

Rekreative Ruter Kick off konference 2.-4. marts 2010

Præsentationer og referater

Indholdsfortegnelse

- Program
- Præsentation: Projektets mål
- Referat: Region Sjællands Vandrefestival, Designmanualen, Aktiv ferie i Nordjylland
- Præsentation: Aktiv ferie i Nordjylland
- Referat: Karin Hoffmann, den skånske stifinder
- Præsentation: Arbejdspakke 3 Komplettering og kvalitetssikring af stier
- Referat: Arbejdspakke 3
- Præsentation: Rekvisition og afrapportering, EU partners
- Præsentation: Arbejdspakke 2 Konzeptudvikling af virksomhedsdrevne gateways
- Referat: Naturen er ikke et tempel men et værksted
- Præsentation: Arbejdspakke 1 Inventering og analyse
- Præsentation: Arbejdspakke 4 Innovativ produktion
- Præsentation: Arbejdspakke 5 Markedsføring og Information
- Referat: Arbejdspakke 5
- Præsentation: Afrunding på Kick off møde
- Deltagerliste Kick of konference
- Deltagerliste Opstartsmøde Arbejdspakke 2
- Deltagerliste Opstartsmøde Arbejdspakke 3
- Deltagerliste Opstartsmøde Arbejdspakke 4
- Deltagerliste Opstartsmøde Arbejdspakke 5



Program

Tirsdag 2. marts

11-12	Ankomst, indkvartering og frokost/lunsj
12	Velkomst ved Lead Partner og Norsk projekteier
12.15	Prosjekt Rekreative ruter: hvad er de vigtige mål vi skal opnå?
13.00	Region Sjællands Vandrefestival, Jan Woolhead
13.20	Designmanualen, et nordjysk eksempel på koordination og kvalitetssikring i formidlingen, Uffe Westerberg, Rold Skov natur- og kulturcenter
13.40	Aktiv Ferie i Nordjylland, erfaringer fra VisitNordjyllands projekt, Bo Immersen
14.00	Kaffe
14.30	Karin Hoffmann, den skånske stifinder
15.30	Opstartsmøde for AP 3: Komplettering og kvalitetssikring af stier
18.30	Middag
20.00	Hemmelig aftenaktivitet...

Onsdag 3. marts

8.30	Teknisk gennemgang: rekvisition og afrapportering, EU partners		Teknisk gennemgang: rekvisition og afrapportering, Norske partners
9.30	Opstartsmøde for AP 2: Konceptudvikling af virksomhedsdrevne gateways.	Ekskursion til Skagen Gren (bus)	Konsultation angående budget og regnskab
12.00	Frokost		
13.00	Naturen er ikke et tempel men et værksted, foredrag v Roger Pihl		
14.00	Præsentation af AP1: Inventering og Analyse		
14.30	Kaffe		
15.00	Opstartsmøde for AP 4: Innovativ Produktion		Ekskursion til Kirkemilen (vandretur)
18.00	Cocktailparty: Smag på regionale drikkevarer fra ØKS området		
19.00	Middag med nordjyske madvarer		

Torsdag 4. marts

9.00	Opstartsmøde for AP 5: Markedsføring	Ekskursion til Den tilsandede Kirke (vandretur)	Konsultation angående budget og regnskab
12.00	Afrunding		
12.30	Frokost og hjemrejse		

Hvilke er projektets mål?



Mål og formål/syfte

- ▶ Formål/syfte: årsagen til at vi gennemfører dette projekt.
- ▶ Mål: de konkrete resultater vi ønsker at opnå med projektet
- ▶ Aktiviteter: den måde vi søger at nå målene



Rekreative Ruters formål/syfte

- ▶ At bidrage til at øge antallet af besøgende i projektområdet
- ▶ i fællesskab at øge områdets synlighed og attraktivitet for potentielle besøgende og virksomheder indenfor oplevelsesøkonomi (besøksnæring)
- ▶ at bidrage til udvikling af den branche som skal servicere turisterne på cykel- og vandreruterne



Mange typer mål

- ▶ **Projektets egne mål:**
- ▶ Projekt mål
- ▶ Effekt mål
- ▶ **Programmets mål:**
- ▶ Generelle programindikatorer
- ▶ Specifikke prioritetsindikatorer (Prioriteret område: Fremme bæredygtig økonomisk vækst)
- ▶ Horisontelle kriterier



Giv kejseren hvad kejserens er...

- ▶ Hvis vi sørger for at opfylde (og afrapportere) programmets mål, er der et godt spillerum for at forfølge projektets egne mål
- ▶ programmets mål angives i **indikatorer**, som vi skal **registrere** og **afrapportere** ved de halvårslige rapporter



Synergi og additionalitet

- ▶ Vi arbejder sammen, lærer sammen og supplerer hinanden
- ▶ opsøg synergi med andre lokale/regionale initiativer og tiltag, det er dumt at spille penge på dobbeltarbejde



Mål: flere besøgende. Hvordan?

- ▶ Gøre produktet bedre:
 - sammenhæng, kvalitetsløft og tilgængelighed på ruterne (Arbejdspakke 3)
 - Lettere adgang til service og oplevelser på ruterne – gateways (Arbejdspakke 2)
 - moderne og innovativ formidling langs ruterne (arbejdspakke 4)
- ▶ Gøre produktet mere kendt:
 - markedsføring og information (arbejdspakke 5)
- ▶ På et kvalificeret grundlag
 - behovs- og brugeranalyse (arbejdspakke 1)



Projektmål

- ▶ udvikle og opbygge gatewayskonceptet
- ▶ etablere i gennemsnit 5 gateways pr region/fylke
- ▶ Udvikle mobilt informationssystem
- ▶ pilotafprøvning af info-systemet ved mindst 2 gateways pr region/fylke
- ▶ skabe netværk og samarbejde med deltagelse af min. 10 virksomheder pr region/fylke
- ▶ at udvikle markedsføringsmateriale som alle turistorganisationer i projektområdet kan formidle
- ▶ at udarbejde pakke-produkter som udbydes af mindst 2 tur-operatører pr land



Projektmål, fortsat

- › at få omtale i rejsesektionen i mindst 1 landsdækkende avis/magasin i hvert deltagende land
- › at gennemføre fælles årlige events
- › at opnå omtale af events i mindst 2 lokale/regionale medier pr region/fylke hvert år
- › at opbygge grænseoverskridende samarbejder og netværk mellem myndigheder og virksomheder omkring ruter og gateways
- › at skabe øget tilgængelighed til ruterne både hvad angår brugere med særlige udfordringer og adgang via kollektiv trafik



Projektmål, fortsat fortsat

- › at udarbejde fælles system for kvalitetsmærkning af ruterne
- › at udarbejde kompendium der systematisk opsamler og dokumenterer den viden der er opnået og de metoder der er anvendt i projektet



Effektmål

- ▶ bæredygtige gateways som drives videre efter projektet er afsluttet
- ▶ gradvis udbygning med flere gateways – også i regioner/fylker udenfor projektområdet
- ▶ permanent bedre organisering af service og oplevelser på de rekreative ruter
- ▶ en styrket profil som friluftdestination
- ▶ permanent stigning i antal besøgende
- ▶ nye brugere på ruterne som følge af øget tilgængelighed
- ▶ gunstig påvirkning af folkesundheden



Effektmål, fortsat

- ▶ øget viden og kompetence blandt deltagende parter
- ▶ videre udvikling af rutenettets kvalitet på baggrund af kortlægning, koordinering og prioritering i projektet
- ▶ bedre vilkår for vandrere og cyklister brug af den kollektive trafik såvel lokalt som på tværs af landegrænser
- ▶ øget brug af kollektiv trafik
- ▶ formindsket miljøbelastning



Generelle programindikatorer: Samarbejdsgrad

Eksterne grænseoverskridende møder/konferencer/seminarer	47	Kick off konference, Opstartsmøder for arbejds pakker, midt- og slutkonferencer, netværksmøder og workshops for arbejds pakker
Deltagende mænd/kvinder	K: 70 M: 70	Der forventes en ligelig fordeling mellem mænd og kvinder i alle projektets aktiviteter
Nye samarbejdsformer	40	Etablerede netværk, grupper og samarbejder som opstår i projektet og i vis grad bevares efter projektet er slut

ulvecklingsfonden

ÖRESUND - KATTEGAT - SKAGERRAK

Generelle programindikatorer: Gränshinder

Identificerede formelle gränshinder	0	revision....!??!
Afværgede formelle gränshinder	0	
Identificerede oplevede gränshinder	14	1: Kollektiv trafik på tværs af grænser, 2: udbyde oplevelsesprodukter i småskala på tværs af grænser, 3: forskelle i rettigheder til kort til mobilt infosystem, 4: uens regler for roaming
Afværgede oplevede gränshinder	12	Nr 1-3 forventes løst, nr 4 forventes håndteret



UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden



Interreg IVA
ÖRESUND - KATTEGAT - SKAGERRAK

Generelle programindikatorer: Grænseregional kompetence

Kundskabs- øgende aktiviteter	76	Annoncering, invitationer, dokumentation, foredrag, events osv osv osv. Indgår i næsten alle projektaktiviteter
Deltagere mænd/kvinder	K: 100 M: 100	Alle brugere og modtagere af informationsprodukter, dette tal bliver nok højere men er vanskeligt at måle
Kundskabs- øgende produkter	15	Rapporter og dokumenter fra konferencer, materiale til events, mobilt infosystem, grænseoverskridende magasin



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden



Interreg IVA
ÖRESUND - KATTEGAT - SKAGERRAK

Generelle programindikatorer: Informationsindsatser

Informations- produkter	16	1-2 magasiner, materiale til turoperatører, best practise håndbog samt materiale til brug ved events
Informations- spredning	45	Journalistbesøg i hver deltagende region/fylke. Årlig fælles events i hver region. Netværksmøder for virksomheder og øvrige interesserede
Deltagende mænd/kvinder	K: 75 M: 75	

utvecklingsfonden

ÖRESUND - KATTEGAT - SKAGERRAK

Specifikke prioritetsindikatorer Vækstfremmende initiativer

Vækstfremmende/ erhvervsudviklende løsninger	57	Virksomhedsdrevne gateways, mobil infosystem, pakkeprodukter til turoperatører, markedsføring af området
Modeller/værktøj for at fremme entreprenørskab	8	Grænseoverskridende virksomhedsnetværk, sammen-slutning af virksomheder om gateways, afprøvning af IKT-løsninger
Grænseoverskridende triple helix	0	
Grænseoverskridende kompetenceopbygningsløs ninger til vækstsektorer	0	
Deltagere	67 80 6	Offentlige myndigheder Virksomheder Universitet/højskoler



Europeiska
regionala
utvecklingsfonden



ØRESUND - KATTEGAT - SKAGERRAK

Specifik prioritetsindikator Profilerings og synlighed

Aktiveter for at øge turismen (besøksnæringen) i området	156	Alle projektets aktiviteter har dette mål!
Aktiviteter for at øge lokaliseringer/ investeringer i grænseområdet	24	Ikke et direkte mål med projektet, men en mulig effekt af øget turisme og bedre netværk på tværs



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden



Interreg IVA
ØRESUND - KATTEGAT - SKAGERRAK

Horisontelle kriterier

- › projektet har en overvejende positiv indvirkning på **miljøet**
- › projektet har en overvejende positiv indvirkning på **ligestilling** (jämställdhet) mellem mænd og kvinder
- › projektet har en overvejende positiv indvirkning på **integration og mangfoldighed**



Synergi og additionalitet

- › Følgende Interreg projekter har sammenfaldende mål og aktiviteter:
 - Coast Alive! United in Diversity, IKON, VER-DI, LISA, Dansk-tyske cykelbyer, Framtidskuster, Nordiske cykelbyer
 - ...
- › nationale, regionale, lokale initiativer og projekter
- › Om muligt: hellere samarbejde end dobbeltarbejde!
- › økonomi skal kunne adskilles klart



Region Sjællands Vandrefestival, Jan Woolhead

Jan Woolhead gennemgik vandrefestivalen og Region Sjællands erfaringer med den.

Den primære målgruppe var de ikke motionsvante og sekundært dem med manglende kendskab til vandring foruden turister og fritidsbrugere.

De tog udgangspunkt i det tidligere Nortail projekt med Sjællandsleden, som går gennem deres område. Det nuværende projekt Coast Alive blev brugt til erfaringsopsamling og afprøvning af metoder ved kobling af sundhedsfremme og brug af rekreative ruter.

Festivalen var opbygget med et regionalt netværk for de regionale ruter og en styregruppe bestående af Østdansk Turisme, en kommunerepræsentant og Region Sjælland. Derfor var der også kontaktpersoner i kommunerne og andre lokale aktører.

Festivalen bestod af en aktivitetsuge fra d. 21.-28. juni med ca. 80 rundture og mellem d. 29. juni – 8. august var der 42 etapevandring på en sammenhængende rute. Der var størst efterspørgsel på dagsturene. De steder hvor der var indsat busser var interessen for etapevandringerne større. Turlederne og brugerne kunne efterfølgende lægge fotos og beskrivelser på hjemmesiden over de ture de havde deltaget i.

Med hensyn til markedsføring blev der lavet et: husstandsomdelt turistmagasin, en vandrefestival avis, annoncer, web, minifolder, pressemeddelelser, og TV2 Øst sendte mellem maj og oktober ½ time hver uge fra Sjællandsleden. Disse udsendelser følges op med flere i år.

Evalueringen viste at mellem 2-3000 personer har deltaget på de i alt ca. 120 vandringer, hvoraf hovedparten har lyst til at vandre mere. De ting deltagerne har værdsat mest har været at være ude i naturen, det sociale samvær og motionen.

Det lykkedes ikke festivalen at ramme målgruppen, de ikke motionsvante, da de kun bestod af 10% af deltagerne. 1/3 af dem, som deltog, var ikke vandrevante.

Der vil også blive arrangeret en festival i 2010 og erfaringerne fra 2009 vil blive integreret. Denne vandrefestival vil finde sted mellem 4.-12. september og bestå af flest rundture, og have arrangementer for skoler og særlige grupper, og der vil være fokus på sunde fødevarer og mindre fokus på turister.

Det var ønske fra kommuner om at vandrefestivalen skulle gentages, men i 2010 står Region Sjælland selv for koordineringen, hvorimod det i 2009 blev udført af et konsulentfirma. Budgettet i 2009 var på 1 mio. kr. hvorimod det i 2010 kun er på 200.000 kr.

Yderligere oplysninger kan ses på www.vandrefestival.dk

Designmanualen, et nordjysk eksempel på koordination, Uffe Westerberg, Formidlingscenter i Rold Skov.

Efter den kommunale strukturreform i Danmark i 2007, hvor amterne blev nedlagt, var der pludselig ingen koordinering og formidling af stier. Der blev derfor besluttet at lave et samarbejde bestående af 11 kommuner, de 3 Skov og naturstyrelser, Region Nordjylland, VisitNordjylland og forskellige turistorganisationer og private skovejere. Dette samarbejde har resulteret i forskellige produkter: en designmanual, skiltning på stier, guider som indeholder ture, offentlige ture etc.

Designmanualen har 4 fokus punkter: signaturer, piktogrammer, skiltning og kvaliteten på kortene, som skal bruge de samme farver og signaturer.

Der er også lavet en web-publikation, og den har efterhånden spredt sig til flere steder i Danmark. Der er håbet, at den kan indgå i arbejdet i AP3 i Rekreative Ruter og måske endda blive forbedret af det.

Der er lavet en skabelon som man kan arbejde indenfor. Den skal vise på forsiden hvad den handler om (f. eks. cykling) samt kort over hvor man er /hvilken del af kommunen/skoven.



EUROPEAN
UNION
European Regional
Development Fund



Interreg IVA
ÖRESUND – KATTEGAT – SKAGERRAK

Det er meget systematisk bygget op med en skabelon for hvert niveau af kortet og med brug af de samme farver på skov og vand. Der er signaturer for folk som ikke er vant til at læse kort, en nordpil, målestok og piktogrammer.

Skov og Naturstyrelsen har i 30-40 år brugt de samme farver på skiltning i naturen, og det er nu også muligt at bruge farverne på andre arealer, som f. eks. kommunalt ejet eller private arealer.

Designguiden omhandler også typografi og en samling af piktogrammer foruden links til relevante sider.

Det designmanualen ikke beskæftiger sig med er kvalitetsmærkning af stier dvs. hvor svær er ruten. Den er heller ikke helt perfekt digitalt, men Kort og Matrikelstyrelsen er ved at lave nogle nye kort, som kan bruges interaktivt på nettet, og hvor man kan klikke signaturer til og fra samt lave sine egne ruter.

Aktiv ferie i Nordjylland ved Bo Immersen, VisitNordjylland

Bo fortalte om VisitNordjyllands erfaringer med at samarbejde med mindre virksomheder om produktudvikling og netværk og tog udgangspunkt i Oplevelsesbanken Aktiv Nordjylland's erfaringer.

Projektet blev formuleret i 2008 af tre årsager, som gik på en vision om at Nordjylland skal være et aktiv ferie mekka, at aktiv ferie aktørerne primært er små virksomheder, som har brug for et løft for at blive synlige og attraktive og på grund af at aktiv ferie området er i vækst.

Formålet med oplevelsesbanken er:

At skabe større synlighed om de nordjyske aktive oplevelser.

At skabe en platform, som de små udbydere kan markedsføre og sælge deres oplevelser fra.

At skabe netværk og alliancer mellem aktører, der kan øge produkternes synlighed, og som kan skabe nye produkter, der rammer kundernes behov bedre.

Oplevelsesbanken er et netværk som består af de nordjyske turismedestinationer (styregruppe), 36 virksomheder som udbyder en aktiv naturoplevelse og VisitNordjylland, der koordinerer netværket.

