

**INTERNATIONAL
INSPIRATION
TIL DANSKE
YDEROMRÅDER**

**TRODS
DARLIGE
ODDS**

TRODS DÅRLIGE ODDS

INTERNATIONAL INSPIRATION TIL DANSKE YDEROMRÅDER

Trods dårlige odds. International inspiration til danske yderområder
er udgivet af Realdania som led i projektet Mulighedernes Land.

Publikationen er udarbejdet af Hausenberg ApS i samarbejde med Realdania.

Redaktion: Søren Møller Christensen, Hausenberg & Karen Skou, Realdania.
Research og tekst: Hausenberg ved Vilfred Rasmussen, Jeppe Høst,
Signe Sloth Hansen, Torsten Bo Jørgensen, Anita Kjølhbæk, Mads Winther Nielsen
og Sofie Kyllsbech.

Layout: HVID HVERDAG ved Else Hvid.

Sprogrevision: Scrivarius v. Christian Klauber.

Udgivet januar 2010, trykt i 1500 eksemplarer hos Knudtzon Graphic A/S
på Munken Polar.



Mixed Sources

Product group from well-managed
forests, controlled sources and
recycled wood or fibre

www.fsc.org Cert no. SW-COC-003572
© 1996 Forest Stewardship Council

ISBN: 87-991618-3-4.

KONTAKT

Projektsekretariat for Mulighedernes Land ved Hausenberg:

ml@hausenberg.dk / +45 3534 6454.

Realdania, Karen Skou: ks@realdania.dk / +45 7011 6666.

INTERNATIONAL INSPIRATION

TIL DANSKE YDEROMRÅDER

I det sydvestligste England har iværksætteren Tim Smit omdannet en udtjent, åben mineudgravning til en kæmpemæssig botanisk have. På seks år har projektet givet regionen en øget omsætning på mere end 10 milliarder kroner. I landsbyen Annenwalde i det nordlige Tyskland har tre kvinder skabt ny geist og samarbejde. Før de tre kvinder gik i gang, kom der 100 turister årligt – nu kommer der 20.000. I Norge går staten drastisk til værks og flytter statslige kontorer til de yderste byer, som Vardø i Ishavet længst mod nordøst. I Irland kan fiskere, der ikke kan tjene nok på deres deltidsfiskeri, få supplerende støtte, hvis de arbejder for lokalsamfundet.

Der er god brug for disse forskellige initiativer, for overalt står landdistrikterne i en brydningstid. Produktionsarbejdspladser flytter, landbruget beskæftiger stadig færre, og vidensvirksomheder samler sig i storbyregionerne. Såvel i Danmark som internationalt er denne samfundsmæssige udvikling en udfordring for de fleste landdistrikter. Det er svært at fastholde indbyggerne, og landdistrikterne er udfordret af et lavt indtægts- og uddannelsesniveau. Udfordringerne er særligt store i de landdistrikter, som ligger uden for pendlingsafstand af de større byer.

På trods af de mange udfordringer er der mange virkelystne borgere og initiativrige virksomheder, som prøver at gøre en forskel, ligesom der er mange nationale initiativer og strategier for udviklingen i landdistrikterne. Ideen med denne analyse er at formidle internationale erfaringer fra steder, hvor det – på trods af de dårlige odds – er lykkedes at skabe en positiv udvikling. Eksemplerne er alle fra Europa og spænder fra store milliardprojekter til små landsbyprojekter, der alene er blevet til på baggrund af enkelte ildsjæles engagement. Ønsket er at inspirere til en bred og åben debat, hvor de danske yderområder ikke ses som fattige udgaver af Danmarks centrale byområder, men som bæredygtige alternativer med andre kvaliteter og udviklingsmuligheder.

Analysen er gennemført som led i partnerskabsprojektet Mulighedernes Land, et projekt Realdania har iværksat i samarbejde med Lolland Kommune, Thisted Kommune og Bornholms Regionskommune. Formålet er at afprøve nye strategier til landdistriktsudvikling ved at gennemføre konkrete, nytænkende projekter i de tre kommuner. Projektudviklingen i de enkelte kommuner er blandt andet inspireret af de internationale eksempler, som publiceres med denne bog. En række af eksemplerne har tidligere været publiceret i hæftet *Med udgangspunkt i stedet*. I *Trods dårlige odds* samles de i uddybet form med nye eksempler og sammenbindende artikler.

God læselyst!

Karen Skou, Realdania

YDEROMRÅDER UNDER PRES

INTRODUKTION	10
PERSPEKTIVET Det nye landdistriktsparadigme	12

STATENS ROLLE

KAMPAGNER OG POLITIKKER	20
PÅ TVÆRS Samme udfordringer	21
NORGE Markant omfordeling fra by til land	30
IRLAND Til gavn for lokalsamfundet	34
ENGLAND Rural Pathfinders viser vejen	38
TYSKLAND Fra donor til partner	42
SVERIGE Strategi og lokal forankring	46

SKOTLAND 50
Udviklingsselskaber som dynamoer

FINLAND 54
Både by- og landboere

PROJEKTER

EKSEMPLER PÅ POSITIV UDVIKLING 58

PÅ TVÆRS 59
Fra potentialer til aktiver

7STANES 70
Forankring af fyrtårnsprojekt

THE EDEN PROJECT 76
Fyrtårnsprojekt som lokal dynamo

HÄLSINGEGÅRDAR 84
Udvikling af en regional identitet

BAUMKRONENWEG 88
Skoven set fra oven

ANNENWALDE 92
Landfrauen løfter landsby

OLD CROWN PUB 98
Pub is the hub

WULKOW 102
Kampen for at få alle med

HAMNINGBERG	106
Balancen mellem dagligliv og turisme	
TRISURF	112
De unges tilhørsforhold	
SPRING FLING	118
Profilering gennem festival	
SKOTSKE TEMABYER	124
Glorious Galloway is absolutely FAB!	
URLAUB IM GUTSDORF	128
Godset som landsbyens dynamo	
PORTUGAL RURAL	136
Landdistrikternes ambassade	
LUDLOW	140
Cittaslow – at skynde sig langsomt	
TRANQUILITY MAP	148
Stilhed som potentiale	
COUNTRYSIDE EXCHANGE	152
Nyt blik på det velkendte	
HÖGBONDEN	158
Yderst, smukt og populært	
FABRIKEN FURILLEN	162
Fra grim industri til eksklusivt hotel	
Illustrationer	165
Litteratur og kilder	166

YDER- OMRÅD UNDER PRES



INTRODUKTION

I hele Europa opleves udfordringer med at få lokalsamfundene på landet til at hænge sammen. Fraflytning af unge og lav tilflytning af nye beboere skaber sammen med lukning af butikker, skoler og børnehaver en negativ spiral, som er vanskelig at bryde. Problemerne hænger tæt sammen med, at der er stadig færre beskæftigede i landbrug, fiskeri og råstofudvinding, og at disse traditionelle erhverv får mindre og mindre økonomisk betydning. Siden 1990'erne er dette blevet fulgt op af en markant tilbagegang for de industrier, der ellers gav arbejde til de mange mennesker, som var blevet arbejdsløse, efterhånden som maskinerne overtog det meste af arbejdet i landbruget.

Udfordringerne er ikke så alvorlige i de landdistrikter, der ligger i pendlingsafstand til de større byer. Disse storbyer har i samme periode formået at omdefinere sig fra industribyer til centre for avancerede serviceerhverv, der har fokus på udvikling af nye produkter. Samtidig har storbyerne udvidet deres indflydelse og udgør såkaldte regionale byer, der defineres af store, sammenhængende pendlingsområder, der i Københavns tilfælde dækker mere end halvdelen af Sjælland. De regionale byer rummer både klassiske tætbebyggede byområder og landområder med marker og landsbyer. Markerne og landsbyerne ændrer dog ikke på, at disse områder hænger sammen, →



BOGENS OPBYGNING

Bogen er opdelt i tre kapitler. I dette første kapitel introduceres bogens problematik og perspektiv. Andet kapitel rummer syv artikler om statslige initiativer i Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Irland, England og Skotland. Disse artikler handler eksempelvis om differentieret skat, etablering af udviklingsselskaber og forsøg med nye samarbejdsformer mellem borgere, erhvervsliv og det offentlige. Kapitlet indledes med en tværgående artikel, hvor de forskellige tiltag diskuteres i forhold til hinanden. Hvad kan der gøres for at bekæmpe arbejdsløshed, tiltrække veluddannet arbejdskraft eller sikre indkøbsmuligheder og offentlig service?

Tredje, sidste og største kapitel rummer 18 artikler, der hver beskriver et konkret projekt, som rummer inspirerende ideer og erfaringer. Igen bindes teksterne sammen af en indledende artikel, der sætter fokus på de generelle strategier og overordnede ideer, som kan udledes af de konkrete projekter. Bagerst i bogen er den anvendte litteratur samt en liste over gennemførte interview samlet.

Bogen er sammensat af artikler, der kan læses uafhængigt af hinanden. Bogen kan derfor både bruges som inspirationskatalog eller læses i sin fulde længde.

og at landdistrikterne i pendlingsområderne er en del af regionale byer, i den forstand at de er økonomisk afhængige af de mange arbejdspladser i storbyerne

Situationen er anderledes for de landdistrikter, der ligger uden for pendlingsafstand til de store byer. Folk flytter ikke hertil for at pendle på arbejde i storbyerne. Her skal mulighederne findes lokalt og i de nærtliggende mindre byer. Det er disse områder, der arbejdes med i Mulighedernes Land. I denne bog kaldes disse områder for yderområder. Yderområder skal ikke forstås som et forsøg på at definere disse områder som havende mindre betydning og relevans end storbyerne, men i stedet som et begreb, der tager udgangspunkt i det reelle problem, som er hele projektets udgangspunkt. Nemlig at disse områder ligger uden for storbyernes regionale opland og dermed også uden for rækkevidde af den økonomiske vækst, som for alvor har vist sig fra 1990'erne og frem.

I Danmark har de primære vækstområder været på Østsjælland, med Storkøbenhavn som omdrejningspunkt, og i det østjyske bybånd fra Kolding over Århus til Randers. Selvom der er store forskelle mellem eksempelvis England, hvor der er mange store byer spredt ud over hele landet, og Norge, hvor Oslo er den eneste storby, så er udviklingen for yderområderne sammenlignelig på tværs af de industrialiserede lande i Europa, Nordamerika og Australien. Dette gør det interessant at samle inspiration på tværs af forskelle i kultur, geografi og politik og at tage ved lære af både konkrete initiativer og større strategiske indsatser. ■



MULIGHEDERNES LAND

Projektet Mulighedernes Land er et partnerskab mellem Realdania og de tre kommuner Bornholm, Lolland og Thisted. Projektet fokuserer på turisme, bosætning, kulturarv og fysisk planlægning. Målet er at vise nye veje for udvikling i Danmarks yderområder. Succeskriteriet er ikke nødvendigvis økonomisk vækst, men at støtte og styrke områdernes eksisterende kvaliteter.

Sammen med Realdania har hver kommune udvalgt to til fire konkrete, fysiske demonstrationsprojekter, der skal realiseres i perioden 2009-2012. Demonstrationsprojekterne er udviklet i tæt dialog med borgerne og er udvalgt på baggrund af analyser af udfordringer og muligheder i hver af de tre kommuner.

Erfaringerne fra projekterne i de tre kommuner samles af projektsekretariatet, som drives af Hausenberg. Projektsekretariatet faciliterer udveksling af ideer og erfaringer mellem de tre kommuner, bidrager med inspiration, som eksempelvis denne analyse, og formidler resultater og erfaringer til en bredere målgruppe.

Mulighedernes Land har et budget på cirka 195 millioner kroner, hvoraf Realdania bidrager med 105 millioner kroner og de tre kommuner med 30 millioner kroner hver. Projektet løber over en periode på fem år fra 2007-2012. Læs mere om blandt andet de konkrete projekter på www.mulighedernesland.dk.

PERSPEKTIVET

DET NYE LANDDISTRIKTPARADIGME

Nye tider kræver nye ideer og strategier. Dette er blandt andet tydeligt i Den Europæiske Union (EU), der i disse år er ved at ændre den hidtidige landbrugsstøtte til en bredere orienteret landdistriktsudvikling. Da det europæiske fællesskab tog form efter Anden Verdenskrig, var det vigtigt at sikre en stabil fødevarerproduktion, der kunne afhjælpe den daværende fødevareremangel i medlemslandene. Da landbrugsstøtten blev indført, var den derfor udformet, så den enkelte landmand fik mere støtte, jo mere han producerede. Dette var en velfungerende ordning i mange år, men førte i 1980'erne til overproduktion og store overskudslagre af smør, kød og korn samt destruktion af de fødevarer, som ikke kunne sælges.

Overskudslagrene og maddestruktionen blev i offentligheden symboler på en dysfunktionel landbrugspolitik og landdistriktsstøtte. Konklusionen på situationen var, at tilgangen til landdistrikter måtte reformeres. Dette understøttes af, at landbrugets økonomiske betydning er blevet reduceret markant. Et eksempel på dette er forandringen i antallet af beskæftigede i landbruget, hvor mekaniseringen i løbet af det 20. århundrede har nedsat behovet for arbejdskraft drastisk. Omkring 1900 beskæftigede landbruget cirka 40 procent af den erhvervsaktive danske befolkning, i 1950 var det faldet til 24 procent, og i 2000 var det helt nede på 3 procent. Ser man alene på landdistrikterne i Danmark, er tallet på i dag 7 procent, og landbruget står samtidig for en tilsvarende lille del af landdistrikternes bidrag til bruttonationalproduktet. Med andre ord giver det ikke længere mening, at landdistriktsudviklingen primært er orienteret mod landbrugsstøtte. Samtidig er produktivitet i landbruget ikke længere den afgørende udfordring. De centrale problemer er i stedet, at landdistrikterne har en lav eller negativ økonomisk vækst, at der er et faldende befolkningstal og en ringere offentlig og privat service. Billedet kan genfindes i de fleste landdistrikter, men det er særligt påtrængende i yderområderne. Her er det overordnede billede et stort resourcensvind, idet unge og veluddannede flytter til storbyerne, hvor der er flere uddannelsesmuligheder og et bredere arbejdsudbud. Med faldende befolkningstal følger tomme huse og lukning af skoler, daginstitutioner og butikker.

Nyt perspektiv på landdistrikterne

Da EU fra starten af 1990'erne begyndte at revidere landdistriktspolitikken, var det såkaldte Leader-program centralt. Med Leader-programmet blev der indført bredere mål for landdistriktsudviklingen. Nu var omdrejningspunkterne forbedret livskvalitet, bedre miljø og diversificering af erhvervslivet. Landbrug, fiskeri og industri skulle suppleres med turisme og videns erhverv for at sikre et bredere og mindre konjunkturbestemt arbejdsudbud.

Det ændrede fokus på landdistrikterne er samtidig blevet bakket op af nye samarbejdsformer. Mens den klassiske landbrugsstøtte var en fast årlig støtte baseret på centralt forhandlede beløb, bliver dele af midlerne i de nye landdistriktsprogrammer i dag uddelt lokalt. Dette foregår via såkaldte lokale aktionsgrupper, som skal sikre medejerskab og samarbejde mellem de forskellige myndighedsniveauer fra EU til kommune, erhvervsliv, foreninger samt ikke mindst borgere.

De sidste år har vi således set et delvist skift fra central styring til lokal medbestemmelse og fra ren landbrugsstøtte til uddeling af støttemidler, der kan tilpasses lokale behov og ideer. Ændringerne ses ikke kun i EU. Den mellemstatslige organisation OECD, som laver analyser og anbefalinger for dens 30 medlemslande, udgav i 2006 rapporten *The New Rural Paradigm – Policies and Governance*, hvor det grundlæggende skift i perspektivet på landdistriktsudvikling eksem-→



plificeres og forklares. Rapporten er interessant, fordi den baserer sig på omfattende studier af en lang række lande, som alle har de samme typer af udviklingsproblemer i deres landdistrikter. Derudover markerer rapporten det første større forsøg på at samle de mange nye tiltag i landdistriktspolitikken i én samlet forståelsesramme kaldet det nye landdistriktsparadigme, som eksempelvis EU's Leader-program er et rendyrket eksempel på. Det nye paradigme er ifølge OECD specielt, fordi det fokuserer på hvert enkelt steds særlige muligheder, og fordi det lægger op til at skabe udvikling på baggrund af samarbejde mellem myndigheder, borgere, virksomheder, foreninger og frivillige organisationer i lokalområderne.

Med udtrykket "et nyt landdistriktsparadigme" markerer OECD, at det er en helt ny tilgang til landdistrikter, som siden slutningen af 1990'erne er blevet stadig tydeligere. Dette ser OECD ikke kun i EU's Leader-program. I rapporten gennemgås de mere eller mindre markante skift i landdistriktspolitikken, som kan ses i OECD's medlemslande – fra Australien over de europæiske lande til Canada. I nogle lande er skiftet markant, og de får ros fra OECD, mens der uddeles ris og anbefalinger til de lande, som stadig har primært fokus på klassisk landbrugsstøtte. OECD's holdning er ikke til at tage fejl af: Skal landområderne fortsat være vitale og attraktive, må myndigheder, erhvervsliv og borger sammen udvikle projekter og tage initiativer, der har udgangspunkt i de enkelte steders potentialer, og som giver nye muligheder end de traditionelle. →

DET NYE LANDDISTRIKTS PARADIGME

	Gammel politik	Ny politik
Formål	Skabe lighed Skabe indkomst i landbruget Sikre konkurrencedygtigt landbrug	Landdistrikternes konkurrencedygtighed Fremhævelse af lokale aktiver Udnyttelse af ubrugte ressourcer
Nøglesektor	Landbrug	Forskellige sektorer i den rurale økonomi (eksempelvis rural turisme, fremstillingserhverv, informations- og kommunikationsindustri med mere)
Nøgleredskab	Subsidier	Investeringer
Væsentlige aktører	Nationale regeringer Landmænd	Alle myndighedsniveauer (overnationalt, nationalt, regionalt og lokalt) Lokale interessenter (offentlige, private, NGO'er)

Oversat fra *The New Rural Paradigm – Policies and Governance*, OECD (2006:15)

Stedbundne ressourcer

Stedet og dets særlige ressourcer er på mange måder det, som samler det nye paradigme. Med et andet udtryk kan man sige, at det er de stedbundne ressourcer, der er i fokus. Hvad de stedbundne ressourcer omfatter, kan være svært at afgrænse helt præcist, men det er centralt, at disse ressourcer – ud over det traditionelle erhvervsmæssige fokus på for eksempel landbrugsjord – også rummer kulturelle, oplevelsesmæssige og menneskelige ressourcer. De stedbundne ressourcer kan ligge i landskabet, erhvervslivet, kulturen eller menneskene. De kan også ligge i stedets geografiske eller infrastrukturelle placering og position – eller i udviklingshistorien og de forandringer, stedet har gennemgået. At begrebet er svært definerbart, er på sin vis pointen: Det er ikke muligt på forhånd at lave en udtømmende liste over, hvilke ressourcer et sted rummer. Særligt de immaterielle ressourcer i form af selvforståelse, identitet, viden, social kapital og netværk forudsætter analyse og dialog, for at potentialet kan kortlægges og siden hen aktiveres.

En af de afgørende forskelle mellem det gamle og det nye paradigme er, at hvor den klassiske landbrugsstøtte forsøgte at behandle alle ens, fordi den var baseret på objektive kriterier, så er ideen nu, at alle steder skal behandles individuelt og dermed også forskelligt. Hvor hver hektar hvede før modtog samme støttebeløb, så tager landdistriktsudviklingen i dag udgangspunkt i at støtte de bedste og mest levedygtige projekter. Der er således tale om en bevægelse væk fra de store, generelle støtteordninger hen mod mere målrettede investeringer i særlige stedsspecifikke projekter, som i stedet for årlige støttebeløb modtager etableringsstøtte for på sigt at kunne fungere uafhængigt af økonomisk støtte.

En anden vigtig forskel handler om den måde, hvorpå politik udøves, og projekter udvikles og gennemføres. Hvor den traditionelle landdistriktspolitik var sektororienteret (landbrug for sig, fiskeri for sig etc.), er det nye paradigme karakteriseret ved at have fokus på samarbejde mellem eksempelvis landbrug, kulturliv og skolevæsen. Dette har sin baggrund og mulighed i, at der tages udgangspunkt i det stedsspecifikke. Med fokus på et afgrænset sted er det muligt at samarbejde på tværs af sektorer og dermed lave en koordineret og mere helhedsorienteret indsats.

For at kunne realisere ideen om at arbejde mere helhedsorienteret må der også forandringer til i forhold til samarbejdet mellem blandt andet stat, virksomheder og borgere. Den klassiske top-down-styring, hvor eksempelvis støttebeløb og kvoter forhandles centralt, må suppleres med en større grad af lokal medbestemmelse. Dette kommer blandt andet til udtryk i uddelingen af midler fra EU's Leader-program, hvor en række kriterier fastsættes centralt, mens den konkrete uddeling foregår igennem de omtalte lokale aktionsgrupper. Bottom-up og lokal medbestemmelse får altså på en række områder større betydning, og der kommer fokus på lokal forankring og lokalt ejerskab til de projekter og initiativer, som sættes i gang. Denne kombination af central styring og lokal medbestemmelse kan kaldes joint-up, da metoden forener flere niveauer af myndigheder med lokale kræfter.

Dilemmaer og begrænsninger

I denne publikation er der fokus på gode ideer og positive erfaringer. I strømmen af gode historier er det dog også vigtigt at huske, at det nye landdistriktsparadigme ikke er løsningen på alle udfordringer i landdistrikter og yderområder. Skiftet til et mere projekt- og stedsbaseret fokus er både nødvendigt og vigtigt, men har også en række indbyggede udfordringer. En af faldgruberne er, at de letforståelige projekthistorier får en til at overse betydningen af store, udefrakommende investeringer såsom klassiske infrastrukturelle tiltag eller andre større, ikke-stedbundne initiativer.

En central problematik er, at den nye tilgang til landdistriktsudvikling er baseret på et meget fragmenteret og svært gennemskueligt landskab af udviklingsmetoder og puljemidler. Konsekvensen →



af dette kan være, at indsatserne koncentrerer omkring ressourcestærke personer og områder, hvor der i forvejen er en positiv udvikling. Undersøgelser viser blandt andet, at befolkningen i bynære landdistrikter er bedre til at tiltrække udviklingsmidler sammenlignet med befolkningen i yderområderne. Der er altså en risiko for, at de svageste områder og befolkningsgrupper lades i stikken.

En anden problematik opstår i drejningen mod mere bottom-up-styring. Det nye landdistrikts-paradigme forudsætter, at udvikling i højere grad skabes og styres lokalt. Men samtidig viser erfaringer, at eksterne, professionelle netværk af strategisk og økonomisk karakter ofte er afgørende for et projekts succes og bæredygtighed. Spørgsmålet er derfor, hvordan der sikres en bæredygtig balance mellem den lokale stedsbaserede udvikling, de udefrakommende input, de umiddelbare resultater og de mere langsigtede strategier.

En tredje problematik ved bottom-up-drejningen handler om graden af styring og kontrol i forhold til det lokale ejerskab og engagement. Det lokale ejerskab er tit størst, hvis der er en oplevelse af, at styringen af projekterne også findes lokalt, men samtidig skaber projekt- og puljeverdenen et øget behov for styring, kontrol og evaluering; dels for at holde styr på de mange initiativer, dels for at kvalificere dem i forhold til strategiske mål og for at sikre, at de økonomiske tilskud skaber størst mulig effekt. Så hvordan fastholdes det lokale ejerskab, samtidig med at projektet geares til det nødvendige strategiske og økonomiske niveau?

Endelig er det svært at vurdere effekten af de nye tiltag. Der er behov for at supplere traditionelle økonomiske, geografiske og demografiske parametre med nye begreber og metoder for at forstå effekterne af de tværgående indsatser, og der er behov for at vurdere indsatserne kvalitativt i forhold til den kontekst, de indgår i. ■

STATENS ROLLE

NORGE

IRLAND

ENGLAND

TYSKLAND

SVERIGE

SKOTLAND

FINLAND



KAMPAGNER OG POLITIKKER

Myndighederne i de europæiske lande prøver på mange forskellige måder at bakke op om udviklingstiltag, der kan imødekomme yderområdernes udfordringer og igangsætte ny udvikling. Dette afsnit omhandler sådanne nationale kampagner og politikker. I modsætning til afsnittet om projekter i næste kapitel er dette kapitel orienteret mod initiativer, som i udgangspunktet ikke er målrettet et bestemt sted. Der er i stedet fokus på særlige indsatser, der blandt andet fokuserer på at udvikle nye typer af erhverv, fastholde offentlig service og skaffe job til arbejdsløse, og der er typisk tale om forandringer på politikområder eller kampagner, der muliggør samarbejde med lokale projekter i alle yderområder i det pågældende land. Det kan være en særlig erhvervsstøtte til deltidsfiskere, en rådgivningskampagne for at hjælpe købmænd i landsbyer med at skabe en økonomisk bæredygtig drift eller en økonomisk håndsrækning, for eksempel lavere skat til virksomheder i yderområder.

Formålet med dette afsnit er at diskutere, hvordan det nye landdistriktsparadigme kommer til udtryk i statslige tiltag, og de enkelte lande er udvalgt ud fra, om der har været et eller flere interessante initiativer, der kan perspektivere den danske debat om yderområder. Initiativet kommer i de fleste tilfælde fra staten, men rummer i næsten alle tilfælde samarbejdsrelationer med regionale myndigheder, borgere og virksomheder. Udvælgelsen af de syv lande skal ikke opfattes som et udtryk for, at disse lande er specielt innovative i deres fokus på yderområder. Ambitionen har i stedet været at samle syv forskellige historier om initiativer, der både inspirerer gennem deres konkrete fokus og mere overordnet breder debatten om det nye landdistriktsparadigme ud. Denne generelle diskussion er samlet i den indledende artikel, som er bygget op omkring fire centrale aspekter i det nye landdistriktsparadigme.

De syv efterfølgende artikler behandler henholdsvis Norge, Irland, England, Tyskland, Sverige, Skotland og Finland. Udvælgelsen af landene og de enkelte artiklers fokus er foretaget på baggrund af skriftligt materiale fra de enkelte lande samt overnationale organisationer som EU og OECD. Artiklerne er skrevet på baggrund af ovennævnte materiale samt interview med relevante personer i de enkelte lande. ■

PÅ TVÆRS SAMME UDFORDRINGER

Ser man på de rige industrialiserede lande, er der mange fællesstræk i forhold til landdistrikternes udfordringer. Disse fællesstræk var baggrunden for, at OECD i 2006 udgav den allerede omtalte rapport *The New Rural Paradigm – Policies and Governance*. I rapporten analyseres og perspektiveres udviklingen i OECD-landenes landdistriktspolitik. OECD fremhæver, at landdistrikterne udgør 75 procent af arealet i medlemslandene, at de målt pr. indbygger kun ligger på 83 procent af det nationale bruttonationalprodukt, og at landdistrikterne i mere end halvdelen af OECD's lande har et faldende bidrag til bruttonationalproduktet. Bag disse gennemsnitstal ligger ifølge OECD et sæt af faktorer, der er fælles for alle landene. Der er netto fraflytning, en aldrende befolkning, et lavt uddannelsesniveau, en lav produktivitet i virksomhederne samt et stadig dårligere offentligt serviceniveau, hvilket betyder, at beboerne i yderområderne må bruge stadig længere tid på at rejse til og fra skole, børnehave og læge.

Der er dog også undtagelser. I en tredjedel af OECD's lande er det område, som har haft størst jobtilvækst i årene 1996-2001, et landdistrikt. Disse områder ligger dog typisk tæt på en storby og er gennem infrastrukturelle forbedringer blevet en del af denne storbys økonomiske sfære og pendlingsopland. Det fremhæves dog også, at disse områder typisk baserer den positive udvikling på et målrettet arbejde for at fastholde, forbedre og markedsføre et rent miljø, smukke landskaber og kulturarv. Den positive udvikling kommer altså ikke automatisk med en placering tæt på en storby. Stedets kvaliteter skal sættes i spil som et aktiv, før potentialet kan indfries. Skifter vi fokus fra landdistrikter generelt til yderområderne alene, er billedet dog ret entydigt – de er ramt af stagnation eller direkte tilbagegang. Den væsentligste grund til dette er, at disse områder har svært ved at få nye former for erhverv til at tage over, efterhånden som landbruget får mindre og mindre økonomisk betydning.

I rapporten analyseres og diskuterer OECD, hvordan det nye landdistriktsparadigme har påvirket landdistriktspolitikken i medlemslandene. I alle landene ses på forskellig vis og i forskellig grad en bevægelse mod en bredere indsats, hvor landbrugsstøtte suppleres af støtte til mere specifikke tiltag, som er målrettet nye typer af erhverv og en forbedret livskvalitet. I det følgende diskuteres fire temaer, der går på tværs af eksemplerne i de syv efterfølgende artikler, og som alle udspringer af intentioner og problematikker i det nye landdistriktsparadigme. Første afsnit sætter fokus på en principiel diskussion om det nye landdistriktsparadigme. Fører den steds- og projektorienterede tilgang til mere end små projekter, som ikke gør den store forskel på sigt? Andet afsnit sætter fokus på styring. Hvilke nye samarbejdsformer mellem staten, de øvrige myndigheder, borgere, foreninger og erhvervsliv er blevet afprøvet i de syv lande? Tredje afsnit er orienteret mod behovet for at få suppleret landbrug, fiskeri og råstofindvinding med nye erhvervstyper. Hvad kan staten gøre for at fremme denne proces? Endelig griber det fjerde afsnit fat i behovet for at tænke holistisk og med udgangspunkt i det enkelte sted. Hvordan kan staten understøtte initiativer, der er skræddersyet til hvert enkelt sted, i stedet for at promovere standardløsninger, som ikke passer nogen steder?

Det nye landdistriktsparadigme. Et tyndt lag sukker?

Der er som nævnt tegn på en ny tilgang til landdistriktsudvikling i alle de syv lande. Alle landene har reformeret deres landdistriktspolitik med det mål at skabe nye udviklingsmuligheder for at imødegå de sidste årtiers tilbagegang. Samtidig er der store og markante forskelle afhængigt af landenes historie, geografi og politiske klima. Dette kan blandt andet ses i en sammenligning af →

Norge og Sverige. Sverige har en lang tradition for at have en stærk centralmagt, og i 1960'erne blev der ført en bevidst og ambitiøs statslig urbaniseringspolitik, hvor den offentlige service i de mindre bygder blev lukket, mens der blev bygget omkring en million nye boliger i de større byer. Modsat har Norge en lang tradition for at fremme livet i de små bygder, og den frie bonde er en markant figur i den norske selvforståelse. I Sverige er de mange års hårdhændede urbaniseringspolitik i dag blevet afløst af et bredere fokus, hvor livet i landsbyerne og de afsidesliggende såkaldte glesbygder søges opretholdt og styrket – blandt andet efter en markant folkelig modstand mod urbaniseringspolitikken. En modstand som nu er forenet i den store organisation Hela Sverige ska leva, der samler 4500 lokale udviklingsgrupper. Hvor Sverige har skiftet kurs, har Norge hele tiden fastholdt en markant landdistriktspolitik. Lavere skat for virksomheder i yderområder, udflytning af statslige virksomheder, store infrastrukturprojekter og eftergivelse af studiegæld til færdiguddannede, som tager job i et yderområde, er blot nogle af de håndfaste virkemidler, der skal sikre job og dagligliv i de norske landdistrikter. Læs om Norge side 30, Sverige side 46.

På nogle måder er Norge det mest traditionelle land, idet de fortsætter en markant omfordeling af penge og job fra byområder til landområder. Det står i modsætning til de fleste andre lande, der satser offensivt på storbyerne som lokomotiv for resten af landet og samtidig fokuserer på, at landdistrikterne skal udvikle sig på baggrund af deres egne specifikke kvaliteter og ved at udvikle projekter, der på sigt er uafhængige af økonomisk støtte – hovedideerne i det nye landdistriktsparadigme. Norge har også udviklingsprojekter, der kan forstås ud fra det nye landdistriktsparadigme, men i sammenligning med de øvrige lande er det tydeligt, at vægten ligger på store, markante støtteordninger. Derved rejser den norske case det kritiske spørgsmål, om de andre landes fokus på stedsbaseret udvikling blot er et tyndt lag sukker, der ikke ændrer ved de grundlæggende problemer i yderområderne. Omvendt kan man selvfølgelig også spørge, om Norge holder fast i en politik, der tvinger staten til kontinuerligt at sende penge til yderområderne, som måske ikke formår at definere nye mål og midler, der på sigt kan gøre dem økonomisk og socialt bæredygtige.

Samlet set skal man passe på med at tillægge de nye typer af tiltag for stor betydning. EU har besluttet, at medlemslandene fra 2007 som minimum skal overføre 5 procent af landbrugsstøtten til Landdistriktsprogrammet, som skal fremme andre typer af erhverv og livskvaliteten for borgere i landdistrikter. Langt størstedelen af det samlede støttebeløb går således stadig til landbruget. Hertil kommer, at en meget stor del af både de europæiske og nationale investeringer i landdistrikter er målrettet infrastrukturprojekter såsom veje, havne, lufthavne og it-teknologi. Det er derfor afgørende at se de her beskrevne projekter og tiltag i relation til et større og mere komplekst billede, hvor målet er en fornuftig kombination af på den ene side de klassiske støtteordninger og infrastrukturprojekter og på den anden side de stedsbaserede projekter.

Fra styring til samarbejde og rådgivning

Mange af de statslige tiltag er fokuseret på at finde nye samarbejdsrelationer mellem centrale og regionale myndigheder og på at finde metoder, der kan sikre inddragelse og initiativ hos borgere og erhvervsliv. Hvor landbrugsstøtten er baseret på en centraliseret uddeling af støttebeløb og tilsvarende kontrol, er der i det nye landdistriktsparadigme brug for andre og mere komplekse samarbejdsrelationer. Hvert enkelt sted må forstås på dets egne præmisser og udvikles i et samarbejde mellem forskellige typer og niveauer af myndigheder samt ikke mindst borgere, foreninger og virksomheder. Denne dynamik kan kun nås gennem samarbejdsrelationer, der tilpasses det enkelte sted og den enkelte situation.

I Tyskland har det ansvarlige ministerium i forbindelse med projektet Regionen Aktiv eksempelvis omdefinert sin rolle fra at være donor og kontrollør til en mere proaktiv rolle som rådgiver, ud-→



byder af inspiration og kommunikativt bindeled mellem de mange involverede aktører. Den nye rolle som partner og netværksressource er et godt bud på en af de måder, hvorpå et nyt, mere fleksibelt samarbejde kan organiseres. Læs om Tyskland side 42.

Et andet eksempel på nye samarbejdsrelationer er fra Skotland, hvor landdistriktsudviklingen er lagt i hænderne på to udviklingsselskaber, der inden for politisk udstukne retningslinjer har fået mandat til at støtte projekter, som selskaberne vurderer, er strategisk fornuftige at iværksætte for den pågældende regions udvikling. Dermed er der introduceret uafhængige, regionalt orienterede selskaber, som agerer på niveauet mellem staten og borgerne. Ideen er, at selskaberne i forbindelse med konkrete beslutninger agerer uafhængigt af politikerne, at de er store nok til at have et fagligt og professionelt niveau, der sikrer gode projekter, og endelig at de – for at undgå nepotisme – primært skal iværksætte projekter, der kommer fra borgerne selv. Læs om Skotland side 50.

I Sverige er det lykkedes at overkomme tidligere tiders konflikter mellem borgerne i landdistrikterne og staten. Tydeligst er dette i samarbejdet mellem staten og den foreningsbaserede organisation Hela Sverige ska leva. Organisationen har blandt andet stået for det store statsstøttede projekt Hållbara Bygder, hvor bygder har kunnet søge om at blive udvalgt til testområde for nye udviklingsstrategier for bygder. Læs om Sverige side 46.

Endelig har man i England gennemført et forsøgsprojekt, hvor Ministeriet for Miljø, Fødevarer og Landdistrikter har udpeget otte områder til at være Rural Pathfinders. I projektperioden fra 2005-2008 har de lokale myndigheder skullet eksperimentere med innovative løsninger inden for forskellige aspekter af offentlige servicetilbud. Målet har været en mere tilgængelig og effektiv forvaltning, udviklet på baggrund af indsigt i borgerens egne prioriteringer, og samtidig har det været et klart ønske at finde ud af, hvordan erhvervsliv og borgere kan involveres i udviklingsprojekter. Læs om England side 38.

Landdistrikter skal være mere end landbrug

Nye former for erhverv er et centralt ben i det nye landdistriktsparadigme. Med stadig færre beskæftigede i landbrug og fiskeri er det nødvendigt med nye beskæftigelsesområder. Turisme ses de fleste steder som det vigtigste nye område, men mange steder er der også fokus på at bruge landbruget som udgangspunkt for at forarbejde kvalitetsfødevarer. Endelig har mange lande en ambition om, at landdistrikterne skal rumme flere arbejdspladser inden for videnserhverv – det er en ambition, som er vanskelig at leve op til for yderområderne, fordi denne virksomhedstype typisk placeres der, hvor der er et stort arbejdskraftudbud, hvilket næsten altid er i og omkring storbyerne.

Initiativerne for at fremme nye former for erhverv kan ses på to måder. For det første er der de initiativer, som ligger i direkte forlængelse af det nye landdistriktsparadigme. Dette er eksempelvis rådgivning og inspiration gennem det tyske initiativ, Regionen Aktiv, som er omtalt ovenfor. Den type projekter kan enten være baseret på rådgivning alene eller kan være kombineret med iværksætterstøtte, som hos de omtalte skotske udviklingsselskaber og i EU's Leader-program, hvor det er muligt at få et vist støttebeløb, hvis der er tale om en ny type af erhvervsaktivitet i forhold til det eksisterende erhvervsliv i virksomhedens lokalområde.

