opnået mytisk status på Fyn.

Som besøgende behøver man altså ikke at se den sjældne sommerfugl for at forstå pointen i, at den er sjælden, men de fleste ikke uddannede biologer, vil have brug for lidt ekstra hjælp til koble de åbne vidder sammen med menneskelig indgriben og ønsket om at bringe insekter fra Det Falsterke Dige ind i Bøtøskoven. Formidlingen bør imødekomme mennesker uden forhåndsindsigt, men alligevel på et niveau, der er interessant og lærende. Navngivning er et enkelt greb, der bidrager til at fremhæve de særlige attraktioner i det landskab, som gæsterne befinder sig i. Det kan henlede opmærksomhed på hvor i skoven, der er særlig naturværdi, eller særlige driftsmæssige tiltag, der er udført til gavn for naturen.



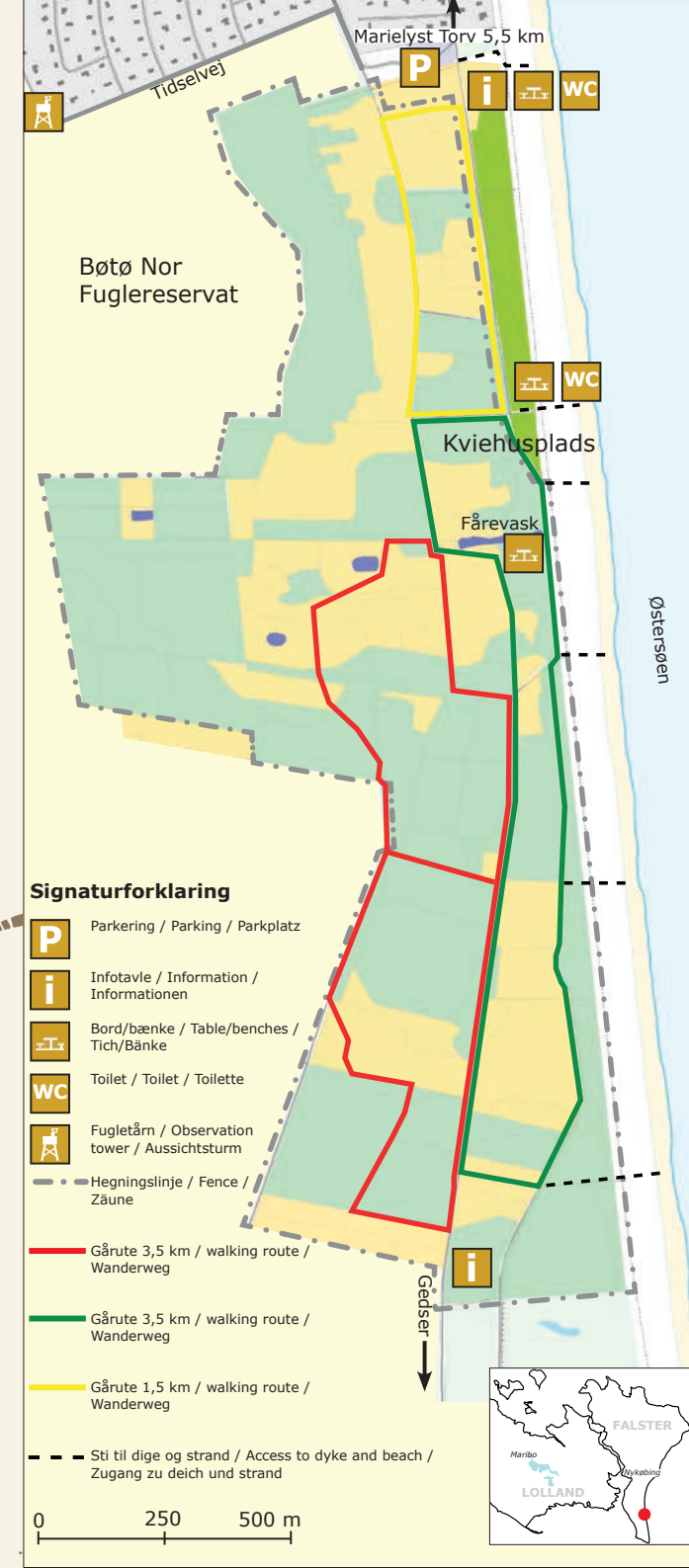
Infrastruktur

Bedre kendskab til Bøtøskoven skal opnås gennem krydshenvisning mellem informationer om skoven der er tilgængelige på Torvet i Marielyst, på campingpladser og andre centrale steder på Sydfalster. Det kan eksempelvis være ved Gedser Odde, Danmarks sydligste punkt, som mange af de besøgende også nævner i brugerundersøgelsen som et sted, de har besøgt eller har planer om at besøge. Omvendt kunne man forestille sig, at besøgende ved Gedser Odde også kunne have interesse i at besøge Bøtøskoven.

I sommersæsonen 2020 var der gratis buskørsel mellem Marielyst og Gedser. Et sådant initiativ kan være med til at skabe sammenhængskraft og binde områderne sammen, og det er en god ide, som erhvervsaktørerne og de lokale interessenter gerne ser videreført. Det foreslås blot, at bussens rute går til Sydstenen og på den måde forbinder de naturspots, som er enestående på Sydfalster.

Rigtig mange cyklister benytter skoven som trafikåre, når de kører fra feriehuset til Gedser på udflugt. For at understøtte dette, efterspørger de erhvervsdrivende lettere adgang for cyklister. Dette er en pointe, der generelt fremhæves, og der efterlyses flere og bedre cykeladgange til skoven.

- Første forslag; indgang fra den sydlige kant mod Gedesby med adgang fra Gedser/Gedesby gennem skoven.
- Andet forslag; en cykelsti fra øst-vestgående evt. i forbindelse med nyt vådområde "spor i landskabet", der kan gøre Bøtøskoven tilgængelig for et større antal gæster.