Fælles for oplevelserne er at en fysisk aktivitet er i centrum og at der er personlig formidling eller instruktion i forbindelse med aktiviteten, som f. eks. kajak, cykling, vandring, rappelling, faldskærmsudspring etc.

Projektet beskæftiger sig ikke med infrastruktur men med serviceydelser og markedsføring

Projektet er støttet af EU's Regionalfond og budgettet i 2010 er på ca. 300.000 kr. Deltagerne medfinansierer med arbejdstid og penge. Oplevelsesarrangører skal bruge 35 timer + 300 kr. og turistbureauerne skal pr. kommune bruge 40 timer i 2010 + 5.000 kr.

Der er pt. 36 virksomheder som udbyder 100 oplevelser. Der er 2 årlige samlinger, samt lokale møder og VisitNordjylland koordinerer.

Bo afsluttede med at beskrive de vigtigste ting, som man skal være opmærksom på og hvilke barrierer der kan være.

At være opmærksom på deltageres ønsker/behov – Skal være tydeligt, hvad aktørerne får ud af at deltage.

Vær synlig – Vis at den enkelte deltager er vigtig for projektet.

Skab en atmosfære af at man er kolleger frem for konkurrenter.

Erfaringsudveksling er et vigtigt parameter for mange.

Lad deltagerne være mødevært på skift.

Kan være en fordel at lave mindre lokale grupper – lokalt samarbejde.

Stil krav til deltagerne – ellers er der risiko for at de bliver "fyld"

Fokuser på at kvalitet er vigtig – Det er det for gæsterne, og de fleste vil gerne være en del af noget "godt"

Barrierer:

"Projektledelse" – Projekter er kortvarige, og der er mange at vælge mellem.

Afstande - Svært at mødes, hvis aktørerne skal køre mere end en time.

Mødetidspunkter - Mange har fuldtidsjob ved siden af.

Frygt for at andre "stjæler" egne idéer og koncepter.

Myter – Nogle ser "skævt" til personer, der lever af offentlige tilskud.

Den administrative byrde med aflevering af timesedler og løndokumentation har afholdt nogle fra at deltage i netværket.

Produktudvikling i netværk - Erfaringer fra VisitNordjylland



1. Indledning
2. Projektets baggrund
3. Hvad er oplevelsesbanken
4. Erfaringer

- Bo Immersen, Projektkoordinator hos VisitNordjylland
- Bæredygtig turisme, Kursusudvikling, Tilgængelighed
- Bedre vækstbetingelser for aktiv ferie aktørerne

Aktiv NORDJYLLAND
- Aktive naturoplevelser

DEN EUROPÆISKE UNION
Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling
Vi investerer i din fremtid

Baggrunden for Oplevelsesbanken Aktiv Nordjylland?

Projektet blev formuleret i 2008 af tre årsager:

1. Vision om at Nordjylland skal være et aktiv ferie mekka.
2. Aktiv ferie aktørerne er primært små virksomheder, som har brug for et løft for at blive synlige og attraktive.
3. Aktiv ferie område i vækst.



Det vil vi med oplevelsesbanken Aktiv Nordjylland!

Formål med oplevelsesbanken:

- At skabe større synlighed om de nordjyske aktive oplevelser.
- At skabe en platform, som de små udbydere kan markedsføre og sælge deres oplevelser fra.
- At skabe netværk og alliancer mellem aktører, der kan øge produkternes synlighed, og som kan skabe nye produkter, der rammer kundernes behov bedre.



Oplevelsesbanken er...

Oplevelsesbanken er et NETVÆRK bestående af:

- De nordjyske turismedestinationer (styregruppe)
- 36 virksomheder som udbyder en aktiv naturoplevelse.
- VisitNordjylland koordinerer netværket.

Fælles for oplevelserne er:

- En fysisk aktivitet er i centrum.
- Personlig formidling eller instruktion i forbindelse med aktiviteten.





Økonomi
Projektet er støttet af EU's Regionalfond. Budgettet er i 2010 på ca. 300.000 kr. Deltagerne medfinansierer med arbejdstid og penge. - Oplevelsesarrangører skal bruge 35 timer + 300 kr. - Turistbureauerne skal pr. kommune bruge 40 timer i 2010 + 5.000 kr.
Aktiv NORDJYLLAND - Aktive naturoplevelser DEN EUROPÆISKE UNION Den Europæiske Fond for Regionaludvikling Vi investerer i din fremtid

Hvad er vigtigt?

- At være opmærksom på deltagernes ønsker/behov – Skal være tydeligt, hvad aktørerne får ud af at deltage.
- Vær synlig – Vis at den enkelte deltager er vigtig for projektet.
- Skab en atmosfære af at man er kolleger frem for konkurrenter.
- Erfaringsudveksling er et vigtigt parameter for mange.
- Lad deltagerne være mødevært på skift.
- Kan være en fordel at lave mindre lokale grupper – lokalt samarbejde.
- Stil krav til deltagerne – ellers er der risiko for at de bliver "fyld"
- Fokuser på at kvalitet er vigtig – Det er det for gæsterne, og de fleste vil gerne være en del af noget "godt"

Barrierer:

- "Projektlede" – Projekter er kortvarige, og der er mange at vælge mellem.
- Afstande - Svært at mødes, hvis aktørerne skal køre mere end en time.
- Mødetidspunkter - Mange har fuldtidsjob ved siden af.
- Frygt for at andre "stjæler" egne idéer og koncepter.
- Myter – Nogle ser "skævt" til personer som mig, der lever af offentlige tilskud.
- Den administrative byrde med aflevering af timesedler og løndokumentation har afholdt nogle fra at deltage i netværket.

Mange tak for jeres tid



Jeg håber, at oplægget ramte nogen af jer!

Karin Hoffmann – den skånske stifinder

www.rundvandringar.se

Karin dokumenterer og planlægger ruterne ud fra forskellige karakteristika. Det startede som hendes træningsrunder – hun var langdistanceløber. Hun planlagde ruterne efter hvad hun elskede at løbe i. Fx ville hun ofte gerne forbi vandet, så derfor er hun altid opmærksom på hvor der er vand. – kulturlandskab – højdekurver. (Så natur-kultur-højder-vand, lægges der specielt mærke til)

Vejbeskrivelse med til alle punkter, beskrivelserne er lavet på baggrund af de tegn der er i natur og kulturlandskabet. Der er ingen decideret, til formålet, menneskeskabt geo-semiotik. Der findes dog et tegn for rundvandring, så man ved man altid kommer tilbage.

En rundvandring stiller mindre krav til logistik og planlægning, man kommer fx tilbage til sin bil efter turen.

Der findes 8 bøger og 108 rundvandringar.

Der følger en højde profil med til hver enkelt rute + afstande.

Karin fortæller om en rute og fremhæver nogle af punkterne på en af ruterne, for at give et indtryk af hvad det eksempelvis er de indeholder:

Ruten starter ved parkering/start, og så følger man beskrivelserne rundt på ruten, og er der mulighed for at lade stien gå forbi serveringsmuligheder, som fx en kop kaffe, gør hun gerne det.

B: Punkt stor skulptur. Den kan springes over på ruten.

C: Vilde planter og bær på ruten

D: Højdepunkt, find den bedste udsigt.

E: Skovbrynet fra oven, en smal sti følges. Man kan se andre på et andet punkt. Kig fx efter strået tag.

Alle kan li' at gå rundt og komme tilbage til det som er velkendt.

Man bliver sin egen guide på turene.

Der findes også en bog med ruter til gps'en, med mange Geo-cacher – over hundrede naturskatte.

At vandre er godt for cirkulation i kroppen – bedre for hjerter, blodtryk og kolesterol. Friskere og bedre immunforsvar.

Bedre kondition, balance og fleksibilitet, men sænker også stressniveauet, og generelt forøger velvære, også seksuelt og kan hjælpe til fx rygestop. Man sover bedre når man har rørt sig og det forbedrer det kreative intellekt.

Forskellige seværdige og æstetiske skånske naturområder fremvises og præsenteres i de forskellige ruter.

Man kan benytte offentlig transport for at komme rundt til de forskellige rundture.

Ruterne bevæger sig også over sundet. (Klampenborg - og Skodsborg turen).

Slotsrunder og vildmarksrunder.

Der er forskellige årstidsudtryk på ruterne.

Naturen skal bruges til afslapning / afstressning og bruges som inspiration

Når man vandrer i grupper, bliver det i højere grad en social aktivitet end en egentlig vandring. Når man vandrer alene reflekterer man mere og opnår en højere grad af frihed.

Man skal se guiderne som et redskab.

Ingen dansk oversættelse – men kystbogen er oversat til engelsk.



EUROPEAN
UNION
European Regional
Development Fund



Interreg IMA
ÖRESUND – KATTEGAT – SKAGERRAK

Referat arbeidspakke 3, den 2. mars 2010, Skagen

Alle regioner var representert - se deltagerliste

Oslofjordens Friluftsråds direktør Rune Svensson representerte Østfold fylkeskommune, norsk prosjekteier. Han holdt en presentasjon om innholdet i arbeidspakke 3.