Den anden type af tiltag er generelle støtteordninger, hvor Norge med lavere skat til virksomheder i yderområder måske har de mest markante tiltag. Ideen med dette er at give yderområderne en generel konkurrencefordel, der opvejer ulemperne ved de lange afstande og det mindre udbud af arbejdskraft. →

Fra standard til skræddersyet

Et kendetegn ved de mange nye tiltag er, at de forsøger at tilpasse sig de enkelte steders særlige behov og at skabe synergi ved at koble flere forskellige tiltag sammen. Denne stedsspecifikke og helhedsorienterede tilgang er tæt knyttet til intentionen i det nye landdistriktsparadigme om at arbejde mere på tværs af eksisterende forvaltningsmæssige skel. Rationalet er, at det ikke er stederne, som skal indrette sig efter forskellige myndigheders fagområder, men stedet og dets sammensatte billede af problematikker og potentialer, der skal definere, hvilke konkrete myndigheder, personer og organisationer der skal kobles sammen i arbejdet med at skabe positiv udvikling på det specifikke sted.

Et eksempel på dette er Irland, hvor man har iværksat et arbejdsløshedsprogram, der gør det muligt for deltidsbeskæftigede eller arbejdsløse bønder og fiskere at få bistand, mod at de arbejder 19,5 timer pr. uge på almennyttige projekter. Programmet er administreret lokalt, hvilket giver mulighed for at udforme programmets indhold, så det konkrete indhold passer til lokale behov. Læs om Irland side 34.

Den norske stat har haft succes med at støtte og inspirere til at sammenlægge lokalbutikker og posthuse for at sikre bæredygtige virksomheder. Der ydes ikke økonomisk støtte, men butiksejere i yderområder inviteres på kursusprogrammet Merkur, hvor butiksejerne får rådgivning i forhold til udvikling af butikken. Der er blandt andet fokus på, hvordan de kan styrke den lokale forankring, sælge flere lokale varer og foretage de rette investeringer. Projektet er et eksempel på, hvordan den traditionelle tankegang, hvor hver aktør får et fast beløb fra staten, afløses af en dialogbaseret tilgang, som kan tilpasses det enkelte steds udfordringer og problematikker. Læs om Norge side 30.

Den helhedsorienterede indsats kan være svær, og de fleste projekter er født med dilemmaer. Dette er blandt andet tilfældet i Finland, hvor mange byboere identitetsmæssigt definerer sig som værende både by- og landboere. Dette kommer blandt andet til udtryk i de mange second homes (anden bolig), der ligger i de finske landdistrikter, og som mange byboere bruger hver weekend. Dette giver økonomisk udvikling i mange landdistrikter på grund af øget beskæftigelse i byggeindustrien og indkøb af fødevarer i lokale supermarkeder. På den anden side tilfører de mange second homes ikke meget til det sociale liv i landområderne, idet de fleste tager på landet for at være alene med familie og venner. Endelig er der et yderst aktuelt miljømæssigt problem i de mange kilometer, der bliver kørt frem og tilbage mellem byen og landet hver weekend. Second homes er således et eksempel på, at lige meget hvor helhedsorienteret og tværgående, der arbejdes, så opstår der næsten altid dilemmaer, som kun kan løses gennem politiske beslutninger og prioriteringer. Læs om Finland side 54.

Tendenser og udfordringer

Samlet set er det tydeligt, at der fra centralt hold er et stort fokus på at finde nye måder at støtte og skabe udvikling i yderområder. Det er også tydeligt, at indsatsen mange steder er på forsøgsbasis og en anelse famlende.

Nye former for samarbejde er det aspekt, der er mest fokus på. I forhold til dette område er der dog også en del, som tyder på, at der stadig er et stykke vej, før man har fundet samarbejdsformer, der for alvor får det fulde potentiale ud af at kombinere den lokale fornemmelse for det enkelte steds potentiale og udfordringer med de regionale og statslige myndigheders mere strategiske fokus og større økonomiske råderum. Denne problematik udtrykker sig blandt andet i, at de fleste statslige initiativer er kampagner eller informationsprojekter og rådgivning, hvor samarbejdsformer og kommunikationskanaler er defineret på forhånd. Det er tydeligvis sværere →



TELEPHONE

Coins Not Accepted Here

PULL

at etablere flydende samarbejdsformer, der tilpasses hvert enkelt projekt og udvikler sig sammen med de lokale projekter. At det trods alt er muligt med disse mere projektorienterede samarbejder, viser nogle af projekterne i næste kapitel dog – et eksempel på et succesfuldt samarbejde mellem statslige myndigheder og lokale aktører er blandt andet projektet 7stanes, som beskrives side 70.

Indsatsen i forhold til erhvervsliv i yderområder er primært orienteret omkring turisme og fødevarer, hvilket de konkrete projekter i næste kapitel også afspejler. Fokus i forhold til denne problematik er som oftest rådgivning suppleret med opstartsstøtte – denne støtte er i EU koblet til en række kriterier, hvor det mest afgørende er et loft for, hvor meget en virksomhed må modtage over en bestemt årrække. Hertil kommer, at man ikke giver støtte til virksomheder, der vil konkurrere med det eksisterende erhvervsliv. Kort sagt skal de nye virksomheder introducere nye former for produkter og arbejdspladser, og de skal i løbet af en kort årrække være uafhængige af økonomisk støtte. Alle disse intentioner er i direkte forlængelse af det nye landdistriktsparadigme. Igen skiller Norge sig ud, blandt andet ved at give erhvervslivet i yderområderne et indirekte tilskud gennem differentieret beskatning.

Endelig er det tydeligt, at der i alle landene er fokus på, at de mange nye statslige tiltag skal koordineres og tilpasses den lokale kontekst. Denne intention hænger nøje sammen med ønsket om at skabe nye samarbejdsformer mellem og på tværs af myndigheder, borgere, foreninger og virksomheder. Flere projekter arbejder med en uddelegering, hvor man fra statslig side formulerer politiske målsætninger som ramme for de lokale aktørers konkrete arbejde. I bedste fald giver dette vide rammer for lokal tilpasning. Dialog kombineret med en arbejdsdeling, hvor indsatserne tilpasses og udføres lokalt, er de fleste steder den vej, som vælges for at få en mere effektiv og målrettet indsats i landdistriktsudviklingen. Udfordringen er dog stadig at definere, hvor grænserne for lokal tilpasning går på den ene side, og hvor meget stat og region på den anden side skal træde ind med kontrol, effektmålinger og konkrete krav til projekterne. ■

**I NORGE LÆGGES
DER SÆRLIG
STOR VÆGT PÅ AT
HOLDE LIV I LAND-
DISTRIKTERNE,
OG DE STATSUGE
TILTAG ER MAR-
KANTE. EKSEMPEL-
VIS BETALER
VIRKSOMHEDER I
YDEROMRÅDER
MINDRE I SKAT**

Vil du ha
Norge slik ?



Eller
slik...?



kystpartiet.no

NORGE

MARKANT OMFORDELING FRA BY TIL LAND

Norge fører en markant landdistriktpolitik, der på mange måder adskiller sig væsentligt fra den, der føres i de fleste andre lande. Norge har i højere grad end mange andre lande viljen og økonomiske midler til at skabe og fastholde liv i dets store landområder. Særligt den differentierede skattepolitik, der skal få virksomheder til at placere sig i landdistrikterne, er et opsigtsvækkende tiltag. Hertil kommer en aktiv udflytning af statslige institutioner, kombineret med attraktive skattefordele for personer som bosætter sig i de nordligste dele af landet. Norge gør dermed brug af økonomiske incitamenter, som mange andre lande afstår fra at benytte. Omkostningerne kræver en bred politisk og folkelig opbakning – en opbakning der p.t. ikke ser ud til at forsvinde.

Store forskelle fra syd til nord

I langt den største del af Norge er befolkningstætheden under 10 personer pr. kvadratkilometer, og det er kun ved de større byer og særligt omkring Oslo, at der er stor befolkningstæthed. Jo længere man bevæger sig mod nord, desto lavere er befolkningstætheden, og områderne kendetegnes ved mangel på veluddannet arbejdskraft, begrænsede uddannelsesmuligheder og stadig flere ældre uden for arbejdsmarkedet. Det overordnede mål med landdistriktpolitikken er at gøre landdistrikterne til reelle alternativer for erhvervslivet og til reelle bosætningsmuligheder for den norske befolkning. Nogle af de vigtigste værktøjer i denne strategi er skattedifferentiering, aktiv udflytning af statslige institutioner og sikring af butikslivet i de norske bygder.

Lavere skatter og afgifter

For at få virksomheder til at etablere sig i de norske yderområder har regeringen indført en geografisk differentieret arbejdsgiverafgift. Ar-

bejdsgiverafgift er en socialforsikringskat, som virksomheder betaler, og som udgør en vis procentdel af de ansattes løn.

Norge er inddelt i fem kategorier, der er bestemt ud fra befolkningstæthed og en række udvalgte økonomiske kriterier. I hver af de fem kategorier varierer arbejdsgiverafgiften mellem 0 og 14,3 procent, og i de dårligst stillede og mest tyndtbefolkede områder mod nord betaler virksomhederne ingen arbejdsgiverafgift, mens den udgør 14,3 procent i for eksempel Oslo. Virksomhederne kan altså ved at flytte ud i landdistrikterne spare store beløb i deres lønbudgetter. Omvendt medfører det, at staten hvert år får cirka 5 milliarder kroner mindre i skatteindtægter.

Hertil kommer en række fordele for personer, som bosætter sig i yderområder. I de to nordligste fylker (regioner) Finnmark og Troms eftergives 10 procent af studiegeledden hvert år. Sammen med en lavere topskat, lavere skat på grundindtægt, et særligt indtægtsfradrag og et større børnetilskud betyder det, at en familie med fire børn vil have en økonomisk gevinst på omkring 100.000 kroner pr. år ved at bo i Troms.

Udflytning af statslige institutioner

Udflytning af statslige institutioner fra hovedstæder og de større byer til landdistrikterne skaber ofte stor debat. Alligevel har den norske regering i flere år gennemført en politik, der bestemmer, at nye statsinstitutioner ikke skal placeres i de store byer. De statslige arbejdspladser har typisk brug for højtuddannet arbejdskraft, og udflytningerne er derfor en måde at få ressourcestærke borgere ud i yderområderne og derigennem øge beskatningsgrundlaget i yderområderne. Et eksempel er udflytningen af Kontoret for Voldsoffererstatning,

der har 19 årsværk, primært jurister. I 2003 blev kontoret placeret i Vardø, der med sin placering længst mod nordøst er Norges fjernest beliggende by. Byen har knap 2.000 indbyggere og har tidligere haft fiskeri som hovederhverv, men lider kraftigt under fiskeriets tilbagegang. Ved udflytningen måtte kontoret opbygges fra bunden med nye medarbejdere. Enkelte jurister bliver boende i byen i længere tid, mens de fleste tager jobbet i Vardø som deres første stilling, hvor de efter et par år med nedskrivning af studiegæld og lav skat fortsætter deres karriere andetsteds. Dette rejser selvfølgelig en diskussion af, om udflytningen af statsinstitutioner med mange højtuddannede giver mere end økonomiske input til lokalmiljøet. I hvor høj grad lykkes det at få integreret juristerne i Vardøs lokalmiljø?

Fastholdelse af butikker og service

Vil du have en lokalbutik i morgen – så benyt den i dag. Det er det ligefremme budskab fra mange butikker i landdistrikterne, hvor faldende kundegrundlag og øget konkurrence fra storcentre er med til at lukke butik efter butik. Og ikke bare lukker butikkerne med for eksempel dagligvarer og tøj, men et efter et forsvinder også posthuse og biblioteker. For at bevare butikkerne i nogle af de små landsbyer har den norske stat igangsat kursusprogrammet Merkur, som er målrettet butiksejere i områder med befolkningsnedgang og lange afstande til andre indkøbsmuligheder. Initiativet rummer ikke økonomisk støtte, men tiltag der skal øge konkurrencedygtigheden i lokal-

butikkerne, så de kan holde stand mod supermarkederne i de større byer.

I den lille by Verrastranda lukkede dagligvarebutikken for to år siden, men via kursusprogrammet er butikken gentænkt og genåbnet i kombination med en café og et bibliotek. Butikken er istandsat af frivillige kræfter, og der er planer om at tiltrække endnu flere funktioner til bygningen. Butikker i områder som Verrastranda er typisk økonomisk sårbare og har brug for at øge deres omsætning eller tiltrække kapital til investeringer. Merkurprogrammet hjælper derfor butiksejerne med at øge omsætningen, konkurrencedygtigheden og idérigdommen. En af satsningerne i Merkurprogrammet er madtorve med lokale fødevarer, et andet initiativ er, som i Verrastranda, at samle forskellige funktioner – ud over butik, café og bibliotek kan det også være posthus og tipstjeneste.

Det nye landdistriktsparadigme?

Den norske landdistriktspolitik adskiller sig som nævnt fra de fleste andre lande ved at være bygget op om økonomiske virkemidler, der skaber omfordeling fra storbyer til yderområder. Landdistriktspolitikken afviger derfor på en række punkter fra det nye landdistriktsparadigme, idet den er baseret på fast støtte i form af eksempelvis lavere skat. Dette betyder ikke, at der ikke er stedsbaserede tiltag i Norge. Merkurprogrammet er et eksempel på et projekt, som, med dets fokus på at gentænke de lokale butikker, er typisk for projekter inden for det nye landdistriktsparadigme. ■



NORGE

Norges areal er 385.199 kvadratkilometer, og det har 4,8 millioner indbyggere. Med næsten 80 procent af landets indbyggere koncentreret i byerne og en gennemsnitlig befolkningstæthed på 12 indbyggere pr. kvadratkilometer er Norge, næst efter Island, det tyndest befolkede land i Europa.



LANDDISTRIKTER I NORGE

De norske regioner defineres ud fra områdets pendlerforhold og inddeles derefter i kategorier efter indbyggertallet i regionens største by. Det er i regionstyperne "småsenterregioner" (med et befolkningstal mellem 1.000 og 5.000 i regionens centrum) og "områder med spredt bosætning" (med et befolkningstal under 1.000 i regionens centrum), at man ser negativ vækst i indbyggertallet.

IRLAND

**KAN DELTIDS-
LANDMÆND
OG FISKERE FÅ
ØKONOMISK
HJÆLP, HVIS DE
HVER UGE
ARBEJDER 19,5
TIMER FOR
LOKAL-
SAMFUNDET**

**VED SOUTH WEST MAYO
I DET VESTLIGSTE IRLAND
HAR DELTAGERNE
ETABLERET STIER, DER
GIVER ADGANG TIL
OMRÅDETS NATUR**



IRLAND

TIL GAVN FOR LOKALSAMFUNDET

Overskud af arbejdskraft i de traditionelle erhverv som fiskeri og landbrug er et velkendt problem i de fleste landdistrikter. Mekanisering af landbruget og stadig større og mere effektive skibe i fiskeriet har sammen med lukning af industri gjort, at mange landdistrikter kæmper med stor arbejdsløshed. Flere og flere har måttet forlade deres erhverv eller kæmper videre med en utilstrækkelig indkomst. I Irland er denne problemstilling særdeles aktuell, da Irland – på trods af en positiv økonomisk udvikling de seneste år – stadig kæmper med økonomisk dårligt stillede landdistrikter. Her er nedgangen i landbrug og fiskeri ikke blevet afløst af tilstrækkelig vækst i andre sektorer. Den økonomiske udvikling i de irske landdistrikter har været koncentreret omkring turisme og fremstillingsvirksomheder, som dog har oplevet nylig nedgang.

Rural Social Scheme

På trods af udviklingen mod stadig større og mere effektive enheder i landbrug og fiskeri er der i Irland fortsat mange små landbrug og selvstændige fiskere. Mange af disse har svært ved at få økonomien til at løbe rundt. For ikke at presse disse personer ud i arbejdsløshed lancerede Ministeriet for Landlege Anliggender i 2004 støtteordningen Rural Social Scheme. Programmets formål er at fungere som indkomststøtte til fiskere og landmænd, der gerne vil fortsætte med deres erhverv, men som er afhængige af supplerende overførselsindkomst. Idéen er, at landmændene og fiskerne skal arbejde for lokalområdet i de timer, som svarer til den støtte, de modtager. Ordningen er indrettet med størst mulig fleksibilitet, og de 19,5 arbejdstimer, som ordningen kræver pr. uge, kan planlægges i forhold til arbejdet på gården eller i fiskeriet. For eksempel kan timerne fra to uger samles i en enkelt uge.

Arbejdsopgaverne bliver defineret af de lokale Leader-grupper i samarbejde med de relevante myndigheder, foreninger og communities. Inden for rammerne i Rural Social Scheme kan deltagerne arbejde med syv forskellige typer af arbejdsopgaver. De syv forskellige opgavekategorier varierer meget, men skal alle sammen være håndgribelige aktiviteter i lokalsamfundet. Det er for eksempel vedligeholdelse og forbedring af vandrestier eller naturpleje af byens parker og sportsanlæg. Det kan også være socialt arbejde inden for omsorg af ældre, støtte i fritidsklubber og pasningsordninger. En anden opgave er isolering af ældre huse, med baggrund i at Irland har en boligmasse, der generelt er dårligt isoleret. Programmet tillader dog kun isoleringsarbejde hos ældre og dårligt stillede. Nonprofit-kulturinstitutioner kan ligeledes gøre brug af ordningen, og en sidste kategori tillader opgaver inden for ethvert passende projekt i lokalsamfundet – dermed har Leader-grupperne vide rammer til at definere arbejdsopgaverne.

Social eksklusion vendt til inklusion

En af målsætningerne med ordningen har været at modarbejde en følelse blandt modtagere af overførselsindkomst af at være socialt ekskluderet på grund af deres lavere indkomst og status som bistandsmodtager. Rural Social Scheme har ifølge initiativtagerne sikret, at mange har fået vendt følelsen af eksklusion til en følelse af inklusion. Ikke bare bidrager ordningen til en mere stabil indkomst og opretholdelse af en række deltidsjob, men den kan også være med til at skabe et større selvværd og styrke følelsen af at være en aktiv del af lokalsamfundets fællesskab. Som en afledt effekt har deltagerne tillige kunnet bruge hinanden og udveksle råd og idéer om landbrug og fiskeri. Det har bidraget til at øge deres indtægter fra hovederhvervet.

Mere end blot indkomststøtte

En rapport med casestudier fra projektet konkluderer, at effekten har været mere end blot indkomststøtte. Rural Social Scheme tilbyder fleksible arbejdsaftaler, som giver deltagerne mulighed for at opretholde deres deltidsbeskæftigelse, og derudover har programmet bidraget til en gradvis udslusning af landmænd til andre erhverv.

Det er lykkedes at give deltagerne en følelse af at have et rigtigt arbejde – frem for at være på endnu et bistandsprogram – idet deltagerne kan se, at deres arbejde har nytteværdi og gør gavn i lokalsamfundet. Mange ældre får nu varm mad og en lavere varmeregning på grund af program-

met. Flere vandresti- og kulturprojekter ville ikke været kommet til verden uden indsatsen fra deltagerne i Rural Social Scheme, og på det personlige plan har programmet bidraget til at give deltagerne et større selvværd og en følelse af at høre til og være til gavn for lokalsamfundet. For lokalsamfundene betyder ordningen, at flere af de tilstedeværende kvalifikationer og kundskaber i lokalområdet aktiveres, i stedet for som tidligere at ligge ubrugte hen. Det giver ekstra kræfter i lokalsamfundet. Nøglen til succesen er, at Rural Social Scheme kombinerer en fleksibel bistandsordning med Leader-gruppernes kendskab til deres lokalområde. ■



IRLAND

Irland har et areal på 70.273 kvadratkilometer og en befolkning på 4,2 millioner indbyggere. Den gennemsnitlige befolkningstæthed er på 60 indbyggere pr. kvadratkilometer.



LANDDISTRIKTER I IRLAND

Ifølge Irlands National Spatial Strategy udgør landdistrikterne 95 procent af landets areal. Irland har de seneste år oplevet en stigning i befolkningstallet, der har været stærkest i byerne. Dog er 59 procent af befolkningen fortsat bosat i landdistrikterne. Forskellen på de irske landdistrikter er forholdsvis stor, og de inddeles officielt i fem kategorier: 1) stærke områder, 2) områder under forandring, 3) svage områder, 4) yderligt beliggende områder og 5) områder der er kulturelt distinkte og højt specialiserede. Særligt i den tredje kategori er befolkningsudviklingen negativ og gennemsnitsalderen på vej op.

**I ENGLAND HAR
OTTET OMRÅDER
VÆRET UDPEGET
TIL RURALE
STIFINDERE, SOM
SKAL VISE VEJEN
TIL BEDRE,
OFFENTLIG
SERVICE I LAND-
DISTRIKTERNE**

**DORSET HAR VÆRET
UDPEGET SOM RURAL
STIFINDER. OMRÅDET
RUMMER JURASSIC-KYSTEN,
DER ER UDPEGET SOM
UNESCO-VERDENSARV**



ENGLAND

RURAL PATHFINDERS VISER VEJEN

Et engelsk pilotprojekt har vist, at man kan sikre bedre service til borgerne, hvis de lokale myndigheder får større frirum til at samarbejde med lokale borgere, foreninger og virksomheder. Projektet blev igangsat i 2005, hvor otte områder blev udpeget til såkaldte Rural Pathfinders, der skulle eksperimentere med innovative løsninger inden for forskellige aspekter af offentlige servicetilbud. Efter projektperiodens ophør i 2008 var de otte stiftindere kommet vidt omkring og havde berørt en vifte af temaer og generelle problematikker i landdistrikterne; bolig, transport, demokrati, økonomisk udvikling og adgang til information.

Initiativet til Rural Pathfinders kom i 2004 fra Ministeriet for Miljø, Fødevarer og Landdistrikter (Defra), som med projektet primært ville:

- » undersøge, hvordan partnerskaber kan være vejen til en mere koordineret levering af offentlige service, og
- » opnå en bedre prioritering af de eksisterende ressourcer i forhold til de lokale ønsker, med udgangspunkt i de områder og de mennesker, der har de største behov.

Stiftindere i Dorset

De overordnede mål blev konkretiseret og forhandlet på plads i samarbejde med de udvalgte regioner, og tidligt i 2005 kunne stiftinderområderne gå i gang med projekterne. Et af de udvalgte områder var Dorset i det sydvestlige England, hvor strategien blev udmøntet i fire indsatsområder. Dorset Rural Pathfinder skulle først og fremmest arbejde med at forsimple adgangen og processen omkring støttemuligheder for erhvervsliv, ildsjæle og foreninger i lokalsamfundene. Denne udfordring blev løst ved at etablere udviklings-selskabet Dorset2, der forenkledede ansøgnings-procedurer og siden hen har haft succes med

at tiltrække flere midler til området. Med udviklings-selskabet skulle borgere og virksomheder kun henvende sig ét sted for at få overblik over offentlige støttemuligheder.

Problem udpeger aktører

Et andet indsatsområde for Dorset Rural Pathfinder var at knytte den forvaltning, som udtænker de politiske målsætninger, tættere sammen med de offentlige og ikke-offentlige aktører, der er påvirket af det aktuelle politikområde. Her har Dorset Rural Pathfinder udviklet en model for partnerskaber, som bryder med traditionel kassetænkning ved at være bygget op om det aktuelle problem i stedet for eksisterende forvaltningsstrukturer. De problemorienterede partnerskaber har blandt andet taget fat i planlove og byudvikling tæt ved naturbeskyttede områder. I den forbindelse er der under Dorset Rural Pathfinders udviklet et regelsæt og en fremgangsmåde for lempelser af naturbeskyttelseslovene i området. På den måde undgår man, at meget restriktive naturlove står unødigt i vejen for åbenlyst positive projekter. Samtidig opnår løsningen legitimitet i kraft af partnerskabet, der har tilladt forskellige aktører og interessenter fra offentlige forvaltninger, private virksomheder og interesseorganisationer at mødes ligeværdigt omkring problemstillingen.

Inddragelse og information

I det tredje indsatsområde skulle Dorset Rural Pathfinder finde metoder til bedre at inddrage og oplyse de enkelte borgere og lokalsamfund. Ud over kurser og oplysning valgte Dorset Rural Pathfinder at gøre brug af to andre tiltag – det ene var at øge adgangen til internettet i landdistrikterne, og det andet bestod i at udvikle en håndbog til lokalsamfundene. Det første tiltag, bredbåndprojektet

Connecting Dorset, etablerede internetforbindelser i landsbyer, hvor store dele af befolkningen ellers var afskåret fra internettet og den information, de lokale myndigheder sendte ud via internettet. Med adgang til internettet har indbyggerne også fået bedre kontakt med jobcentre, banker og andre servicefaciliteter, der i stigende grad baserer sig på internettet. Projektet leverede både computere og netforbindelser, der blev etableret i rådhus og forsamlingshuse.

Det andet tiltag under samme indsatsområde resulterede i håndbogen *Shaping Our Community*, som på en overskuelig måde samler erfaringer og gode råd, der kan hjælpe borgergrupper med at omsætte gode idéer til virkelighed. Ved at tage udgangspunkt i de visioner, der er udviklet for området, er håndbogen rettet mod befolkningen og forholdene i Dorset.

Dorset Coast Forum

Det fjerde og sidste indsatsområde for Dorset Rural Pathfinder handlede om at tage fat i nogle af de problematikker, der er særegne for området. Dorset er berømt for sin kyststrækning, som er en af områdets hovedattraktioner. For at forbedre forvaltningen af kyststrækningen sammensatte Dorset Rural Pathfinder et forum, som skulle formulere og diskutere scenarier, der de kommende fem til 20 år kunne have påvirkning

på kyststrækningen. Dorset Coast Forum udviklede seks scenarier, der behandlede emner som marinereservater, forøget søtransport og klimaforandringer. Målet med scenarierne var at bruge synspunkterne blandt både forvaltere, private aktører og interesseorganisationer til at afprøve den nuværende lovgivning samt den information, der er udgangspunktet for den aktuelle forvaltning. Metoden satte fokus på en bred vifte af synspunkter og udpegede kritiske steder i forvaltningen. Erfaringerne fra Dorset Coast Forum vil indgå i udarbejdelsen af en ny national kystforvaltningslov.

Bedre service gennem partnerskaber

De otte Rural Pathfinders påpegede gennem deres mangfoldighed af projekter nye måder at forbedre den offentlige service og at demokratisere og optimere forvaltningen i engelske landdistrikter. Gennem stifinderne fik de offentlige myndigheder ligeledes indblik i borgernes prioritering af den offentlige service, og flere steder fandtes der gennem projektet nye innovative løsninger og partnerskaber, som har forbedret forholdene for lokalbefolkningen. Initiativet peger også på, at hvis man giver de lokale myndigheder større frirum til at samarbejde og skabe partnerskaber, kan der findes nye veje til at forbedre de offentlige serviceydelser i landdistrikterne. ■



ENGLAND

England har et areal på 129.720 kvadratkilometer og har 51 millioner indbyggere. Den gennemsnitlige befolkningstæthed er 393 indbyggere pr. kvadratkilometer.



LANDDISTRIKTER I ENGLAND

Ifølge Englands egne definitioner udgør landdistrikter 19,3 procent af landets areal. Områderne er først og fremmest placeret i den nordlige og vestlige del af landet. I England defineres et område som landdistrikt, hvis den største by i området har under 10.000 indbyggere. Der er typisk høj beskæftigelse i disse områder, men indbyggerne er i gennemsnit ældre end i resten af landet – andelen af indbyggere over 65 år er steget med 12 procent fra 1991-2001. Andelen af personer mellem 16-29 er samtidig gået tilbage med 18 procent.

**I TYSKLAND HAR
DET CENTRALE
MINISTERIUM
VIST VEJEN VED
AT PÅTAGE SIG
AT VÆRE
RÅDGIVER OG
INSPIRATOR
FOR LOKAL
UDVIKLING**

**MINISTERIET HAR
BLANDT ANDET
STØTTET UDVIKLING
AF RIDETURISME VED
LÜBECK OG ET NET-
VÆRK MELLEM FØDE-
VAREPRODUCENTER**



TYSKLAND

FRA DONOR TIL PARTNER

Det tyske Ministerium for Ernæring, Landbrug og Forbrugerbeskyttelse har på trods af sit lidt tunge navn vist vejen inden for landdistriktsudvikling. Ministeriet har gennemgået en omfattende forvandling fra kontrolinstans og finansieringskilde til proceskonsulent for de tyske landdistrikter. Forandringen begyndte i 2001 med igangsættelse af Regionen Aktiv, et initiativ der i principper og organisation minder meget om EU's Leader-program.

Store forskelle på øst og vest

Tyskland er EU's folkerigeste stat og har en af verdens største økonomier, men slås samtidig med store regionale forskelle. Landområder inden for pendlingsafstand til de større byer oplever generelt økonomisk fremgang, især i det tidligere Vesttyskland, og her er der ikke problemer med afvandring og stigende arbejdsløshed. Modsat er situationen mere alvorlig i det tidligere Østtyskland, og det er primært her, de tyske yderområder ligger. Her findes store områder uden for pendlingsafstand af større byer, og disse områder præges af de typiske udfordringer for yderområder; afvandring af unge, høj arbejdsløshed, lav indkomst, mangel på kvalificeret arbejdskraft og dårlig offentlig service.

Ny rolle i Regionen Aktiv

I 2001 søsatte ministeriet programmet Regionen Aktiv, der på en række punkter minder om EU's Leader-program. Programmet blev målrettet de landdistrikter, hvor der ikke i forvejen var aktiviteter finansieret af Leader-programmet, og det blev samtidig begyndelsen til ministeriets forandringsproces. I stedet for den traditionelle rolle med fokus på kontrol og uddeling af støttemidler, etablerede ministeriet et nationalt rådgivningskontor. Kontoret skulle fremme kommunikation

og netværksdannelse på tværs af de regionale aktører.

Kontoret har udbudt uddannelsesprogrammer og kurser inden for projektopbygning og -ledelse for at hjælpe områderne med at udvikle gode projekter. Ministeriet satsede tillige på at søsætte kommunikationsinitiativer internt mellem de lokale aktører og eksternt til medier og den almene befolkning, for at styrke viden og bevidsthed om de problemer yderområderne har. Et af disse initiativer var en konkurrence, hvor kontoret hver måned præmierede de bedste projekter og viste dem frem som inspiration for resten af landdistrikterne. Konkurrenceformen har været med til at skabe øget bevidsthed og engagement samt et voksende folkeligt kendskab til Regionen Aktiv og landdistriktsudvikling.

For at sætte yderligere fokus på resultaterne blev der givet støtte til forskning, som havde fokus på den type af projekter, som var gennemført inden for Regionen Aktiv. De gode erfaringer fra programmet er blevet overført til den øvrige landdistriktspolitik. Således er der i dag et nationalt rådgivningskontor (Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume), der arbejder med netværksdannelse, erfaringsudveksling og vidensdeling mellem de lokale aktionsgrupper i den nye Leader-periode.

OECD: Stadig fokus på landbrugsstøtte

Den nye kurs i den tyske landdistriktspolitik skal ses i sammenhæng med den kritik, OECD i 2007 fremførte i rapporten *Germany Rural Policy Review*. Det centrale budskab i kritikken var, at den tyske landdistriktspolitik er for sektoropdelt og i praksis mere landbrugspolitik end en strategi inden for det nye landdistriktsparadigme. Regio-

nen Aktiv blev i den sammenhæng fremhævet som et af få initiativer, der bygger på landdistrikternes diversitet og forskellige potentialer.

Problemet er, at selvom landbrugets rolle er begrænset, både med hensyn til andel af bruttonationalprodukt (2,9 procent) og antal beskæftigede (4,7 procent), så er landbrug stadig det primære omdrejningspunkt for de forskellige indsatser, og landbrugsorganisationerne har stor indflydelse på udformningen af politikken. Ifølge OECD sigter den tyske landdistriktspolitik på at supplere EU's landbrugsstøtte, og på trods af den kritiske situation, særligt i Østtyskland, var der i 2007 ikke udviklet en strategi for de tyske yderområder, herunder udvikling af strategier der baserer sig på de enkelte steders særlige potentialer.

Reformer ændrer ministeriets opgaver

OECD-rapporten påpeger også u hensigtsmæssige formelle strukturer og manglende samarbejde på tværs af de forskellige sektorer. På baggrund af de mange kritikpunkter anbefalede OECD reformer på en række områder, herunder en ny politisk deling af landdistriktsudviklingen mellem forbundsstaten og delstaterne. Anbefalingerne er blevet taget seriøst, og i den nye organisering af landdistriktspolitikken fungerer

det nationale forbunds niveau som overordnet rådgiver og står for kommunikation og netværksdannelse på tværs af aktører og forbundsstater. Ansvar for at udforme udviklingsstrategier for landdistrikterne er lagt ud i de enkelte delstater. Dette skift er i god tråd med tankerne i det nye landdistriktsparadigme, da arbejdet med at udforme strategierne er kommet tættere på de enkelte regioner, samtidig med at etableringen af et forbundsstatsligt rådgivningskontor illustrerer det centrale ministeriums nye rolle.

Med decentralisering af ansvar og projektledelse ændres de opgaver, som skal løses fra ministeriets side. Rådgivningskontoret står i dag for en række konkrete informationsopgaver omkring hjemmeside, nyhedsbrev og udgivelse af et magasin, og kontoret har påtaget sig en central rolle som rådgiver og kursusudbyder. Ved at sikre kompetenceudvikling, kommunikation og netværk mellem de mange aktører har det tyske ministerium givet et bud på, hvordan den nationale rolle i det nye landdistriktsparadigme kan udformes. For at kunne understøtte lokale initiativer var det nødvendigt at bryde ud af rollen som donor og i stedet indtage en faciliterende rolle som partner og netværksressource. Dette skift er nyskabende – ikke bare i en tysk, men også i en europæisk kontekst. ■



TYSKLAND

Tysklands areal er 357.104 kvadratkilometer, og landet har cirka 82,2 millioner indbyggere. Den gennemsnitlige befolkningstæthed er på 230 indbyggere pr. kvadratkilometer.



LANDDISTRIKTER I TYSKLAND

Ifølge Tysklands egne definitioner udgør landdistrikter 59 procent af landets samlede areal. Betegnelsen landdistrikt dækker over regioner med en befolkningstæthed på under 150 indbyggere pr. kvadratkilometer. Denne kategorisering tager dog ikke højde for, at befolkningen i nogle af disse regioner er koncentreret i større byer.

**SVERIGE FÖRTE
I MANGE ÅR EN
HÅRDHÄNDET
URBANISERINGS-
POLITIK. I DAG
ER DER FOKUS PÅ
SAMARBETJDE OG
PÅ, AT "HELA
SVERIGE SKAL
TAS TILL VARA"**



SVERIGE

STRATEGI OG LOKAL FORANKRING

I Sverige har et væld af foreninger i de mange lokalsamfund i yderområderne formået at samle sig i en professionel organisation, der varetager de fælles interesser på nationalt plan. Ved at forene en solid lokal forankring med en professionel og pragmatisk indsats på nationalt niveau har foreningen formået at blive en central aktør, der samarbejder med både EU og den svenske stat.

Hårdhændet urbanisering

De svenske landdistrikter er kendetegnet ved en meget lav befolkningstæthed. Omkring 75 procent af den svenske befolkning er bosat i byområder med mere end 3.000 indbyggere, og kun 2 procent af befolkningen bor mere end 45 minutter i bil fra et af disse byområder.

Dette skyldes ikke mindst en meget markant urbanisering, hvor befolkningen i forbindelse med industrialiseringen flyttede fra landsbyerne til storbyernes nye bebyggelser, og hvor landsbyer fra centralt hold ligefrem blev afviklet. Processen kaldes med et polemisk begreb Flyttlasspolitikken, fordi der i 1960'ernes Sverige var en stærk politisk vilje til at skabe et mobilt samfund, hvor arbejdskraften flyttede til arbejdspladserne og ikke omvendt. Det resulterede i en massiv bevægelse fra landdistrikterne til de større byer; tydeligst illustreret ved det såkaldte Miljonprogram, igennem hvilket den svenske stat i perioden fra 1965 til 1975 byggede en million boliger omkring de større byer.

Folkrörelsesrådet - Hela Sverige ska leva

Som modreaktion på den svenske centralisering af landet opstod et væld af foreninger, som arbejdede for at bevare bosætningen og landsbylivet i Sveriges landdistrikter. I fraværet af national støtte og opbakning var målet i begyndelsen at mo-

bilisere egne kræfter og starte lokale projekter. Denne lokalt skabte bevægelse voksede for alvor i starten af 1980'erne og fik så stor betydning, at staten i slutningen af årtiet støttede foreningerne med at etablere en paraplyorganisation. Denne forening, Folkrörelsesrådet - Hela Sverige skal leva, har med sine 4.500 medlemsgrupper som mål at forbedre forholdene i de landdistrikter, som Sveriges centralt styrede urbanisering i mange år så bort fra. Foreningen argumenterede for, at landdistrikterne har stærke sociale og naturmæssige kvaliteter, som byerne ikke i samme grad kan yde. En af disse kvaliteter er en nærdemokratisk forankring, der blandt andet kommer til udtryk i de mange lokale foreninger i Hela Sverige skal leva.

Evne til at påvirke politik

Organisationen fokuserer på at påvirke de almene og politiske interesser frem mod en mindre centraliseret samfundsudvikling, hvor også Sveriges tyndt befolkede områder bliver attraktive at bo og arbejde i. De 4.500 medlemsgrupper er lokale grupper med forskellige navne som bylaug, samhållsforeninger og interesseforeninger, der på vidt forskellige vilkår og med vidt forskellige organiseringer arbejder for at forbedre forholdene i lokalsamfundene i yderområderne. Ved at give foreningerne en fælles stemme har organisationen formået både at have en god forankring i de mange lokalsamfund og været med til at ændre den nationale politik mod en højere grad af balance mellem by og land. I dag lyder det fra det ansvarlige ministerium at "Hela Sverige skal tas till vara."

Hållbara Bygder

Organisationen har været i stand til at skaffe midler og opbakning fra EU, stat, regioner og kommuner til at gennemføre det ambitiøse projekt Hållbara Bygder. Projektet skal vise, hvordan

svenske landsbyer kan være foregangseksempler på klima-, energi- og miljøområderne, og hvordan de kan danne ramme om det landlige hverdagsliv, som mange ifølge organisationen drømmer om.

Det overordnede mål med Hållbara Bygder er at udvikle en række landsbyer, som herefter skal fungere som foregangseksempler for Sveriges øvrige landsbyer. Udviklingen blev i første fase rettet mod at styrke det lokale erhvervsliv, udvikle hverdagsmiljøet og derigennem styrke landsbyernes tiltrækningskraft. 14 svenske landsbyer deltog i projektets første fase. Folkrådsrådet var projektets koordinerende instans, men udviklingen i den enkelte landsby blev varetaget af lokale forening. Et af projekterne – Hälsingårdene – er beskrevet side 84.

