



Emne: Outdoorstrategi / Oplevelsesplan

- Geografi:** Omfatter hele Kolding Kommune.
- Indhold:** Udstikker rammerne og peger på optimeringsmuligheder for oplevelser udendørs i naturen herunder åbne pladser og parker i byen.
- Planen rummer oplevelser om natur, motion og sundhed, kultur og kulturmiljø.
- Udpeger kommunikationsstrategi så oplevelserne når ud til brugerne – så de kan opleve dem men også være med til at etablere dem.
- Tilgang:** Projektgruppens udgangspunkt har været at oplevelsesplanen ikke blev en tyk rapport, som kun blev læst af det professionelle niveau. Idéerne i oplevelsesplanen skal helt ud til brugerne, da det i høj grad også er dem, der skal være med til at udleve planen. Et eksempel herpå er MTB-klubben som lige nu er ved at etablere et MTB-spor i Marielund, hvor By- og Udviklingsforvaltningen bidrager med materialer og i dialog med klubben finder en placering, som tilgodeser alle brugerne i Marielund.
- Projektgruppen har i forbindelse med udarbejdelse af planen et samarbejde med konsulenter i oplevelsesøkonomi fra Niras samt konsulenter fra Imageconsult.
- Planen**
- Hotspots:** Outdoorstrategien / oplevelsesplanen består af en identificering og prioritering af områder med særlig oplevelsespotentiale (hotspots). Det kan for eksempel være oplevelser om-

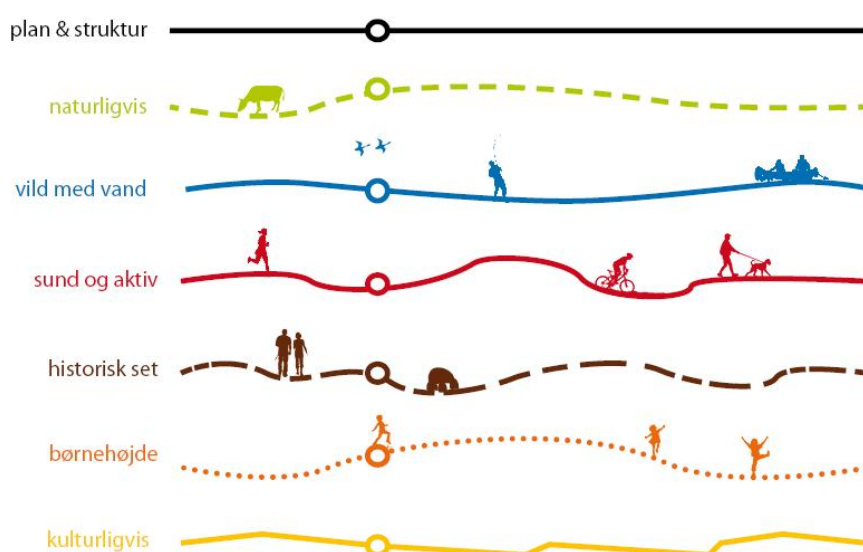


kring kulturmiljø, fortællinger og sagn, fysisk udfoldelse, natur eller et særligt flot landskab. Stederne rummer ofte oplevelser af forskellig karakter. Stederne og deres oplevelsespotentialer beskrives. Idéer til optimering af oplevelserne og finansieringsmuligheder klarlægges.

Ruter: Ud til og imellem hotspots udlægges oplevelses- eller temaruter der er med til at forbinde og øge synligheden af besøgsstederne i landskabet.

Oplevelsesbånd: Planen inddeler som led i kommunikationsstrategien de enkelte oplevelser i en række oplevelsesbånd målrettet forskellige målgrupper som illustreret nedenfor. Oplevelsesområder og oplevelsesruterne er illustreret ved det sorte bånd "plan og struktur". Den enkelte oplevelse kan forekomme i flere bånd fx vil kanosejllads på Kolding Å både hører under temaet "vild med vand" og "sund og aktiv".

En række af de bedste oplevelser beskrives på små aktivitetskort, der kort beskriver oplevelsen og hvor den findes. Kortene kan efterfølgende hænges på en "oplevelsestavle" der står ved Visit Kolding, på bibliotekerne og andre knudepunkter. Her kan man så tage et sæt kort af forskellige oplevelser, som man har lyst til at se nærmere på.





Hjemmeside/
Mobilsite

Som subsite til kommunens hjemmeside opbygges en ny oplevelsesportal "Kolding Naturligvis". Her kan man finde oplysninger om arrangementer, naturture, cykelruter, vandreture og få gode idéer til aktiviteter udendørs. Det handler i høj grad om at samle og synliggøre det allerede eksisterende udbud af oplevelser, som i dag er at finde på forskellige sider på kommunens nuværende hjemmeside, hos Visit Kolding og mange andre steder.

