



Projektets aktiviteter: Der skal udarbejdes et resursekatalog for naturaktiviteter i Thy; herunder planer for fremtidig adgang til og udbygning af faciliteter for aktiviteter i naturen med udgangspunkt i det vestlige del af Thy/Thisted Kommune. Resursekataloget skal endvidere afdække og vurdere mulighederne for at tiltrække tilflyttere gennem foretagelse af behovsanalyse overfor identificerede målgrupper. Med baggrund i kataloget iværksættes tiltag til at øge bosætning og facilitere tilflyttere.

De tilknyttede aktiviteter summeres i følgende:

”Hotspot” for friluftaktiviteter og -muligheder – og naturlig adgang til naturen

Udarbejdelse af et katalog over hvilke aktiviteter, der er relevante, deres geografiske/tidsmæssige placering og udbredelse samt planer for, hvorledes faciliteter kan udvikles og udbygges. Fordele og ulemper ved aktiviteterne samt barrierer for anvendelse/udfoldelse identificeres, synliggøres og evt. fremtidige problemer adresseres.

Kataloget udarbejdes i samarbejde mellem foreninger, offentlige myndigheder og andre interessenter og giver et rigtig godt planlægningsværktøj til målrettet at kunne arbejde videre med ”naturen som bosætningsmagnet”.

Der nedsættes fokusgrupper indenfor forskellige emner, og undervejs i forløbet afholdes debattmøder/workshops, der enten går ind på overordnede emner i relation til bosætning og natur eller mere specifikt ser på aktivitets- og/eller geografisk afgrænsede emner.

Endvidere ses på, hvorledes antallet af aktiviteter kan udvides ved adgangen til Sydnorge i markedsføringen af Thy som bosætningsområde. (Mange københavnere drager på weekendture til Sverige for at klatre eller stå på ski, og surferne kører fra Tyskland/Holland til Thy).

Faciliteter

Der udarbejdes en plan for de fremtidige behov for fysiske faciliteter, i hvilken også turismeperspektivet indtænkes.

Det gælder til- og frakørsel, ophold samt forbindelse med forskellige hotspot og evt. inden for forskellige aktiviteter. Inden for f.eks. surfsport og lystfiskeri handler det f.eks. om skiltning, standpladser til autocampere, skyllefaciliteter, toiletforhold og adgang til rindende vand.

Brugerundersøgelser og behovsanalyse med henblik på at tiltrække nye borgere

Der udvikles og afvikles brugerundersøgelse i forskellige målgrupper med henblik på at afdække besøgende interesser og vaner, og der ses på hvilke faciliteter mv., der efterspørges.

Brugerundersøgelserne laves til Internettet og gennemføres i samarbejde med kernemedier (contra ”mainstream” medier). Indenfor f.eks. surfsporten kan dette gennemføres i Danmark, Tyskland, Holland og Norge på centrale ”surf sites”, hvor det ikke er urealistisk at kunne modtage 1000 besvarelser på kort tid fra surfere.

Tilsvarende rettes undersøgelsen mod andre aktivitetsgrene. Én grund til, at undersøgelsen også rettes mod udlandet er, at erfaringen viser, at folk gerne flytter, hvis de helt rigtige betingelser er



tilstede, samt at der i øjeblikket er mangel på arbejdskraft, hvorfor undersøgelsens resultater efterfølgende sagtens kunne tænkes bragt i sammenhæng med jobopslag i udenlandske medier.

Det kan selvfølgelig være kontroversielt delvis at sigte mod udlandet i forhold til bosætning, men omvendt vil de udenlandske gæsters input være værdifulde, ligesom de nuværende udenlandske tilflyttere i Thy i høj grad har været med til at forme udviklingen. (En tysker, der i dag arbejder i Kiel og er i Thy i weekenderne, kan måske relativt let "overtales" til at flytte, hvis faciliteterne er her og arbejdet er let at finde).

Brugerundersøgelsen og dens resultater indgår som en del af resursekataloget og endvidere i markedsføring derefter.

Markedsføring, information og kommunikation

Undervejs i projektet ligger et stort arbejde med at informere og kommunikere til omverdenen, og som en del af projektet, sideløbende med udarbejdelse af kataloget, arbejdes på at synliggøre Thy og dets muligheder.

Lige så vigtigt som at kunne markedsføre naturen, er det, at der gives et nutidigt billede af, hvad Thy også er: Her tænkes på det digitale medie, og på hvordan Internettets kommunikationsstyrke kan underbygge projektet og bosætningen.

En idé er at give Thy verdens bedste hotspot guide for naturaktiviteter, f.eks. ved i samarbejde med offentlige myndigheder mv. at producere tilgængelig information om Thy til eksempelvis Google Earth.

En anden idé er, at søge at etablere gratis hot-spots/Internetadgang for besøgende mange steder rundt i Thy. Ovennævnte er med til at give indtryk af Thy som et "opdateret" sted, samtidig med at Thy virkelig bliver opdateret og synliggjort.