Projektet har nu bevæget sig til anden fase, hvor fokus er rettet mod klima, energi og miljø, og hvor den fysiske planlægning inddrages. Denne gang er det besluttet, at lokalsamfundenes borgere skal inddrages i arbejdet med at lave lokale udviklingsplaner. Folkrådsrådet startede processen med tre regionale informationsmøder. Herefter havde de forskellige lokale foreninger mulighed for at ansøge om at blive blandt de 25 Hållbare Bygder i projektets anden fase.

Hållbare Bygder illustrerer Folkrådsrådets evne til at kombinere en strategisk tilgang med en solid lokal forankring og organisationens evne til at samarbejde med offentlige aktører, fra EU over stat til regioner og kommuner. ■



SVERIGE

Sveriges areal er 450.295 kvadratkilometer, og landet har cirka 9,3 millioner indbyggere. Den gennemsnitlige befolkningstæthed er lav, cirka 20 indbyggere pr. kvadratkilometer.

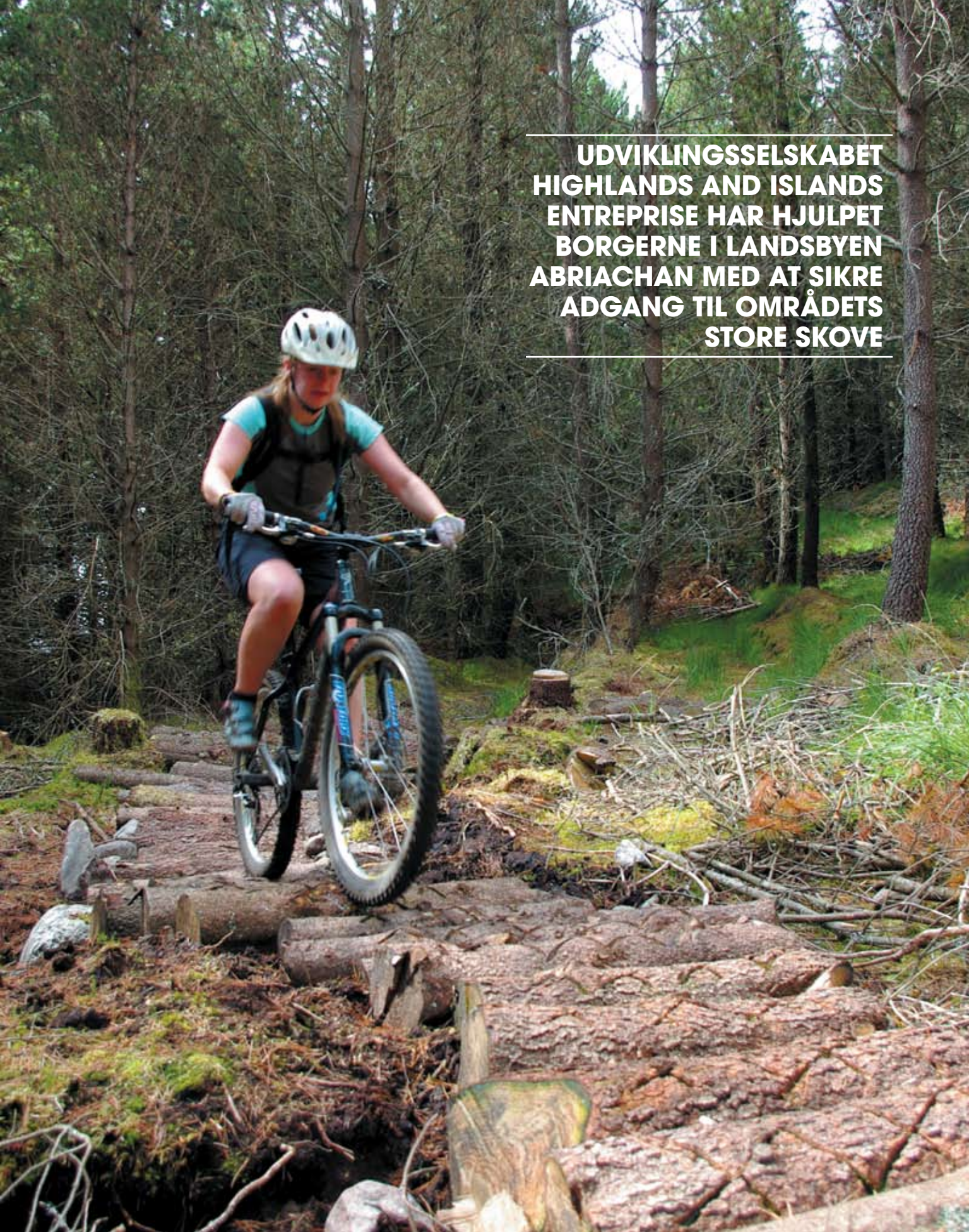


LANDDISTRIKTER I SVERIGE

I Sverige er befolkningen koncentreret på en meget lille andel af landets areal. 84 procent af befolkningen bor på 1,3 procent af landets areal. Overordnet inddeler man landet i tre kategorier: Tätorter, der er bebyggelser med et indbyggertal på over 3.000, tätortsnära landsbygder, der er placeret i en kørselsafstand på fem til 45 minutter fra en tätort, og endelig glesbygder, som er områder placeret længere end 45 minutters kørsel fra en tätort. Blot 2 procent af den svenske befolkning er bosat i glesbygder.

SKOTLAND ER
KARAKTERISERET
VED, AT LAND-
DISTRIKTS-
UDVIKLINGEN ER
SAMLET I TO
UDVIKLINGS-
SELSKABER, DER
HAR MULIGHED
FOR AT HANDLE
STRATEGISK OG
SLAGKRAFTIGT

**UDVIKLINGSSELSKABET
HIGHLANDS AND ISLANDS
ENTREPRISE HAR HJULPET
BORGERNE I LANDSBYEN
ABRIACHAN MED AT SIKRE
ADGANG TIL OMRÅDETS
STORE SKOVE**



SKOTLAND

UDVIKLINGSSKABER SOM DYNAMOER

Dette skotske eksempel viser, hvordan et uafhængigt udviklingselskab kan pleje nationale interesser ved at indgå som en professionel aktør på det private marked. Med statslig finansiering i ryggen har udviklingselskaber mulighed for at gennemføre større og mindre projekter i en mere markedsorienteret organisation, end det ofte er tilfældet med offentlige administrationer.

Skotland har i modsætning til mange andre europæiske lande formået at holde et stabilt indbyggerantal i yderområderne. De lider alligevel under en aldrende befolkningsudvikling, fordi mange unge forlader områderne, og den overvejende del af de nye tilflyttere er pensionister, der dermed ikke øger skattegrundlaget i de udsatte kommuner.

Fokus på erhverv og lokalsamfund

Skotland har tilbage fra 1975 ladet den økonomiske udvikling foregå igennem udviklingselskaber, hvor de offentlige interesser varetages i virksomhedslignende institutioner, der får relativt frie rammer til at sikre den mest optimale udvikling. Siden 1991 er den økonomiske udvikling foregået igennem de to selskaber Scottish Enterprise, der varetager det centrale og sydlige Skotland, og det mindre Highlands and Islands Enterprise (HIE), der varetager Skotlands mere udsatte nordvestlige områder.

Udviklingselskabernes målsætninger er at gennemføre den til enhver tid gældende Government Economic Strategy og kan derfor betragtes som uafhængige aktører, der arbejder mod at realisere politisk fastlagte mål. Fra det skotske parlament modtager selskaberne hvert år midler, som er målrettet udvikling af landets virksomheder og lokalsamfund. Således investerede de to selskaber i 2008 tilsammen cirka 750 millioner pund.

Udviklingselskaberne skal udvikle både erhvervsliv og lokalsamfund. Erhvervsmæssigt fokuseres der på at forbedre de eksisterende virksomheders konkurrenceevne, hvilket blandt andet sker ved at støtte nyoprettede virksomheder med høj vækst. Herudover fokuserer udviklingselskaberne på at hjælpe med at tiltrække internationale investeringer og at hjælpe de skotske virksomheder med at koble sig på det internationale marked. Udviklingen af lokalsamfundene sker ved at støtte projekter, som er baseret på og udvikler eksisterende potentialer inden for natur, kultur og kunst. Der lægges særlig vægt på, at støtten til virksomheder og lokalsamfund understøtter hinanden, så de enkelte projekter både skaber nye erhvervsmuligheder og forbedret livskvalitet i lokalsamfundene.

Highlands and Islands Enterprise

HIE arbejder for at skabe økonomisk vækst i hele det nordvestlige Skotland. Selskabet dækker et område med cirka 440.000 indbyggere, hvilket er langt under 10 procent af Skotlands samlede befolkning, selvom området geografisk dækker omtrent halvdelen af Skotlands samlede areal. Der er således tale om et tyndt befolket område, hvoraf de yderste egne er de udviklingsmæssigt mest sårbare.

HIE arbejder som nævnt med erhvervs- og lokalsamfundsudvikling og har ni lokale kontorer, der varetager hver deres geografiske område, men på grund af selskabsorganiseringen er den centrale organisation principielt uafhængig af lokalpolitiske interesser. Det giver frihed til at tænke langsigtet og træffe de beslutninger, der på bedst mulig vis bidrager til økonomisk vækst eller udvikling af lokalsamfundene. Rollen som uafhængig aktør betyder samtidig, at hverken de lokale eller

de nationale politikere inddrages direkte i diskussioner om, hvorfor nogle områder modtager flere eller andre typer af investeringer end andre.

HIE's politisk uafhængige organisationsform kan potentielt føre til, at organisationen udvikler sig i en udemokratisk og nepotistisk retning. For at modarbejde dette scenarium opfatter HIE det som afgørende, at deres projekter forankres lokalt. Derfor har HIE som ambition at starte så få projekter på egen hånd som muligt, for i stedet at styrke og forbedre de allerede eksisterende kræfter og initiativer, som findes rundt omkring i lokalsamfundene. HIE forsøger derfor så vidt muligt at fremme lokale initiativer frem for at implementere deres egne idéer. Her bliver den særlige selskabskonstruktion igen en fordel, fordi HIE i kraft af sin relative autonomi kan støtte de mest lovende projekter.

Livskvalitet og beskæftigelse

Et af de steder, som har modtaget støtte fra HIE, er lokalsamfundet Abriachan, der er spredt ud i de skovklædte bjerge nord for den sagnomspundne skotske sø Loch Ness. Lokalsamfundet mistede helt tilbage i 1953 deres lokale skole, og

meget få mennesker arbejder i dag i området. I midten af 1990'erne besluttede Forrest Entreprise, det statsejede selskab, som ejer og driver en stor del af de skotske skove, at sætte skovene i Abriachan-området til salg. Det skabte stor utryghed i lokalbefolkningen, der dagligt har glæde af skovene som et sted, hvor de kan gå en tur eller dyrke motion. De oprettede derfor et udvalg, som skulle arbejde for at sikre adgang til skovene efter salget.

Gruppen kom frem til den konklusion, at den eneste måde at sikre offentlig adgang til skovene var ved i fællesskab at opkøbe skovene og stå for driften selv. Med støtte fra HIE fik lokalsamfundet hurtigt rejst de nødvendige midler og sikret adgangen til skovene. Skovene er efterhånden blevet modne til skovdrift, hvorfor HIE har valgt at hjælpe fonden med at etablere en virksomhed, der står for drift af skoven og salg af træet. Det har betydet, at skoven ikke længere blot er en rekreativ ressource for lokalsamfundet, men samtidig en af de få arbejdspladser i området. Eksemplet afspejler HIE's evne til at udvælge lokale projekter, der både udvikler livskvaliteten og nye arbejdspladser. ■



SKOTLAND

Skotlands areal er 78.872 kvadratkilometer, og landet har cirka 5,1 millioner indbyggere – et tal der skønnes at stige med 0,8 procent mellem 2004 og 2024. Den gennemsnitlige befolkningstæthed i Skotland er 65 indbyggere pr. kvadratkilometer.



LANDDISTRIKTER I SKOTLAND

I Skotland er befolkningen koncentreret i byerne, og kun 20 procent af befolkningen er bosat i landdistrikterne, der udgør 98 procent af landets samlede areal. Områder, der har en befolkningstæthed på under 3.000 pr. hektar, betegnes i Skotland som landdistrikter. Dernæst skelnes mellem afsides og tilgængelige distrikter. De afsides områder har en transporttid på over 30 minutter til en bebyggelse med mere end 10.000 indbyggere, mens de tilgængelige skal ligge inden for 30 minutters rækkevidde.

**FINLAND ER
SÆRLIGT, FORDI
EN STOR DEL AF
BEFOLKNINGEN
HAR ET SÅKALDT
SECOND HOME
PÅ LANDET OG
OPFATTER SIG
SELV SOM
BÅDE BY- OG
LANDBOERE**



FINLAND

BÅDE BY- OG LANDBOERE

De finske landområder er med deres mange søer og store skove attraktive for befolkningen i byerne. Alligevel lider mange områder under faldende befolkningstal og økonomisk tilbagegang. En markedsreguleret udvikling af antallet i såkaldte second homes har imidlertid betydet, at mange landdistrikter holdes i live af storbyboere, der bruger denne anden bolig til afslapning i weekenden og i ferier.

Både by- og landboere

I Finland er second homes et udbredt fænomen, der har stærke kulturelle og historiske rødder. Der findes over 465.000 af disse ekstra boliger i Finland, hvor der i Danmark kun er cirka 210.000 sommerhuse, selvom de to lande har omtrent samme befolkningstørrelse. Samtidig er der ikke de samme restriktioner på de finske second homes, som der er på de danske sommer- og fritidshuse.

I Finland må man eje så mange huse, som man har lyst og råd til. Der er heller ingen restriktioner på brugen af husene, men man kan dog kun have én helårsbolig, og det er kun i forbindelse med denne bolig, at man har ret til offentlige services som børnepasning og hjemmepleje. Derudover betaler man mindre i ejendomsskat på helårsboligen, og hvis et second home skal omdannes til helårsbeboelse, skal huset leve op til forskellige standarder. Ud over dette er der ikke noget, som forhindrer de finske husejere i at bruge deres second home som helårsbolig. Dette gælder også for eksisterende helårshuse, som kan konverteres til sommerhus, hvis ejeren ønsker det.

De finske regler afviger således på en række punkter fra de danske, hvor man kun må bo hele året i sit sommerhus, hvis man er pensionist, og hvor der mange steder er bopælspligt på helårshuse.

Almindeligt at have to boliger

Med 465.000 second homes – og med cirka 5.000 nye hvert år – råder hver sjette familie i Finland over en bolig nummer to, og det vurderes, at hver anden familie har adgang til en anden bolig. Det betragtes derfor som helt almindeligt at have to boliger – en i byen og en på landet. Faktisk er det så almindeligt, at mere end en tredjedel af den finske befolkning opfatter sig selv som både by- og landboere. De store generationer efter Anden Verdenskrig flyttede i stort tal fra landet og ind til byerne i forbindelse med industrialiseringen, men mange følte sig stadig nært knyttet til Finlands landdistrikter. Dette ledte til en massiv vækst i antallet af second homes, der bliver brugt som fritidshuse i weekender og ferier og senere i livet ofte som permanent bolig.

Økonomisk løft til yderområderne

De mange boliger overtages eller bygges af købere med relativt store rådighedsbeløb, som derfor tilfører tiltrængte midler til landdistriktskommunernes økonomi. Boligerne bliver derfor en attraktiv indtægtskilde for yderområder, der kæmper med fraflytning af unge og en arbejdsløshed, der i snit er 4 procent højere end i byerne. Ud over dagligvareindkøb giver ikke mindst nybygninger og vedligeholdelse et tiltrængt økonomisk løft til den lokale økonomi. De mange second homes giver dog også dilemmaer. Blandt andet viser undersøgelser, at byboerne ikke bidrager med meget til det sociale liv på landet, fordi de værdier, der søges i forbindelse med den anden bolig, som oftest er isolation, stilhed og sågar mulighed for at kunne bevæge sig nøgen mellem saunaen og søen, med vished om at ingen kigger med.

Udvikling på markedets præmisser

En meget stor del af de finske skove og søområ-

der er ejet af private, og der er givet tilladelse til at bygge mange nye boliger i naturskønne områder. Disse tilladelser gives på regionalt niveau, og ofte kæmper regioner og yderkommuner i fællesskab for at tiltrække nybyggeri. I Finland er det derfor, modsat i Danmark, i høj grad markedskræfterne, der regulerer antallet og placeringen af disse ekstra boliger. Indsatsen for at tiltrække boliger til landdistrikterne har betydet, at der efterhånden er så mange huse langs de finske søer, at den offentlige adgang er besværlig. Denne problematik er naturligvis mest udbredt i de bynære områder, men en generel frygt for, at Finlands mest attraktive naturområder privatiseres, har betydet, at der er ved at opstå en modvilje mod de mange huse i naturområderne.

Finlands mange second homes er med til at sikre en mere balanceret udvikling af landet og er med til at holde liv og gang i økonomien i mange yderområder. Men meget tyder på, at udviklingen kan ændre sig i fremtiden, fordi de yngre generationer, som er født og opvokset i byerne, ikke har det samme forhold til landdistrikterne som deres forældre. Sammen med problematikken omkring privatisering af de offentlige naturområder kan det give politisk opbakning til den spirende modvilje mod de mange bygninger i det åbne land. Dette forstærkes yderligere af de miljømæssige konsekvenser af den ugentlige transport til og fra finernes anden bolig og den relaterede trængsel på motor- og landeveje.



FINLAND

Finland har et areal på 337.030 kvadratkilometer og 5,3 millioner indbyggere. Den gennemsnitlige befolkningstæthed er derfor ret lav, ca. 16 indbyggere pr. kvadratkilometer.

Landdistrikter som supplement til byerne

Det interessante ved den finske diskussion om anden bolig er, at by- og landdistrikter supplerer hinanden. Ganske vist benyttes hjemmet i byen mest, fordi det ligger tæt på arbejde, institutioner og andre dele af hverdagslivet, men det andet hjem besøges ofte og er derfor med til at skabe liv i landdistrikterne. Skove, søer og stilhed er de vigtigste værdier for de finner, som ejer disse ekstra boliger. Det er værdier, som byen ikke på samme måde kan tilbyde, og som indgår i en identitet, der spænder over både at bo i byen og på landet.

I forhold til Danmark er udviklingen i Finland betinget af en lavere befolkningstæthed. I Danmark har der dog også været diskussioner om mulighederne for at eje flere boliger, ophæve bopælspligten og bygge flere sommerhuse for at styrke turismen og byggesektoren i yderområderne. Erfaringerne fra Finland viser, at det er vigtigt, hvor de ekstra boliger bygges. Lægges de i naturskønne områder, og ødelægger adgangen for offentligheden, risikerer man at ødelægge de eksisterende værdier. Derudover skal man overveje, hvad nye boliger vil betyde for det sociale liv, hvis de placeres i en landsby, og endelig er det vigtigt at have øje for prisudviklingen. Når et attraktivt miljø som Skagen kommer i fokus for det købestærke storbysegment, stiger huspriserne, og de lokale beboere bliver presset ud. Anden bolig kan med andre ord skabe udvikling i landdistrikterne, men må promoveres med stor omtanke. ■



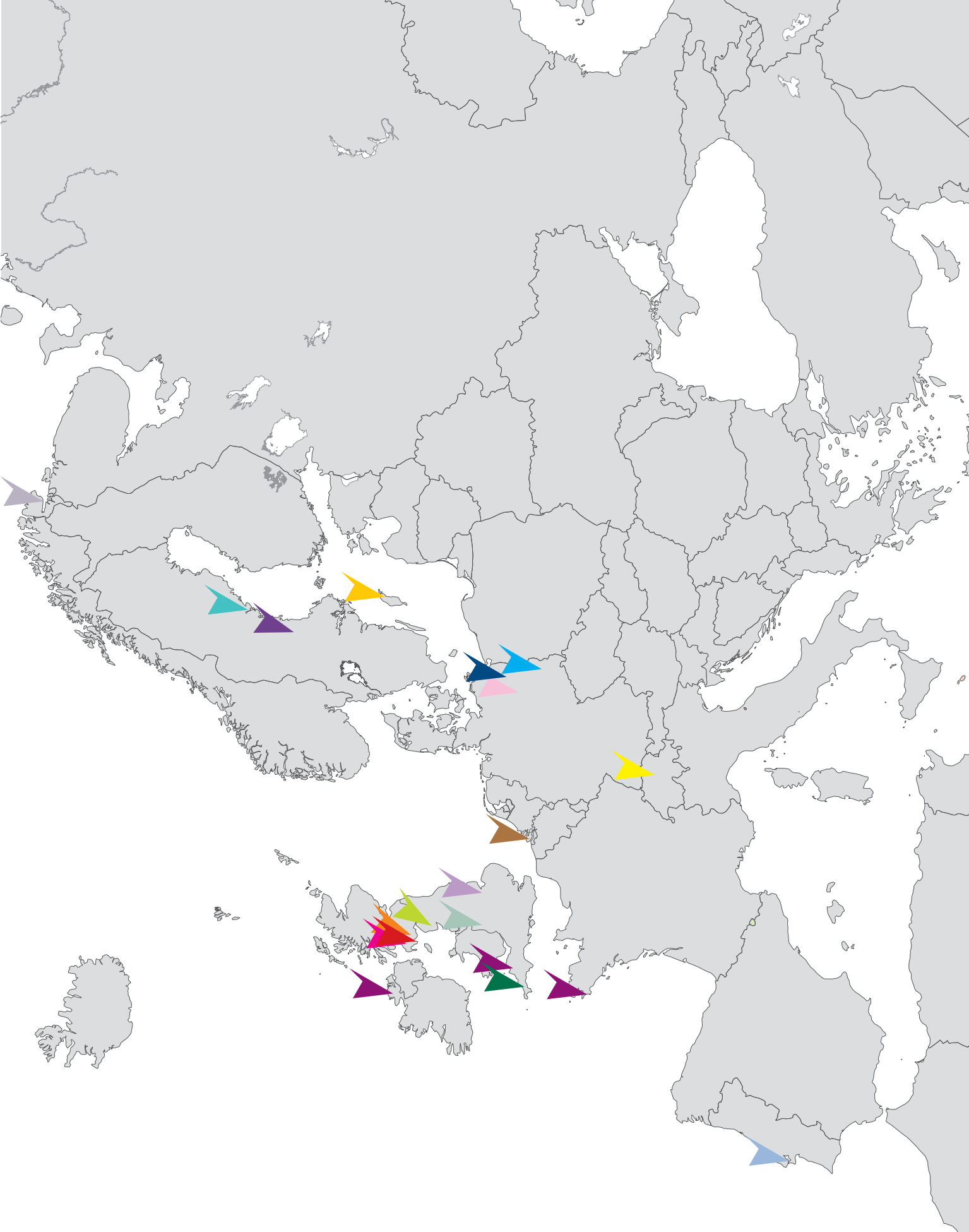
LANDDISTRIKTER I FINLAND

De finske landdistrikter udgør 90 procent af Finlands areal. Omkring 40 procent af landets indbyggere og 32 procent af alle job findes i landdistrikterne. Der er dog store forskelle mellem de tre kategorier af landdistrikter, man opererer med i Finland: "Rural Areas Close to Urban Areas", "Rural Heartland Areas" og "Sparsely Populated Areas". Det er i den sidste kategori, at der er de største udviklingsproblemer – det er også denne type, som udgør den største andel af de finske landdistrikter.

PROJEKTER

- 1 7STANES
- 2 THE EDEN PROJECT
- 3 HÄLSINGEGÅRDAR
- 4 BAUMKRONENWEG
- 5 ANNENWALDE
- 6 OLD CROWN PUB
- 7 WULKOW
- 8 HAMNINGBERG
- 9 TRISURF

- 10 SPRING FLING
- 11 SKOTSKE TEMABYER
- 12 URLAUB IM GUTSDORF
- 13 PORTUGAL RURAL
- 14 LUDLOW
- 15 TRANQUILITY MAP
- 16 COUNTRYSIDE EXCHANGE
- 17 HÖGBONDEN
- 18 FABRIKEN FURILLEN



EKSEMPLER PÅ POSITIV UDVIKLING

I det følgende præsenteres 18 projekter i hver deres artikel. I modsætning til de foregående artikler, som tog udgangspunkt i nationale politikker og kampagner, der er rettet mod yderområder generelt, er der her fokus på konkrete, lokale projekter. Fokus er, hvordan stedbundne ressourcer som eksempelvis kulturarv, natur, landskab og foreninger er udgangspunkt for projekter, der har skabt positiv udvikling i et yderområde. Indledningsvis samles erfaringer og idéer fra de 18 projekter i en tværgående artikel. Artiklen er bygget op omkring seks strategier, der kan bruges som inspiration til udvikling af projekter.

De 18 projekter er udvalgt, fordi de hver rummer en historie om et gennemført, succesfuldt projekt, der kan inspirere den danske landdistriktsudvikling. Da analysen er gennemført som en del af Mulighedernes Land, er der tillige lagt vægt på at finde projekter, som relaterer til de emner, der arbejdes med i Mulighedernes Land: turisme, bosætning, kulturarv og fysisk planlægning. Disse emner er i de fleste artikler overlappende. Mange af de beskrevne projekter tager eksempelvis udgangspunkt i et fysisk tiltag (anlæggelse af sti, park eller restaurering af et hus), som tiltrækker turister, men samtidig også er til glæde for lokalbefolkningen.

De 18 artikler er skrevet på baggrund af desk research, interview og besøg på de steder, hvor projekterne er realiseret. Artiklerne berører typisk en vifte af emner og illustrerer flere forskellige pointer. Alligevel er artiklerne så vidt muligt grupperet emnemæssigt efter den hovedpointe, der bærer artiklen. Disse hovedpointer udspringer af de seks strategier, som præsenteres i den tværgående artikel på de næste sider. ■

PÅ TVÆRS

FRA POTENTIALER TIL AKTIVER

Alle steder rummer potentialer og ressourcer til at starte ny udvikling: natur, historie, ildsjæle, bevaringsværdige bygninger og erhvervsliv. Nogle steder er potentialerne mere oplagte end de er andre steder, men skal de komme lokalsamfundet til gavn, må de under alle omstændigheder aktiveres. I denne artikel samles erfaringerne fra de 18 projekter i seks strategier, som rummer hver deres indgang til, hvordan lokale ressourcer som landskab, kulturarv og foreningsliv kan gøres til aktiver for lokal udvikling.

De seks strategier præsenteres i hvert sit afsnit. Første afsnit sætter fokus på fyrtårnsprojekter, hvor indsatsen samles i én stor satsning, der vækker opmærksomhed langt væk. Hvordan gøres det på en måde, som ikke kun fremmer projektet, men hele lokalområdet? I andet afsnit rettes blikket mod de sociale ressourcer: identitet og fællesskab. Kan en landsby løftes alene ved at aktivere sociale ressourcer? Unge forlader i stigende grad yderområderne og vender kun sjældent tilbage. I tredje afsnit fokuseres derfor på projekter, som prøver at gøre lokalmiljøerne i yderområder attraktive for de unge. Fjerde afsnit fokuserer på projekter, der overskrider det enkelte sted og skaber udvikling gennem netværk. Hvilke typer af projekter kan have glæde af, at flere steder slår kræfterne sammen? Femte afsnit fokuserer på planredskaber og nye former for planlægning og politikker. Hvordan kan planlægningen blive bedre til at inddrage det enkelte steds særlige potentialer, og hvordan kan borgere og foreninger påvirke den fysiske planlægning? Endelig er emnet for det sjette afsnit profilering af et område ved at satse på en bestemt niche. Hvordan kan branding udvikle både turisme og lokalmiljø?

Saml indsatsen i et fyrtårnsprojekt, der også skaber lokal udvikling

Stor skala, stor effekt eller stor skuffelse. Der findes mange eksempler på, at en ildsjæl, en organisation eller et firma har formået at skabe et projekt, der som et fyrtårn formår både at vise vejen for lokalområdet og tiltrække omverdenens opmærksomhed. Disse projekter kendetegnes ved, at de formår at tiltrække nok investeringer og samarbejdspartnere til at skabe et projekt, der er så stort, at det skiller sig ud. Derudover er projekterne ofte kendetegnet ved at være orienteret mod at tiltrække sig omverdenens og særligt turisternes opmærksomhed. Den lokale udvikling kommer således som en indirekte konsekvens af fyrtårnsprojektets gennemslagskraft. De lokale fordele behøver dog ikke at være knyttet til turistøkonomi alene. Eksempelvis kan stier, restauranter og kulturtilbud både være til glæde for tilrejsende og lokale. Potentialet ved metoden er, at den giver mulighed for at satse stort og profilere sig på noget særligt, typisk med udgangspunkt i det unikke på stedet. Det springende punkt for fyrtårnsprojekters succes er, hvordan det formår at forankre projektet, og den opmærksomhed det genererer, i lokalsamfundets liv og økonomi.

Det skotske projekt 7stanes er et godt eksempel på et fyrtårnsprojekt. Her er der blevet anlagt over 400 kilometer mountainbikestier, hvilket har sat kommunen Dumfries & Galloway på landkortet som et af de bedste steder at køre på mountainbike. Udgangspunktet var – ud over det bakkede landskab – en lokal mountainbikerkultur. 7stanes er således et eksempel på et projekt, hvor en lokal kvalitet vælges ud og forstærkes med stor effekt. Læs om 7stanes side 70.

Endnu et eksempel på at udvælge en lokal kvalitet og forstærke den er The Eden Project i Cornwall, England. Her har en ildsjæl omdannet et åbent minebrud til en kæmpemæssig park, hvor der sættes fokus på, hvordan vi mennesker er en del af naturen, og hvordan vores handlinger i sidste ende påvirker os selv. Stedet bygger videre på en lokal tradition for haveturisme, men →

formår samtidig at forny traditionen radikalt. Med et anlægsbudget på 133,6 millioner pund, et samfundsøkonomisk udbytte på omkring 1 milliard pund og 5 millioner besøgende i løbet af de første fem år taler tallene deres eget sprog. Læs om The Eden Project side 76.

Både 7stanes og The Eden Project kan karakteriseres ved, at alt sættes ind på at skabe ét stort projekt. Et fyrtårnsprojekt kan dog også skabes ved at samle en række eksisterende små aktiviteter og markedsføre dem samlet. Dette sker mange steder med lokale madprodukter, som samles i ét overordnet varemærke, men med plads til, at de enkelte producenter stadig er afsendere. Projektet Hälsingegårdar fra Sverige er et andet eksempel på denne tilgang. Der findes omkring 1000 af disse træbyggede, såkaldte bondeslotte i den midtvenske region Hälsingland. Af disse er omkring 50 gået sammen og markedsfører sig som Hälsingegårdar. Alle gårdene er åbne, på nogle kan man overnatte, på andre spise, og på andre igen kan man besøge små lokalmuseer. Ved at samle sig om et brand er de blevet til et fyrtårn, der på grund af omfanget sætter hele regionen på landkortet. Læs om Hälsingegårdar side 84.

Risikoen ved disse store projekter er, at det kan være svært at samle et helt lokalområdes behov og ønsker i én satsning – projekterne risikerer derfor at fremstå løsrevet fra og i modsætning til dele af lokalområdet og lokalbefolkningen. En anden risiko er, at store projekter som eksempelvis The Eden Project er afhængige af meget store mængder ekstern kapital, hvorfor stort set alle tilgængelige projektmidler bruges på ét projekt. Andre projekter får derved svært ved at skaffe finansiering, og fiaskoen bliver dermed endnu større, hvis fyrtårnsprojektet slår fejl.

Fyrtårnsprojekter kan da også være i mindre skala. Det er for eksempel tilfældet i det østrigske yderområde Sauwald, hvor en ildsjæl har fået bygget det, han har døbt Baumkronenweg. En 500 meter lang gangbro, der imellem 10 og 24 meters højde krydser frem og tilbage mellem trækroneerne. Broen, som mellem trækroneerne også rummer en lille landsby med overnatningsmuligheder, kunne sommeren 2009 fejre besøgende nummer 1 million siden åbningen i juni 2005. Ved at gøre noget helt nyt kan man således også tiltrække sig stor opmærksomhed. Læs om Baumkronenweg side 88.

Fokusér på sociale ressourcer, identitet og fællesskab

Det er et grundlæggende træk ved det nye landdistriktsparadigme, at projekter som oftest skabes af eller i samarbejde mellem lokale borgere, foreninger og iværksættere. Denne involvering og bottom-up-tilgang kan – ud over at være et middel til at realisere konkrete fysiske projekter – også betragtes som et mål i sig selv. Ved at aktivere de lokale menneskelige ressourcer kan man skabe et bedre miljø for borgerne og tiltrække både nye beboere og turister.

Et eksempel på dette er landsbyen Annenwalde i Tyskland. Her har tre lokale kvinder skabt et lokalt engagement omkring en række landsbyfester. Før de gik i gang, kom der 100 turister om året, i dag tiltrækker aktiviteterne 20.000 turister årligt, og der bliver igen startet nye virksomheder i landsbyen. Læs om Annenwalde side 92.

Det lokale engagement kan også være organiseret i foreninger og kooperativer af forskellig art. Dette er kendt i form af friskoler, forsamlingshuse, spejderforeninger, fodboldklubber og frikirker. Et af de store nybrud i de seneste år er tilbagekomsten af den organisationsform, som i Danmark kendes fra eksempelvis brugsforeningerne. Mange steder ser man, at den private service overtages af borgerejede kooperativer. Et eksempel på dette er Old Crown Pub i England, hvor beboerne i landsbyen overtog pubben, da den risikerede at blive lukket. Læs om Old Crown Pub side 98.

Det er dog ikke altid, at der er lokal enighed om, hvilken retning en landsby skal udvikle sig i. →



Det er den tyske landsby Wulkow eksempel på. Her gik en håndfuld ildsjæle sammen for at gøre landsbyen til et foregangseksempel på miljøområdet. Ildsjælene var meget succesfulde og er blevet præmieret af forbundsstaten, men havde svært ved at få hele landsbyen til at bakke op om projektet. Først da gruppen gik ind i at sikre den lokale børnehave, fandt hele landsbyen en sag, de kunne stå sammen om. Udvikling er næsten altid knyttet til interessekonflikter, men hvis strategien er at løfte en landsby på baggrund af sociale ressourcer og engagement, er det afgørende at finde en sag, de fleste bakker op om. Læs om Wulkow side 102.

I yderområder er problemet som oftest, at der er for lidt aktivitet, både økonomisk og socialt. Det omvendte kan dog også være tilfældet, når et sted pludselig bliver eksponeret for stor opmærksomhed fra turister. Dette er tilfældet i den lille fiskerbygd Hamningberg, som de sidste år har oplevet en voldsom stigning i antallet af turister, hvilket presser lokalsamfundet kraftigt. For at imødegå dette er der blevet iværksat et projekt, som styrker lokalsamfundet ved at holde turisternes biler ude og bruger turisternes tilstedeværelse til at skabe økonomi til hotel, lokalt fiskeri, butik og forsamlingshus. I dette tilfælde handler fokusset på sociale ressourcer, identitet og fællesskab ikke så meget om at bruge lokalsamfundet som afsæt for ny udvikling. I stedet er målet at beskytte lokalsamfundet mod stadig flere turister, samtidig med at der arbejdes for at skabe synergi mellem lokalsamfund og turismeøkonomien. Læs om Hamningberg side 106.

Koblingen mellem hverdagsliv og turisme går igen i mange af de 18 beskrevne projekter, og turisme fylder i det hele taget meget i rapporten. Baggrunden for dette er, at turismen om noget er et erhverv, der tager udgangspunkt i et steds eksisterende kvaliteter. Enkelte af projekterne er rene turismeprojekter, hvor eksempelvis et øde kalkstenesbrud, som i eksemplet fra Furillen bliver omdannet til et designhotel. De fleste projekter handler dog om synergi mellem turisme, hverdagsliv og bosætning. Disse synergier kan som i eksemplet fra Hamningberg være drevet af, at turisterne er med til at holde liv i den lokale service som eksempelvis butik og spisested. En anden mulighed er, at de steder og aktiviteter, som turister rejser langt for at opleve, også har værdi for de lokale. En sådan lokal turisme findes eksempelvis i forbindelse med 7stanes, hvor særligt de lokale unge bruge mountainbikestierne. Endelig kan en stor turistdestination påtage sig et medansvar for udvikling af de omkringliggende landsbyer. Det er blandt andet tilfældet med det allerede omtalte The Eden Project, der har stillet medarbejdere til rådighed for de omkringliggende landsbyer, som arbejder med udviklingsplaner og søger projekt-penge fra staten. Pointen er, at promovning af turisme og styrkelse af sociale ressourcer, identitet og fællesskab ikke behøver at være modsætninger. Udover lokale arbejdspladser kan turisme også inddirekte støtte det lokale liv og bosætning, fordi turisterne som beskrevet giver økonomisk grundlag for butikker og sikrer investeringer i naturoplevelser, offentligt rum og aktiviteter, der også er til glæde for de lokale borgere. Dette betyder ikke at turisme løser alle problemer, og det er velkendt at turisme kan løbe et lokalsamfund over ende. Synergi mellem turisme og lokalt miljø kræver ambitiøse private og offentlige aktører, der formår at tænke strategisk og langsigtet. Læs om Fabriken Furillen side 162, 7stanes side 70 og The Eden Project side 76.

Giv de unge fremtidsperspektiver og gode minder

En af de største udfordringer i landdistrikter er, at de unge ikke blot flytter væk, men også bliver væk. Aldersgennemsnittet er typisk højere i yderområderne end nationalt, og det generelt voksende aldersgennemsnit vokser endnu hurtigere i yderområderne. Der er derfor et stort behov for at fokusere på at forbedre mulighederne for de unge.

Det allerede omtalte projekt 7stanes er ikke særskilt rettet mod unge, men er eksempel på en aktivitet, som tiltaler unge og skaber udfoldelsesmuligheder i lokalmiljøet, som både kan benyttes gennem klubbernes fællesskab, på egen hånd eller sammen med venner. Læs om 7stanes side 70. →

Projektet Trisurf, som er et samarbejdsprojekt mellem tre surfdestinationer i Frankrig, England og Irland, har dets helt primære fokus på unge. Idéen er at fremme den gryende surfkultur. De unge skal opleve, at deres hjemegn rummer udfoldelsesmuligheder, der er langt fra fish and chips og øl på pubben. Surf er cool, og gennem udveksling med de andre deltagere i Trisurf oplever de unge at være del af en international kultur. Læs om Trisurf side 112.

