Strategisk-fysisk Udviklingsplan for Odsherred

Med udgangspunkt i Nykøbing og Havnebyen

ODSHERRED KOMMUNE

DANSK KYST & NATUR TURISME

Realdania

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse

Sanddobberne, Nekselø Bugt
Foto: Geopark Odsherred

Den Strategisk-Fysiske Udviklingsplan er udarbejdet af:

GRANDVILLE

AARHUS
KBH

www.grandville.dk
CVR 37576964

I samarbejde med:

JOHANNE BUGGE

CUSHMAN & WAKEFIELD | KEU

Rettigheder til alt materiale tilhører Odsherred Kommune eller Grandville med-mindre andet er anført.

Indhold

Forord 03
Indledning 05
Potentialevurdering - hovedpointer 09

Udvikling af destination, byer og fyrtårne 14
> Læsevejledning 15
> Fyrtårn - Landskabet som attraktion 24

Nykøbing og omegn 31
> Fokuseret udvikling af Nykøbing som bydestination

> Fyrtårn - Porten til Odsherred 42
> Fyrtårn - Anneberg Kulturpark 51
> Fyrtårn - Resort Sommerland Sjælland 61

Havnebyen 75
> Fokuseret udvikling af Havnebyen

> Fyrtårn - The Heliotropic City 86

Forord

Turisme og oplevelsesøkonomi er vigtige erhverv for Odsherred. Og alt tyder på at sektoren kun bliver endnu vigtigere for Odsherred Kommune, når det handler om at skabe fremtidens vækst, iværksætteri, udvikling og flere arbejdspladser. Den store 'Udviklingsplan for Sjælland og øerne – en fælles ambition for turismen mod år 2025' peger på, at Odsherred er et kraftcenter for turisme – og at vores potentiale er endnu større.

Vi skal derfor turde prioritere og investere i bedre rammer for aktørerne i turisme- og oplevelsesøkonomien. Denne Strategisk-fysiske Udviklingsplan for Odsherred er et bud på, hvordan vi sammen udvikler vores turisme og udviklingsøkonomi på en helhedsorienteret og holdbar måde.

Løsningerne skal komme gennem samarbejde mellem offentlige og private parter. I de seneste mange år har vi udarbejdet en række gode planer for hvordan turisme- og oplevelsesøkonomien i Odsherred kunne udvikles. Men planerne havde det til fælles, at de gode idéer i høj grad byggede på nye anlæg og byggerier med stor kommunal finansiering. I en tid med pressede offentlige budgetter er det ikke en realistisk tilgang, Derfor har udgangspunktet for den Strategisk-fysiske Udviklingsplan for Odsherred været indsatser med en høj grad af private investering, hvor der kan skabes arbejdspladser og omsætning indenfor turisme og oplevelsesøkonomien.

Den Strategisk-fysiske Udviklingsplan for Odsherred har et helt overordnet fokus, på at skabe jobs og omsætning. Derfor har udviklingsplanen haft et særligt fokus på at inddrage virksomheder og kommercielle aktører indenfor turisme og oplevelsesøkonomi. Planen har også blik for, at Odsherred er en særlig turisme og oplevelsesdestination. Vi har ca. 24.000 sommerhuse, og en begrænset traditionel turisme. Derfor indeholder udviklingsplanen et stort tiltag i forhold til at få flere ferieboliger (ikke sommerhuse), som kan give Odsherred mere helårsturisme og mere traditionel turisme.

Helt centralt i planen er introduktionen af begrebet fyrtårne. Fyrtårnene er projekter og steder, som vi tror på kan og vil være med til at løfte mere end sig selv – nemlig hele Odsherred - særligt på den lange bane. Det er projekter, der bygger et ekstra lag oven på det, der allerede er og kan være katalysator der løfter og profilerer destinationen som helhed.

Den Strategisk-fysiske Udviklingsplan for Odsherred har mange bidragsydere. Dansk Kyst- og Naturturisme, Realdania, Geopark Odsherred, Visit Odsherred og Odsherred Kommune har siddet i styregruppen sammen med to af kommunens største turismevirksomheder: Kåre Dyvekær fra Sommerland Sjælland og Gitte Klausen fra Anneberg Kulturpark. Desuden har mange lokale virksomheder, investorer m.fl. bidraget i interviews, to følgegruppemøder, rundtur for styregruppen og seminar den 1. marts 2022 for fødevare- og oplevelsesvirksomheder.

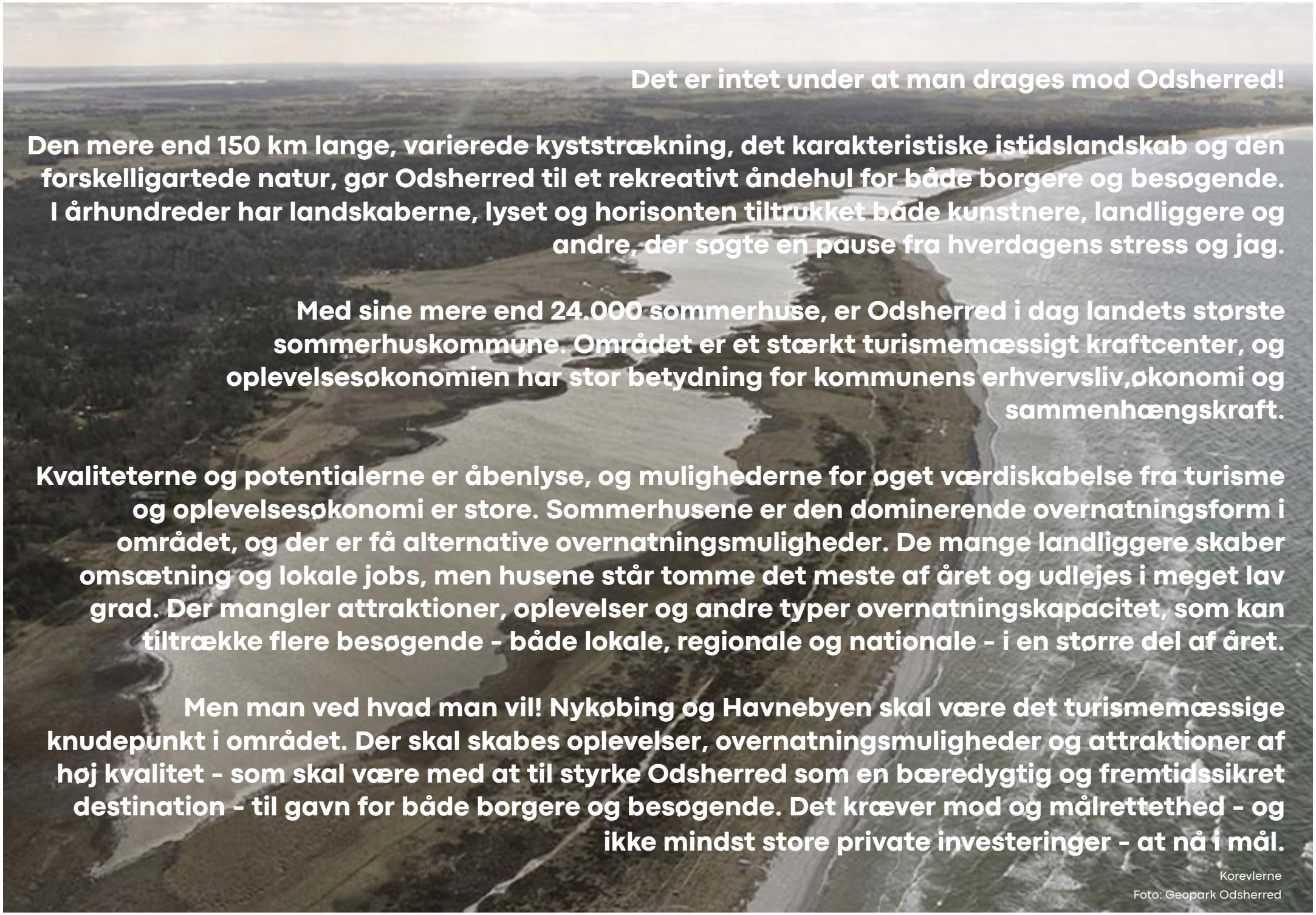
Det har været fantastisk at opleve det konstruktive engagement der har været til stede i løbet af processen, og tak til rådgivningsvirksomheden Grandville, og deres underrådgivere, for et godt samarbejde og omsætte det hele til en udviklingsplan med retning og tyngde. Og endelig tak til Dansk Kyst- og Naturturisme samt Realdania for at støtte projektet med økonomi og viden, som har løftet planen betydeligt og til Dansk Kyst- og Naturturisme for at bidrage med stærke faglige indspil.

Rigtig god læselyst!

Karina Vincentz

Borgmester, Odsherred Kommune

Juni 2022



Det er intet under at man drages mod Odsherred!

Den mere end 150 km lange, varierede kyststrækning, det karakteristiske istidslandskab og den forskelligartede natur, gør Odsherred til et rekreativt åndehul for både borgere og besøgende. I århundreder har landskaberne, lyset og horisonten tiltrukket både kunstnere, landliggere og andre, der søgte en pause fra hverdagens stress og jag.

Med sine mere end 24.000 sommerhuse, er Odsherred i dag landets største sommerhuskommune. Området er et stærkt turismemæssigt kraftcenter, og oplevelsesøkonomien har stor betydning for kommunens erhvervsliv,økonomi og sammenhængskraft.

Kvaliteterne og potentialerne er åbenlyse, og mulighederne for øget værdiskabelse fra turisme og oplevelsesøkonomi er store. Sommerhusene er den dominerende overnatningsform i området, og der er få alternative overnatningsmuligheder. De mange landliggere skaber omsætning og lokale jobs, men husene står tomme det meste af året og udlejes i meget lav grad. Der mangler attraktioner, oplevelser og andre typer overnatningskapacitet, som kan tiltrække flere besøgende - både lokale, regionale og nationale - i en større del af året.

Men man ved hvad man vil! Nykøbing og Havnebyen skal være det turismemæssige knudepunkt i området. Der skal skabes oplevelser, overnatningsmuligheder og attraktioner af høj kvalitet - som skal være med at til styrke Odsherred som en bæredygtig og fremtidssikret destination - til gavn for både borgere og besøgende. Det kræver mod og målrettethed - og ikke mindst store private investeringer - at nå i mål.

Korevlerne
Foto: Geopark Odsherred

Indledning

Et turismemæssigt kraftcenter på Sjælland

I sommeren 2021 igangsatte Odsherred Kommune, i samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme, arbejdet med en strategisk-fysiske udviklingsplan for Nykøbing og omegn samt Havnebyen. Formålet med den strategisk-fysiske udviklingsplan, er at understøtte en bæredygtig udvikling af Nykøbing Sj. og Havnebyen som turistdestinationer med afsæt i – og for - hele Odsherred.

Arbejdet blev igangsat på på baggrund af 'Udviklingsplan for Sjælland og øerne - en fælles ambition for turismen mod år 2025', hvor det nordlige Odsherred udpeges som et af de "stærke kapacitetsmæssige kraftcentre". Udpegningen skete bl.a. fordi Odsherred har en stor koncentration af overnatningskapacitet, og fordi området vurderes at have et potentiale til at drive en bæredygtig udvikling både på kort og på lang sigt.

Odsherred Kommune har gennem de sidste 10 år fået udarbejdet en lang række planer og projektforslag, men desværre har det primære fokus været på offentlige investeringer og har derfor - i udbedt grad - ikke kunnet realiseres. Samtidig har flere af planerne haft karakter af "stand alone"-projekter, som ikke tydeligt bygger på hinanden eller "står på" hinandens resultater.

Det seneste års arbejde med den strategisk-fysiske udviklingsplan har derfor haft særligt fokus på at skabe en helhedsorienteret plan for udviklingen af turismen, som sætter en overordnet retning og kobler strategi med konkrete planer og projekter. Derudover har der været et gennemgående fokus på at skabe de bedst mulige rammer for at private investeringer i turismen, så der skabes en mere bæredygtig og robust udvikling af destinationen.

Et stærkt grundlag at bygge på

Turisme og oplevelsesøkonomi har allerede i dag stor betydning for Odsherred. Med 24.000 sommerhuse, er Odsherred Kommune landets største sommerhuskommune, hvilket naturligt tiltrækker mange besøgende og sætter sit tydelige præg på kommunen.

De unikke natur- og kulturlandskaber er en af Odsherreds allerstørste kvaliteter. Strandene, landskaberne og naturen er det, der har dannet grundlag for de mange sommerhusområder, og som stadig i dag tiltrækker mange besøgende.

I 2014 blev Odsherred, som det første område i Danmark, udpeget til Unesco Geopark. Det har givet Odsherreds natur- og kulturlandskaber et verdensomspændende kvalitetsstempel, og der er siden arbejdet målrettet med at aktivere de potentialer der ligger i Unesco-udpegningen.

Turisme og oplevelsesøkonomi har allerede en kæmpestor betydning for områdets økonomi – både for den kommunale økonomi og for erhvervslivets jobskabelse og omsætning.

Sommerhusene er grundstenen i Odsherred som destination, og en vigtig del af områdets turismeinfrastruktur findes allerede. Udgangspunktet er stærkt, men der er åbenlyse muligheder for at forløse områdets potentialer yderligere.

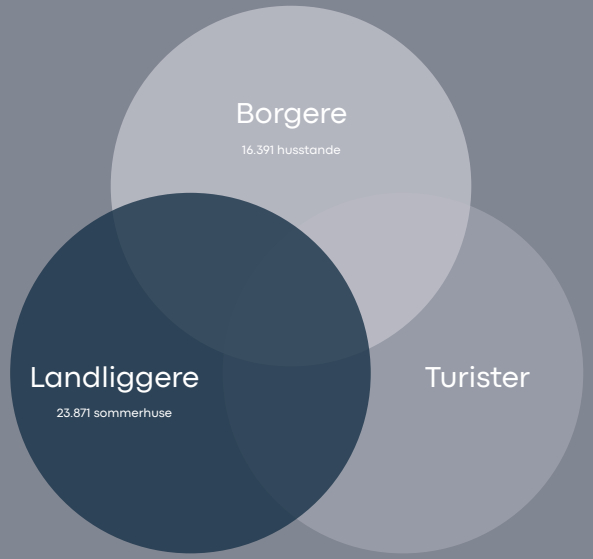
Odsherred er en særlig type destination. Med 24.000 sommerhuse, har kommunen næsten 10.000 flere sommerhuse end helårsboliger, og det er den altdominerende overnatningsform i Odsherred.

Men der er også udfordringer, når man som destination er næsten 100% afhængig af sommerhusene:

- Sommerhusejerne kommer ikke nok – sommerhusene står i gennemsnit tomme i ca. 300 dage om året

En særlig type destination

De besøgende i Odsherred domineres i langt højere grad af landliggere, end af mere klassiske turister. Landliggere kan karakteriseres som en hybrid af en turist og en borger, og bruger og forbruger anderledes fordi de kommer oftere og har et andet tilhørsforhold til Odsherred end en klassisk turist.



- **Få andre overnatningsformer** – særligt indenfor hoteller, hytter/resorts, bynære ferieboliger m.v.
- **Kort sæson** – sommerhusene bruges primært i sommersæsonen, der skal mere til for at tiltrække ejere, lejere og andre turister udenfor højsæsonen.
- **Lavt døgnforbrug** – de besøgende har generelt et lavt døgnforbrug, både ift. overnatning, oplevelser, forbrug m.v.
- **Få attraktioner og oplevelser der sætter Odsherred på landkortet** – de tiltrækker ikke besøgende i sig selv eller får besøgende til at komme oftere.
- **Mange små aktører** – få der kan løfte og samle det finmaskede netværk af små aktører
- **Flere konkurrerende destinationer** har sat gang i udviklingen – risiko for at andre destinationer styrkes ift. Odsherred

En ny retning – turismeudvikling er (også) erhvervsudvikling

Den overordnede målsætning med den strategisk-fysiske udviklingsplan er at skabe de optimale rammer for en bæredygtig udvikling for – og af - turismeerhvervet i Odsherred, og dermed skabe grundlag for at:

- **Øge omsætningen** indenfor turismeerhvervet, så der skabes endnu bedre muligheder for at drive økonomisk bæredygtige virksomheder i Odsherred.
- **Skabe flere jobs** indenfor turismeerhvervet, så der skabes bedre muligheder for flere arbejdspladser i Odsherred.

Grundstenene til at opbygge en endnu stærkere destination er til stede, men hvis Odsherred Kommune og virksomhederne skal lykkes med at nå de overordnede målsætninger, kræver det bl.a. et:

- **Øget antallet og udbuddet af overnatninger,** hvilket handler om dels at få sommerhusejere og -lejere til at komme mere og dels at udvikle nye typer overnatningskapacitet, der kan tiltrække andre målgrupper.
- **Øge udbuddet af både små og store oplevelsestilbud**, så der skabes grund til at komme – og komme oftere - til Odsherred.
- **Øge kvaliteten** indenfor oplevelser, overnatning, byer m.v., så destinationen som helhed styrker sin attraktivitet og grundlaget for omsætning.
- **Forlænge sæsonen**, så der skabes rammerne for at have en levende og bæredygtig destination i en større del af året.

Hvis de ønskede målsætninger skal nås, har det derfor været essentielt at arbejdet med den strategisk-fysiske udviklingsplan, ikke kun har fokuseret på fysisk planlægning, men i mindst lige så høj grad har handlet om erhvervsudvikling. Den strategiske og fysiske planlægning skal skabe de optimale rammer for at turismeerhvervet kan udvikles og styrkes!

Målsætninger

Øge omsætningen

Skabe flere arbejdspladser

Øge udbuddet af overnatninger / oplevelser

Øge kvaliteten

Forlænge sæsonen

HVAD ER EN STRATEGISK FYSISK UDVIKLINGSPLAN?

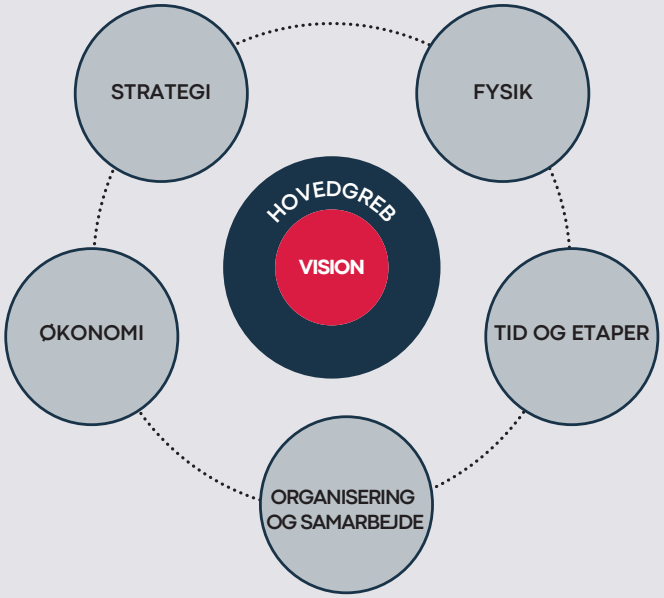
Den strategisk-fysiske udviklingsplan bygger på et stærkt, fælles værdigrundlag, der samtænker vision og strategi med konkrete projekter og handlinger. Udviklingsplan beskriver, hvordan vision og målsætninger gøres til virkelighed i både en fysisk, en strategisk, en organisatorisk, en økonomisk og en tidsmæssig dimension: Hvad vil og kan vi, hvorfor, hvordan, hvornår og for hvem?

Den strategisk-fysiske udviklingsplan for Odsherred, Med udgangspunkt i Nykøbing og Havnebyen, skal:

- Bygge ovenpå det, der allerede er af viden, erfaringer, eksisterende planer og strategier, menneskelige og økonomiske ressourcer m.v.
- Sætte den overordnede strategiske retning for udvikling af destinationen.
- Være helhedsorienteret og kombinere det strategiske, det fysiske og planlægningsmæssige med det økonomiske og det organisatoriske.
- Koble udviklingen af det enkelte geografiske område og projektnedslag med destinationen som helhed ift. udviklingen af specifikke attraktioner, udviklingsarealer, indsatser og projekter.
- Være handlingsorienteret på kort og lang sigt. Planen skal kunne bruges som prioriteringsværktøj - både i processen, men også efterfølgende når virkeligheden ændrer sig.
- Udviklingsplanen skal bruges som beslutningsgrundlag og fælles værktøj for udviklingen af Nykøbing og omegn samt Havnebyen i relation med den resterende destination.
- Prioritere de steder og projekter, hvor der er et tilstrækkeligt sammenfald mellem målgrupper og marked, og kan forventes en rimelig balance mellem foretaget investering og forventet udbytte.
- Fokusere de steder og projekter der i bedst mulig grad kan bidrage til at realisere målsætningen om vækst i omsætning og arbejdspladser.
- Rumme en lang række valg om hvilken retning man skal gå og hvor der skal prioriteres, men rummer dermed også fravalg af fokus andetsteds.
- Det betyder ikke at nye projekter ikke kan komme til eller retninger kan justeres, men der hvor man som kommune bruger sine ressourcer til at understøtte et projekt, skal det altid understøtte den retning og de målsætninger der er for udviklingsplanen.

I udviklingsplanens prioritering og fokusering, har vi stillet følgende spørgsmål:

- Hvad er projektets markedsmæssige potentiale?
- Hvordan understøtter projektet målsætningen om at skabe flere jobs og øget omsætning?
- Hvordan bidrager projektet til den ønskede udvikling af det enkelte sted, den enkelte by og destinationen som helhed?
- Hvad er projektets fysiske og funktionelle rammer?
- Hvilke investeringer skal til for at realisere projektet og hvordan finansieres det?
- Hvilke planlægningsmæssige rammebetingelser skal der være, for at realisere projektet?



FIRE ADSKILTE OG FORBUNDNE SFÆRER

Erhvervs- og turismeudvikling kendetegnes generelt af stor iderigdom og initiativrighed. Der, hvor markedet og politikken kan bringes til at ville det samme, skabes de bæredygtige og robuste projekter. Hvor markedet og politikken vil noget forskelligt, er der meget dyrt og meget besværligt - og ofte er projekterne forbundet med en kort levetid.

MARKEDET

- Markedet kendetegnes ved altid at være bedst muligt og i konstant forandring, der kan være svær at forudse. Det betyder, at markedet stiller krav til investeringssikkerhed på en relativ kort bane og et grundigt analysearbejde, der maksimerer sandsynligheden for succes

POLITIK OG RAMMEBETINGELSERNE

- Politikken på alle niveauer er et afgørende grundlag for, at virksomheder og investorer ved, hvor der er medvind eller modvind. Politikken skal være så præcis, at den udstikker retning og rammer, og så tilpas løs, at den kan danne grundlag for justeringer og improvisation.
- Det er centralt for en virksomheds eller en investors ageren, at der er kendte rammebetingelser i det område politikken drejer sig om.

ADMINISTRATION OG SAMRBEJDE OM REALISERING

- Kommunen er områdets suverænt største ressource, hvad angår økonomi, viden, indflydelse og netværk. Det kræver, at kommunen og dens ansatte ser sig selv som ambassadører og fødselshjælpere til de projekter, der (bedst) fremmer visionen og målet.

VIRKSOMHEDERNES PLANER OG PROJEKTER

- Virksomheder og projekter tænker med udgangspunkt i egen forretning/succes. Deres udfordring og mulighed er markedet og deres kultur er groft sagt profitmaksimering og konkurrence. I arbejdet for at opnå dette er det centralt at kommunen bliver en meget væsentlig samarbejdspartner allerede i et projekts indledende faser.

Potentialevurdering

- hovedpointer

Den strategisk-fysiske udviklingsplan tager afsæt i en indledende, solid analyse og vurdering af potentialerne for udviklingen af turismeerhvervet i Odsherred. Den samlede potentialevurdering er et selvstændigt dokument, men hovedpointerne opridses på de følgende sider.

Oplevelseøkonomi / landliggere og turister

Afledte effekter

Beskæftigelsen

Oplevelseøkonomien i Odsherred gav i 2018 en beskæftigelse på 1740 årsværk, hvilket svarer til 15 % af den totale beskæftigelse i Odsherred. Beskæftigelsen inden for håndværkerydelser ligger alene på omkring 23-25 %. Hver ejer af sommerhus bruger igennemsnit 19.400 kr. om året på sit hus.

Kilde: Visit Odsherred og Feriehusanalysen 2021

Totalforbruget

Det årlige totalforbrug (A: detailhandlen, i kundeorienterede serviceerhverv, museer og events samt, offentlig transport mv. B: genrerelle forbrugsposter) blev i 2017 estimeret til 1,073 mia. kr.

Kilde: DKNT Feriehusanalyse, 2018

Detailhandlen

De besøgendes forbrug i detailhandelen i Odsherred Kommune var i 2019 655 mio. kr. svarende til 37 % af den samlede omsætning. For caféer, restauranter og personlig pleje stod turisterne for 32 % af den samlede omsætning svarende til 20 mio. kr. I kystbyerne er andelene betydeligt højere.

Kilde: Analyse af detialhandlen 2021, Cowi

Grundskyld

Den gennemsnitlige grundskyld pr. borger i Odsherred er meget højere end landsgennemsnittet, hvilket i høj grad skyldes de mange sommerhuse. Der er samtidig sket en stor stigning i grundskylden på sommerhuse i Osdherred fra 108,5 mio. kr. i alt i 2007 til 211,4 mio. kr i alt i 2020.

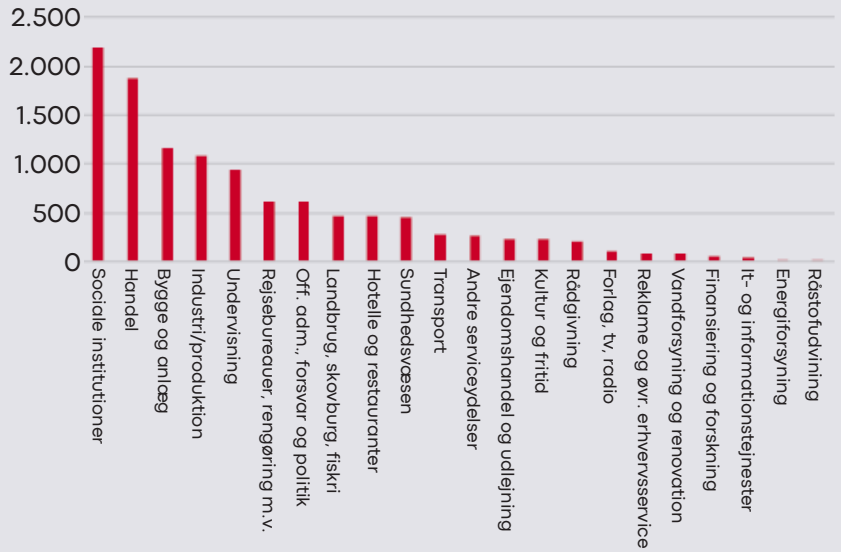
Kilde: Danmarks Statistik

Erhvervslivets sammensætning og udvikling

- vækst indenfor oplevelsesøkonomi og bygge/anlæg / tilbagegang indenfor traditionelle erhverv

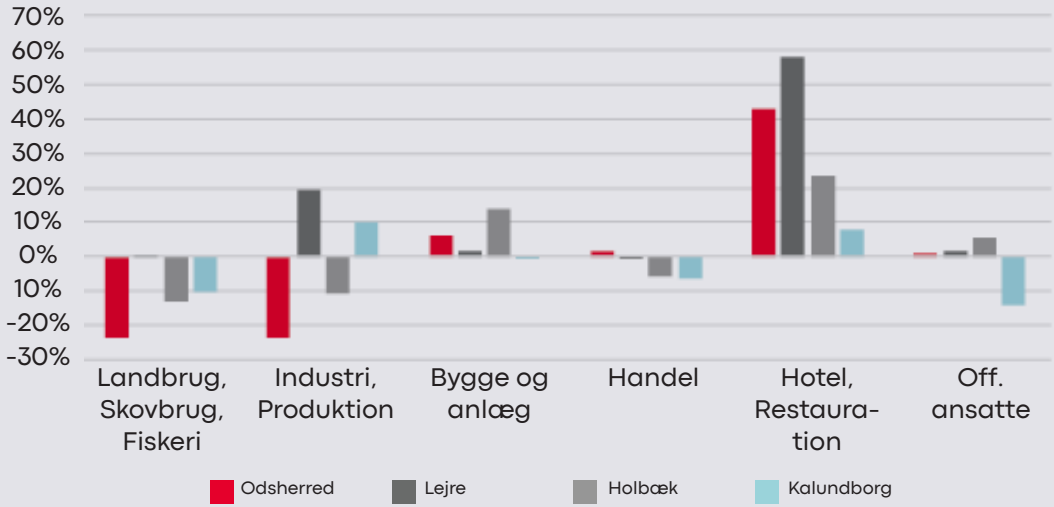
- **Få store virksomheder** (+20 medarbejdere) mange små (1-4 medarbejdere)
- **Produktionserhverv/industri er den branche der har oplevet størst tilbagegang - sammen med landbrug, skovbrug og fiskeri.** Mange af de større produktions- og industrivirksomheder i Odsherred har **ejere uden lokalt tilhørsforhold/ veneration.**
- Placering betyder meget ift. at være attraktiv ift. produktionserhverv/industri - **Odsherred er udfordret af placering og hård konkurrence om at tiltrække virksomhede**r og kunne tilbyde kvalificeret arbejdskraft.
- **Handel er den næststørste branche** i Odsherred Kommune - branchen har oplevet en smule vækst, i en tid hvor detailhandlen andre steder generelt har oplevet en vis eller stor tilbagegang.
- **Hoteller og restauranter er største branche** udover offentlig adm./undervisning/sundhed - vækst de seneste år.
- **Bygge- og anlæg er den tredjestørste branche** i kommunen, og **har oplevet den største vækst i antallet af nye jobs** sammelignet med andre brancher.

Beskæftigelse, fordelt på brancher, 2019



Kilde: Danmarks Statistik

Udvikling indenfor beskæftigelse, udvalgte brancher, 2009-19

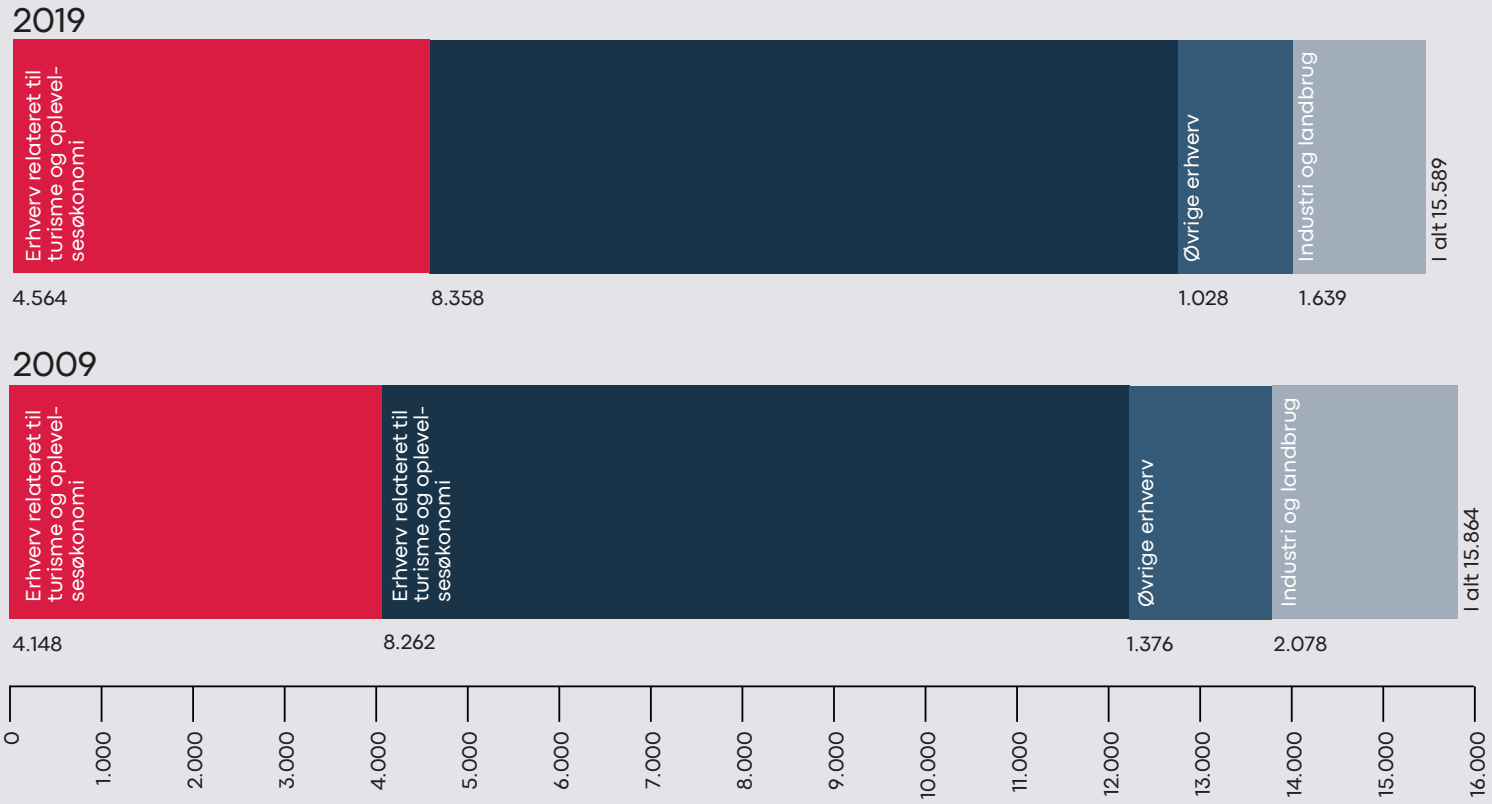


Kilde: Danmarks statistik

Udviklingen i arbejdspladser indenfor hovederhverv

- hvor er potentialet størst - og nemmest at forløse?