Med resursekataloget følger en strategi for, hvordan bosætning og naturaktiviteter kan gå op i en højere enhed, og hvorledes implementeringen af planen til opfyldelse af mål om bosætning skal implementeres. Denne strategi inddrager såvel kommunen, uddannelsesinstitutioner og andre offentlige instanser samt involverer interessegrupper og foreninger, specielt de, der relaterer til natur-/friluftsliv.

Resultaterne af projektet (der gerne skal være målbare i form af nye tilflyttere) er gennem et bredt samarbejde at skabe en bosætningsstrategi, der samtidig kan virke som et fælles politisk værktøj i udviklingen af faciliteter og profilering af Thy indenfor natur og naturaktiviteter.

Strategien opbygges og formidles som et dynamisk online a) resurse- og b) idékatalog baseret på Google Earth, kortfilm og evt. små animationer, således at projektet:

Ad a): får kortlagt området med hensyn til (mulige) resurser, herunder allerede etablerede faciliteter i naturen, samt gennem dialog deltagerne.

Ad b) tillige udarbejder animationer, der viser, hvad man kunne lave, og hvad dette vil betyde for områdets tilgængelighed.



Resurse- og idékataloget skal bruges som led i markedsføring af Thy – og i den forbindelse eksponere et friluftskombineret visionskort over Thy.

Projektets deltagere

Projektet tager afsæt i igangværende projekt Building the Cold Hawaii. Projektet startede 6/6, 2007. Ideen bag projektet Building the Cold Hawaii er at lave en masterplan for surfing i Thy:

Planen skal *bane vejen* for projektering og prioritering inden for primært tre ting:

1. Surfing som led i en regional turismestrategi i form af en større årligt tilbagevendende begivenhed med surfing som omdrejningspunkt.
2. Surfing som led i en alternativ bosætningsstrategi for Thy.
3. Surfing som en del af et eller flere af de etablerede uddannelses tilbud i Thy.

Projektet Building the Cold Hawaii underholdes af midler fra Hanstholm, Thisted og Sydthy kommune (den ny Thisted kommune) og midler hentet fra private lokale, nationale og internationale sponsorer.

Surfklubben NASA's bestyrelse er fungerende arbejdsgruppe. Projektet Building the Cold Hawaii er desuden omfattet af en "åben" følgegruppe, hvori følgende deltagere er repræsenteret:

Ejner Frøkjær (Socialudvalgsmand, Ny Thisted kommune [borgmester i Hanstholm kommune]).

Ditte Svendsen (skovridder, Thy Statsskovdistrikt).

Torben Juul Olesen (teknisk direktør, Ny Thisted kommune).

Sanne Bach (Centerleder, Thy Uddannelsescenter).

Carsten V. Jensen (turistchef, Ny Thisted kommune).

Rasmus Rendtorff Jørgensen (konsulent Dansk Sejlunion).

Stian Eide (formand i Surfklubben NASA).

Projektets tidsplan: april 2007 – juni 2008 (15 måneder)

Måned

- | | |
|------|--|
| 1: | Projektstart og ansættelse af projektleder
Udarbejdelse brugerundersøgelse og 1. behovsanalyse (DK og udland).
Trådløse hotspots (identifikation og status). |
| 1-2: | Engagering af kernemedier, klargøring af online undersøgelse, information om projekt, "mobilisering" af lokale foreninger mv. 1. workshop/seminar.
Identifikation af "hot-spot", aktiviteter og deres udøvere (lokale såvel udefra kommende) – opstart. |
| 3: | Opstart, registrering og digitale kort/medier herunder allerede eksisterende. Plan for videre arbejde multimedialt. Opstart af online debat-/præsentationssider (på eksisterende platform – evt. under Thisted kommune). |
| 3-5: | Gennemførelse af brugerundersøgelse og 1. behovsanalyse, bearbejdning og klargørelse til offentliggørelse. |
| 6: | Strategi for videreudvikling af trådløse hotspots klar (i samarbejde med eksterne) |
| 7: | Workshop med baggrund i brugerundersøgelse og 1. behovsanalyse.
Kommunikations- og informationsstrategi 1. udkast. |
| 8: | 2. behovsanalyse med udgangspunkt i 1.
Midtvejsseminar – Resursekataloget tager form – hvordan kan det bruges? |



- 9-12 Udarbejdelse og løbende publicering af resurse- og idékatalog. Idéudviklings-, dialogmøder og workshop. Produktion af små film og animation til Internet og præsentation af tilflyttede (evt. valgt ud fra behovsanalyse).
- 13-15 Præsentation, information om, kommunikation af idé- og resursekatalog, planlægning af kommende fysiske faciliteter. Markedsføring af bosætningsplan. Afslutningsseminar. Afrapportering og evt. videreførelse af projekt i II fase.