Etter innledningen var det en spørsmåls- og kommentarrunde.

Spørsmål fra salen:

- Grunneieravtaler
- Ansvar for vedlikehold i fremtiden

Etter dette ble hvert land oppfordret til å tenke igjennom organisering og fremdrift ved å ta stilling til følgende:

Organisering. Behov for en arbeidsgruppe med deltakere

- Fra alle regioner
- Ev fra alle tre land
- Møter på konferansene, studiereisen, egne arbeidspakkemøter
- Kontakt med regionale partnere
- Samlinger regionalt

Enighet i alle regioner om at man holder seg til minimum nasjonsnivå (3) og ikke regionnivå (9) når man jobber utover grensene.

Regionene gikk hvert til sitt for å diskutere organisering og AP3.

Norsk prosjekteier er fagansvarlig for arbeidspakke 3 og de norske partnere gjennomgikk ønsket organisering. Oslofjordens Friluftsråd ble ønsket som faglig ansvarlig for arbeidspakken. Det betyr koordinerende for hele prosjektet generelt og for norske partnere spesielt. Det bør også finnes en dansk og svensk koordinator der nasjonale spørsmål reises ss oppgave 3.3 og 3.6.

OF vil- på vegne av norsk prosjekteier - ha ansvar for å arrangere møter og samlinger samt å sikre fremdrift. Østfold fylkeskommune har ansvaret for det administrative rundt regnskap for hver kommune og nasjonalt. ØFK rapporter for norsk regnskap til

Øvrig ansvarlige fra de Sverige og Danmark som tiltrer AP 3 gruppen ble:

- Sjælland: Jan Woollhead
- Skåne: Magdalena Hellström
- Halland: (venter)
- Vestra Götaland: Christer Lindtorp
- Nord Jylland: Torben Stæhr,

01.04.10

IMG/RS

Rekreative Ruter – en felles skandinavisk satsing for å gjøre vandre- og sykkelstiene mer spennende

Rune Svensson, Oslofjordens Friluftsråd



Presentasjon – og forventninger.



Arbeidspakke 3

Komplettering og kvalitetssikring av stiene

1. Presentasjon – ledelse av arbeidspakken
2. Oppgavene
3. Organisering
4. Tidsplan og milepæle
5. Forholdet til øvrige arbeidsgrupper

Vandre- og sykle

- Helsegevinst
- Trivsel
- Miljøvennlig
- Sosialt og inkluderende
- Lave investeringer
- Lave driftskostnader
- Frihet
- Naturopplevelse
- Næringsvekst



Welcome to the **NORTH SEA CYCLE ROUTE**

languages - English - Deutsch - Norsk Contact | Sitemap | search



Home | Maps & Information | Countries | Facts & Figures | Tour Planning | Photo Gallery | Riders Comments | I did it

Search articles

Region:

Theme:

[search now >>](#)

Search Route

All countries:

Start:

Finish:

[search now >>](#)

My guide

0

[open guide >>](#)

North Sea Trail
Europe's coastal heritage
www.northseatrail.org





Cycling 6000 km in one day?

On Saturday 20 May, the North Sea Cycle Route partnership invited the general public to cycle any part of the North Sea Cycle Route they liked. Lots of activity took place in the many different regions around the North Sea.

[Read more about Cycling 6000 km in one day?](#)



Welcome to the North Sea Cycle Route

The North Sea Cycle Route is a 6.000 km chain of exciting experiences waiting for the cycling tourist.

[Read more about Welcome to the North Sea Cycle Route](#)



How far can YOU cycle?

We certainly wouldn't have believed it beforehand, but we keep getting reports from cyclists who have cycled all the way round the North Sea Cycle Route.

[Read more about How far can YOU cycle?](#)



The North Sea Cycle Route - cycling on

The North Sea Cycle Route is being developed by an international partnership with 50% funding from the European Commission's Interreg IIIB North Sea Programme.

[Read more about The North Sea Cycle Route - cycling on](#)

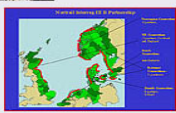
My guide  Maps

WELCOME TO THE WALKING ROUTE THAT ENABLES PEOPLE TO DISCOVER THE NATURAL AND CULTURAL HERITAGE THAT BRING TOGETHER THE COUNTRIES OF THE NORTH SEA



- **WALKING THE TRAIL**
- **CULTURAL & NATURAL HERITAGE**
- **SERVICES**
- transport - food
- accommodation
- **A TRANS-NATIONAL PROJECT**

A NETWORK OF FOOTPATHS IN THE COASTAL LANDSCAPE OF 26 PARTNER REGIONS




Aktivitet 3.1	Erfarings- og metodeutveksling
Aktivitet 3.2	Kartlegging av eksisterende ruter og komplettering
Aktivitet 3.3	Utvikling av felles kvalitetssystem
Aktivitet 3.4	Utvikling av kvalitetsstrekninger
Aktivitet 3.5	Behovs og tilgjengelighets-tilpasning av strekninger
Aktivitet 3.6	Bæredyktig persontransport
Aktivitet 3.7	Produksjon av Best practise kompendium

Organisering av arbeidspakke 3		
Oppgave	Utførende	Fora/nivå
Kartlegging av eksisterende ruter	Partner	Lokalt
Komplettering – avstikker,	Partner/nabo/region	Lokalt/regional
Felles kvalitetssystem	arbeidsgruppe	prosjektnivå
Felles kvalitetsstrekninger	arbeidsgruppe	Lokalt/prosjektnivå
Behovs og tilgjengelighets-tilpasning av strekninger	Arbeidsgruppe/partner	Lokalt

Oppgave	Utførende	Fora/nivå
Bæredyktig persontransport	arbeidsgruppe/nasjonale initiativ	Prosjektnivå/nasjonalt/regionalt
Produktion af Best practise kompendium	Arbeidspakkeledelse arbeidsgruppe	Prosjektnivå



Nivåer	Arbeidspakkeledelse	Arbeidsgruppe
Partner Regionalt Nasjonalt Prosjektnivå	Kommunikasjon innad og mot øvrige deler av prosjektet Fremdrift Initiativ Rapportering	Minimum nasjonsnivå –(3) Maks regionnivå (9)

Organisering

Behov for en arbeidsgruppe med deltakere

- Fra alle regioner
- Ev fra alle tre land
- Møter på konferansene, studiereisen, egne arbeidspakkemøter
- Kontakt med regional e partnere
- Samlinger regionalt

Hvilken nytte vil partnerne ha?

- Faglige erfaringer - ideer
- Midler fra interreg
- Nye standarder i service, skjøtsel og tilrettelegging
- Ny teknologi
- Nettverk



Regnskab og revision

– Kort gennemgang

Hvem er vi?

- ▶ Jane Vinter og Christina Folmand Knudsen
- ▶ Assisterer Mette med projektledelse og administration – alt det kedelige ☹
- ▶ Hjælper gerne med alt hvad vi kan ☺ – forudsætning at I spørger

Hvorfor rapportere???

- ▶ Krav og forudsætning for udbetaling
- ▶ Sekretariatet
 - Informere overvågningskomite
 - EU Kommissionen
 - Etc.
- ▶ Kontrol med midler (de har oplevet snyd!!!)
 - Økonomi
 - Aktiviteter

Status rapport – aktiviteter

Statusrapport – et bilag til regnskabet...

Én samlet statusrapport – men input fra alle!

- ▶ Projektets status – overblik over aktiviteter for den givne periode
- ▶ Detaljeret beskrivelse af aktiviteter, opnåede resultater, afvigelser og omkostninger for givne aktiviteter i perioden
- ▶ Aktiviteter i kommende periode
- ▶ Indikatorer
- ▶ Afvigelser i forhold til projektplan og budget

Ex fra statusrapport

5.1 Aktiviteter og opnåede resultater. Redogør for godkendt aktivitet enligt beslut och tillägen.	
Aktivitet (namn och nummer enligt beslut)	
Ansvarig partner	
Deltagande partners	
Startdatum (åååå-mm-dd)	Slutdatum (åååå-mm-dd)
5a. Genomsnittligt och uppnådda resultat inom aktiviteten (beskriv kortfattat)	
5b. Kostnader som uppkommit i aktiviteten (beskriv per kostnadslag, personalkostnader, konsultkostnader etc.)	
5c. Har det funnits avvikelser i aktiviteten gentemot beskrivningen i ansökan?	



Regnskab



KICK-OFF 2-4 marts 2010



Regnskab

- ▶ Hver partner ansvarlig for følgende:
 - Afholde egne udgifter
 - Bogføre alle udgifter, gemme alle bilag og betalingsdokumentation (til 2020)
 - Anvende regnskabsskema
 - Aflevere regnskab til revision halvårligt
 - Ansvarlig for revisionsspor
 - Ansvarlig for at gemme bilag og dokumentation



KICK-OFF 2-4 marts 2010



Arkivering til 2020+

- ▶ Regel: bilag og betalingsdokumentation gemmes til 2020
- ▶ MEN: tilbagebetalingspligtig indtil 10 år efter den sidste udbetaling. Dvs. projektet løber til dec 2012, dermed kan sidste udbetaling være juni 2013. Dermed kan man være tilbagebetalingspligtig indtil juni 2023!
- ▶ Vær opmærksom på dette og gem dokumentationen indtil 2025!