- Tredje forslag; en cykelsti på Bøtø Ringvej i begge sider af vejen, hvilket også efterspørges også af feriehusgæsterne i brugerundersøgelsen.





De erhvervsdrivende fortæller, at gæsterne ikke blot kører i bil eller på cykel, men også går fra Bøtø til Gedser, og at nogle selskaber bytter pladser, så nogen går ud og andre går hjem. Pointen er at der er interesse for hele området. Her nævnes samtidig, at der mangler tilgængelighed i forhold til kørestole og gangbesværede i en del af skoven udover hovedstien.

Ved indgangene til Bøtøskoven kan der tilbydes generel info om området. En oversigt over, hvad man kan opleve og hvor. Det kan for eksempel være skilte som "Naturkravlegården denne vej" og "5 minutters gang til Sommerfuglepassagen". Det samme for habitater for dyreliv eller skiltning, der omhandler indkøbsmuligheder i lokalområdet. For eksempel kan nærmeste ishus eller spisested nævnes. Der kan angives afstande til andre steder i skoven og til steder uden for skoven for eksempel til Sydstenen, Geomuseet og Gedesby Mølle. Både for stierne inde i skoven og for ruterne til de andre interessante steder på Sydfalster kan beskrives og tilføjes afstanden i kilometer - eller i minutter, det vil tage at gå eller cykle turen - med og uden børn. Der er muligheder for at gøre det til en integreret del af historiefortællingen.

Øget trafik vil, uden tilsyn og styring, risikere at forøge presset på særlige habitater for de udsatte arter. Derfor skal de besøgende ledes af andre veje. Ved hjælp af nudging kan gæsterne hjælpes til at finde de særlige naturværdier, samtidig med at initiativet kan bevare særligt skrøbelige områder.

Et godt eksempel på nudging er ved bjerget Snøhetta i Norge, hvor der i grusvejen på vej op mod bjerget er lagt fliser med information. Det har til formål både at pirre de besøgendes nysgerrighed og give information. Grebet sørger for, at de besøgende får en grund til at gå på stien, frem for at betræde vegetationen. Nudging er anvisninger, der ikke blot er praktisk og informativ, men også har et element af spænding og oplevelse.