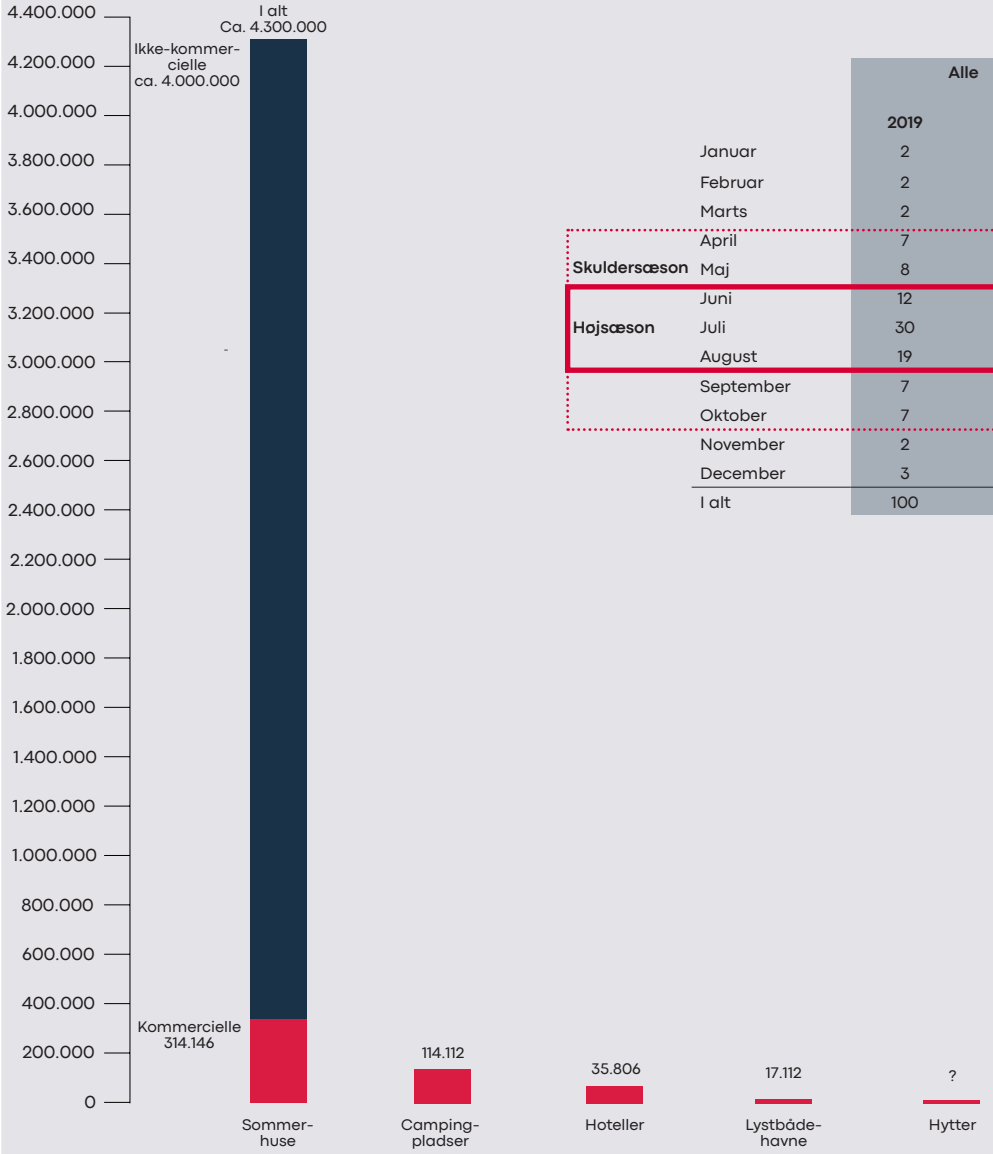
- **Oplevelsesøkonomi rummer et stort (uudnyttet) potentiale, som bør prioriteres højt** og have stort fokus i udviklingen og fremtidssikringen af kommunen. **Det er her der skabes arbejdspladser og vækst.**
- **Oplevelsesøkonomi bør være et aktivt og fokuseret tilvalg**, hvilket ikke betyder et fravalg af "traditionel" erhverv - men en balancering og prioritering.



Sommerhusene er grundstenen i detinationen

- men de andre brancher rummer også potentiale i udviklingen af Odsherred

Overnatninger, kommercielle og ikke kommercielle, 2019

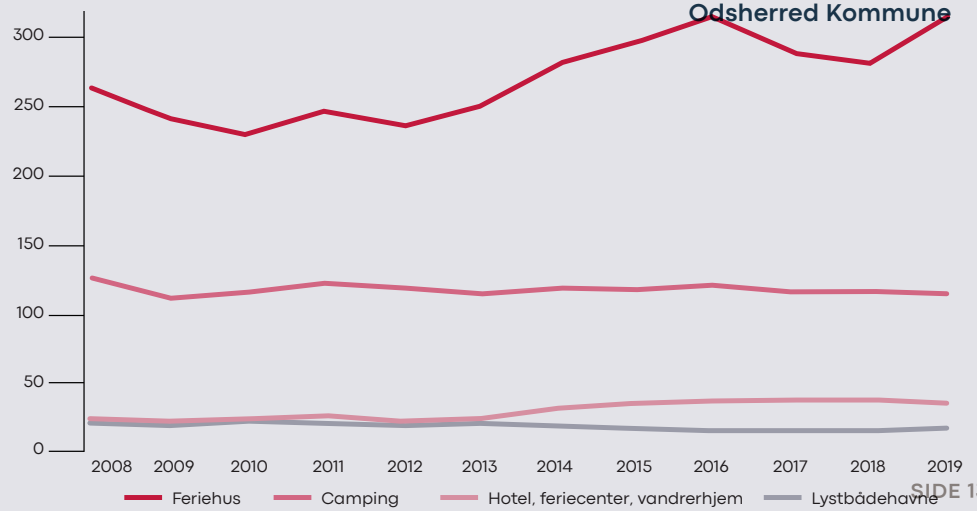


Procentfordeling af overnatning pr. måned, Odsherred Kommune, 2019-2020

Potentiale for sæsonudvidelse

		Alle		Hotel, feriecenter, vandrer-hjem		Sommerhuse		Camping		Lystbådehavne	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
	Januar	2	2	5	3	2	2	1	1	-	-
	Februar	2	2	7	5	2	3	1	1	-	-
	Marts	2	3	7	2	2	4	1	1	-	-
	April	7	6	8	1	6	6	9	7	-	-
Skuldersæson	Maj	8	8	9	4	6	6	12	12	5	11
	Juni	12	11	10	12	11	10	14	13	16	12
Højsæson	Juli	30	28	15	20	29	26	32	30	54	46
	August	19	20	12	18	20	20	17	19	20	25
	September	7	8	8	11	7	7	8	10	6	6
	Oktober	7	7	8	10	8	8	3	4	-	-
	November	2	3	7	5	3	3	1	1	-	-
	December	3	3	5	2	4	4	1	1	-	-
	I alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Udvikling i kommercielle overnatninger (1.000) fordelt på overnat-ningsformer, Odsherred Kommune



Kilde: Turismens økonomiske betydning , ViistDenmark, 2019

Udvikling af destination, byer og fyrtårne

- Strategisk-fysisk udviklingsplan

Læsevejledning

Den strategisk-fysiske udviklingsplan behandler tre udviklingsniveauer, som er - og skal være - naturligt sammenhængende, men som også er væsensforskellige i måden udviklingen gribes an fysisk, organisatorisk, økonomisk m.v.

Niveau 1

Udvikling af destinationen som helhed

Det indledende afsnit fokuserer på den overordnede, strategiske udvikling af destinationen som helhed. Det er her, den grundlæggende og værdimæssige tilgang til udviklingen af den samlede destination, beskrives.

Udviklingen af niveau 2 og niveau 3 tager udgangspunkt i - og bygger ovenpå - det overordnede, værdimæssige grundlag. De to niveauers indsatser og projekter bliver de vigtigste byggesten i, at udfolde og aktivere de overodnede potentialer, og nå de beskrevne målsætninger.

Niveau 2

Udvikling af byer som destinationer i destinationen - fokus på Nykøbing og Havnebyen

Niveau 2 beskriver hvordan udviklingen af byerne som (by)destinationer i den samlede destination - overordnet og konkret - gribes an.

Nykøbing og Havnebyen

Fokus i den strategisk-fysiske udviklingsplan er på udviklingen af Nykøbing og Havnebyen. Dette fokus er valgt på baggrund af indledende analyser og prioriteringer, fordi det vurderes at være her potententialerne i højst grad mangler at blive forløst og det er her man er længst fra at være egentlige (by)destinationer. Byerne har hvert deres kapiten i udviklingsplanen.

Rørvig

Den konkrete udvikling af Rørvig behandles ikke i den strategiske-fysiske udviklingsplan. Det betyder ikke et fravalg af udvikling i Rørvig, men dels at man allerede i dag er lykkedes med at udvikle Rørvig til en stærk (by)destination og dels at man ikke på nuværende tidspunkt vurderes at have plads og kapacitet, til at rumme større udviklingsprojekter og mere pres på byen i særligt højsæsonen.

Niveau 3

Udvikling af fyrtårne som (stærke) attraktioner i destinationen

Niveau 3 beskriver udviklingen af oplevelsesmæssige fyrtårne, der som stærke attraktioner, kan styrke Odsherred som destination på landkortet.
Fire fyrtårne og en bobler er, på baggrund af potentialevurderingen, vurderet til at være de vigtigste at fokusere på i første omgang. Fyrtårnene har hvert deres kapitel i udviklingsplanen.

Landskabet som attraktion

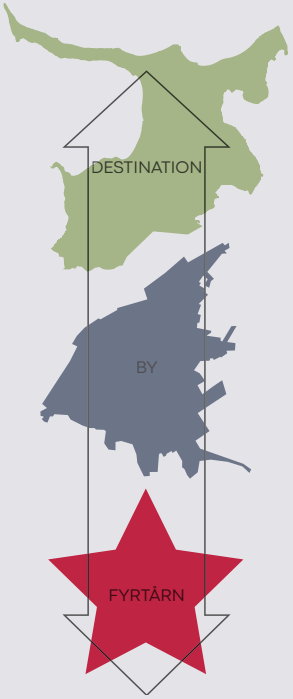
Udvikling af Landskabet som attraktion beskrives som det første, af den grund at dette fyrtårn griber hele Odsherred og binder udviklingen af destinationen som helhed, byerne og fyrtårnene sammen.

Porten til Odsherred, Anneberg Kulturpark og Resort Sommerland Sjælland

Tre af fyrtårnene ligger i - eller i omegnen af - Nykøbing. Disse fyrtårne vil have stor betydning for udviklingen af destinationen som helhed, men i særdeleshed styrkelsen af Nykøbing. Beskrivelserne af de tre fyrtårne kommer efter kapitlet om udvikligen af Nykøbing som (by)destination.

The Heliotropic City (bobler)

Et femte fyrtårnsprojekt er taget med i udviklingsplanen som en bobler. Projektet vurderes at have et meget stort potentiale, men grunden til det 'kun' er en bobler, er dels at projektet vurderes at være længere fra realisering og dels fordi det ligger udenfor udviklingsplanens primære fokusområde, det nordlige Odsherred.



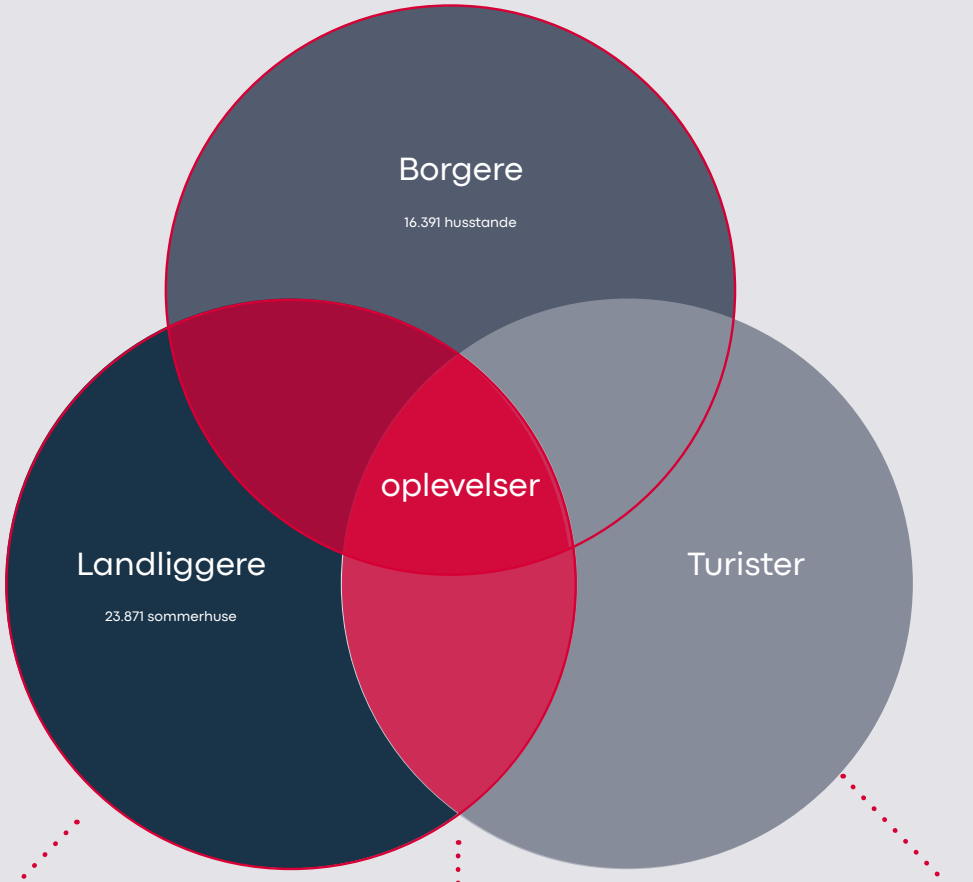
Hvordan udvikler vi en stærkere destination

- der skaber flere jobs og mere omsætning i en større del af året

- **Borgerne, landliggere og turister har vidt forskellige baggrunde for at besøge og opholde sig i Odsherred.** En vigtig fællesnævner er udbuddet i - og kvaliteten - af oplevelser. Hvad skal der til for, at man vil tilbringe sit hverdagsliv, sine ferier, sine udflugter i Odsherred?
- **Oplevelserne - både de små og de store - er det der binder borgere, landliggere og turister sammen** - og en vigtig del af det der skal til for at skabe en stærkere destination for alle tre målgrupper. I udviklingsplanen er der derfor primært fokuseret på, hvor der er fællesnævnere mellem de tre grupper.
- **Unikke oplevelser, attraktive bymiljøer og nye stærke fyrtårne** er centrale ift. at kunne tiltrække flere besøgende samt få de eksisterende til at komme mere. Fyrtårnene skal medvirke til at tiltrække flere - og nye - kunder, hvilket i høj grad også vil komme de eksisterende mindre oplevelsesvirksomheder til gode.
- Odsherred har kun **få egentlige attraktioner, der i dag formår at tiltrække mange besøgende.** Det skyldes bl.a.:
  - At mange af de eksisterende oplevelser i Odsherred opleves helt eller delvist hemmelige.
  - At mange af de eksisterende oplevelser i Odsherred ikke opleves at have en høj nok attraktivitet og kvalitet.

Derfor skal der målrettet fokuseres på:

- **Udvikling af flere oplevelser af høj kvalitet, som er et grundlag for at kunne tiltrække flere besøgende.** Det skal gøres ved at skabe **øget synliggørelse, øget kvalitet og øget kommercialisering**, med et særligt **fokus på opbygningen af unikke oplevelsesmæssige fyrtårne, styrkede bydestinationer samt udvikling af nye overnatningsprodukter.** En sæsonudvidelse er grundlaget for også at udvikle bæredygtige overnatningsprodukter i en større del af året, og dermed skabe bæredygtige oplevelsestilbud. Det kræver sammentænkning af udviklingen af oplevelser og udviklingen af overnatningskapacitet – **her byerne spiller en særlig rolle i helårsdestinationen.**



Overnatningskapacitet - volumen

Fokus på at komme mere i brug

(ikke-kommercielt + kommercielt)

Det der binder sammen

Fokus på at udvikle oplevelser der binder sammen på tværs af målgrupper

Overnatningskapacitet - nicher

Fokus på at udvikle eksisterende og nye produkter målrettet andre målgrupper

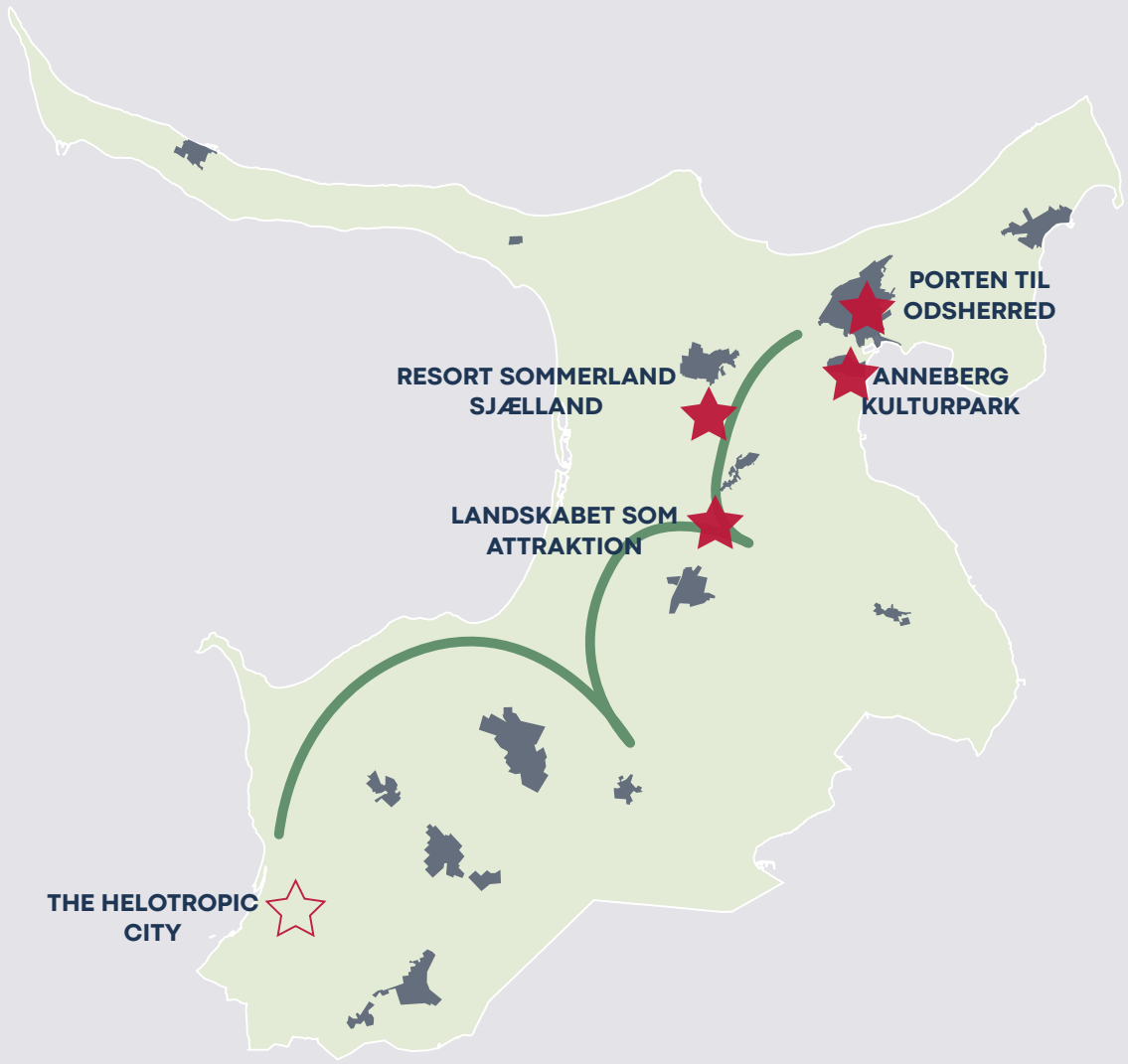
Oplevelsesmæssige fyrtårne som katalysatorer

- der bygges ekstra lag på de stedbundne potentialer

Processen omkring denne udviklingsplan har identificeret **fem oplevelsesmæssige fyrtårne**, hvoraf den ene er en bobler, der i særlig grad vil kunne styrke Odsherred som destination. Denne udviklingsplan dykker ned i de fem udvalgte projekter, som alle - på forskellig vis - rummer et særligt stort potentiale. Odsherred Kommune bør fokuserer på at skabe de bedst mulige rammer for at disse fyrtårne kan realiseres - i tæt samarbejde med de pågældende aktører.

Hvad er et fyrtårn?

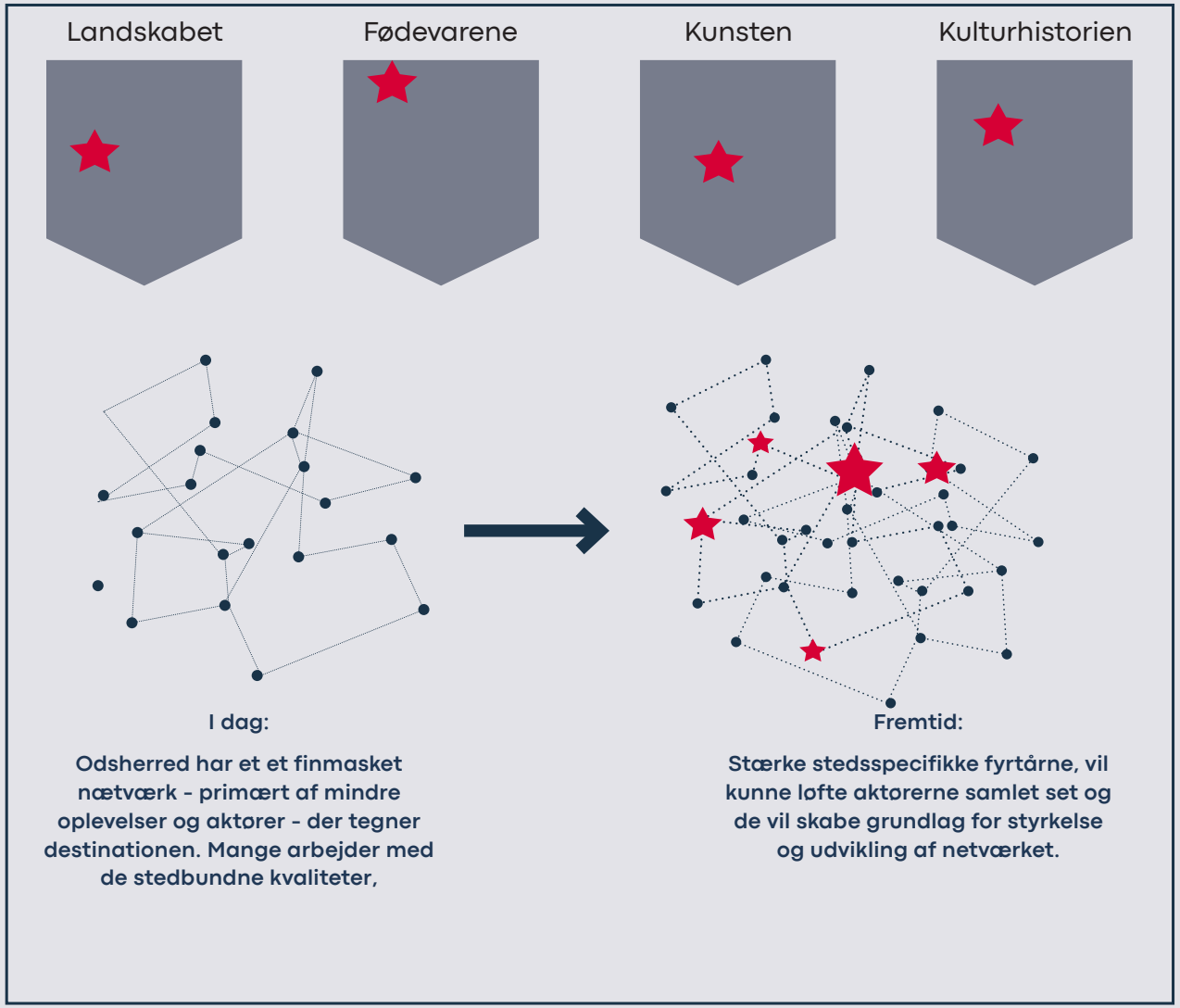
- **Et fyrtårn er noget der kan ses langt væk!** Fyrtårnene skal kunne sætte Odsherred på landkortet – lokalt, regionalt, nationalt og i enkelte tilfælde internationalt!
- **Fyrtårnene skal kunne være udviklingsmæssige katalysatorer** der er med til at løfte og profilere byerne og destinationen som helhed og skal ikke kun bare være gode projekter i sig selv
- **Fyrtårnene bygger ekstra lag ovenpå det der allerede er.** De tager udgangspunkt i de stedbundne kvaliteter og løfter udviklingen de steder, hvor vurderes at være potentiale.
- **Fyrtårnene skal kunne tiltrække nye målgrupper til Odsherred** og få de eksisterende målgrupper til at komme oftere.
- **Fyrtårnene er bygget op omkring oplevelser og overnatningsprodukter**, der både giver basis for øget (døgn)forbrug og sæsonudvidelse.



Geoparken som fælles fundament og fortælling

- en aktivering af potentialerne

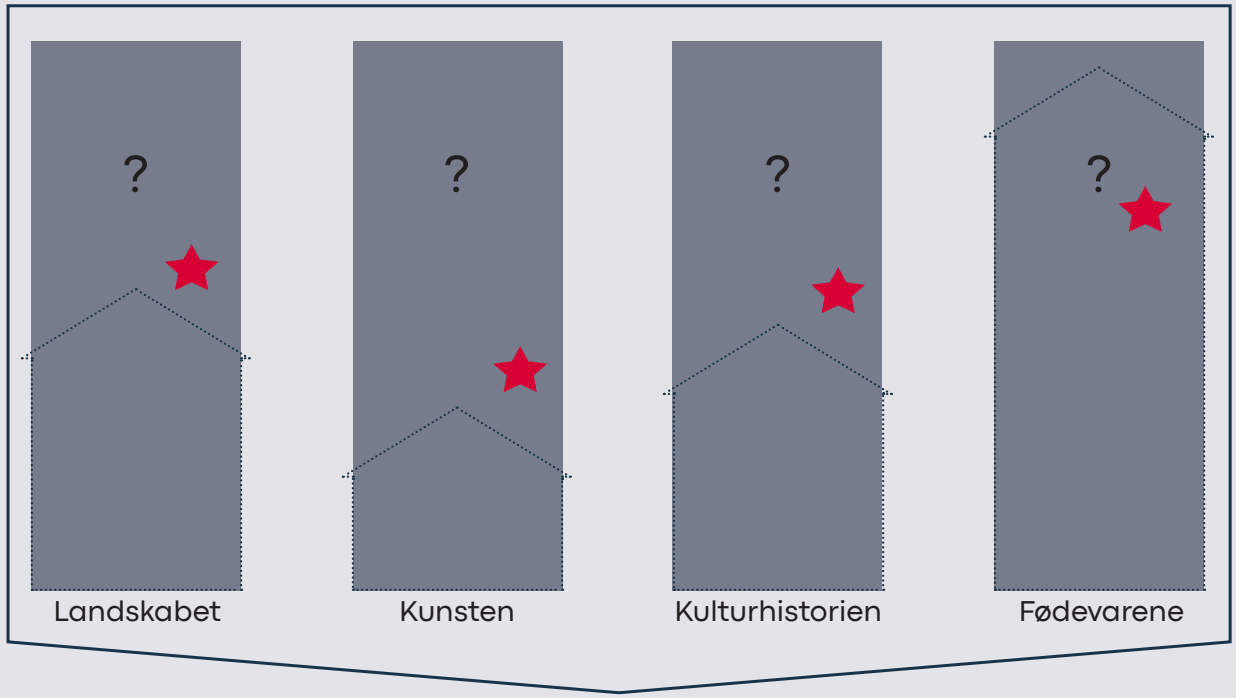
- **I 2014 blev Geopark Odsherred optaget i European Geopark Network og senere i Unesco Global Geoparks.** Dette sikrer Odsherred en placering i et verdensomspændende netværk.
- Begrebet geopark kan forekomme abstrakt for mange uden særlige forudsætninger. Derfor er det løbende arbejde med udvikling af kendskabet til og forståelsen af **Geoparken operationaliseret gennem fire indsatsområder: landskab, fødevarer, kunst og kulturhistorie.** Herved arbejdes der målrettet for at skabe **en stærk sammenhængende fortælling som grobund for lokal stolthed og engagement og for at tiltrække flere beboere, længere ophold for landliggere samt øge turisttilstrømningen**.
- Det er meget forskelligt i dag, hvor tydeligt de fire indsatsområder er aktiveret og opleves af den besøgende. Eksempelvis er **fødevarerne den der opleves stærkest og hvor Odsherred udvikler sig hurtigst og profilerer sig** særligt i disse år.
- **Denne udviklingsplan bygger ovenpå de indsatsområder der allerede arbejdes med i Geoparken**, men har som mål at løfte hvert af de enkelte indsatsområder
- Landskaberne er udgangspunktet for Geoparken, og de bringer Odsherreds besøgende i nær kontakt med fødevarer, kunst og kultur(historie). **Tilgængeliggørelse og formidling af de naturskabte landskaber og de særlige oplevelser, der findes der, skal styrkes og synliggøres**.
- **Odsherred (og Geoparken) består i dag af et finmasket netværk af oplevelser og stor underskov af aktører.** For at styrke netværket af de små aktører, er der behov for oplevelsesmæssige fyrtårne, der kan styrke og løfte netværket. **Fyrtårnene har et særligt potentiale for at have en mere professionel organisation, der har potentiale for at samle og kabe synergi mellem mange aktører** - dette vil kunne skabe et styrket netværk til gavn for både små og store aktører.



Oplevelser, byer og overnatning

- målrettet udvikling og løft i kvalitet

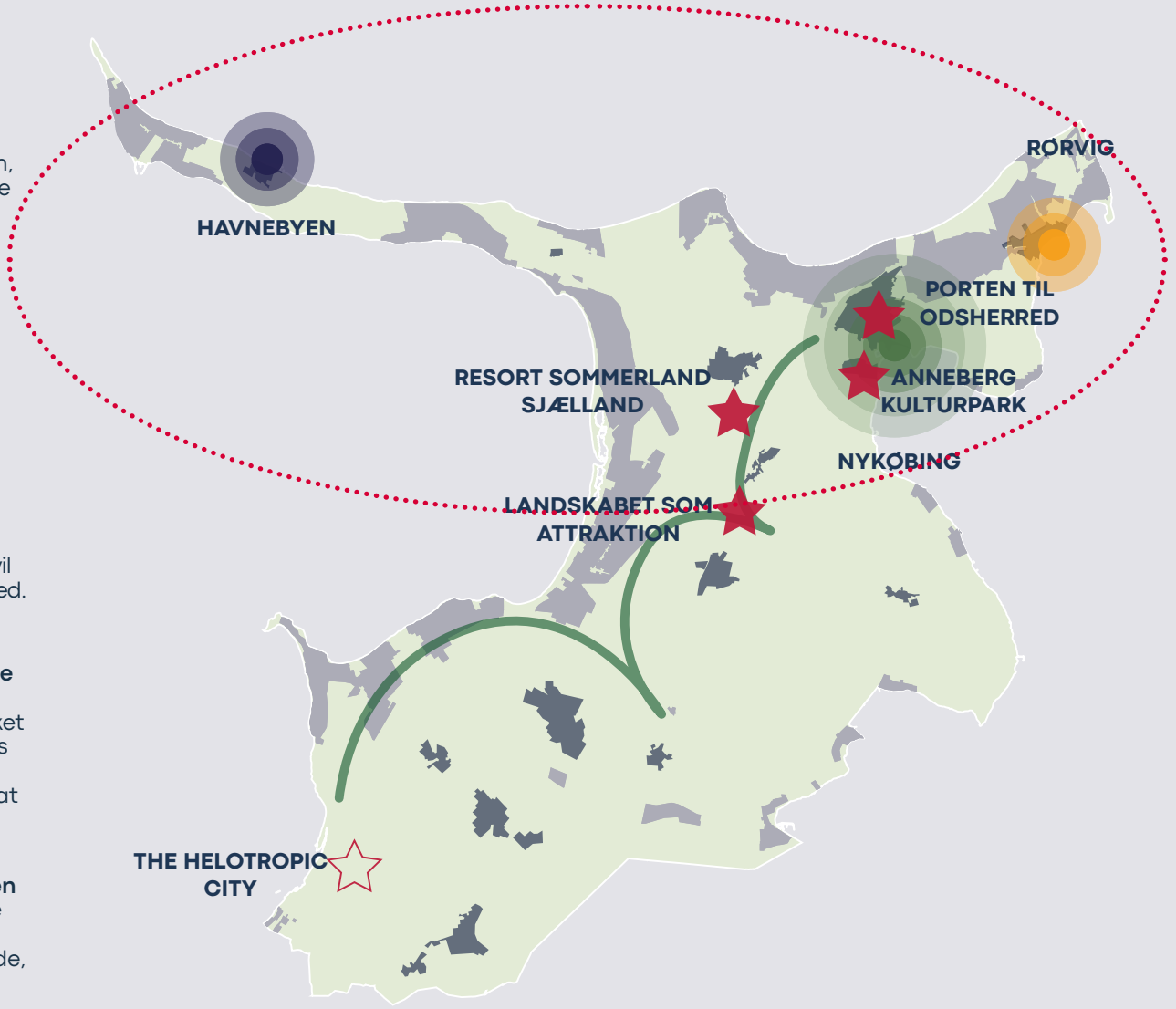
- **Geoparken skal styrkes som fælles oplevelses- og forståelsesramme for destinationen**, og udviklingen skal fokuseres, så det understøtter og tydeliggør hvad Geoparken er og hvad den favner. Det handler særligt at have fokus på at skabe oplevelser med udgangspunkt i de fire indholds- og oplevelsesmæssige ben: landskaberne, kunsten, kulturhistorien og fødevarerne. Det vil understøtte de stedbundne kvaliteter, og bygge videre på det arbejde der allerede har været siden udpegningen som UNESCO Geopark og bygger ekstra lag på de stedbundne potentialer.
- **Geoparken og de fire ben skal sætte retning på udviklingen af den samlede destination**, og danne afsæt for udviklingen af de enkelte projekter. En sammenhæng mellem den overordnede fortælling og det enkelte produkt vil styrke begge dele - og skabe en mere helstøbt og sammenhængende destination.
- **Byerne skal styrkes som bydestinationer, der er værd at besøge** og opleves som omdrejningspunkter for oplevelserne i destinationen på alle tider af året. **Byerne og deres havne spiller en helt særlig rolle for den samlede destination,** med deres unikke miljøer, udbud af handels- og byliv samt både store og små oplevelser - både i og udenfor højsæsonen.
- **I dag er der kun lidt - eller slet ingen - oplevelsesmæssig sammenhæng mellem byerne og Geoparken.** Der mangler stærke formidlings- og oplevelsespunkter/-portaler i byerne, som dels kan styrke destinationens overordende fortælling, dels kan vise fra byerne ud i resten af destinationen og dels kan styrke byerne oplevelsesmæssigt.
- **Øget udnyttelse af eksisterende overnatningskapacitet og udvikling af nye overnatningsprodukter kræver at bydestinationer og oplevelsesmæssige fyrtårne styrkes og udvikles målrettet.** Arbejdet med at øge byernes fysiske og oplevelsesmæssige kvalitet og attraktivitet hænger naturligt sammen med arbejdet med øge udbuddet af oplevelser og overnatningskapacitet, idet kombinationen heraf er en direkte vej til øget døgnforbrug, omsætning og jobskabelse.



