

Potentialeplan for SKAGEN som international kystferieby



VisitNordjylland.dk

-tid til at leve 



Turisthus Nord

SKAGEN | FREDERIKSHAVN | SÆBY

FREDERIKSHAVN KOMMUNE



DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid

Indhold

Nærværende materiale er udarbejdet af:

Manto A/S
Knabrostræde 30, 1. sal
1210 København K
Denmark
Phone: +45 3311 0111
CVR: 2867 2322
www.manto.dk
Kontakt:
Christa Brønd
Sarah Skov Lehmann
Helle Nysted Andersen

cbr@manto.dk +45 50 58 30 35
sal@manto.dk +45 42 22 22 77
hna@manto.dk +45 40 28 44 57

LBB3 I/S
Sørigvej 154
9982 Aalbæk
Denmark
Phone: +45 96 790 600
CVR: 3120 3392
www.LBB3.com
Kontakt:
Peter Lind-Bonderup
Hanne Lind-Bonderup

plb@LBB3.com +45 26 27 12 72
hlb@LBB3.com +45 20 96 09 61

Hvor intet andet nævnt er illustrationer udført af Manto og LBB3
og fotoarbejde udført af LBB3.

Øvrigt materiale er markeret med ✨: se side 49-50

S. 03-04	Hvorfor en potentialeplan for Skagen?
S. 05-06	Hvem står bag?
S. 07-08	Metodisk greb: De fire F'er
S. 09-10	Proces: Sådan er potentialeplanen blevet til
S. 11-12	Workshopforløb
S. 13-14	Skagen by og landskab
S. 15-16	Skagen i dag
S. 17-18	Skagboernes egne anbefalinger
S. 19-20	Turisternes Skagen
S. 21	Turisternes kendskab til Skagen i dag
S. 22	Krydstogtturisme i Skagen
S. 23-24	Skagens nye turister
S. 25-26	Fremtidens Skagen
S. 27-28	Idéer og koncepter
S. 29-30	Udviklingspotentialer
S. 31-44	Beskrivelse af syv udviklingspotentialer
S. 45-46	Evaluerings
S. 47-48	Det udleverede materiale
S. 49-50	Billedfortegnelse over billeder markeret med ✨



HVORFOR en potentialeplan for Skagen?

Turismen er et af Frederikshavn Kommunes fire vækstspor, som vi satser stærkt på, og som vi skal leve af i fremtiden.

Skagen er Danmarks stærkeste brand som kystferieby. Denne position skal vi udnytte til at tiltrække endnu flere internationale turister og øge omsætningen, og denne Potentialeplan er et vigtigt skridt på vejen. Potentialeplanen visualiserer i billeder og ord de idéer og ambitioner, som vi tror på skal til for at udvikle Skagen som international kystferieby.

Potentialeplanen er udviklet i samarbejde med borgere, foreninger og erhvervsaktører i Skagen samt Frederikshavn Kommune, Turisthus Nord og VisitNordjylland. Ikke mindst takket være jeres store indsats og gode inspiration har vi nu en lysende ledestjerne og et godt værktøj til realisering af visionen for Skagen som førende international kystferieby i Nordeuropa.

Potentialeplanen visualiserer en vision for Skagen som international kystferieby med en række ønsker for fremtidsscenarier af fysisk og turismemæssig karakter og konkrete bud på, hvilke indsatsområder, der fremover kan arbejdes med i bestræbelserne på at indfri visionen. Udviklingsgrebene i potentialeplanen bygger på fire særlige udvalgte indsatsområder: Fysik, Fortælling, Forstand og Forretning.

Potentialeplanen skal anvendes i den strategiske planlægning såvel som den praktiske og konkrete udvikling af Skagen som international kystferieby. Potentialeplanen er det fælles værktøj, der iscenesætter fremtidsvisioner og drømme for den fælles udvikling af fremtidens Skagen.

Birgit Stenbak Hansen
Borgmester

“Skagen er Danmarks stærkeste brand som kystferieby.”

HVEM står bag?