KICK-OFF 2-4 marts 2010



Støtteberettigede udgifter...

- Alle udgifter:
- ▶ Skal være **opstået, bogført og betalt** i projektperioden
 - ▶ Skal være bogført og betalt i den givne periode for perioderegnskab
 - ▶ Skal være **direkte relateret** til projektet
 - ▶ Beskrevet i ansøgningen
 - ▶ Faktura skal **bære projektets navn**
 - ▶ Skal dokumenteres ved bilag
 - ▶ Skal være **faktiske omkostninger** – ingen procentsatser, eller lign.
 - ▶ Følge reglerne for offentlig udbud



KICK-OFF 2-4 marts 2010



Bilag til granskning...

- ▶ Status rapport
- ▶ Udskrift af hovedbog
 - Tydelig adskillelse fra ordinære aktiviteter
 - Skal indeholde alle projektkomkostninger
 - Eventuelle indtægter og medfinansiering fra eksterne skal indgå
- ▶ Kopi af faktura – samtlige
- ▶ Afstemningsunderlag
- ▶ Øvrige:
 - Lejeaftaler
 - Ansættelsesbevis og tidsrapport
 - Bilag som viser aktiviteterne
 - Bilag til dokumentation for offentlig udbud
 - Beregningsmodeller ved evt. overhead



KICK-OFF 2-4 marts 2010



Personale udgifter

- ▶ Dokumentation og retningslinjer:
 - Timegrundlag i DK: 1924 årstimer, månedsløn og semestertillæg samt sociale udgifter
 - Timegrundlag i S: 1980 årstimer, månedsløn og semestertillæg samt sociale udgifter
 - Registrer timer i tidsregistreringsskema
 - Udskrift fra lønsystem m måneds/årsløn
 - Ansættelsesbevis



KICK-OFF 2-4 marts 2010

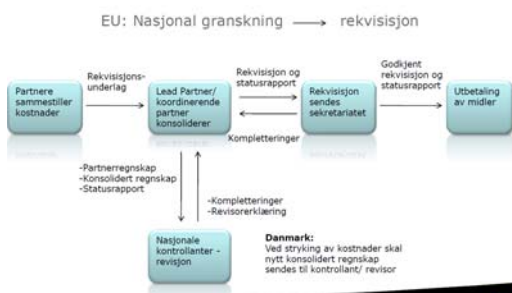


Rekreative Ruten

[illegible]

- Gennemgang af Excel skema

1	1.1	19-09-2009	20-09-2009	1	Transport (Lieferung, Dienstleistung)	30%	72,00	7,96	1.944,00
2	1.2	19-09-2009	20-09-2009	1	Mietung (Lieferung, Dienstleistung)	30%	139,20	13,72	1.944,00
3	1.3	19-09-2009	20-09-2009	1	Transport (Lieferung, Dienstleistung)	30%	100,80	10,80	1.944,00
4	1.4	19-09-2009	20-09-2009	1	Transport (Lieferung, Dienstleistung)	30%	144,00	1,96	1.944,00
5	1.5	19-09-2009	20-09-2009	1	Transport (Lieferung, Dienstleistung)	30%	13,00	1,96	1.944,00
6	1.6	19-09-2009	20-09-2009	1	Transport (Lieferung, Dienstleistung)	30%	13,00	1,96	1.944,00
7	1.7	19-09-2009	20-09-2009	1	Transport (Lieferung, Dienstleistung)	30%	80,00	10,79	1.944,00



- ▶ Trin 1: Den enkelte partner sender sit samlede projektregnskab for den givne periode til svensk koordinerende partner. Dette inkluderer det fra Sekretariatet udleverede Excel skema inklusiv alle bilag, betalingsdokumentation, udskrifter fra økonomisystem, etc.
- ▶ Trin 2: Svensk koordinerende konsoliderer derefter alle partnerregnskaberne til ét.
- ▶ Trin 3: Det konsoliderede regnskab sendes til Tillväkstværket sammen med de enkelte partneres individuelle regnskaber.

Takster og tider – uden fejl og mangler!



- ▶ Taksterne er baseret på en revision uden fejl og mangler!
- ▶ Dvs. er der blot de mindste spørgsmål fra revisorerne som kræver kommentarer og eventuelle ændringer, skal de pågældende partnere påregne ekstra udgifter til revision.
- ▶ Denne ekstraudgift baseres på en fast timepris.
- ▶ Hvis tidsplanen skal holdes er forudsætningen at alt er i orden!



KICK-OFF 2-4 marts 2010



Sekretariatet informerer:



Varighed for national granskning/revision:

- ▶ Svensk side: 30 dage fra komplet underlag er sent til Tillväkstverket
- ▶ Dansk side: 14 dage – forudsat at alt indsent materiale er komplet og i orden

Men: indtil nu har processen ikke kunnet klares indenfor disse tidsfrister!!!



KICK-OFF 2-4 marts 2010



Tidslinje



	jul	aug	sep	okt	nov	dec	jan	feb	mar	apr	mai	juni
Partnere afleverer regnskaber til LP/svensk koord partner	200											
LP gennemgår partnerregnskaber og sammensætter det til et regnskab og sender til revision	200											
Svensk koord partner sammensætter til et regnskab og sender til revision	200											
OK regnskab rettet fra revision (forudsat: ingen fejl og mangler)	200											
Svensk regnskab rettet fra revision (forudsat: ingen fejl og mangler)	200											
LP modtager svensk regnskab	200											
LP sammensætter et EU regnskab og en samlet rekvirition	200											
Deadline for rekvirition	200											



KICK-OFF 2-4 marts 2010



Kritisk punkt



- ▶ Der skal være en **kontaktperson hos hver partner** i hele juli og august i forhold til revision og godkendelse af regnskab hvis bilag mangler eller der er uoverensstemmelser....
- ▶ I skal huske – det er ikke kun jer der kommer til at vente på penge, hvis der er forsinkelser. Det er hele partnerskabet!!!



KICK-OFF 2-4 marts 2010



- ▶ Det ikke for vores skyld eller for sjov vi sætter strenge deadlines – det er desværre en nødvendig forudsætning hvis vi skal nå i mål med så stort et partnerskab.



KICK-OFF 2-4 marts 2010



Kontakt info



Christina Folmand Knudsen og Jane Vinter

NordDanmarks EU-kontor

Boulevarden 13

Telefon: 9931 1531 / 9931 1518

E-mail: czf@aalborg.dk / jvn@aalborg.dk



AP 2 – Konzeptutveckling av företagsdrivna Gateways

Ansvarig: Region Halland

Tommy Löfquist

Daniel Borgman



Kort om Region Halland

Region Halland uppdrag är att utveckla Halland och att arbeta för ökad ekonomisk tillväxt.

En del av vårt uppdrag är att utveckla upplevelsenäringen i Halland.

Region Halland har tidigare deltagit i Nortrail och Northsea Cycle Route.



AP2: Organisation

- En arbetsgrupp för AP2 i likhet med övriga arbetsgrupper – en representant från varje region
- Hur varje partner/region organiserar sig sker i samråd med AP-ledaren



Aktiviteter i AP2

- 2.1 Erfarenhetsutbyte och metodutveckling
- 2.2 Studieresa
- 2.3 Utveckling och etablering av Gateways
- 2.4 Etablering av nätverk för utveckling av ny service och nya produkter



2.1 Erfarenhetsutbyte och metodutveckling

- Formerna för denna aktivitet utvecklas vid första mötet med arbetsgruppen.



2.2 Studieresa

- Syfte: att se och lära om hur kunder tas emot på leder av företag
- Vilka deltar? Intresseanmälan - diskussion
- Vid stort intresse kan det bli mer än en studieresa
- Förslag: Holland (Overijssel), Skottland/England?