Viewpoint Snøhetta



I stedet for at rette kommunikationen mod forbud med tekster som "træd ikke på græsset", kan der på lignende måde skabes opmærksomhed på særlige stisystemer, veje eller måder at færdes på, der kan understøtte det liv, der lever i skoven. Der kan tilbydes viden, ikke blot om hvilken naturtype, man betræder men hvordan insekt og dyreliv lever her. Det fungerer bedre at give folk noget at gå hen mod - noget at opnå, end at give dem forbud.

I brugerundersøgelsen fortalte nogle gæster, at de var usikre på, hvor de måtte færdes. Dette gjaldt både gæster til fods og på cykel. I skoven overhørte vi nogle cyklister, der spurgte hinanden om man egentlig måtte have cyklen med ind i Bøtøskoven. De var på vej til at køre ind i skoven, men deres rejse startede med bekymringen om, hvorvidt cyklister overhovedet var velkomne. En anden gæst spurgte, om hun måtte færdes på de ikke etablerede stisystemer. Hun forestillede sig, at alle arealer ikke var farbare, grundet Bøtøskovens profil som et sted for sjældne insekter og planteliv.

Med Bøtøskovens profil som et sted med særlige naturværdier, er tydelige ruteanvisninger brugbare, hvis der er særlige områder, man som destinationsudvikler ikke ønsker skal opleve et højt gæstetryk, men omvendt må "græsset gerne betrædes", hvilket for nogle besøgende er lige så vigtig viden.

Der kan arbejdes med diskret skiltning, hvor man ligesom langs Norges vandreruter skal holde godt øje for at lægge mærke til, hvor man skal hen.

Denne type skiltning er åbenlys, hvis man har det for øje, men intervenserer ikke tydeligt med naturen. Denne pointe er i tråd med brugerundersøgelsens resultat, hvor gæsterne generelt var afvisende over for meget skiltning i skoven.

Vejvisning med et tydeligt rødt T malet på sten, skilte, træstammer eller klipper er en genkendelig markering, der benytter de materialer, som findes på ruten i stedet for at opstille skilte, der vil fremstå som et fremmed element i de naturlige omgivelser.

Mærkning af turistrute i Norge





Hotspots

Bøtøskoven kan anses som et overordnet hotspot for destinationen, Gedser Odde et andet og de små havne et tredje. Man kan også forstå hotspots som værende mindre lokationer i selve Bøtøskoven. Herved opdeler man det sammenhængende naturområde omkring Bøtøskoven i mindre hotspots, fra de allerede kategoriserede områder *Stranden*, *Det falsterske dige*, *Bøtø Nor Fuglereservat* samt det nye område nord for fuglereservatet.

Hotspots bidrager til at formidle naturoplevelser og til at styre færdsel og ophold i området. Hotspots kan understrege særlige opholdssteder, tilbyde særlige læringsrum, naturværdier eller andet, og vigtigst af alt kan hotspots skabe sammenhæng mellem aktiviteterne i skoven. Bøtøskoven er i en særlig situation, da skovens største attraktion er mobil; hestene er et mobilt hotspot. Det betyder dog ikke, at der ikke kan oprettes et hotspot for dem kaldet "Hestenes dal". Her kan tilbydes information om hestene: at hestene plejer naturen forskellige steder i skoven indenfor færistene, at hestene er konikheste og hvilken vegetation, de er glædest for at spise.

Hotspots med navne, der underbygger storytelling, er ligesom ruter og stier med navne en konkret måde, hvorpå en destination som Bøtøskoven bliver mere håndgribelig for gæsten. Det fremhæver steder med særlig oplevelsesværdi, og de transformerer områder, ruter og stisystemer til mere end blot steder, hvor man går fra A til

B; idet de særlige værdier langs ruterne og i selve skoven bliver fremhævet.

I den indarbejdede skiltning skal det fremgå, at gæsten er ved et hotspot og hvilket navn og dermed fortælling, hotspottet besidder. Der kan med materialer eller symboler angives om hotspottets naturtype som strand, eng, skov eller fortællingen kan vedrøre nærhed til dyr, særligt opholdsrum, udkigsposter og andet.