**Skagen Turismepotentialeplan
er udarbejdet i samarbejde
med følgende aktører:**

**“Potentialeplanen for
Skagen er skabt i et
samarbejde mellem
VisitNordjylland,
Turisthus Nord, Frederiks-
havn Kommune, lokale
aktører og ildsjæle samt
rådgivningsteamet
LBB3 og Manto.”**

Lokale aktører

Andreas Andreasen
Anna Lise Nymand
Ivan Bengtsen
Allan Kastor Andersen
Anne Sofie Rønne
Susanne Røntved
Chresten Sloth
Henrik Tachau
Rita Eeg
Mogens Eeg
Lean Waage Beck
Poul Bendixen
Jakob Stig
Ole Dal
Frede Gårdlund
Jacob Juhl
Mads Dyhr
Gitte Pedersen
Jørgen Olesen
Gitte Skelly
Marie Munch

Ane Bjerg Thomsen
Lisette Vind Ebbesen
Mette Hust
Hanne Aavang
Kathleen Pedersen
Jesper Blom Hansen
Freddy Jokumsen
Rikke Gandrup
Majbritt V. Bechmann
Peter Bak Andersen
Lars Illum
Karsten Hvid
Flemming B. Nielsen
Jesper Hatt
Willy B. Hansen
Jens Rosenkjær
Signe Larsen
Bettina Ifversen
Peter Andersen
Christian Mose Sørensen
Jesper Winter

Deltagere fra Frederikshavn Kommune

Lise-Lotte Stisager
Michael Jentsch
Gitte Hyttel Skrubbeltrang
Uffe Borg
Steen Heftholm
Marianne Ellersgaard
Karin Merete Rasmussen

Deltagere fra Turisthus Nord

Lene Kappelborg
Maria Groes Eldh
Anne-Sofie Geisnæs Diget

Deltagere fra VisitNordjylland

Mette Greisen Damgaard
Pennie Henriksen

**“De fire F’er var noget af det første, som blev formuleret i udviklingen af Skagens potentialeplan
“Den internationale kystferieby”.
Projektets parter har sidenhen arbejdet indgående med dem både enkeltvist og samlet, for at sikre en klar og præcis forståelsesramme for planen.”**

Metodisk greb: De fire F’er

Skagens potentialeplan bygger på fire F’er; Fysik, Fortælling, Forstand og Forretning. Hver enkelt af disse F’er er centrale for at skabe udvikling med internationale ambitioner i Skagen, men det er i sammenspillet mellem dem, at Skagens potentiale

for international vækst og udvikling skal findes. Skagens potentiale for at tiltrække flere internationale turister og markere sig på det internationale marked hænger tæt sammen med, hvordan samspillet og udviklingen sker mellem de

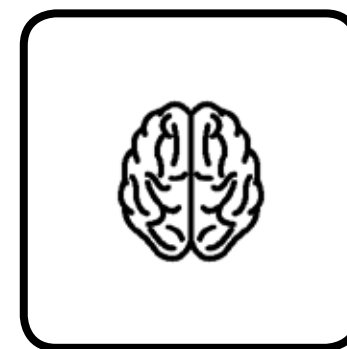
fire F’er. Lad os dykke ned i dem enkeltvis. Efter beskrivelsen af hvert F, knyttes også nogle stikord på de aktiviteter, der med fordel kan arbejdes videre med fremadrettet, hvis ambitionerne skal nås.



Fysik: I Skagen skal der være fokus på at udvikle og kvalificere byens fysiske styrker og svagheder. Det gælder i alle typer rum og landskaber fra byrum, stier og strande, og det gælder i måden gæsterne inviteres til at bruge disse rum. I potentialeplanen har vi udvalgt fysiske nedslagspunkter, hvis udvikling og opkvalificering vil styrke Skagen som international kystferieby. Fysik handler både om at udvikle og anlægge særlige fysiske fyrtårne, som vil tiltrække internationale gæster på sigt. Men fysik er også det mere nænsomme

indgreb, der kan handle om at styrke forbindelserne i byen, så turisterne oplever sammenhæng mellem attraktioner og oplevelser, mellem ankomsten og selve byen og mellem landskab og bymiljø. Den fysiske udvikling skal styrke både borgere og besøgendes oplevelse og sans for byen, samtidig med at den skal styrke kvaliteten af det byggede miljø.

Aktiviteter: Fysisk og visuel kortlægning af byen, fælles byvandring for aktører på visions-workshop.