Fyrtårne og byer

- som del af den samlede destination

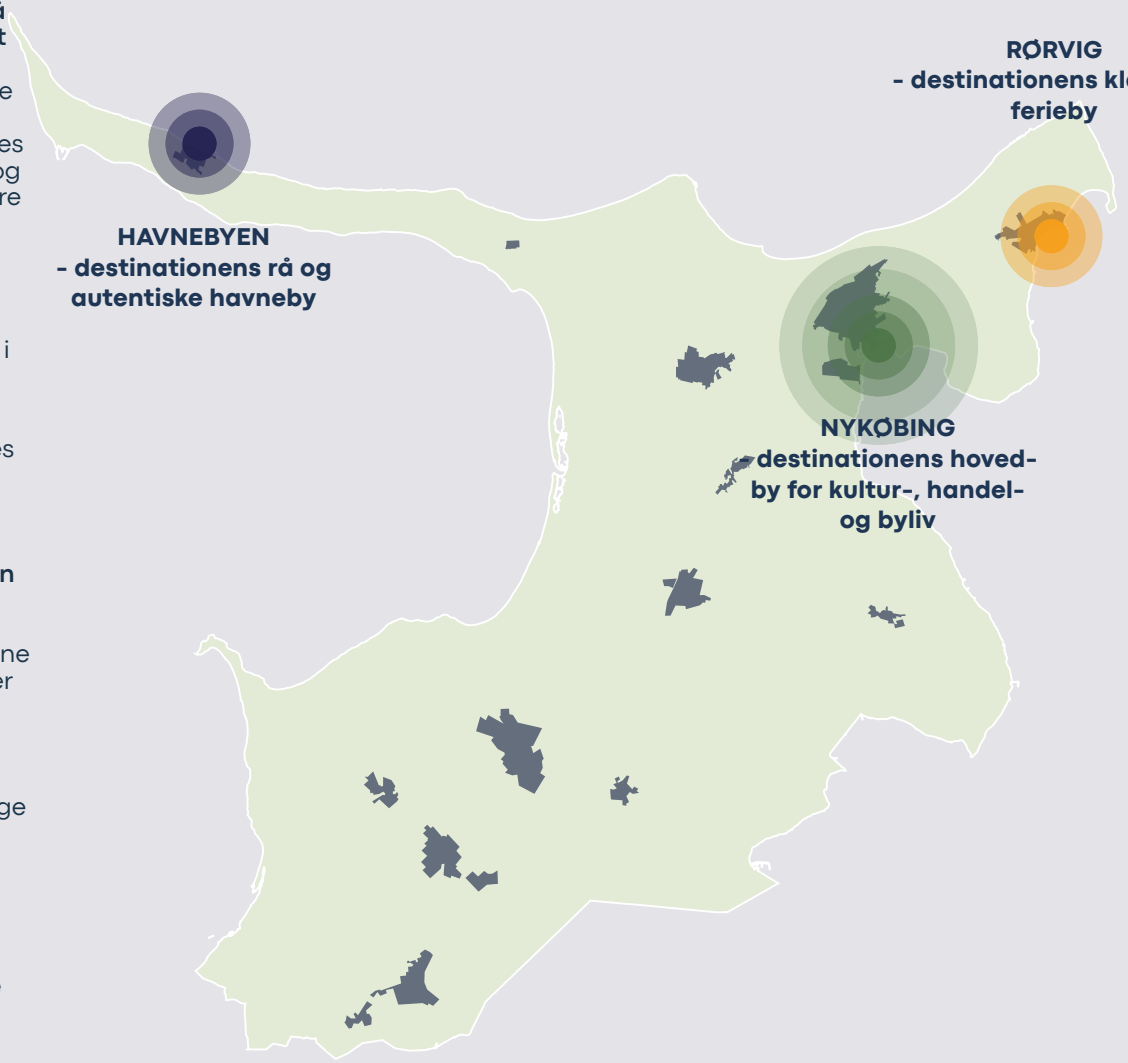
- **En besøgende i ethvert sted i Odsherred, er potentielt en kunde i byerne og fyrtårnene i det nordlige Odsherred - og omvendt.** Denne udviklingsplan fokuserer primært på det nordlige Odsherred, men udviklingen af stedsspecifikke fyrtårne/attraktioner andre steder i destinationen, vil også kunne have stor betydning for det nordlige Odsherred og dermed Nykøbing og Havnebyen.
- **Langt de fleste besøgende i Odsherred, tager udgangspunkt i et besøg i sommerhusene**, der er beliggende langs kysten og ofte i stor afstand fra byerne.
- **Derfor bør man ikke udvikle Nykøbing og Havnebyen uden at have blik for den samlede destination**. Der skal skabes oplevelsesmæssig sammenhæng mellem fyrtårn / by / destination.
  - **Byer som destinationer i destinationen**
  - **Fyrtårne som attraktioner i destinationen**
- **Oplevelsesmæssige knudepunkter i fyrtårne og byer** vil kunne mindske de mentale afstande internt i Odsherred.
- Udefra og ind / indefra og ud:
  - **Fokus på at styrke sammenhængskraften ude fra sommerhusområderne, landskaberne og strandene og ind i byerne og fyrtårnene**, hvilket dels kræver at udvikle stærke fyrtårne, og dels kræver at udvikle attraktive og oplevelsesrige byer, som har kvaliteten og attraktiviteten til at tiltrække besøgende fra hele destinationen
  - **Fokus på at styrke sammenhængskraften indefra fra byerne og fyrtårnene og ud i resten af destinationen**, hvilket handler om at skabe gode oplevelses- og formidlingspunkter/-portaler i byer/fyrtårne, som viser ud til strande, landskaber, oplevelser og attraktioner i hele Odsherred.



Byerne og havnenes betydning

- profilerede bydestinationer i den samlede destination

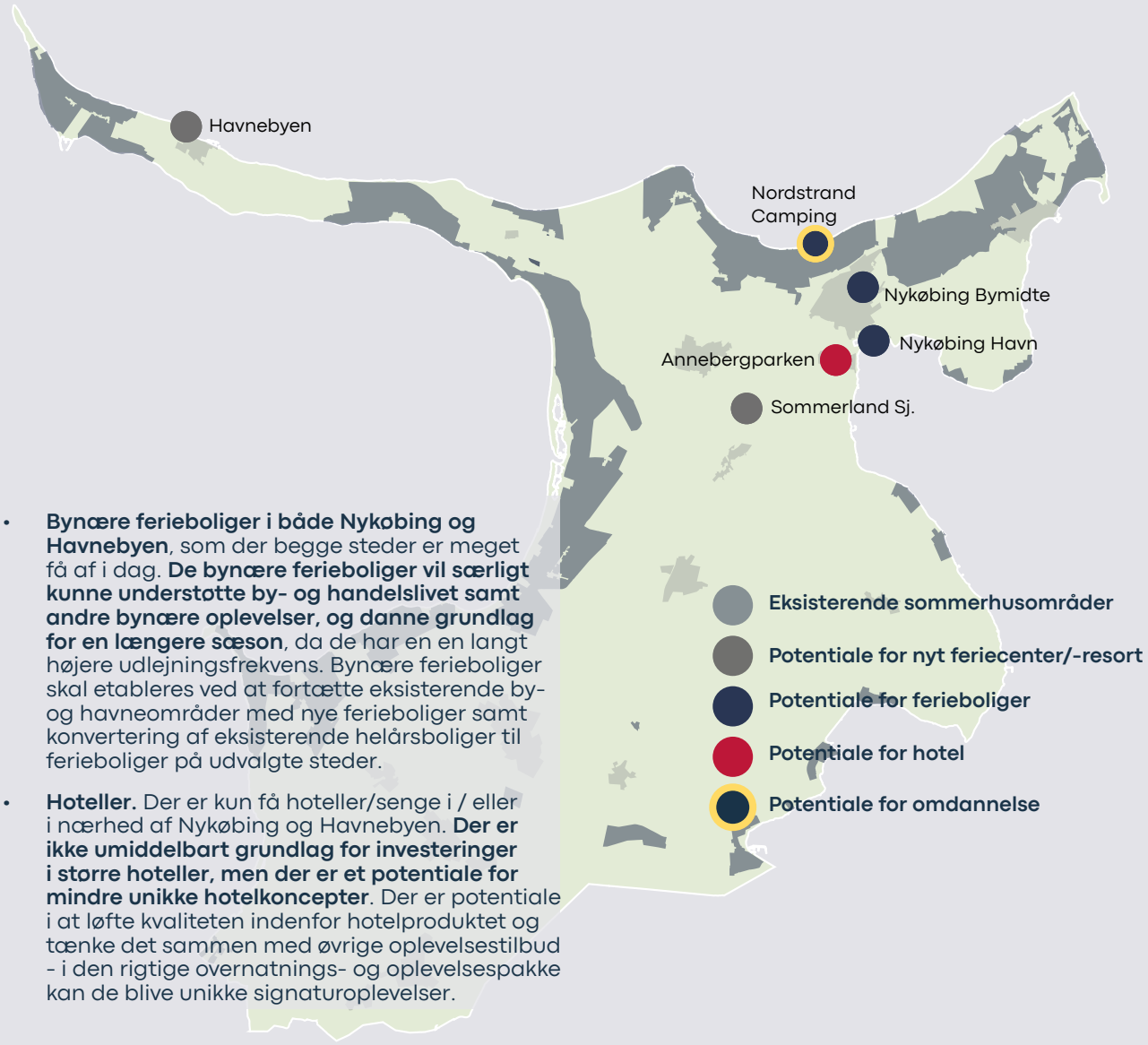
- **Den strategisk-fysiske udviklingsplan fokuserer særskilt på Nykøbing og omegn samt Havnebyen, hvor der vurderes at være det største udviklingspotentiale i forhold til at skabe jobs og omsætning** - og dermed mest behov for at fokusere strategisk og konkret. I udviklingen af byerne er det dog vigtigt at skele til Rørvig, så Nykøbing og Havnebyen udvikles som bydestinationer, der tilbyder noget andet end Rørvig og byerne dermed supplerer hinanden i stedet for at konkurrere internt.
- **Byerne og deres havne er vidt forskellige**, men har på hver sin vis stor betydning for destinationen – de danner i forskellig grad rammerne om både hverdags-, fritids- og ferieliv. Men det er her borgernes og de besøgendes behov i høj grad er overlappende.
- **Det er i byerne og på havnene der skal fokuseres på at skabe oplevelsesmæssige knudepunkter.** Der skal fortættes i stedet for at sprede ud, så der skabes tæt synergi mellem små og store oplevelser indenfor by-, handels-, kultur-, havne- og fritidsliv.
- **Byerne og havnene er vigtige brikker ift. at udvide sæsonen til en større del af året.** Når vejret ikke byder på sommer og sol, og de besøgende søger væk fra strande, kyster og landskaber, kan byerne tilbyde noget andet. I dag har byerne i forskellig grad karakter af sæsonbyer, der opleves helt eller delvis lukkede udenfor højsæsonen.
- **Byerne og havnene skal ikke udvikles ens** og dermed være i konkurrence, men i stedet supplere hinanden og udvikles med hver sin profil i den samlede destination. Med forskellige skærpede oplevelsesprofiler og målrettet udvikling, vil de adskille sig fra hinanden – det vil betyde at en besøgende får forskellige oplevelser forskellige steder. Dermed skabes grundlag for længere besøg i destinationen, fordi man kan opleve mere samlet set.
- **Det er et væsentligt succeskriterie, at der skal skabes flere oplevelser og overnatningskapacitet i – eller i tilknytning til - byerne**, så der skabes mulighed for at flere mennesker bruger og forbruger i byerne, hvilket kan understøtte bæredygtige forretningskoncepter for nuværende og fremtidige erhvervsdrivende indenfor handel, oplevelser, overnatning m.v.



Overnatning

- målrettet udvikling af nye typer overnatningskapacitet

- **Målsætninger: Øg omsætningen, skab vækst i arbejdspladser og udvid sæsonen.**
- **Sommerhusene rummer både i dag og i fremtiden den altdominerende volumen indenfor destinationens overnatningskapacitet.** Sommerhusene er udfordret af at været placeret langt fra byerne, være i brug en lille del af året og have et relativt lavt døgnforbrug - men ville spille en uhyre væsentlig rolle ift. at understøtte udviklingen af destinationen som helhed, byerne og fyrtårnene.
- En helt central del ift. at lykkes med målsætningerne om at øge omsætningen, skabe vækst i arbejdspladser og udvide sæsonen, er at der **etableres mere overnatningskapacitet og nye typer overnatningsprodukter, der kan tiltrække nye og mere købelystne målgrupper.**
- **Der skal arbejdes målrettet med at skabe mere overnatningskapacitet og nye typer overnatningsprodukter**, i eller i nærheden af byerne. Det vil kunne understøtte udviklingen af stærke fyrtårne og bydestinationer - i en større del af året:
  - **Feriehuse/-lejligheder som en del af feriecentre/resorts**, hvor der er supplerende oplevelser og funktioner i tilknytning til feriehusene/-lejlighederne. Centralt i udviklingen af koncepterne for feriecentrene/ resortsene er, at der også skabes supplerende funktioner ifm. feriehusene/-lejlighederne og i synergi med de omkringliggende/nærliggende byer. Den samlede pakke af oplevelser og overnatning vil kunne tiltrække målgrupper af forskellig art alt efter profil. **Feriecentre/ resorts vil kunne tilføre en relativt stor volumen, har en lang sæson og genererer et højere døgnforbrug.**



- **Bynære ferieboliger i både Nykøbing og Havnebyen**, som der begge steder er meget få af i dag. **De bynære ferieboliger vil særligt kunne understøtte by- og handelslivet samt andre bynære oplevelser, og danne grundlag for en længere sæson**, da de har en en langt højere udlejningsfrekvens. Bynære ferieboliger skal etableres ved at fortætte eksisterende by- og havneområder med nye ferieboliger samt konvertering af eksisterende helårsboliger til ferieboliger på udvalgte steder.
- **Hoteller.** Der er kun få hoteller/senge i / eller i nærhed af Nykøbing og Havnebyen. **Der er ikke umiddelbart grundlag for investeringer i større hoteller, men der er et potentiale for mindre unikke hotelkoncepter**. Der er potentiale i at løfte kvaliteten indenfor hotelproduktet og tænke det sammen med øvrige oplevelsestilbud - i den rigtige overnatnings- og oplevelsespakke kan de blive unikke signaturoplevelser.

Strategiske anbefalinger

- overordnede anbefalinger til udviklingen af destinationen som helhed

START HER

Anbefalinger til Odsherred Kommune

Byerne

- Prioritér udviklingen af - og koncentrér største delen af udviklingen i - byerne, som vigtige motorer i udviklingen af en stærkere destination i en større del af året. Prioritér tiltag der kommer både borgere, landliggere og turister til gode.
- Prioritér kommunale midler til fysisk løft af byerne.
- Priritér at understøtte de virksomheder/aktører i byerne, der arbejder med at understøtte udviklingsplanens målsætninger om øget jobskabelse, større omsætning, højere kvalitet i oplevelser og overnatning m.v.

Havnene

- Prioritér udviklingen af havnene, - både oplevelsesmæssigt, forrretningsmæssigt og kommercielt. Havnene er en vigtig brik i udviklingen af destinationen som helhed og byerne i særdeleshed.
- Havnene er kommunalt ejede, og der er behov for en klar forretningsbaseret strategi med et stærkt politisk ejerskab. Der findes ikke strategier for, hvad man politisk vil med havnene, og dermed ikke et tidssvarende administrativt grundlag for udvikling, investering og hårdt tiltrængt vedligehold. Dette bør tilvejebringes som en central del af og forudsætning for udviklingen af havnebyerne. Mindre fokus på urealiserbare fysiske planer for havnene - de findes allerede, men har overordnet set ikke tænkt de kommercielle og oplevelsesøkonomiske aspekter ind. Der bør udarbejdes en zoning/ anvendelses- og prispolitik for havnene.

Fyrtårnene

- Prioritér udviklingen af stærke oplevelsesmæssige fyrtårne, de er nødvendige for at løfte Odsherred som destination.
- Prioritér at skabe optimale rammebetingelser for at fyrtårnene kan realiseres.
- Prioritér at understøtte virksomhederne/ aktørerne i de enkelte fyrtårne ift. fundraising, erhvervsfremme og udarbejdelse af projektplaner i samarbejde med virksomhederne/aktørerne.
- Udpeg nøglepersoner, herunder i det politiske og administrative niveau i kommunen eks. borgmester og kommunaldirektør, som skal gøres til ambassadører for udviklingen af fyrtårnene og kunne formidle den betydning det vil kunne have for Odsherred ift. øget omsætning, og jobskabelse.

Organisering og samarbejde

- Prioritér medarbejdertimer i forvaltningen til at understøtte udeviklingen af byerne, havnene og fyrtårnene.
- Nedsæt og understøt faciliteringen af en fyrtårnsgruppe, på tværs af virksomhederne/ aktørerne i de enkelte fyrtårne.
- Nedsæt og understøt faciliteringen en bredere aktørfølgegruppe, på tværs af virksomheder/aktører i destinationen. Byg videre på den solide forankring, der er foregået ifm. udviklingsplanen.

Fyrtårn

Landskabet som attraktion

Landskabet som attraktion

- Synliggørelse, tilgængeliggørelse og aktivering af de unikke landskabsperler

LANDSKABERNE ER EN AF DE STØRSTE – HVIS IKKE DEN STØRSTE – ATTRAKTION I ODSHERRED. DET ER LANDSKABER, KYSTER OG STRANDE, DER I ÅRHUNDREDER HAR DRAGET DE BESØGENDE MOD ODSHERRED. DE BINDER SAMMEN OG DANNER GRUNDLAGET FOR FORTÆLLINGEN OM ODSHERRED FØR, NU OG I FREMTIDEN.

- **Odsherred har et finmasket netværk af unikke landskabsperler.** Landskabet er grundlaget i Geoparken - forskelligheden i landskabsoplevelser er det unikke.
- **Landskaberne i Odsherred rummer ikke ét ikon ala Møns Klint, men en masse større og mindre unikke perler inde i landskabet og langs kysten.** De udgør til sammen den samlede landskabsoplevelse i Odsherred, og rummer fortællingen om Odsherreds landskaber - fysisk, geologisk og kulturhistorisk.
- **Landskab, jordbund og klima er af afgørende betydning for plante- og dyrelivet**, og samtidig forudsætningen for, hvor og hvordan mennesket har kunnet leve, virke og skabe - derfor er landskaberne altid omdrejningspunktet i Odsherred.
- **Landskaberne som helhed og de enkeltstående landskabsperler opleves i høj grad dels uformidlede og dels utilgængelige - en lokal hemmelighed.** Det gør de dels fordi der ikke er ét centralt besøgs- eller formidlingssted og dels fordi det ikke er tydeligt når man som besøgende kommer forbi eller oplever en de særlige landskabssteder - og oplevelser.
- **Der er et stort potentiale i at synliggøre landskaberne fysisk og formidlingsmæssigt** - så landskabsoplevelserne bliver en mere tydeligt integreret del af de besøgendes oplevelse af Odsherred. De mange spredte landskabsperler skal binde formidlings- og oplevelsesmæssigt sammmen og udvikles som en samlet attraktion.
- **I de seneste år er der kommet øget fokus på vores brug af naturen.** Vi søger i højere og højere grad mod oplevelser i naturen og landskaberne - en udvikling der har taget ekstra fart under de seneste års COVID-19 pandemi.

Vejrhøjstien og Vejrhøjbuen, Odsherreds højeste punkt

Foto: Geopark Odsherred

,,De, der har en daglig gang i naturen, oplever betydelig større livskvalitet end dem, der sjældent eller aldrig bruger naturen"

Citat fra ,,Danskerne i det byggede miljø" udarbejdet af Realdania og Videncentret Bolius.

- **Vi søger freden og roen** – som modvægt til det travle hverdagsliv mange laver i dag. Flere og flere rammes af stress, depression og lignende diagnoser - naturen har dokumenteret effekt i forebyggelse og lindring af disse diagnoser.
- **Vi søger det aktive friluftssliv** – med både høj og lav puls. Vandring, løb, cykling, surf, kajak, overnatning i shelters og lignende friluftsaktiviteter er i hastig fremgang og er blevet en integreret del af flere og flere menneskers ferieform.
- **Vi søger oplevelser og events med udgangspunkt i landskabsoplevelserne** - festivaller, koncerter, kunst og lignende kulturoplevelser trækker i stigende grad ud i landskaberne og iscenesætter dem aktivt, hvor der er mulighed for at skabe unikke og anderledes stedbundne kulturoplevelser.

- **Både de kommercielle og de ikke-kommercielle oplevelser i naturen er i fremgang**, og de har potentiale for at spille en endnu større rolle i de besøgendes oplevelse af - og i - Odsherred.
- **Landskaberne og naturen i Odsherred er allerede i dag en vigtig del af de besøgendes oplevelse af destinationen.** En målrettet indsats for i øget grad at synliggøre, tilgængeliggøre og aktivere landskaberne, vil styrke Odsherreds profil som et rekreativt åndehul hvor naturen er nærværende - en aktivering af områdets største stedbundne kvaliteter og en styrkelse af landskabet som attraktion.

HVAD GØR FYRTÅRNET FOR ODSHERRED SOM SAMLET DESTINATION

- **Styrker forståelsen for - og synligheden af - det Odsherred og Geoparken bygger på og er kendt for.** Det understøtter dels en styrket grundfortælling for destinationen og dels et styrket grundlag for øget aktivering af landskaberne.
- **Binder de enkeltstående, unikke landskabsperler sammen til en sammenhængende attraktion** - det danner grundlag for både flere besøg og længere besøg fra både borgere, landliggere samt turister på en- og flerdags besøgende.

HVAD GØR FYRTÅRNET FOR BYERNE SOM DESTINATIONER

- **Den oplevelsesmæssige sammenhæng mellem byer og landskaberne er i dag næsten fraværende.** Med fyrtårnsprojekterne - særligt 'Porten til Odsherred', som indeholder et Geopark-formidlingscenter - får man muligheden for formidlingsmæssigt at vise ud i landskabet, mens man på udvalgte landskabsperler, får muligheden for at vise ind til Geopark-formidlingscenteret og Nykøbing.

Korevlerne, Sejerø Bugt

Foto: Geopark Odsherred

Lammefjord, Fårevejle

Foto: Geopark Odsherred

STRATEGI

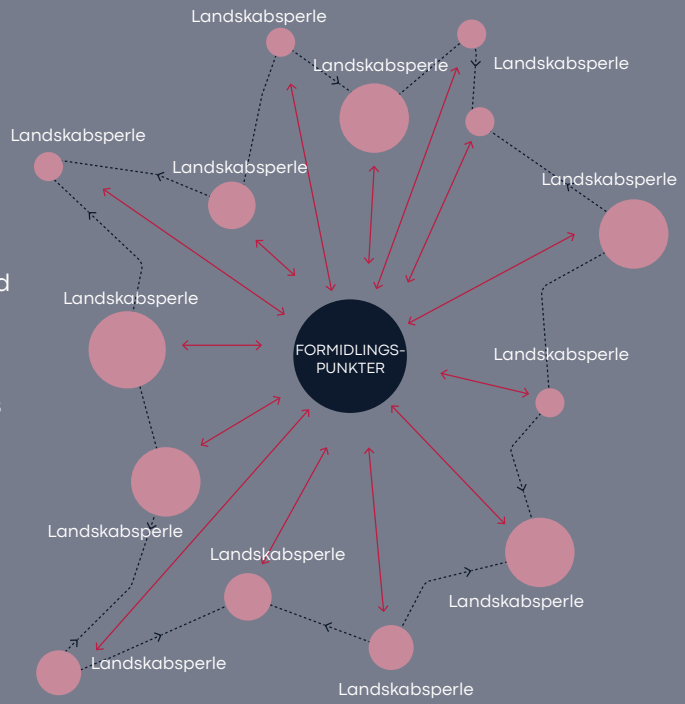
- **Landskabet er den fysiske ramme om Geoparken.** Det er i landskabet kunsten, kulturhistorien og fødevarene altid har taget udspring og udfoldet sig - både i fortiden, i nutiden og i fremtiden.
- **Formålet med at styrke landskabet som attraktion, er i høj grad at gøre det formidlings- og oplevelsesmæssigt tilgængeligt** - både landskabet som helhed, men i særdeleshed de unikke landskabsperler, der synliggør den meget forskelligartede fortælling om landskabernes geologi og kulturhistorie.
- **Det handler ikke om at plastre de unikke landskaber til med nye anlæg og byggerier** - nærmest tværtimod. Man skal gå nænsomt til udvikingen af landskabet som attraktion, og der bør værnes om at bevare det åbne landskab.
- **Man bør i så høj grad som muligt samle nye funktioner omkring byer og fyrtårne**, og dermed sikre at udvikling ikke spredes overalt og kommer i karambolage med de landskabelige kvaliteter, der er bærende for destinationen. Udvikling skal være balanceret, og placeringen af nye funktioner bør altid vægtes ud fra en tanke om hvilken påvirkning det har på det omkringliggende landskab.
- **Udviklingen af landskabet som attraktion, vil stå stærkest hvis man realiserer tre spor i det samlede udviklingsprojekt.**

Skab formidlingspunkter i byer og fyrtårne - vis ud i landskabet.

- **Formidlingen af de mange landskabsoplevelser, bør kobles til andre oplevelser, overnatning og byer.** På den måde får man muligheden for at vise ud i resten af destinationen på nogle af de steder, hvor der idag og i fremtiden vil samles mange besøgende. Det kan bl.a. ske i:
  - **Et Geopark-formidlingscenter** som tænkes en del af 'Porten til Odsherred' i Nykøbing (se side 42).
- **I eksempelvis centrale byrum i byerne, på de største attraktioner, steder hvor der er mange overnattende m.v.** Eksempler kunne være Sommerland Sjælland, Anneberg Kulturpark, torvet/gågaden i Nykøbing, havnene i Havnebyen og Rørvig m.v.

Wayfinding - vejvisning, markering og formidling af landskabet.

- **Skab øget tilgængelig og formidling** gennem ensartet wayfinding og styrk den oplevede synlighed og sammenhæng mellem de enkelte perler.
  - **Skiltning ved veje.** Skaber dels opmærksomhed om at her er et særligt sted og dels gør det nemt at finde. I dag er en af udfordringerne dels at folk ikke ved hvad de leder efter og dels at mange af de særlige steder er svære at finde, selv når man ved de er der. Udvikl skiltning der er enkel, letaflæselig og skiller sig ud fra anden alm. skiltning - brug evt. Geoparkens logo som del af skiltning, der sikrer høj kvalitet og genkendelighed.
  - **Markering af særlige landskabsperler.** Skaber opmærksomhed om at man er på et særligt sted samt skaber visuel og oplevelsesmæssig sammenhæng til de andre landskabsperler. Placér en tydelig markør der hvor folk kommer - ved p-pladser, stier, opholdsrealer m.v. i tilknytning til de enkelte steder.Udvikl landskabsmarkør der er enkel, letaflæselig og skiller sig ud fra anden alm. skiltning - brug evt. Geoparkens logo som markør, der sikrer høj kvalitet og genkendelighed.
  - **Formidling på stedet.** Skaber synlighed om det enkelte steds unikke historie, der hvor man som besøgende møder det. Landskaberne rummer uendeligt mange (hemmelige) landskabelige, geologiske og kulturhistoriske fortællinger, der i langt højere grad skal synliggøres, som en del af Geoparken og destinationens samlede



Stærke formidlingspunkter i byer og fyrtårne viser ud i landskaberne og formidler hvor mange unikke landskabsoplevelser der findes i Odsherred. Landskabsperlernes oplevelsesmæssige sammenhæng styrkes gennem wayfinding og formidling på stederne. Samlet set vil landskaberne blive langt mere synlige og tilgængelige for de besøgende.

fortælling. Formidl det enkelte steds fortælling og vis samtidig videre til de andre perler i Geoparken og destinationen.

Tilgængeliggørelse og iscenesættelse af landskabet

- **Styrk tilgængelighed med stier og ruter.** Når man som besøgende bevæger sig gennem Odsherred, kan de store, åbne landskaber synes utilgængelige og de enkelte landskabsperler svære at finde. Den fysiske tilgængelighed kan øges gennem et styrket og synliggjort rute- og stinetværk.
  - **Højderygsstien**, der følger Odsherredbuerne, Vejrhøjbuen, Vigbuen og Højbybuen, og tilsammen vil kunne blive en 40 km lang vandrerute i det ikoniske istidslandskab, rummer et særligt potentiale. I 2016 åbnede de første 7 km af Højderygstien, der følger den sydligste af buerne, Vejrhøjbuen. En realisering af de restende kilimeter, vil skabe en unik og sammenhængende vandrerute, der binder den nordslige og den sydlige del af Odsherred sammen. Realiseringen besværliggøres af, at ruten krydser mange privategrundejeres marker og grunde, men bør prioriteres højt.
  - **Istidsrute**n er et samarbejde mellem Odsherred, Kalundborg, Lejre, Sorø og Holbæk Kommune. Istidsruten er en kombineret cykel- og oplevelsesrute fordelt på fem etaper. De er tilsammen 390 km og løber gennem landskabet, som istidens enorme kræfter har formet for flere tusinde år siden. Prioritér at skabe gode forhold for cyklisterne, på den del af ruten, der løber gennem Odsherred.
  - **Tænk sammenhæng med - og skiltning til - de særlige landskabsperler** langs de primære ruter og stier.
- **Aktivér og iscenesæt udvalgte særlige landskabsperler**. Ved at iscenesætte og aktivere udvalgte steder i landskaberne, kan man tydeligt markere hvor der er steder af særlig interesse og på den måde nudge folk til at bruge de steder mere end andre. Dermed kan man delvist styre hvor og hvordan landskaberne bliver brugt - og dermed skabe en balance mellem benyttelse og beskyttelse.
- **Hav fokus på at skabe forskellige steder,** der understøtter :
  - A: **Freden og roen,** eksempelvis med mulighed for at slå sig ned og tage ophold på udvalgte steder.
  - B: **Det aktive friluftsliv,** eksempelvis med shelters, bålpladser, cykelreparationsstationer m.v. på udvalgste steder.
  - C: **Events og aktivitet,** eksempelvis på Klintebjerg, hvor det rå kulturhistoriske landskab kan danne ramme om festivaller, koncerter, fysisk aktivitet m.v.
- **Udvikl skiltning, landskabsmarkører, formidlingsstationer, bænke, shelters og lignende i et sammenhængende design af høj kvalitet**, der sikrer visuel og oplevelsesmæssig sammenhæng mellem de mange nedslag i landskabet - små præsise indgreb der på en eller anden måde hænger sammen med porten til Odsherred.

Udsigtbænk, Camønoen, Møn

Foto: Norrøn

Unikke shelters Sydfynske Øhav, Ærø

Foto: VisitÆrø

START HER
Anbefalinger til Odsherred Kommune

- **Der skal udarbejdes en strategi og plan for hvordan landskabet som helhed i Odsherred skal udvikles.** Strategien skal indholde en plan for hvad der sker på kort og på lang sigt, og skabe overblik over hvordan man udmønter planen konkret.
- **Udarbejd en designmanual for skiltning/way finding, inventar m.**v. i samarbejde med Geopark Odsherred.
- **Konkretisere fyrtårnsprojektet som en del af foranalysen for 'Porten til Odsherred'.** I foranalysen skal der udarbejdes en business case, hvor vedligeholdelse og drift er i balance med indtægter. Det samlede projekt 'Porten til Odsherred', kan øge muligheden for at opnå ekstern finansiering fra eks. fonde, til den fysiske formidling og iscenesættelse af landskabet.
- **Identificer to-tre områder hvor I vil starte.** Fx Klintebjerg og Højderygsstien.
- **Nedsæt Fyrtårnsgruppe med de øvrige fyrtårne, og deltager ligeldes i gruppen med en relevant repræsentant.**

Eksempler til inspiration

Foto: The Wild Atlantic Way

Wild Atlantic Way, Irland

Projekt:
The Wild Atlantic Way er, med sine mere end 2500 km, en af de længst definerede kystruter i verden. Den snor sig langs hele den irske vestkyst fra Inishowen-halvøen i nord ned til County Cork, i syd. Ruten udfolder fra start til slut havet og dets aftryk på Irlands vestkyst og det fantastiske landskab i al dets mangfoldighed.

Med Wild Atlantic Way har man skabt en samlet destination med forskellige oplevelsesprofiler, der er udviklet og markedsført med udgangspunkt i lokale potentialer og oplevelser. Med denne tilgang er det lykkedes at tiltrække mange forskellige målgrupper til den samlede destination.

Langs den mere end 2500 km lange kysstrækning har man arbejdet med at iscenesætte og formidle de særligt sceniske punkter, der understreges med simple og genkendelige wayfinding-greb. På den måde er man lykkes med at binde en stor – og meget forskelligartet – destination sammen formidlingsmæssigt

Foto: Stevnsbladet

Stevns Klint - sammentænkning af besøgscenter, kalkbrud og klint

Projekt:
I 2014 blev Stevns Klint optaget på listen over UNESCO verdensarv. Siden har Verdensarv Stevns, Østsjællands Museer og Stevns Kommune, i tæt fællesskab, arbejdet medrettet med at bruge udpegningen som løftestand for lokal udvikling.

En vigtig brik i udviklingen området, har været at udvikle og realisere Besøgscenter Stevns Klint. En gennemgående tematik i udviklingen har været sammenhængen dels med natur- og kulturlandskaberne omkring i og omkring Boesdal Kalkbrud og dels med klinten som helhed. Man er i den grad lykkes med sin mission, og det er, med kommunale, private og ikke mindst fondsmidler, lykkes at skabe finansiering både realisering af besøgscenter, udearealer samt stier, oplevelses- og formidlingspunkter, skiltning m.v. langs hele klinten. Et ambitiøst projekt, der sammentænker det enkelte projekt i stærk sammenhæng med den samlede destination – fysisk, formidling- og oplevelsesmæssigt.

Projektet realiseres indenfor den kommende år.