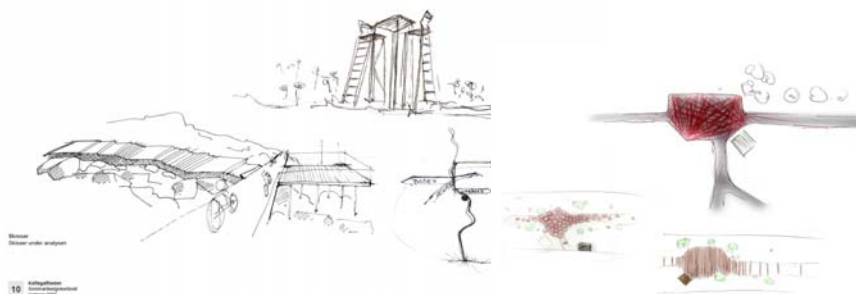
2.3 Utveckling och etablering av Gateways

- En Gateway är skapad och driven av lokala företag
- En Gateway är en konceptualiserad samlingspunkt
- En Gateway är en möjlighet för företagen att nå fler kunder och sälja mer
- En Gateway är en plats där kunderna kan få olika typer av service och upplevelser



Skisser och idéer

04 Konzeptentwicklung
Skizzen

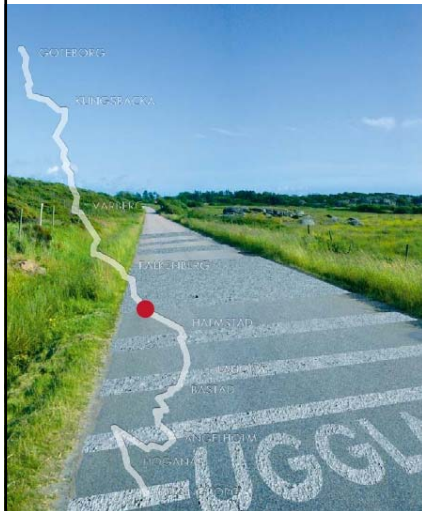




Kännetecken för Kattegattleden



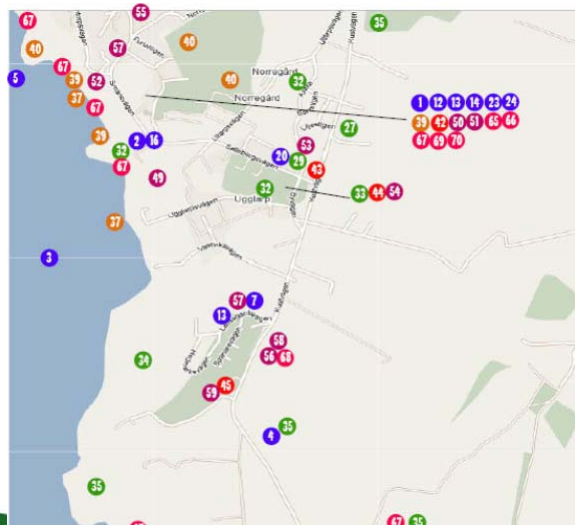
Kommersiell verksamhet
Rund en stor Gateway finns många
olika kommersiella verksamheter så
som cykelservice, caféer och hotell.



Exempel från Halland 1

- Gateway Ugglarp: 15-tal företag i samverkan.
- Kommer med egna förslag och skisser.
- Koncept: havsnära cykling

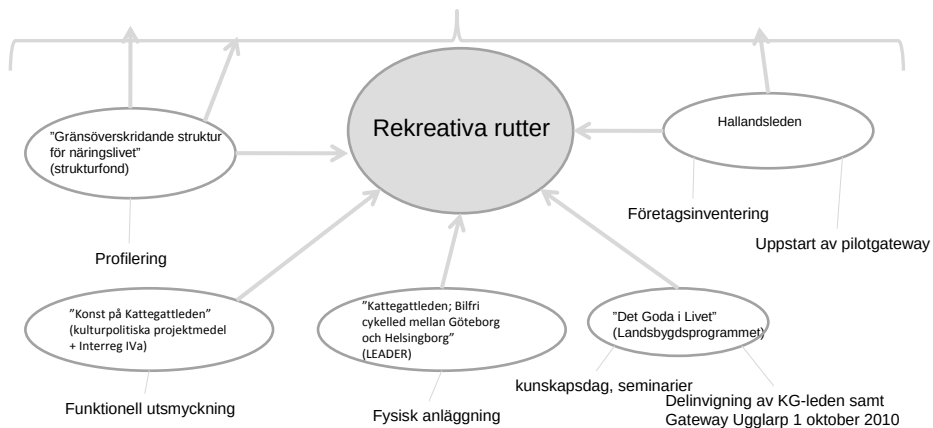
Aktiviteter, Sevärdheter, Rekreation, Försäljning, Boende och Service i Ugglarp



- Gateway Axtorna 1565: 15-tal
företag i samverkan.
- *Kommer med egna förslag och
skisser.*
- *Betoning på mobil information.*
- *Koncept: vandring &
kulturhistoria*



Ökad ekonomisk tillväxt



Roger Pihl – Naturen er ikke et tempel men et værksted (eller hvorfor man ikke kun skal tage spøg for spøg)

Han fik ideen, ved at gå i de norske fjelde, pga. en datter med højedeskræk – en god idé med de danske fjelde for de er ikke særligt høje. Han satte sig derfor for at bestige alle højder over 100 meter i Danmark.

Forskellige historiske landkort præsenteres – hvordan opfattelsen af det højeste punkt har ændret sig.

Himmelbjerget har spillet en ret vigtig historisk rolle i danskernes bevidsthed (enevælde, modstandskamp, etc.)

Opfattelsen af hvad der er Danmarks højeste punkt har ændret sig gennem historien.

Før 1847 Himmelbjerget

1941 Ejer Bavnehøj

1953 Yding Skovhøj

2004 Ejer Bavnehøj

2005 Ejer Bavnehøj

2005 – 2010 Møllehøj

Konsekvensen af at man ikke vælger en høj top, er at der er mange aspiranter til at være højeste punkt. De er alle buler på den samme top, hvilket gør det lidt mere vanskeligt at finde den helt rigtige.

Forslag om at kalde det "Ejer Bjerger" blev taget blandet imod.

Rangliste over de højeste punkter.

Han laver bogen: Guide til Danmarks bjerge. Oplag: 30.000

Roger fortæller om turistoplevelsen på Himmelbjerget. Betale for at få bilen ud og på toppen var der en masse plasticstrimler til salg. Udstil i stedet dansk design.

Udsigten har gjort Himmelbjerget kendt og fremkalder følelsen af at man står på Danmark tag.

Sendte brev til Ejer Bavne højs venner, med egne hjemmelavede frimærker med Ejer Bavne høj motiv. Det endte i en dansk avis – "Ejer Bavne høj – nu på frimærke"

16 højder over 150m i Danmark.

Them Bavnehøj kom til i 2005.

Gennemgang af nogle danske attraktioner – eks Møns Klint. Favoritsted for tiden er Kongsbjerg.

Bornholm: han er blevet beskyldt for at være bornholmer af en jyde, som spurgte ham om noget.

www.bestigbjerg.dk - Man kan få at vide hvor mange toppe man har nået + tider og afstande.

Fjellklatring er først og fremmest en risikosport.

Han er den første der har bestegit alle bjerge over 100 m.

Tv koncept: Guide til det danske højfjeld. Projektet blev stoppet for det blev afsluttet.

Vingård Bukkebjerg, Danmarks højeste. Danmark og England spås at blive store vinproducenter. Pga. at klima og bedre druer.

Er gået sammen med to andre forfattere om flere bøger, og har bl.a. udviklet følgende side.

www.kartozoologi.no - handler om at finde et omrids af et dyr på et kort, tegne det op og gå det.

Bog: Det dyriske København – en guide til byen hjerte.

Bog: Jagten på den skjulte elefant.

Der er et norsk mesterskab i kartozoologi.

Næste projekt er måske de laveste punkter i Danmark. Salholm er Danmarks laveste punkt

Beretter om flere optrædender i medierne.

Viser film fra dåben af Toftehøj, som var i regionalt tv. Det kan være svært at finde toppen på danske fjelde.

Fjeldsmør er et andet projekt der er sat i søen.

Twitter

Facebook

Det danske højfjellet

roger@duggveien.no

+47 9009 6759



EUROPEAN
UNION
European Regional
Development Fund



Interreg IYA

ÖRESUND – KATTEGAT – SKAGERRAK

Behovs- og brugeranalyse

Arbejdspakke 1



Analysens formål

- ▶ et fælles beslutnings- og prioriteringsgrundlag
- ▶ en fælles reference- og forståelsesramme
- ▶ gøre det muligt at systematisere og prioritere de af projektets aktiviteter der retter sig mod hhv det erhvervsliv der skal stimuleres og de brugere som skal tiltrækkes eller gøres endnu mere aktive



Analysens formål, fortsat

- ▶ udgøre en del af grundlaget for at beslutte hvad der skal karakterisere de gateways der etableres i projektet
- ▶ udgøre en del af grundlaget for at der kan udpeges kvalitetsstrækninger hvor udbygning med og afprøvning af forskellige former for service vil blive prioriteret
- ▶ udgøre en del af grundlaget for at vurdere om behovs- og tilgængelighedstilpasning af stier kan tiltrække nye brugere
- ▶ udgøre en del af grundlaget for den tekniske kravspecifikation til det mobile informationssystem (



Vigtige snitflader

- ▶ 2.1, 2.2, 2.3: gateways. Foranalysen afdækker på et generelt plan brugernes og virksomhedernes ønsker og forventninger, viden der specifikt retter sig mod udformning og etablering af gateways hører under arbejdsplan 2.
- ▶ 3.3: kvalitetssystem. Foranalysen afdækker på et generelt plan brugernes forventninger og præferencer, viden der specifikt retter sig mod udformning og etablering af kvalitetssystemet hører under aktivitet 3.3
- ▶ 3.4: kvalitetsstrækninger. Foranalysen afdækker på et generelt plan brugernes forventninger og præferencer, viden der specifikt retter sig mod udformning og etablering af kvalitetsstrækninger hører under aktivitet 3.4