Forstand: I Skagen arbejder aktørerne sammen og vi er kun så stærke som det svageste led. For at sikre og bevare det stærke samarbejde skal vi dele vores viden og vores kompetencer og gøre brug af dét, at vi hver især kan noget forskelligt. Verden ændrer sig hele tiden, og selvom vi befinder os på toppen, skal vi være nysgerrige, opsøge ny viden og sætte den i spil sammen. Forstand handler om at blive klogere på hinanden, på de nyeste tendenser og på, hvordan man tænker i turisternes værdikæder og i fysiske, forretningsmæssige og mentale helheder. I Skagen

vil vi tiltrække flere internationale turister for at styrke væksten. Internationale turister har særlige forventninger og krav til deres ferier – dem skal vi kende. Forstand handler derfor om at blive klogere i fællesskab gennem formel og uformel kompetenceudvikling, hvor vi styrker kvaliteten i vores produkter, oplevelser og koncepter.

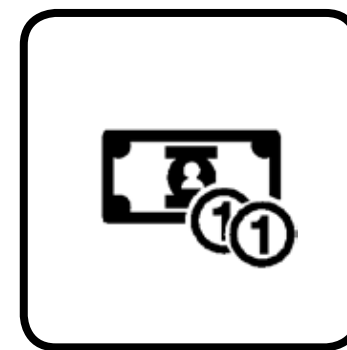
Aktiviteter: Visions- og kompetenceudviklingsforløb for aktører.



Fortælling: Der er en stærk fælles fortælling om Skagen. I dag bruges fortællingen både bevidst og ubevidst, når der skal fortælles om byen og dens mange kvaliteter. Der er et stort potentiale i, at Skagen i højere grad anvender den fælles fortælling til at sætte en ramme for byens fortid, nutid og fremtid. En stærk fortælling, der binder Skagens kulturarv, miljøer og liv sammen, vil kunne tiltrække flere internationale turister og inspirere til nye produkter, services og oplevelser. Fortællingen skal overleveres både gennem skrift og tale, og vi skal formidle den både globalt, nationalt og dele den med hinanden igen og igen. Fortællingen knytter sig til havet

og landskabet, fiskeriet og kunsten og til de store følelser som kærlighed til livet og sorg over dét at miste én man har kær til bølgenes lune. Fortællingen har sat sig mange fysiske og kulturelle spor, og kendetegner den måde, vi møder vores gæster. Det er en fortælling, der har skabt rammerne for udviklingen af Skagen gennem flere hundrede år, og det er en fortælling, som vi skaber sammen fremadrettet i udviklingen af Skagen som international kystferieby.

Aktiviteter: Research i eksisterende kilder og den forudgående proces, interviews med nøgleaktører i Skagen.