Nykøbing og omegn

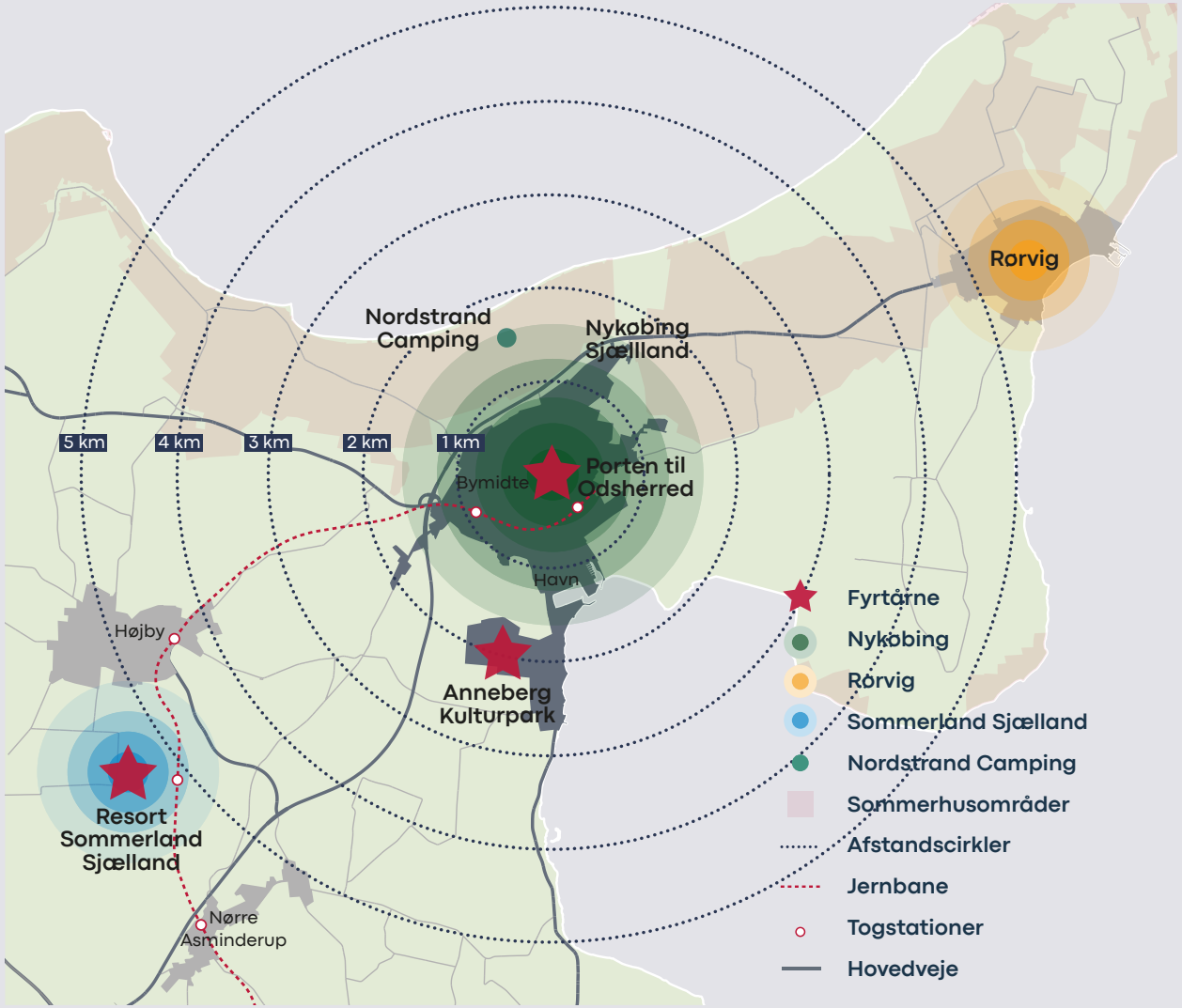
Fokuseret udvikling af Nykøbing som bydestination

Sanddobberne, Nekselø Bugt
Foto: Geopark Odsherred

Nykøbing og omegn

- sammenhæng mellem Nykøbing og områderne omkring byen

- **Nykøbing er den største af hovedbyerne i Odsherred – og byen er centrum for handels-, kultur- og byliv.**
- Det er her man som besøgende, i særligt det nordlige Odsherred, i høj grad tager til, for at **opleve noget andet end strand og landskaber samt køber ind**.
- Nykøbing er med sin beliggenhed tæt forbundet til et større opland:
  - **Rørvig, som kan tilbyde en anden form for oplevelse** end Nykøbing qua særligt byens havnemiljø. Rørvig har dog ikke et handels- eller kulturliv, hvorfor besøgende i Rørvig også orienterer sig mod Nykøbing.
  - **Sommerland Sj**. som ligger syd for Nykøbing. Med særligt en sæsonudvidelse, forøges antallet af besøgende. **Særligt overnattende gæster vil også orientere sig mod Nykøbing som supplement til de oplevelser som Sommerland Sj. tilbyder, og vil forventeligt smitte positivt af på detailhandlen.**
  - **Sommerhusområder, strande og campingpladser i det nordlige Odsherred.**
- Som en hovedby, der servicerer en stor del af borgere og besøgende i kommunen, er det **vigtigt at understøtte Nykøbing som en motor,** der også er med til at holde hjulene i gang i de omkringliggende bydestinationer og attraktioner.
- **Som kommunens og destinationens største hovedby, er der mange tiltag og projekter, der kan være ønsker om. Her skæres der dog helt ind til benet, ift. hvad der er allermest væsentligt at fokusere på**, for at skabe mest muligt værdi for Nykøbing og for de positive effekter, der kan influere på hele destination Odsherred.



Destinationens kultur- og handelsby

- fokuseret udvikling af oplevelser og bymiljø

NYKØBING RUMMER ET POTENTIALE FOR AT BLIVE STYRKET SOM DESTINATIONENS STÆRKE KULTUR- OG HANDELSBY - DESTINATIONENS OPLEVELSES-MÆSSIGE CENTRUM HELE ÅRET.

- **Nykøbing er en enormt vigtig bydestination** i Odsherred. Den er et bymæssigt omdrejningspunkt for både borgere og besøgende.
- **Nykøbing har et unikt, varieret og velfungerende handelsliv** – særligt i sommerhalvåret - taget byens størrelse med kun 5.000 indbyggere i betragtning.
- **Nykøbing kan samtidig tilbyde forskellige kulturoplevelser**. Omkring handelsgaden Algade finder man Pakhuset (bibliotek og kulturhus) og Odsherred Teater, som fornyligt er flyttet til Algade med stor succes og som genererer mere liv på flere tidspunkter af døgnet. Endvidere kan man i Kulturpark Anneberg, på Hempels Galsmuseum og på havnen opleve et bredt udbud af kunstnere. Alt sammen er vigtige og forskelligartede tilskud til by-, handels- og kulturlivet i byen.
- **En stærk handels- og kulturby er essentiel, når vejret ikke byder til strand- eller landskabsoplevelser, eller som et center for oplevelser uden for højsæsonen.** En stærk by, som er rig på oplevelser, kan tiltrække besøgende hele året.
- **Nykøbing står dermed på et solidt fundament**, der kan bygges videre på, i styrkelsen af Nykøbing som en særlig bydestination.
- En vigtig byggesten er, at **Nykøbing kan tilbyde et varieret oplevelsesudbud, der rækker ud over handel, og at oplevelserne er af en høj kvalitet, som man er villig til at køre efter**. Særligt hvis Nykøbing skal udvikles til en helårsdestination – og samtidig også stå stærkere i højsæsonen og være attraktiv for feriegæsterne i de sommerhusområder, som i overvejende grad ligger langt fra Nykøbing.
- **Derfor er en strategisk satsning på Nykøbing, som en del af en fremtidig helårsdestination, essentiel** hvis besøgende skal komme oftere og blive længere i særligt skulder- og ydersæsonen.
- Tre særlige områder hvor Nykøbing har potentiale til at styrke (det nordlige) Odsherred som destination:
  - **Bymidten** med Algade som centrum for handels- og kulturoplevelser.
  - **Havnen** som den by- og landskabsnære fritidshavn.
  - **Anneberg** i sammenhæng med Hempels Glasmuseum, som et mangfoldigt kultur-, oplevelses- og eventområde med udgangspunkt i Geoparkens fire ben og som en hub for kunst, kultur og fødevarer.
- For at understøtte Nykøbing som en essentiel bydestination, er der udpeget **to fyrtårnsprojekter i byen, i form af et nyt samlet bymuseum 'Porten til Odsherred' samt Kulturpark Anneberg**, som begge er omdrejningspunkter for oplevelser.indenfor kunst, kultur(historie), fødevarer og meget andet, med hvert deres koncept og fokus.

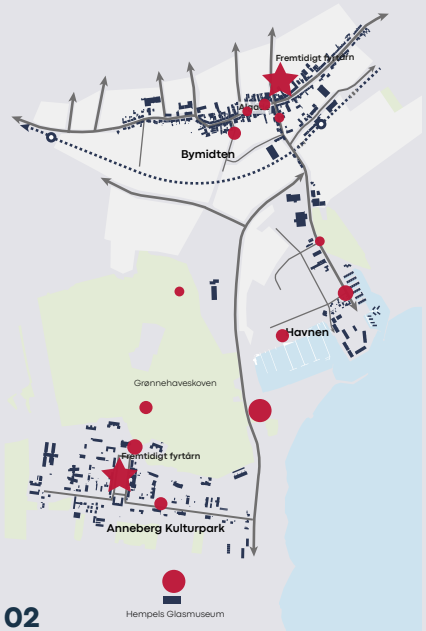
Bymidten med Algade som centrum for handels- og kulturoplevelser.

Anneberg som en mangfoldig kulturpark, oplevelses- og eventsted - hub for kunst, kultur og fødevarer.

Havnen som den by- og landskabsnære fritidshavn.

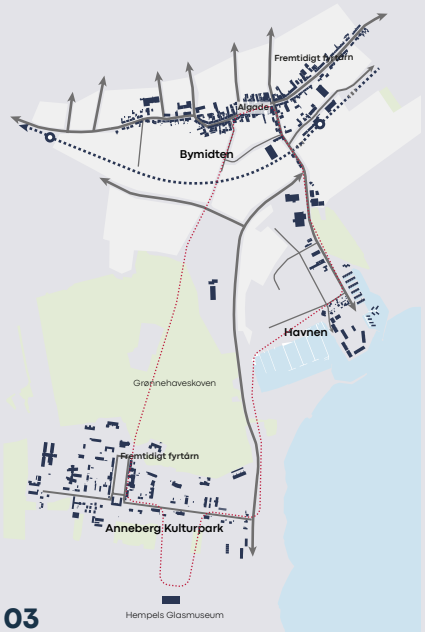
01
STÆRKE KNUDEPUNKTER

Skab særlige og stærke knudepunkter med hver sin profil og hvert sit program, så de supplerer hinanden i den fulde byoplevelse.



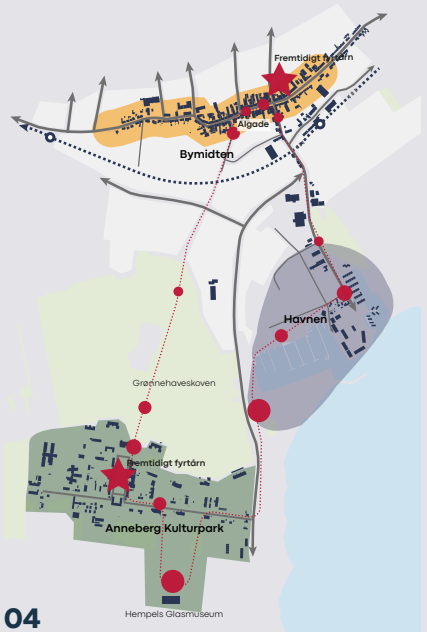
02
FLERE OPLEVELSER

Udvikl flere oplevelser, der understøtter knudepunkternes profil og styrker oplevelsespotentialet. Så skabes der grund til at bevæge sig mellem knudepunkterne.



03
BEDRE FORBINDELSER

Styrk forbindelserne mellem knudepunkter, steder og oplevelser fysisk, oplevelses- og formidlingsmæssigt.



04
EN STYRKET BYDESTINATION

Stærke knudepunkter, flere oplevelser og styrkede forbindelser, vil styrke Nykøbing som samlet bydestination.

EN STÆRKERE DESTINATION – HELE ÅRET

- For at Nykøbing kan styrkes som en helårsdestination, er der overordnet set tre vigtige strategiske greb, der skal fokus på:
  - **Der er behov for flere og mere sammentænkning af oplevelser,** som skaber mere liv til gavn for både besøgende og borgere. Dette kan delvist ske gennem en realisering af de to fyrtårnsprojekter, 'Porten til Odsherred' (se side 30) og 'Anneberg Kulturpark' (se side 39), som hver især er vigtige brikker ift. at styrke Nykøbing oplevelsesmæssigt, men kan indgå i stærke synergier med andre oplevelser. Fx med hinanden eller med de arrangementer som foregår i byen i øvrigt.
  - **Der mangler bynær overnatningskapacitet i Nykøbing**. Man ved at bynære overnatninger kan generere et relativt højt døgnforbrug og en længere sæson, til gavn for både handels- og kulturlivet, og er derfor en vigtig brik, i at skabe vækst og arbejdspladser.
  - **Der er behov for et generelt kvalitetsløft af byen.** Særligt i bymidten, men også havnen, har brug for et løft, således områderne fremstår indbydende og med synlig iscenesættelse og formidling omkring oplevelserne.

ALGADE SOM CENTRUM FOR HANDELS- OG KULTUROPLEVELSER

Potentialer

- **Algade rummer i dag et unikt butiksliv med mange specialbutikker og få kædebutikker**. Det kan understøtte en unik handelsoplevelse, som ikke fås i fx Holbæk eller Kalundborg.
- **Et generationsskifte er i gang blandt butiksindehavere**. De har bl.a. dannet en ny handelsforening, 'Købstaden Nykøbing Sj.', og udtrykker både lyst og vilje til styrket samarbejde og nye tiltag, som et led i at øge handelsoplevelsen i Nykøbing.
- **Odsherred Teater** er flyttet ind i Algade og det opleves som meget positivt og bidrager også til at skabe liv efter butikkernes åbningstid. Flere spisemuligheder ifb. med forestillinger såsom spisesteder der tilbyder en 'teatermenu', som tilpasses forestillingers begyndelsestidspunkter, vil i høj grad kunne understøtte dette og øge omsætningen for Algades spisesteder.
- **Pakhuset**, som ligger i den vestlige ende af Algade, har mange velbesøgte arrangementer, events og koncerter.
- **Stationsnær bymidte**, som også er nem at komme til med kollektiv transport. Byrummet omkring Nykøbing Station er i gang med en trafikal opgradering og forskønnelse.

Udfordringer

- **Nykøbing byder på et rigt handelsliv i sommersæsonen, men meget lukker ned uden for højsæsonen**, og steder man kan købe en to-go-kaffe eller spise en god frokost en tilfældig tirsdag, efterspørges i følge butiksindehavere.
- **Bynær overnatning mangler i Nykøbing**, med kun få overnatningsmuligheder i dag.
- **Bymidten og særligt Algade trænger til et generelt kvalitetsløft.** Der er fx kun få egentlige byrum som indbyder til ophold eller aktivitet og byrummene er ikke programmerede og tilfører ikke "noget særligt" til byoplevelsen.
- **Der findes ikke byrum i bymidten som fx er målrettet børn eller unge, afholdelse af større arrangementer/by-events mv.**
- **Særligt omkring Torvet, vil forskønnelse gavne oplevelsen.** Det kan både være i form af indretning og omkringliggende bebyggelse.

I mange år har man ønsket at udvikle Havnegade som det væsentligste byrumsforløb i Nykøbing - 'Kulturstrengen' der skulle løbe fra bymidten til havnen.

Fokusér i stedet på at styrke bymidten og Algade som rygraden i byoplevelsen - men handels- kultur- og byliv i bygninger og byrum.

STRATEGI

- **Koncentrér oplevelser i bymidten** med Algade som det primære centrum for oplevelser.
- **Skab flere kulturoplevelser** som supplement til handelsoplevelsen.
- **En placering af et nyt samlet museum og kulturmiljø "Porten til Odsherred" centralt i Nykøbing vil i den grad styrke byen som kultur- og handelsby** gennem de nye og varierede oplevelser, som det vil tilføre bymidten. **Prioriter derfor en placering i så tæt tilknytning til Algade som muligt,** således handelslivet og byen som destination i øvrigt, kan få mest mulig (omsætning) ud af det.
- **Differentier og definer byrum** ved at programmere/indrette dem målrettet fx til ophold, børn, unge osv.
- **Et samarbejde mellem den nye handelsforening og kulturinstitutionerne om arrangementer og andre tiltag vil kunne gavne begge parter** ift. besøgende/handlende mv.
- **Afhold flere arrangementer i Algade** gennem hele året, for at gøre byen besøgsværdig uden for højsæsonen. Brug Torvet hvor der er god plads.
- **En generel forskønnelse af Algade** gennem fx ensartet beplantning, inventar, skiltning, udsmykning mv. vil øge totaloplevelsen af Nykøbing.
- **Brug chancen til at forskønne bebyggelser og tilknyttede byrum når "noget nyt skal ske"** eksempelvis i den tidligere Meny, eller når der bygges nyt, således begge dele er kan bidrage et oplevelsesmæssigt kvalitetsløft, gennem dialog med (nye) ejere og lejere.

Grundtvigsskolen

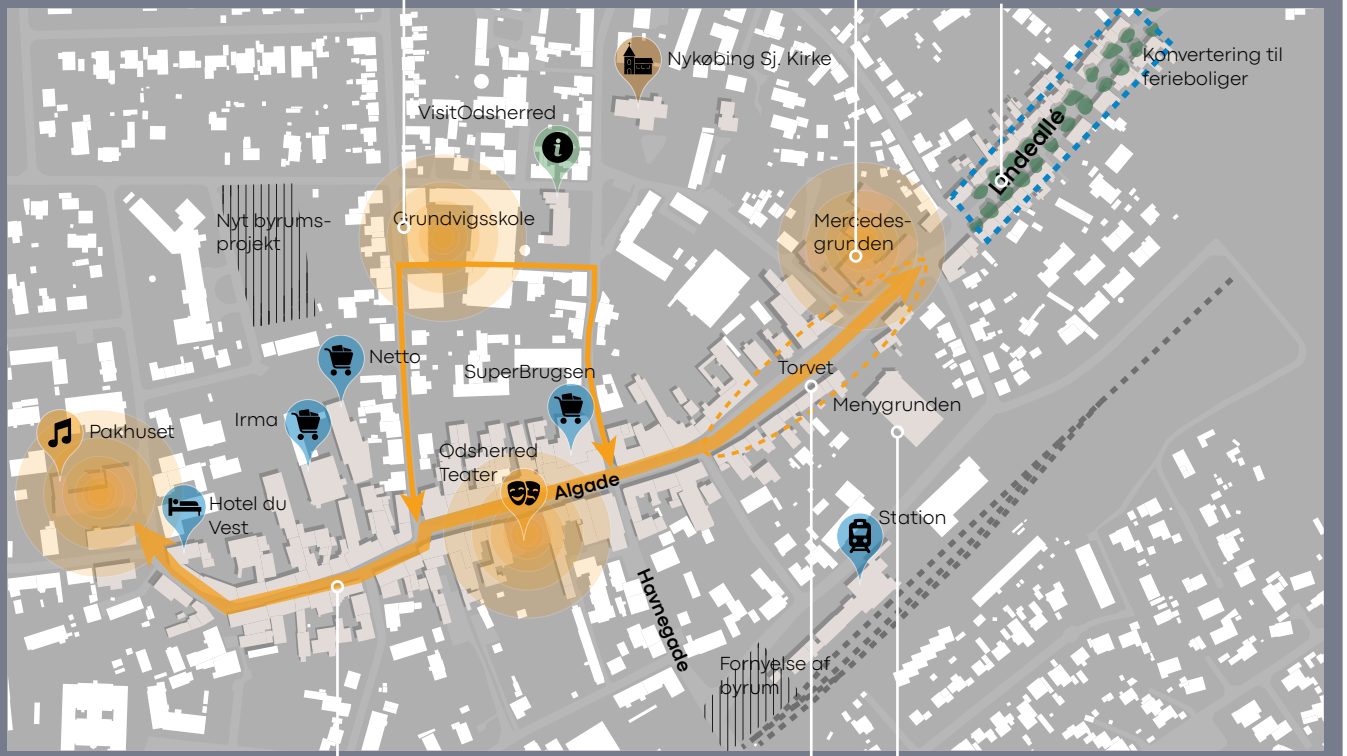
Skolen, som ikke længere er i brug, består bl.a. af bevaringsværdige bygninger, opført i Bedre Byggeskik. Bygningerne med den særlige arkitektur vil fx kunne omdannes til (kulturelt) ankerpunkt eller ferieboliger. Hvis der etableres et ankerpunkt, skal forbindelsen til Algade opgraderes via fx wayfinding.

Mercedesgrunden

Den centrale placering for enden af Algade rummer et stort potentiale. Udvikl derfor grunden med omhu således den i fremtiden bliver et stærkt (kulturelt) ankerpunkt og afslutning af Algade, som en modpol til Pakhuset i den anden ende. Den rette anvendelse har potentiale til også at generere mere omsætning for og aktivering af, butikslivet i den del af Algade. En ny bebyggelse og udearealer, skal sammentænkes med Torvet.

Lindeallé:

Undersøg hvor stor interesse der er for at omdanne (dele af) Linde Allé til ferieboliger, samt om det er muligt at ophæve bopælspligten. Er det muligt, og er der interesse , skal der indgås dialog med ejerne om en eventuel omdannelse til ferieboliger – på kort eller lang sigt. Boligerne er generelt små og derfor ikke optimale som eksempelvis helårsboliger til familier, men vil være attraktive som byncære ferieboliger for en målgruppe der vil have en anden type feriehus end det klassiske sommerhus.



Algade

Skab et oplevelsesmæssigt kvalitetsløft gennem en generel forskønnelse af gadeforløbet, mere klart definerede og programmerede byrum, en større variation i byfunktioner ex. kultur samt afholdelse af flere arrangementer. Alt sammen vil være med til at løfte byen og bymidtens rygrad fysisk og oplevelsesmæssigt.

Torvet

Torvet er det eneste reelle byrum centralt i Nykøbing. Programmér og indret Torvet så det dels er attraktivt at benytte til hverdag fx gennem faciliteter til ophold, leg eller aktivitet og dels kan bruges aktivt når der skal afholdes større arrangementer i byen. Der er plads til det her og det kan understøtte by handels-, kultur- og bylivet. Torvet skal indrettes, så det indgår i sammenhæng med de omkringliggende bebyggelser og resten af Algade - så det bliver en del af et bymæssigt ankerpunkt i enden af handelsgaden.

Meny

Den tidligere Meny ligger over for Mercedes-grunden og skal ligeledes være med til at skabe en besøgsværdig afslutning på Algade. Prioriter at skabe et attraktivt byrum som forbinder bygningen med Torvet, således aktiviteterne i bygningen trækkes mentalt helt ud på Torvet.

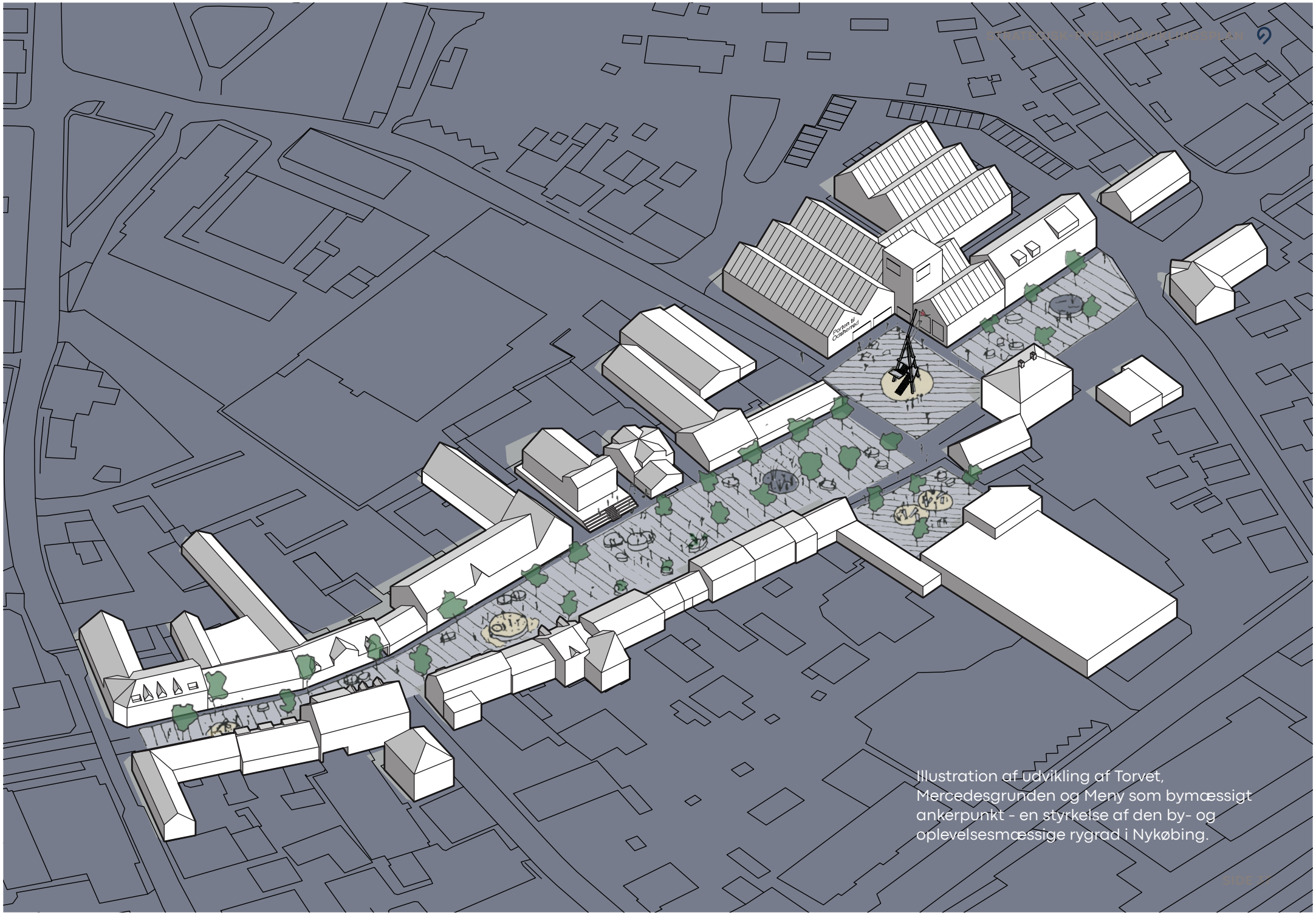


Illustration af udvikling af Torvet, Mercedesgrunden og Meny som bymæssigt ankerpunkt - en styrkelse af den by- og oplevelsesmæssige rygrad i Nykøbing.

- **Skab mere bynær overnatning**, for at øge antallet af besøgende og bidrage til en sæsonudvidelse. Bebyggelsen langs Linde Allé rummer et potentiale, hvor man, ved at ophæve bopælspligten, vil kunne sælge nuværende boliger som ferieboliger, der ligger yderst attraktivt i direkte forlængelse af Algade. En realisering af dette kræver dog, at ejendomsejerne er med på det.
- **Nordstrand Camping ligger i relativ nærhed til Nykøbing.** En omdannelse af (dele af) campingpladsen til ferieboliger, vil kunne bidrage til at øge den bynære overnatningskapacitet.

START HER
Anbefalinger til Odsherred Kommune

- **Fokuser på at koncentrere oplevelser i bymidten**, og særligt i Algade således synergieffekter kan optimeres. **Brug derfor de kommunale ressourcer på at understøtte projekter/fyrtårne, som i særlig grad bidrager til at løfte både bymidten og byen som helhed.**
- **Motivér og understøt de initiativer som den nye handelsforening tager, når de kan løfte kvaliteten af bymidten (fysisk, oplevelsesmæssigt og visuelt)**, herunder initiativer til arrangementer.
- **Igangsæt en forskønnelse af Algades byrum.** Start med Torvet i den østlige ende af Algade, som rummer et stort potentiale som både hverdagsbyrm og til events.
- **Læg en plan for forskønnelsen af Torvet,** så det kan bidrage til byens handels- og kulturliv og bruges mere aktivt. På kort sigt (ved fx at involvere handelsforeningen) og på lang sigt (gennem investeringer i belægninger og inventar).
- **Skab en tydelig forbindelse fra Nykøbing Bymidte til Nordstrand** via Nordre Strandvej.

I Marielyst har man formået at transformere et udflydende og karakterløst område i bymidten til et stærkt identitetsskabende og samlende byrum.

Foto: LYTT Architecture

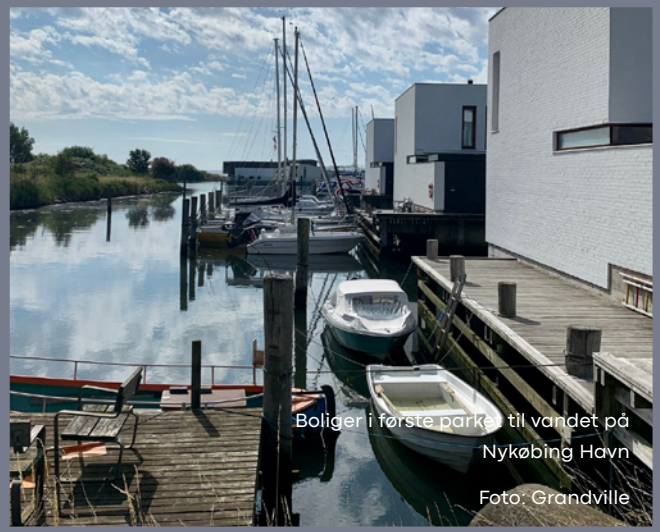
EN FRITIDSHAVN FOR ALLE

Potentialer

- **En stor havn, som rummer variation** – både i bebyggede arealer og de nære omkringliggende naturområder.
- **Qua havnens byncære og naturnære beliggenhed, rummer den i høj grad et potentiale som hverdags- og fritidshavn.** En havn hvor der er plads til forskellige aktiviteter med særligt fokus på forenings- og fritidslivet.
- **På tangen syd for selve havnen, er der planer om et foreningshus med fokus på friluftsliv.** Et sådant sted kan gøres til et stort aktiv for både byens borgere og besøgende. Særligt hvis (en del af) foreningshuset drives kommercielt. Fx med udlejning af friluftsudstyr såsom kajakker, surfgrej, mountainbikes mv. samt afholdelse af tilhørende undervisningskurser. Derudover vil en café i tilknytning til den kommercielle del ligeledes kunne bidrage til at det bliver et attraktivt sted at "hænge ud" for unge - og forældrene til de børn, som bruger et af foreningshusets tilbud.
- **Havnen vurderes at være det sted i Nykøbing, der er mest attraktivt ift. udvikling af byncær overnatning** i kraft af den attraktive placering lige ved vandet og i umiddelbar nærhed til byens resterende oplevelsestilbud (særligt bymidten og Anneberg Kulturpark).
- **Der er allerede ferieboliger på havnen, men der er arealer, som har stort potentiale til at øge den byncære overnatningskapacitet**, hvis der på nogle af disse arealer opføres ferieboliger og samtidig skabes et mere veldefineret udemiljø på havnen, som i dag fremstår fragmenteret og svær at danne overblik over.
- **Ferieboliger her vil dels kunne øge overnatnings-kapaciteten** i Nykøbing og understøtte hele byen og destinationen i en langt større del af året, og dels bidrage til oplevelsen af Nykøbing Havn.
- **I dele af en ny ferieboligbebyggelses stueetager vil der kunne integreres enkelte små butikker eller mindre spisesteder**, som supplement til det eksisterende ishus og restaurant.
- **Der er uudnyttede arealer langs Havnegade**, som, gennem forskønnelse eller aktivering, kan mindske den oplevede afstand til bymidten.
- Der er boliger, et kunstnerkollektiv (Kunstnerbyen) og andet erhverv på havnen, som giver et vist liv året rundt.

Udfordringer

- **Nykøbing havn ligger et stykke fra bymidten og omvendt.** Havnegade, som forbinder havn og bymidte, øger den mentale afstand. Der sker ikke meget på strækningen, hvor der ligger nogle outletbutikker, Ruwelbygningen med klatrefaciliteter som dog ikke afspejles udenfor, samt en række uudnyttede arealer. Tilsammen giver det et fragmenteret og uattraktivt forløb, som mentalt opleves som længere end gaden egentlig er.
- **Nykøbing Havn er relativt stor og bebyggelsen ligger spredt.** Det betyder, at havnen kan være svær at overskue ved ankomsten, og det kan være svært at finde derhen man ønsker, hvis man har et konkret ærinde.
- **Der er flere arealer som ikke er i brug på havnen eller som kun bruges ved særlige arrangementer.** Disse er placeret centrale steder, som ikke bidrager til oplevelsen af et sammenhængende havnemiljø.



Boliger i første parket til vandet på Nykøbing Havn

Foto: Grandville

Eksempel på overskudsarealer på Nykøbing Havn

Foto: Grandville

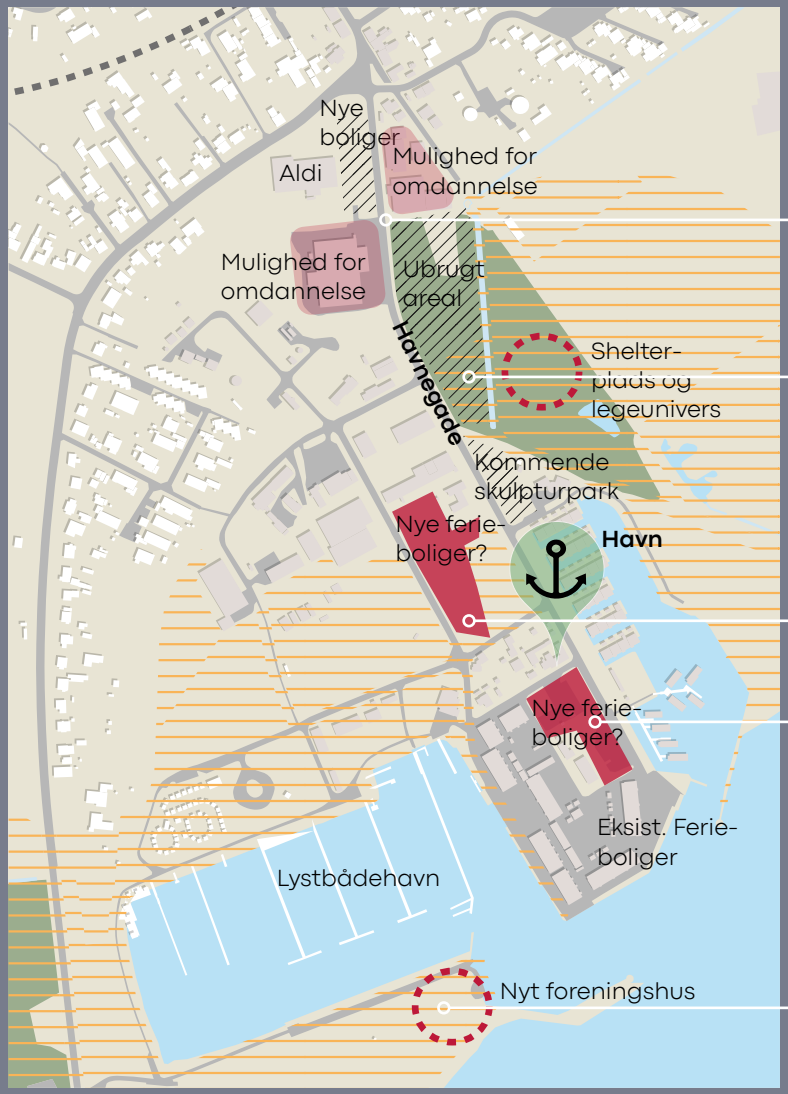
STRATEGI

- **Sæt de uudnyttede, eller kun sporadisk udnyttede arealer på havnen, i spil og brug dem til at fortætte havnen fysisk eller funktionelt.** Det kan fx være på (dele af) disse, der opføres flere ferieboliger, til gavn for byen og destinationen som helhed.
- **Understøt et Foreningshus og hjælp projektgruppen med at skærpe konceptet**, så deres projektmateriale har formt til at opnå fondsstøtte. Hav særligt fokus på at foreningshuset også kan rumme kommercielle aktiviteter.
- **Hjælp endvidere med afklaringer af diverse planmæssige forhold**, som skal håndteres i en realisering af Foreningshuset.
- **En forskønnelse af Havnegade, som forstærker sammenhængen mellem bymidten og havnen.** Det kan være en visuel forskønnelse, eller ved at benytte ubenyttede arealer til forskellige formål, der kan understøtte den samlede oplevelse af Havnegade i en positiv retning.