Udfordringen i forhold til unge i landdistrikterne er dobbelt. For det første er der ikke mange uddannelsesmuligheder, og for det andet har mange unge svært ved at identificere sig med livet på landet – når man er ung, er byerne med deres cafeer, fester og andre unge typisk attraktive. Med uddannelser i storbyerne er det mere end svært at fastholde de mange unge, som vil uddanne sig. Med projekter som 7stanes og Trisurf findes der dog projekter, som viser, hvordan unge kan få et mere positivt minde om deres hjemegn, der ikke kun er knyttet til barndommens land, men tillige rummer aktiviteter og fællesskaber, som kan genoptages i voksenlivet. Surfing og mountainbiking er to gode bud, da begge aktiviteter mere er livsstile end aktiviteter og samtidig dyrkes lige så meget af voksne som af børn. Af oplagte grunde er det ikke alle steder, som kan fastholde unge via eksempelvis surfing. Det interessante spørgsmål er derfor, hvilke andre aktiviteter og tiltag, der på samme vis kan give gode oplevelser og fremtidsperspektiver for de unge på landet.

Skab netværk

Der kan være et stort potentiale i at skabe netværk mellem flere steder eller projekter. Mens landbrug og fiskeri stadig var det dominerende erhverv, var landsbyen mange steder den naturlige ramme om hverdagslivet og rummede de mest nødvendige servicere og erhverv – mejeri, mølle, smedje, brugs, sparekasse med mere. I dag rejser beboerne tit ud af landsbyen for at komme i skole, til fritidsaktiviteter, gøre indkøb med mere. Samtidig er nye erhverv blevet mere betydningsfulde end landbrug og fiskeri. Beboere pendler til arbejde, og mange steder er økonomien afhængig af turister. Med andre ord gør både hverdagsliv og erhverv det oplagt at tænke i andre sammenhænge end landsbyens og dens nære opland.

En type af netværk handler om synlighed over for turister. Ofte er en enkelt by eller landsby for lille til at kunne markedsføre sig seriøst over for potentielle turister, fordi de ikke har penge nok til at lave en professionel markedsføring, og fordi mange turister ikke vil rejse til ét sted – de vil have en bred vifte af valgmuligheder. Et eksempel på denne strategi, hvor mange aktører samles under ét fælles brand, er kunsthøjtiden Spring Fling i det sydøstlige Skotland. Den sidste weekend i maj åbner cirka 90 lokale kunstnere hvert år deres værksted for tilreisende. Investeringerne har været beskedne, men projektet har formået at tiltrække velhavende turister til området og slået Spring Fling fast som et kvalitetsstempel for egnens kunstnere. Læs om Spring Fling side 118.

De tre byer Castle Douglas, Kirkcudbright og Wigtown i Skotland er endnu et eksempel på et samarbejde, der skal tiltrække flere turister. Byerne er gået sammen om at markedsføre sig gennem sloganet: "Glorious Galloway is absolutely FAB!". FAB er både slang for fabulous og en forkortelse for food, artists og books og markerer, at de tre byer tilbyder oplevelser på baggrund af hver sin niche. I forhold til Spring Fling er FAB mere strategisk, fordi de tre byer lægger vægt på forskellighederne i deres identitet og derved komplementerer hinanden. Læs om FAB side 124.

Endnu et eksempel er fra Brandenbrug i Tyskland, hvor 100 godser i forbindelse med projektet Urlaub am Gutsdorf er blevet forbundet af et stisystem rundt om søen Müritz. Projektet er mere omfattende end Spring Fling og FAB, idet det ud over at slå området fast som herregårdsdestination også skaber tilgængelighed til både landskab og kulturarv og viser, hvilke godser der har restauranter, udstillinger og overnatningsmuligheder. Resultatet er et projekt, som ud over at tiltrække turister også giver værdi til de lokale, der som lokale turister kan bruge stinetværket og de mange tilbud på herregårdene. Læs om Urlaub im Gutsdorf side 128. →



Markedsføringsnetværk kan også række ud over selve landdistrikterne og ind i storbyerne. Det er tilfældet i Portugal, hvor en række landdistrikter er gået sammen om at åbne butikken Portugal Rural i Lissabon, der skal sælge og promovere varer fra yderområderne. Ved at gå sammen sikres dels opstartskapital, dels nok varer til at butikken kan få et stort og varieret udbud. Med butikken sikrer yderområderne sig en slags kombineret ambassade og afsætningsplatform for eksklusive, traditionelt fremstillede varer. Læs om Portugal Rural side 136.

De fleste netværkseksempler i denne analyse handler om markedsføring over for turister. Disse typer netværk er oplagte, fordi der ofte er umiddelbare fordele for alle parter, og især fordi de er blevet afprøvet mange gange. Det er dog mindst lige så interessant at se på andre typer af netværk, som har andre mål, og som er blevet afprøvet færre gange. Et eksempel er det omtalte internationale projekt Trisurf, hvor tre landdistrikter i tre lande er gået sammen om et surfprojekt, hvor målgruppen er de lokale drenge og piger, som bor i de tre deltagende områder. Her er målet ikke turister, men de unges oplevelse af at være del af en større og bredere international identitet, der er knyttet til et surfmiljø. Samtidig har projektet ført til vidensudveksling mellem de professionelle og organiserede aktører på tværs af de tre lande. Læs om Trisurf side 112.

Gør planlægningen inkluderende

Nye tider og nye perspektiver på landdistriktudvikling fordrer også nye redskaber i den fysiske planlægning. En af de største udfordringer i denne sammenhæng er at gøre planlægningen åben over for indflydelse og inspiration, så den bevæger sig væk fra dens klassiske rolle – med fokus på styring – til en mere inddragende og samarbejdsbaseret tilgang. Dette emne er også udfoldet i artiklen om nationale politikker og programmer i forrige kapitel (side 20), men en række af projekterne i dette afsnit giver mulighed for at se på problematikken i mere konkrete sammenhænge.

Oftentimes er det myndighederne selv, der tager initiativ til at inddrage borgere, erhvervsliv og foreninger. Det er tilfældet i den engelske by Ludlow, som i 2003 blev den første engelske cittaslow-by. Cittaslow er en italiensk byfilosofi, der sætter fokus på stedets egenart og borgernes livskvalitet. I Ludlow er cittaslow det udgangspunkt, som borgere, erhvervsliv og virksomheder mødes ud fra. Dette har blandt andet vist sig i en fælles satsning på at udvikle byens madkultur, med fokus på gastronomi og markeder. Borgere, virksomheder og foreninger har sammen med kommunen iværksat støtte til iværksættere, diskuteret fysisk planlægning i relation til placeringen af et nyt stort supermarked og arrangerer i fællesskab to store Farmers Market-festivaler hvert år. Læs om Ludlow side 140.

Påvirkning af den fysiske planlægning kan også komme fra foreninger, der gennem eksempelvis analyser prøver at sætte en dagsorden, som myndighederne er nødt til at tage op. Det er tilfældet i England, hvor interesseorganisationen Campaign to Protect Rural England har fået udarbejdet et såkaldt stilhedskort (tranquility map), der viser, hvor i England der er stille, og hvor der er støj. Kortet er blevet lanceret via pressen og en hjemmeside og har haft den ønskede effekt, idet miljøministeren har taget emnet op og har sat udarbejdelse af såkaldte støjhandlingsplaner i gang. Læs om Tranquility Map side 148.

Endelig findes der eksempler på projekter, hvor den fælles idéudvikling og inspiration er målet. Et eksempel på dette er Noord-Beveland i det sydvestlige Holland, hvor en række foreninger sammen med offentlige myndigheder har gennemført et forløb med organisationen Countryside Exchange. Countryside Exchange er en international forening, der formidler kontakt mellem landdistriktseksperter og landdistrikter, som vil have friske øjne på deres område. Countryside Exchange arrangerer, at et hold af deres eksperter kommer på besøg og gennem en uge diskuterer og idéudvikler med de lokale aktører. I Noord-Beveland blev forløbet arrangeret og gennemført i samarbejde mellem myndigheder, borgere og foreninger, hvilket sidenhen gør det nemmere →

at få realiseret de strategier og idéer, som blev udviklet under besøget. Læs om Countryside Exchange side 152.

Alle eksemplerne i dette kapitel rummer samarbejde mellem myndigheder og iværksættere, virksomheder, borgere og foreninger. Det er da også et af de grundlæggende træk i det nye land-distriktsparadigme, at myndighederne ikke blot ser sig som forvaltere, men som samarbejdspartnere, der støtter udvikling af nye initiativer. Som nævnt allerede i indledningen er der dog også risiko for, at det er de aktører, der allerede er stærke, som formår at tiltrække det offentlige opmærksomhed og støttekroner. Det er med andre ord vigtigt, at myndigheder fra kommune over region til stat ikke overser de svage områder og borgere. Cittaslow-byen Ludlow rummer et sympatisk eksempel på dette. Samarbejdet i byen er centreret omkring en ret eksklusiv madprofil, der har velhavende borgere og turister som målgruppe. Alligevel har kommunen også gennemført et skateboardprojekt i samarbejde med de unge i byens sociale boligbyggeri, og sammen med de ældre har man udarbejdet en plan for placering af nye bænke, der kan gøre det muligt for ældre at tage et hvil, når de går tur.

Sats på en niche, men hav øje for modsætningerne

Det er god markedsføringlogik, at man skal sælge sin vare på en unik og letforståelig historie – grundlaget er en særlig niche baseret på det enkelte steds særlige muligheder. Samme logik er med varierende held blevet overført på byer som city branding. Branding er med ret stor succes også blevet brugt mange steder på landet, hvor målet først og fremmest er turisme, men tillige kan være bosætning. Nicherne kan både være meget brede og inkluderende, og de kan være rettet mod yderst specialiserede grupper.

De tidligere omtalte Hålsingegårdar er et eksempel på det første. Gennem gårdene brandes området som et hyggeligt og smukt område, der har rødder i den svenske folkesjæl – et bredt og åbent budskab, som de fleste kan identificere sig med. Trisurf, som er det omtalte surfersamarbejde, er et eksempel på det modsatte, hvor et område bygger en identitet op omkring en meget specifik profil, som til gengæld tiltrækker besøgende fra hele verden. Mellem disse yderpunkter ligger de tre skotske temabyer, der markedsfører sig under det fælles slogan "Glorious Galloway is absolutely FAB!" – de markedsfører sig på henholdsvis food, art og books, men de tre emner er så brede, at de fleste vil have lyst til at besøge alle tre byer. Læs om Hålsingegårdar side 84, Trisurf side 112 og de skotske temabyer FAB side 124.

Et meget skarpt og snævert brand kan have den bagside, at den ekskluderer de lokale, som ikke identificerer sig med profilen – det er eksempelvis næppe alle i Dumfries & Galloway, der mener, at deres kommune kan repræsenteres gennem 7stanes og mountainbiking. Det er derfor vigtigt at være opmærksom på rummeligheden i profilen og ikke mindst på, hvad det er, profilen repræsenterer. Det vil for det meste være en dårlig idé at overføre en meget smal og modebetinget profil til en hel kommune, mens den kan være perfekt til at markedsføre et enkelt projekt. I den tyske landsby Wulkow skabte en gruppe af ildsjæle som beskrevet ny udvikling ved at markedsføre stedet som økolandsby. Gennem en lang række miljøorienterede tiltag fik de i 1994 den tyske forbundsstats miljøpris. De forsøgte at formulere en ny identitet for hele byen, men måtte sande, at deres meget og intellektuelle tilgang ikke blev imødekommet af de øvrige indbyggere. I dag har de anlagt en mere folkelig og inkluderende stil og har i etableringen af en naturbørnehave fundet et projekt, som forener landsbyen. Læs om 7stanes side 70 og Wulkow side 102.

De to projekter Högbonden og Furillen i Sverige er eksempler på projekter, der yderst succesfuldt har evnet at formulere en skarp profil. Högbonden er en lille ø i den østsvenske skærgård. På øen ligger der et fyr og en fyrbolig, som var blevet forladt, da fyret blev automatiseret i 1960'erne. →

Øen var forladt, og fyrboligen forfaldt langsomt, indtil den i 1980'erne blev sat i stand og nu er et vandrehjem, der markedsfører sig med stilheden og den øde placering som den primære grund til at besøge øen – vandrehjemmet er et af de mest velbesøgte i hele Sverige. Det såkaldte designhotel på Furillen ved Gotland ligger i et gammelt stenbrud og har fået stor succes ved at konvertere de forfaldne, rå industribygninger til et eksklusivt hotel med moderne design og gourmetmad. Begge projekter viser, hvordan det upåagtede – stilhed og industriruiner – kan gøres til et overraskende brand. Læs om Högbonden side 158 og Furillen side 162.

Forskellen på Wulkow på den ene side og Furillen samt Högbonden på den anden er, at Wulkow er et lokalsamfund, som rummer mange forskellige personer, der kan have svært ved at genkende sig selv i en skarp profil, mens Högbonden og Furillen er projekter, der ejes og drives af en snæver kreds, som deler en idé med stedet. Når man taler branding af steder, er det derfor afgørende at gøre sig klart, om det er et lokalsamfund med alle dets modsætninger og interessekonflikter, man arbejder med. I det tilfælde vil det ofte være bedst at satse på et bredt og inkluderende brand, som primært har lokalbefolkningen som målgruppe. Er der derimod tale om et privat projekt som Furillen, er der ikke tale om de samme problemer, og her er det ofte afgørende, at profilen er skarp og unik. I modsætning til i en storby kommer folk ikke tilfældigt forbi en restaurant, når den ligger på en afsides ø. De skal tiltrækkes langvejs fra, hvilket gøres bedst med en markant profil.

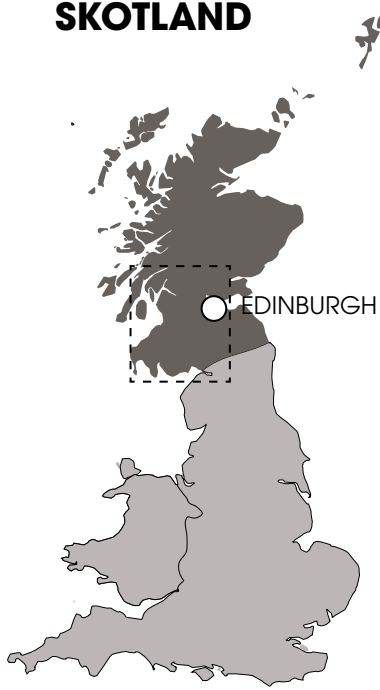
Ikke en tjekliste

Strategierne i de ovenstående seks afsnit er overlappende og kan i flere tilfælde også modsige hinanden. De skal da heller ikke opfattes som en tjekliste, hvor man enten skal vælge én eller alle. De kan i stedet bruges som inspiration til at udvikle nye projekter, der baserer sig på hver deres unikke strategi. Et eksempel på, hvordan det kan være relevant at tænke på tværs af de seks strategier, er det allerede omtalte The Eden Project. The Eden Project er som beskrevet et godt eksempel på et fyrtårnsprojekt, der får sin berettigelse ved at tiltrække international opmærksomhed og millioner af besøgende. Dette er sket ved at satse på en niche med et skarpt brand, der er understøttet af en ikonografisk arkitektur, som gør, at projektet skiller sig ud fra andre turistattraktioner i samme skala. Endelige er den udadvendte profil kombineret med et stort lokalt engagement, der blandt andet viser sig i en køb lokalt-filosofi, som har givet små lokale producenter et springbræt til at nå ud på et større nationalt marked. The Eden Projects succes kan på den måde ses som et resultat af, at det er lykkedes at kombinere de tre ovenstående strategier.

Endelig skal de seks nævnte strategier ikke opfattes som de eneste mulige. Det er et bud på seks perspektiver, der har gjort det muligt at se på tværs af de 18 projekter, som præsenteres på de følgende sider. Andre strategier kan formentlig udledes af de samme cases, og endnu flere kan lægges til, hvis nye projekter introduceres. Det afgørende er da heller ikke antallet af strategier eller cases, men at de enkelte projekthistorier forsøges oversat til nye kontekster. I den forbindelse kan strategierne være tankereds kabler, idet de hæver sig over de konkrete detaljer i det enkelte projekt. ■

**I GLENTRESS
FOREST ER DER
ETABLERET
400 KILOMETER
MOUNTAINBIKE-
STI, SOM ER
TIL GLÆDE FOR
DE LOKALE OG
TILTRÆKKER
TURISTER**

SKOTLAND



7STANES

Dundee

Edinburgh

Peebles

Jedburgh

Thornhill

Dumfries

Stranraer

Newton Stewart

Castle Douglas

Dalbeattie

Kirkcudbright

Carlisle

7STANES

FORANKRING AF FYRTÅRNSPROJEKT

I det sydlige Skotland er der gennem ambitiøse investeringer skabt et mountainbikeprojekt, der med 340.000 årlige besøgende vidner om et succesfyldt projekt, der har været i stand til at etablere en solid lokal forankring igennem dialog med blandt andet hotelejerne. Casen fortæller ligeledes om en visionær satsning på regional branding igennem en skarp profil, der tager sit udgangspunkt i en eksisterende aktivitet.

Et område i krise

De to kommuner Dumfries & Galloway og Scottish Borders, der mod syd tilsammen udgør den skotske grænse til England, har i mange år kæmpet med store udviklingsproblemer. Lønniveauet ligger 17 procent under det gennemsnitlige for Storbritannien, og frem til 2018 forventes et fald i arbejdsstyrken på henholdsvis 5 og 15 procent i de to kommuner. Samtidig er turismen begrænset, og områdets økonomi er i høj grad baseret på landbrug.

Marts måned 2001 skulle dog vise sig at være startskuddet til store omvæltninger i regionen. Storbritannien blev ramt af mund- og klovsyge, og Dumfries & Galloway var et af epicentrene for dette udbrud. Udbruddet satte fra den ene dag til den anden regionens landbrugsbaserede økonomi i stå, og den ellers voksende turismesektor blev nulstillet. Efterfølgende tilførte Storbritannien og EU betragtelige midler for at genetablere regionens økonomi. Med disse midler fulgte også et krav om, at der skulle skabes en bredere funderet økonomi, som kunne sikre mod lignende sammenbrud i fremtiden. En lang række projekter blev skudt i gang af lokale og regionale myndigheder, hvoraf et skilte sig ud ved i sit omfang – såvel fysisk som økonomisk – at sætte overliggeren højt.

Fra subkultur til fyrtårn

I Glentress Forest, der ligger i nærheden af den lille landsby Peebles, havde en række mountainbikere gennem årene etableret sig. Idéen om at køre mountainbike i skovene var efterhånden blevet så etableret, at der ud over en række små stier var etableret en kiosk med café, der også solgte og udlejede mountainbikes. Med støttemidler fra blandt andet EU etablerede de to kommuner i samarbejde med lokale klubber i 2002 projektet 7stanes, der tog udgangspunkt i det eksisterende mountainbikemiljø. Projektet blev skabt i samarbejde mellem en lang række større skotske aktører, som spænder fra Forestry Commission Scotland, der er grundejer af projektets områder, over Visit Scotland og udviklingselskabet Scottish Enterprise til den skotske naturfredningsforening. Arbejdet blev lagt i hænderne på et selvstændigt sekretariat, der var finansieret af de involverede offentlige myndigheder. Målet var at udbygge Glentress Forests til mountainbikecenter og derefter udbrede konceptet, så der i dag er i alt syv centre – deraf navnet 7stanes, der kan oversættes til "de syv sten".

To faser – to målgrupper

Projektets første fase, der løb fra 2002 til 2004, satsede primært på at gøre stedet attraktivt for mountainbike-entusiaster. Stier på samlet cirka 150 km blev etableret, og en massiv kommunikationsstrategi betød, at der i løbet af 2004 var 340.000 besøgende til de forskellige steder i 7stanes. I anden fase, der løb fra 2004 til marts 2008, var ambitionen at tiltrække yderligere 170.000 turister årligt ved at brede kundegrundlaget ud og tiltrække mountainbikere i alle aldre og på alle niveauer. Dette er sket ved at tilføje 46 kilometer nye stier og forbinde dem med de →



eksisterende stier. Det har betydet, at der i dag er over 400 kilometer mountainbikesti i alt. Den massive udbygning har løftet 7stanes op blandt de bedste mountainbikesteder i verden.

Projektet har gennem målrettet markedsføring formået at skabe et billede af det sydlige Skotland som en mountainbikedestination i verdensklasse, der både kan tilbyde den internationale elite en række af de mest teknisk krævende stier, men også kan give gode oplevelser til begyndere i alle aldre. Den overvejende del af de besøgende er turister fra området omkring storbyerne Glasgow og Edinburgh og fra de større engelske byer syd for grænsen. I projektets anden fase fokuseres marketingskampagnerne mod de såkaldte Silver Bikers, som er et ældre publikum, der typisk er mere velhavende end gennemsnittet. De tilreisende lægger mange penge på hoteller, restauranter og i butikker, som sælger cykler og andet udstyr.

Projektet er ambitiøst, og det samlede budget på omkring 45 millioner kroner igennem de to faser er i et samfundsøkonomisk perspektiv godt givet ud; projektet har ifølge beregninger tilført en betragtelig merværdi til egnen, der ved afslutningen af fase 2 forventes at være på i alt 120 millioner kroner.

Lokal forankring

Projektsekretariatet har løbende fokuseret på at støtte lokale iværksættere og har formået at tilføre 220 nye arbejdspladser til regionen. Samtidig har det dog knebet med at forankre projektet blandt de dele af lokalsamfundet, som ikke fra starten var en del af mountainbikerkulturen. Ud over etableringen af mountainbikerelaterede virksomheder var det nemlig tanken, at de allerede eksisterende virksomheder skulle have fordel af områdets nye mountainbikeprofil. Det handlede først og fremmest om områdets mange små bed and breakfasts, hoteller og guesthouses. Et konkret →



problem er, at det passer dårligt sammen at bo på hotel og komme mudret hjem fra en mountainbiketour – et problem som er særligt markant i det regnfulde Skotland. I den forbindelse ønskede man fra projektsekretariatet at sikre muligheden for, at turisterne, når de vendte hjem til hotellet, kunne skifte, tørre og rense tøj, cykler, udstyr med mere. Derfor prioriterede sekretariatet at gå i dialog med hotelejerne ved blandt andet at invitere samtlige hotelejerne ud på en mountainbiketour med professionelle guider. Dette gav hotelejerne mulighed for at opleve, hvad deres gæster oplever hver dag, hvilket førte til, at en del investerede i de nødvendige faciliteter. Herefter kunne sekretariatet fortælle andre hotelejerne, at konkurrenterne allerede var med, og så rullede lavinen. Projektet tilbyder tillige gratis assistance til de hoteller, som vil give deres hjemmesider en ung og frisk mountainbikeprofil, hvilket efterhånden er blevet en populær service.

Sekretariatet har desuden arrangeret en række velbesøgte konkurrencer og events med professionelle ryttere. Blandt andet derfor er projektet – i særdeleshed blandt de lokale unge – med tiden blevet vel modtaget – ikke mindst fordi den eneste udgift for brugerne af 7stanes er cyklen og en parkeringsafgift på 1 pund.

Fremtid

Projektets parter overvejer i øjeblikket igangsættelse af en tredje fase. En tredje fase vil sandsynligvis primært fokusere på den eksterne kommunikation. Samtidig er der et årligt vedligeholdelsesbudget på 1,7 millioner kroner og et marketingsbudget på 1,1 millioner kroner, som også fremover skal finansieres. Ifølge lederen

af projektet, Colin Williamson, er næste skridt at etablere en solid exit-strategi, der kan sikre projektets fremtid, når de offentlige parter ikke længere driver projektet. Han ser for sig, at et sandsynligt scenarium kunne være at udlicite det samlede koncept til en stor virksomhed. Mod at overtage vedligeholdelse og markedsføring af projektet vil virksomheden få tilladelse til at knytte sit navn til projektet. Denne model kalder han "Red Bull-7stanes" – inspireret af energidrikken Red Bull.

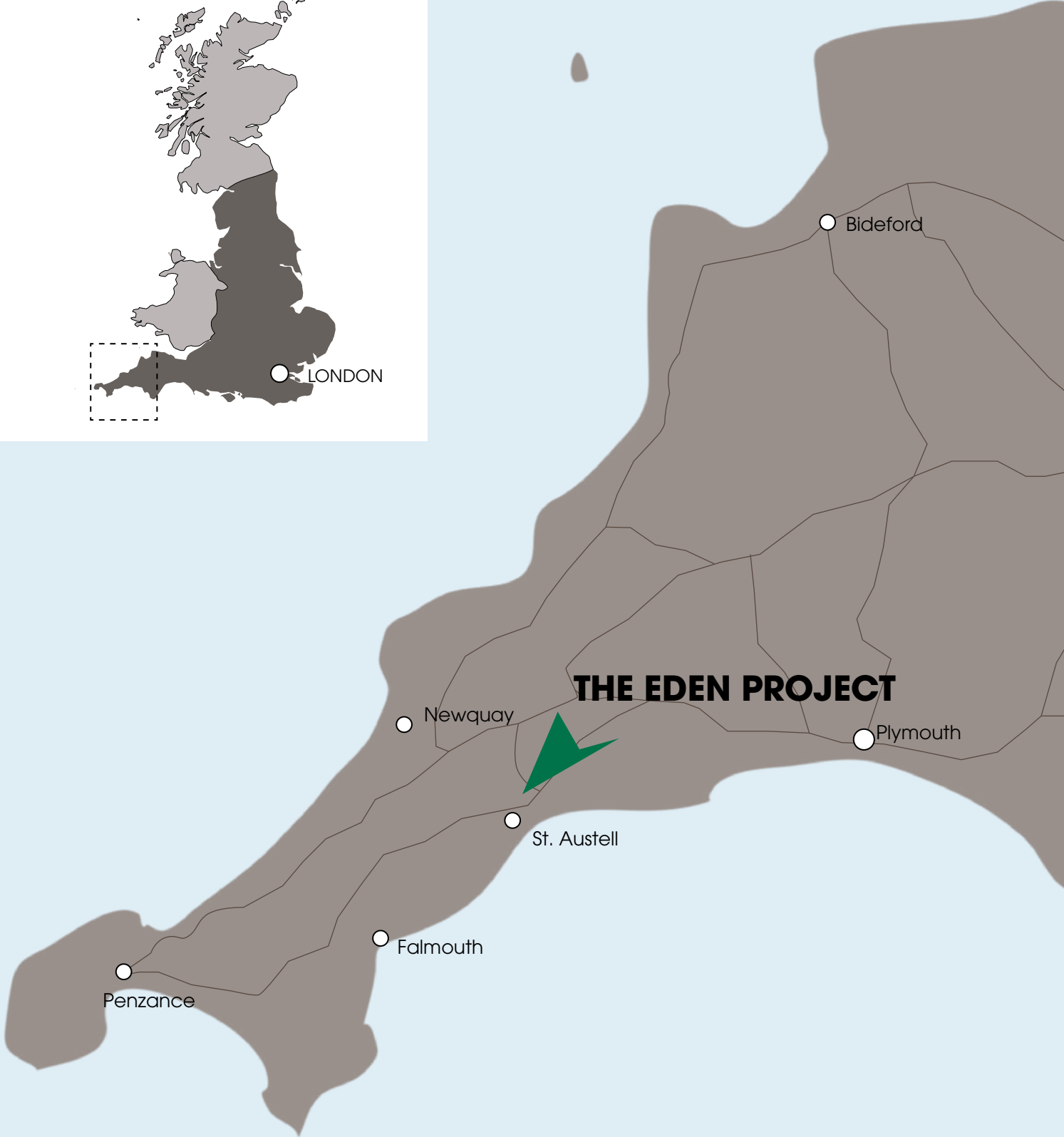
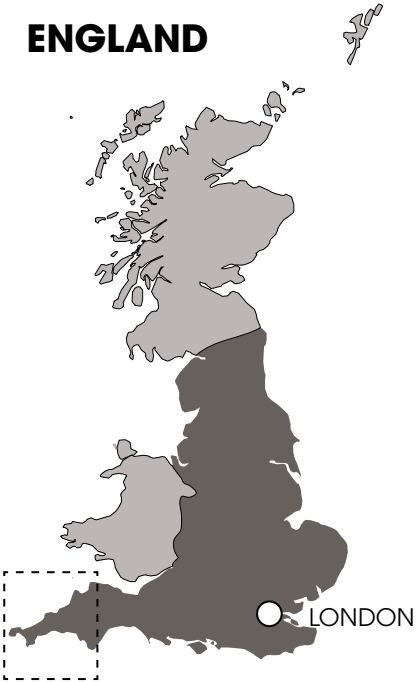
Erfaringer fra 7stanes

7stanes viser, hvordan man med skarp profil og en vedholdende kommunikationsstrategi kan brande en region på en bestemt aktivitet. En aktivitet, som i udgangspunktet var etableret som en mindre subkultur, men som igennem ambitiøse fysiske og kommunikative investeringer har spredt sig til folk i alle aldre. Projektet har udnyttet to af landdistrikternes væsentligste potentialer: Naturen og muligheden for at etablere pladskrævende aktiviteter.

Projektets vedholdende forankringsstrategi viser samtidig, at også projekter i den store skala, der ellers kan have en tilbøjelighed til at virke fremmedgørende over for lokalbefolkningen, kan være i stand til at opnå den nødvendige lokale forankring. Det er afgørende, fordi projekter i den skala ikke kan stille sig tilfredse med kun at være til glæde for en snæver ekstern målgruppe, men også må tilbyde adgang til natur og oplevelser for lokale. Derudover er den lokale forankring hos områdets øvrige virksomheder, såsom hoteller og restauranter, afgørende for den ønskede samfundsøkonomiske effekt. ■

**ERFARINGERNE
FRA THE EDEN
PROJECT VISER,
HVORDAN ET
STORT PROJEKT
KAN FÅ GLOBAL
OPMÆRK-
SOMHED OG
SAMTIDIG
SKABE LOKAL
UDVIKLING**

ENGLAND



THE EDEN PROJECT

Penzance

Falmouth

St. Austell

Newquay

Plymouth

Bideford

THE EDEN PROJECT

FYRTÅRNSPROJEKT SOM LOKAL DYNAMO

I det sydvestlige England har investeringer i milliardklassen ændret en 160 år gammel kaolin-lergrav til en frodig have med ikonisk arkitektur, der tiltrækker millioner af besøgende fra hele verden. Eden, som den frodige have meget rammende kaldes, har tilføjet milliarder til den lokale økonomi. Samtidig har Eden en grundlæggende målsætning om at forbedre levevilkårene for de lokale i et yderområde med markante sociale problemer.

Minder fra en svunden tid

I Cornwall County, som udgør den aflange halvø i det sydvestlige England, opdagede kemikeren William Cookworthy i 1768 efter mere end 20 års forskning en mulighed for at fremstille porcelæn af kinesisk kvalitet ved hjælp af det lokale materiale kaolin, som derfor i daglig tale kaldes Kina-ler. Det skulle blive startskuddet for en industri, der den dag i dag stadig præger Cornwalls økonomi. Kaolin viste sig nemlig at have mange andre anvendelsesmuligheder, og behovet er vokset støt siden. Således anvendes det i dag blandt andet i fremstillingen af papir, maling, plastik- og gummiprodukter samt kosmetiske og medicinske præparater.

Kaolin er ikke en mangelvare, og Cornwalls kaolin-industri oplever i dag hård konkurrence fra lande med billigere arbejdskraft, som eksempelvis Brasilien. Konkurrencen har betydet en kraftig nedgang i kaolinindustrien, og der er ikke udsigt til, at nedgangen stopper. Kaolinindustriens sammenbrud har trukket områdets økonomi ned i en sådan grad, at Cornwall i perioden 2000-2006 modtog omkring 300 millioner euro i støtte fra EU's strukturfonde. Samtidig har netop kaolinindustrien efterladt området med en lang række ar. Det drejer sig både om de ar på den kollektive identitet, der følger, når et område oplever sin

stolthed forfalde, men i høj grad også de fysiske ar i landskabet; udvinding af kaolin sker i store, åbne lergrave, der efter udvindingen efterlades som ufrugtbare huller i landskabet.

En mand med visioner

Den hollandsk-engelske musikproducer, antropolog og arkæolog Tim Smit havde en vision om at ændre ved den deprimerende tilstand. Han var ti år tidligere flyttet fra Holland til Cornwall, hvor han opdagede en victoriansk have, der var blevet forladt ved udbruddet af Første Verdenskrig og havde stået urørt siden. Sammen med en kollega restaurerede han haven og præsenterede den som The Lost Gardens of Helligan, der hurtigt blev den mest besøgte have i England. Projektet gjorde Tim Smit til et fast indslag i den engelske presse, og Smit formåede at udnytte denne berømmelse til at realisere en vision, der af mange blev anset for at nærme sig det vanvitte. Smit drømte om at ændre en af de efterladte kaolin-lergrave til en frugtbare Edens Have. Til dette skulle han i første omgang bruge ikke mindre end 80 millioner pund. I kraft af sin berømmelse og den markante succes, som hans tidligere haveprojekt havde opnået, lykkedes det Smit at få tilsagn om halvdelen fra The Millennium Commission, der administrerer de engelske lottomidler, hvorefter kommunen, regionen og ikke mindst EU også bidrog. Således kunne Eden i 2001 slå dørene op for et projekt, der indtil videre har haft byggeomkostninger, der er løbet op i svimlende 133,6 millioner pund.

Ikke blot en have

The Eden Project er som nævnt bygget i en tidligere kaolin-lergrav, der ligger nær Bodelva ved St. Austell. Lergraven er blevet tilføjet 83.000 tons jord, der er tilvejebragt af formuldet skrald. Samti-→



dig har man opført to store biosfærer, hvoraf den ene har status som verdens største drivhus. De to biosfærer, der rummer henholdsvis et tropisk og et subtropisk klima, er bygget i en særegen arkitektur bestående af heksagonale stålrammer med brandsikker plastfolie. Rammerne synes at gentage sig i det uendelige og er blevet indbegrebet af Eden i folks bevidsthed. Biosfærene udgør imidlertid kun en mindre del af det samlede Eden, der er et stort frodigt landskab, som med mere end 5.000 forskellige plantetyper står i skarp kontrast til den udpinte tilstand, stedet befandt sig i for få år siden. Haven er ikke en botanisk have med enestående eksemplarer af sjældne planter, men derimod en præsentation af almindelige planter, og målet er at formidle, hvordan vi mennesker er en integreret del af naturen. Dette kan handle om klima og CO₂-udslip, men også om hvordan told og statstilskud i EU og USA kan gøre det svært for bønder i Afrika og Sydamerika at leve af deres landbrug.

Solidt samfundsøkonomisk overskud

The Eden Project er blevet så populært, at mere end 9 millioner gæster har besøgt Eden i løbet af de første syv år. Grundet Edens afsides placering tilbringer tilreisende turister i gennemsnit fem og

en halv dag i Cornwall i forbindelse med et besøg. 38 procent af de tilreisende betragter samtidig The Eden Project som den afgørende faktor for, at de valgte Cornwall som destination. Disse data er behandlet efter The Cambridge Tourism Economic Impact Model, der i Storbritanien bruges i vurderinger af turismens indflydelse på den lokale økonomi. Resultatet er, at Eden i 2007 – ud over Edens egen omsætning – havde tilført regionen en økonomisk saltvandsindsprøjtning på 800 millioner pund, et tal der forventes at være steget til 1 milliard pund i 2010. På den baggrund synes anlægningsomkostningerne på 133,6 millioner pund at være en god investering.

The Eden Project drives som en virksomhed, der er ejet af The Eden Foundation. Overskuddet bliver ført tilbage i fonden og kan derefter bruges til enten udvidelser eller sociale projekter. Der er altså tale om en nonprofit-organisation, der fokuserer på at skabe størst muligt overskud – en model som Eden kalder social entrepriise.

Global opmærksomhed, lokal forskel

The Eden Project har som overordnet mål at fremme den offentlige bevidsthed om den indflydelse, vi mennesker har på miljøet, og hvordan →



vi som en del af miljøet i sidste ende påvirker os selv. Der er tale om en vision, som rækker langt ud over Cornwall selv – målet har fra starten været at tiltrække mange turister og skoleklasser. Ud fra idéen om, at man må gøre en forskel lokalt for på sigt at ændre noget globalt, har det dog samtidig været ambitionen, at projektet også skal være forankret og gøre en forskel i lokalsamfundet. Derfor kan alle lokale borgere for 5 pund købe en billet, der gælder hele året. 5 pund er en tredjedel af den normale billetpris, og det fordelagtige tilbud betyder, at mange lokale benytter Eden som park og lokalt mødested.

Samtidig har visionen om at gøre en lokal forskel betydet, at Eden allerede fra etableringsfasen så vidt muligt har brugt lokale leverandører. Selve byggefasen blev udført af udefrakommende entreprenører, men når der var mulighed for det, blev lokal arbejdskraft og lokale byggematerialer foretrukket. Fokus på lokale leverandører er videreført som en del af Edens værdigrundlag, hvilket betyder, at 78 procent af den mad, som serveres i Eden, kommer fra Cornwall, mens tallet er lige over 50 procent for andre typer af produkter. Dette har været med til at skabe et lokaløkonomisk boost, som ikke er medregnet i den ovenstående

måling af de afledte økonomiske effekter af Eden. Eden ser det samtidig som vigtigt at hjælpe virksomheder med at undgå at blive afhængige af Eden. Det er for eksempel tilfældet med det lokale bryggeri Sharp's. Bryggeriet havde i omkring ti år forsynet lokale pubber, men igennem et samarbejde med Eden udvikledes Eden Ale, der er brygget efter bæredygtige principper. Den sælges naturligvis i Edens restauranter, men først og fremmest har Eden Ale hjulpet til at gøre Sharp's så populær, at bryggeriet nu har udvidet sit marked markant – vel at mærke på bryggeriets oprindelige øl, Doom Bar. I stedet for at blive et sikkert marked, der på sigt kan blive en sovepude, har Eden fungeret som trædesten til yderligere vækst for byggeriet.