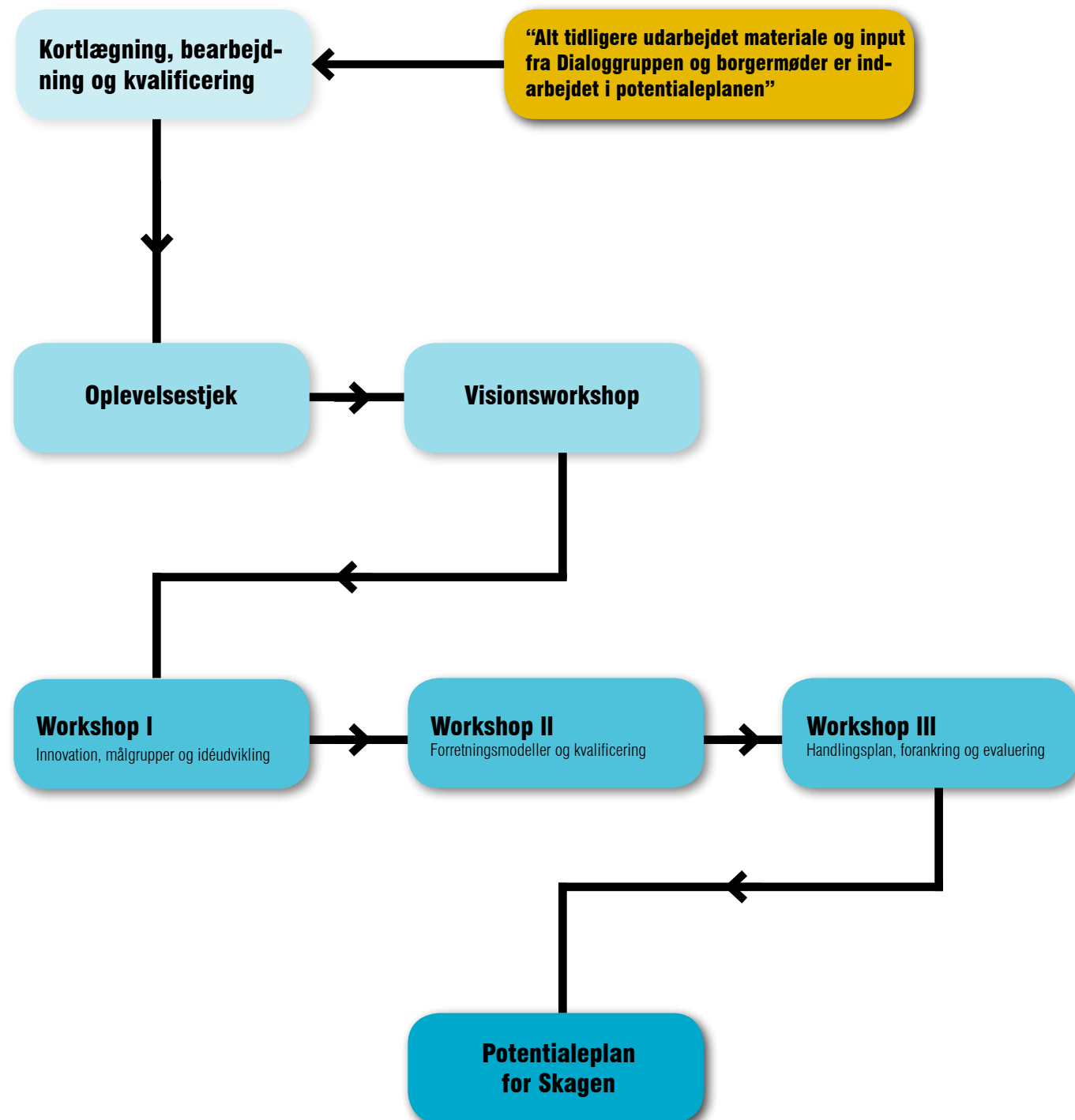


Forretning: I Skagen vil vi skabe gode forretninger og styrke væksten i både Skagen som helhed og i den enkelte virksomhed. Det gør vi ved ikke at stå stille, men altid at være vakse og parate, når behovet og muligheden for strategisk forretningsudvikling byder sig til. Vi vil sikre os, at det er en god forretning at drive virksomhed i Skagen. Forretning handler om at udvikle og udnytte de potentialer, vi har i Skagen. Det handler om at udvikle nye oplevelser og produkter, der understøtter visionen om at blive en international kystferieby både i

og uden for højsæsonen. Vi skal arbejde for at skabe flere helårsarbejdspladser, øge kvaliteten i vores produkter og udvikle stedbundne produkter, der tager afsæt i Skagens fortælling. Skagen har en stærk fortælling om havet, fiskeriet, kunsten og den omkringliggende natur. I de kommende år vil vi udvikle koncepter og produkter, der kan tiltrække de turister, der søger netop dette.

Aktiviteter: Visions- og forretningsudviklingsforløb for aktører.

Proces: Sådan er potentialeplanen blevet til



Skagens Potentialeplan er en realitet. Det skyldes en kolossal indsats fra lokale engagerede ildsjæle og Skagboer, der alle har deltaget og delt gavmildt af deres kærlighed til, viden om og respekt for Skagen. En viden, kærlighed og respekt, som vi håber vil skinne igennem til læseren af planen, og ligeledes vil kendetegne de kommende indsatser for at realisere planens dele.

Processen med at identificere og udvikle Skagens potentialer begyndte for alvor i sommeren 2012/2013 med borgermødet "Skagen som international kystferieby". Herefter har lokale borgere, erhvervsdrivende og repræsentanter fra foreninger og myndigheder løbende lagt mange kræfter i at deltage på arbejds- og dialogmøder. Her er deltagernes blikke på byen og dens fremtid blevet vendt og drejet, og vi har sammen drøftet vores tanker, holdninger og drømme for byens fremtid.

Alle de tanker, meninger og idéer, der er blevet tænkt og diskuteret i forløbet, har inspireret til den proces og de udviklingspotentialer, der er samlet i potentialeplanen, som er skabt i et samarbejde mellem VisitNordjylland, Turisthus Nord, Frederikshavn Kommune, lokale aktører og ildsjæle samt rådgivningsteamet LBB3 og Manto.