DET PRIMÆRE FOKUS I ET LØFT AF NYKØBING SOM BYDESTINATION

- **Når hele den samlede destination, Nykøbing skal løftes, kræver det en benhård prioritering**, for at få det optimale ud af synergiskabelser på tværs. Derfor anbefales følgende:

1. **Brug kommunale kræfter og midler i og omkring gågaden som det primære fokus.** Det er her centrum for byoplevelsen ligger og den skal styrkes ved at øge koncentrationen – og variationen – af oplevelser. **Koncentrér i stedet for at sprede** - gågaden er rygraden i oplevelsen af Nykøbing. **Skab de bedste vilkår for**



2 x omdannelsesarealer

På begge sider af Havnegade ligger i dag byggerier og arealer, som ikke bidrager positivt til den gadens fysiske fremtoning. På sigt kan der arbejdes med at disse arealer omdannes til ny anvendelse og understøtter et fysiske og oplevelsesmæssigt løft af Havnegade.

Ubenyttede arealer langs Havnegade

Aktiver disse arealer – enten visuelt eller funktionelt. Fx planlægges shelters og legeunivers på et af arealerne. Sørg for at "trække" disse ud mod Havnegade, så de er synlige.

2 x ubenyttede arealer på selve havnen

Attraktive arealer til nye ferieboliger, evt. suppleret med mindre butikker og spisesteder i dele af stueetagen. Muligheden for dette skal undersøges nærmere.

Foreningshuset

Foreningshuset kan blive et stort attraktiv på havnen, hvis det både kan rumme lokale foreninger og besøgende hvis det også har en kommerciel del med fx udlejning af vandsportsgrej, mountainbikes mv. og afholder tilhørende kurser. Hjælp projektgruppen medat realisere dette.

at udvikle et mere oplevelsesrigt, mangfoldigt og dermed fremtidssikret by- og handelsliv. `Porten til Odsherred` beskrives som et særskilt fyrtårnsprojekt på de følgende sider.

2. **Udvikl havnen som en fritidshavn med fokus på bynær overnatning** og evt. dertilhørende butikker + spisesteder / lystbådehavn / foreningshus (det er private investorer ift. ferieboliger og fonde ift. foreningshus, der i høj grad skal drive udviklingen).

Anneberg Kulturpark og Porten til Odsherred beskrives som særskilte fyrtårnsprojekter på side 30 og 39.

- **For at løfte den samlede bydestination skal synergier, fysisk og mentale sammenhænge mellem de tre områder være i fokus, uanset hvilket område der arbejdes med**, således de investeringer der lægges, kommer så mange som muligt til gavn ift. at kunne skabe øget omsætning og arbejdspladser.

START HER

Anbefalinger til Odsherred Kommune

- **Identificer mulige byggefelter egnet til ferieboliger, og indgå dialog mulige investorer herom.** Udarbejd en areal- og bebyggelsesplan.
- **Ny Lokalplan for havnen og havnegaden** som muliggør en ændret anvendelse og nybyggeri af ferieboliger.
- **Hjælp foreningshusets projektgruppe mod en realisering af huset**, herunder eks. hjælp til fundraising.
- **Sti til Nykøbing Bymidte og Anneberg Kulturpark** inkl. skiltning og wayfinding.

På havnen i Øster Hurup har man skabt en bebyggelse med moderne ferieboliger, hvor man får den mest attraktive placering ved vandet, samtdig med at man har mindre en fem minutter til bymidten med butikker, spisesteder m.v.

Foto: Dansk Sommerhusferie

Fyrtårn

Porten til Odsherred

Mere end et museum

'Porten til Odsherred'

MED FYRTÅRNET 'PORTEN TIL ODSHERRED' HAR MAN EN UNIK MULIGHED FOR AT SKABE ET OPLEVELSES- OG FORMIDLINGS-MÆSSIGT KNUDEPUNKT DER UNDERSTØTTER GEOPARKEN OG DE FIRE BEN LANDSKABET / KULTURHISTORIEN / KUNSTEN / FØDEVARERNE - EN VIGTIG BRIK I AT FÅ HEMMELIGHEDERNE SYNLIG- OG TILGÆNGELIGGJORT.

- **Odsherred mangler en stærk formidlings- og oplevelsesportal,** som dels kan styrke destinationens overordende fortælling, dels kan vise fra byen ud i resten af destinationen og dels kan styrke Nykøbing oplevelsesmæssigt. **'Porten til Odsherred' samler og nytænker Odsherred kulturhistoriske museum og Odsherred Kunstmuseum med et nyt Geopark formidlingscenter** samt en række andre funktioner - både kommercielle og ikke kommercielle - i et samlet oplevelsestilbud.
- **Museerne rummer i dag fortællingerne om solen, lyset og landskaberne** – en grundsten i kunsten- og kulturhistorien i området. Kunsten og kulturhistorien er indlysende de bærende fortællinger i museumskoncepterne. **Der er store potentialer i at tænke museerne sammen med et Geopark formidlingscenter** hvor man som besøgende kan få formidlet landskaberne, geologien og fødevarerne.
- **Anneberggård i udkanten af Nykobing**, hvor det kulturhistoriske Odsherred Museum har til huse, er sat til salg. Der er truffet politisk beslutning om at samle den kulturhistoriske museum med **Odsherred Kunstmuseum, der i dag ligger i Asnæs** og der er **behov for at finde en ny placering til det samlede museet.**
- De to museers nuværende fysiske rammer i både Nykøbing og Asnæs, rummer ikke mulighederne for at skabe museumsoplevelser, der er hverken fysisk, indholds- og formidlingsmæssig er moderne eller tidssvarende.
- **Museum Vestsjælland påtænker at lave den helt store basisudstilling om ikke bare Odsherreds men hele Midt- og Vestsjællands oldtid (stenalder til og med jernalder) i et nyt hus** bl.a. med flere af de nationale skatte og

Foto: Odsherred Kulturhistoriske Museum

MÅLGRUPPER

'Porten til Odsherred' kan blive nytænkende i en sådan form, at målgrupperne vil være mangeartede i løbet af året. Overordnet set er de drevet af lysten til at blive klogere og blive inspireret af den landsdel, de besøger. De vil gerne forstå, og de vil gerne føres videre ud i landet, hvor der kan opleves videre og mere, om Odsherreds særlige historier og kvaliteter.

Borgerne vil kunne bruge huset som et kulturhus, der inspirerer til besøg på forskellige tidspunkter af de åbne timer. 'Porten til Odsherred' vil give en fin "tilbygning" på Nykøbings profil som kultur- og handelsby og vil bidrage til borgernes positive selvforståelse.

Turisterne er både landliggerne, men også nye gæster med interesse inden for kunst, kultur, landskab, geologi og fødevarer vil finde den samlede oplevelses- og formidlingsportal tiltrækkende og være en anledning til at besøge Odsherred.

spektakulære fund fra hele Vestsjællands forhistorie, som Nationalmuseets direktør er parat til at langtidsudlåne til provinsen.

- **'Porten til Odsherred' er et ambitiøst og nytænkende hus, der samler og nytænker formidlingen af kunsten, kulturhistorien, landskaberne og fødevarerne i hele Odsherred.** Muligheden for tæt synergi og samtænkning fysisk, indholdsmæssigt, oplevelsesmæssigt og organisatorisk, vil kunne styrke enkeltdelene i huset og løfte dem til en ny liga. De forskellige dele vil kunne befrugte hinanden, og det tværfaglige samarvejde på tværs af aktører og organisationer, vil kunne skabe nytænkende greb på indhold, formidling og oplevelser på tværs.
- **'Porten til Odsherred' vil kunne blive den røde tråd, som formidler og binder store og små (hemmelige) oplevelser i hele Odsherred sammen**, og dermed en stærk, stedbunden attraktion beliggende centralt i Nykøbing, hvor der skabes formidlings- og oplevelsesmæssige tråde til hele destinationen.
- **En central placeringen i Nykøbing, gør at det er muligt at trække oplevelser og formidling ud i byen**, der skaber en tæt synergi mellem by, byrum og bygning - eksempelvis med udstillinger, formidlingslegeplads, bespisning/fødevarer m.v.

HVAD GØR FYRTÅRNET FOR ODSHERRED SOM SAMLET DESTINATION

- **'Porten til Odsherred' understøtter den bærende fortælling om Odsherred og Geoparken** - kunsten, kulturhistorien, landskaberne og fødevarene. En unik mulighed for at skærpe de mange stedbundne kvaliteter i ét samlet hus.
- **'Porten til Odsherred' vil udgøre en stærk oplevelses- og formidlingsportal,** der viser hvad resten af destinationen byder - placeret centralt i Nykøbing.
- **Styrke den oplevelsesmæssige og mentale kobling mellem Nykøbing og resten af Odsherred + Geoparken.**
- **Vil styrke hele destinationen ved at formidle hvad Odsherred bredt set byder på af små og større unikke og stedbundne oplevelser** - og på den måde meget konkret vise ud til de mange tilbud, og derved kunne understøtte vækst i omsætning og jobskabelse i hele Odsherred.

HVAD GØR FYRTÅRNET FOR NYKØBING

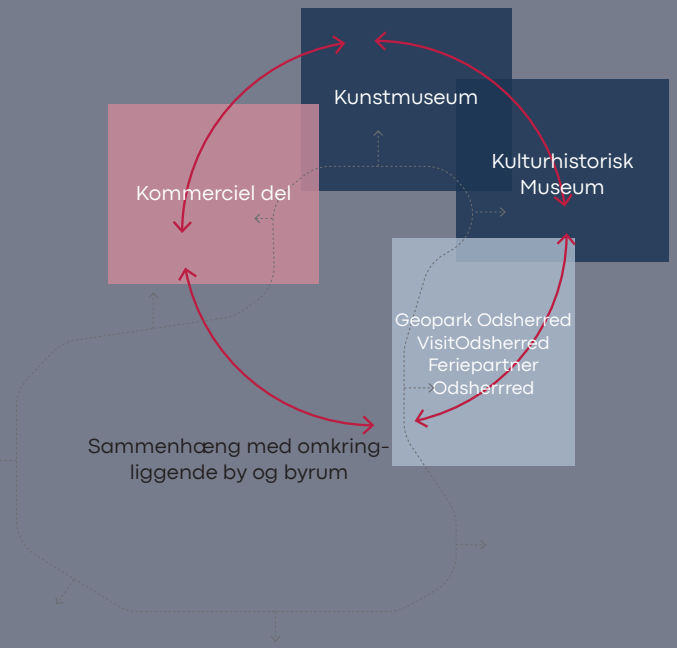
- **'Porten til Odsherred' styrker Nykøbing som oplevelsesrig handels- og kulturby - en central brik i at nå målsætningen om at blive en levende bydestination en større del af året.** 'Porten til Odsherred' er et helt centralt projekt ift. at styrke Nykøbing / bymidten / Algade som rygrad i byoplevelsen, og understøtter samtidig den overordnede målsætning om flere oplevelser af høj kvalitet i en større del af året.
- **Understøtter profilering af Nykøbing som kulturby.** Sammenhængen mellem 'Porten til Odsherred', det ny Odsherred Teater, Ung i Odsherred og Pakhuset med bibliotek og kulturhus – de kulturmæssige knudepunkter i bymidten - vil sammen udgøre en ny stærk kulturstreng, i tæt synergi med handelsgaden. 'Porten til Odsherred' har potentiale i at blive et bymæssigt ankerpunkt og løfte en del af Algade/bymidten, der i dag fremstår mindre levende og aktiv.
- **Handelsliv og kulturliv vil kunne befrugte hinanden** – det handler om at styrke Nykøbing som handels- og kulturby, hele året. Besøgende i handelsbyen vil naturligt møde den ny oplevelses- og formidlingsportal, mens besøgende i 'Porten til Odsherred' naturligt vil bruge og understøtte handels- og bylivet i Nykøbing/Algade.

Fra udstillingen 'Solens Land'
Foto: Odsherred Kulturhistoriske Museum

'Landskab og menneske' Holmer Trier: Ordrup Næs, 1940'erne, Odsherreds Kunstmuseum
Foto: Geopark Odsherred

STRATEGI

- **Der skal skabes en samlende fortælling og et fælles udgangspunkt for udviklingen af 'Porten til Odsherred' på tværs af aktørerne i det fremtidige fyrtårnsprojekt.** Der skal tænkes i direkte synergier på tværs af de forskellige dele af oplevelses- og formidlingsportalen.
- **Skab fysisk og organisatorisk sameksistens - synergi mellem medarbejdere** på kulturhistorisk museum, kunstmuseum, Geoparken/ VisitOdsherred samt andre (kommercielle) aktører i bygningskomplekset. Udnyt muligheden for at skabe nye samarbejder på tværs af fagligheder og arbejdsfelt. Ved at samle funktioner og mennesker, der alle på forskellig vis arbejder med kunsten, kulturhistorien, landskaberne og fødevarerne, har man – dette vil kunne styrke den løbende udvikling af koncepter, indhold, formidling og aktiviteter i det nye hus og byen omkring.
- **Skab aktivering af - og sammenhæng mellem bygning(er) og byrum** - vil kunne binde fyrtårn og by sammen. Den omkringliggende by og byrummene omkring skal tænkes aktivt ind i udviklingen af stedet – den bymæssige placering giver mulighed for at tænke de enkelte funktioner ud i byen og byrummet og blive et bylivsmæssigt knudepunkt både ude i byrummene og inde i bygningerne.
- **Det er centralt med et højt ambitionsniveau i udviklingen af fyrtårnet** og sammentænkningen af oplevelsesudbud og i synergien mellem dem, hvis man skal løfte fyrtårnets fulde potentiale:
    - **Geopark Formidlingscenter** – et nytænkende formidlingscenter for Geoparken / dens fire ben, der formidler landskaber, oplevelser og historien om og i Geoparken og Odsherred.
    - **Museumsdel** – moderne og nytænkende formidling og aktivering af kunsten og kulturhistorien (både faste og skiftende udstillinger, suppleret med åbne/arbejdende værksteder for kunsthåndværkere, arkæologi, aktiv formidling ude i byen og landskabet m.v.)
    - **VisitOdsherred/Feriepartner Odsherred** – et nytænkende og anderledes turistkontor, der ligger integreret med flere attraktioner, giver muligheden for 1:1 at vise hvad Odsherred byder på - en portal til destinationen.
    - **Kommerciel del** – særligt fokus på fødevarer (spisested (er)/ salg af fødevarer / bryggeri / destilleri m.v.)
    - **Byrum** - fokus på at skabe byrum, der trækker indholdet ud i byens rum og skaber rammerne for en ny typer byliv i tilknytning til oplevelses- og formidlingsportalen - et sted der inviterer ind og skaber sammenhæng mellem by, byrum og bygning(er).
- **Tæt samarbejde mellem de involverede parter i udviklingen og realiseringen af projektet.** Der skal prioriteres tid og ressourcer og skabes et stærkt fælles grundlag. **Den rette organisering vil have stor betydning for om man kan lykkes med et projekt som dette** - det skal ses som et fælles projekt i sin helhed.
- **Et vigtigt første skridt i den fremadrettede proces er at få udarbejdet en egentlig forundersøgelse**, der udvikler, kvalificereret og præciserer idé, vision, indhold samt fysisk og forretningsmæssigt koncept.
    - **Forundersøgelsen skal teste konceptets holdbarhed** ift. målgrupper, indhold, organisation, finansiering og drift samt



De fysiske, oplevelsesmæssige og organisatoriske synergier, der kan opstå mellem de forskellige funktioner og aktører i 'Porten til Odsherred', vil kunne løfte de forskellige indholdsdele til et nyt niveau og samlet set blive en unikt, nytænkende og stærkt oplevelsestilbud relevant for både borgere og besøgende - et levende og foranderligt hus i hjertet af Nykøbing.

indeholde en konkret handleplan inkl. anbefalinger til den videre proces.

- **En del af forundersøgelsen er at udarbejde en markedsanalyse** der undersøger og præciserer fyrtårnets marked, konkurrencesituation og det kommercielle potentiale.
- **En del af forundersøgelsen skal belyse og identificere hvilke typer af kommercielle aktører, der kunne tænkes ind i konceptet**, og hvad de skal kunne for at understøtte og styrke den samlede fortælling om Odsherreds kunst, kulturhistorie, landskaber og ikke mindst fødevarer. Huset kan blive en vindue til resten af destinationen og de små aktører, der er spredt ud over hele Odsherred.
- **En egentlig placeringsanalyse, anbefales at være en del af forundersøgelsen.**

- **Odsherred Kommune har som første primære opgave at afklare fysisk placering** og udgangspunktet for de fysiske rammer der skal udvikles indhold i.
- **Museum Vestsjælland har som primær opgave at udvikle indhold til kunsten og kulturhistorien / Geopark Odsherred har som primær opgave at udvikle indhold på landskaber, geologi m.v.**. Udviklingen af den indholds- og formidlingsmæssige del vil samtidig kunne fungere som afprøvning af hvordan de forskellige fagligheder på tværs af organisationer kan udvikle et fælles fyrtårn!

Faktabox:

Odsherred Kunstmuseum i dag:

Odsherred Kunstmuseum er i dag beliggende i Asnæs. Museet huser primært billedkunst af gruppen af Odsherredmalere, der fra 1930`erne bosatte sig på egnen og lod sig inspirere af lyset, landskabet og livet i bakkelandet. Det særprægede og afvekslende landskab med det høje lys har igennem mere end 150 år tiltrukket kunstnerne, og landskabsmaleriet præger i høj grad samlingen på Odsherreds Kunstmuseum. Det er her muligt at opleve en nær forbindelse mellem billedet og den omverden, hvorfra det stammer. Oplev, hvordan det høje lys og landskabet lige uden for døren er blevet fortolket figurativt og naturalistisk af blandt andre Kaj Ejstrup, Lauritz Hartz, Karl Bovin, Sigurd Swane og Th. Philipsen.

Som sit særpræg har Odsherreds Kunstmuseum naturligt nok først og fremmest valgt at specialisere sig i landskabskunsten, og det er museets mål at vise landskabsmaleriet udvikling fra dets udspring i guldalderen og frem til i dag. Udover den faste samling, er der løbende særudstillinger på museet, bl.a. når museet ind imellem udstiller spændende nutidskunst.

Besøgstal 2020: 8.864

Museum Odsherred i dag:

Museum Odsherred er områdets kulturhistoriske museum, og er i dag beliggende i Anneberggård i udkanten af Nykøbing. Odsherreds Museum skildrer forskellige kulturhistoriske perioder i Odsherred og omverdenen fra oldtid til nyere tids turisme. Besøg f.eks. de tre udstillinger Solens Land, Slaget på Isefjorden og Historier fra Sommerlandet.

Oplev også det nordeuropæiske digitale formidlingsprojekt, Empire of the Sun, som tager afsæt i udvalgte highlights fra den europæiske kulturarv: Solvognen fra Trundholm Mose i Odsherred, Nebraskiven fra Halle i Tyskland (med verdens ældste gengivelse af himmelhvælvet) samt helleristningerne i Bohuslän i Sverige.

Besøgstal 2020: 6.232

FYSIK
Behov m2 (indledende estimat):

- Museums-del: 2000 m2 (ønske fra museum – skal kvalificeres i næste fase)
- Geopark Odsherred / VisitOdsherred / Feriepartner Odsherred: m2-behov skal kvalificeres i næste fase
- Kommerciel del: m2-behov skal kvalificeres i næste fase
- I alt estimeres umiddelbart ca. 4.000 m2 (det samlede estimat er højt sat, og skal kvalificeres når man går igang med at udvikle koncepter og synergi mellem de forskellige dele i den samlede oplevelses- og formidlingsportal).

Placering

Der er på nuværende tidspunkt to placeringer i bymidten i spil:

- *Placering A – Mercedes-grunden*
- *Placering B – Grundtvigsskolen*

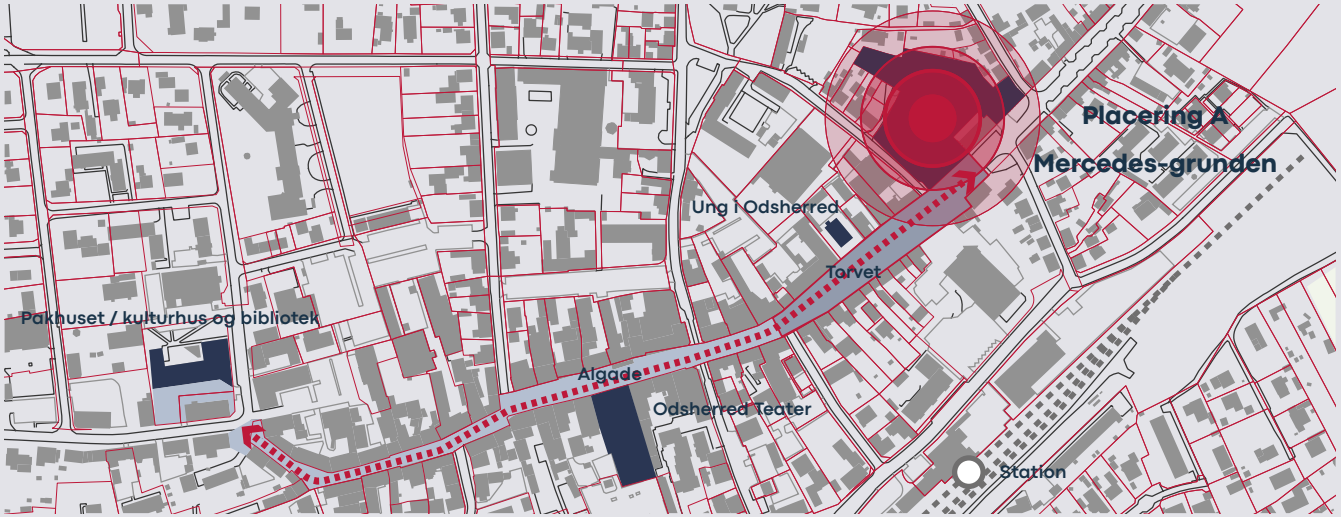
De to mulige grunde rummer hver især en række fordele og ulemper.

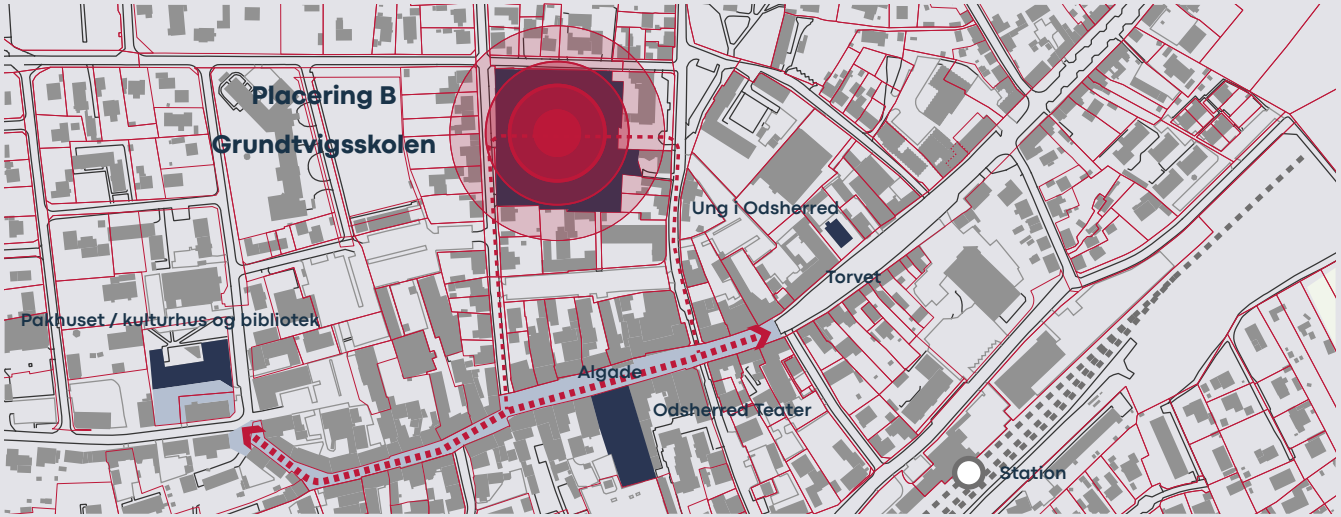
Placering A – Mercedes-grunden:

- Grundareal: ca. 4000 m2
- Bevaringsværdige bygninger: 0 m2

Fordele:

- **Optimal placering på Algade giver mulighed at skabe et bymæssigt ankerpunkt** i den østlige del





af bymidten/gågaden – understøtter optimalt kultur-, by- og handelslivet i Nykøbing som helhed.

- **Direkte tilknytning til Algade og torvet**, giver optimale muligheder for at udvikle og aktivere en del af bymidten, der opleves mindre aktiv og oplevelsesrig i dag.
- **På Mercedes-grunden vil der skulle bygges nyt fra bunden, hvilket giver de optimale muligheder for at skræddersy bygningskomplekset**, så det imødekommer ønsker, behov og krav til nytænkende, moderne og levende funktioner, der skal udgøre det samlede fyrtårn.

Ulemper:

- **Grunden er ikke ejet af Odsherred Kommune**, og skal derfor erhverves. Risiko for at grundejer sælger grunden til anden side.
- **De eksisterende bygninger på området skal nedrives og det skal undersøges i hvilken grad grunden er forurenet** og om der er behov for at jorden skal oprenses inden man kan gå i gang med nybyggeri.
- **Det kræver økonomiske investeringer allerede inden man går i gang med at kunne bygge.**

Placering B – Grundtvigsskolen:

- Grundareal: 8791 m2
- Bevaringsværdige bygninger: 1971 m2
- Eksisterende bygninger: 5384 m2

Fordele:

- **Grunden er centralt placeret i Nykøbing**, tæt på grønt område, parkering og hovedgade
- **Grundtvigsskolen rummer eksisterende bygningsmasse**, deriblandt en bevaringsværdig del, som har mere end nok m2 til at rumme museet og øvrige funktioner.
- **Det er grundlæggende mere bæredygtigt at transformere eksisterende bygningsmasse, ift. at bygge nyt fra bunden.** Transformation af bygningsarven/bevaringsværdige bygninger er på dagsordenen hos nogle af de toneangivende fonde, hvor man vil skulle hente medfinansiering.
- **Odsherred Kommune ejer grund og bygninger.**

Ulemper:

- **Placeringen på hjørnet af Grundvigsvej og Billesvej ligger fysisk og oplevelsesmæssigt afkoblet fra gågaden/Algade** på trods af den bymæssigt centrale placering. **Der vil ikke være mulighed for at understøtte kultur-, by- og handelsliv lige så direkte som på Mercedes-grunden.**
- **De eksisterende fysiske rammer, rummer ikke nødvendigvis optimale rammer for at udvikle et bygningskompleks, der imødekommer de ønsker, behov og krav, der er til de funktioner der skal være en del af det samlede fyrtårn.**
- **Der er umiddelbart for mange m2 bygningsmasse** på Grundtvigsskolen og en del af de eksisterende m2 er ikke nødvendigvis brugbare ift. til behov/en del vurderes ikke at have en stand/kvalitet/værdi, der understøtter en transformation.
- **Det er ikke nødvendigvis billigere at transformere ift. at bygge nyt.**

Grundtvigsskolen
Et fint eksempel på Bedre Byggeskiks bebyggelse
Foto: Odsherred Kommune

Mercedes-grunden
En en forladt og nedslidt plet i enden af Algade/på Torvet.
Foto: Grandville

START HER
Anbefalinger til Odsherred Kommune

- **Nedsæt en arbejds- og styregruppe** omkring projektet.
- **Besøg to-tre steder der har udviklet nye koncepter i museumsregi.**
- **Afklare placering** og evt. grundkøb.
- **Afklaring af hvilke overordnede funktioner der skal være i 'Porten til Odsherred'** og udarbejd en eller flere grundfortællinger samt identificer relationer til omgivelserne.
- **Afsæt midler** til forundersøgelse og markedsanalyse.
- **Udarbejd forundersøgelse og markedsanalyse** med dertilhørende handleplan inkl. anbefalinger til den videre proces (rådgiverivere: udstillingsdesignere).
- **Indled dialog med mulige kommercielle aktører** i bygninge.n
- **Indled dialog med fonde om finansiering** af forundersøgelse, arkitektkonkurrence samt anlæg af nybyggeri og/eller transformation af eksisterende bygningsmasse.
- **Udarbejd en plan for Odsherred Museums midlertidige virke.**
- **Nedsæt Fyrtårnsgruppe med de øvrige fyrtårne**

ESTIMEREDE M-PRISER:

- Kulturbyggeri: ca. kr. 25.000 pr. m2
  (ex. 4000 m2 X 25.000 = 100.000 mio. kr)
- Udstilling: ca. kr. 25.000 pr. m2
  (ex. 1000 m2 X 25.000 = 25.000 mio kr)
- Byrum: estimat 20 mio kr. +

På M/S Museet for Søfart har man arbejdet målrette med at skabe nytænkende formidlingskoncepter og udstillingsdesign der formidler smalle emner til mange målgrupper

Foto: M/S Museet for Søfart

Eksempler til inspiration

Foto: Bornholms Museum / James Carpenter Design Associates

Bornhoms Museum

Projekt:

På Bornholm er man i gang med at skabe et nyt samlet museumscenter, er skal huse øens to statsanerkendte museer og skabe den bedst mulige oplevelse for museernes gæster. Gennem varieret, tværgående formidling på tværs mellem to museer, skabes en museumsattraktion af meget høj kaliber.

Ved at placere Bornholms Museum og Bornholms Kunstmuseum på samme sted, skabes der en, i dansk sammenhæng, unik enhed.

Det vil stadig være to adskilte museer, de vil blot have beliggenhed samme sted. Derudover vil Bornholms Kunstmuseums fantastiske bygning samtidigt blive udvidet med et museum for Bornholms unikke lyskunst.

Visionen er udover en fælles bygning også en nytænkning af museernes rolle samt fælles tværgående formidling og drift

Foto: Realdania

Maltfabrikken, Ebeltoft

Projekt:
Den oprindelige maltfabrik blev grundlagt af købmand Søren Buchtrup Lundberg i 1861, og producerede malt helt frem til lukningen i 1998. Herefter forfaldt bygningerne og var en overgang truet af nedrivning. I dag er Maltfabrikken transformeret til folkets fabrik – et nyt bymæssigt knudepunkt, der samler borgere og besøgende i Ebeltoft.

På ildsjæle-initiativ blev Maltfabrikken genskabt og åbnede som Folkets Fabrik i 2020 – et sted for kunst, kultur, erhverv og iværksætteri. Stedets mange nye faciliteter inkluderer kulturhus, bibliotek, museum, ungekulturmiljø, Artists-in-Residence, klynge af kreative erhvervsdrivende, mikrobryggeri og meget mere.

En unik ejerstruktur i tre `ejerlejligheder`, gør at huset ejes og drives i fælleskab mellem kommune, virksomheder og foreninger.

Fyrtårn

Anneberg Kulturpark

Oplevelser for alle sanser i Annebergparken

- høj kvalitet i en samlet oplevelsespakke

ANNEBERG KULTURPARK SKAL SES I SAMMENHÆNG MED NYKØBING OG RESTEN AF DESTINATIONEN, SOM EN MEGET VIGTIG BRIK I ODSHERREDS SAMLEDE INDSATS I UDVIKLINGEN AF EN EGENTLIG DESTINATION. TRANSFORMATIONEN AF DET UNIKKE HISTORISKE BYGNINGS- OG HAVEANLÆG FRA SINDSSYGEHOSPITAL TIL OPLEVELSESSPÆKKET KULTURPARK, DER AKTIVT SAMMENTÆNKER OG TILGÆNGELIGGØR FØDEVARENE, KUNSTEN, KULTURHISTORIEN OG LANDSKABET FOR DE BESØGENDE. EN SAMLET OPLEVELSESPAKKE, DER AKTIVERER ODSHERREDS STEDBUNDNE KVALITETER.

- **Anneberg er en unik historisk, arkitektonisk og oplevelsesmæssig perle i området.**
- **Anneberg blev taget i brug for godt 100 år siden** som et moderne sindsygehospital, opbygget med udgangspunkt i tidens moderne behandlingsmæssige og arkitektoniske strømninger.
- **En selvforsynende enhed smukt placeret i landskabet,** hvor principperne fra Havebyerne og bedre Byggeskik går op i en højere enhed.
- **Denne unikke kombination er grundlaget for, at anlægget enten er fredet eller erklæret bevaringsværdigt,** og derfor nyder fredningsmyndighedernes særlige opmærksomhed.
- Ændrede forhold i behandlingsmetoder og den administrative arbejdsdeling betød, at Anneberg blev utidssvarende i forhold til sit oprindelige formål, og derfor sat til salg. Det har betydet, at Anneberg i 2018 blev erhvervet af GGAP Aps - og fra 2019 blev markedsført som Anneberg Kulturpark.

Anneberg i Odsherred

Anneberg ligger isoleret. Det var netop meningen med placeringen af tidens psykiatriske institutioner. Efter anlægget har skiftet funktion indgår det imidlertid som et centralt fyrtårn i udviklingen af bydestinationen Nykøbing.

- **Et besøg i Nykøbing som destinationens primære turistby, vil være oplagt at kombinere med et besøg i Anneberg Kulturpark og omvendt.**
- **Anneberg Kulturpark er med sin placering først og fremmest et "bilmål",** men en sammenbindende fortælling om, bymidten, havnen, teater, museer og Geoparken mv. vil skabe et nyt produkt, som inviterer til længere ophold og dermed overnatning og øget forbrug.
- **Der er netop behov for at synlig- og tilgængeliggøre den samlende fortælling**, kombineret med wayfinding, der understøtter og styrker de eksisterende fysiske forbindelser til og fra Anneberg Kulturpark.

Anneberg Kulturpark

Siden erhvervelsen har der været fuld fart på udviklingen, og der er lagt en imponerende indsats ift. at udvikle et nyt, stærkt besøgsmål, der samler mange små og store oplevelser og aktører sammen. Den samlede organisation er gået fra 0 personer og ingen aktivitet i området i 2018, til i dag, hvor der er ca. 100 personer, der har deres daglige gang i Anneberg Kulturpark og er med til at udvikle kulturparken. Derudover er der opstartet samarbejde med en lang række af partnere lokalt, regionalt og nationalt. Indsatsen siden 2018 er indsatser kørt i to overordnede spor.

- **Det ene spor har været rettet mod anlæggets fysiske dele.** Det har været koncentreret om at sikre bygningsmasse, at genskabe oprindelige historiske træk og, i respekt for bygnings- og kulturarven, åbne for muligheder for nye anvendelser, der kan danne afsæt for den fortsatte eksistens på et sikkert grundlag.