Et centralt hotspot kan være Bøtøskovens primære indgange. Hvor besøgstælleren indenfor bommen kan være en del af en bæredygtig turismetilgang, idet der til stadighed måles på antal af gæster - og dermed en mulig overbelastning af området, kan et velkomstcenter fungere som en informationsportal, der klæder gæsterne på til et

besøg. Der kan opføres indgangsportaler i begge ender af Bøtøskoven og P-pladsen kan navngives. Dette er enkelt greb, der ikke koster meget i kroner og ører, men som er med til at give stedet en identitet. Læs mere om potentialer og anbefalinger til udformningen af et velkomstcenter under afsnittet om service.

Et eksempel på et hotspot kan være et **udsigtspunkt over træerne**, hvor gæster inviteres op i højden op over skoven. Det kan være et særligt sted at gå, der indrammer oplevelsen af naturen på en mindeværdig måde - inspiration kan hentes fra *Den Uendelige Bro* i Aarhus og *Trætopvandringen* i *Kew Gardens* i London.

Trætopvandring,
Kew Gardens, London





Der kan også bygges minde udkigstårne i skoven, som ligeledes har høj oplevelsesværdi. Tænk fugle- eller elgtårne, der ud over at tilbyde udsigt, vil kunne fungere som madpakkehus med overdække og læ, men vigtigst af alt tilbyde en ekstra oplevelse. Man kan også etablere et udkigselement bygget som en bro, hvor man går op i den ene ende og ned i den anden for at blive hævet op over de steder, man ellers færdes. Det kan give lidt ekstra værdi til turen, at man pludselig på sin vej har adgang til en ny og anderledes udsigt.

Der kan etableres en **solnedgangsplads**, hvor gæster kan sidde på et ophøjet område i den vestlige ende af skoven, hvor man kan se solnedgang hen over de åbne arealer. Også andre temaer kan få sin egen dedikerede plads. Det kan være fokus på sanselighed for eksempel skovens mest stille sted, skovenes fugtigste sted eller et andet særligt naturfænomen, der formidles via navn på hotspottet og en kort introducerende formidling på stedet.

Der kan etableres et par **signaturbænke** lig dem, der etableres rundt omkring i Hundeskoven. Eller bænkene kan designses som samtalebænk eller dilemmabænk, hvor gæster kan stille reflekterende og eksistentielle spørgsmål til folk, de ikke kender, eller som de reflekterer over alene.

Den Uendelige Bro i Aarhus



Pablo Rojas Böttner · Gualleco's
Tactical Observation Deck



Der kan etableres **opholdssteder**, så Bøtøskoven også kan blive en god oplevelse i regnvejr. Der kan opføres en form for naturligt amfiteater til natur- og kulturformidling og historieoplæsning eller madpakkesteder flere steder i skoven. Et stort madpakkehus kan rumme mange mennesker, hvilket er en fordel, hvis eksempelvis højskolen eller en hel årgang fra skolen besøger Bøtøskoven. Et madpakkehus kan betales af fonde eller kommunen og serviceres af private aktører, ligesom det er tilfældet med madpakkehuset ved pumpestationen eller som tilfældet med badebroen, som *Mejerigaarden* sætter op om foråret og pakker sammen inden vinteren.

Endelig kan der etableres en særlig **udstilling** som hotspot for Bøtøskoven uden for skoven i form af en levende udstilling på *Torvet* i Marielyst, hvor børn og andre naturelskere kan udstille særlige fund fra skoven. For at skabe mest mulig værdi skal udstillingen kurateres af naturvejleder, der i korte fortællinger formidler viden om det pågældende fund. På *Det Sorte Geomuseum* i Gedser fungerer denne praksis på den måde, at gæster kan få hjælp til at bestemme mineraler, som er fundet på stranden. I tilfældet med Bøtøskoven kan fundet være udstillet i en periode og skiftes ud, når nye kommer til, sådan at det til stadighed vil være interessant at studere udstillingen - og selv gå på opdagelse efter årstidens mest interessante naturfund.

Service

Flere besøgende er ofte målet med destinationsudvikling, men udvikling er for nogle også synonym med larm, slid og affald. Bøtøskoven kan som tidligere nævnt styre besøgende væk fra særligt udsatte områder, med nudging, men hvordan sikrer vi, at skoven bidrager positivt til lokalsamfundet? Bøtøskoven skal i udviklingen af nye formidlingstiltag kunne imødekomme flere besøgende på en måde, hvorpå skoven ikke efterlades med affald og slitage fra et stigende antal besøgende, og hvor de lokale skal opleve glæde ved aktiveringen af skoven.