Et stærkt videngrundlag

Som del af projektet er Skagens turismemæssige og fysiske styrker og udfordringer blevet kortlagt. Kortlægningen tog udgangspunkt i alt det analysemateriale og den inddragelse, der gik forud for projektet, og bevægede sig derudover på to ben: En interviewbaseret kortlægning af lokale erhvervsaktørers oplevelse af Skagens styrker og svagheder, samt en arkitektonisk og etnografisk kortlægning af Skagen som landskabs- og oplevelsesrum med forbindelser, sammenhænge og kulturmøder. Kortlægningen blev efterfulgt af et oplevelsestjek, hvor rådgiverteamet stillede skarpt på Skagens danske og internationale turister, hvis fodspor rundt i byen, på museum og på byvandring, blev efterfulgt og gransket. Resultatet af kortlægning og oplevelsestjek blev et stærkt videngrundlag i forhold til Skagens nuværende styrker, potentialer og udfordringer – set både med de lokales, de besøgendes og med eksperternes øjne.

Deltagers visioner

I december 2013 blev der afholdt en workshop, hvor visionen for Skagen som en international kystferieby blev konkretiseret. Det var en spændende dag, hvor Skagens fortælling, stedbundne ressourcer og ambitioner gik op i en højere helhed. Byens fysiske potentialer og udfordringer blev vurderet og diskuteret. Resultatet af workshoppen blev tre bud på visioner for Skagen som international kystferieby udviklet af aktørerne. Ud fra disse tanker udviklede en række dedikerede Skagboere og erhvervs- og turismeaktører en række stærke koncepter og produkter, som Skagen i de kommende år

skal arbejde videre med. Dette arbejde har haft fokus på forretningsudvikling, innovation, ideudvikling og kvalificering af idéerne.

Innovative produkter

I løbet af vinteren 2014 afviklede rådgiverteamet i samarbejde med projektgruppen et forretningsudviklingsforløb for erhvervsaktører i Skagen. Formålet med forløbet var at udvikle konkrete produkter, der kan understøtte udvikling af Skagens internationale profil og dermed være med til at tiltrække et mere købestærkt, internationalt publikum til Skagen. Aktørerne fik afprøvet en række nye produktudviklingsredskaber til skærpelse af målgrupper, produkter og koncepter. Resultatet af forretningsudviklingsforløbet blev et konceptkatalog indeholdende flere end 40 konceptideer, produkter og oplevelser, hvoraf seks af disse blev yderligere konkretiseret og beskrevet i dybden.

Tak til alle jer, der har deltaget i projektet og bidraget med jeres dyrebare tid, engagement og ideer. Uden jeres deltagelse i visionsworkshop, byvandring og forretningsudviklingsforløb havde vi ikke haft en potentialeplan for Skagen som international kystferieby.

Workshopforløb



Cirklen viser uddrag fra deltagernes arbejde med at udvikle profiler for nye typer turister. Fire nye centrale idealtyper er udvalgt og beskrevet på side 23-24. Det er kulturturisten, fritidssejleren, naturelskeren og wellness-turisten.

Visionsworkshop: Udvikling af en vision for Skagen som international kystferieby

Vi inviterede en mindre kreds af turismeaktører til en visionsworkshop for Skagen som international kystferieby. Formålet var at udvikle fælles vision for "Det nye Skagen". Vi indledte workshoppen med en fælles pop up etnografisk byvandring iscenesat af arkitekten og etnologen udarbejdet på baggrund af den forudgående dataindsamling. Byvandringen blev gennemført som en gående fokusgruppe, hvor de fysiske og turismemæssige udfordringer og muligheder ved Skagen blev drøftet undervejs. Visionsworkshoppen var med til at skærpe fundamentet for den videre udvikling af Skagen som international kystferieby, og lagde kimen til visionstanker bag potentialeplanen.

Resultat af visionsworkshoppen:

- En række input til en vision, som gennem en videre bearbejdning blev formuleret til en fælles vision for Skagen.

Workshop I: Innovation, målgrupper og ideudvikling

Centrale aktører fra turisterhvervet, detailhandlen, erhverv, foreningsliv og lokale ildsjæle blev inviteret til en tværgående forretningsudviklingsworkshop. Formålet var at udvikle nye idealtyper for turistmålgrupper og nye ideer til koncepter, produkter, serviceydelser og oplevelser. Til sammen skal udmøntningen af disse styrke og understøtte Skagen som international kystferieby og skabe nye netværk på tværs af aktører og værdikæde.