Forskellige events og aktiviteter fylder anlæggets bygninger og haverum med mennesker

Foto: Anneberg Kulturpark

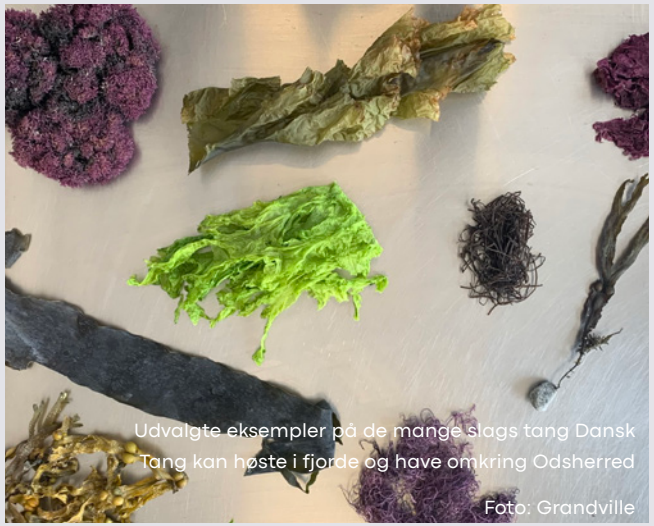
Bygnings- og parkanlæg smelter sammen med det omkringliggende landskab

Foto: Grandville

- **Det andet spor er strategisk og rettet mod områdets og de enkelte bygningers fremtidige anvendelse.**
- Det strategiske arbejde fokuserer i overskrifter på en række forskellige aktiviteter, der indgår i en samlet symbiose:
    - **Kulturhistorien** – historien om psykiatrien generelt og på stedet, der findes bl.a. fredet skovkirkegård og kapel med desiktionsstue, hvor man fjernede afdødes hjerner, fordi man ønskede at finde ud af, hvorfor folk var sindssyge.
    - **Kunsten** – en kunstklynge med arbejdende værksteder og løbende udstilling af værker, midlertidige som permanente.
    - **Parken** – et målrettet arbejde for at genetablere den oprindelige haveplan og styrke fortællingen om det unikke haveanlæg, som vil kunne spille en væsentlig rolle i oplevelsen af det samlede kulturmiljø.
    - **Gastronomi** – igangværende indsats for at drive MOTA, en gastronomisk restaurant på højeste niveau. I forsommeren 2022 åbner der ligeledes en café.
    - **Fødevarehub** – et laboratorium for at undersøge og udvikle bæredygtige produkter til et stadigt stigende marked, herunder tang. Nationalt Center for Fødevarer (NCLF) er beliggende i Anneberg Kulturpark.
    - **Hotel- og konferencevirksomhed** – baseret på forskellige koncepter, det eksklusive gennem modernisering af bestående bygning og det mindre eksklusive ved at bygge på allerede eksisterende faciliteter i forbindelse med Odsherreds Teaters tidligere bygninger.
    - **Oplevelser og events** – konferencer, koncerter, markeder, festivaler (Temaer: Tang, istid, litteratur, Geopark, verdensmål, ØL, Grand Cru, Selvforsyning, Gravel mv.) udstillinger, kurser, landart, butik, museum og galleri mv. hvor de første mange begivenheder allerede er afviklet og endnu flere er i støbeskeen.
- **Samlet set er Anneberg Kulturpark igang med en udvikling mod at kunne tilbyde den besøgende en samlet oplevelsespakke af høj kvalitet** indenfor fødevarer, gastronomi, kunst, kultur(historie) og overnatning - et unikt produkt, der ikke findes andre steder i destinationen (eller i nærheden af den)!

Fælles værdigrundlag

- **Sigtet har siden 2018 været, at tage udgangspunkt i de historiske værdier: hvordan fortidens anvendelse kobles med fremtiden.** Gennem samarbejdet med Anneberg kan følgende bærende værdier udledes:
    - **Klasse** – de aktiviteter, der udvikles i Anneberg Kulturpark skal matche anlæggets høje arkitektoniske niveau i stort og småt.
    - **Klima** – de store klimatiske udfordringer vi globalt står overfor tænkes ind i alle Annebergprojekter, som skal være med til at vise nye veje til ændret og mere klimavenlig adfærd. Den kommende skulpturpark "17 Goals on my Mind" bliver en attraktion i sig selv, men er også en reminder om, at vi skal tænke os om i forhold til klima- og bæredygtighed.
    - **Kunnen** – Annebergparken er et unikt og sammenhængende kulturmiljø, der vidner om meget høj arkitektonisk og håndværksmæssig kvalitet. Det er er en vigtig del af sjælen i Anneberg og videreføres, så alle medvirkende ser det som en forpligtelse at løfte kulturarven.



Udvalgte eksempler på de mange slags tang Dansk Tang kan høste i fjorde og have omkring Odsherred

Foto: Grandville

De lokalt dyrkede råvarer er grundlaget for måltiderne hos MOTA og ATOM

Foto: Grandville

HVAD GØR FYRTÅRNET FOR ODSHERRED SOM SAMLET DESTINATION

- **Anneberg Kulturpark styrker destinationen med et nyt stærkt besøgsmål** - hvor den den samlede oplevelsespakke af høj kvalitet vil bibringe Odsherred et unikt produkt, der tiltrækker målgrupper året rundt.
- **Anneberg Kulturparks grundfortælling understøtter og aktiverer destinationens samlede stedbundne fortælling om fødevarer, kunst, kulturhistorie og landskab** - og bygger nye oplevelseslag på parken og bygningsmassen - og styrker anlægget som helhed.

HVAD GØR FYRTÅRNET FOR BYDESTINATIONERNE

- **Anneberg Kulturpark vil kunne styrke Nykøbing som besøgsmål, der med sit stærke koncept og høje kvalitet, vil kunne tiltrække nye besøgende** - dette vil styrke Nykøbing som helhed og kunne have positiv afsmittende effekt på bl.a. bymidtens handels-, kultur- og byliv.
- **Anneberg Kulturpark styrker Nykøbings profil som kultur- og oplevelsesdestination**, der supplerer de kommunale kulturelle funktioner, der i stigende grad samles i bymidten.
- **Anneberg Kulturpark vil med sit oplevelsesudbud være en vigtig brik i at understøtte styrkelsen af Nykøbing som en helårs bydestination.**

Det sammenhængende kulturmiljø med de karakteristiske gule og røde bygninger placeret elegant i den landskabelige park

Foto: Anneberg Kulturpark

MÅLGRUPPER

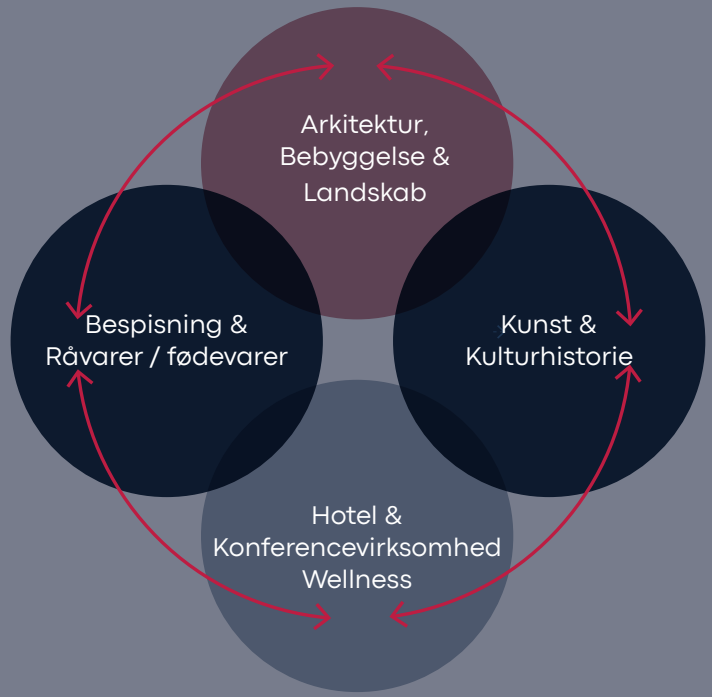
Udviklingen af Anneberg er central for tiltrækning af nye målgrupper, som søger kultur, kulturhistorie, gastronomi, bæredygtige fødevarer, kunst, welness for krop og sjæl og innovation inden for disse områder. Disse gæster er nysgerrige på egnens øvrige oplevelser – på den sammenhæng og fortælling, som Anneberg indgår i med sin mangfoldighed. Samtidig er det en målgruppe, som gennem deres betalingsvillighed rammer præcist i forhold til målet om at skabe øget omsætning og jobskabelse på egnen.

Erhvervsturisme er et attraktivt segment, idet Anneberg på en gang rummer gode konferencefaciliteter og de gode oplevelser lige uden for døren, der er med til at gøre enhver konference og ethvert seminar til en helt speciel oplevelse med supplementer til de faglige formål.

Det patchwork af muligheder og tilbud, som Anneberg udgør, kan dels ses som en samlet attraktion, dels som enkeltbrikker, der hver især tiltrækker turister med helt særlige interesser, her spiller ikke mindst restauranterne med deres sublime niveau en helt særlig rolle.

STRATEGI
Annebergparken er et lille samfund – som fra start har været til hensigt, at " kunne klare sig selv". Dette er stadigvæk tilfældet, bare med andre elementer end 1000 syge og 1000 ansatte. Nu er det endnu mere mangfoldigt, og findes ikke lige andre steder. Strategien for Anneberg Kulturpark er under løbende realisering gennem konkrete indsatser indenfor de en række indsatsområder, som foldes ud i det følgende.

- **Arkitektur- og kulturhistorien** er synlig overalt. Det løbende arbejde med formidling, bevaring og omdannelse, er på en gang en mulighed og en udfordring – ikke mindst af økonomisk art. Det kræver derfor et nært samarbejde med myndigheder og fagfolk at skabe de rette rammer for moderne virksomhedsdrift i fredede og bevaringsværdige bygninger, hvilket er en basal nødvendighed for at sikre et solidt økonomisk driftsgrundlag. Dette arbejde er på en gang en central del af virksomhedens egen forretningsplan og samarbejdet med relevante myndigheder, ikke mindst kommunen som den lokale planmyndighed.
- **Kunsten** har sin basis i de allerede etablerede værksteder, hvor en kreds af kunstnere i fællesskab har etableret en klynge for produktion, udstilling og salg. I anlæggets centrale gårdrum er der løbende udstillinger med forskellige temaer, ofte med klima som bærende fællesnævner.
- Strategisk er der udviklet et fundament, som målrettet vil kunne bruges til at supplere de igangværende aktiviteter med kunstnere og værker på nationalt og internationalt niveau, som vil tiltrække betalende besøgende fra en større geografi, og kan danne grundlag for pop-up galleri på kommercielle vilkår.
- Et større udviklingsprojekt skal snart igang med realisering, nemlig **skulpturparken 17 Goals on My Mind**, som i sig selv vil blive en stor attraktion, med skulpturer, der tager udgangspunkt i de 17 verdensmål.
- **Parken** er en vigtig del af det samlede oprindelige anlæg og er af den grund vigtig at få genetableret. Den kan samtidig løfte Annebergs kvalitet som besøgsmål og opholdssted. Anlægget af det historiske haveanlæg er i et vadested. Det er muligt at finde anlægsinvestering, men det kræver, at driftsfinancieringen er på plads. Der er mange frivillige, som gerne vil hjælpe med at vedligeholde haven, men en aftale mangler at falde på plads. Kommunen kan ikke indgå i driften af skønvirkehaven, da den er et privat eje
- **Gastronomi** er en bærende del af Annebergs profil. Mota er stærkt på vej på trods af coronaens forhindringer. Forretningsmæssigt er der en nær sammenhæng mellem hotel- og restaurationsvirksomheden således, at brug af hotelfaciliteter forudsætter, at forplejning sker fra restuaranterne. Et næste skridt i udbygningen af indsatsområdet er etableringen af en cafe, som skal dække behovet hos besøgende på et kortere ophold.
- **Fødevarehubbet** er et allerede eksisterende fællesskab under op- og udbygning. En række unikke fødevareproducenter har fundet rammer og fællesskab i området og producerer til markeder langt udenfor lokalområdet og taler stærkt ind i klimadagsordenen. I forhold til fødevareproduktionen spiller kompetencer en central rolle. Områdets producenter af mad og råvarer på meget højt niveau, indeholder et stort potentiale for at udvikle nye produktionsmetoder, ny teknologi samt for at udvide med tilbud om nydelse, lære, kurser, skræddersyede hands-on-oplevelser mv.



I Anneberg Kulturpark er det den høje kvalitet i hele den samlede oplevelsespakke, der tilsammen udgør et stærk udviklingsmæssigt fyrtårn for turisme- og oplevelsesøkonomien i Nykøbing og Odsherred. Der vil kunne skabes stærk synergi mellem de forskellige oplevelses- og overnatningsmuligheder, og der er igang med at blive udviklet et unikt tilbud for de besøgende.

- **NCLF bliver en mere synlig spiller i fremtiden, og vil dermed også være med til at styrke den fødevarerelaterede del.** De er godt i gang med at få landet Absalon og RUC som beboere i en form, der på sigt kan trække hele uddannelser til Odsherred (diplom og bachelor).
- **En særlig fokusering af erhvervsfremmeindsatsen** i dette område vurderes at have et stort potentiale og er dermed et grundlag for en øget huslejeindtægt.
- **Udvikling og realisering af hotelkapacitet** er et stærkt forretningsmæssigt element i den samlede strategi. Det er allerede i dag muligt at afvikle arrangementer som kurser og konferencer kombineret med overnatning, men i løbet af de kommende par år udvides kapaciteten væsentligt med et større og mere eksklusivt udbud. Det er en meget vigtig brik i tilknytning til den overordnede strategi for udviklingen af turismen i Odsherred, idet netop overnatninger fordelt over hele året skaber et styrket forretningsgrundlag.
- **Hotelvirksomheden sammen med "stedets ånd" fører videre til etableringen af virksomheder i en egentlig wellness-klynge**, som dækker ønsker og behov hos de turister, der i særlig grad søger oplevelser og udfordring for krop og sjæl, som Anneberg er på vej til at udvikle sig til.
- Strategien indenfor hotelområdet kræver et indgående samarbejde med stærke aktører både hvad angår identifikationen af de rette nye samarbejdspartnere og behovet for en fortsat målrettet synliggørelse.
- Nyeste skud på stammen af ideer er udvikling af "Cultureshares". Ideen går ud på, at sælge nogle af de rum, hvor hospitalets ansatte boede som timeshares a la La Santa-konceptet, men hvor fokus i aktiviteterne er kultur og sundhed. Ægte rekreation (forstået som re-creation), hvor du vender tilbage styrket fysisk og mentalt. At holde ferie i dit eget land, vil samtidig være klimavenlig og bæredygtig. Planen er at disse gæster kommer på primært kommer forår og efterår til et boost. På denne måde får alle aktørerne noget at leve af i form af kurser og aktiviteter, bruger faciliteterne udenfor højsæson og gentagne kunder er desuden de billigste, da man sparer markedsføring og praktik, da de kender forholdene. Konceptet giver folk lov til at eje en lille del af kulturparken, og ligesom ved andre timeshares, vil de komme for at mødes med de mennesker, der har `shares` på samme tid
- **Oplevelserne** på Anneberg vokser frem. Det gælder koncerter, udstillinger, markeder mv.
- I strategisk sammenhæng er det til stadighed en udfordring at arbejde med sammenhængen mellem det gratis og det kommercielle kombineret med sammenhængen mellem det almindelige og det unikke. Det ene udelukker ikke det andet, men det unikke kræver en særlig indsats såvel, hvad angår udvikling som markedsføring.

Udfordringer

- **Anneberg er et univers af muligheder, men samtidig også en løbende udfordring med at få de mange brikker lagt rigtigtl og i rigtig rækkefølge**, så der til stadighed er de nødvendige driftsindtægter, kvalitativt og kvantitativt, til at dække nye investeringer. Dette bør ses i sammenhæng med arbejdet hos andre aktører, som for eksempel markedsføring og kommunale erhvervsfremme- og anlægsaktiviteter.
- **I denne forbindelse er det en helt central opgave at brande Anneberg ved at blive synlig de rigtige steder** i relation til præcise målgrupper og løbende styrke samarbejdet med relevante organisationer lokalt, nationalt og internationalt.
- **I takt med udviklingen af Anneberg Kulturpark stilles der stigende organisatoriske krav.** Dette er naturligvis et internt anliggende for virksomheden, men et stærkt fokus på funktioner som bestyrelse, advisory board og såvel lokale som eksklusive netværk vil være en permanent opgave. **I denne opgave spiller et nært samarbejde med kommunens erhvervs- og turismeindsats en central rolle.**

FYSIK

Arbejdet med den Strategisk-fysiske Udviklingsplan har afdækket forskellige ønsker og behov:

1. **Der skal arbejdes målrettet med fundraising, evt. med hjælp fra Odsherred Kommune.** Da det er en løbende udfordring at tiltrække økonomi til vedligeholdelse og nyindretning af de fredede og bevaringsværdige bygninger, som i sig selv er besøget værd. Færdiggørelse af renoveringen af Lærkehus og de 35 værelser.
2. **Etablering af eksklusivt hotel, Egehus, kombineret med welness-faciliteter** i enten badeanstalten eller sundhedsklinikken, på baggrund af etapeplan, der sikrer skarp markedsføring på rette tidspunkt og i relation til de centrale målgrupper.
3. **Genetablering af det oprindelige haveanlæg** er en vigtig brik i udbygningen af Annebergs rekreative og meditative værdi. Anlægsfinansieringen er endnu ikke på plads, for at dette kan lykkes skal der en løsning på det efterfølgende behov for drift og vedligehold – f. eks. gennem en forening "Annebergs Venner", som yder samtidig med, at de nyder særlige privilegier.
4. **Annebergs fortsatte succes nødvendiggør øget parkeringskapacitet**, som ikke kan løses indenfor området af såvel plads- som bevaringsårsager. Der skal findes en løsning i et samarbejde mellem Kulturparken, Grundejerforeningen og Kommunen samt evt. VisitOdsherred, som ikke mindst tager højde for spidsbelastninger
5. **Wayfinding, styrkelse af de fysisk og mentale**

forbindelser, skal samtænkes i et samarbejde mellem de samme partnere. Det gælder særligt for forbindelserne til den omkringliggende by: den rekreative sti langs vandet til havnen og stien gennem byskoven 'Grønnegårdsskoven' mod Nykøbing - forbindelser, der gennem et kredsløb forbinder Anneberg med Nykøbing by og havn - og omvendt. **Forbindelserne bør styrkes og udbygges i takt med at oplevelsesudbuddet og overnatningskapaciteten udbygges.** Wayfinding og styrkelse af forbindelserne til og fra Anneberg Kulturpark, er i høj grad en indsats, hvor Odsherred Kommune vil kunne gå ind og understøtte opbygningen af Anneberg Kulturpark som et fyrtårn i tæt sammenhæng med Nykøbing.

6. **Særlige begivenheder som større kunstudstillinger, koncerter, konferencer mv. kræver rum**, hvorfor der bør etableres faciliteter, der kan rumme sådanne aktiviteter under tag.
7. **Anneberg er og bliver dag for dag i stigende omfang "Klasse" som tiltrækker nye købestærke målgrupper til området.** Dette styrkes bedst gennem **en fælles præcis handlingsplan i samarbejde mellem relevante partnere** i området. Dette arbejde skal både indtænke traditionelle kanaler, men også en egentlig medie- og kommunikationsstrategi.

Anlægget er privat ejet hvilket betyder, at opgaver af fysik karakter, som udgangspunkt er et privat anliggende inden for gældende rammer. Der bør dog løbende være fokus på at undersøge hvordan Odsherred Kommune kan understøtte udviklingen indenfor rammerne af den kommunale fuldmagt.

Hovedbygningens store sal kan rumme skiftende udstillinger, events, koncerter m.v.

Foto: Grandville

PLANLAGT OVERNATNINGSKAPACITET

Lærkehus:

Koncept: Pensionat - værelse med adgang til bad

Kapacitet: 35 værelser

Kvalitet: Mellem

Ibrugtagelse: påske 2022

Markedsføring: T.B.D

Egehus:

Koncept: Eksklusive værelser med eget bad/toilet

Kapacitet: 20-25 værelser

Kvalitet: Høj

Ibrugtagelse: 2023

Markedsføring: T.B.D

Culture Share:

Koncept: værelse med adgang til køkken og bad

Kapacitet: 6-8 værelser

Kvalitet: Mellem

Ibrugtagelse: 2023/24

Markedsføring: T.B.D

START HER

Anbefalinger til Odsherred Kommune

- **Bistå projektejer med ansøgning til Det Sjællandske Femern Fyrtårn under Femern Bælt.**
- **Fortsæt erhvervsfremme** i samarbejde med virksomheden.
- **Etabler wayfinding og rekreative forbindelser**, for at styrke sammenhængen til Sommerland Sj og Nykøbing Havn og Bymidte.
- **Forbedr den trafikale infrastruktur** til området, herunder skiltning.
- **Understøt parkeringsmuligheder og trafikafvikling** i samarbejde med områdets grundejerforening.
- **Nedsæt Fyrtårnsgruppe med de øvrige fyrtårne**

Anbefalinger til projektejer

- **Opbyg hotel- og konferencekapaciteten** i høj kvalitet.
- **Hav fokus på øget kommercialicering**, herunder fx entreindtægter.
- **Samarbejd tæt med andre aktører omkring kommunikation og markedsføring.**
- **Udarbejd en præansøgning til Det Sjællandske Femern Fyrtår under Femern Bælt.**
- **Deltag i fyrtårnsgruppen.**
- **Ansøg fonde om reetablering af haveanlægget.**

Eksempler til inspiration

Foto: Vejlefjord

Hotel Vejlefjord – hotel, konferencecenter og spa

Projekt:
Det tidligere sanatorie, er igennem de seneste tyve år, blevet omdannet til et unikt hotel med møde- og konferencefaciliteter, spa- og wellness samt restaurant og festlokaler – alt sammen udviklet med fokus på høj kvalitet i fysiske og oplevelsesmæssige rammer.

Hotellet er beliggende i et storslået parklandskab mod Vejle Fjord, og bygningerne er beveraingsværdig bygningskultur af højeste kvalitet.

Stedet er blevet en attraktion i sig selv, og danner rammen om ophold, fester, konferencer og ikke mindst wellness og spa-besøg. Hotel Vejlefjord indeholder 85 værelser (heraf 3 luksussuiter og 6 juniorsuiter), restaurant, brasseri og bar, 1000 m2 Konferencefaciliteter, panoramaterrasse med storslået udsigt over park og fjord, 1800 m2 kur & spa med wellnessafdeling og termiske bade samt to store behandlingshuse til Vejlefjord Rehabilitering.

Foto: Wanås Kunst

Wanås Kunst - Center for Kunst og Læring

Projekt:
Wanås Kunst producerer og formidler kunst, der udfordrer og ændrer synet på samfundet, i landskabet omkring Wanås i Skåne. Ud over den permanente samling vises omfattende midlertidige udstillinger udendørs og indendørs med tilhørende programmer med fremvisninger, artist talks og workshops for et bredt publikum.

Wanås består af en skulpturpark med kunstværksted, restaurant, hotel, butik og café samt en middelalderborg og en økologisk gård.

Skulpturparken har omkring 75.000 besøg årligt og 9.000 børn og unge deltager i pædagogiske aktiviteter som udstillinger og workshops. Wanås Kunst drives af den uafhængige non-profit stiftelse Wanås Utställningar. Forretningen finansieres hovedsageligt gennem egne indtægter samt fra statslig, regional og kommunal støtte samt private midler og sponsorater.

Fyrtårn

Resort Sommerland Sjælland

Fra sommerland til helårsresort

- oplevelse og overnatning i Sommerland Sjælland

SOMMERLAND SJÆLLAND ER I DAG ODSHERREDS STØRSTE TURRISTATTRAKTION MÅLT PÅ BESØGENDE. MED OVER 230.000 (2021) BESØGENDE OM ÅRET, ER SOMMERLAND SJÆLLAND ALLEREDE I DAG, EN VIGTIG DYNAMO INDENFOR TURISME- OG OPLEVELSESØKONOMIEN I DESTINATIONEN. VISIONEN OM AT UDVIKLE SOMMERLAND SJÆLLAND FRA SOMMERLAND TIL RESORT, VIL KUNNE VÆRE EN VIGTIG BRIK IFT. AT SKABE VOLUMEN INDENFOR OPLEVELSER OG OVERNATNINGSKAPACITET, DER KAN UNDERSTØTTE ODSHERRED SOM EN STÆRKERE DESTINATION - HELE ÅRET.

- **Sommerland Sjælland er områdets eneste turistattraktion med et dokumenterbart højt besøgstal**, og de har en høj andel af loyale gæster, og et stort lokalt opland i kraft af de mange sommerhuse. Sommerland Sjælland tiltrækker gæster fra det lokale og regional opland.
- **Sæsonen for Sommerland Sjælland løber idag fra midt maj til midt september.**
- **Sommerlandet er et familieforetagende, som står over for strategiske beslutninger om udvidelsen af området til resort med mere overnatningskapacitet.** Et resort ifb. med Sommerland Sjælland. har potentiale til at tiltrække nye målgrupper end de der allerede kommer, og komme i en større del af året, end de gør i dag. Målgrupper som også vil besøge andre af Odsherreds attraktioner.
- **Resort Sommerland Sjælland. kan blive en vigtig partner og fremtidigt lokomotiv i destinationsudviklingen.** Det vil kunne løfte Sommerland Sjælland - og destinationen - op i en ny liga, hvor sommerland sammentænkes med overnatningskapacitet - herunder nye overnatningsprodukter samt nye oplevelser, som et samlet resort vil kunne byde på. Sommerland Sjælland har allerede udbygget parken med feriehytter, shelters mv., hvilket er blevet godt modtaget af gæsterne og har skabt ny efterspørgsel.

Forlystelser

Foto: Sommerland Sjælland

MÅLGRUPPER

Den største målgruppe for Sommerland Sjælland er danske børnefamilier med børn op til 12 år fra Københavnsområdet samt borgere og landliggerne i Odsherred og omegn. Der ses også ofte bedsteforældre med børnebørn og singleforældre med børn. Danskere udgør hele 85-90 % af gæsterne. De kommer for den gode familieoplevelse med sjov og hygge i trygge rammer.

Internationale gæster er et potentiale, som produkt, information og service skal indrettes yderligere til. Forventningen er, at udvidelsen af Sommerland Sjælland som resort vil tiltrække børnefamilier af forskellig slags i større grad fra Skåne, fra Tyskland i kraft af den kommende Femern forbindelse samt danske børnefamilier fra øvrige landsdele, som ønsker et alternativ til Lalandia, Landal Green Parks, etc. som vil være de nærmeste konkurrenter.

Lokalplan 91.01

Muliggør forlystelsespark, dér hvor Sommerland Sjælland ligger i dag. Syd for Sommerland Sj. er der udlagt arealer, som enten kun må anvendes til parkering (nogle kun lejlighedsvis) eller som ikke må udvikles uden en supplerende lokalplan.

Det maksimale etageareal der må bygges er 2.000 m2.

Lokalplan 2R.02 - Delområde 1

Muliggør ca. 25 feriehuse og ca. 10 mindre hytter samt kiosk og cafeteria tilknyttet feriehusene/hytterne

Bebyggelsesprocent på maks. 10 % inden for delområde 1 svarende til i alt ca. 2.500 etagemeter. Alt efter feriehusenes og hytternes størrelser, kan der derfor etableres flere end det ovenfor angivne antal.

Feriehuse må bygges sammen to og to, men ingen bygningskroppe må have et areal på mere end 100 m2

Lokalplan 2R.02 - Delområde 2

Muliggør et kulturhistorisk værksted a la et frilandsmuseum kaldet Det Gamle Danmark, samt tilhørende kiosk og/eller cafeteria.

Bebyggelsesprocent på maks. 5 % inden for delområde 2.

Kiosk/cafeteria må have et areal på maks. 300 m2, og skal placeres inden for et specifikt byggefelt.

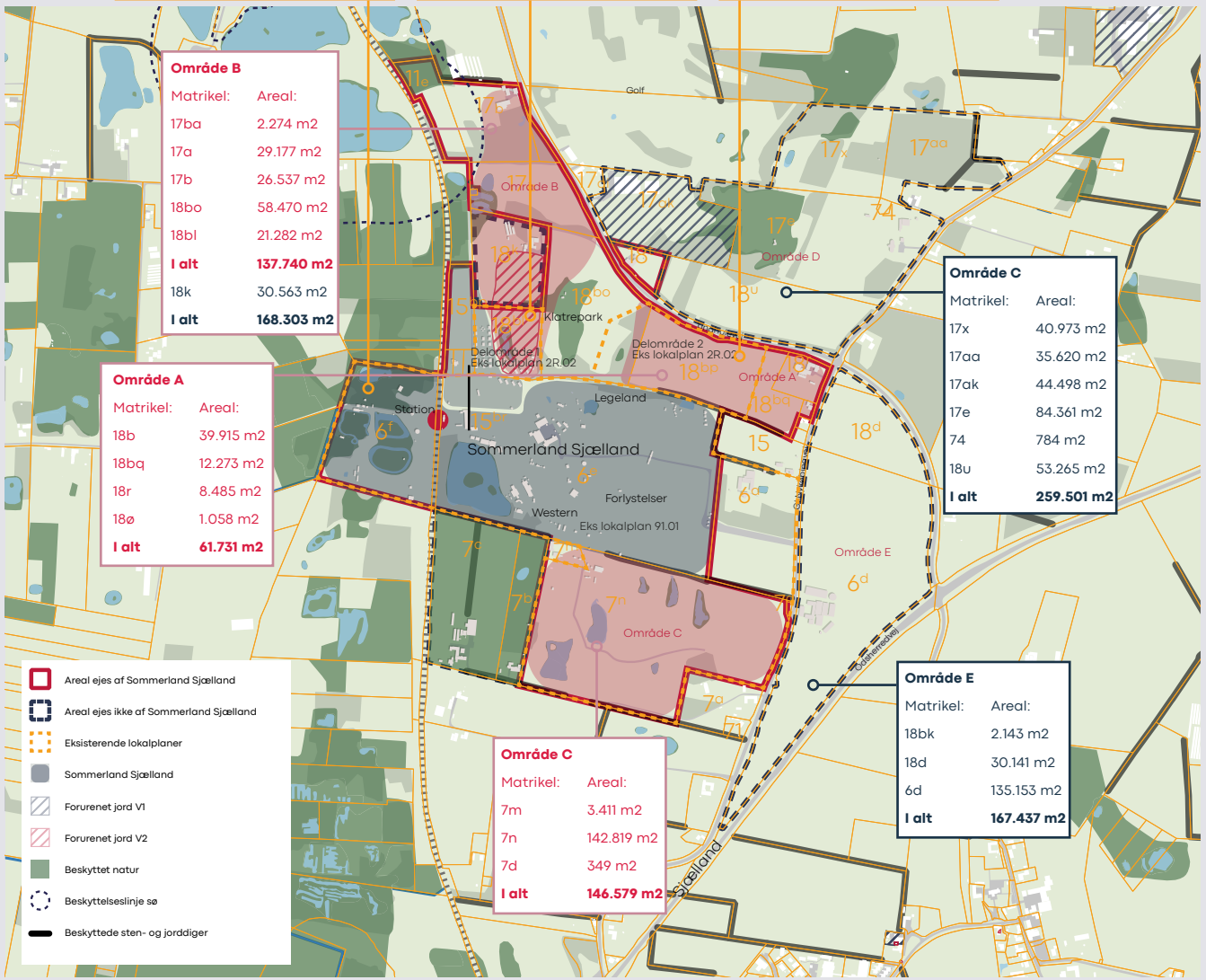
AMBITION

Overordnet set:

- **Resort Sommerland Sjælland vil være en fremtidig dynamo i helårsturisme** ved at skabe (rammerne for) oplevelser og dertilknyttede overnatningsprodukter som rækker ud over den nuværende sæson. **Målet er at sikre i omegnen 3-4 overnatninger pr. ny gæst qua nyt overnatningsprodukt i tilknytning til sommerland**, der både genererer forretning internt og øget omsætning hos andre aktører i destinationen, hvor gæsterne vil opsøge flere og andre oplevelser og turistvirksomheder i forbindelse med deres ophold i sommerland.
- **Hvis man skal lykkes med at tiltrække operatør og investor, skal der blive en tydeligere oplevelsesmæssig sammenhæng med resten af destinationen** – en fokuseret udvikling af byerne og øvrige fyrtårnsprojekter vil understøtte dette. Det er et vigtigt erhvervspolitisk opmærksomhedspunkt, at det politisk sikrer at andre vigtige udviklingstiltag i udviklingsplanen sker, for at understøtte den erhvervsmæssige udvikling i Sommerland Sjælland.

Konkret set:

- **Udvikle overnatningsprodukt(er) for at øge overnatningskapacitet, forlænge sæsonen og udvikle Sommerlandet som samlet resort** med relevante oplevelser og funktioner for målgrupperne, der kan tiltrække besøgende hele året.
- **Koncept for resortet er hverken endeligt fastlagt for de konkrete overnatningsformer eller de dertilhørende helårsfunktioner. Det holdes åbent og bredt i forhold til relevante operatører og investorer**, som erfaringsmæssigt selv ønsker at sætte sit eget præg. Men et koncept kan fx have vandaktiviteter, spa og wellness som omdrejningspunkt, ligesom man kan styrke grundlaget for at BtoB-kunder.



HVAD GØR FYRTÅRNET FOR ODSHERRED SOM SAMLET DESTINATION

- **Et samlet resort med oplevelser og overnatningskapacitet**, vil kunne tiltrække nye målgrupper og sikre længere besøg. Sommerland Sjælland vil gå fra at have altovervejende en-dagsbesøgende, til at kunne danne rammen om længere besøg i resortet og destinationen som helhed.
- **Et resort vil have en stor volumen i overnatningskapacitet og dermed besøgende**, der vil komme hele året og udvide sæsonen markant. Dette vil være en af de vigtige brikker ift. at styrke Odsherred som helårsdestination.

HVAD GØR FYRTÅRNET FOR BYDESTINATIONERNE

- **Det store volumen i overnatningskapacitet i nærhed til Nykøbing (transporttid: bil 8 minutter / tog 7 minutter / cykel 20 minutter), vil kunne understøtte Nykøbing som bydestination hele året (Havnebyen 22 minutter / Rørvig 14 minutter).**
- **Resortet vil have besøgende, der bliver længere tid og derfor vil opsøge oplevelser udenfor resortet** - med Nykøbing som et af de mest oplagte besøgsmål, særligt hvis man udvikler byen med flere oplevelser og attraktioner.

Eksisterende hytter

Foto: Sommerland Sjælland

Ønske ift. overnatningskapacitet:

- Mellem 200 og 500 enheder med varierende antal senge/størrelse - potentielt set mellem 200.000 og 500.000 overnatninger om året.
- Overnatningsprodukt af høj kvalitet med alle moderne faciliteter: køkken, toilet/bad, udeområder i tilknytning til feriehus/lejlighed og evt. mere luksus med spa, sauna og lignende i nogle af enhederne.

Betydning for turisme- og oplevelsesøkonomi (eksempel):

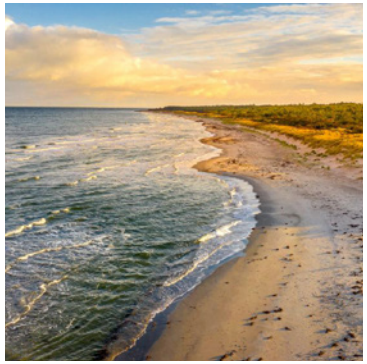
- Pr. 100 feriehuse/lejligheder med 5 senge
- Belægningsgrad 60%
- = 100.000 overnatninger om året

Døgnforbrug 750 kr. = 82 mio. i årlig omsætning, som også sker i detailhandlen, transportsektor, serviceerhverv, m.m. og giver afledte effekter i øvrige erhverv og kommunal økonomi.