Kommunens nye hjemmeside er opbygget med mobilsite. Udvalgte oplysninger på hjemmesiden kan således direkte bruges ude i landskabet via mobilen ved scanning af QR koder. Oplysninger på mobilsites kan både være af oplysende art fx "må jeg overnatte i shelteren?". Det kan også være formidling i form af historier, billeder eller filmklip.

Synlighed og design:

For en succesfuld implementering af outdoorstrategien/oplevelsesplanen er det væsentligt at planen når ud til brugerne, da de som tidligere nævnt både skal udleve den og være med til at realisere den. Kolding Kommune vil desuden gerne være en tydelig afsender. Det må gerne kunne ses hvad vi tilbyder vores borgere, samt i samarbejde med andre er med til at sætte i gang.

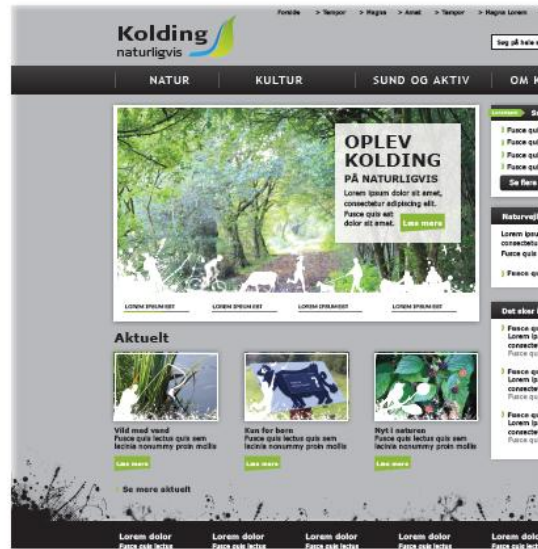
Et samlet design for oplevelser udendørs vil gøre den allerede eksisterende pallet af oplevelser meget mere synlig, og så skal det signalere oplevelser af en vis kvalitet. Et genkendeligt design giver desuden tryghed både i form af et signal om, at her må man gerne gå og opholde sig, og at her er et arrangement der er værd at bruge sin søndag på.

Med outdoorstrategien / oplevelsesplanen er der derfor fastlagt en grafisk stil, der kan benyttes i forbindelse med hjemmeside, annoncer, pjecer, aktivitetskort m.v. Det har desuden været væsentligt at det er let at gå til efterfølgende, så det kan bruges uden de store lay-out forudsætninger eller programmer.

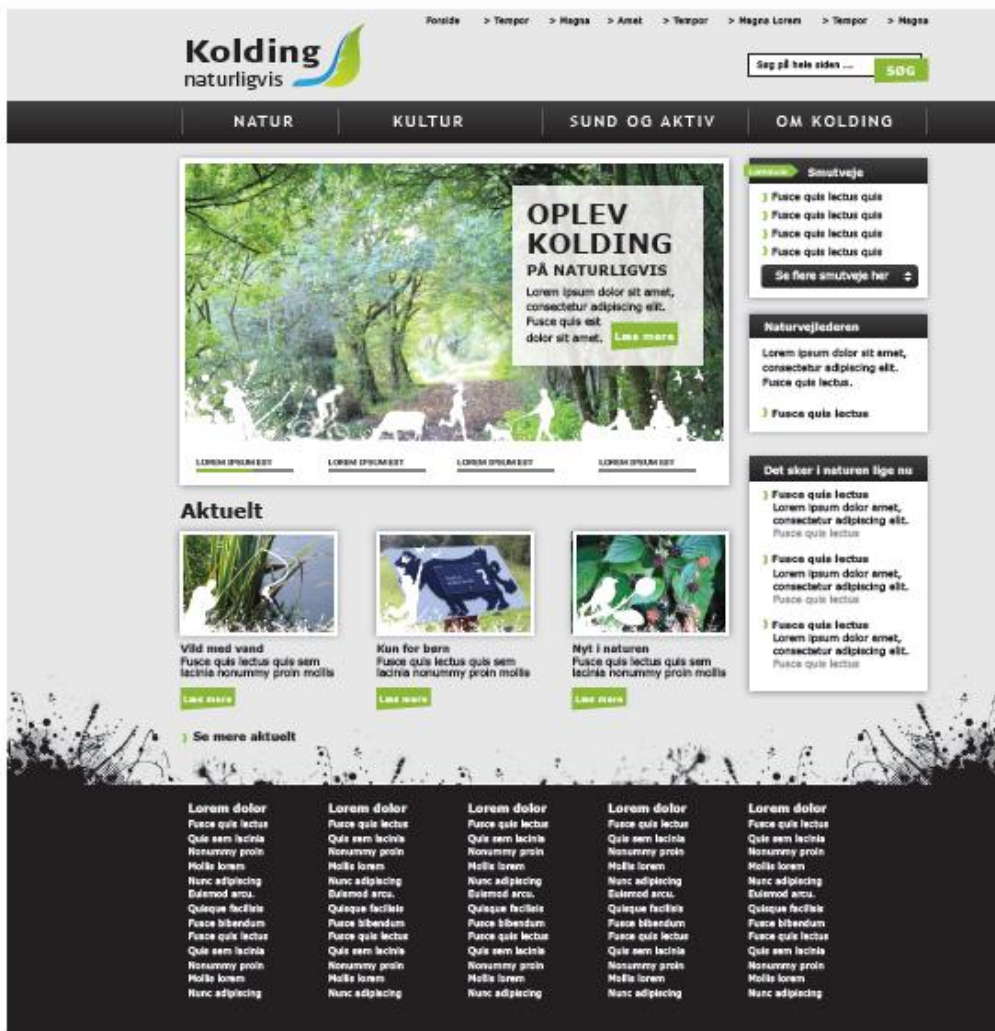
De udendørs oplevelser samles under brandet "Kolding Naturligvis". Endeligt design er ikke helt fastlagt.