Resultatet af workshop I:

- Nye turisttyper udviklet af deltagerne.
- Et casekatalog med over 40 konceptideer.

Workshop II: Forretningsmodeller og kvalificering af koncepter

Den anden workshop havde fokus på at løfte koncepterne yderligere, og deltagerne fik her lejlighed til at arbejde videre med forretningsmodellerne. Her var der fokus på at kvalificere koncepterne og tænke dem igennem både i forhold til, hvad der sker foran og bag "scenen".

Resultatet af workshop II:

En række gennemarbejdede koncepter.

Herunder koncepterne:

- Nye havnefaciliteter.
- Pladser i byen.
- Infotavler og international skiltning.
- White January.
- Second opinion.
- Byens bedste og Overraskende service.

Workshop III: Handlingsplan, forankring og evaluering

I den tredje workshop blev deltagerne bedt om at pitche deres ideer for hinanden og diskutere den fælles videre forankring af koncepterne. Deltagerne blev introduceret for et værktøj til planlægning af handlinger, hvis formål var at klæde deltagerne på til selv at kunne gå videre med koncepterne.

Resultatet af workshop III:

- Afslutning og forankring af koncepterne.
- Evaluering af forløbet.

Skagen by og landskab

Skagen er en stolt by, der altid har tiltrukket og fascineret mennesker. Igennem århundreder har området og byen udviklet sig i tæt samspil mellem landskabet, naturens luner, Skagboerne og det rige kulturliv. Det har givet en særlig identitet, som mange rejser efter for at opleve. Det er ikke kun danske malerkunstnere og det bedre borgerskab, der har søgt Skagen. Byen er en gammel søfartsby, der gennem mange århundreder har budt udenlandske tilreisende velkomne året rundt. Historisk har Skagboerne dermed altid modtaget tilreisende gæster, hvilket også har givet dem en stolthed over deres bys unikke kvaliteter. I dag tager Skagboerne sig stadigvæk godt af de mange besøgende og ser de mange turister som en naturlig del af byens liv og dynamik. I de kommende år vil Skagen arbejde målrettet for at styrke byen og områdets fortælling og oplevelser, så byen fremover kan byde endnu flere internationale gæster velkommen.

Siden begyndelsen af 1900-tallet har byudviklingen været med til at transformere Skagen. Byen bestod på det tidspunkt af forskellige bydele uden særlig gode forbindelsesveje. Derfor blev Skt. Laurentii Vej anlagt som hoved- og forbindelsesvej mellem de gamle bydele; Højen, Vesterby, Østerby, midtbyen Kappelborg og Gl. Skagen. Samtidig blev de i dag så ikoniske gule Skagenshuse bygget op omkring forbindelsesvejen. Arkitekter, som Ulrik Plesner og Thorvald Bindelsbøll, står bag nogle af de mest markante bygninger i Skagen. Blandt andet Skagens Museum, Skagenshusene, Brøndums

Hotel, Fiskepakhuse, Banegården og Klitgården.

I samme periode blev havnen anlagt, og siden er havnen udvidet utallige gange for at gøre plads til den voksende fiskeflåde og fiskeindustri, marinaen og krydstogtskajen. Havnen er i dag Danmarks største, målt på landinger af fisk, og er stadig en vigtig livsnerve for byen og skagboerne. Det charmerende og levende havnemiljø tiltrækker i dag mange turister, og på fin vis gentager historien sig, for også Skagensmalerne var dybt fascineret af hårdtarbejdende fiskere. Det rå og uspolerede havnemiljø kombineret med marinaen og Fiskepakhuse giver unikke oplevelser, der er svære at finde andre steder. Skagen fremstår derfor i dag som en levende og alsidig by, der rummer parcelhuskvarterer, industrihavn, stemningsfuld bymidte, sommerhusområder og naturarealer.