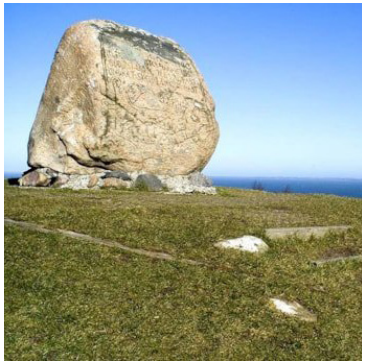
Legeland

Foto: Sommerland Sjælland

TING AT OPLEVE
I ODSHERRED



EN DESTINATION
FYLDT MED
OPLEVELSER



INSPIRATION

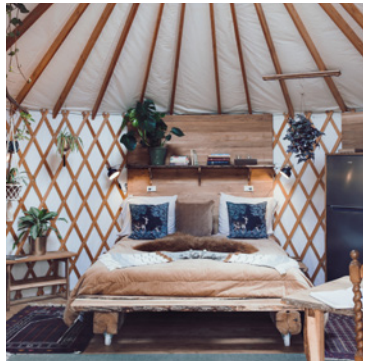
Moodboard udarbejdet af

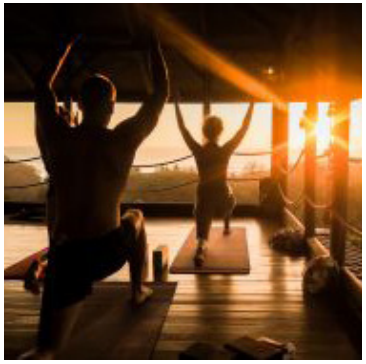
SOMMERLAND SJÆLLAND

RESORT SOMMERLAND SJÆLLAND

OVERNATNING OG OPLEVELSER

INSPIRATION



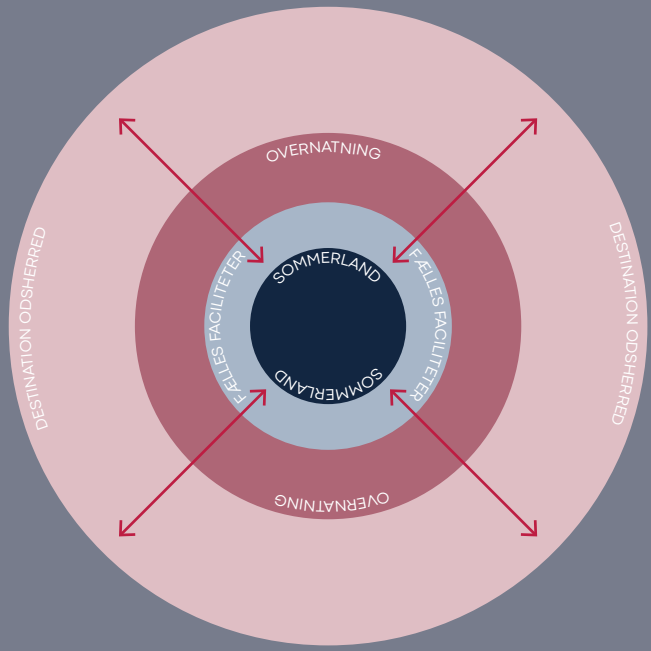


Moodboard udarbejdet af

SOMMERLAND SJÆLLAND

STRATEGI
Udvidelse af overnatningsprodukt

- **Det største forretningspotentiale ligger i udlejning af forskellige typer feriehuse/lejligheder**, men der kunne også tænkes i andre typer supplerede overnatningsprodukter.
- **For at operatører og investorer bliver interesseret i at udvikle et projekt, skal det være tydeligt, at der er potentiale til udlejning omkring 8 måneder om året**, samtidigt er det en forventet præmis, at Sommerland Sjælland holder mest muligt åbent og fortsat udvikler koncept og aktiviteter.
- **Hvis en operatør kan se potentialet i projektet, er der investorer der vil være klar.** Volumen i ny overnatningskapacitet skal have et vist omfang for at en fremtidig operatør skal kunne se en bæredygtig forretningsmodel i det (estimat fra 200 stk. op til 500 stk. med en belægningsgrad på minimum 60%)
- Mulige typer af overnatningskapacitet, der kunne udvikles i tilknytning til Sommerland Sjælland:
  - **Feriehuse/lejligheder** vurderes at være den altovervejende del af overnatningskapaciteten, hvor der ligger det største potentiale og bør prioriteres højst i udvikingen af resortet. Feriehuse/lejligheder er et overnatningsprodukt, der har en lang sæson og kan generere højere døgnforbrug og længere besøg.
  - **Hotel-koncept** kan evt. supplere feriehuse/lejligheder. Kan tænkes i sammenhæng med en eventuel udvikling af indendørns vandland i forbindelse med eksisterende udendørs vandland og station.
  - **Camping-koncept** kan evt. tænkes ind som en del af det samlede overnatningstilbud i form af et campingprodukt af højere kvalitet ex. med særligt fokus på natur, glamping m.v. Sæsonen for camping er kortere, men vil betyde at resortet som helhed vil kunne justere kapacitet mellem høj-, skulder- og lavsæson.
- På inspirationsniveau arbejder ejerne af Sommerland Sjælland med en række mulige tematiske overnatningsprodukter i resortet:
  - **Geopark-område -** kunne tænkes i sammenhæng med naturen omkring sommerland og Geoparken som helhed.
  - **Western Camp-område -** kunne tænkes i sammenhæng med Western-området i Sommerland.
  - **Golf-område** - kunne tænkes i tilknytning med golfbanerne i Odsherred Golfklub.
- På inspirationsniveau arbejder ejerne af Sommerland Sjælland med en række mulige oplevelsesprodukter i resortet:
  - **Udvidelse af vandland**, bl.a. med et indendørs vandland
  - **Udvikling af koncept omkring spa/wellness**
  - **Udvikling af øgede muligheder for natur- og fritidsoplevelser** (vandring, cykling, geopark mv.)



Resort Sommerland Sjælland vil udgøre en samlet oplevelses- og overnatningspakke for de besøgende. En stor del af de besøgende, vil have et længere besøg med flere overnatningen, der betyder at de vil søge ind mod det oplevelsesmæssige centrum i resortet, men i høj grad også vil søge ud mod oplevelser i andre byer og attraktioner i resten af detinationen, som en del af deres besøg.

- **Golf** (sammenhæng med Odsherred Golfklub)

Udvikling af forlystelsesparken

- **Målrettet indsats for at udvikle Sommerland Sjælland, så den er gearet til flere besøgende og længere sæson**:
  - **Udvikling af forlystelser og park**, så den (fortsat) er konkurrencedygtig ift. andre forlystelsesparker og oplevelsescentre. Der er stor konkurrence fra andre steder - både regionalt og nationalt- hvor der er eller arbejdes med at resorts der sammentænker oplevelses og overnatning udfra resort-koncept.
  - **Udvikling af helårsaktiviteter og -oplevelser i Sommerland Sjælland** - der skal være noget at lave når vejret ikke er godt. Dette vil være altafgørende ift. at kunne skabe et resort, der kan tiltrække besøgende hele året, og være med til at gøre både sommerland (på kort sigt) og resort (på lang sigt) mindre vejr-afhængigt.

Fokus i udviklingen af et samlet resort:

- **Ejer af Sommerland Sjælland skal fokusere på at drive og opgradere sommerlands-delen kvalitets- og oplevelsesmæssigt**, så den del fremstår attraktiv for potentielle operatører og investorer. **Et særligt fokus at skabe funktioner og faciliteter, der kan understøtte en længere sæson**, så der er basis for at tiltrække besøgende hele året.
- **Styrkelse af samarbejde mellem kommune og ejerne:**
  - **Forankring:** Planerne skal forankres på borgmester og kommunaldirektørsniveau. Der skal være overordnet enighed om udviklingsretning, og særligt skal der skabes fælles forståelse for projektets økonomiske og udviklingsmæssige potentiale for destinationen/kommunen som helhed.
  - **Professionalisering:** Der er stor konkurrence om at tiltrække operatører og investorer, og det er helt centralt at man som ejerne og kommune i fællesskab fremstår professionelle, når potentielle operatører og investorer melder sig på banen. Det kræver klarhed om projektets potentiale, hovedkoncept for udvikling af resort, hvad det kræver planlægningsmæssigt m.v. - det er vigtigt at, operatør/investor føler sikkerhed for at både ejerne og kommune kan eksekvere og understøtte et projekt af denne kaliber.
  - **Planlægning:** Der skal skabes fælles klarhed over hvad der er muligt indenfor gældende planrammer og afklarer hvad der skal til for at realisere projektet i sin helhed på længere sigt (se side 57). Det er vigtigt at man i fællesskab skaber de optimale rammer for projektet, og kommunen har en vigtig rolle ift. understøtte projektet som planmyndighed.

FYSIK

På kort sigt:

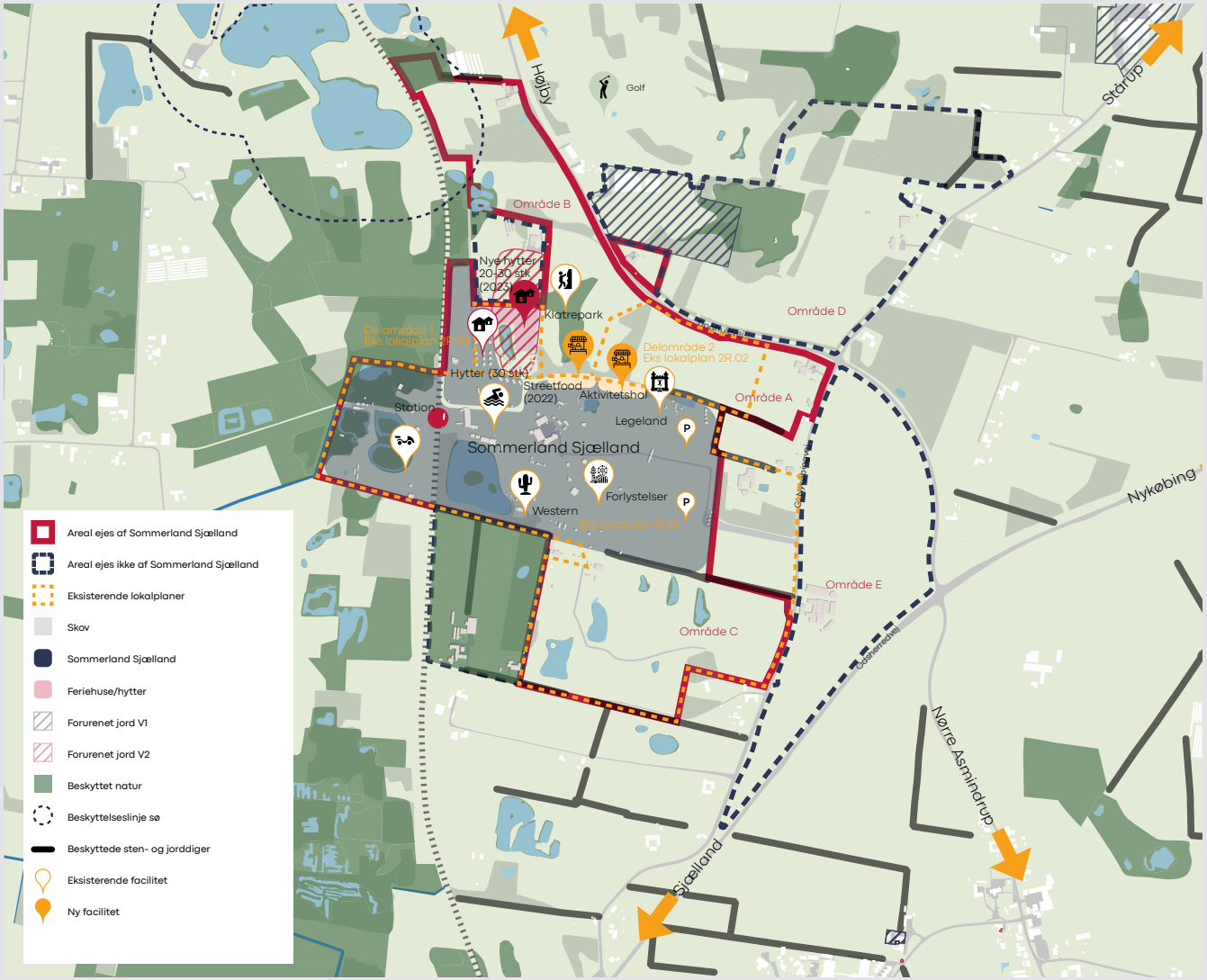
- **Etablering af Street-food** i tilknytning til sommerland, Gekko-park (klatrepark åbnet i 2020) samt eksisterende område med overnatning). Forventes at åbne i 2022.
- **Etablering af 20-30 hytter** i 2023. Anbefales placeret i forbindelse med eksisterende hytter, indenfor delområde 1, lokalplan 2R.02.

  N.B. 01: **Hytterne placeres på forurenet jord**, men kan eksempelvis bygges på pæle, så man kommer fri af forureningen.

  N.B. 02: **Hytterne bør bygges så de let kan omplaceres**, i forbindelse med den mere langsigtede udvikling.
- **Etablering af aktivitetshal**, der understøtter en længere sæson. Der er tanker om at opføre en aktivitetshal på området, som vil kunne bruges hele året / når vejret ikke er godt. Faciliteter i aktivitetshallen kunne være leg/fysisk aktivitet, fest/møde/konference/teambuildingfaciliteter, indendørs streetfood/spisesteder m.v. Koncept og størrelse skal afklares. Aktivitetshallen bør kunne tilgås fra både forlystelsespark og hytteområde, så det understøtter begge dele.

På lang sigt:

- **Sommerland Sjælland ejer en række arealer i direkte tilknytning til sommerlandet, som rummer forskellige udviklingsmuligheder (1.008.020 m2).** Derudover er der mulighed for at erhverve en række andre arealer (457.501 m2), hvilket giver mulighed for at skalere projektet. Ejerne af Sommerland Sjælland har tilkendegivet interesse for evt. at købe arealerne.



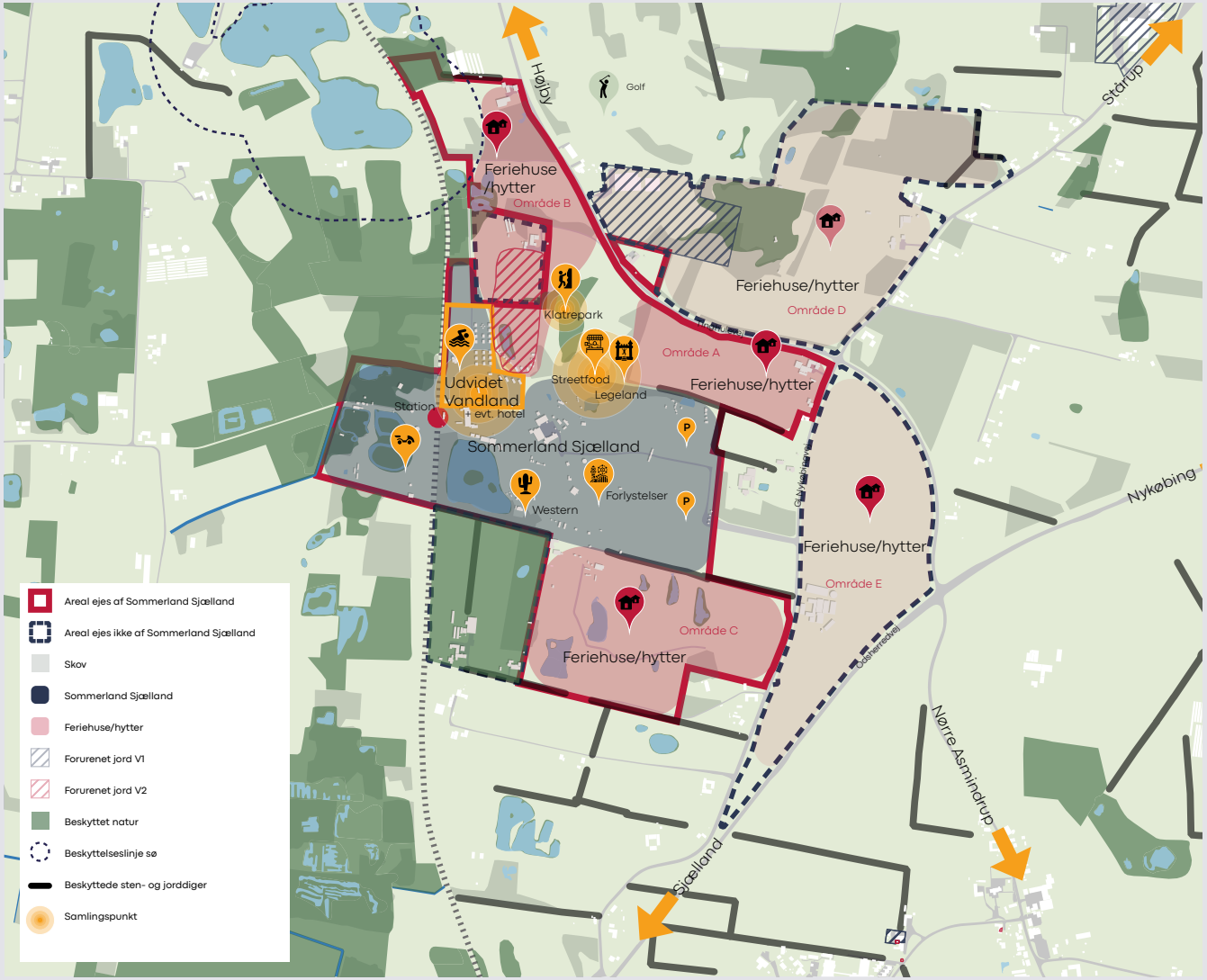
- På på baggrund af dialog med Sommerland Sjælland, er der sket en konkretisering af deres ønsker og idéer, nedenstående opsummerer koncept på udviklingsgreb, oplæg til disponering samt udviklingstakt:

Koncept:

- **Styrk det centrale samlingspunkt med flere faciliteter/funktioner:** forlystelsesparken er det oplevelsesmæssige centrum i det nye resort - hovedattraktionen ifm. den besøgende ophold. Udviklingsmæssigt bør man placere nye helårsorienterde funktioner og faciliteter i en zone i direkte tilknytning til forlystelsesparken, så de forskellige oplevelsestilbud understøtter hinanden naturligt.
- **Udvikling indefra og ud:** udviklingen af overnatningskapacitet bør ske i en zone mellem det oplevelsesmæssige centrum og omgivelserne omkring resortet - så det kobles naturligt op på dels op forlystelsesparkens eksisterende og nye funktioner/faciliteter og dels områderne omkring resortet (natur / golf / Højby / station). Start med egne arealer tæt på sommerlandet.
- **Vis ud i destinationen:** Når man går fra at være attraktion, der primært har endags-besøgende til at være en attraktion, hvor en stor del af gæsterne er der flere dage, er det vigtigt at man i resortet, arbejder målrettet med at vise ud i resten af destinatinen. A: vis fysisk i resortet oversigter over hvad man kan opleve hvor i destinationen B: uddan medarbejdere til at være værter for hele destinationen og ikke kun resortet/forlystelsesparken.

Overordnet disponering af det samlede område:

- **Placering af samlende oplevelsesmæssigt knudepunkt for helårsbesøgende,** ex. indendørs vandland, centralt i resortet/i umiddelbar



tilknytning til forlystelsesparken. Placeringen af den samlende funktion i umiddelbar nærhed til station, vandland, street-food, legeland m.v. skaber mulighed for optimal synergi mellem de forskellige oplevelsestilbud. Derudover gør placeringen af knudepunktet kan tilgås fra både forlystelsespark og overnatningskapacitet i område A og område B.

N.B. 01: Placeringen kræver at eksisterende hytter i området på sigt flyttes (dette er muligt), så der skabes areal til at udvikle et knudepunkt af af en vis volumen.

- **Placering af et eventuelt hotel,** kan tænkes i sammenhæng med det centrale oplevelsesmæssige knudepunkt i resortet.
- **Udvidelse af forlystelsespark:** En eventuel udvidelse af selve forlystelsesparken, hvis dette er ønskeligt ift. at kunne håndtere flere besøgende, bør ske mod syd/område C, hvor der allerede idag er lokalplanlagt for forlystelsespark.

Placering af overnatningskapacitet inkl. udviklings-takt

Egne arealer:

- **Område A og B:** Område A og B ligger nord for forlystelsesparken og er de arealer, der ligger tættest på Højby og golfbanen. **Det anbefales at man starter med at udvikle feriehuse/lejligheder på de arealer, der ligger bedst ift. sommerland og det oplevelsesmæssige knudepunkt.** Det anbefales at man prioriterer at erhverve matrikel 18K, så man kan udvikle område B som helhed.
- **Med en bebyggelsesprocent på 10, vurderes det at der er mulighed for at etablere op til 200 enheder** i alt, på gennemsnitligt 100 m2, på område A (ca. 60 enheder) og B (ca. 140 enheder) - hvis matrikel 18K erhverves.
- **Område C:** Området ligger - ligesom område A og B - i umiddelbar tilknytning til sommerland, men ikke i direkte tilknytning til det oplevelsesmæssige knudepunkt. **Hvis der ønskes mere end 200 overnatningsenheder, anbefales det at område C er det næste område, hvor man etablerer feriehuse/lejligheder.** Det skal afklares om man ønsker at udvide forlystelsesparken denne vej.
- **Med en bebyggelsesprocent på 10, vurderes det at der er mulighed for at etablere op til 140 enheder**, på gennemsnitligt 100 m2, på område C.

Arealer med mulighed for erhverelse:

- **Område D:** Hvis der opstår behov/ønske om at etablere mere overntningskapacitet end man kan realisere på egen arealer, anbefales det at man starter med område D. Området ligger bedst ift. at skabe et sammenhæng med område A og Bs feriehuse/lejligheder. Derudover understøtter det udviklingen ind mod Højby.

  N.B. 01: **Området er afskåret fra det resterende resort af Tinghulevej**, og der skal tænkes i en sikker krydsning, evt. i form af en bro eller undergang, hvis det samlede resort skal opleves sammenhængende.

  N.B. 02: **En del af området er forurenet**.
- **Område E:** Området er det mest afkoblede fra det resterende resort og området er omkranset af infrastruktur på alle sider. D**erfor er det et område man anbefales at udvikle som sidste brik i en eventuel fuld udvikling af resortet.**

  N.B. 01: **Området er afskåret fra det resterende resort** af Gl. Nykøbingvej, og der skal tænkes i en sikker krydsning, evt. i form af en bro eller undergang, hvis det samlede resort skal opleves sammenhængende..

Infrastruktur:

- **Veje og parkering til overnatningskapaciteten** løses indenfor de enkelte udviklingsområder, så man kan komme til og parkering i nærheden af feriehus/lejlighed. Ejerne står for etablering af veje og parkering på egne arealer.
- **Af- og tilkørsel eksisterende større kommunale veje.** Udviklingen af de enkelte områder vil kræve flere af- og tilkørsler på de større veje. **Det vil kræve at der laves en samlet trafikplan, når man er længere med den overordnede planlægning om resortet.** Det anbefales at kommunen understøtter udviklingen af resortet, ved at etablere de nødvendige udvidelser af deres veje med eksempelvis afkørsler m.v.
- **Parkering sommerland.** Det skal afklares om der er behov for større parkeringsarealer til sommerland i takt med at der kommer flere besøgende.

PLANFORHOLD

Eksisterende forhold (nord for Sommerland)

- **Sommerland Sjælland er omfattet af to lokalplaner.** Den ene, Lokalplan nr. 91.01 omfatter selve Sommerland og et areal syd for Sommerland Sjælland. Den anden, Lokalplan nr. 2R.02m omfatter områder nord for Sommerland Sjælland, hvor der i dag er opført hytter. .

Det kræver det på længere sigt

- **Anden udvikling end den i lokalplanen muliggjorte, kræver en ny lokalplan.** Uden for lokalplanlagt områder, kan der ved små projekter muligvis gives landzonetilladelse.
- **Det kan overvejes om der, bør laves en eller flere nye lokalplaner for Sommerland Sjælland og omkringliggende arealer**, som dels muliggør en udvikling af området på kort sigt, men som også muliggør den langsigtede udvikling, når der på et tidspunkt foreligger en helhedsplan, som er udarbejdet i samarbejde med en operatør.
- **Der bør være en opmærksomhed på, at en udvikling ifb. med forlystelsesparker samt feriebyer beliggende uden for byområder, kan medføre VVM-pligt.**

Forbehold: Ovenstående er en umiddelbar tolkning fra rådgivers side. Alle planmæssige forhold skal derfor undersøges nærmere af Odsherred Kommune som planmyndighed.

Kig Fra Sommerland Sjælland mod Højby og Odsherred Golfklub

Foto: Sommerland Sjælland

START HER

Anbefalinger til Odsherred Kommune

- **Bistå med udarbejdelsen af en helhedsplan og lokalplan.**
- **Bistå projektejer med ansøgning til Det Sjællandske Femern Fyrtårn under Femern Bælt.**
- **Fortsat erhvervsfremme** i samarbejde med virksomheden.
- **Udarbejdelse af projektplan** med virksomhedsejer.
- **Udpeg nøglepersoner**, herunder i det politiske og administrative niveau i kommunen eks. borgmester og kommunaldirektør, som skal gøres til ambassadører for udviklingen af Sommerland Sjælland og kunne formidle den betydning det vil kunne have for Odsherred ift. øget omsætning, og jobskabelse.
- **Etabler wayfinding og rekreative forbindelser**, for at styrke sammenhængen til Højby og Nykøbing.
- **Forbedr den trafikale infrastruktur** til området, herunder evt. udvidelse af veje, anlæggelse af nye afkørlser, skiltning mv.
- **Nedsæt Fyrtårnsgruppe med de øvrige fyrtårne.**

Anbefalinger til projektejer

- **Udarbejd en helhedsplan samt bidrag til udarbejdelse af ny lokalplan.**
- **Afklar om ferieboliger skal opføres af en investor eller af nuværende projektejer.**
- **Afklar faseopdeling af udviklingen.**
- **Igangsæt projektmodning**, herunder indetificering af relevante rådgivere samt evt. investorer.
- **Arbejd tæt samarbejde med andre aktører omkring kommunikation og markedsførfing.**
- **Deltag i Fyrtårnsgruppen.**

Eksempler til inspiration

Landal Søhøjlandet

Projekt:
Landal Søhøjlandet ligger midt i Gjern Bakker, omringet af skove, bakker og de smukke Silkeborgsøer, hvor aktiviteter for en hver smag kan udleves. Der er plads til ren afslapning eller man kan springe ud i én af de mange aktiviteter der findes i området.

Selve feriecenteret rummer – udover et stort udvalg af ferieboliger med plads til mellem 2 og 22 overnattede – også et vandland, et bredt udvalg af leg og fysisk aktivitet for folk i alle aldre samt restaurant.

Feriecenteret tiltrækker gæster året rundt, og arbejder målrettet med at tilbyde mange muligheder for oplevelser indenfor feriecenteret, samtidig med at man aktivt hægter sig på andre aktiviteter og attraktioner i området, bl.a. golfklubben, vandre- og cykelruter i det omkringliggende landskab samt større attraktioner i destinationen.

Hvidbjerg Camping

Projekt:
Igennem det seneste årti har Hvidbjerg Camping været gennem en omfattende transformation, og er i dag Danmarks eneste seks-stjernede campingplads. Fra at være en klassisk campingplads, har man målrettet fokuseret på at tiltrække nye målgrupper, ved at tilbyde nye overnatningsformer og udvikle stedets faciliteter – og ikke mindst et stort løft i kvaliteten indenfor overnatnings- og oplevelsesprodukterne bredt set.

Udover camping tilbydes nu ophold i hytter i alle prislejer og kvalitet, strandvillaer i første parket til vandet samt klassisk strandhotel. Derudover kan man bl.a. boltre sig i stedets populære indendørs vandland, spise på en af stedets restauranter eller slappe af i spa- og wellness-faciliteterne.

Udviklingen af de mange faciliteter, har man haft succes med at tiltrække nye typer gæster og forlænge sæsonen til en langt større del af året.

Havnebyen

Fokuseret udvikling af Havnebyen

Sanddobberne, Nekselø Bugt

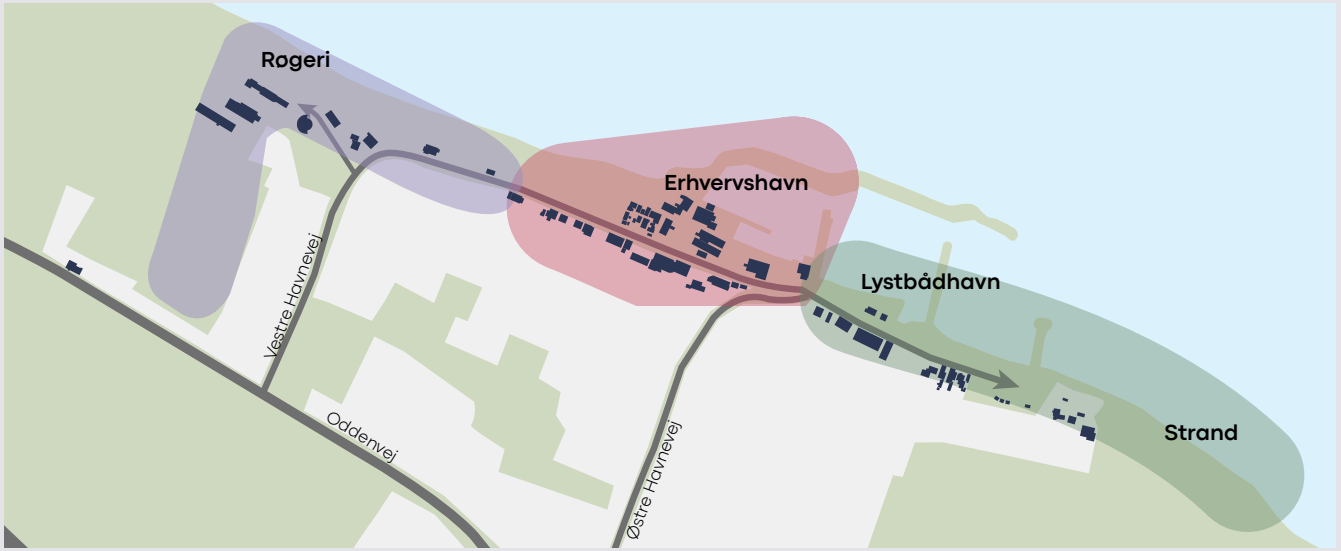
Foto: Geopark Odsherred

En rigtig havneby med et autentisk miljø

-et fysisk og oplevelsesmæssigt løft af byen og havnen

MED SIN MARKANTE PLACERING PÅ KANTEN MELLEM LANDSKAB OG HAV, DEN AUTENTISKE FISKERIHAVN, DET IKONISKE RØGERI OG DET KULTURHISTORISKE LOKALMILJØ, HAR HAVNEBYEN EN RÅHED OG EN UBERØRTHED, DER RUMMER ET POTENTIALE. HAVNEBYEN ER I DAG EN HVERDAGSBY, MEN TILTRÆKKER I HØJSÆSONEN MANGE BESØGENDE FRA SOMMERHUSOMRÅDERNE I SÆRLIGT DEN NORDLIGE DEL AF ODSHERRED.

- **Havnebyen ligger helt unikt på kanten mellem det varierede kystlandskab og hav midt på en odde.**
- **Byen rummer en af de få tilbageværende autentiske erhvervsfiskerihavne, det ikoniske røgeri og runde hus** tegnet af Arne Jacobsen og det kulturhistoriske lokalmiljø.
- **Fiskerierhvervet har sat – og sætter stadig - sit præg på Havnebyen**, gennem den maritime atmosfære og autentisitet som byen har, og som er centreret omkring havnen. Tilsammen giver det byen en råhed og en uberørthed, der er attraktiv at opleve for besøgende.
- **Havnebyen tiltrækker mange besøgende fra sommerhusområderne i den nordlige del af Odsherred.** Nogle kommer med et praktisk ærinde, for at handle i SuperBrugsen, købe fisk hos Odden Fisk, hente grøntsager hos Birkemosegård eller spise is på havnen. Andre kommer for at se Arne Jacobsens runde hus og røgeri, eller for at opleve den vide udsigt fra toppen af skrænten.
- **Havnebyen er begunstiget med mere end en erhvervshav**n, og der er hele tre områder, som hver især, kan tilbyde forskellige maritime oplevelser:
  - **Erhvervshavnen** som ligger centralt på kyststrækningen og opleves som det egentlige centrum for byliv idag
  - **Lystbådehavn og strand** i den østlige ende af byen
  - **Skrænt og vide udsigter** i den vestlige ende af byen, hvor også Arne Jacobsens runde hus og røgeri ligger
- Alt i alt **en helt unik kyststrækning** i Odsherred.
- **Hvert af de tre områder har potentiale til at kunne appellere til forskellige målgrupper.** Og ved at skabe oplevelser langs hele havnens strækning, på tværs af de tre havneområder, kan oplevelsesværdien af havnebyens havnemiljø øges for områdets sommerhusgæster og korttidsbesøgende.
- **Havnen og kystlinjen er derfor også det vigtigste omdrejningspunkt** for udviklingen af Havnebyen som bydestination.
- **Turistsæsonen i Havnebyen er højsæsonen** og store dele af Havnebyens turistorienterede erhverv, såsom spisesteder, holder lukket uden for sæsonen. Det får byen til at fremstå lukket og uattraktiv at besøge og overnatte i, gennem en stor del af året.
- **Havnen og kysten skal fortsat være omdrejningspunktet for byoplevelsen.** Der ligger et uforløst potentiale i at løfte havnen som attraktion, ved bl.a. at udvide sæsonen og byde på flere oplevelser – gennem hele året.



Rogeri

Arne Jacobsens Røgeri fra 1943, ligger som et synligt og unikt arkitektonisk vartegn i Havnebyen. Røgeriet der ikke længere er i drift, skal genaktiveres med funktioner, som kan gøre det tilgængeligt for både borgere og besøgende og der ligger et stort potentiale i dette, som kan gavne hele Havnebyen. Aktuelt er der planer om at det skal være samlingspunktet i et nytferie resort, hvor der fx er wellnessfaciliteter, kan afholde arrangementer, være bespisning, overnatning osv.

Det rundehus: Arne Jacobsens Runde Hus fra 1956 ligger ved siden af røgeriet, som det skaber det helt særlige Arne Jacobsen-miljø sammen med. Huset benyttes som bolig.

Ferieboliger: Bag røgeriet kan der opføres ferieboliger i en høj arkitektonisk kvalitet, som ses i sammenhæng med selve røgeriet.