Snitflader, fortsat

- ▶ 3.5 Behovs- og tilgængelighedsstilpasning. Foranalysen skal udgøre tilstrækkeligt grundlag for at det kan besluttes hvilke former for behovs- og tilgængelighedstilpasninger det vil være mest relevant at satse på i projektet. Hvorledes disse tilpasninger appliceres og på hvilke strækninger hører under aktivitet 3.5
- ▶ 3.6 Bæredygtig persontransport. Foranalysen dækker på et generelt plan brugerens ønsker og forventninger om mulighed for at benytte kollektiv trafik til og fra ruterne. Specifik viden om problemer og udfordringer ved at anvende kollektiv trafik i de forskellige regioner samt på tværs af grænserne hører under aktivitet 3.6



Snitflader, fortsat

- ▶ 4.2 Kravspecifikation for mobilt informationssystem. Foranalysen afdækker på et generelt plan brugernes forventninger og præferencer angående mobil IKT-baseret formidling. Konkrete og specifikke undersøgelser af muligheder og brugervenlighed hører under aktivitet 4.2



Metode

- › "Desk research" gennemgang af relevant, tilgængeligt materiale i de 3 lande
- › fastlæggelse af centrale undersøgelsesspørgsmål
- › Fastlæggelse af konkretiseringsniveau
- › afklaring af hvilke spørgsmål der ikke kan besvares ved desk research
- › supplerende informationsindsamling:
 - fokusgruppe interview
 - køb af data og konsulentbistand



Tidsplan

- › indledende research: nu -> april
- › undersøgelsesspørgsmål og konkretiseringsniveau: -> medio april
- › opsamling på desk research: maj
- › fokusgruppeinterviews; maj-september
- › opsamling, analyse, kompilering af samlet analyse: august -> november



Arbetspaket 4 Innovativ produktion

Minnesanteckningar från Skagen onsdag den 3 mars

Genomgång av Nils-Arvid Andersson om innehållet i arbetspaketet 4 Innovativ produktion.

I slutet av mötet kommer 1+1 personer från varje region väljas in som representanter i arbetet.

Inledningsvis kommer en kravspecifikation tas fram för ett mobilt informationssystem, detta bygger i sin tur på ett påbörjat projekt; United in Diversity.

En stor uppgift är att "fånga in" all den information som finns i området som har georeferens. Därefter kommer en intern version tas fram (prel nästa sommar) som kan testas intern i områden.

Det färdiga systemet beräknas vara färdigt sommaren 2012.

En huvudprincip är att samordna utvecklingskostnaden i olika projekt för att dra nytta av de processer som redan är igång. United in Diversity är ett Södra Östersjön-projekt där ett av arbetspaketen är att utveckla en mobil plattform för "lokaliserad information". Rekreativa rutter kommer att utnyttja den produkten och vidareutveckla den inom projektet.

United in Diversity

Lars Ettrup

Presenterar upplägget för mobil applikation som skall vara färdigt innan sommaren 2010.

I övrigt även rekommendationer för hur projektet kan forma sin egen applikation och vilka frågor som bör vara med i en kravspec.

Viktiga frågor rör framför allt avvägningar i form och innehåll - möjligheter för att få till stånd ett stort brukarintresse.

Nästa steg i arbetet är att utveckla lösning för Android-produkter.

Uppdrag som slutkläm är regional deltagare i arbetsgruppen och inspel med vilka funktioner och utvecklingsbehov de olika regionerna ser i den lösning de önskar utifrån detta projekt.



Frågor om möjligheter att skapa dynamik som ger de olika regionerna möjligheter att skapa egna profiler.

Fråga om möjligheter till kontroll och styrning av innehåll - Behov?

Fråga om behövs av resurser att underhålla ett system med high-tech -profil.

N-A A redogör för lösningar där uppdateringar bara sker på ett ställe; via plug-in.

Var kommer Rekreativa rutter in? Augmented reality kommer inte kunna levereras som resultat via United in Diversity.

”Gula lappar”

- ☐ Vi vill ha Augmented reality!
- ☐ Vi vill ha open source-lösningar!
- ☐ Vi vill ha brukardriven ”turistbyrå”!
- ☐ Brukardrivet innehåll med bilder, ljud, video, kommentarer, etc.
- ☐ Vi vill ha senaste teknik!
- ☐ Kunna visa i mobil i olika format.
- ☐ Nå flera grupper - även Low Tech.

- ☐ Ingång via sociala medier i stället för egen inloggning på siten.
- ☐ Använd sociala medier för att bygga natur- och kulturförmedling.
- ☐ Koppla kartdatabaser till projektet
- ☐ Koppla www.utinaturen.dk med rekreativa rutters mobila informationssystem.
- ☐ Överför till IKON-projektet
- ☐ Koppla till existerande databaser.

- ☐ Ute i landskapet — Bluetooth, SMS, GPS, Info Spots.
- ☐ GPS-vandringar för skolor - lärande vandringar.
- ☐ Audiell information att lyssna på vid platser.
- ☐ Etappindelning av rutter
- ☐ Hög prioritering av att göra Gateways synliga!
- ☐ Tematiska vandringar; exempel fågelvandringar,
- ☐ Självstyrd aktiv visning - CMR
- ☐ Flera infogivare
- ☐ Ideella organisationer
- ☐ Regionala aktörer
- ☐ Indivd och reseupplevelsetips
- ☐ Lokala företag
- ☐ Företagsreklam som visas — företag i din närhet.
- ☐ Service Bo-Äta-Göra
- ☐ POI-förslag; Friluftsliv, kulturminnen, historier!
- ☐ Språk!?
- ☐ POI via Tellus eller andra befintliga databaser?



Nils-Arvid Andersson

Lars Ettrup – united in diversity

Projektet – 4 partnere er gået sammen om at lave systemet. (kommune i Polen, Bornholm og Sydsverige)

Man vil gerne give de gamle historier et frisk pust. Historiske monomerter. Vikingemuseer.

Website, mobilinformation, etc.

Præsentationen skulle gerne give inspiration.

Udfordringer

Mange gamle vikingesteder i områderne + få folk ud i naturen. Systemet skulle kunne give dem noget. Systemet skulle kunne være bæredygtigt – stor udfordring. Ville gerne benytte ny teknologi eks gps og mobil.

Løsninger

Ville lave en database med alle det historiske steder. + restauranter, badesteder + relevante steder + cykelrute. Få lagt information ind i systemet. Gps er standard locationsteknologi. Ville vise punkterne og data på et kort. Benytte gratis værktøjer (open source værktøjer). Udnytte åben API = gøre data let tilgængelig for brugere. Eks Google maps. Brugere skulle kunne tilføje ny viden til systemet (eks wikipedia) men kun nogle ting kan redigeres. Heritage sites kan ikke redigeres, men kommenteres, men de øvrige sites omkring kan redigeres af brugerne, fx uploade billeder.

Teknologi

På et website. Alle kort skulle være ret detaljerede. Open street map. Pas på at undgå roaming i udlandet. Kortene skulle derfor kunne downloades på mobilen. Iphone tjenester. Ikke mange smartphone eller iPhones i polen, så der skulle udvikles et mere lavteknologisk udbud af tjenester.

Man kan bruge applikationen ude gps, men bare uden lokalisering. Vælger points of interest. Kortet følger brugeren.

Muligheder

MyTripes – start og slut punkt, og hvad kan jeg se på vejen + Printbar pdf.

Low tech: sms løsning

Mobile Argumentet Reality - virtual navigations

Udnyt social systems: Skulle man kunne logge ind via sit facebook/hotmail login.

Anbefalinger (der gives inspiration til hvad der er værd at overveje)

Hvor low - eller high tech skal det være?

Hvem er målgruppen?

Kontrol? – skal brugerne eller admin have kontrollen eller en blanding.

Lukket eller open sourced ?

Skal der samarbejdes med andre?

Nykredit har just lavet en applikation, der kan vise hvor de nærmeste pengeinstitutter. Real time. Orgmentet(?) reality lægger et datalag ned over virkeligheden.

Sms kode og telefonnummer. Får informationer tilbage.

Sparre penge på at benytte det der allerede er lavet.

Det bliver kørt på den måde, at brugerne stoler på brugerne og de holder øje med hinanden. I hvert fald ind til det ikke virker.

Kender prisen for servers etc. men ikke på antallet af timer der skal til for at opretholde systemet, på trods af at det er forsøgt at være selvopretholdende.

Hvis man skal lave en mobil applikation skulle det nok være androide. Da den i fremtiden skulle blive ret stor. Det er en open source applikation, som er et samarbejde mellem mange af de store selskaber.