Kolding
Kommune



Eksempel på mobilsite øverst samt forslag til opbygning/design af ny hjemmeside nederst.





Kolding
Kommune

Udkast til logo:



Status:

En stor del af kommunen er gennemgået for identificering og prioritering af hotspots. Områderne i den sydlige og sydvestlige del mangler. Se tabel for eksempler på hotspots. I forhold til visionerne for de enkelte oplevelsesområder er det relevant at inddrage interessegrupper og dermed give de forskellige interessenter indflydelse og ejerskab til områderne. Processen for borgerinddragelse kan være lidt forskellig for område til område.

Temaerne på oplevelsesbåndene er lagt fast. Næste skridt er design af oplevelseskortene.

I forhold til ny hjemmeside er vi nu klar til at lave et sitemap og skrive de indledende sider. Mobilsiten afventer at den er klar til indtastning fra kommunens IT-afdeling.

Der er udarbejdet en grafisk stil klar til brug.



Eksempler på hotspots:

Eksempler på oplevelsesområder - hotspots
Kolding By (parker og pladser) Identificeret men ikke kvalificeret indhold
Fjorden Identificeret men ikke kvalificeret indhold
Marielund "Den bynære skov" Eksempler på optimering: udnytte potentialet i den naturlige skov, iscenesættelse af rester fra den romantiske have, skænkebænke og tænkebænke, café i skovløberhuset drevet af frivillige som i pinsen men hele året, rumlig fordeling af interessegrupper, så der bliver plads til alle.
Harteværket og det indre Kolding Ådal "Portal til industrikultur og den iscenesatte natur"
Hylkedalen "Det sceniske aktivitetslandskab"
Troldhedebanestien og Dybvadbro Station "Cykelpicnic langs jernbanens kulturhistorie"
Ferup sø "Det transformerede naturlandskab"
Landbomuseet Kolding "Livet på landet i gamle dage"
Donssøerne "Den uberørte natur"
Seest Fritidslandskab "Det hyberaktive landskab". Arbejdende projektgruppe
Skamlingsbanken Arbejdende projektgruppe
Svanemosen Identificeret men ikke kvalificeret indhold
Skærsø, Nørremose, Husted Mose Identificeret men ikke kvalificeret indhold



Tidsplan:

Emne	2012		2012		2013		2013	
	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.
Design – Fastlæggelse af grafisk stil og brand								
Hotspots – Paradigma for identificering og beskrivelse af potentiale								
Hotspots – Beskrivelse af identificerede hotspots								
Hotspots – Spot på Seest Fritidslandskab								
Hotspots – Spot på Skamlingsbanken – med borgerinddragelse								
Hotspots – Spot på Marielund – med borgerinddragelse								
Oplevelsesruter – Kortlægning af stier								
Oplevelsesruter – Identificering og prioritering af ruter								
Hjemmeside – Færdig sitemap og udarbejdelse af indledede sider								
Hjemmeside – Udbygning med undersider								
Mobilsite – Opbygning								
Aktivitetskort – Skabelon færdig								
Aktivitetskort – Produktion af de første 10 stk.								



Kolding
Kommune