Strandbeskyttelse: Størstedelen af Danmarkskystlinje er omfattet af strandbeskyttelse, for at den naturlige kystlinje kan bevares og store del af områderne omrking røgeriet ligger i strandbeskyttelseszonen. Strandbeskyttelseszonen betragtes som en forbudszone, hvor en ændring i tilstanden kræver en dispensation fra Kystdirektoratet. Det vil derfor kræve en dispensation at opføre ferieboliger som en del af ferieresortet, på dette areal.

Rammeområde IR3

Arealet er i Kommuneplan 2021 udlagt til rekreative formål, hvor der fx kan opføres ferieboliger. Arealet ligger dog ikke særlig attraktivt ift. kysten, og der bør derfor ses på andre mulige arealer til ferieboliger, med mere attraktive placeringer, inden dette udvikles.

Erhvervshavn

Auktionshallen: Auktionshallen skal aktiveres og bidrage til at øge oplevelsesværdien i området. Det skal ske i sammenhæng med de omkringliggende arealer med pladsen foran og bebyggelsen bagved.

Skurbyen: Skurbyen er en autentisk havnebebyggelse som skal bestå. Skurbyen kan gøres mere tilgængelig for besøgende, hvis der åbnes op for at man kan åbne små arbejdende værksteder eller lign. Dette forudsætter et revideret plangrundlag i form af fx et lokalplantillæg.

Vestre Havnevej (og spisesteder mv): Bebyggelsen og aktiviteterne på Vestre Havnevej skal indgå i et samspil med de attraktioner, som er på havnen. Bespisning, butikker mv. vil gennem et tværgående samarbejde om fx afholdelse af diverse arrangementer mv. kunne skabe positive synergier på tværs – også omsætningsmæssigt.

Vestre Havnevej (2. tekst): Vestre Havnevej skal i højere grad fungere som et bindeled, som forbinder Arne Jacobsen-miljøet i vest til lystbådehavnen og stranden i øst, hen forbi erhvervshavnen i midten. Det kan fx gøres gennem way-finding eller en simpel form for nudging.

Lystbådehavn og strand

Havnebad/kolddvandsspa: Havnebad, som kan benyttes året rundt, vil bidrage til at udvide sæsonen.

Omdrejningspunkt for vandaktivitet: Kommerciel udlejning af fx surf- og SUPudstyr, havkajakker eller lign., afholdelse af kurser og med plads til omklædning og bare kunne "hænge ud" efter en tur på vandet.

Husbåde: Der er ikke mange attraktive placeringer for ferieboliger i Havnebyen. Ferie-husbåde hvor du kan hoppe direkte i vandet fra terrassen eller sætte dig i en havkajak lige ved hoveddøren, vil kunne bidrage til at øge overnatningskapaciteten med en særdeles attraktiv placering.

Delområde 1

Erhvervshavnen

MERE END EN ERHVERVSHAVN

Potentialer

- **Havnebyen har den sidste tilbageværende erhvervshavn i Odsherred.** Men oplevelsen omkring erhvervshaven kan styrkes, så det ikke er erhvervshavnen, og køb af friske fisk og jomfruhummere fra erhvervsfiskerne, der er det primære omdrejningspunkt.
- **Der ligger et potentiale for et fysisk og oplevelsesmæssigt kvalitetsløft af havneområdet** - med respekt for den eksisterende rå og sammensatte karakter, hvor der både er plads til køb af fisk, men også til andre oplevelser.
- **Det at der er en erhvervshavn, kan der med fordel bygges videre på, når der skal udvikles oplevelser.** Fx gennem bespisning med fisk i Havnebyen (på havnen), som der i dag ikke findes meget af i Havnebyen.
- **Auktionshallen benyttes stort set ikke. Med sin centrale placering på havnen, rummer den et stort potentiale for at kunne byde på oplevelser af forskellige slags.**
- I det hele taget, kan der skabes en større oplevelse omkring den del af havnen ved:

  1. **at aktivere auktionshallen,**
  2. **at koble pladsen foran sammen med auktionshallen** fx gennem indretning og arrangementer som understøtter de aktiviteter der sker inde i auktionshallen
  3. **at bringe bebyggelsen længst ude mod vandet, bag auktionshallen, i spil** med sin attraktive placering. Bygningerne og de nære områder kan sættes i spil, når de funktioner som de rummer i dag, ikke længere skal være der. Bygningerne er ejet af hhv. Fiskeriforeningen og Odden Fisk.

- **Skurbyen**, lige vest for erhvervshavnen, er et finurligt område, som i sig selv vækker nysgerrighed og i høj grad bidrager til at skabe oplevelsen af et råt og autentisk havnemiljø. Hvis skurbyen kan gøres mere besøgsværdigt fx med små arbejdende værksteder, småbutikker eller lign., vil det sammen med havnen, kunne bidrage til at skabet en samlet attraktion centreret omkring erhvervshavnen, i langt højere grad end skurbyen gør i dag.

Udfordringer

- **Der er mange driftige initiativtagere i Havnebyen.** De som har en særlig kapacitet i form af bl.a. "det rigtige" netværk, som kan hjælpe med at få "ting til at ske", er der særlig brug for, hvis udviklingen omkring erhvervshavnen skal realiseres, gennem aktivering af auktionshallen, pladsen foran og bebyggelsen bagved.
- **Erhvervshavnen er ikke ret stærkt forbundet til de øvrige aktiviteter/oplevelser langs Vestre Havnevej** – hverken til området ved røgeriet eller til lystbådehavnen og stranden. Havnen opleves derfor usammenhængende. Ved at lave en stærkere fysisk og mental kobling, vil der kunne skabes synergier på tværs af både nuværende og fremtidige oplevelser, og der genereres synergieffekter på tværs af fx butikker og spisesteder ved at besøgende besøger (og lægger penge) flere steder, end bare nogle få.
- **Skurbyen er endnu en autentisk perle med plads til nye initiativer, men med det eksisterende plangrundlag kan de være svære at realisere**, og det kræver eks. ændrede anvendelsesmuligheder, ift. den eksisterende lokalplan.
- **Der er behov for en generel forskønnelse** langs Vestre Havnevej, og der skal fokus på at forbedre byens trafikale flow til og fra havnen, således den kan rumme den nødvendige trafikafvikling og herunder også øge trafiksikkerheden.

Auktionshallen

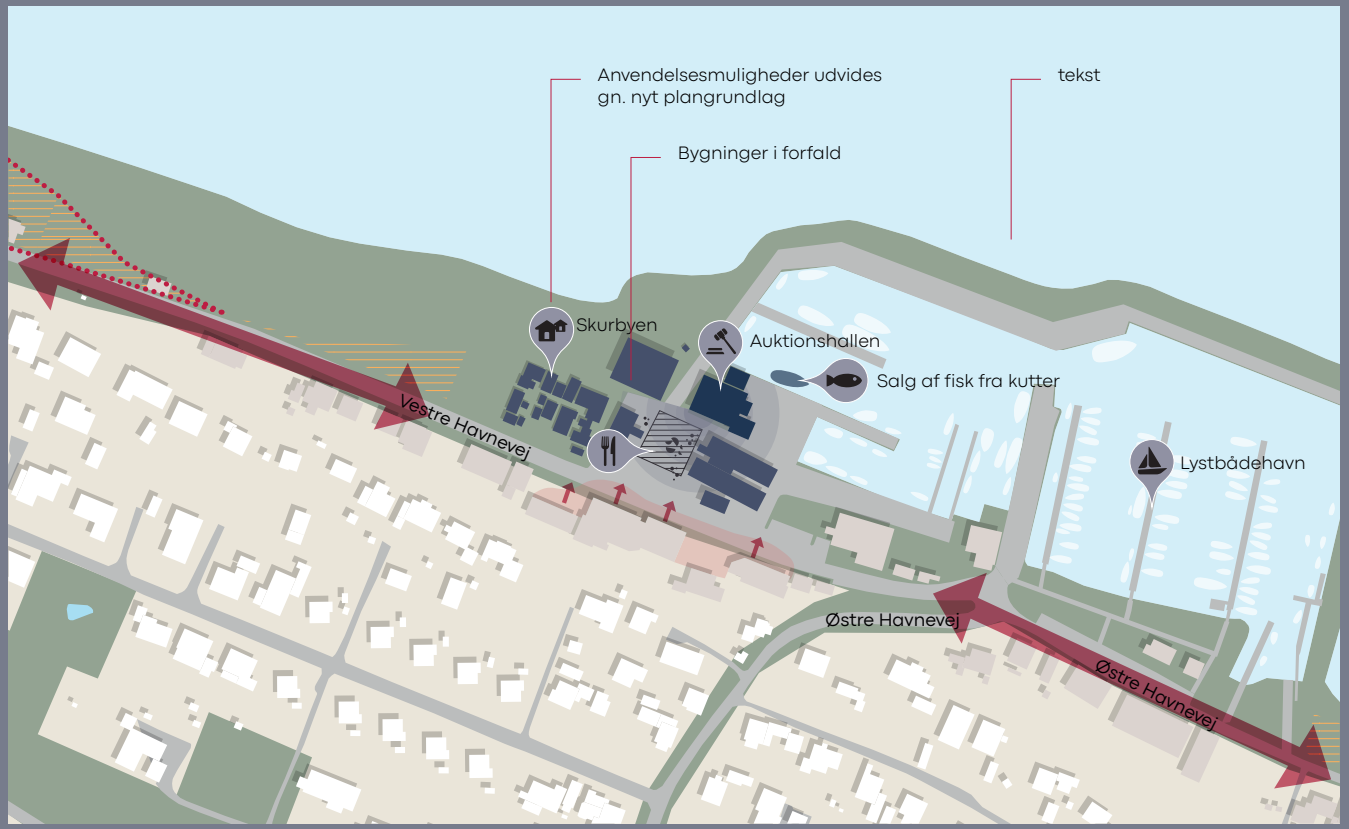
Foto: Grandville

Skurbyen

Foto: Grandville

STRATEGI

- **Erhvervshavnen skal kunne mere end fiskesalg**, som et led i at fremtidssikre havneoplevelsen, hvis/når fiskerierhvervet ikke længere er i Havnebyen.
- **Auktionshallen og pladsen foran skal aktiveres og have en funktion**, som den er berettiget til, med sin centrale beliggenhed – et aktivt sted, som er besøgsværdigt for både byens borgere og besøgende. Det bør endvidere synliggøres gennem fx pladsens indretning og belægning.
- **Der skal være aktiviteter i form af forskellige arrangementer** som afholdes løbende gennem året, samt mere fast aktiviteter, som kan være der over en længere periode (man må ikke gå forgæves), såsom bespisning.
- Det kan umiddelbart ske med udgangspunkt i to scenarier:
  - A: **Auktionshallen udlejes til en privat aktør**, med krav om afholdelse af offentlige arrangementer for byens borgere og besøgende – fx til bespisning, hvor der indimellem er fællesspisning eller lign.
  - B: **Der oprettes en byforening, som arbejder på at der afholdes arrangementer i auktionshallen løbende**, samt planlægger mere faste aktiviteter. En sådan forening bør generelt arbejde for at gøre Havnebyen mere attraktiv, men auktionshallen og området omkring vil skulle have et særligt fokus indledningsvist. Foreningen skal bestå af driftige folk, som både vil og har de rette kræfter (netværk og evt. økonomi) til at "flytte noget" og "få ting til at ske".



- **Uanset scenarie er det vigtigt, at ansvaret for at aktivere auktionshallen placeres ved en eller flere personer.**
- **Bygningerne længst ude på erhvervshavnen ligger yderst attraktivt, og kan bidrage til den øvrige oplevelse af havnen.** Derfor skal de anskues som et aktiv, og indtænkes i den fremtidige udvikling af havnen.
- **Se skurbyen som et uforløst potentiale**, der med relativt enkle greb (ændret plangrundlag) vil kunne bidrage til at løfte Havnebyen som destination.

- **Arbejd med at skabe en stærkere fysisk og mental forbindelse** langs Vestre Havnevej mellem erhvervshavnen og hhv. området ved røgeriet på den ene side og lystbådehavn og strand på den anden side. Det kan fx være i form af mindre fysiske nudging-greb eller wayfinding.
- **Løs de trafikale udfordringer** så Havnebyen opleves som trafiksikker og mindre kaotisk, i særligt højsæsonen.

START HER

Anbefalinger til Odsherred Kommune

- **Udlej auktionshallen til en aktør, som vil bruge hallen til events og aktiviteter for byens borgere og besøgende.** Hallen kan evt. udlejes på besøgsbasis for 2 år med henblik på at indsamle erfaringer med udlejning.
- **Udarbjd en ny lokalplan eller tillæg til den eksisterende** for havneområdet, som muliggør udviklingen.
- **Understøt lokale initiativer, der understøtter økonomi og jobskabelse** inden for turisme og oplevelsesøkonomi.
- **Undersøg muligheden for at inddrage den yderst beliggende bebyggelse på havnen**, ved dels at identificere hvad der kan ske dér, og dels gå i dialog med ejerne herom.

LANDINGSPLADSEN, NØRRE VORUPØR

I nordjyske Nørre Vorupør bruges stedets stærke fiskerikultur som afsæt for udvikling. Målet har været at udvikle området omkring byens stolthed – landingspladsen - gennem nænsom renovering og bevaring af kystfiskeriets bygninger. Med projektet er der foregået en nænsom renovering og genopførelse af landingspladsens gamle, kulturbærende fiskeribygninger. Husene udgør Kystkulturens Oplevelsescenter og indeholder bl.a. omklædning med bad og toilet, faciliteter for surfere, formidling af stedets og fiskeriets rolle, fiskekompagniets renselokaler og plads til detailsalg. Herudover er der etableret en kaffestue, opbevaringsfaciliteter og madpakkehus.

Foto: Leif Tuxen / Realdania

Delområde 2

Røgeriet

RØGERIET SOM VARTEGN OG PRIMUSMOTOR FOR AT ØGE BYENS OVERNATNINGSKAPACITET

Potentialer

- **Havnebyen er begunstiget med mere end en erhvervshavn.** Havnebyen rummer også det unikke Arne Jacobsen-miljø med det runde hus og røgeriet. Det runde hus er i dag beboet, men røgeriet er ikke længere i drift.
- **Røgeriet, der ligger nær kyst-skrænten er i sig selv et vartegn** – også fra vandsiden. Et vartegn som i sig selv er et besøgsmål.
- **Der ligger et stort potentiale i at udvikle det ikoniske Arne Jakobsen-miljø omkring røgeriet til et stærkt besøgsmål med mulighed for overnatning,** som kan appellere til flere målgrupper. Målgrupper som både omfatter sommerhusgæster, endagsbesøgende og overnattende i Havnebyen.
- **Ejeren af røgeriet arbejder på, hvordan røgeriet skal aktiveres i fremtiden.** I ejerens planer er der tanker om at integrere røgeriet i et resort. Røgeriet bliver resortets oplevelsesmæssige omdrejningspunkt, med opførelse af bagvedliggende ferieboliger.
- **Konceptet for det nye resort er endnu ikke helt fastlagt, men en kombination af wellness og gastronomi er på tegnebrættet.** Dette vil kunne tiltrække en helt ny målgruppe til Havnebyen, og gennem de rette samarbejder, vil det kunne skabe synergier til fx fødevareproducenter og -virksomheder i det nordlige Odsherred.
- **Et ferieresort med fx wellness- og gastrooplevelser og overnatning ved røgeriet, vil med det fokus kunne tiltrække både overnattende gæster og besøgende ude fra.**
- **Resortet som en attraktion som fastholdes og udvikles med en høj arkitektonisk og oplevelsesmæssig kvalitet**, har med det rette koncept, potentiale til at udvide Havnebyens sæson til det meste af året.
- **En øget overnatningskapacitet vil ligeledes kunne styrke grundlaget for flere spisesteder, butikker m.v., der har åbent en større del af året**, som røgeriets besøgende også vil søge mod, når de skal opleve andre ting, end det, røgeriet kan tilbyde.

Udfordringer

- **Byen fremstår lukket uden for højsæsonen og der er mangel på overnatningskapacitet i Havnebyen** - særligt hvis sæsonen udvides. Hotel Den Gyldne Hane med otte værelser, er den eneste kommercielle overnatningsmulighed i selve Havnebyen.

- **En øget overnatningskapacitet vil have betydning for, om man vælger at feriere i Havnebyen** frem for andre steder.
- **En destination som Havnebyen kræver A-placeringer for overnatninger** hvis byen skal være attraktiv at vælge som overnatningssted. Området ved røgeriet er den eneste A-placering, hvor der kan opføres nye ferieboliger.
- **Overnatningskapaciteten i forbindelse med et nyt resort ved røgeriet, afhænger af hvor stort et areal, der vil kunne opføres overnatningsenheder på.**
- **Ejeren af røgeriet ønsker 50-100 overnatningsenheder.** Det kræver at et større areal bag røgeriet indgår. Størstedelen af området er dog omfattet af strandbeskyttelse, hvilket af Kystdirektoratet betragtes som en forbudszone. Det kan derfor være svært at få lov til at ophæve beskyttelsen. En mindre del er ikke omfattet af strandbeskyttelse, og her vil der kunne opføres 10-20 ferieboliger, alt efter den konkrete udformning.

STRATEGI

- **Oplevelsen i og omkring røgeriet skal "genaktiveres"** for at give større anledning til besøg end "bare" at se bygningerne.
- **Strandbeskyttelse kan sætte en begrænsning for hvordan og i hvilken grad røgeriet kan udvikles.** Det anbefales derfor at mulighederne inden for dette areal afklares hurtigt, således resortkonceptet kan tilpasse det areal, der er til rådighed.

START HER

Anbefalinger til Odsherred kommune

- **Understøt Røgeriet ift. dialog med myndigheder** og afklaring af muligheder med henblik på bevaring. Der skal samtidig ske en vurdering af mulighederne for aktivering af kølebygningen.

Anbefalinger til projektejer

- **Gå i dialog med Kystdirektoratet** om muligheden for at ophæve strandbeskyttelsen på arealet bag røgeriet.

STRANDHOTELLET BLOKHUS

I 2017 åbnede Strandhotellet Blokhus , der byder på både luksusværelser, gourmet restaurant og -bar, wellnessafdeling m.v. - alt emmer af luksus og kvalitet. Med en placering centralt i byen og samtidig tæt på stranden, har hotellet været med til at skabe et væsentligt fysisk og oplevelsesmæssigt løft af byen - til gavn for besøgende, borgere og erhvervsdrivende.

Foto: Strandhotellet

Delområde 2

Lystbådehavnen

STRAND OG LYSTBÅDEHAVN UDVIKLES TIL ET MARITIMT REKREATIVT OG AKTIVT OMRÅDE

Potentialer

- **I den østlige ende af Havnebyen er der både lystbådehavn og strand.**
- **Området har stort rekreativt potentiale**, men der er ligeledes et stort potentiale for, at det kan benyttes mere aktivt end det bliver i dag. **Fx rummer farvandet gunstige forhold for forskellige former for vandsport** og har bl.a været benyttet ifb. med træning til OL af det danske sejlerlandshold.
- **I dag kan man leje Stand Up Paddel-udstyr (SUP), men potentialet er til mere end det.** Med supplerende faciliteter som lokaler til udlejning af udstyr og et mødested hvor man kan klæde om, hænge ud, købe en kop kaffe, øl og lign. efter man har været på vandet, vil kunne løfte den aktive brug af den del af havnen. Dette bør ske i et samarbejde med de eksisterende aktører/ virksomheder i området, hvis det er muligt.
- **Et havnebad i eller nær lystbådehavnen**, evt. suppleret af et koldtvandsspa eller lign., som kan benyttes hele året, vil kunne understøtte eventuelle wellnessaktiviteter ifb. med er resort i røgeriet.
- **Der er ingen oplagte arealer med særlige attraktive placeringer, til nye overnatnings-faciliteter** i dette område – i hvert fald ikke på land. Men **der kan ligge et potentiale i at undersøge om det er muligt at placere unikke overnatningsmuligheder på vandet i form af husbåde.** Husbådene vil kunne have en særlig profil målrettet havet med plads til både ta kunne hoppe

Udfordringer

- **Der er ikke mange faciliteter i området i dag, så derfor vil en del skulle iværksættes fra bunden.** Det kræver en stærk frontperson, som ikke nødvendigvis er let at finde.

STRATEGI

- **Et øget fokus på kommercielle vandaktiviteter**, såsom leje af fx havkajakker, mere SUP- og surfudstyr og afholdelse af kurser mv.
- **Den rette lokation skal findes, hvor der er mulighed for at finde lokaler til udlejning, omklædning osv.** Det kan være i eksisterende bygninger eller ved at opføre nyt, som er målrettet formålet.
- **Der er behov for en frontperson**, som kan udvikle et sådant område med et kommercielt fokus, som har de rette kompetencer og netværk.

Husbåd/hotelværelser på vand

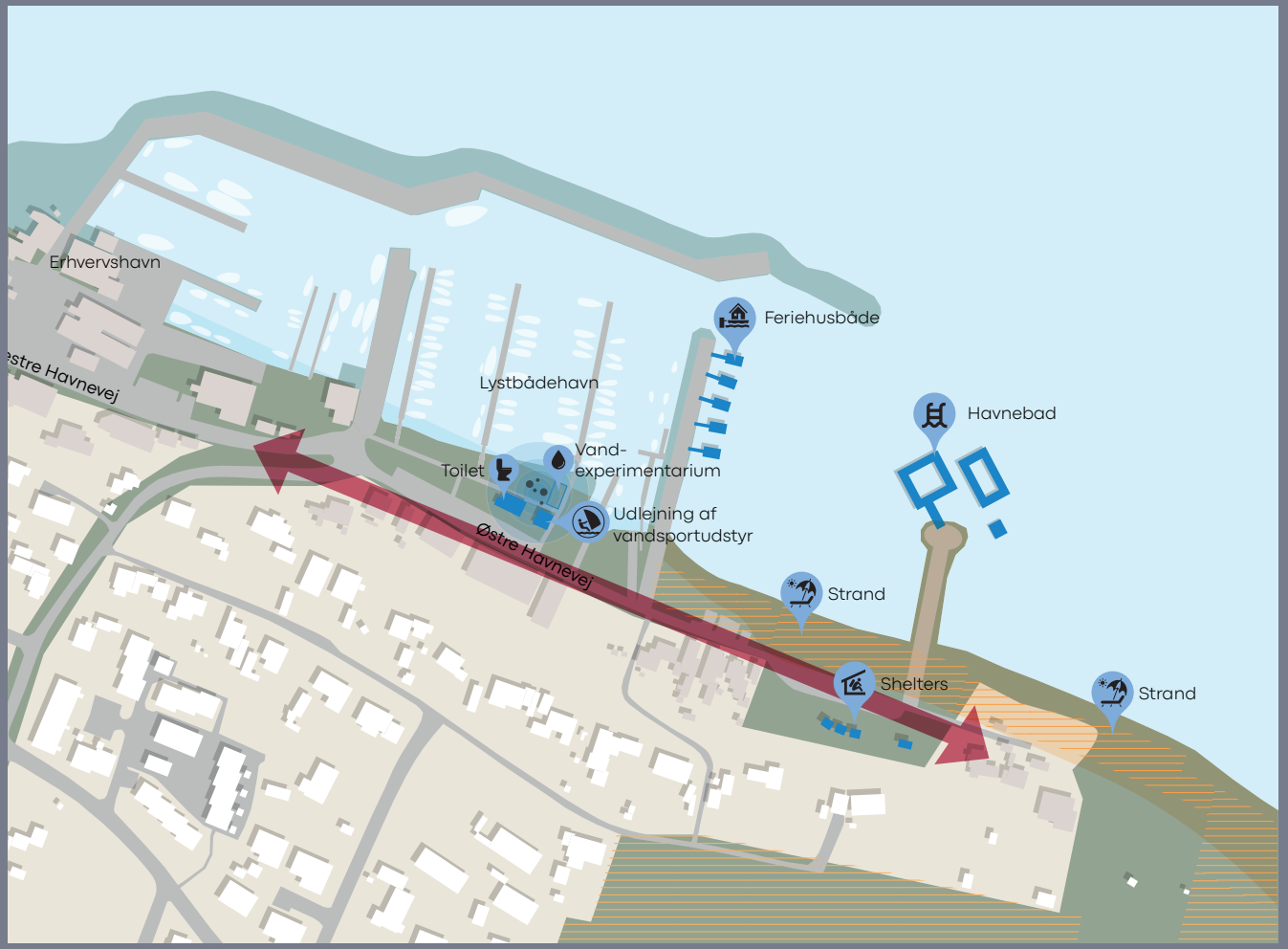
Foto: Kaj Hotel

Havnebad / dyppezone

Foto: Fokstrot

START HER
Anbefalinger til Odsherred kommune

- **Afsøg mulighederne for at bruge vandet mere aktivt.** Er det fx muligt at etablere et havnebassin eller koldtvandsspa.
- **Afsøg om husbåde som ferieboliger er en mulighed** i, eller nær, lystbådehavnen?
- **Hjælp med fondsansøgninger og planmæssige rammer.**



Fyrtårn

The Heliotropic City

Soluret sætter spot på Odsherred

- The Heliotropic City - Olafur, solen, maden og slottet

ET VÆRK SOM "THE HELIOTROPIC CITY" AF OLAFUR ELIASSON VIL KUNNE BLIVE EN MAGNET PÅ NATIONALT OG INTERNATIONALT NIVEAU OG TILTRÆKKE BESØGENDE I 1000-TAL TIL GAVN FOR "TURISMEHOVEDSTADEN" NYKØBING OG DE ØVRIGE OPLEVELSER – STORE SOM SMÅ – I ODSHERREDS NORDLIGE DEL.

- **I forbindelse med kommunesammenlægningen blev der i et samarbejde med Olafur Eliasson taget initiativ til at skabe et unikt kunstværk – "The Heliotropic City".** Anlægget manglede anlægsfinansiering, men er ikke blevet mindre betydningsfuldt i den mellemliggende periode.
- **Arbejdet for at styrke Odsherred som destination har siden taget fart.** Der er i gang i en positiv udvikling og turismen har fået større og større betydning siden - derfor er værket mere relevant end nogensinde før.
- **Siden det oprindelige projekt blevet udpeget som Geopark, og man har arbejdet indgående med at udfolde de potentialer der ligger i den og de fire ben.** Geoparken står stærkere end nogensinde med sin samlende fortælling om Odsherred, og "The Heliotropic City" understøtter denne fortælling på forbilledlig vis.
- **Potentialet i den generelle udvikling i Odsherreds turisme med større forbrug, mere kræsne/yngre/betalingsdygtige kundegrupper skal udnyttes** i kombination med den fokuserede indsats for at øge synlighed og tilgængelighed i forlængelse af statussen som anerkendt Geopark.

MÅLGRUPPER

Projektet bidrager til en klar identitetsfortælling om Odsherred, som vil tiltrække turister, der sætter pris på kultur og kulturhistorie, og som kan forventes at sætte pris på områdets øvrige stedspecifikke oplevelser. Målgruppen er ofte forbundet med en købsvillighed, hvorfor det er nødvendigt at synliggøre øvrige kultur- og naturoplevelser og spisesteder for at sikre målgruppen reelt set bruger penge under besøget.

Special interest tourits, der rejser som følge af en hobby eller passion inden for internationalt anerkendt kunst og arkitektur, vil med den rette markedsføring kunne blive interesseret i et besøg til området, hvor også Odsherreds øvrige egnsspecifikke oplevelser kan synliggøres for at gæsten for en særlig indsigt og fornemmelse af historien og kulturen i denne del af Danmark.

Projektet kan udover også forventes at blive et udflugtsmål året rundt for landliggere og Odsherreds borgere, som sætter pris på kunstværkets æstetik i lyset af forskellige årstider.

Illustration af 'The Heliotropic City

Foto: Dragsholm Slot/Odsherred Kommune

HVAD GØR FYRTÅRNET FOR ODSHERRED SOM SAMLET DESTINATION

- **Det gør et allerede nationalt og internationalt fyrtårn – Dragsholm Slot til en endnu stærkere attraktion.**
- **Et værk som "The Heliotropic City" af netop Olafur Eliasson vil potentielt være en magnet på internationalt niveau** og tiltrække turister i 1000-tal til gavn for "turismehovedstaden" Nykøbing og de øvrige oplevelser – store som små – i Odsherreds nordlige del. Dette er blandt andet konstateret i forbindelse med Solen i Tate Modern, Vandfaldene i New York udstillingen på Louisiana og og Regnbuen i Aarhus.
- **"The Heliotropic City" er ikke blot en styrkelse af Dragsholm Slot som besøgsmål, men i langt højere grad et potentielt fyrtårn i Danmark**, som baseret på effekter af andre af Olafur Eliassons arbejder permanent tiltrækker et stort internationalt publikum. Dette vil i meget høj grad være et stærkt bidrag til at øge besøgstal, omsætning og jobskabelse i Odsherred.Et fyrtårn der rækker langt udover Odsherreds grænser.
- **Det er en udbygning af områdets kulturhistorie** i den forstand, at det bygger videre på en allerede kendt kunst og kunstnerklynge og dermed styrker Odsherreds attraktion for de særligt kunstinteresserede.

- Værket har mange betydninger:
  - **Det er stedsspecifikt** – en storslået ankomst til Solens Land, Solvognens Fundsted et område, hvor forfædrenes forundring over solen vandring fra øst til vest krævede forklaring på, hvordan den kom tilbage
  - **Det er meditativt** – et helt særligt sted for fordybelse og eftertanke om universet, kloden, klimaet og alle de store spørgsmål, der kobler sig til det enkelte individ
  - **Det er autentisk** - som en stæk markør i et sjældent landskab.
  - **Det er ikke alene en oplevelse ved sollys** og månelys men også bare i gråvejr.

Landskabet ved Dragsholm Slot

Foto: XX

Dragsholm Slot

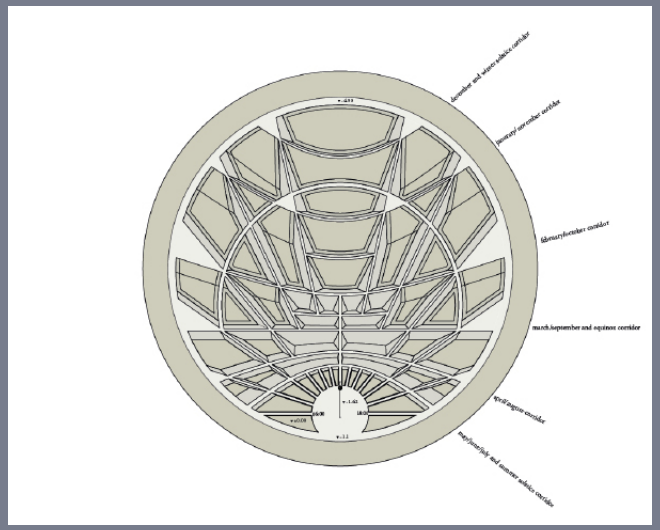
Foto: VisitOdsherred

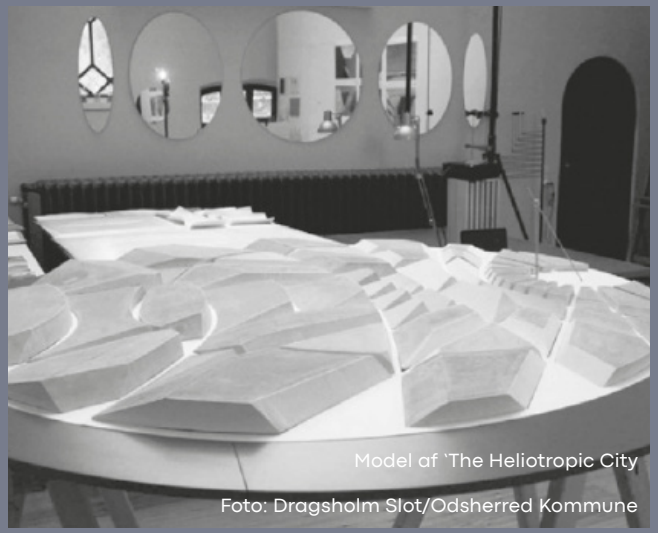
STRATEGI

- **Med udgangspunkt i det indledende er strategien at styrke den fortælling, som sætter investorer i form af fonde i stand til at tage ejerskab og forstå værkets betydning** ikke alene for turismen og lokalsamfundsudviklingen i Odsherred, men også for den nationale og internationale turismeindsats.
- **Der skal laves reel forundersøgelse af projektet, som kan danne grundlag for det videre arbejde.** På baggrund af foranalysen skal der udarbejdes et opdateret og mere professionelt ansøgningsmateriale.
- **Der skal arbejdes målrettet med at undersøge og udvikle det kommercielle aspekt af 'The Heliotropic City'.** Det skal bl.a. afklares om værket har gratis eller betalt entre og om der skal udvikles supplerende funktioner som supplement til værket, eksempelvis i form af mulighed for supplerende aktiviteter, bespisning, overnatning eller lign. - i supplement til det Dragsholm Slot tilbyder idag, som ikke har volumen og bredde til at rumme alle de potentielle besøgende.

FYSIK

- **De fysiske forhold er overordnet på plads.** Kommunen er ejer og vedligeholder af værket og de nære omgivelser.
- **Selve anlæggelsen af værket i teknisk/ økonomisk forstand skal revurderes under overskrifter som klima og teknik**, idet erfaringer fra sammenlignelige konstruktioner inddrages gennem involvering af tekniske og anlægsfaglige specialister.
- **Driften er på plads.** Kommunen overtager areal og står for vedligeholdelse af værket og området.





Model af 'The Heliotropic City

Foto: Dragsholm Slot/Odsherred Kommune

Illustration af 'The Heliotropic City

Foto: Dragsholm Slot/Odsherred Kommune

Illustration af 'The Heliotropic City

Foto: Dragsholm Slot/Odsherred Kommune

START HER
Anbefalinger til Odsherred Kommune

- **Arranger et møde med Dragsholm Slot og Olafur Eliasson om genoptagelse af projektet** og herunder vurdering af et altenativ til beton samt pris for udvikling og etablering af værket.
- **Udarbej en business case**, herunder udvikling af den kommercielle del. Drift af værket skal kunne balancere uden tilførsel af kommunale midler.
- **Afdækning af financielringsmuligheder**, herunder fondraising og lån (dette skal indgå i ovennævnte business case).
- **Afklaring af organisering.**
- **Nedsæt Fyrtårnsgruppe med de øvrige fyrtårne, og deltag ligeldes i gruppen med en relevant repræsentant.**

SKOVTÅRNET / CAMP ADVENTURE

Skovtårnet er et 45 m højt udsigtstårn - indvendigt kan man bevæge sig op og ned ad en 600 m lang spiralformet gangbro. Tårnets øverste platform befinder sig 135 meter over havets overflade og er dermed det højest tilgængelige punkt på Sjælland. Skovtårnet ligger sammen med Camp Adventure, der er en skov-klatrepark beliggende syd for Haslev i Gisselfeld Klosters skove på Sydøstsjælland. Parken består af 10 trætop-klatrebaner af forskellig sværhedsgrad, hvor der blandt andet er en 450 m lang svævebane. Derudover er der bl.a. mulighed for at overnatte i forskellige glampingtelte/-hytter.

- Antal besøg årligt (2020): 384.100
- Entrépris: kr. 150.
- Klatrepark: kr. 350
- Overnatning / Glamping: fra kr. 2.500

Foto: EFFEKT