Arbejdspakke 5

Markedsføring og Information

(overordnet ansvarlig: Østdansk Turisme)



Markedsføring og Information

- Aktivitet 5.1 Erfarings- og metodeudvikling



Markedsføring og Information

- **Aktivitet 5.2 Udarbejde fælles markedsføringsplan og fælles profil**
- Eftersom projektet har til hensigt at øge antallet af turister i ØKS området ved at markedsføre området samlet som en destination for aktiv turisme har denne aktivitet til formål at udarbejde en fælles plan for den nødvendige markedsføring. Programområdet er stort geografisk og opfattes næppe i dag som en samlet destination, idet der også bydes på meget forskellige landskaber indenfor området. Den rute-baserede turisme i området skal derfor kunne markedsføres med en fælles profil, som baseres på de gode elementer som der også arbejdes med i projektets øvrige arbejdsplaner: et godt og sammenhængende rutesystem af god og ensartet kvalitet, gateways, mobilt informationssystem og god tilgængelighed mm. Markedsføring og information rettet mod turistorganisationer og –bureauer i programområdet er en fortløbende proces der planlægges og igangsættes af denne aktivitet.
- Udbytte: plan for markedsføring af projektet og programområdet. Fælles profil for projektet og programområdet som de enkelte partnere kan anvende i deres markedsføring, og som kan anvendes til samlet markedsføring.



Markedsføring og Information

- **Aktivitet 5.3 Produktion af supplerende kort og informationsmateriale**
- De enkelte partnere har som oftest kort og informationsmaterialer der dækker deres eget område, men det kan være nødvendigt at udarbejde materiale der dækker hele programområdet. På baggrund af det overblik der skabes i aktivitet 3.2 kan det desuden blive relevant at udarbejde regionale kort der viser alle ruter og deres sammenhænge. Denne aktivitet samler op på hvilke materialer det er nødvendigt at udarbejde, fastlægger eventuelle fælles retningslinjer for design (jf Aktivitet 5.2) samt iværksætter produktionen. Produktionen koordineres mellem partnere, det er ikke meningen alle partnere skal have medarbejdere til at sidde og udarbejde kort med mere.
- Udbytte: Kort og informationsmaterialer der dels kan bruges i markedsføringen af projektet og programområdet, dels kan danne basis for koordineret udbygning af rutesystemer og service på tværs af kommuner, regioner og lande.



Markedsføring og Information

- **Aktivitet 5.4 Fælles events/markedsføring af udviklede produkter**

- Denne aktivitet består i at planlægge og gennemføre fælles events der kan sætte fokus på projektets mål og indhold. Det kan være en Gateway-day, vandrerfestival, vandringens dag, interregional stafet osv. Der skal gennemføres en større event i hver deltagende region, disse kan være koordinerede så den samme type event gennemføres flere steder på en gang. Desuden skal der ske en generel markedsføring af projektet og de resultater der skabes (såsom gateways, nye produkter og services som udbydes via gateways eller langs ruterne). Hvilken form og målgruppe denne markedsføring skal have afgøres undervejs som resultaterne opstår ud fra en vurdering af hvordan der kommer mest opmærksomhed for de anvendte midler. Eventuel oprettelse af en fælles hjemmeside/portal for området hører også til under denne aktivitet. Så vidt muligt benyttes eksisterende kanaler og portaler for markedsføringen.
- Udbytte: øget kendskab til og opmærksomhed om projektet, projektets resultater og programområdet.



Markedsføring og Information

- **Aktivitet 5.5 Organisering af journalistbesøg**

- Som et direkte middel til at få markedsført programområdet og projektets ide og indhold i dagblade og aviser inviteres relevante journalister til en guidet rundvisning til projektets aktiviteter. Der gennemføres et journalistbesøg i hver deltagende region. Aktiviteten arrangeres af den arbejdsgruppeansvarlige og arbejdsgruppen i samarbejde med de relevante partnere.
- Udbytte: direkte kontakt med journalister og skribenter der skriver rejseartikler i aviser og magasiner. Hermed opnås en formidling og markedsføring af projektets indhold og aktiviteter og af programområdets kvaliteter.



Markedsføring og Information

- **Aktivitet 5.6 Udvikling og distribution af pakker til turoperatører**
- Det er projektets vurdering at der kan opnås større volumen i antallet af turister og brugere på ruterne hvis der kan sælges feriepakker hvor brugen af ruterne indgår. Pakker skal i det omfang det er muligt rumme overnatning og oplevelser som projektet har kontakt til, f.eks gennem arbejdet med projektets gateways. Sådanne pakker skal udbydes af tur-operatører via turistbureauer og turistorganisationer i og udenfor programområdet. Denne aktivitet sigter mod at samle og sammensætte materiale til sådanne pakker og formidle produkterne til relevante operatører. Aktiviteten rummer det arbejde som skal til for at samle de forskellige virksomheder og udbydere hvis produkter kan samles til pakker og støtte deres arbejde med at forme pakkerne og formidle dem til relevante distributører. Kontakt og grænseoverskridende netværk med disse virksomheder og udbydere er skabt gennem aktiviteterne i Arbejdspakke 1, 2 og 4.
- Udbytte: færdigpakkede ferier i programområdet med fokus på oplevelser på ruterne. De færdige pakker tilbydes til turoperatører i og udenfor programområdet.



Markedsføring og Information

- **Aktivitet 5.7 Udgivelse af grænseoverskridende magasin om rekreative oplevelser og services i ØKS regionen**
- Som en del af markedsføringsstrategien udgives et magasin med lækker formidling af programområdet og de rekreative muligheder som ruterne byder på. Magasinet skal fokusere på de spændende ferie- og rekreationsmuligheder, og udarbejdes som indbydende farverigt publikation der distribueres i hele programområdet.
- Udbytte: Grænseoverskridende magasin. Udbredelse af kendskabet til programområdet og de rekreative muligheder ruterne byder på.



Opgave!

Regionale grupper:

1. En deltager og suppleant udpeges og skrives på flipover.
2. Regional indgang til Rekreative Ruter i regionen. (www) 1,2...
 - Er der sprog versionering?
3. Eksisterer der events allerede. Hvilke og hvornår?
4. Operatører (tour) der arrangerer/sælger rekreative produkter i Jeres region (medbringes til første møde i arbejdsgruppen)
5. Hvilke kort og info materialer eksisterer nu? (medbringes)



Referat for AP5 opstartsmøde i projekt Rekreative Ruter.

De overordnede rammer for arbejdsplanen og aktiviteterne blev gennemgået.
(se vedlagte power point præsentation)

Efter gennemgang blev de deltagende regioner bedt om at udpege én repræsentant til arbejdsgruppen for regionen, samt én suppleant.

Resultat som følger:

Region Nordjylland: Bente Mouritzen og Bo Immersen (supp.)

Region Halland: Hans Lillhage og Tommy Löfquist (supp.)

Region Skåne: Karin Leeb-Lundberg/Katarina Nilsson + rep. fra Trelleborg
(endelig udpegnings af repræsentanter senere)

VG-region: Navn på repræsentanter kommer senere!

Norge: Der vælges deltagere for de norske regioner på møde den 7. april

Region Sjælland: Rene Bengtsson og Frank Rasmussen (supp.)

FØRSTE MØDE i arbejdsgruppen er fastlagt til den 19. maj 2010.

Det bliver et dagsmøde i Københavnsområdet, nær lufthavn.

Hjemmeopgaver til arbejdsgruppen til at medbringe på mødet.

Regional indgang til Rekreative Ruter i regionen. (www)

Er der sprog versionering?

Eksisterer der events allerede. Hvilke og hvornår?

3. Operatører (tour) der arrangerer/sælger rekreative produkter i Jeres region
4. Hvilke kort og info materialer eksisterer nu? (medbringes)

Vel mødt i 'arbejdstøjet' den 19/5



EUROPEAN
UNION
European Regional
Development Fund



Interreg IMA

ÖRESUND – KATTEGAT – SKAGERRAK

Afrunding



Praktisk info

- ▶ frokost/lunsj er kl 11.30
- ▶ bus til lufthavnen afgår 13.30
- ▶ vær så flinke at aflevere jeres navneskilt, så de kan blive genbrugt



Udbytte

- ▶ Vi har mødt hinanden
- ▶ projektets indhold og mål er gennemgået
- ▶ der er nedsat arbejdsgrupper
- ▶ vi har fået inspiration udefra
- ▶ vi har smagt på mange nye drikkevarer!



Hold kontakt fremover

- ▶ lokale, regionale og tvær-nationale arbejdsgruppemøder
- ▶ projektets hjemmeside www.rekreativeruter.eu
- ▶ projektets elektroniske samarbejdsrum – sharepoint – åbner i april, i bliver budt ind
- ▶ nyhedsbrev – næste nummer kommer medio april



Projektbeskrivelse på jeres egne hjemmesider

- ▶ Ser gerne at projektet er nævnt på alle partneres hjemmesider
- ▶ helst med visning af EU-logo og Interreg logo
- ▶ vi bidrager gerne med en standard beskrivelse af projektet.
- ▶ Hvis i selv formulerer en beskrivelse af projektet vil vi gerne have den til gennemlæsning



Næste store samling

- ▶ Midtvejskonference i Norge, 2011
- ▶ her skal vore politikere også inddrages