Derudover er The Eden Project involveret i en lang række socialt orienterede projekter i lokalområdet. Hvert år modtages 25.000 elever igennem forskellige undervisningsprojekter, som Eden enten driver eller medfinansierer. Samtidig er Eden også involveret i et projekt for indsatte i det lokale Dartmoor Prison. I dette fængsel har Eden siden 2005 arbejdet på at gøre fem fængselsgårde til grønne haver. Projektet har samtidig til formål at stimulere de indsatte ved at lade dem stå for →



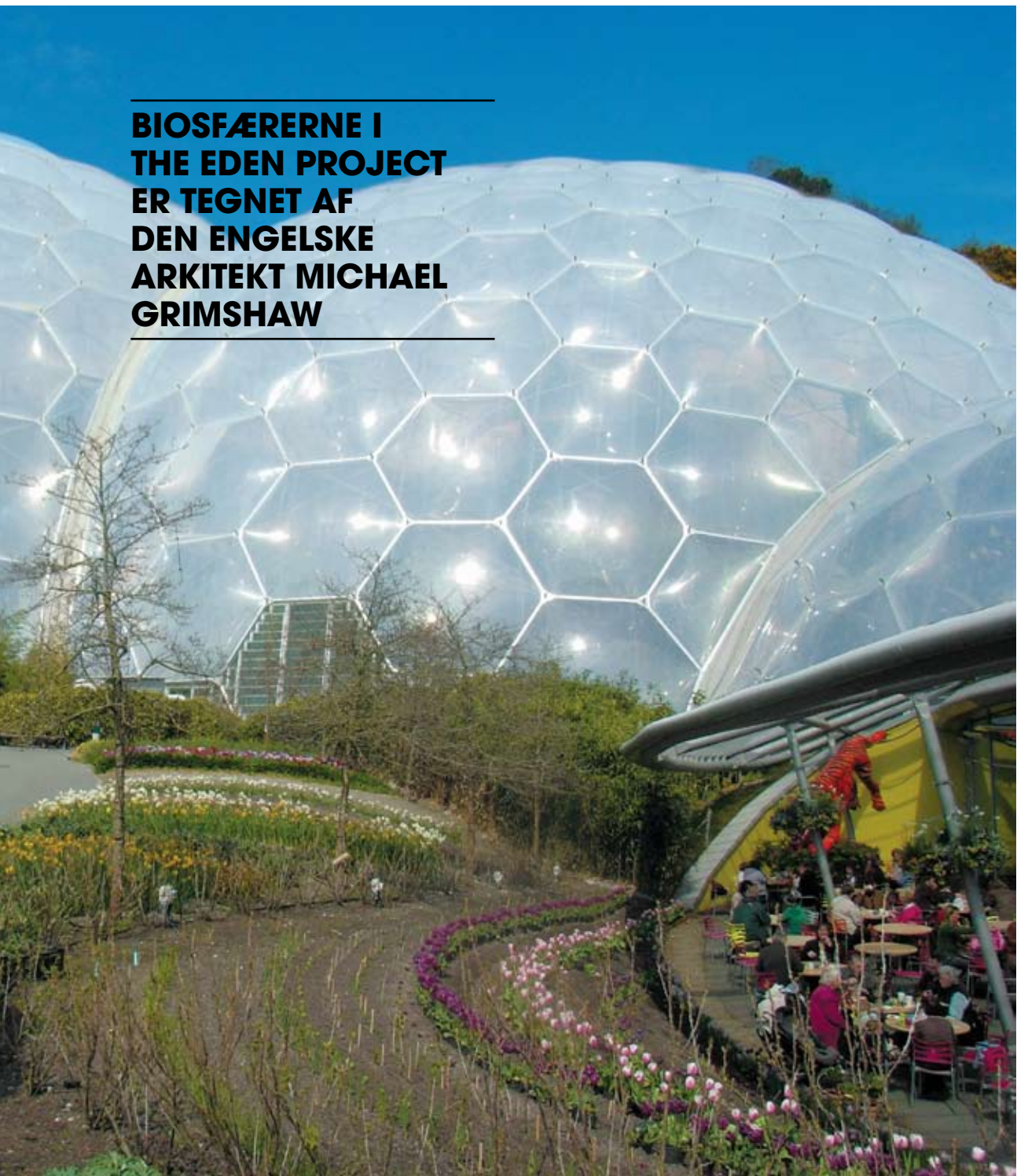
driften af haverne. Den grundlæggende idé er, at tre haver skal producere grøntsager, en enkelt fungere som helse og urtehave, mens den femte er blevet anlagt som rekreativt område. I 2007 dyrkede fangerne så meget grønt, at projektet for første gang havde mulighed for at donere grøntsager til grupper og skoler i den nærliggende by Princetown, der kæmper med betydelige sociale udfordringer, for eksempel helbredsproblemer grundet dårlig kost. Det er ikke tanken, at projektet skal kræve betaling for frugt og grønt, men i mange tilfælde takker modtagerne ved at give frø og planter tilbage til fængslet. Projektet er så populært blandt de indsatte, at man i øjeblikket er i gang med at skitsere en udvidelse af projektet, hvor løsladte som en del af deres rehabilitering kan blive uddannet som blandt andet gartnere på en gård, som Eden vil købe.

Slå dynamoen til

Det interessante spørgsmål er, hvad der har gjort Eden i stand til at være en del af en global dagsorden, samtidig med at projektet fungerer som lokal dynamo. Ifølge udviklingsleder Dan James er svaret først og fremmest en visionær direktør, der støttes af et hold af både kreative og videnskabelige kræfter. Dernæst er det afgørende, at man finder en måde at gøre projektet til en del af folks bevidsthed ved for eksempel at skabe ikonisk arkitektur, som det var tilfældet for Eden. Og sidst, men ikke mindst er det afgørende, at projektet passer ind i den lokale kontekst. Umiddelbart kunne man måske tro, at et projekt som Eden kunne ligge hvor som helst i verden, men ifølge Dan James er det ikke tilfældet. For eksempel har det været afgørende for projektet, at det ligger i et område, hvor der er en eksisterende haveturisme, som projektet kan bygge videre på.

Erfaringerne fra Eden viser således, hvordan visioner kan realiseres i et yderområde, og hvordan et fyrtårnsprojekt både kan spille en global rolle og komme lokalområdet til gode. Samtidig er udgangspunktet taget i det lokale landskab, den lokale fauna og ikke mindst den lokale tradition for haveturisme. ■

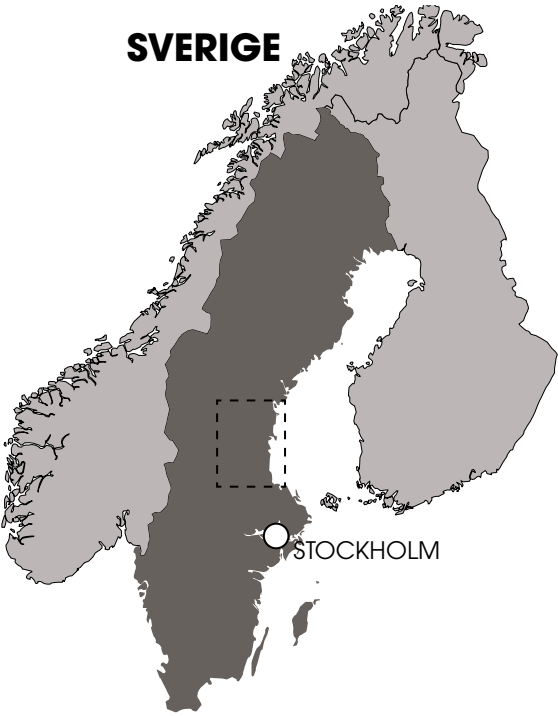




**BIOSFÆRERNE I
THE EDEN PROJECT
ER TEGNET AF
DEN ENGELSKE
ARKITEKT MICHAEL
GRIMSHAW**

**FØR MANGE ER
HÅLSINGLAND
LIG IDYLLISKE,
RØDMALEDE
BONDESLOTTE.
DE SMUKKE
GAMLE HUSE ER
BLEVET IKONER
FOR REGIONEN**

SVERIGE



STOCKHOLM

HELSINGEGÅRDAR

Sundsvall

Ljusdal

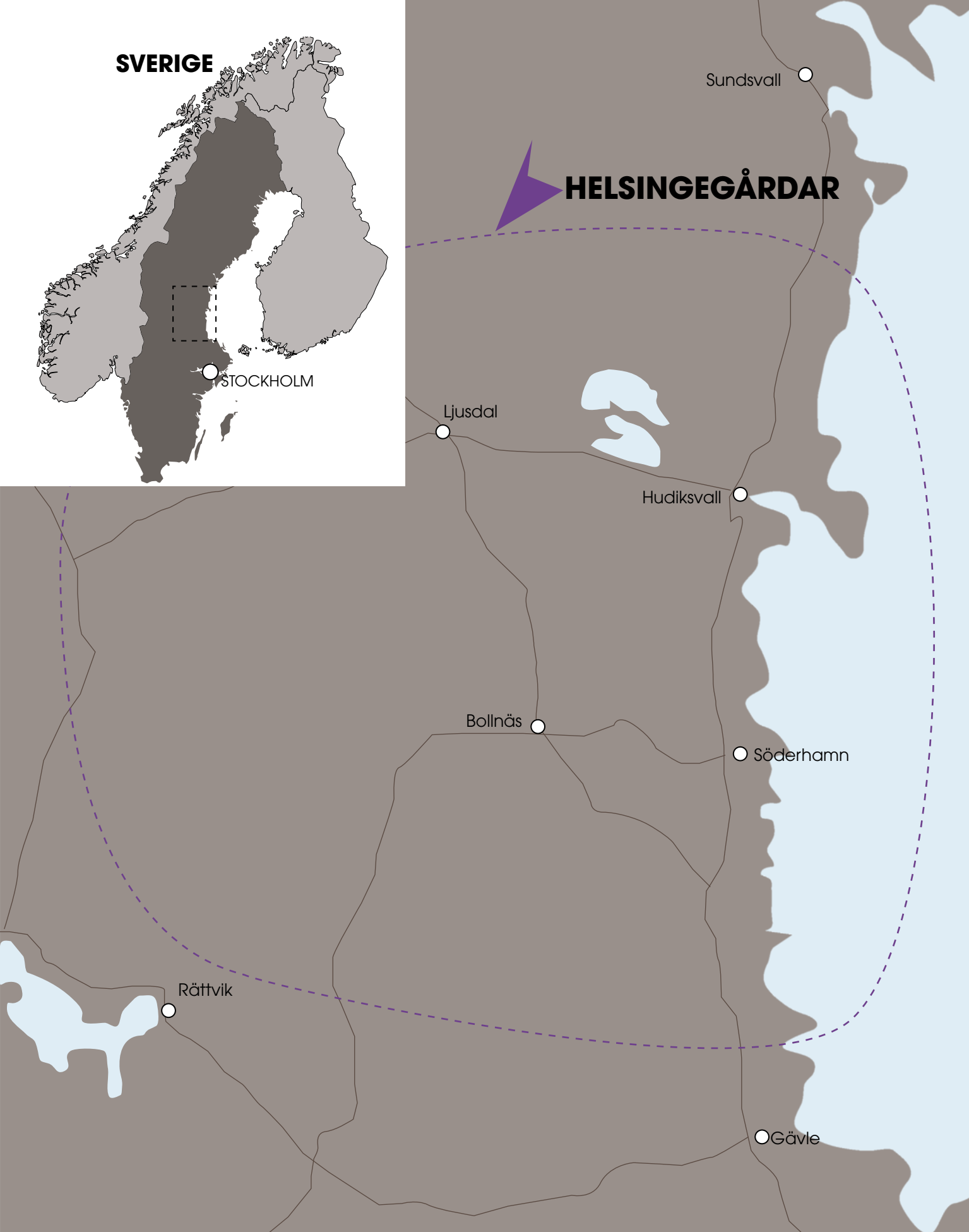
Hudiksvall

Bollnäs

Söderhamn

Rättvik

Gävle



HÅLSINGEGÅRDAR

UDVIKLING AF EN REGIONAL IDENTITET

Hälsingland i Midtsverige er kendt for sine store bondeslotte, de såkaldte hälsingegårdar. Bønderne i området tjente særligt i 1800-tallet gode penge, hvilket betød, at de havde mulighed for at bygge stort og prangende. Over 1.000 af disse trægårde på op til tre etager ligger i dag spredt ud i Hälsinglands landskab. I forbindelse med Leader-programmet Intryck Hälsingland besluttede styregruppen, at bondeslottene skulle bruges som løftestang for regionen, der ellers mest var kendt for lukning af store industri-virksomheder.

Netværk og verdenskulturarv

Hälsinggårdene er velbeskrevne som en del af den svenske folkekultur, og en stor del er fredet, men på trods af dette har de fleste gårde levet et stille liv uden den store turistmæssige opmærksomhed. Leader-programmets vigtigste redskaber for at ændre dette var dels et netværk mellem gårdene, dels en ansøgning om at få UNESCO's anerkendelse af, at Hälsingegårdene er en del af verdenskulturarven. Netværket får gårdene til at stå sammen, og anerkendelsen som verdenskulturarv vil sikre stor opmærksomhed fra omverdenen. Ansøgningen til UNESCO går i 2009 ind i sin anden fase, og alle kommunerne samt regionen står bag arbejdet.

Netværket mellem gårdene er bygget op omkring en rådgivningstjeneste, hvor en antikvar sammen med en virksomhedsrådgiver udarbejder en samlet bevarings- og forretningsplan for de gårde, som indgår i netværket, og som samtidig vil åbne deres gård for publikum. Med rådgivningstjenesten løftes ansvaret for den svære balance mellem bevaring og udvikling væk fra den enkelte gårdejers skuldre. Det konkrete resultat er, at

der i dag er mere end 50 åbne gårde, hvor man kan overnatte, spise mad og få rundvisninger, og over 20 af disse driver en decideret virksomhed med udgangspunkt i en historisk Hälsinggård.

Fælles markedsføring og regional identitet

De fleste af virksomhederne er så små, at de ville have svært ved at markedsføre sig alene. Med netværket har de dog fået en nem mulighed for at markedsføre sig. Samtidig har rådgivningstjenesten hjulpet mange med at tage springet og foretage de nødvendige investeringer i køkken, restaurant og overnatningsfaciliteter.

Det interessante ved Hälsingland er, at bondegårdene ikke står alene som et turistprodukt, men tillige bruges til at promovere hele regionen. Hjemmesider om Hälsingland er fyldt med pittoreske billeder af bondeslottene, og deltagerne i projektet fremhæver, at målet ikke kun er at udvikle en større og mere givtig turisme, men tillige at styrke den lokale stolthed og tiltrække beboere.

I en rapport fra Riksantikvarieämbetet i Sverige kritiseres Intryck Hälsingland i dag for at satse for meget på den historiske tradition og for at give for lidt opmærksomhed til integration og områdets mangfoldighed, og at det historiske fokus risikerer at marginalisere etniske grupper yderligere. Om dette er et reelt problem i Hälsingland, er et svært spørgsmål, men regionen er stor, og selvom Hälsinggårdene er det mest markante symbol for regionen, er der mange andre identifikationsmuligheder i de mange kommuner, som udgør regionen. Under alle omstændigheder sætter kritikken dog fokus på, at det er vigtigt at overveje, hvem der eks- og inkluderes, når nu kulturel identitet promoveres. ■



**MED EN STI,
DER SLYNGER
SIG GENNEM
TRÆKRONERNE,
HAR IVÆRK-
SÆTTEREN
JOHAN TUFT
SAT FOKUS PÅ
DAUWALDS
STORE SKOVE**

ØSTRIG



BERLIN

PRAG

WIEN

BAUMKRONENWEG

Münzkirchen

Kopfung im Innkreis

Neukirchen am Walde

Weis

Salzburg

BAUMKRONENWEG

SKOVEN SET FRA OVEN

I det østrigske yderområde Sauwald, der grænser op til Tyskland, har den lokale iværksætter Johan Tuft sat fokus på områdets store skove med en 1.000 meter lang gangbro, der bevæger sig frem og tilbage mellem trækroneerne. Broen, der er opbygget af mere end 35 kilometer træstammer fra området, svæver mellem 10 og 24 meter over jorden og iscenesætter landskabet på ny og fascinerende vis.

Oplevelses- og læringsprojekt

Broen har fra starten været tænkt som hovedattraktionen i en oplevelses- og læringspark, hvor viden om træer og skove bliver formidlet til skolebørn og turister. Der tilbydes en række forskellige guidede ture, og en gang årligt arrangeres den store ungdoms-skovdag. På trods af en entré på 6,50 euro har Baumkronenweg vist sig at være yderst populær. I september 2007 fejredes besøgende nummer 500.000 siden åbningen i juni 2005, og i 2009 rundede projektet 1 million besøgende.

Skoleklasser har mulighed for at overnatte i det tilhørende vandrehjem, der består af en række trælanghuse, hvor op til 36 personer kan overnatte. Siden har også private fået mulighed for at

leje værelser, idet der er åbnet et trækronehotel bestående af fem hytter, der er bygget i ti meters højde, og i 2009 åbnede et 40 meter højt oplevelsestårn bygget alene af træ. Ifølge nonprofitorganisationen Baumkronenweg, der ejer og driver parken, er parken også et oplagt sted for virksomheder at holde konferencer.

Lokale arbejdspladser

Projektets samlede etableringsomkostninger er på 1,5 millioner euro, hvoraf de 300.000 finansieredes igennem EU's Leader-program, mens resten kom fra lokale og nationale myndigheder samt entreindtægter. Fordi Baumkronenweg og resten af parken er opbygget af lokale tømrere, skabte etableringen og de senere udvidelser af parken samtidig en del lokale arbejdspladser.

Baumkronenweg markerer sig som udflugtsdestination i kraft af et bemærkelsesværdigt skovturskoncept og ekstra servicier, for eksempel undervisning og overnatning. Stien i trækroneerne fungerer som det element, der tiltrækker opmærksomhed og turister, mens de øvrige aktiviteter fastholder opmærksomheden og gør oplevelsen mangefacetteret for de besøgende. ■



**TRE KVINDER
HAR VENDT UD-
VIKLINGEN I EN
STILLE LANDSBY.
RESULTATET ER NYE
VIRKSOMHEDER,
ØGET BO-
SÆTNING OG EN
STIGNING FRA
100 TIL 20.000
TURISTER OM ÅRET**

TYSKLAND



Neubrandenburg

ANNENWALDE



Annenwalde

Templin

Berlin

ANNENWALDE

LANDFRAUEN LØFTER LANDSBY

I landsbyen Annenwalde nord for Berlin har lokale ildsjæle bevist, at en landsby nærmest ved egen kraft kan vende udviklingen. I 1999 satte en håndfuld kvinder sig for at aktivere de knap 100 borgere i landsbyen, der var præget af landsbyens nedgang efter den tyske genforening. Deres indsats og vedholdenhed startede en dynamisk udvikling, der er den væsentligste årsag til, at Annenwalde i dag er en livskraftig landsby. Landsbyen har 106 indbyggere, huser 13 erhvervsdrivende, har 20.000 turister om året og er kendt i hele oplandet for sine levende landsbyfester og mange tilbud. Kvinderne har fået en smule ekstern støtte, men succesen skyldes frem for alt de lokale ildsjæle og deres iværksættertrang. Historien handler om aktivering af sociale ressourcer – noget andre landsbyer også kan gøre. Historien handler også om, at forandring ofte møder modstand, og at det er afgørende for en landsbys udvikling, at konflikter mellem forskellige borgergrupper løses på en konstruktiv måde.

Tilbagegang efter genforening

Annenwalde ligger cirka 90 kilometer nord for Berlin i det naturskønne område Uckermark. Det er en nogenlunde velholdt landsby med lave, gamle huse og en kirke af den berømte preussiske arkitekt Schinkel på landsbyens centrale plads. Andre markante elementer i Annenwalde er et stutteri og et lille glasværk, der genåbnede i år 2000. På grund af vejforholdene tager bilturen til Berlin halvanden time, og der er ingen andre større byer i nærheden, så Annenwalde fungerer ikke som pendlingsopland for større byer. Som i andre lande er tendensen i Tyskland, at landdistrikter uden for pendlingsoplande har problemer med afvandring og faldende beskæftigelse. På den baggrund er udviklingen i Annenwalde særligt imponerende.

Indtil den tyske genforening i 1990 lå landsbyen i DDR. Befolkningen levede primært af arbejdet i det lokale kollektivlandbrug eller som ansatte i det statslige supermarked Konsum. Derudover var der en håndfuld kunstnere. Turisme spillede ingen videre rolle – der kom cirka 100 besøgende om året. Med genforeningen i 1990 brød en stor del af det østtyske erhvervsliv sammen, og også i Annenwalde blev mange borgere arbejdsløse. Arbejdsløsheden ramte ekstra hårdt, da de statslige østtyske virksomheder fungerede som omdrejningspunkt for mange sociale og kulturelle aktiviteter.

Vendepunktet – sociale ressourcer aktiveres

I 1999 besluttede Martina Kanthak, Jutta Sajons og Heidemarie Kindermann at gøre noget ved den modløshed, som de oplevede blandt landsbyens kvinder. De grundlagde en afdeling af Landfrauenverband, som er en forening med aflæggere over hele Tyskland. De tre kvinder var alle tilflyttere, to af dem fra landsbyer i nærheden, én længere væk fra.

Landfrauenverband begyndte at arrangere korftener, foredrag og udflugter. I starten havde de det beskedne mål at få kvinderne væk hjemmefra, få dem aktiveret og skabt glæde ved at lave ting i fællesskab. Ifølge kvinderne blev der grinet lidt ad dem i starten, alligevel blev de ved, og med tiden kom foreningen til at spille en central rolle i udviklingen af landsbyen. En væsentlig ting var i den sammenhæng, at de tog initiativ til at genoplive tidligere tiders landsbyfester. Disse har udviklet sig markant, og under festerne har Annenwalde op til 2.000 besøgende om dagen. Festerne og den sociale energi, de demonstrerer, er blevet en væsentlig del af byens image, ikke mindst i naboegnene. →



Mental genrejsning

Kvinderne er selvfølgelig stolte af de konkrete arrangementer og de mange turister, men den største bedrift er ifølge dem selv den mentale genrejsning af Annenwalde. Landsbyens indbyggere har genvundet troen på, at de selv kan skabe en dynamisk udvikling i byen, hvilket blandt andet ses på indbyggertallet, der er steget fra 85 til 106 i perioden 1990-2006. Også det lokale erhvervsliv blomstrer. I Annenwalde er der som tidligere nævnt hele 13 virksomheder. Ti af dem har oplevelses- og turismeværdi: pensionat, købmand, stenhugger, billedhugger, glasværk, statteri, kro/restaurant, kunstmaler, gårdsalg og ostehandler. Herudover er der en entreprenør og to it-firmaer, hvoraf den ene har lavet trådløst bredbånd i det meste af byen – Sky-DSL, som beboerne kan tilslutte sig for 15 euro om måneden. Også her ses Annenwaldes evne til at hjælpe sig selv – på grund af landsbyens afsides beliggenhed var denne fremgangsmåde langt den billigste.

Endelig er der turistsuccesen: fra 100 til 20.000 besøgende på 15 år. Hvordan kan det lade sig gøre? Bredden af tilbud er afgørende, fortæller næstformanden for byens lokaludvalg, Oliver Sajons. Ud over landsbyfesterne, glasværket, statteriet og de andre oplevelsesvirksomheder er også naturen et aktiv. Der arrangeres bævervandring i området uden for byen, og Annenwalde har mange jagtgæster, der kommer igen år efter år. De fleste besøgende er dog endagsturister fra oplandet og Berlin. Byen stræber ikke efter en større stigning i turistantallet – man ønsker maksimalt 5.000 turister mere om året. Satsningen går derimod på at få de besøgende til at blive længere i byen – til gavn for de lokale oplevelsesvirksomheder.

Støtte udefra og konflikter indefra

Initiativerne i Annenwalde har kun modtaget begrænset støtte udefra. Gårdbutikken og billedhuggeren har fået Leader-støtte, og efter nogle år stillede amtet et hus til rådighed for Landfrauenverbands aktiviteter. Derudover har Landfrauenverband i hele processen kunnet trække på moderorganisationens netværk og viden.

Forhindringerne undervejs er relevante og vigtige at kaste et blik på. Landfrauenverband har ikke været alene om at definere byens udvikling. Med deres brede satsning på aktiviteter og fest,

hvor godt humør og fælles oplevelser var afgørende, har de været den ene af to grupperinger, hvor den anden har ønsket en mere historisk orienteret profilering af Annenwalde. Heroverfor står Landfrauenverband, som har satset bredt på aktiviteter og fester – her var det gode humør og de fælles oplevelser det afgørende. Umiddelbart lyder profilforskellen måske ikke så afgørende, og mere personlige aspekter har da også spillet ind. De tre grundlæggere af Landfrauenverband fortæller, at magtkampene mellem grupperingerne var langvarige og opslidende. Landfrauenverband vandt kampen – efter eget udsagn fordi de havde mest energi og simpelthen nægtede at resignere. Annenwaldes positive udvikling antyder, at landsbyen var godt tjent med dette udfald. Også internt i Annenwalde har denne erkendelse bredt sig, og den opslidende rivalisering mellem de to grupperinger er i dag afløst af samarbejde.

Støtte uden at overtage

Historien om Annenwalde viser, at en landsby kan udvikle sig positivt, hvis det lykkes at aktivere de sociale ressourcer. I Annenwalde blev resultatet fornyet selvtillid, et blomstrende socialt liv, mere lokalt erhvervsliv, nye tilflyttere og en eksplosiv voksende turisme. Men hvordan kan succesen kopieres af andre landsbyer?

Ifølge ildsjælene i Annenwalde kræver det først og fremmest engagement. Ofte er ildsjælene – som i tilfældet med Annenwalde – tilflyttere, og da de ser stedets muligheder med friske øjne, bliver det indirekte væsentligt at tiltrække nye, ressourcestærke beboere, hvis en stagnerende landsby skal udvikle sig. Samtidig er det væsentligt, at ildsjælene oplever åbenhed og anerkendelse for det arbejde, de lægger i landsbyens udvikling.

Det forudsætter igen, at energien bruges på projekter, der har bred opbakning i lokalbefolkningen. Som casen fra Annenwalde viser, kan konflikter være opslidende og nogle gange truede for en ellers god udviklingsproces. I den forbindelse kan anerkendelse, støtte og mægling fra kommunen nogle gange sætte processen i gang igen. Det er dog en balancegang, hvor det offentlige ikke må overtage processen. Energien hos ildsjælene hænger tæt sammen med deres egne muligheder for at præge processen og nyde den efterfølgende succes. ■



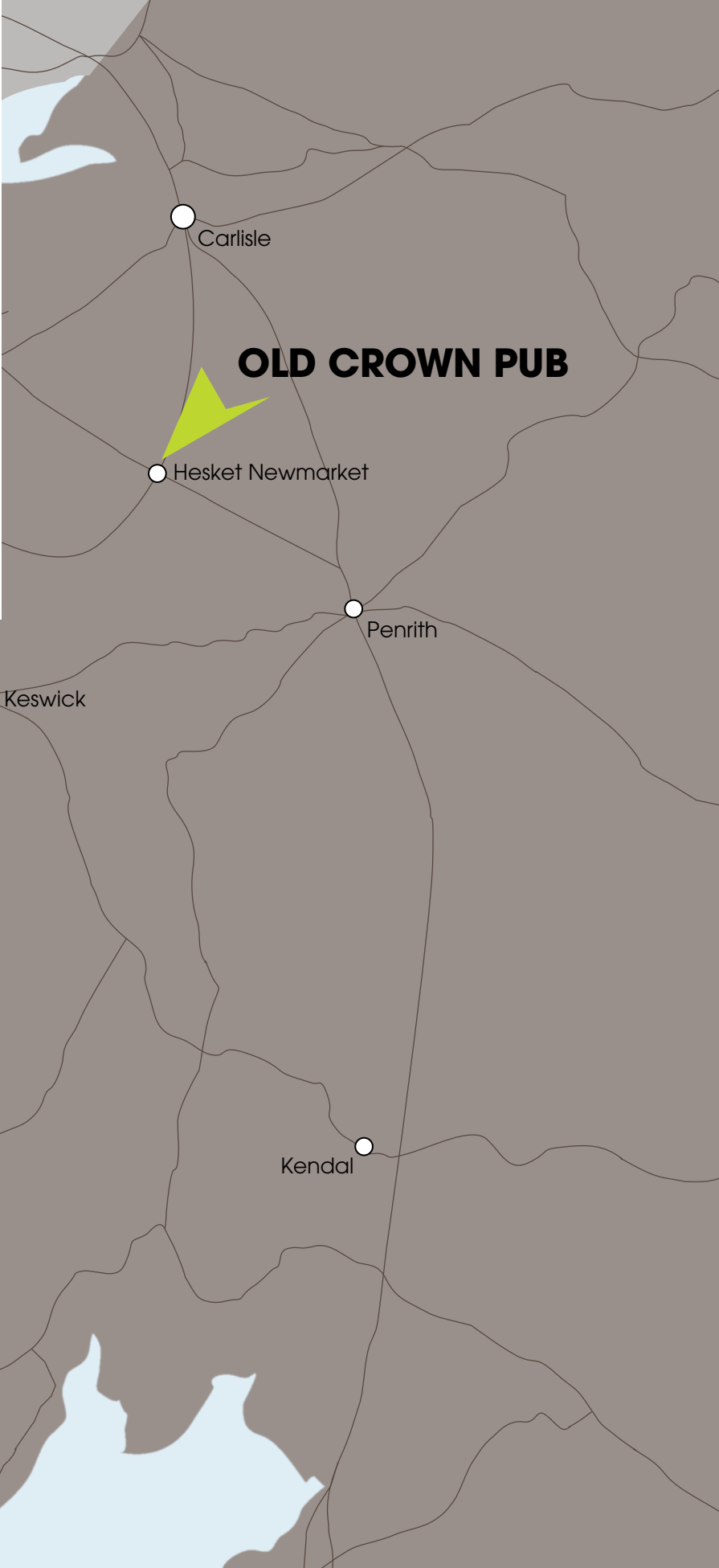
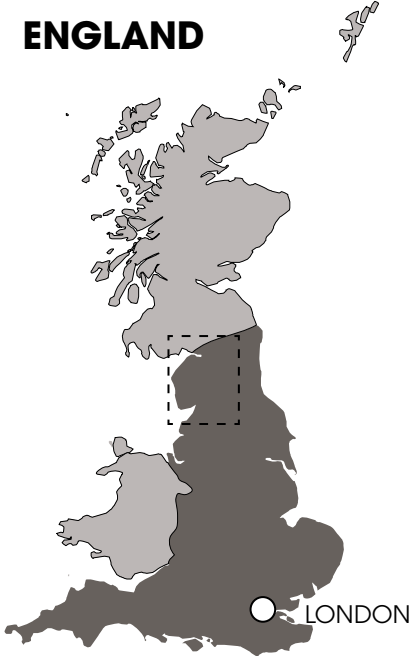
**I 15 ÅR HAR
GLASSAMLERE FRA
HELE TYSKLAND MØDT
HINANDEN TIL DET
ÅRLIGE MARKED I
ANNENWALDE**



**UDVIDELSE AF
GLASVÆRKET I 2000
STYRKEDE TURISMEN OG
SIKREDE ARBEJDSPLADSRE
I LANDSBYEN**

**DA PUBBENS
EKSISTENS VAR
PÅ SPIL, GIK 125
AF BEBOERNE
I LANDSBYEN
SAMMEN OM AT
DRIVE DEN SOM
ET KOOPERATIV**

ENGLAND



OLD CROWN PUB

PUB IS THE HUB

I landsbyen Hesket Newmarket i det nordvestligste England har beboerne taget et fælles ansvar for at holde liv i byens mikrobryggeri og pub. Begge dele er nu ejet kooperativt af landsbyboerne selv, drevet af en bestyrer, som står for den daglige drift, med støtte fra en række af andels-haverne, der eksempelvis forsyner pubben med brød, supper og kager.

To forbundne kooperativer

Der er tale om to forskellige, men tæt forbundne kooperativer, hvor det første blev stiftet i 1999 for at undgå en lukning af mikrobryggeriet og det andet i 2003 for at sikre pubben. I begge tilfælde enten kunne eller ville den gamle ejer ikke drive forretningen videre og satte den derfor til salg. Landsbyboerne blev nervøse for, at virksomhederne ville lukke helt eller blive opkøbt af en kæde eller et større bryggeri, hvorfor man fik ideen til kooperativerne. 58 gik i 1999 sammen om at købe mikrobryggeriet, mens hele 125 gik sammen om at købe pubben. Hver lagde 1.500 pund i forbindelse med købet, hvilket blev støttet med midler fra Cumbria-regionen og nationalparken i området. Efter at have fungeret i henholdsvis otte og fire år er der stor tilfredshed med indsatsen. Bryggeriets øl vinder jævnligt priser, pubbens omsætning er steget med 50 procent, og hertil kommer den lokale fornemmelse af i fællesskab at have gjort en forskel. Pubben var den første kooperativt drevne pub i Storbritannien.

Det lokale mødested

Den alternative ejerform har betydet, at pubben er i stand til at holde åbent 12 timer hver dag, hvilket er mere end normalen i Storbritannien – selv for pubber i storbyer. Når dette kan opfattes som en overvældende succes, er det, fordi

pubben blandt indbyggerne opfattes som det vigtigste lokale mødested. Bestyrelsesmedlemmet Bill Goldsmith forklarer, at da han flyttede til byen, var det et kriterium, at der var en pub tæt ved, så han kunne gå hjem efter at have drukket et par pints. Han uddyber, at pubben er det sted i byen, hvor folk kan mødes på tværs af sociale lag, og at selv de beboere, der normalt ikke har tilknytning til pubben, alligevel kommer forbi, når de har gæster, som de viser rundt i byen.

National interesse

Historien om Old Crown Pub har været i BBC, i de nationale aviser og har inspireret den britiske forening CAMRA (Campaign for Real Ale) – der ud over at arbejde for øl af god kvalitet også arbejder for at fastholde pubberne i Storbritannien. Med sloganet "Pub is the hub" argumenterer foreningen for, at en landsbys pub er lige så vigtig som eksempelvis dens posthus og dagligvarebutikker. Ifølge en undersøgelse, de selv har udarbejdet, støtter 84 procent af briterne dette synspunkt. Samtidig lukker der hver måned i gennemsnit 26 pubber i Storbritannien. For at imødegå denne udvikling har de iværksat kampagnen Saving your Local Pub, hvor Old Crown Pub fremhæves som et foregangseksempel.

Fællesskabet sikrer byens liv

Det interessante ved Old Crown Pub er, at det er beboerne i området, der selv har taget initiativet til at ændre en udvikling, som ellers er klassisk for de europæiske landdistrikter – nemlig lukningen af de institutioner, der giver liv i landsbyerne. Ved at tage sagen i egen hånd har beboerne sikret en af byens sidste og vigtigste sociale omdrejningspunkter og skabt et lokalt ejerskab og sammenhold, som knytter dem tættere sammen. ■



I LANDSBYEN
WULKOW HAR EN
HÅNDFULD ILD-
SJÆLE TILTRUKKET
OPMÆRKSOMHED
FRA HELE TYSK-
LAND. MEN DET
HAR VÆRET SVÆRT
AT FÅ ALLE MED
PÅ IDEEN OM, AT
WULKOW SKAL
VÆRE ØKOBY

TYSKLAND



BERLIN

Bad Freienwalde

Berlin

WULKOW

Wulkow

Frankfurt an der Oder

Beeskow

Eisenhüttenstadt

WULKOW

KAMPEN FOR AT FÅ ALLE MED

Efter den tyske genforening blev en gruppe aktive borgere enige om at profilere landsbyen Wulkow som økoforegangsby. De stiftede foreningen Ökospeicher og fik støtte fra miljøministeriet til at bygge et økohus formet som en ufo, der siden er blevet vartegn for gruppens arbejde. I 1994 modtog Wulkow – helt sensationelt for en landsby – den tyske stats miljøpris, Bundesumweltpreis.

Økoprofilering

Landsbyen Wulkow ligger cirka 80 kilometer øst for Berlin, tæt på den polske grænse. I DDR-tiden var byen officielt dødsdømt. I en kategorisering af de østtyske landsbyer placerede planmyndighederne Wulkow i den såkaldte kategori 6, der bestod af byer, som skulle afvikles. Siden genforeningen har byen ikke alene overlevet, men også haft en befolkningstilvækst på cirka 40 procent. En del af forklaringen er, at den nærliggende by Frankfurt an der Oder har afgivet mange indbyggere til de mindre byer i oplandet. Den anden del af forklaringen er Wulkows profilering som økolandsby.

Efter prisoverrækkelsen fortsatte de økobevidste borgere satsningen på at profilere Wulkow som økolandsby indtil omkring år 2000, hvor Wulkow havde en ekstern stand på EXPO 2000 i Hannover. Besøgstallet var begrænset, og samtidig var mange borgere irriterede over, at deres landsby hyppigt var i mediernes. De delte ikke begejstringen over økoprojektet i dets rendyrkede form. De intellektuelle økofolk nedtonede herefter den eksterne profilering og begyndte at satse mere på den lokale forankring.

Lokal forankring

Grundlaget for den lokale forankring var blevet

lagt allerede i 1995, hvor den lokale børnehaven var truet af lukning. På det tidspunkt sponserede økoforeningen et midlertidigt løntilskud, mod at børnehaven til gengæld blev en naturbørnehaven og dermed underbyggede den økologiske profil.

Siden omdannelsen til naturbørnehaven udviklede børnehaven sig til landsbyens nye fyrtårn. Naturen er integreret i børnehavens aktiviteter, og børnehaven er også i bredere forstand et socialt omdrejningspunkt i byen – som eksempler kan nævnes, at det er her, man melder sig til byfesterne, og at børnene flittigt besøger landsbyens pensionister. Den tiltrækker børn fra de omkringliggende landsbyer og nævnes af de lokale som en afgørende årsag til, at Wulkow har oplevet en befolkningsfremgang på cirka 40 procent mellem 1990 og 2008.

Profilering med forankring

Siden år 2000 har borgerne bag Ökospeicher som nævnt ændret fokus. De satser ikke længere på at profilere landsbyen udadtil og i stedet for miljøkurser fokuseres på arrangementer med bredere appel, for eksempel filmforevisninger. Med deres egne ord har foreningen lært, at der kommer flere besøgende, hvis der er en kasse øl og let stemning.