Der vil formentlig være ruter i skoven, som kun kan tilbagelægges, af nogle gæster, men mange steder er det muligt, at også gangbesværede, eller mennesker med funktionsnedsættelser kan komme frem.

Der skal tages særligt hensyn ved servicefaciliteter, langs hovedveje, ved toiletfaciliteter og ved oprettelse af et velkomstcenter.





Overnatning

Erhvervsaktører og lokale interessenter mener ikke, at det er hensigtsmæssigt at etablere overnatning i skoven, da netop denne aktivitet potentielt vil generere affald til gene for andre gæster. Affaldshåndtering kræver adgang med bil, men det synes ikke attraktivt at placere shelters eller andre typer for overnatning langs den store grusvej i Bøtøskoven. Når turister sover i shelter, er det ofte af sides og i nærheden af et bål. To ting der af sikkerheds- og driftsmæssige grunde er svært at opfylde i Bøtøskoven.

I stedet for at etablere (gratis) overnatning i skoven opfordres gæsterne til at benytte de mange kommercielle tilbud i området, og da området er karakteriseret af sine feriehuse og campingpladser, anbefales det at samarbejde med disse aktører om eventuelle naturnære overnatningsmuligheder. Gæsterne svarer i interviewene, at det ville være sjovt, at prøve at sove i skoven, men det er ikke et behov, de selv italesætter. Hvis det skal være muligt, bør det ske i forbindelse med en personbåret guidet tur og for eksempel ske i bivuak eller i hængekøjer, som er midlertidige installationer, der fjernes efter brug. Dermed bliver der tale om et oplevelsesprodukt, som arrangøren har ansvar for.

Velkomstcenter

Et velkomstcenter kan styrke kvaliteten af naturturismen for en bredere målgruppe og bør i formidlingsøjemed have et dobbelt eksistensgrundlag. Det kan henvise ind i skoven men også henvise ud til den bredere destination. Det kan samle tematikkerne som fremhæves og på den måde have relation til alle Bøtøskovens formål. Naturgenopretning kan være et relevant tema, der relaterer til skoven og til andre naturgenopretningsindsatser på Sydfalster, som ved det nye område *Bøtø Nor Fuglereservat*.

Som inspiration kan nævnes velkomst og oplevelsescentre i stil med *Rebildporten* i *Rebild Bakker* og *GeoCenter Møns Klint*, hvor der er fuld fokus på området. Dette er steder, hvor Bøtøskoven kan hente meget inspiration, både til at spejle sig i og udvikle sig efter. Det er dog værd at bemærke, at de nævnte to steder er velkomstcentre for henholdsvis en destination og for et *UNESCO GeoCenter*. I den sammenligning er Bøtøskoven et lille område og har en langt mindre økonomi både til at etablere og drive et sådant velkomstcenter. Flere interessenter nævner også formidlings- og foreningshuset på *Gedser Odde* som et eksempel på et hus, der drives og anvendes af kommunen og private aktører i fællesskab.

Rebildporten



GeoCenter,
Møns Klint



For at kunne etablere og drive et større velkomstcenter må fortællingen og området, som formidles, også have et vist omfang og betydning. Her kan en fortsat udvidelse af Danmarks Naturfunds område i Bøtø Nor være det, der skal til for at skabe grundlag for et egentligt velkomstcenter med formidling om kulturlandskabet og transformationen fra fjord til ager og retur til et område udlagt til natur.

Et velkomstcenter imødekommer ikke blot trafik men byder de besøgende velkommen. Velkomstcentre giver rum til udvikling af arrangementer, og i Bøtø kan et sådant sted enten være en appetitvækker, for de gæster der gerne vil vide mere inden et besøg, og det kan være her, besøget afsluttes. Det kan også give et sted til ophold, tørvej, madpakkespisning og borde og bænke. Det kan fungere som ishus med is og kaffesalg. Der kan etableres bålplads, måske med overdækning, så der er læ og tørvej, hvilket er særligt værdifuldt for familier med børn og større grupper. Det kan fungere som et læringsrum, der kan klæde gæstetyper på før et besøg, eller give ekstra viden til dem der afslutter besøget her.