Det, der startede som et akademisk baseret projekt, er med årene blevet bredere forankret. Ildsjælene startede projektet med et højt ambitionsniveau og satte landsbyen på landkortet. Med tiden har de dog indset, at de må sikre den lokale forankring, hvis brandet som økolandsby fortsat skal være troværdigt. ■



**HAMNINGBERG
ER VED AT
BLIVE LØBET
OVER ENDE AF
TURISTER.
I FREMTIDEN
SKAL TURISMEN
STYRKE
HVERDAGSLIVET**

NORGE



HAMNINGBERG

BALANCEN MELLEM DAGLIGLIV OG TURISME

Man kan ikke komme længere mod nordøst i Europa. Efter Hamningberg ligger kun Barentshavet, Nordpolen og store fiskefelter. Stedet er fascinerende og tiltrækker mange turister – for mange mener en del lokale. Projektet Hamningberg – med varsomhet som forudsætning skal forsøge at få stedet til at fungere for både turister og beboere og om muligt skabe synergi mellem de to grupper.

Fraflyttet, men ikke forladt

Nærheden til fiskefelterne var grunden til, at der opstod en bygd ved Hamningberg, men teknologien voksede fra den lille havn, og da stortinget i 1960'erne valgte at satse på den større havn i Vardø, 40 kilometer mod syd, var fraflytningen uundgåelig. I dag ser Hamningberg dog på ingen måde forladt ud. De 65 huse, hvoraf de fleste er bevaringsværdige, handles til stadig højere priser og bruges primært som sommerhuse af efterkommere fra de oprindelige beboere. De fleste bor i Vardø, men enkelte bor endog meget langt væk, som den ældre dame, der i mange år har levet i Holland, men som hvert år tager til Hamningberg og bor der i tre måneder. Selvom Hamningberg ikke har nogen helårsbeboelse, fungerer bygden som et lille samfund i sommerhalvåret, hvor de fleste bor der fast – enten fordi de er pensionister, eller fordi de pendler til Vardø eller andre byer, der ligger endnu længere væk.

Hamningberg oplever samtidig en kraftigt voksende dagsturisme. Naturen, de gamle huse, det rolige liv i bygden og den unikke placering på det nordøstligste punkt i Europa fascinerer mange, særligt fordi stedet ikke er commercialiseret som Nordkap længere mod vest. I de kommende år vil turismen tage endnu mere til. Den nationale turistvej i Norge har fået endepunkt i Hamning-

berg og kobler dermed bygden til et netværk, som vil bringe endnu flere nysgerrige turister til. For at omsætte den voksende turiststrøm til lokal udvikling har fylkeskommunen sammen med blandt andet Hamningberg bygdelaag, Båtsfjord og Vardø kommuner, Statens vegvesen og Hamningberg næringsforening igangsat projektet Hamningberg – med varsomhet som forudsætning. Målet er at skabe balance og synergi mellem turisme og hverdagsliv i bygden. Projektet har tillige modtaget økonomisk støtte fra den norske stat gennem Riksantikvarens såkaldte Verdiskapningsprogram, som støtter projekter, der bruger kulturarven som afsæt for lokal udvikling.

Hotel og fiskeri

En af de aktiviteter, som tænkes ind i projektet, er rigmanden Stein Inge Riises hotelprojekt. Riise er født i bygden, men flyttede derfra med sin familie, da det blev besluttet ikke at udbygge havnen. Siden har han opbygget en virksomhed, der leverer dykkerydelser til olieplatformene i Nordsøen. Overskuddet fra virksomheden har han brugt til at købe det gamle kajanlæg, et trandamperi, et pakhus og en række fiskerhuse. Købet i 1995 var ikke den største investering, men siden da har han investeret 15 millioner norske kroner og er først nu ved at være klar til at åbne et hotel med restaurant, mødefaciliteter og cirka 40 sengepladser.

Hotelprojektet er interessant, fordi det er mere end et hotel. Riise er i færd med at indrette en mindre fiskeproduktion, som de lokale beboere kan levere fisk til, mødelokalerne tænkes brugt som forsamlingshus for de lokale, mens restauranten selvfølgelig er åben for både turister og lokale. Endelig kan de lokale bruge hotellet, hvis de får flere gæster, end de kan huse i de små huse. →



Styrke og styre

Projektet Hamningberg – med varsomhet som forudsætning rummer også en lang række andre initiativer. Det har i lang tid været et stort problem, at dagsturisterne kørte ind i bygden og parkerede på græsområderne mellem de private huse. Som en del af etableringen af den nationale turistvej til Hamningberg er det derfor blevet aftalt at bygge en parkeringsplads uden for bygden. Derudover er en lille naturlig havn blevet uddybet, så de lokale beboere, hvoraf mange er pensionerede fiskere, kan bruge den til deres små fiskerbåde og levere til Riises kommende fiskeproduktion ved hotellet.

Endelig er der igangsat en række projekter med fokus på bygdens kulturmiljø. De lokale kan få økonomisk og rådgivningsmæssig støtte til at istandsætte deres hus og haver, som de så ud, da bygden var beboet hele året. Lokale håndværkere er blevet oplært til at kunne istandsætte de gamle, særprægede huse, hvoraf nogle oprindeligt blev bygget af russiske håndværkere i en russisk tradition, som de norske håndværkere ikke kender i dag. En del af projektet har derfor rummet vidensudveksling med russiske håndværkere. Projektgruppen er tillige i gang med at indsamle fortællinger om livet i Hamningberg før fraflytningen, og man planlægger at dokumentere stednavnenes historie og betydning.

Synergi og dialog

Udfordringen i Hamningberg er ikke at tiltrække turister eller beboere. Huspriserne stiger støt med den stigende efterspørgsel på husene i bygden,

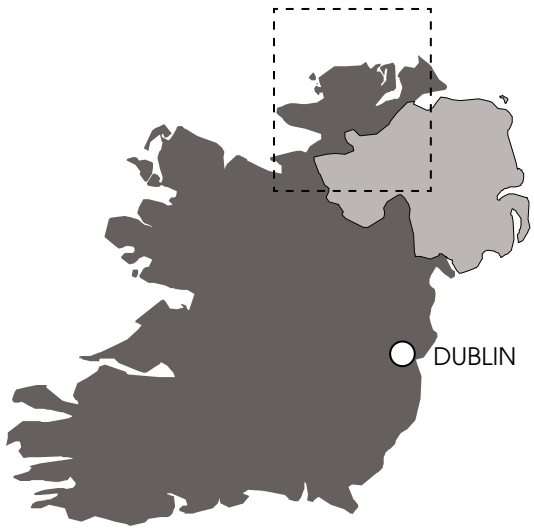
og hvad enten de lokale ønsker det eller ej, vil turiststrømmen vokse, efterhånden som den nationale turistvej tiltrækker flere og flere dagsturister. Udfordringen har i stedet været at skabe balance mellem dagsturisterne og beboernes hverdagsliv. I denne situation er det interessante ved projektet i Hamningberg, at den bredt sammensatte projektgruppe har formået at koordinere private og statslige initiativer og at iværksætte en række småprojekter, der styrker det lokale liv i bygden. De hidtidige resultater peger på, at der i fremtiden kommer en større synergi mellem turismen og hverdagslivet, fordi turisterne efterspørger nogle af de ting, som beboerne også ønsker – et sted at mødes, lokal produktion af fisk og et sted, hvor man kan spise god mad.

Hamningberg står med en række af de problemer, som mange små samfund har oplevet, når de på relativt kort tid konverteres til en kendt turistdestination. Det interessante ved Hamningberg er, at man forsøger at få udviklet turismen, så den skaber arbejdspladser, og samtidig udvikler lokalmiljøet, så det bliver mere robust. Det er ikke nemt. Projektet har været fyldt med konflikter, og mange delprojekter er stadig ikke gennemført. Den lokale projektleder Svein Harald Holmen fortæller, at han har lært, at vejen frem er masser af dialog og et nuanceret perspektiv på forholdet mellem de forskellige former for aktivitet, som et sted rummer. På den måde kan de mange forskellige aktiviteter forhåbentlig styrke hinanden og gøre bygden mere interessant for dagsturisterne, mere attraktiv for beboerne og måske ligefrem skabe arbejdspladser i sommerhalvåret. ■



**SKAL DE UNGE
BOSÆTTE SIG
PÅ LANDET,
SKAL DET VÆRE
FYLDT MED
GODE
MINDER OG
INSPIRERENDE
AKTIVITETER**

IRLAND



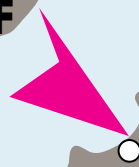
DUBLIN

TRISURF



Ballyheirnan Beach

TRISURF



Killybegs



Donegal



Bundoran



Ballybofey



Letterkenny

TRISURF

DE UNGES TILHØRSFORHOLD

Donegal er indiskutabelt Irlands mest afsidesliggende region: Det har landets nordligste punkt, landets laveste befolkningstæthed og er kun forbundet til Irland med 9 km land. Som andre yderområder oplever Donegal, at de unge flytter væk, men kun sjældent at de flytter tilbage igen. Sammen med to andre yderområder i henholdsvis England og Frankrig har Donegal dog vist de lokale unge, at deres hjemstavn rummer både erhvervsmuligheder og et internationalt, trendy miljø, som de kan være en del af.

The Celtic Snail

1990'erne og starten af det nye årtusinde var gyldent for Irland, og landet blev døbt The Celtic Tiger. Tigreren mistede dog sit bid med finanskrisen i 2008. I dag skæres der på alt i Irland, men værst ser det ud for den nordligste provins Donegal, som aldrig helt kom med i tigerspringet og i stedet blev kaldt The Celtic Snail. Donegal ligger i det nordvestligste hjørne af Irland og er på alle mulige måder et yderområde. Regionen ligger langt væk fra Dublin, som den eneste region i Irland har den ikke en større by, og den eneste – meget lille – lufthavn er på grund af lokalpolitik placeret langt fra alt og alle. Tog findes heller ikke, så skal man til Donegal fra Dublin, tager det derfor fem timer med bus gennem Nordirland.

Donegal har historisk levet af landbrug, fiskeri og industri. Alle tre sektorer er i dyb krise. Med det irske opsving voksede beskæftigelsen i byggebranchen til næsten 20 procent af den samlede arbejdsstyrke, men med økonomiens kollaps er bunden også gået ud af denne sektor. Den offentlige sektor er nu den klart største. Der er håb forbundet med mulige oliefund ved Irlands vestkyst, men her og nu er turismen den sektor, som har størst økonomisk betydning. De fleste turi-

ster kommer for at opleve kysten, hvor man kan bade og opleve dramatiske miljøer som Slieve League, der er de højeste kystklipper i Europa. Fra 1980'erne og frem er surfing tillige blevet en af hovedaktiviteterne ved de irske kyster – Irland har nogle af de bedste surfsteder i hele Europa.

Etablering af netværk

North Devon i de sydvestligste Storbritannien har mange af de samme udviklingsproblemer som Donegal – heriblandt en aldrende befolkning. Den lokale Leader-gruppe i North Devon fik derfor den idé at bruge surfing som udgangspunkt for et bedre ungdomsmiljø. Idéen opstod efter offentliggørelse af en undersøgelse i 2003, der viste, at surfindustrien i det sydvestlige England årligt indbringer 64-100 millioner pund og beskæftiger mere end 2.000 personer. Inspireret af de lovende tal besluttede den lokale Leader-gruppen sig for – med udgangspunkt i surfspporten – at etablere et tværnationalt samarbejde med Bretagne i Frankrig og Donegal i Irland. Målsætningen var at skabe flere muligheder for de unge ved at styrke surfbranchen.

De tre områder er alle populære feriesteder med kyststrækninger ud til Atlanterhavet og er alle kendt for store, surfervenlige bølger. I alle tre områder findes tillige et voksende surfermiljø og en dedikeret interesse for udvikling med udgangspunkt i kystmiljøet. Disse fælles betingelser ledte til det fælles projekt Trisurf, der forbinder sociale, miljømæssige og økonomiske mål på tværs af de tre lande.

Ungt og internationalt

Trisurf begyndte i april 2005 med lokale surfkonkurrencer i de tre områder. Deltagerne skulle være mellem 12 og 16 år og blev rekrutteret fra →



området skoler gennem uddeling af flyere og omtale i lokale aviser. Fra hvert sted kvalificerede seks unge surfere sig til at deltage i den første udveksling. Kriterierne var i højere grad engagement end dygtighed. Derudover ønskede projektlederne at udvælge unge, som ikke ville få de samme muligheder, hvis de ikke kom med i Trisurf. Projektlederen fra Donegal fortæller, at de gik efter dem, som ikke kom fra rige familier – eksempelvis fravalgte de en dreng fra en meget rig familie, der havde opgivet North Shore, Oahu på Hawaii som sit favorit-surfsport.

De seks udvalgte drenge og piger blev derefter trænet af lokale surfere fra områdernes surf-skoler. Herefter tog de på udveksling – første gang fandt det sted i Donegal. De unge deltog i en teambuilding-dag, hvor de blandt andet fik undervisning af en lokal, tidligere professionel surfer. Udvekslingsforløbet i Irland varede en uge og bestod af fælles surfundervisning, kurser om sikkerhed og miljø og besøg i de irsktalende områder i det nordlige Donegal. Efterfølgende gik turen til North Devon og Bretagne, og undervisningen blev udvidet med blandt andet sprog, turisme og fitness.

I Donegal blev projektet drevet af projektlederen Frank Kelly fra det lokale udviklingsselskab, som blandt andet administrerer Leader-midlerne. Han allierede sig med en række surfere, der til daglig arbejder som surftrænere, har surfshops og surfhostels. Frank Kelly styrede projektet, mens surferne tog sig af undervisningen og var de rollemodeller, de unge så op til – i de unges øjne var de berejste, internationale og cool, ud over at de selvfølgelig var dygtige til at surfe og levede af det. Alt sammen selvom de bor i Donegal. For Frank Kelly var dette en væsentlig del af projektet. De unge oplevede at være del af et ungt og internationalt miljø, der hvor de bor.

På tværs af grænser

North Devon har som initiativtager oplevet de største effekter af projektet. Her har surfskolerne modtaget supplerende støtte til kurser i livredning, surfteknikker og kørekort til minibusser. Alt i alt har det givet et betydeligt løft til surfbranchen og åbnet nye muligheder for de unge i regionen.

Ifølge forældre i området har surfaktiviteterne givet de unge succesoplevelser, gjort dem mere selvsikre og generelt øget deres engagement og ambitionsniveau. Samtidig har projektet givet anledning til nye samarbejder mellem frivillige surfklubber, surfvirksomheder, miljøorganisationer og strandsikkerhedsmyndigheder, hvilket har haft positive økonomiske effekter og styrket det lokale sammenhold.

I Donegal og Bretagne har en vigtig ambition for projektet været at øge antallet af surfere, der besøger deres områder, for derigennem at styrke den lokale økonomi. North Devon er en ældre og mere moden surfdestination og kan bidrage med værdifuld viden om, hvordan man udvikler sig som destination for surfere. Undersøgelser i North Devon har blandt andet vist, at surfing har en stor betydning for fritidsbolig-markedet. 50 procent af ejerne af en bolig nummer to i North Devon svarer, at de har investeret i ejendom på grund af områdets surferlivsstil. Alle parter ser desuden en fordel i at være fælles om at udvikle de unges kompetencer og at imødegå de negative konsekvenser af surfing, for eksempel affald, overfyldte strande og konflikter mellem lokale beboere og surfere.

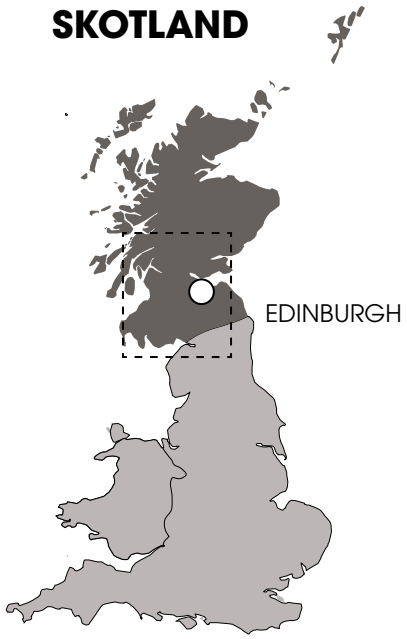
Unge kan vise nye veje

Udviklingsmuligheder, anerkendelse, indflydelse og gode oplevelser er vigtige faktorer, hvis unge skal have lyst til at blive boende i, vende tilbage til og deltage i udviklingen af landdistrikterne. Trisurf er eksempel på, hvordan det kan gøres. Projektet har åbnet nye muligheder for kompetenceudvikling, kulturel udveksling og succesoplevelser i forbindelse med en sportsgren, der kan blive til en fritidsaktivitet gennem hele livet. Projektet er samtidig bredt formuleret, med fokus på at udvikle surfsporten gennem netværksdannelse, internationalisering og professionalisering. Sportsklubberne opgraderes med efteruddannelse, og professionelle gæsteundervisere hentes ind som rollemodeller. De unge udgør en brik i en større integreret udviklingsstrategi – de bliver små dynamoer i en branche med stort økonomisk potentiale for hele regionen. De unge er både projektets målgruppe og medvirker aktivt til at skabe udvikling i lokalområdet. ■



**I SKOTLAND ER
90 KUNSTNERE
BLEVET SAMLET
I NETVÆRKET
SPRING FLING.
NETVÆRKET
SIKRER
KUNSTNERNE
MARKEDSFØRING
OG TRÆKKER
TURISTER
TIL OMRÅDET**

SKOTLAND



SPRING FLING



SPRING FLING

PROFILERING GENNEM FESTIVAL

I det sydøstlige Skotland åbner cirka 90 lokale kunstnere hvert år deres atelier for offentligheden. Det sker en weekend i maj i forbindelse med Spring Fling-festivalen, der med beskedne investeringer har formået at opnå et stort samfundsøkonomisk overskud. Projektet har været i stand til at tiltrække velhavende turister til området og skaber samtidig bedre betingelser for egnens kunstnere.

Et fristed for kunstnere

Det skotske yderområde Dumfries & Galloway har i mange år kæmpet med lav vækst og stigende arbejdsløshed, som blev forstærket af et kraftigt udbrud af mund- og klovsyge i 2001. Samtidig lider det sydskotske yderområde under, at opfattelsen af det rurale Skotland er tæt forbundet med de nordlige Highlands i den modsatte ende af landet. Det sydlige område passeres derfor ofte, når engelske turister rejser nordpå. Det har efterladt området med en økonomi, som er afhængig af landbrug og sårbar over for forandringer i verdensøkonomien.

Dumfries & Galloway har dog også en anden ressource. Den smukke natur og billige boliger har i mange år tiltrukket kunstnere. Kunstnere, der ifølge projektlederen på Spring Fling, Helen Voce, ofte har været mere interesserede i naturen og i at producere kunst end i at drive forretning. Det har betydet, at mange kunstnere har haft en meget lav afsætning af deres varer – typisk igennem en enkelt kunsthändler fra en af de omkringliggende storbyer og ofte langt under markedsprisen. Spring Flings formål er at hjælpe disse kunstnere med at drive forretning, udvide kundegrundlaget og styrke netværket kunstnerne imellem. Samtidig har projektet som mål, at Dumfries & Galloway brandes udadtil som et fristed for de

bedste kunstnere og dermed også den bedste kunst. Projektets omdrejningspunkt er en event, hvor en lang række kunstnere i den sidste weekend i maj siden 2002 har åbnet deres værksteder for offentligheden og dermed har skabt mulighed for at sælge deres kunst direkte til de besøgende.

Samfundsøkonomisk overskud

Projektet blev oprindeligt etableret som et pilotprojekt, der strakte sig over tre år med et relativt beskedent budget på cirka 500.000 kroner. Heraf var cirka 220.000 kroner stillet til rådighed gennem EU's Leader-program. Projektets første fase fokuserede på at forbedre forholdene for de lokale kunstnere i regionen og var primært rettet mod regionens lokalbefolkning. Projektet kunne efter afslutningen i 2005 se tilbage på en succes. Gallerierne havde det år solgt kunst for 570.000 kroner, og samtidig viste analyser, at projektet havde givet et samfundsøkonomisk afkast i turismeindustrien på mere end 1,3 millioner kroner. Projektet adskiller sig ifølge Helen Voce fra lignende projekter ved at involvere hele regionen med seks forskellige ruter. Den store skala er samtidig grundlag for det samfundsøkonomiske afkast på restauranter og hoteller, idet mange rejser langt for at følge en bestemt rute.

Ambitionen var at fortsætte projektet, selvom Leader-midlerne ikke længere var til rådighed. Derfor blev projektet i anden fase (2005-2008) indlejret i et bredere kunstprojekt, hvor Spring Fling med sit årlige budget på 330.000 kroner ifølge Voce udgør lidt over halvdelen af det samlede projekt. Pengene synes imidlertid at være godt givet ud, da Spring Fling siden er vokset i en sådan grad, at der i 2007 – i løbet af den weekend de involverede gallerier holdt åbent – blev →

Moniaive 10½



Open
Studio
32

Spring
Fling
23-25 May 2009
www.spring-fling.co.uk
10.30am - 5.30pm



SATURDAY
LATE NIGHT
OPENING
UNTIL 7pm

omsat for 1,6 millioner kroner i de involverede gallerier. Samtidig anslås det i en evaluering, at det samfundsøkonomiske afkast var vokset til 3,3 millioner kroner. Der er altså efterhånden tale om et projekt med et solidt samfundsøkonomisk overskud.

Den positive udvikling skyldes primært, at projektet igennem anden fase har rettet sit fokus udad. Der er blandt andet blevet investeret i ekstern ekspertise for at få projektet udbredt i den britiske nationalpresse. Målet har været at trække turister i forbindelse med eventen, og med 53 procent udefrakommende gæster af de i alt cirka 9.000 individuelle besøgende i 2007 vurderer organisationerne, at det mål er opnået – det er mere end en lokal festival. Turisterne er primært i alderen 55+ og fra Glasgow-Edinburgh-egnen, men ifølge Voce kommer flere og flere også til fra Londonområdet. Og det er netop disse besøgende, projektet er mest interesseret i, da denne gruppe er de mest velhavende og dermed også potentielt den gruppe med det største forbrug.

Udvælgelse og fokus på kvalitet

Hvert år udkommer projektets gratis udstillingskatalog i 20.000 eksemplarer, som sendes uden beregning til interesserede verden over. Kataloget indeholder en beskrivelse og tilhørende billeder af alle de involverede kunstnere og deres kunst. Det er layoutet professionelt og skal efterlade et indtryk af en seriøs festival. Kataloget er ifølge Helen Voce projektets største udgift – budgettet for tryk og forsendelse løber alene op imod 175.000 kroner. Til gengæld har projektet med tiden udviklet en model, der sparer ledelsen for meget arbejde i forbindelse med udarbejdelsen af kataloget; de kunstnere, der ansøger om at deltage i det kommende års Spring Fling-festival, skal som en del af deres ansøgning formulere en beskrivelse af deres virksomhed, som kan indgå direkte i kataloget.

Hvert år deltager som nævnt cirka 90 kunstnere i Spring Fling, og de er alle siden 2004 blevet godkendt af et bedømmelsesudvalg. Dermed sikres et højt niveau, som ifølge Helen Voce er nødvendigt for at tiltrække de udefrakommende gæster.

Hvert år kommer nye deltagere til, mens nogle tidligere deltagere vælger festivalen fra, fordi de har fået andre muligheder for at afsætte deres kunst – en udvikling Voce betragter som et tegn på succes.

Det har ifølge Helen Voce været en stor udfordring for projektet at finde en balance mellem forankringen hos brugerne og det høje ambitionsniveau. Hun besøger cirka en gang om ugen en kunstner fra projektet og rådgiver dem om priser, events og afsætning. Hun beskriver, hvordan mange af kunstnerne ikke bryder sig om rådgivning i at drive forretning. Voce ser sig selv som repræsentant for et system, som mange af brugerne på forhånd er fremmedgjorte over for. Derfor finder hun det afgørende at indgå i en løbende dialog, for at undgå at kunstnerne vender ryggen til projektet – et scenarium, der ifølge Voce ikke er usandsynligt. Samme skepsis over for bureaukratiet kommer til udtryk, når ansøgninger om deltagelse skal udfyldes. Mange kunstnere opfatter formularerne som et uoverskueligt projekt, og denne fase er samtidig følsom, fordi netop bedømmelseskriteriet giver anledning til en del debat kunstnerne imellem. Helen Voce er derfor også i denne fase i løbende dialog med de involverede kunstnere og tilbyder assistance til at udfylde ansøgningsskemaerne.

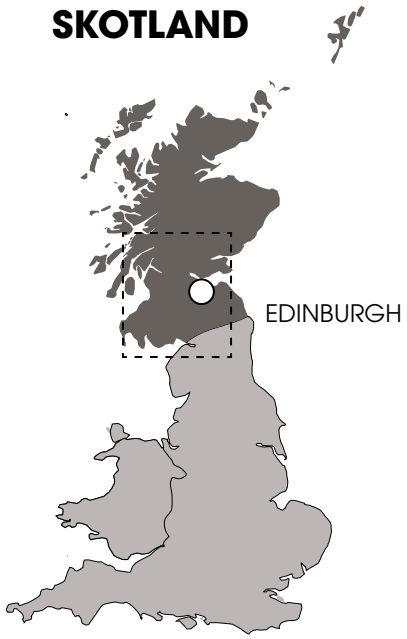
Erfaringer fra Spring Fling

Spring Fling-projektet viser, hvordan man med beskedne udgifter kan aktivere en særlig ressource i et område – i dette tilfælde de mange kunstnere. Gennem projektet har Dumfries & Galloway fået en klar kunstprofil, der øger turismen, styrker kunstnerne som virksomheder og potentielt også kan påvirke bosætningen i området. Projektet er blevet gennemført på baggrund af dialog for at sikre den nødvendige lokale forankring og opbakning fra kunstnerne, men har samtidig gennem udvælgelseskriterier og et professionelt produceret katalog formået at skabe opmærksomhed uden for lokalområdet. Denne dobbelthed er afgørende. Uden lokal forankring ingen oplevelse, uden ekstern opmærksomhed ingen kunder. Balancen mellem disse to aspekter er kunsten i denne type af projekter. ■



**FÆLLESSKAB
GØR STÆRK!
TRE BYER MED
HVER SIN PROFIL
MARKEDSFØRER
SIG I FÆLLES-
SKAB SOM
"ABSOLUTELY
FAB!"**

SKOTLAND



EDINBURGH

Dundee

Edinburgh

Peebles

Jedburgh

Thornhill

SKOTSKE TEMABYER

Dumfries

Castle Douglas

Stranraer

Newton Stewart

Dalbeattie

Wigtown

Kirkcudbright

Carlisle



SKOTSKE TEMABYER

GLORIOUS GALLOWAY IS ABSOLUTELY FAB!

Tre byer i Galloway-regionen i det sydlige Skotland har igennem en fælles markedsføringsstrategi formået at vende affolkning og stagnation til fremgang. Med støtte fra Visit Scotland tiltrækker de tre byer omverdenens opmærksomhed igennem sloganet "Glorious Galloway is absolutely FAB!". FAB er en forkortelse for food, art og books, hvilket kommer af de selvstændige profiler for de tre byer: Castle Douglas, Kirkcudbright og Wigtown.

Tre byer, tre profiler

De tre byer har igennem de sidste ti år arbejdet på at skærpe hver deres profil. Der er med tiden udviklet tre temabyer, der alle forsøger at tiltrække turister og styrke den lokale identitet og bosætning ved at markedsføre sig som henholdsvis mad-, kunst- og bogby. Der er tale om tre byer, der i udgangspunktet er i konkurrence, men som har set potentialet i fælles markedsføring.

Byernes temaer er blevet udviklet på vidt forskellige præmisser. I Castle Douglas Food Town og Kirkcudbright Artist's Town har bystyret taget udgangspunkt i et allerede eksisterende potentiale, som derefter er blevet videreudviklet. For eksempel findes der i Castle Douglas omkring 50 mindre virksomheder inden for fødevarerektoren. Wigtown Book Town er derimod udviklet, efter at byen i 1999 vandt titlen som Skotlands officielle bogby – et initiativ, som var inspireret af den walisiske landsby Hay-on-Wye, der er kendt for sine mange antikvarier og en velrenommeret litteraturfestival. I Wigtown har man tillige årlig bogfestival, der har skabt en årlig meromsætning i egnen på omkring 1,7 millioner kroner.

Fælles markedsføring

Der er to interessante erfaringer at hente i det sydlige Skotland. For det første har de tre mindre byer med mellem 1.000 og 4.000 indbyggere igennem de sidste ti år formået at vende den generelle udvikling ved at etablere hver sin profil. For det andet har de tre byer indset, at de i fællesskab kan styrke områdets turisme. Den fælles indsats har et samlet budget på cirka 650.000, og målet er at øge turismen med 50 procent. Indsatsen er finansieret i et samarbejde mellem lokale myndigheder, erhvervsliv, borgergrupper og Visit Scotland, som med 40 procent dækker den største del af udgifterne. 25 procent kommer fra det lokale erhvervsliv. Den bredt funderede finansiering afspejler, at projektets partnere er åbne over for at inkludere flere temabyer. Eksempelvis kunne den nærliggende by Newton Stewart, der arbejder på at etablere en outdoor-profil, ifølge projektleder John Robertson være en oplagt fremtidig partner.

SO much more

Det tydeligste udtryk for den fælles indsats er et katalog på 20 sider, der kan bestilles på projektets veldesignede hjemmeside. Kataloget præsenterer de tre byer som hovedattraktionerne, men henviser til, at området samtidig rummer "SO much more". Dette ligger i forlængelse af den grundlæggende ide om, at ingen af byerne kan stå alene, men at de i fællesskab har en bred oplevelsespalet, som for alvor sætter dem på landkortet. Projektet er endnu ikke evalueret, men initiativtagerne tror fortsat på, at deres mål om en stigning i turismeomsætningen på 50 procent vil blive nået. ■



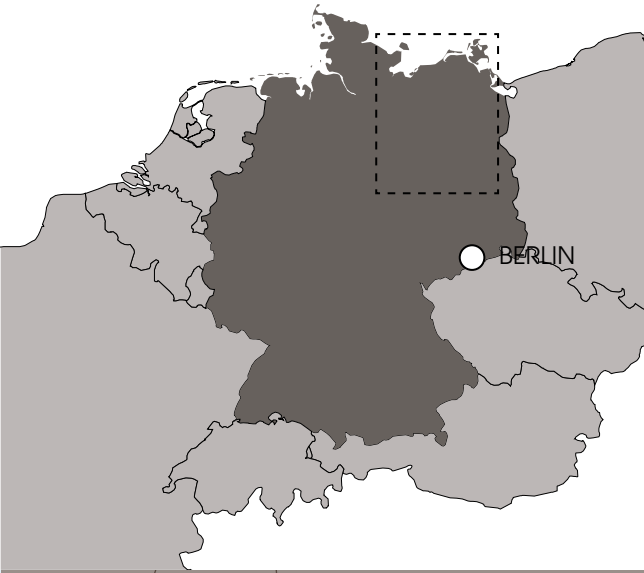
**KIRKCUDBRIGHT –
THE ARTISTS' TOWN**



**DE SMUKKE
LANDSKABER MELLEM DE
TRE BYER ER EN DEL AF
MARKEDSFØRINGEN**

**GENNEM TURISME
GENOPSTÅR EN
RÆKKE AF DE
GAMLE GODSER
I MECKLENBURG-
VORPOMMERN
SOM DYNAMOER,
DER GIVER
FØRNYET TRO
PÅ LIVET
I GODSBYERNE**

TYSKLAND



GUTSHAUS LUDORF

Schwerin

Waren

Ludorf

Bollewick

Stralsund

Grimmen

Neubrandenburg

Berlin

URLAUB IM GUTSDORF

GODSET SOM LANDSBYENS DYNAMO

I den nordtyske delstat Mecklenburg-Vorpommern har tidligere tiders godser formået igen at blive centrum i regionen. Denne gang er det dog ikke landbrug, men i stedet en voksende turisme, som skaber optimismen. Godserne har historisk haft stor betydning for livet på egnen, da de tidligere ejede næsten al jord. Når godserne i dag får nyt liv, følger derfor ofte også nyt liv og håb i de omkringliggende godsbyer.

En dramatisk historie

Mecklenburg-Vorpommern i det tidligere Østtyskland har siden Murens fald i 1989 kæmpet med voldsomme problemer. Området lider under stor fraflytning mod vest, lavt uddannelsesniveau og en arbejdsløshed på over 12 procent. Mecklenburg-Vorpommern var i århundreder frem til DDR-tiden domineret af velhavende adelsmænd, der med indtjeningen fra meget store jordtilliggende opførte så mange godser, herregårde og slotte i delstaten, at der i dag stadig er mere end 2.000 tilbage, hvoraf mange dog er forfaldne. Mindre landbrug har været en undtagelse, og de mange småbyer er tæt knyttet til de mange godser, der har ejet den jord, beboerne har arbejdet på.

Godserne har på godt og ondt været hjerterne i de omkringliggende småbyer, der derfor omtales som godsbyer. Efter Anden Verdenskrig blev området en del af DDR, og med kommunismen blev de store jordlodder og deres bygninger indtaget af staten, hvorefter jorden blev fordelt tilbage til befolkningen i lodder af cirka 0,7 hektar pr. person. Da denne størrelse ikke muliggjorde effektiv landbrugsdrift, indgik stort set alle jordjerne i store kollektive brug, og dermed blev mange af de tidligere store jorder genoprettet. Godsbygningerne repræsenterede imidlertid de

tidligere tiders magtfordeling og led under den misligholdelse, som kommunismens afsky for dem medførte.

Områdets mange godser stod efter genforeningen tilbage i en nedslidt tilstand, hvor de ikke tjente nogen funktion, og da de samtidig var blevet frakoblet landbrugsjorden, havde de ingen umiddelbare indtægtsmuligheder. Nogle af de gamle adelsfamilier købte godser og jorder tilbage, hvis de var i stand til at overbyde de mange velhavere, der ønskede at udleve drømmen om at bebo et gods. Derudover var der en gruppe af entreprenører, der så muligheder i at koble områdets voksende turismeindustri til de nedslidte godser.

En godsby genopstår

Ludorf i Müritz Kommune er en godsby med 510 indbyggere, der er opstået i tilknytning til godset Ludorf. Byen har som resten af regionen høj arbejdsløshed, og en stor del af byens mandlige indbyggere i den arbejdsdygtige alder arbejder derfor i det tidligere Vesttyskland. Byens omdrejningspunkt har traditionelt set været godset fra 1698, men det stod efter Murens fald uden jorder og med forfaldne bygninger. Dette ændrede sig, da Keril og Manfred Achtenhagen i 1998 købte godset med ambitionen om at ombygge det til et eksklusivt hotel, der kunne leve af områdets voksende turisme.

Familien Achtenhagen flyttede selv til byen for at bo tæt på det godshotel, som de skulle drive. Derfor har de både en personlig og en økonomisk interesse i, at Ludorf fremstår attraktivt. Manfred Achtenhagen oprettede derfor en lokalhistorisk forening, der har sikret midler til renovering af byens kirke samt oprettelse af et lokalhistorisk →



GUTSHAUS LUDORF

museum. Achtenhagens filosofi er, at turister ikke stiller sig tilfredse med en enkelt oplevelse, men derimod ønsker flere og afvekslende oplevelser. Med det udgangspunkt er flere og flere attraktioner bundet sammen med godset, så man i dag for eksempel kan ankomme til godset med båd og kan rejse fra slot til slot som en samlet pakke, hvor bagagen transporteres, mens man selv bevæger sig på cykel eller til fods. I samarbejde med en række andre godsbyer har Achtenhagen lanceret konceptet Urlaub im Gutsdorf (godsferie), der bygger videre på ferieformen Urlaub auf dem Bauernhof (landbrugsferie), som er meget udbredt i Tyskland.

Initiativet breder sig

Med støtte fra Den Europæiske Socialfond etablerede foreningen ligeledes fire deltidsarbejdspladser med det formål at holde kirken og museet åbent for besøgende. Arbejdspladserne blev til delt nogle af landsbyens arbejdsløse, ufaglærte, midaldrende kvinder. Dermed var Achtenhagen tættere på sit mål med at gøre byen mere attraktiv gennem flere typer af oplevelser.

Netop ideen om at inkludere de omkringliggende byer gav projektet en innovativ karakter, og med støtte fra blandt andet EU's Leader-program har Urlaub im Gutsdorf-brandet udviklet sig markant. Senest er der blevet udarbejdet en rute rundt om søen Müritz, hvor kommunens 100 godser er indtegnet, og hvor det fremgår, hvilke godser der har restauranter, tilknyttede museer eller udstillinger og overnatningsmuligheder. Achtenhagen er sikker på, at samarbejdet ikke blot øger kundegrundlaget til hans godshotel, men at det samme gælder for alle de involverede godser, da den fælles markedsføring giver mulighed for at nå et langt større og mere købedygtigt publikum.

Planchefen i Landkreis Müritz, Anette Böck-Friese, som har fulgt projektet fra sidelinjen og set de resultater, det har opnået, mener, at der tidligere var en uheldig forbindelse mellem godsernes forfald og godsbyernes manglende tro på fremtiden. Med den manglende tro på fremtiden udeblev renoveringerne, og byernes attraktionsværdi faldt.

I Ludorf har renoveringen af godset og kirken sammen med godsbyens voksende turisme be-

tydet, at byen ifølge Böck-Friese har fået fornyet tro på fremtiden. Der er skabt arbejdspladser i kirken, på museet og ikke mindst på godset, der har ti fuldtids- og fem deltidsstillinger. Derudover har mange beboere foretaget udbygninger af deres huse, så de kan udleje værelser til turister. Dermed har også den brede befolkning fået glæde af det økonomiske boost, som turismen har givet egnen. På den baggrund vurderer Böck-Friese, at godserne igen er ved at indtage deres historiske rolle som godsbyernes hjerter. Som hun siger, er Ludorf blot et af mange eksempler på, at godsets renæssance har givet nyt liv til godsbyen, og at en satsning på godserne som dynamoer for turisme dermed ikke kun er til glæde for de involverede parter, men at der også er mange afledte effekter for lokalbefolkningen.

Oprydning af en gyllesø

Meget tyder på, at Mecklenburg-Vorpommern – igennem udvikling rettet mod turisme – har fundet en måde at bevare en del af godserne. I dag har området dog en ekstraordinær stor overnatningskapacitet, og det er derfor tvivlsomt, hvor mange flere af de mange godser, der kan ombygges til hoteller.