Der er naturligvis brug for betydelige fondsmidler til at realisere et projekt i denne liga, men der kan også tænkes velkomstcentre på andre måder. Erhvervet og de lokale interessenter foreslog, at p-pladsen aktiveres ved at opføre et infobjælkehus tæt på p-pladsen. Stedet skal via plancher fortælle om, hvad gæster kan opleve. Et tilsvarende hus er opført ved *Den Gamle Pumpestation* - betalt af Guldborgsund Kommune og serviceret af pumpestationens personale.

Et velkomstcenter af denne type placeret tæt ved parkeringspladsen vil imidlertid også have behov for opsyn, da der er en risiko for at stedet vil blive brugt til utilsigtede ophold og dermed ende med at være til gene for de gæster, som servicen og informationen var tiltænkt.

For at undgå det utilsigtede brug kan den påtænkte information gives via en portal og den service, som et overdækket område vil være, kan flyttes ind i skoven, hvor det er mindre attraktivt for natlige fester, og hvor skovens gæster kan nyde tørvejret midt i den natur, som de besøger. Portaler eller porte kan udformes på en måde, så de indeholder formidling om naturen og markerer indgangen til den samme natur. Markante porte ses allerede ved den store parkeringsplads, hvor indgange til hundeskoven er tydeligt markeret af en høj port, som man går igennem ind til hundeskoven. At gå under noget har en psykologisk effekt. Man træder ind i noget, der har betydning. De røde porte i Dyrehaven og Jægersborg Hegn er symbol og ikon på samme tid. Disse porte skulle være brede nok til at en karet kunne passere. Sådan er det næppe i Bøtøskoven, men den er tilgængelig og for alle, hvilket kan symboliseres i formidlingen her.





Legeplads

Der er masser af steder, hvor børn kan lege i skoven, men det kan alligevel være værdifuldt at etablere en legeplads som et hotspot, der er med til at tiltrække gæster til skoven. Legepladsen skal naturligvis designes med skovtema og bygges af naturmaterialer. Det kan for eksempel en fikseret brændestabel eller væltede træstammer, som børn kan lege i og klatre på, eller det kan være legeredskaber, som er træfigurer tilvirket af en lokal kunstner.

Find inspiration i naturlegepladser som *Havtyren* i Liseleje, som udover Liseleje strand er et af de største trækplastre der tiltrækker børnefamilier fra store dele af Nordsjælland. Her er grundlag for en familieudflugt, der byder på armgang, balancegange og den store sagnomspundne Havtyr. Både parkeringsplads, samt den sydlige del af Bøtøskoven, har områder der er åbne, og som kan anvendes til formålet.

På Den Gamle Pumpestation er der bygget og udstillet en model af Bøtø Nor, som illustrerer digets betydning for feriehusområdet og for landbrugsjorden i området - og dermed pumpestationens betydning for det store areal. Denne del af kulturhistorien er også Bøtøskovens, og det kan være en anden ide til en legeplads, at bygge den som et sted, hvor børn og voksne kan "lege" inddæmning og oversvømmelse.



Toiletforhold

Toiletforhold bør overvejes i forbindelse med andre hotspots. Toiletfaciliteter vil være en naturlig del af et velkomstcenter. En legeplads eller madpakkehus inviterer også til ophold, hvor det vil være naturligt at placere toiletter. Særligt bør den sydlige del af skoven tilgodeses i denne forbindelse.

En toiletbygning med træk og slip vil være omkostningstung at etablere og vedligeholde, men der er også andre mere primitive muligheder. For det vil egentlig falde i god tråd med skovens ånd, at etablere muldtoiletter inde i skoven. En simpel model, med naturlig ventilation kan flyttes efter behov og indgå som en del af formidlingen om naturens gang.

For flere af de nævnte hotspots gælder, at der er behov for midler til såvel etablering som drift. For etablering vil der ofte også være behov for store summer, som ville skulle tilvejebringes via eksterne fonde, men det kan også være værdifuldt både for økonomien og for den lokale ejerfølelse at inddrage andre. Det kan være at stederne etableres i samarbejde med produktionsskoler og beskæftigelsesprojekter, eller at skoleklasser og seniorer fra grundejerforeningerne bidrager med opsyn og lettere vedligehold.