Blandt andet derfor har godsbyen Bollewick, der også er tilknyttet Urlaub im Gutsdorf-brandet, valgt at gå en anden vej, der dog også er rettet mod den voksende turisme. Af det gods, der tidligere havde været hele byens livsnerve, stod efter Murens fald kun en kæmpemæssig ladebygning tilbage. Bygningen var så misligholdt, at den var en livsfarlig skamplet for godsbyen. Under DDR-tiden havde godsets sø forvandlet sig til en åben gylletank, og i det hele taget var bygningen og landskabet så ødelagt, at det ville koste en formue at fjerne det. Nedrivning var alligevel det gængse ønske i godsbyen, da ingen kunne stille sig tilfredse med bygningen og landskabets tilstand. Da midlerne til nedrivning imidlertid ikke var til stede, igangsatte byens borgmester Berthold Meyer i stedet en frivillig oprydning af laden og grunden. To års hårdt arbejde senere var søen rensat for gylle, og bygningen stod tilbage i en fortsat nedslidt tilstand, men sikret mod nedstyrtning. Mere end 1.000 tons beton var blevet fjernet fra bygningen, og søen var igen fyldt med rent vand. →



GUTSHAUS LUDORF

Nyt knudepunkt

Efter oprydningen var det pludselig muligt at forestille sig en fremtid for resterne af det gamle gods. Laden fra 1881 er stor. Den er Tysklands største lade af natursten og sandsynligvis den største i Europa, og med sine næsten 10.000 kvadratmeter i to etager kan den sammenlignes med mindre shoppingcentre. De store rammer inspirerede foreningen, der havde stået for oprydningen, til at afholde markeder og andre arrangementer, mens de samtidig søgte om midler til en omfattende istandsættelse. I løbet af de fem år, restaureringen og ombygningen stod på, modtog de i alt 6,5 millioner euro. Midlerne blev tildelt fra EU's strukturfonde, den tyske stat og delstaten med en tredjedel hver, og godsbyen kunne i år 2000 åbne dørene for egnens nye turistmæssige knudepunkt, Scheune Bollewick.

Scheune hviler i dag i sig selv rent økonomisk og er baseret på en lang række specialbutikker, der sælger lokale fødevarer, kunst og håndværksmæssige produkter. Dertil kommer en markedsal på 750 kvadratmeter, hvor der afholdes ti årlige markeder af mindst to dages varighed, udstillings- eller eventfaciliteter med skiftende arrangementer, restauranter og caféer samt et hotel med 60 senge – alt under samme tag. Projektet har siden færdiggørelsen haft omkring 100.000 besøgende om året. Det har betydet, at nye aktiviteter er begyndt at opstå. For eksempel har en større økologisk slagterikæde med hovedsæde i Köln netop opført et slagteri over for Scheune og en økologisk butik med lokale produkter, der markedsføres under det fælles varemærke: Produkter fra metropolens have.

Godserne bør ikke stå alene

I Ludorf, Bollewick og mange af de andre godsbyer, som har haft held til at rejse sig med godset som omdrejningspunkt og med den voksende turisme som drivkraft, har det været afgørende for projekternes succes, at det enkelte gods ikke har stået alene, men er blevet tænkt ind i en større strategisk sammenhæng. Borgmester Berthold Meyer, Manfred Achtenhagen og Anette Böck-Friese er enige om, at godsferiekonceptet ikke er nok i sig selv. De mener, at turister ønsker afveksling og diversitet i udbuddet af oplevelser, og at tanken om at bo på et gods ikke i sig selv er nok til at tiltrække besøgende. Tværtimod mener de, at man først og fremmest bør fokusere på de naturmæssige potentialer, som i Müritz' tilfælde er søen og den tilhørende nationalpark. Godserne skal ikke markedsføre sig alene, men koble sig på naturkvaliteterne. Turister tager efter deres vurdering på godsferie for at komme på landet og ikke for godsets skyld – godset er bare en af mange ekstra oplevelser, som turisterne ifølge Meyer, Achtenhagen og Böck-Friese bør kunne vælge til.

Ved at satse på godserne som en del af en samlet turismestrategi har Mecklenburg-Vorpommern formået på vidt forskellige måder at genoplive mange af de mere end 2.000 godser. Ved at se godserne som en del af en samlet turismestrategi har det været muligt at øge området's kapacitet og attraktionsværdi som turistdestination. Samtidig giver de genoplivede godser en voksende lokal tro på dagliglivet i godsbyerne. ■

**GODSERNES HOTELLER
OG RESTAURANTER ER
TÆNKT SAMMEN MED
NATUROPLEVELSER
I NATIONALPARKEN
MÜRITZ**



**MED EN BUTIK
I LISSABON
HAR DE
PORTUGISISKE
YDEROMRÅDER
SKABT SIG EN
PLATFORM FOR
AT PROMOVERE
KVALITETS-
PRODUKTER**

PORTUGAL



Santarém

PORTUGAL RURAL

Cascais

Lissabon

Sesimbra

Setúbal



PORTUGAL RURAL

LANDDISTRIKTERNES AMBASSADE

I Portugal har et samarbejde mellem forskellige landdistrikter givet et stærkt brand og de nødvendige stordriftsfordele for at kunne sælge traditionelt fremstillede landbrugsprodukter i storbyen. Salget sker igennem en butik i det centrale Lissabon, der fungerer som et forbindelsesled mellem storbyen og landdistrikterne. Med cirka 300.000 euro i støtte fra EU's Leader-program er det lykkedes at skabe et nyt marked, hvor bybefolkningens større købekraft bidrager til at fastholde og udvikle produktionen af højkvalitetsvarer i Portugals landdistrikter.

Markedet i storbyen

I en tid, hvor en stadig større del af økonomien bliver koncentreret i og mellem storbyerne, og hvor velhavende storbyboere i højere grad efterspørger kvalitet og luksus, har et nyt, interessant samarbejde etableret sig i Portugal. En række af landets EU-finansierede lokale aktionsgrupper dannede tilbage i 1998 sammenslutningen ProRegiões. De havde alle et behov for at kunne afsætte lokale håndværks- og landbrugsprodukter og etablerede derfor butikken Loja Portugal Rural i Lissabon. Butikken sælger traditionelt fremstillede produkter i eksklusiv kvalitet, der er henvendt til Lissabons borgere, som generelt er mere velhavende end borgere i landdistrikterne. Dermed har landdistrikterne fået en form for ambassade i storbyen, hvor de kan fremvise og sælge traditionelt fremstillede produkter, og hvor byens borgere kan opleve og få indsigt i livet på landet.

Kunderne køber også oplevelser

Butikken, der ejes af foreningen, har ifølge projektleder Elsa Nevez medvirket til at gøre eksklusive produkter fra landdistrikterne til et populært fænomen. Udviklingen forsøges hele tiden fremmet med nye initiativer. Senest har butikken gennemført en konkurrence, der bliver kaldt Taste of Portugal. I konkurrencen samlede butikken fem kendte madanmeldere og den portugisiske stjernekok Vitor Sobral. De fungerede som dommerpanel og vurderede produkter fra traditionelle producenter af småkager og marmelade. De bedste fik tilladelse til at bruge Taste of Portugal-logoet på deres produkter, og alle fik mulighed for at få feedback fra de seks dommere.

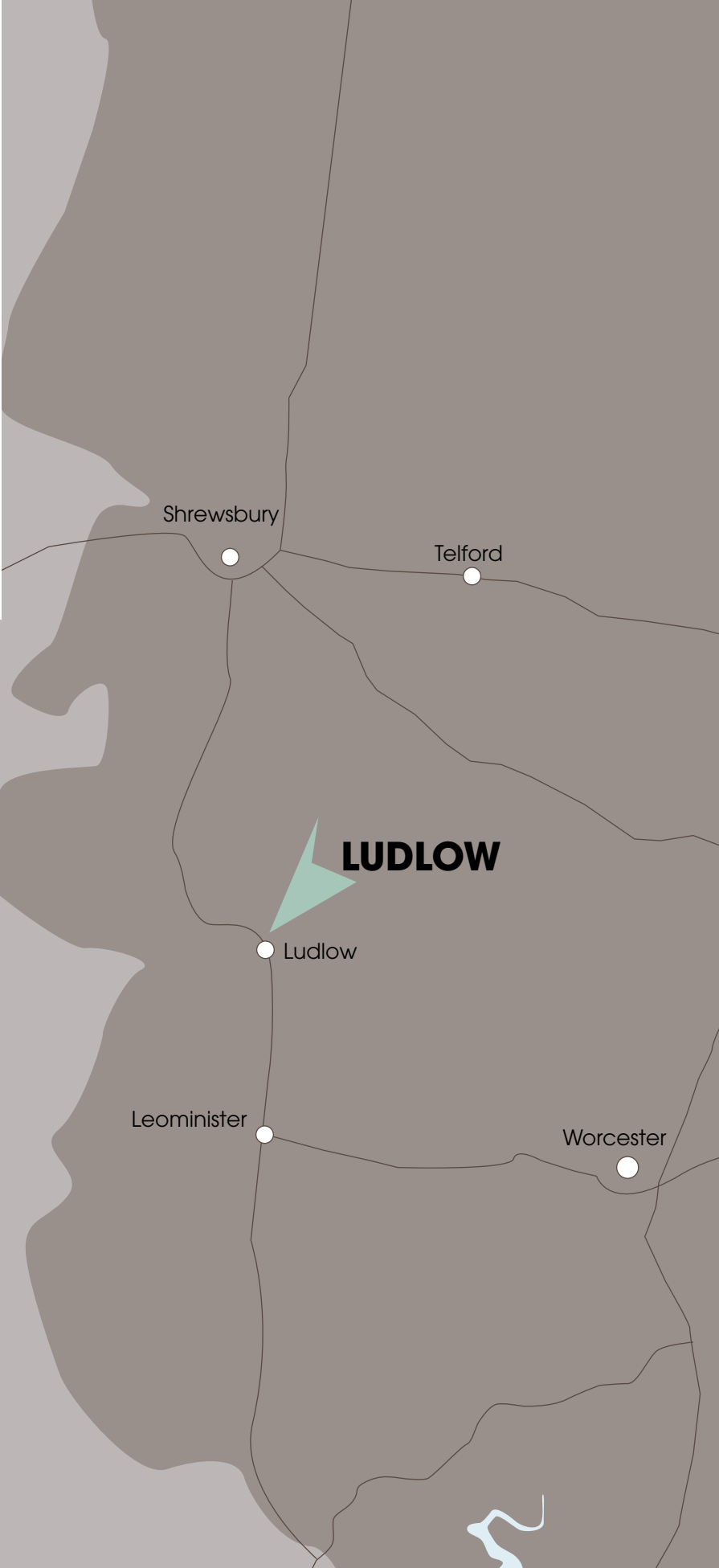
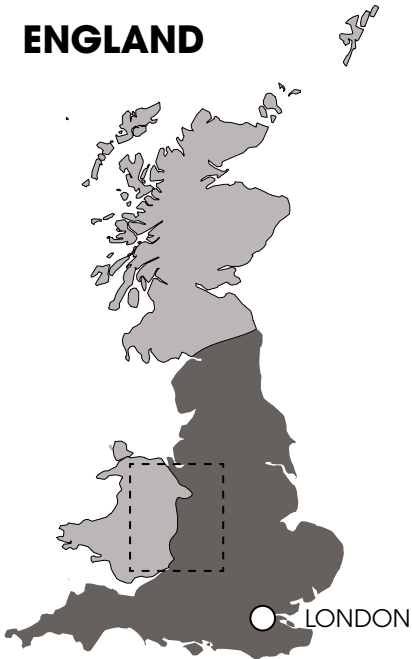
Større konkurrence er tegn på succes

Da Loja Portugal Rural åbnede, var der kun én lignende butik i Lissabon. I dag er der 12, og konkurrencen bliver stadig større. Som Elsa Nevez siger, kommer folk enten hver dag, en gang om ugen eller måske bare ved juletid, men altid med det formål at få en oplevelse – og måske møde en af producenterne. Butikkerne har formålet at skabe et marked, hvor flere og flere producenter får mulighed for at afsætte deres produktion som luksusvarer. Elsa Nevez ser udviklingen med stadig flere butikker som et tegn på, at projektet har været en succes, og at Loja Portugal Rural – sammen med andre gode initiativer – har formået at give byboerne smag for og indsigt i livet i Portugals landdistrikter. ■



**I LUDLOW HAR
MAN BESLUTTET
SIG FOR AT VÆRE
TÆNKSOMME.
BYENS UDVIK-
LING SKAL IKKE
ALENE VÆRE
BASERET PÅ
DRØMME OM
HURTIG VÆKST.
LIVSKVALITET ER
DET VIGTIGSTE**

ENGLAND



LUDLOW

CITTASLOW – AT SKYNDE SIG LANGSOMT

Drømmen er en by, hvor borgernes livskvalitet er i centrum. En by, der er bæredygtig i ordets bredeste forstand – socialt, miljømæssigt og økonomisk. Midlet er en dagligdag, som udspiller sig i et langsommere og mere eftertænksomt tempo, ikke fanatisk eller frelst, men med opmærksomhed på æstetik, nydelse, livskvalitet og miljø. Man skal modstå fristelsen til at hoppe på den første og den bedste udviklingsidé, blot for at kunne ligge i samfundets overhalingsbane. I stedet skal udviklingen være baseret på en grundig selvrefleksion; det handler om "festina lente", at skynde sig langsomt. Ludlow med 10.500 indbyggere, der ligger i det vestligste England på grænsen til Wales, blev i 2003 den første såkaldte slow city – eller cittaslow, som det hedder på italiensk – i England.

Historien bag cittaslow

Idéen om cittaslow opstod i Italien, hvor borgmestrene fra fire italienske byer i oktober 1999 skrev under på en erklæring om, at de fra da af ville udvikle deres byer ud fra idéerne i det såkaldte cittaslow-manifest. Underskrifterne blev udgangspunkt for en bevægelse, der har som vision bevidst at dyrke kontrasten til storbyernes høje og rastløse udviklingstakt for derved at forbedre livskvaliteten i de deltagende byer. Måden at nå dertil er en udvikling, hvor byerne tager afstand fra standardiserede koncepter, som eksempelvis franchisebutikker, for i stedet at satse på videreudvikling af lokale, særegne karakteristika.

Det er kun byer med under 50.000 indbyggere, der kan få cittaslow-titlen. Optagelse sker på baggrund af en selvevalueringsproces, der tager udgangspunkt i 55 kriterier fordelt på seks kategorier: gæstfrihed, miljøpolitik, infrastruktur, støtte til lokale producenter, byens netværk/it-

teknologi og borgernes bevidsthed om projektet. Efter evalueringen søger byen om deltagelse ved det nationale cittaslow-netværk, samtidig med at byen betaler et årligt beløb for at være medlem. Herudover besøges medlemsbyerne jævnligt af repræsentanter fra hovedkontoret i Orvieto, for at sikre at byen fortsat tilstræber at forbedre kvaliteten af bylivet. Dette afspejler, at det at blive medlem ikke skal ses som destinationen i sig selv; det er nærmere starten på en rejse mod at forbedre livskvaliteten for alle i byen. Som det formuleres af Giuseppe Manasserro, der er den cittaslow-ansvarlige i Bra, en af de fire medstiftende byer: "Det handler ikke så meget om, hvordan situationen er i byen på optagelsestidspunktet, som det handler om den ånd og vilje, der er til at ville gøre det bedre."

Et internationalt netværk

Italienernes idé har spredt sig til byer over hele verden. Således findes der i dag tæt på 115 cittaslow-byer fordelt på 16 lande fra Sydkorea over Australien og Europa til Nordamerika. I Danmark blev Svendborg i 2008 den første danske by i det internationale netværk.

Cittaslow-bevægelsen virker således livskraftig og fortsætter med at ekspandere. Herudover står bevægelsen ikke alene, men er tæt knyttet til en anden, særdeles livskraftig bevægelse, der har sit udgangspunkt tilbage i 1986, hvor der blev fremlagt planer om at opføre en McDonald's-restaurant ved Den Spanske Trappe i Rom. Som reaktion startede ildsjælen Carlo Petrini det, der senere fik navnet slowfood; en international bevægelse, der har hovedkontor i den allerede nævnte by Bra, og som også har spredt sig til det meste af verden. →





Et godt sted at leve – et godt sted at besøge

Den 24. november 2003 blev den vestengelske by Ludlow med 10.500 indbyggere, som første ikke-italienske by, indlemmet i cittaslow-familien. Byen, som ligger tæt på Wales i et af de tyndest befolkede områder i England, blev optaget efter en to år lang forberedelsesperiode. Det var den lokale Agenda 21, som i 2001 tog initiativ til et offentligt møde, hvor man diskuterede idéen om medlemskab. Opbakningen var stor, både fra fremmødte borgere, handelskammer, bystyre og distriktsråd, hvorfor konklusionen blev, at man skulle gå videre med en ansøgning.

Ludlows cittaslow-projekt er meget fokuseret på byens historie. Byen har mere end 500 bevaringsværdige bygninger og ønsker at basere den fremtidige udvikling på byens historie som håndværks- og markedsby. Som kommunen skriver på sin hjemmeside: "[...] our bakers make bread the old way, the traditional way. Local animals are raised and butchered locally with an eye for flavour and for quality, not just grown and sold for a quick profit." Ud over den livskvalitet dette giver indbyggerne i dagligdagen, tiltrækker den historiske og charmerende by samtidig mange turister, hvilket betyder meget for byens økonomi. I tråd med filosofien i cittaslow ønsker man at tage imod turisterne med gæstfrihed, eller som det formuleres: "Visit Ludlow and you will be treated as a temporary resident."

Ikke alt for tilbageskuende

På trods af det historiske fokus er det vigtigt for den cittaslow-ansvarlige, den tidligere borgmester Graeme Kidd, at understrege, at optagelsen i cittaslow-netværket ikke betyder, at byen er gået i stå. Som modvægt til det historiske fokus har man i et område med socialt boligbyggeri lavet en skateboardbane i samarbejde med de unge, og derudover har man et stort fokus på at have en moderne gastronomisk madprofil. Byen var indtil for nylig den eneste engelske by i et landdistrikt med tre Michelin-restauranter – en af dem endda med to stjerner.

For Graeme Kidd er inddragelse og bottom-up afgørende karakteristika i Ludlows tilgang til cittaslow. Ud over etablering af skatebanen har denne inddragelse blandt andet givet sig udtryk i en særlig borgerdialog, Kidd satte i gang, da der

skulle placeres nye bænke i byen. Ud fra en filosofi om, at det primært er de ældre, som har brug for bænke til at holde en pause, når de går tur, inviterede kommunen de ældre til at hjælpe med at udpege egnede placeringer. De ældre, som ikke kunne transportere sig selv, blev afhentet i minibusser, og derefter blev de bedt om at udpege de steder, hvor de på deres daglige gåture har brug for at sidde ned og hvile benene. Resultatet blev en prioriteret liste, hvor nye bænke kommer til, efterhånden som borgere donerer en bænk til byen – noget der er ret populært at gøre som minde om en afdød ven eller slægting.

Mad er det centrale

Det er således ikke et konkret fokus, som karakteriserer cittaslow i Ludlow – det er i stedet en insisteren på at udvikle sig på baggrund af de potentialer og idéer, som allerede findes på stedet. Alligevel kan man dog ikke komme uden om mad og markeder, når man snakker om cittaslow i Ludlow – bevægelsen er nemlig kraftig påvirket af en række hændelser i årene op til cittaslow-optagelsen i 2003.

Som nævnt er Ludlow kendt for gode fødevarer og fin gastronomi. Byen har blandt andet fem selvstændige slagtere, fire bagere, et bryggeri og frem for alt en stærk identitet, som er bygget op omkring de små, selvstændige fødevarer virksomheder, der har fokus på lokale fødevarer og kvalitet. Da den store supermarkedskæde Tesco i 1990'erne offentliggjorde, at de ville bygge en stor butik i Ludlow, medførte det derfor højlydt ballade. Byråd, aktivister og Tesco diskuterede og skændtes om sagen i mange år. Konklusionen blev dog, at Tesco ikke kunne forbydes at bygge i Ludlow. Med Graeme Kidd i spidsen lagde byen derfor den strategi, at supermarkedet skulle ligge tæt på bykernen, for at fastholde handel i centrum hvor de andre butikker allerede lå. Efter en arkitektkonkurrence åbnede Tesco deres 1900 kvadratmeter store supermarked i år 2000.

For ikke at blive løbet over ende af slagtilbud fra supermarkedet gik en gruppe af borgere og virksomheder derefter i gang med at styrke de lokale fødevarerproducenter og -butikker. Det vigtigste initiativ var etablering af et årligt fødevarermarked, som afholdes i starten af september på en stor åben grøn plads ved byens slotsruin. →

Ludlow Marches Food and Drink Festival blev første gang gennemført i 1995 og var den første af sin slags i Storbritannien. Festivalen har fokus på at promovere de mange små producenter i og omkring Ludlow, og festivalen bruges som anledning til at gøre opmærksom på Ludlows mange gode butikker, hoteller og restauranter. Festivalen er vokset kontinuerligt, og i 2007 rundede man 20.000 besøgende i løbet af de tre dage festivalen varer. I 2009 blev der for første gang også afholdt en forårsfestival, som vil "celebrate great real beer, slow bread, serious backers, marches perry & cider & wine, real local food, magical music, vintage vehicles & things for kids".

Mellem festivalerne er der hver mandag, onsdag, fredag og lørdag et farmers market på torvet lige ved siden af slotsruinen. Herudover er der blevet gjort et stort arbejde for at hjælpe småproducenter til at udvikle en professionel produktion og markedsføring, som kan bringe dem ud på et større marked. En af de succeser, man igen og igen fremhæver i Ludlow, er de såkaldte håndlavede chips fra Tyrrells. En virksomhed, der i løbet af få år er vokset fra fem til 85 ansatte, omsætter for 85 millioner pund og er begyndt at eksportere deres produkter til blandt andet Danmark.

Processen må ikke gå i stå

I forhold til landdistriktsudvikling er cittaslow interessant, fordi det er en måde at udvikle en by med udgangspunkt i de stedbundne ressourcer – historie, natur, traditioner, borgere og som i Ludlow det lokale erhvervsliv. Cittaslow kan på den måde ses som en modstrategi til at tænke økonomisk udvikling som et mål i sig selv. Mange af tiltagene er måske ikke revolutionerende – det er ikke første gang, man har lavet en skateboardbane sammen med byens unge, givet støtte til små, lokale producenter eller diskuteret lokalisering af bænke. Det nyskabende er, at det er lykkedes at samle en række af de tendenser, som er opstået gennem de sidste 20-30 år, til et enkelt begreb, der kan have folkelig gennemslagskraft.

Udviklingsmæssigt er optagelsesproceduren en måde at sikre selvrefleksion i en by og kommu-

ne. Hvilken situation står vi i, hvilke kvaliteter har vi, hvordan skal de udvikles, og – ikke mindst – hvem skal de udvikles for? Optagelsesprocedurer er efterhånden alment anerkendt som et middel i byplanlægning. Optagelse til for eksempel OL, EXPO og VM kræver mange års dybdegående selvanalyse, før det overhovedet er muligt at ansøge. Cittaslow-optagelsen er skalamæssigt på et helt andet niveau, men indeholder alligevel potentialet til, at ansøgningsprocessen kan rumme en kollektiv selverkendelse, der kan føre til nybrud i byens selvopfattelse og i den kommunale planlægningspraksis. Efterfølgende kan optagelsen føre til, at bystyret får mod til at sige nej til dårlige projekter, hvis disse ikke er i tråd med de besluttede retningslinjer om kursen for byens udvikling.

Det modsatte kan dog også ske. Trods alle forsikringer kan der være en risiko for, at byen kommer til at hvile på laurbærrerne i stedet for kontinuerligt at forny og videreudvikle rammerne for det gode liv. Kunsten er dels ikke at tænke bevægelsen som endnu et koncept for en bevarende byplanlægning, dels ikke at se optagelsen på listen over cittaslow-byer som et mål i sig selv, men som en proces, hvor stedet udvikles i balance mellem det moderne og det traditionelle.

Cittaslow og landskaber

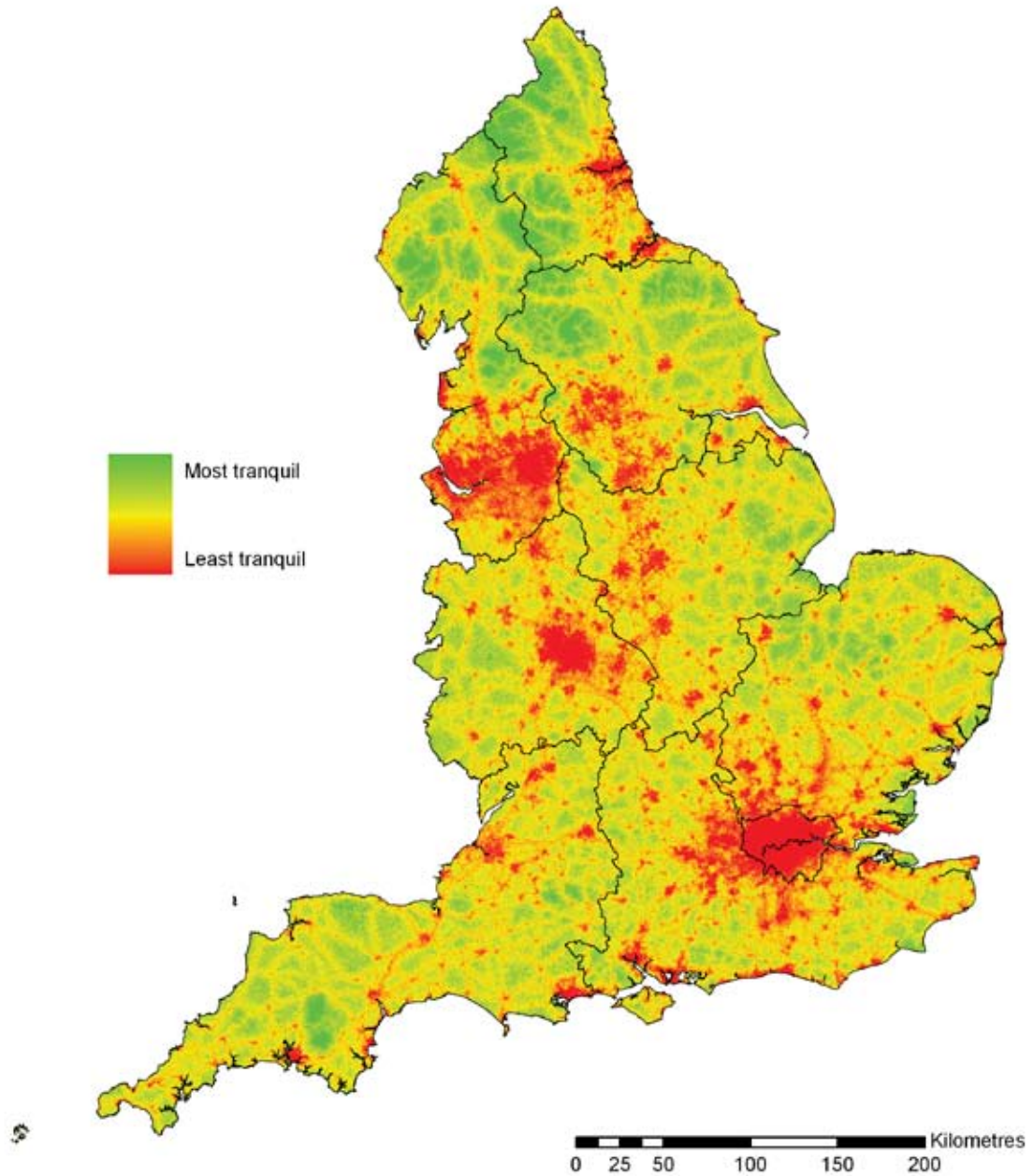
Cittaslow er formuleret i forhold til mellemstore byer, mens fokuset i denne analyse er landsbyer og småbyer. Det kan ikke nødvendigvis lade sig gøre at bruge alle erfaringerne fra de mellemstore byer i landsbyernes mindre verden, men cittaslow-tankegangen er alligevel interessant, fordi den sætter fokus på en række af de kvaliteter, der findes på landet, og fordi det primære fokus ikke er vækst, men kvalitet – baseret på stedets eksisterende ressourcer, såsom arkitektur, landskab, traditioner og ikke mindst borgerne selv. Selvrefleksionen i det fælles ansøgningsarbejde kan inspirere de landsbyer, som arbejder med helhedsplaner, og de konkrete tiltag kan med lokal tilpasning nemt overføres – aktiviteter til unge og bænke til gamle er eksempler på den slags borgernære projekter, der er brug for alle steder. ■

**LUDLOW MARCHES FOOD
AND DRINK FESTIVAL ER
BLEVET GENNEMFØRT
HVERT ÅR SIDEN 1995 OG
VAR DET FØRSTE FARMERS
MARKET I ENGLAND**



**DER ER STILLE
PÅ LANDET, OG
DET ER GODT.
CAMPAIGN TO
PROTECT RURAL
ENGLAND
KÆMPE FOR
AT BEVARE
STILHEDEN**

NATIONAL MAP WITH 2001 REGIONAL BOUNDARIES



Reproduced courtesy of the
Campaign to Protect Rural England.
Revised edition 2007.

Crown copyright. All rights reserved.
The Countryside Agency 2006. Licence 100018881.

TRANQUILITY MAP

STILHED SOM POTENTIALE

Interesseorganisationen Campaign to Protect Rural England har i disse år fokus på stilheden som ressource. En ressource, de finder truet i et England, der i mange år har været præget af nybyggerier, nye vejføringer, flere biler og øget lufttrafik. De finder det afgørende, at der gøres en indsats for at fastholde muligheden for at opleve fred og ro, i en tid hvor stressrelaterede sygdomme bliver stadig mere almindelige. Derfor indledte de i 2006 en kampagne, der skal bidrage til at sikre Englands stille områder.

Ambitiøs kortlægning af stilhed

Startskuddet til kampagnen var en forskningsrapport, som foreningen havde fået en række forskere fra Newcastle University til at udføre. Som en del af rapporten udarbejdedes et komplet stilhedskort over England, hvor landet er inddelt i kvadrater af 500x500 meter, som er kategoriseret efter, hvor sandsynligt det er at opleve stilhed. Ved hjælp af først en række kvalitative og derefter 1300 kvantitative interviews fandt forskningsgruppen frem til 44 faktorer, der har indflydelse på, at et område opfattes som stille. Der er både tale om faktorer, der styrker (såsom skove, åbne landskaber og floder) og modvirker (såsom veje, lufthavne og beboelse) oplevelsen af stilhed. Kortet er udarbejdet som GIS (geografisk informationsanalyse), hvor de faktorer, forsknings-

holdet fandt frem til, er flettet sammen med eksisterende rumlige data. Der er derfor ikke tale om aktuelle decibelmålinger på de enkelte steder, men i stedet en beregning af sandsynligheden for at opleve stilhed.

Skal bruges i fysisk planlægning

Rapporten kan downloades fra projektets hjemmeside, hvor man også kan lytte til små bidder af stilhed. Brændingen ved en kyst, biers summen, vandfald, vindens susen i træerne og fuglefløjt. Ambitionen med rapporten og hjemmesiden er at påvirke den politiske dagsorden og at arbejde for, at selve kortet og dets metodologi bliver inddraget i den fysiske planlægning på forskellige niveauer, fra regeringen til lokale planlæggere. Begejstringen var da også stor fra Campaign to Protect Rural England, da ministeren fra Department for Environment, Food and Rural Affairs i 2008 besluttede, at der skulle laves detaljerede aktionsplaner for at reducere støjforurening, og at udpegede stilleområder skal nyde særlig beskyttelse. Motivationen for arbejdet er ifølge Campaign to Protect Rural England, at stilhed både er grundlæggende for vores sundhed, og at det er en ressource for disse områders udvikling – stilhed kan ifølge Campaign to Protect Rural England både tiltrække turisme og bosætning til landdistrikterne. ■

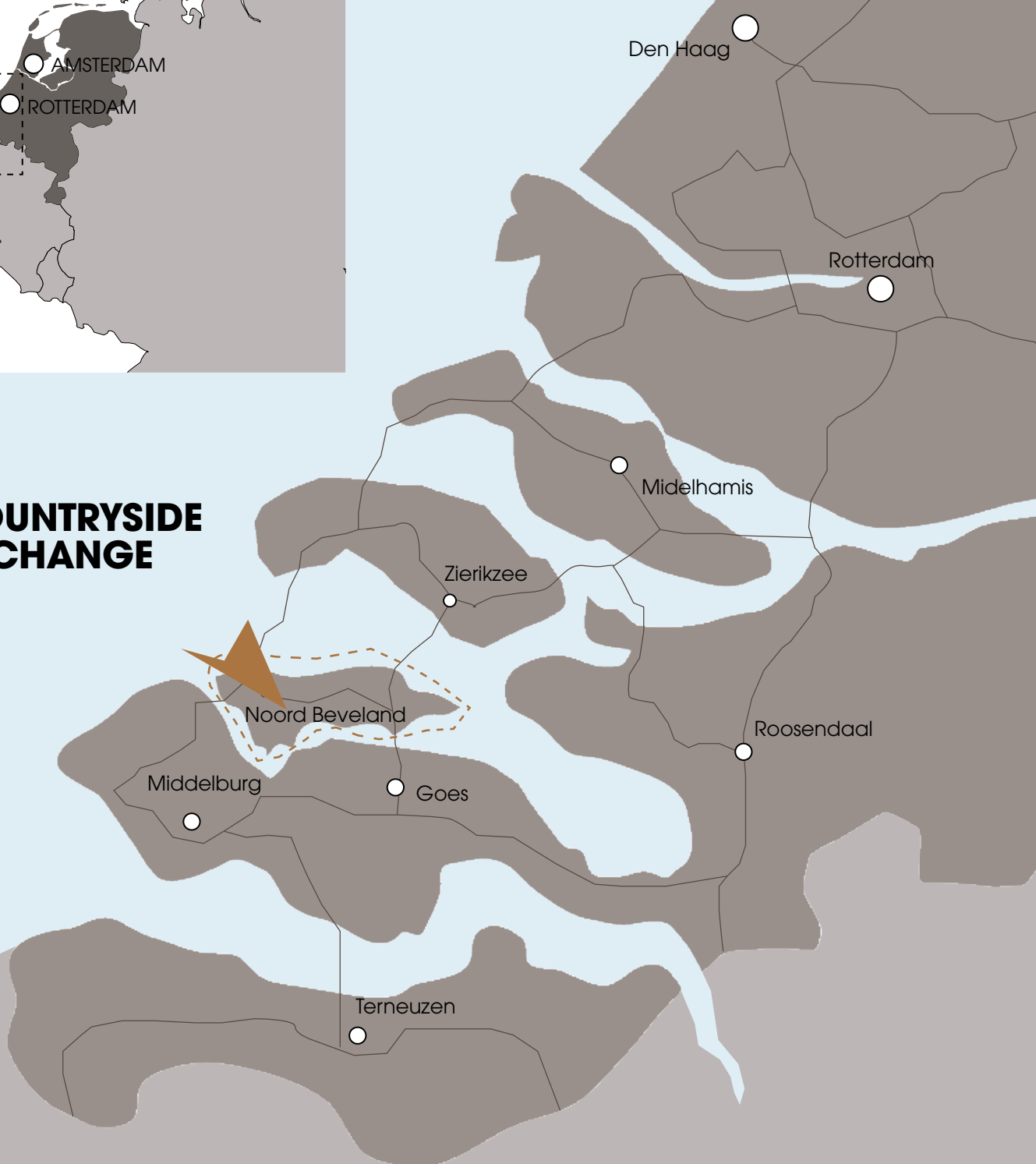


**FRISKE ØJNE KAN
GIVE NYE
PERSPEKTIVER.
I NOORD-
BEVELAND
INVITEREDE MAN
ET HOLD
INTERNATIONALE
EKSPERTER TIL AT
GIVE INSPIRATION
TIL EGNENS
UDVIKLING**

HOLLAND



COUNTRYSIDE EXCHANGE



COUNTRYSIDE EXCHANGE

NYT BLIK PÅ DET VELKENDTE

I det sydvestlige Holland inviterede lokalbefolkningen i 2003 otte landdistriktseksperter indenfor. De havde ikke på forhånd kendskab til kommunen, og i løbet af de otte dage, de tilbragte dér, så de stedets potentialer med friske øjne. Metoden hedder countryside exchange og har været afprøvet mere end 100 gange i USA og Storbritannien. I Holland var det imidlertid det første af sin slags og ledte frem til en række konkrete strategiske anbefalinger, som kommunen og lokalbefolkningen siden har bygget videre på, og som samtidig betød en generel ændring i samspillet mellem lokalbefolkning og kommune.

Et yderområde i et tæt befolket land

Holland udgør med sit samlede areal på 33.883 kvadratkilometer cirka to tredjedele af Danmarks størrelse, men befolkningstallet er på cirka 16,4 millioner – omtrent det tredobbelte af det danske. Det giver umiddelbart en forestilling om et land, der er så tæt befolket, at der ikke er plads til yderområder og de problematikker, som i øjeblikket præger den internationale landdistriktsdebat. Øen Noord-Beveland er en af Hollands undtagelser. Øen betragtes som et yderområde, fordi de primære erhverv er landbrug, fiskeri og turisme, og fordi øen samtidig ligger uden for pendlingsafstand til de større byer.

Turismen er områdets primære indtægtskilde, hvilket afspejles af det faktum, at øens 7.000 fastboende indbyggere på solskinsdage i højsæsonen må dele øen med omkring 35.000 turister. Turismen er imidlertid koncentreret på øens vestkyst, hvilket giver en økonomisk skævvridning i forhold til øens centrale og østlige egne, der fortsat er afhængige af landbrug og fiskeri.

Siden stiftelsen i 1999 har det derfor været må-

let for den lokale gruppe af ildsjæle i Sociëteit Noord-Beveland at forbedre levevilkårene for lokalbefolkningen. Initiativerne var ganske små, indtil gruppens leder Aly Wisse i 2003 fulgte en opfordring i nyhedsbrevet fra organisationen Educational Training Consultants Foundation, som arbejder for at støtte kompetenceudvikling i både udviklingslande og – som i Holland – landdistrikter. I nyhedsbrevet opfordrede organisationen hollandske landdistrikter til at indgå i et samarbejde om at blive vært for Hollands første countryside exchange.