Havtyren,
Liseleje



Oplevelsesprodukter

De erhvervsdrivende og de lokale interessenter ser et potentiale i at udvikle en vifte af oplevelsesture og aktiviteter. Med Bøtøskovens varierede oplevelsesudbud anses guidede ture som et stærkt oplevelsesprodukt. "Vi skal have guidede ture 2-3 gange i højsæson og 1-2 gange om ugen i ugerne 41, 42 og 43 samt i påskeugen", nævner en af de erhvervsdrivende.

Nye traditioner

Events, der traditionelt afholdes i Marielyst, kan flytte til Bøtøskoven.

Der kan afholdes Bålmadsfestival med inspiration fra Beachparty, Den Hvide fest, som tidligere er arrangeret på Torvet i Marielyst. Den årlige skattejagt kan flyttes fra Torvet i Marielyst til Bøtøskoven med hyggelig atmosfære med kombinationen af skovtur og æggejagt. Forretninger i Marielyst kan stadig være præmiesponsorer, men vi tager presset af byen og giver en anledning for alle til at komme på skovtur. Kunstnere fra lokalområdet kan levere æg til jagten, og den lokale pilefletter kan fremstille pileæg til lejligheden.

Udviklingen af events og guidede ture etableres samarbejde med de lokale erhverv, og aktiviteterne forankres hos en kommerciel partner eller i et samarbejde blandt kommercielle partnere, der har interesse i at videreføre aktiviteterne som en del af deres forretningsområde.

Åbningen af en ny sæson

Ligesom ved åbningen af Marielyst, kan man også etablere traditioner om, at nu åbner vi forårs-, sommer-, efterårs- og vinterskoven. Fortælling om hvilke oplevelser naturen byder på og servering af årstidens suppe. Nisser i skoven om vinteren, påskeharer i foråret. Aktiviteter for børn til påske og efterår "kræver blot borde og limpistoler", som en erhvervsaktør påpegede. Kombiner, at børnene skal i skoven og finde egnet materiale og at aktiviteten kan finde sted hos erhvervsaktører for eksempel feriehusudlejere, som har lignende aktiviteter allerede.

Udnyt styrkepositioner

Der kan arbejdes med at skabe guidede ture, der spiller sammen med destinationens styrkepositioner. Bøtøskoven er ikke et certificeret *Dark Sky* område, men i skoven er der et særligt liv om natten. Det har Naturvejleren allerede fat i, når der arrangeres flagermuseture om sommeren. Lignende ture med trækfugle, ugler, ørne og andre tilsvarende naturligt forekommende seværdigheder skal italesættes og sælges som særlige oplevelser, man kan opleve sammen med en guide.





Gør det muligt at bidrage helt praktisk til naturplejen

Bliv frivillig på dagsbasis. De besøgende kan blive voluntourists (frivillighedsturister), der besøger skoven for at give naturen en hånd med. Driften præger skovens udseende, med fugletræer, fuglekasser og åbne vidder med lavtvoksende birkeplantager. Inviter de besøgende til at bygge fuglekasser, eller inviter til trætrækning. Find inspiration til arrangementet hos "Træk et træ" arrangementet, der er afholdt i 10 år i træk ved Melby Overdrev på Sjælland. Dette afholdes for at modvirke, at overdrevet langsomt bliver til skov. Eventet kan kopieres i Bøtøskoven, hvor de besøgende kan være med til at bevare sommerfuglene og den lysåbne skov ved blandt andet at fjerne birketræer. Træk et træ kan tilbydes forskellige typer af segmenter. Måske skal det være muligt for de besøgende at få en souvenir med hjem. Find dit eget bonsai, eller mangler du et træ til haven?

Guidede ture i skoven

Inviter til lommelygtetur, test-din-viden tur, fotosafari, bålaften eller nattevandring. Tag ud og hør om særlige fugle, havørnen, Bøtø Nor, geologi eller fortællinger der knyttes til Falsters kulturhistorie eksempelvis om stormfloden. Historier i skoven - en times gåtur på faste tidspunkter hver uge med "campingfatter" som guide.

- **Fælles langbordsspisning**

Afholdes en gang om måneden. Inspiration fra Ebeltoft, som vil tiltrække storbyturisterne, Copenhagen Fashion typerne for eksempel, som kender konceptet hjemmefra

- **Samarbejde mellem højskole, naturvejleder, frivillige og erhvervsliv**

Eksempelvis signaturmadpakker til at tage med i skoven eller guidede ture som kombineres med frokost på en af restauranterne i området. Samarbejdet kan også omfatte uddannelse af guider.

- **Skovmarathon eller triathlon**

Med Bøtøskovens unikke placering mellem skov, strand. Motionsoplevelser som alternativ til de marathnløb, som afvikles i alverdens storbyer. Inspiration fra Skagen.

Online booking

Det vil være en fordel for salg af oplevelsesprodukter, at de kan bookes via en samlet portal online. På denne online portal, kan den samlede vifte af oplevelsesprodukter præsenteres.

For kunderne giver det synlighed og klarhed over udvalget og tjener på den måde til at vise områdets brede palette frem. Det giver en tryghed for både børnefamilier og par, at der er noget at opleve, når de kommer frem. Dertil kommer, at det er let for de planlæggende typer. Det gør det med andre ord muligt at tiltrække målgrupper længere fra lokalområdet.

For udbydere er fordelene dels, at de på forhånd kender interessen og dels, at de har produkter, hvis link let kan deles på tværs af mange marketingkanaler og derfor er en del af markedsføring af destinationen, som er en konkret opfordring til handling: book her og tag i skoven til en særlig oplevelse.

Derudover betyder det et stærkere cashflow for arrangørerne. Online produkter betales ved bestilling og forudbetalte oplevelser vil udstyre udbyderen med hel eller delvis betaling allerede før produktet er leveret. Betaling på forkant kan tit betyde fortsat forretning for små udbydere, der ikke har store summer at trække på.

Slutteligt betyder det meget, at produkterne er synlige og data er tilgængelig. Med online bookbare produkter, kan man se hvor mange besøgende, der har købt, hvor mange der er interesserede, hvilke markedsføringskanaler der har ført dem til butikken og meget mere.





Efterord

Gennem hele undersøgelsesperioden, fra den første introduktion over samtaler og interviews med Bøtøskovens gæster, og i de mange dialoger med erhvervsaktører og øvrige interessenter i området omkring Bøtøskoven, er der et perspektiv, der er gået igen:

Alt hvad vi skal gøre i Bøtøskoven, skal vi gøre på naturens præmisser!

Det er et godt og solidt udgangspunkt for det videre udviklingsarbejde, at alle aktører har den samme grundlæggende forståelse og accept af det, som er selve ideen med Bøtøskoven. Bøtøskoven er et sted, som mange mennesker holder af at besøge, og som byder på gode naturoplevelser på alle tider af året. Der er mange spændende ideer til udvikling af aktiviteter og oplevelser, der gennem tydelig formidling, kan gøre skovturen spændende og lærerig for endnu flere – på naturens præmisser.

God fornøjelse!

Kildehenvisninger - Billeder

- Side 26: Naturlandet app:
Naturlandet app fra <http://www.naturlandet.dk/>
- Side 31: Trædesten, Dovrefjell af Tadas Pakalniskis, 2020, 17. Juni, Youtube; DAY 16 - NORWAY - DOVREFJELL - VIEWPOINT SNØHETTA. 100 DAYS OF HIKING, 00:59
- Side 32: Norsk turistrute_side 20, Fotograf: Paul Kleiven
- side 33: Kew Gardens trætopvandring fra kew.org
- Side 34: Den Uendelige Bro, Aarhus af Dennis Borup Jakobsen for VisitDenmark.
- Side 35: Guallecos Tactical Observation Deck af Pablo Rojas Böttner, <https://divisare.com/>
- Side 36: Øverst - Rebild Porten: RebildPorten, Rebildporten.dk
Nederst - GeoCenter Møns Klint, PHL arkitekter
- Side 39: Havtyren i Liseleje fra <https://www.naturlegepladser.dk/>