Facilitering af et nyt syn

Countryside exchange startede i USA som en idé om at etablere et tværdisciplinært samarbejde mellem eksperter, der kan yde professionel rådgivning til landdistrikter. Det udviklede sig til en forening med fokus på at bevare, forvalte og udvikle kulturelle, naturmæssige og rekreative ressourcer.

Countryside exchange er konstrueret som en vind-vind-situation: En gruppe af eksperter indgår i et tværfagligt samarbejde, hvor de ved hele tiden at prøve kræfter med nye steder, udfordringer og fagligheder får mulighed for at udvikle sig fagligt og samtidig styrke deres netværk. De berørte lokalområder får gratis professionel rådgivning og en ny vinkel på deres udviklingspotentialer.

Ekspertholdets opgave er at identificere udfordringerne i lokalområdet, diskutere strategier og handlingsplaner og komme med konkrete anbefalinger, som den lokale komité kan bruge som redskab til at styre forandringsprocessen. Foreningen, der står bag countryside exchange, råder over en bred skare af eksperter, hvorfra med-→



lemmer udvælges til specifikke opgaver, alt efter deres kompetencer og i forhold til de spørgsmål værtsområdet stiller. Projektet er som udgangspunkt drevet af idealisme. Ekspertterne arbejder gratis og betaler nogle gange selv udgifterne til rejsen. Værtsområderne skal til gengæld stille overnatning, mad og lokal transport til rådighed.

En countryside exchange starter med, at et lokalområde tager kontakt til organisationen for at arrangere en udvekslingsuge. I lokalområdet dannes en bredt sammensat komité med borgere, embedsfolk og institutioner. Derefter tager ekspertholdet, som er udpeget af den centrale organisation, på besøg i værtsområdet og tilbringer en uge for at få en fornemmelse af områdets særlige karakteristika og potentialer. Når ugen nærmer sig sin slutning, har ekspertgruppen formuleret sine anbefalinger til en strategi for området, som det herefter er lokalsamfundets ansvar at forfølge.

Countryside exchange-programmet har været en succes, og initiativgruppen fra USA og England har igennem de sidste 20 år udviklet sig til nu også at rumme deltagere fra Canada, Holland og Tyskland. Mere end 800 eksperter har været involveret i countryside exchanges i over 100 lokalområder i USA, Canada, Japan og Europa.

Tog udfordringen op

Noord-Beveland blev valgt til pilotområde i Holland, og Sociëteit Noord-Beveland blev udpeget som den lokale organisationskomité. Gruppens primære opgave frem mod selve udvekslingen var at skaffe sponsorer til kost, logi og mødefaciliteter. Derudover skulle gruppen og Educational Training Consultants Foundation i fællesskab finde de mest relevante spørgsmål, der lagde sig op ad de enkelte eksperters fagligheder. Med titler, der spændte fra rådgivere over professorer til specialister, og med en bred vifte af sociale, økonomiske og tekniske fagligheder var der tale om en bredt sammensat ekspertgruppe.

Ekspertgruppen endte med at bestå af to amerikanere, tre briter og tre hollændere og blev afviklet i september 2003. I løbet af de otte dage, udvekslingen varede, deltog det internationale eksperthold i rundture, diskussioner, møder og individuelle samtaler med myndigheder og bor-

gere. I alt mødtes de otte eksperter med mere end 100 lokale i løbet af udvekslingen. Da ugen var omme, præsenterede de deres strategi og anbefalinger ved et møde, hvor 150 af øens indbyggere deltog. Herefter var det komitéens ansvar at realisere anbefalingerne.

Anbefalingerne

Ifølge ekspertgruppen er en af områdets udfordringer, at selvom borgerne i Noord-Beveland sætter stor pris på regionens landskab, ro og åbne vidder, er det ikke noget, de er specielt stolte af eller betragter som en ressource. Eksperttholdet anbefalede derfor, at naturværdierne i området blev synliggjort og markedsført målrettet. Det har ført til etablering af foreningen Promotion Colijnsplaat-Kats. De afholder blandt andet et marked, hvor lokale producenter sælger deres produkter hver torsdag formiddag i juni, juli og august. Der sælges vin, kød, grøntsager, oste med mere. Halvdelen af de besøgende er lokale, og den anden halvdel er turister. Markedet deler faciliteter med den ugentlige fiskeauktion, der bruger stedet hver torsdag eftermiddag. I forbindelse med markedet har gruppen derudover etableret en hestevognsservice mellem den nærmeste landsby og markedet. Hele grundlaget for dette projekt udsprang af en konkret idé fra en af eksperterne, Joe Elle, der i mange år har organiseret farmer markets i New York.

Foreningens seneste projekt er et saltvandsakvarium på havnen, hvor børn kan se og røre de fisk fra Nordsøen, som fiskerne bringer hjem. Gruppen afholder derudover ti gange om året en debataften i auktionshallerne. Emnerne skifter, efter hvilke eksperter der er til rådighed, og debataftenen koster 30 euro inklusive en fiskemiddag, hvoraf foreningen får 2,5 euro, som – sammen med de 5,5 euro de tjener på hver af de såkaldte Pearl of the Oosterschelde-muslingeskaller, der sælges til turister – udgør foreningens økonomiske grundlag.

En anden anbefaling kom fra den irske deltager i ekspertgruppen, der med spørgsmålet: "What's on your T-shirt?" pointerede, at øen manglede en samlende identitet. Det blev startskuddet til, at en gruppe udarbejdede reklamemateriale og samlede de mange delprojekter i et nyt fælles logo for Noord-Beveland. Logoet og reklamemateria-

let bliver formidlet via en ny hjemmeside for områdets turisme, hvor besøgende kan booke hoteller og restauranter og få et overblik over områdets attraktioner. Noord-Beveland-logoet har i øvrigt senere fået en søster hos øens bedste slagtere og restauranter i det tilsvarende Noord-Beveland-logo, der viser, at lammekødet er lokalt produceret. En af anbefalingerne fra ekspertpanelet var at gøre sæsonen længere og bredere, hvilket Noord-Beveland er et forsøg på at imødekomme. Således er det lykkedes at kunne tilbyde lammet året rundt ved nøje at planlægge årets slagtninger.

Et pilotprojekt med generelle erfaringer

Countryside exchange-projektet i Noord-Beveland var et pilotprojekt, der i høj grad var båret af lokalt engagement. Marieke Koot fra Educational Training Consultants Foundation, der er sekretariat for countryside exchange i Holland, fortæller, at projektet i Noord-Beveland fortsat udvikler sig, idet der fortsat blomstrer nye initiativer og samarbejder op i lokalsamfundet. På et mere generelt plan har Marieke Koot udviklet en opskrift på en succesfuld countryside exchange, som kort oprids de vigtigste elementer:

WHAT YOU NEED:

- » Penge til overnatning, mad, transport
- » Tid (seks til ni måneder)
- » Et afgrænset område
- » En problematik

WHO YOU NEED:

- » En lokal komité, som er vært
- » Ejerskab fra offentlige myndigheder
- » Et eksternt sekretariat
- » Ekspertes udefra

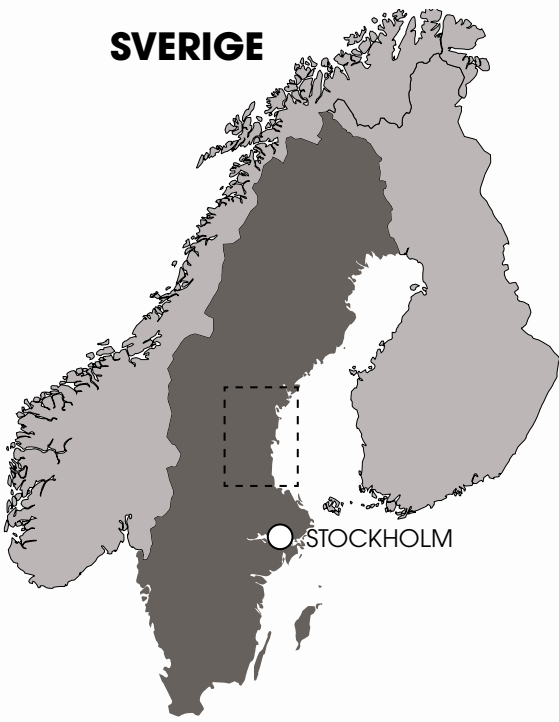
Disse ingredienser skaber rammen om et arrangement, der kan give et nysgerrigt, undrende og friskt blik udefra. Et blik, der – hvad enten det opnås igennem countryside exchange eller på en helt anden måde – kan gøre en stor forskel, fordi det er uvildigt og ikke er bundet af traditioner og vaner.

Bred forankring i fokus

Den simple opskrift fortæller samtidig historien om en veludviklet metode, der har skabt rammerne om mere end 100 besøg af mere end 800 eksperter. De anbefalinger, som udvikles af eksperterne, kan både have karakter af opgaver, der bør løftes af de nedsatte lokale komitéer, men kan også være på et strategisk niveau, hvor større aktører bør involveres. Derfor bør det altid overvejes, hvordan ikke blot lokale aktører, men også kommune og regionale myndigheder kan inddrages i projektet fra starten. Der er dog tale om en hårfin balance, idet netop aktiveringen af de lokale sociale ressourcer er det, der af de involverede i Noord-Beveland betragtes som det primære resultat. ■

**YDERST I
SKÄRGÅRDEN
ER EN FYRBOLIG
BLEVET ET AF
SVERIGES MEST
POPULÆRE
VANDREHJEM.
PÅ HÖGBONDEN
KAN MAN "TA
DET LUGNT OCH
NJUTA AV LIVET"**

SVERIGE



STOCKHOLM

Umeå

Ornsköldsвик

Sundsvall

HÖGBONDEN

Gävle

HÖGBONDEN

YDERST, SMUKT OG POPULÆRT

Högbonden ligger afsides, længst ude i Skärgården ved den svenske østkyst. Efter et forlis i 1902 påbegyndtes byggeriet af et fyr på den 60 meter høje øde ø, og efter fyret blev tændt i 1909, var det hjemsted for en fyrmester, hans medhjælpere, deres familier og en overgang til lige en lærerinde. Fyret blev tændt i 1909, og da der var flest, boede der 21 personer på øen. I 1963 flyttede den sidste, efter at fyret var blevet automatiseret.

Ombygning til vandrehjem

Ud over vedligeholdelse af selve fyrtårnet fik stedet herefter lov at passe sig selv indtil 1986. Det år begyndte Länsstyrelsen istandsættelse af fyrboligen, i forbindelse med at øen blev del af Höga Kust-naturreservatet – et naturreservat, som er på UNESCO verdensarvs-liste. Med istandsættelsen skabte Länsstyrelsen også grundlaget for et af de mest populære vandrehjem i Sverige. I sæsonen fra maj til midten af oktober er vandrehjemmet, som ligger i den tidligere fyrbolig, for det meste fuldt booket. Der er ikke meget at lave,

men maden er god, man kan låne en bog, lære om øens historie i det lille hjemmelavede museum og ellers nyde stedet, naturen, udsigten og roen.

Stilheden som ressource

Hvorfor er vandrehjemmet så populært? På vandrehjemmets hjemmeside forklarer værterne det selv på denne måde: "På Högbonden finns den sällsynta möjligheten att bara ta det lugnt och njuta av livet. Omgiven av öns fascinerande landskap med trollskog och raviner kan du smaka på den tystnad och stillhet som sinnet behöver. På samma gång bjuder strövtågen på både äventyr och spänning för stora och små fötter."

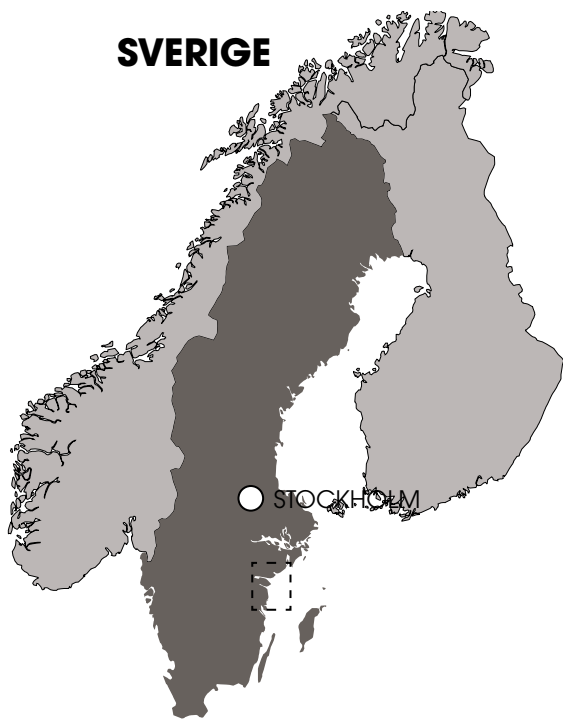
Högbonden er endnu et eksempel på, at mange gerne rejser langt for at opleve et særpræget sted på dets helt egne præmisser. Suppleret med godt værtskab, hjemmebagt kage og mulighed for at fordybe sig i stedets historie og natur er stilheden på Högbonden blevet en eftertragtet oplevelse. ■



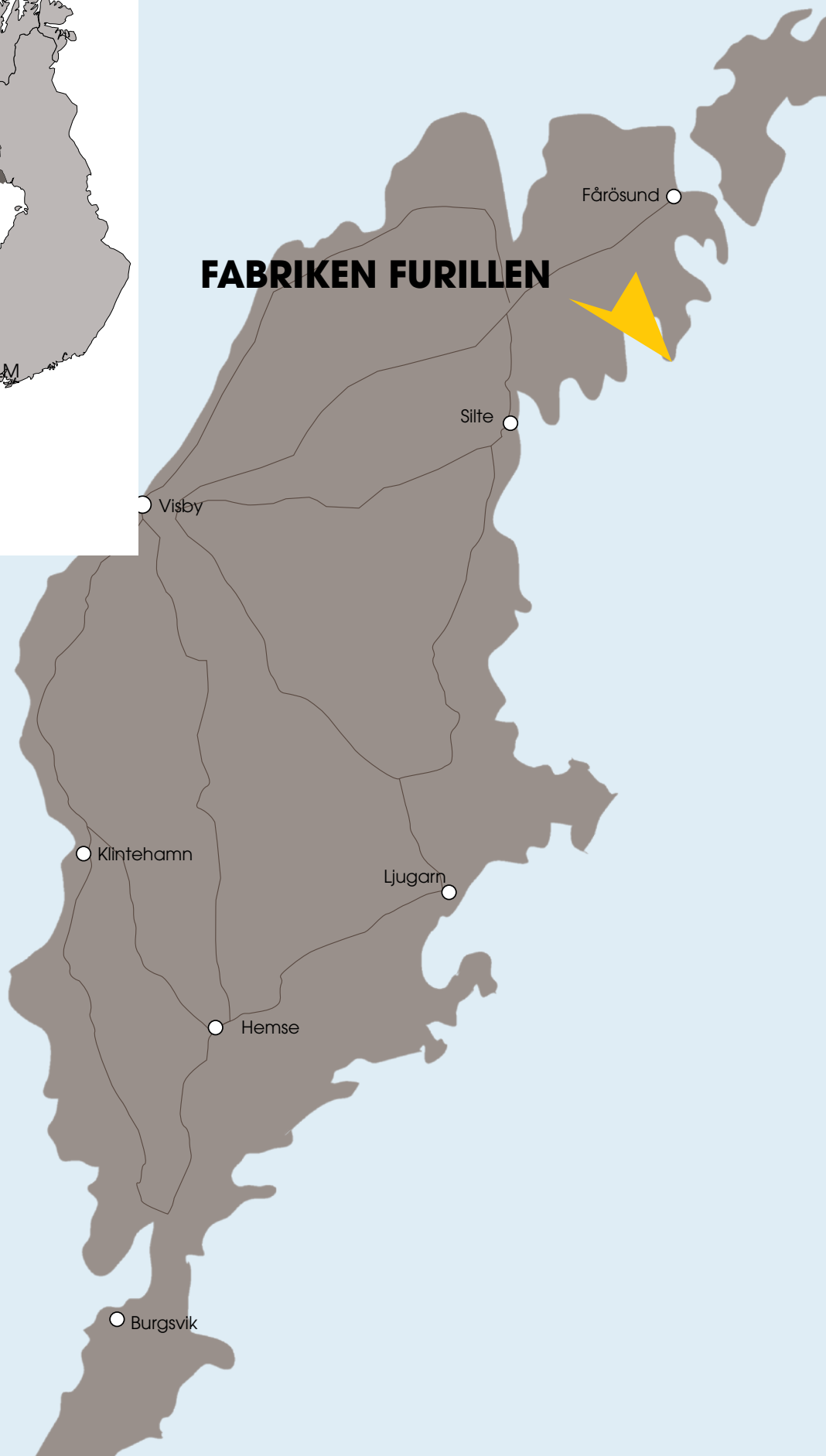


**I ET KALKSTENS-
BRUD PÅ DEN
FJERNESTE DEL AF
GOTLAND HAR EN
FOTOGRAF SKABT
ET AF SVERIGES
MEST EKSKLUSIVE
HOTELLER**

SVERIGE



FABRIKEN FURILLEN



Fårösund

Silte

Visby

Klintehamn

Ljugarn

Hemse

Burgsvik

FABRIKEN FURILLEN

FRA GRIM INDUSTRI TIL EKSKLUSIVT HOTEL

På den fire kvadratkilometer store ø Furillen, nord-øst for Gotland, har stenindustrien i århundreder været toneangivende. Men for 35 år siden blev der sat punktum for den æra – kalkstensbruddet blev nedlagt for herefter at blive forladt.

En fotograf kommer forbi

Således lå stenbruddet hen uden ny funktion, indtil den dag hvor fotografen Johan Hellström fra Göteborg øjnede mulighederne og de uudnyttede potentialer ved det dramatiske landskab og de efterladte industribygninger. Hellström solgte sin bolig i Göteborg og flyttede med kone og børn til kalkstensbruddet, hvor han omdannede den tomme industriruin til et fashionabelt designhotel.

Hellström var blandt andet inspireret af det berømte ishotel i Jukkasjärvi i det nordligste Sverige, hvor den mest markante ressource på stedet – is – er blevet udgangspunkt for og i bogstavelig forstand byggesten i et helt unikt hotel. I stedet for at skjule og modarbejde stedets rå og ufrugtbare udseende var det Hellströms idé at ændre opfattelsen af stedet ved at opbygge et hotel, der supplerer de rå rammer med det ypperste design, velsmagende mad og eksklusiv service. Hotel Fabriken Furillen åbner for en ny opfattelse

af stenbruddet – det er ikke længere forladt, øde og ufrugtbart, men fascinerende, kraftfuldt og tankevækkende.

En helt særlig destination

Oprindeligt var det Johan Hellströms idé, at hotellet skulle være målrettet fotografer, som kunne bruge de spektakulære rammer til fotooptagelser. Der gik dog ikke lang tid, før den stigende interesse for stedet fik Hellström til at målrette sig mod en bredere og endnu mere økonomisk eksklusiv målgruppe. Satsningen er lykkedes. I dag beskæftiger hotellet 10 personer om vinteren og det dobbelte om sommeren, hvor der også kommer mellem 200 og 400 gæster pr. weekend for at spise på hotellet.

Både ishotellet i Jukkasjärvi og Hotel Fabriken Furillen er udtryk for en turisme, hvor hotellet i sig selv bliver den oplevelse, man rejser efter. Furillen ligger ikke specielt centralt for en rundtur på Gotland, og selvom der er mulighed for at spille golf tæt på, er det snarere hotellets arkitektur, design, historie, dets ro og placering i landskabet, der tiltrækker gæsterne. På sin vis kan det ses som en ny udgave af 1800-tallets store badehoteller, der også kombinerede luksus og naturoplevelse og blev til destinationer i sig selv. ■



ILLUSTRATIONER

- 13: Keven Law
 - 16: Nicholas A. Tonelli
 - 23: Andreas Hagman, Projekt Hälsingegårdar
 - 26: ©iStockphoto.com/maxhomand
 - 33: Derek Speirs
 - 37: Paul Tomlin
 - 41: Modellregion Altmark Kopie (øverst). Modellregion Luebecker Bucht (nederst)
 - 45: ©iStockphoto.com/AnnaKaterina
 - 49: Mark Forrest
 - 53: Federica Gentile
 - 71: Photograph provided courtesy of Forestry Commission Scotland
 - 72: Ben Freeman
 - 89: www.baumkronenweg.at
 - 93: Oliver Sajons
 - 95: Werner Kothe
 - 99: Julian Ross
 - 103: Ökospeicher
 - 113: Trisurf, North West Devon LEADER+
 - 118: Spring Fling/Angus Bremner
 - 121: Spring Fling/Angus Bremner (øverst), Spring Fling/Zvonko Kracun (nederst)
 - 125: Glorious Galloway
 - 129: Alexander Kluge
 - 133: ©iStockphoto.com/aperture8
 - 137: ©iStockphoto.com/Luso
 - 142: David Merrett
 - 145: Ludlow Town Council
 - 147: Campaign to Protect Rural England
 - 149: ©iStockphoto.com/JayKay57
 - 153: Inge Fienieg (øverst), Ad Tange (nederst)
 - 158: Riksantikavråmbetet, Jan Norrman, 1988
 - 159: Tobias Olsson
 - 163: www.furillen.nu
- Øvrige illustrationer: Hausenberg

LITTERATUR OG KILDER

INTERNATIONAL INSPIRATION

Realdania, 2008: *Med udgangspunkt i stedet.*

INTRODUKTION & PERSPEKTIVET

Nielsen, Bue 2008: *Regional fordeling af bruttoværditilvæksten pr. indbygger i Danmark 1993-2006*, By- og Landskabsstyrelsen.

Johansen, Pia Heike & Karsten Eskildsen 2008: *68 landsbyer i yderområder med befolkningstilvækst i perioden 1997-2007*, By- og Landskabsstyrelsen.

Miljøministeriet 2006: *Det nye Danmarkskort – planlægning under nye vilkår.*

Miljøministeriet 2009: *Forslag til landsplanredegørelse 2009.*

OECD 2006: *The New Rural Paradigm – Policies and Governance.*

Realdania 2006: *Udvikling i landdistrikter og landsbyer.*

Realdania 2008: *Med udgangspunkt i stedet.*

Realdania 2008: *På vej i Mulighedernes Land.*

Tanvig, Hanne 2008: *International forskningsstatus – udvikling i landsbyer og landdistrikter*, Skov & Landskab.

NORGE

Kommunal- og regionaldepartementet 2005: *St.meld. nr. 25 (2004-2005). Om regionalpolitikken.*

Kommunal- og regionaldepartementet 2006: *St.meld. nr. 21 (2005-2006). Hjerte for hele landet. Om distrikts- og regionalpolitikken.*

Kommunal- og regionaldepartementet 2008: *Regionale utviklingstrekk 2007. Utrykt vedlegg til St. prp. nr. 1 (2007-2008).*

OECD 2006: *The New Rural Paradigm – Policies and Governance.*

Interview

Judith Kortgård, Kommunal- og regionaldepartementet.

Hjemmesider

Kommunal- og regionaldepartementet: www.regjeringen.no/nb/dep/krd

Kontoret for voldsoffererstatning: www.voldsoffererstatning.no

Miljøverndepartementet: www.regjeringen.no/nb/dep/md

IRLAND

Department of Agriculture, Fisheries and Food 1999: *White Paper on Rural Development.*

Department of Agriculture, Fisheries and Food 2007: *Ireland Rural Development National Strategy Plan 2007-2013.*

Department of the Environment, Heritage and Local Government 2002: *National Spatial, Strategy for Ireland, 2002-2020, People, Places and Potential.*

Department of Finance 2007: *National Development Plan 2007-2013, Transforming Ireland, A Better Quality of Life for All.*

OECD 2006: *The New Rural Paradigm – Policies and Governance.*

Pobal 2007: *The Rural Social Scheme – Making a Difference in Rural Ireland*.
 Pobal 2007: *Rural Social Scheme – Performance Indicator Report*.

Interview

Pat Moynan, Department of Community, Rural and Gaeltacht Affairs.
 Ruairí Mac Unfraidh, Department of Community, Rural and Gaeltacht Affairs.

Hjemmesider

Department of Agriculture, Fisheries and Food: www.agriculture.gov.ie
 Department of Community, Rural and Gaeltacht Affairs: www.pobail.ie
 Department of the Environment, Heritage and Local Government: www.eviron.ie
 Pobal: www.pobal.ie

ENGLAND

Department of Environment, Food and Rural Affairs 2000: *Rural White Paper. Our Countryside: the Future. A Fair Deal for Rural England*.

Department of Environment, Food and Rural Affairs 2004: *Rural Strategy 2004*.

Department of Environment, Food and Rural Affairs 2007: *Rural Development Programme for England 2007-2013*.

Dorset Strategic Partnership 2007: *Shaping Our Communities. A Toolkit to Help Community Groups Turn Ideas into Action*.

Interview

Gary Elton, Department of Environment, Food and Rural Affairs.
 Margaret Beckett, Department of Environment, Food and Rural Affairs.

Hjemmesider

Department of Environment, Food and Rural Affairs: www.defra.gov.uk

TYSKLAND

OECD 2006: *The New Rural Paradigm – Policies and Governance*.

OECD 2007: *OECD Rural Policy Reviews. Germany*.

Regionen Aktiv 2006: *So haben ländliche Räume Zukunft. Regionen Aktiv: Ergebnisse 2002-2005 und Neuer Ansatz bis 2007*.

Regionen Aktiv 2007: *Regionen Aktiv – Land gestaltet Zukunft. Phase 2 (2006/2007)*.

Übergreifende Auswertung der Abschlussberichte 2007 aus den Modellregionen.

Regionen Aktiv 2008: *So haben ländliche Räume Zukunft. Ergebnisse und Erfahrungen des Modellvorhabens Regionen Aktiv*.

Interview

Silke Stöber, Humboldt-Universität zu Berlin.

Hjemmesider

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung: www.bmvbs.bund.de

Regionen Aktiv: www.nova-institut.de/modellregionen

SVERIGE

Hela Sverige ska leva 2009: *Hållbara bygder. 26 bygder ställer om till en hållbar framtid.*

Näringsdepartementet 2007: *En nationell strategi för regional konkurrenskraft, entreprenörskap och sysselsättning 2007-2013.*

OECD 2006: *The New Rural Paradigm – Policies and Governance.*

Interview

Inger Nordmark, Glesbygdsverket.

Jan Gunnarson, Boverket.

Hjemmesider

Folkrörelsesrådet – Hela Sverige ska leva: www.helasverige.se

Hållbara Bygder: www.helasverige.se/kansli/vi-arbetar-med/haallbara-bygder

Näringsdepartementet: www.regeringen.se/sb/d/1470

Tillväxtanalys: www.tillvaxtanalys.se

Tillväxtverket: www.tillvaxtverket.se

SKOTLAND

Realdania & Ny Thisted Kommune 2006: *Ny dynamik i Danmarks yderområder.*

Scottish Government 2007: *Scotland Rural Development Programme 2007-2013.*

Scottish Government 2007: *Scottish Government's Economic Strategy 2007.*

Interview

Andrew Anderson, Highlands and Islands Enterprise.

David Henderson-Howat, Environment and Rural Affairs Department.

Hjemmesider

Highlands and Islands Enterprise: www.hie.co.uk

Scottish Enterprise: www.scottish-enterprise.com

FINLAND

Hiltunen, Mervi Johana 2004: *Second Housing in Finland – Perspective of Mobility.*

Rural Policy Committee 2007: *A Viable Countryside – Ministries' Responsibilities and Regional Development. Special Rural Policy Programme 2007-2010.*

Ympäristöministeriö 2002: *National Guidelines for Land Use.*

Interview

Anne Jarva, Ympäristöministeriö (Miljöministeriet).

Aulis Tynkkynen, Ympäristöministeriö (Miljöministeriet).

Hjemmesider

Maa- ja metsätalousministeriö (Landbrugs- og Skovministerium): www.mmm.fi

Ympäristöministeriö (Miljöministerium): www.ymparisto.fi

7STANES

Dumfries & Galloway Local Economic Forum 2003: *The Five-Year Economic Development Strategy for Dumfries & Galloway 2003-2008*.
 Forestry Commission Scotland 2007: *7stanes Mountain Bike Project – PP-presentation by Colin Williamson*.
 South of Scotland Alliance 2007: *South of Scotland Competitiveness Strategy 2007-2013*.

Interview og besøg

Colin Williamson, Forestry Commission Scotland.
 Fiona Murray, Forestry Commission Scotland, Government Department.
 Ian Barr, Dumfries & Galloway Council.
 Julie Gartner, Forestry Commission Scotland.
 Sharon Glendilling, Scottish Enterprise.
 Steven Gillespie, Centre for Research into Regional Development, Dumfries.

Hjemmesider

7stanes: www.7stanes.gov.uk eller www.7stanes.com

THE EDEN PROJECT

Eden Project 2005: *Out of Eden – The Eden Project Companion*.
 Eden Project 2007: *Annual Review 2006/2007*.
 Eden Project 2008c: *Funding Application – Growing for life*.
 HMP Dartmoor Garden Project 2007: *Progress Report: August 2005-March 2007*.
 Pearman, Hugh & Walley, Andrew 2003: *The Architecture of Eden*.
 Smit, Tim 2001: *Eden*.

Interview og besøg

Andrew Jasper, Dan James, David Rowe, Howard Jones & Juliet Rose, The Eden Project.
 Stephen Horscroft, Cornwall County Council, Spatial Planning Department.

Hjemmesider

Clay Trails of Cornwall: www.claytrails.co.uk/History
 Cornwall County Council: www.cornwall.gov.uk
 The Eden Project: www.edenproject.com

HÄLSINGEGÅRDAR

Kulturdepartementet 2007: *Mångfald är framtiden*.
 Länsstyrelsen Gävleborg 2006: Hälsingegårdar, Sweden's Next World Heritage Site?
 Olsson, Cecilia, Selinge, Inger 2002: *Man ställer ju upp för sin hembygd!*
 Region Gävleborg & Hälsingland 2009: *Hälsingland Farms*.

Interview og besøg

Birgitta Esbjörnsson, Rådgivning Hälsingegårdar Antikvarisk/Affärsmässig.
 Ingall Tengvall, Region Gävleborg.
 Jakob Silén, Skåstra.
 Roland Hamlin, Intryck Hälsingland.

Hjemmesider

Hälsingegårdar: www.halsingegardar.com

Hälsingeland: www.halsingland.com

Rådgivning Hälsingegårdar: www.lansmuseet.se/pages.asp?PageID=194

BAUMKRONENWEG

Europa-Kommissionen 2006: *Special Focus: The Future of Leader. Leader+ Magazine nr. 6 2006.*

Hjemmeside

www.baumkronenweg.at

ANNENWALDE

Interview og besøg

Martina Kanthak, Jutta Sajons & Heidemarie Kindermann, stiftere af Landfrauenverband Annenwalde.

Oliver Sajons, Næstformand for lokaludvalget i Annenwalde.

Silke Stöber, Humboldt-Universität zu Berlin.

Hjemmesider

Annenwalde by (underside hos kommunen Templin): www.templin-info.de/templin_ortsteile/annenwalde

Glashütte Annenwalde: www.glashuette-annenwalde.de

Landfrauenverband: dlv-online.de

OLD CROWN PUB

Campaign for Real Ale 2004: *Saving your Local Pub.*

Interview

Julian Ross, Old Crown Pub.

Hjemmesider

Campaign for Real Ale: www.camra.org.uk

Old Crown Pub: www.theoldcrownpub.co.uk

WULKOW

Interview og besøg

Martin Merk, medlem af Ökospeicher e.V. Wulkow.

Silke Stöber, Humboldt-Universität zu Berlin.

Hjemmeside

Ökospeicher e.V. Wulkow: www.oekospeicher.de

HAMNINGBERG

Finnmark fylkeskommune 2006: *Hamningberg. Med varsomhet som forutsetning. Prosjektplan.*

Finnmark fylkeskommune 2008: *Hamningbergprosjektet – Med varsomhet som forutsetning:*

Årsrapport for 2008 og årsplan for 2009.

Finnmarken 2009 29/8: *Alt for Hamningberg.*

Interview og besøg

Anne-Cathrine Larsen, Finnmark fylkeskommune.
 Bjørn Rune Karlsen, Hamningberg bygdelag.
 Svein Harald Holmen, Hamningberg næringsforening.

Hjemmesider

Hamningberg, Med varsomhet som forutsetning: www.ffk.no/prosjekter/hamningberg
 Hamningberg Rorbuer: hamningberg.no
 Nationale Turistveger: www.turistvegprosjektet.com

TRISURF

Europa-Kommissionen 2006: *Optimal udnyttelse af naturlige og kulturelle ressourcer. Leader+ Magazine nr. 4 2006.*
 Barrett, Stephen James 2009: *Life on the Periphery. A comparative Census Analysis of County Donegal (arbejdsrapport).*
 Trisurf 2007: *Trisurf.*
 Trisurf 2008: *The Trisurf Report. The Economic Value of Surfing in Northern Devon.*

Interview og besøg

Caoimhin MacAoidh, Donegal Local Development Company.
 Chris Farris, North West Devon LEADER+.
 Frank Kelly, Donegal Local Development Company.
 Marty McCann, Gartan Outdoor Education Centre.
 Pete Craig, Bundoran Surf Company.

Hjemmesider

Donegal Local Development Company: www.dldc.org

SPRING FLING

South of Scotland Alliance 2007: *South of Scotland Competitiveness Strategy 2007-2013.*
 Spring Fling 2007: *Spring Fling Newsletter – For Artists and Makers Opening Their Studios May 26-28, 2007.*
 UK LEADER+ 2004: *UK Leader+ Network Info-sheet – Overview of UK Rural Business Support.*

Interview og besøg

Amanda J. Simmons, Corsock Glass.
 Christine Milne, North Glen Gallery.
 Helen Voce, ERDF Art and Craft Sector Trade Development Project.
 Jason Shackleton, Laurieston House Pottery.
 Steven Gillespie, Centre for Research into Regional Development, Dumfries.
 Tom Inglehart, North Glen Gallery.

Hjemmesider

Spring Fling: www.spring-fling.co.uk

SKOTSKE TEMABYER

Dumfries & Galloway Council 2006: *Briefcase Report 2006 on Beacons.*
 Dumfries & Galloway Council 2006: *Project Initiation Document – The F.A.B. (food, Art and*

Books). *Collaborative Marketing Project*.
Visit Scotland 2007: *Glorious Galloway ... and SO much more*.

Hjemmesider

Castle Douglas Food Town: www.cd-foodtown.org
Glorious Galloway: www.gloriousgalloway.com
Kirkcudbright Artist's Town: www.kirkcudbrightartiststown.co.uk
Theme Town Walks: www.gallowaywalking.co.uk/themedd.asp?ID=43
Wigtown Book Town: www.wigtown-booktown.co.uk

URLAUB IM GUTSDORF

Europa-Kommissionen 2006: *Optimal udnyttelse af naturlige og kulturelle ressourcer. Leader+ Magazine nr. 4 2006*.

Interview og besøg

Anette Böck-Friese, Planchef Müriz.
Berthold Meyer, Borgmester Bollewick.
Manfred Achtenhagen, Gutshaus Ludorf.

Hjemmesider

Bollewick SCHEUNE: www.scheune-bollewick.de
Gutshaus Ludorf: www.gutshaus-ludorf.de
Urlaub im Gutsdorf: www.gutsdorf.de

PORTUGAL RURAL

Europa-Kommissionen 2006: *Optimal udnyttelse af naturlige og kulturelle ressourcer. Leader+ Magazine nr. 4 2006*.

Interview

Elsa Nevez, Portugal Rural.

Hjemmeside

Portugal Rural: www.portugalrural.com.pt

LUDLOW

Interview og besøg
Giuseppe Manaserro, Bra Kommune.
Graeme Kidd, Cittaslow Ludlow.

Hjemmesider

Cittaslow: www.cittaslow.net
Cittaslow Ludlow: www.cittaslowludlow.org.uk
Cittaslow Charter: www.cittaslow.org.uk/images/Download/cittaslow_charter.pdf
Ludlow: www.ludlow.org.uk
Ludlow Food Festival: www.foodfestival.co.uk
Ludlow Spring Festival: www.springevent.org.uk

TRANQUILITY MAP

Campaign to Protect Rural England 2006: *Saving Tranquil Places*.

Interview

Graham Willis, Campaign to Protect Rural England.

Hjemmeside

Campaign to Protect Rural England: www.cpre.org.uk/campaigns/landscape/tranquillity

COUNTRYSIDE EXCHANGE

Europa-Kommissionen 2006: *Special Focus: The Future of Leader, Leader+ Magazine nr. 6 2006*. Sociëteit Noord-Beveland 2003: *Countryside Exchange, Noord-Beveland*.

Interview og besøg

Marieke Koot, ETC Adviesgroep Nederland.

Hjemmeside

Countryside Exchange, Holland: www.countryside-exchange.nl

HÖGBONDEN

Nordisk Ministerråd 2004: *Historisk kystkultur – en ressource i nutiden*.

Hjemmeside

Högbonden: www.hogbonden.se

FABRIKEN FURILLEN

Convernet 2003: *Redevelopment in Municipalities/Regions Heavily Dependent on the Military*.

Interview

Johan Hellström, Fabriken Furillen.

Hjemmeside

Fabriken Furillen: www.furillen.nu

DER SKER NOGET NYT UDE PÅ LANDET

Tomme huse, skolelukninger og fraflytning er de klassiske overskrifter på historier fra landdistrikter og yderområder. Men der er også andre, mere positive historier, som hver dag skabes af virkelystne borgere, initiativrige virksomheder og ambitiøse planlæggere.

Igennem 25 fortællinger fra ti forskellige lande videregiver denne bog erfaringer fra projekter og indsatser, som har skabt udvikling trods dårlige odds. Eksemplerne viser, hvordan udvikling kan skabes på baggrund af de kvaliteter, som er på stedet, og hvordan kvaliteterne kan udvikles i samarbejde mellem borgere, erhvervsliv og myndigheder.

Målet med de mange positive historier er at inspirere til en åben debat, hvor landdistrikterne ikke ses som fattige udgaver af storbyerne, men som områder med særlige kvaliteter, der giver mulighed for andre typer udvikling.

Bogen er udgivet af Realdania som led i partnerskabsprojektet Mulighedernes Land og er rettet mod borgere, erhvervsdrivende, politikere, studerende, kommunale planlæggere, arkitekter, sociologer og andre, der interesserer sig for udvikling i landdistrikter og yderområder.