”Grenen is a spot you have to go to, when you are in Jutland. I was here as a child and my parents took a photo of me in the two seas – now we are reconstructing the photo”

- Turist i Skagen

Skagen i dag

Skagen er på mange måder historien om dansk kystturisme. Byen og området har fascineret generationer, der alle har taget turen til toppen af Danmark i over hundrede år. Gæsterne i Skagen oplever den danske kulturhistorie på nært hold, og byen rummer også hverdags- og ferieliv i en skøn forening. Byen og områdets fysiske miljø med strandene, havnen, landskabet, bygningsarven og det helt særlige lys har gennem alle tider skabt en helt særlig fascination hos turisterne. Skagen er allerede en attraktiv og velbesøgt by blandt danske turister, der står for et årligt forbrug på 455 mio. kr., ud af et årligt samlet forbrug i Skagen på 861 mio. kr. Turisternes samlede forbrug på deres ferie fordeler sig på både kommercielle og ikke-kommercielle overnatningsformer samt endagsturisme (Turismens økonomiske betydning i kystdestinationen Skagen 2014). De danske gæster står for 53% af omsætningen i Skagen, mens 47% eller 408 mio. kr. kommer

fra udenlandske turister. Til sammenligning har Skagen en relativt større andel af internationale gæster end resten af Nordjylland. På nærmarkederne Sverige og Norge er Skagen en kendt feriedestination og opleves som et attraktivt sted. De norske turister står for et årligt forbrug på 168 mio. kr., mens de svenske turister forbruger 97 mio. kr. Tyskland, der ellers er et stærkt marked i Nordjylland, tegner sig for 91 mio. kr. af det årligt samlede forbrug. Kendskabet blandt tyske målgrupper er mindre end i Norge og Sverige, hvilket til dels kan skyldes afstanden, og at Skagen by kulturhistorisk er tættere på de skandinaviske nabolande end på Tyskland.

Ferieturismen inkl. endagsturister udgør langt størstedelen af omsætningen i Skagen. Af det samlede turismeforbrug i Skagen på 861 mio. kr. stammer henholdsvis 91% fra ferieturisme, mens 9% stammer fra erhvervsturisme. Sam-

tidig er det interessant, at endagsturisterne forbruger 189 mio.kr årligt i Skagen på oplevelser, bespisning m.m.

Turismen i Skagen skaber en årlig værditilvækst på 389 mio. kr., hvilket er mere end halvdelen af Frederikshavn Kommunes samlede værditilvækst på 682 mio. kr. Turisternes samlede forbrug skaber dertil både direkte og afledte arbejdspladser i eksempelvis detailhandlen og håndværksvirksomhederne. Årligt er der tale om 1124 turismeafledte fuldtidsstillinger i Skagen .

Turismen er en vigtig indtægtskilde og skaber gode arbejdspladser i Skagen. I de kommende år skal der i Skagen arbejdes målrettet med at øge det internationale turismeforbrug og dermed skabe flere arbejdspladser.

Gæster fra Norge, Sverige, Tyskland og England

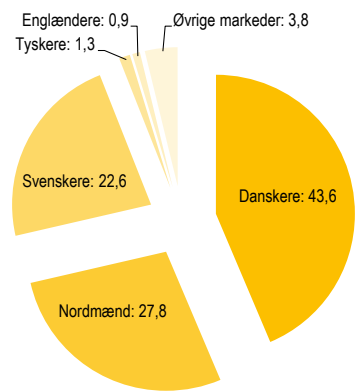


Fig. 1. Gæsterne på hoteller med over 40 senge

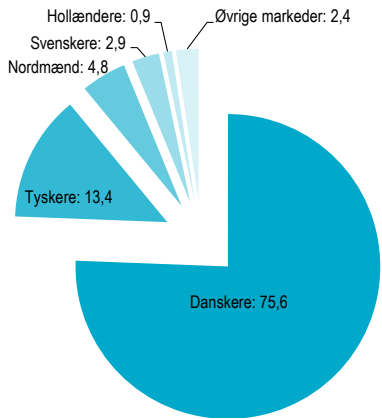


Fig. 2. Gæsterne på campingpladserne

Af figur 1 og 2 fremgår, at godt 28 % af gæsterne på hotellerne i kommunen er norske og 22 % af gæsterne er svenske, mens 13 % af gæsterne på campingpladserne kommer fra Tyskland. I fremtiden forventes der yderligere vækst på de internationale markeder. Ifølge svenske undersøgelser er Danmark det mest foretrukne feriemål, og i 2013 så man en tydelig vækst i antallet af engelske turister, der fløj til Aalborg Lufthavn, hvilket havde en afsmittende effekt på Frederikshavn Kommune. Ligeledes er flere tyske besøgende begyndt at melde sig i 2013, og herfra forventes der også en stigning i de kommende år.



Skagboernes egne anbefalinger

Oplevelser som Skagens turister ikke må være foruden

1. Skagens Museum, hvor byens historie som kunstnerkoloni formidles.
2. Den tilsandede kirke, som blev lukket i 1795 efter en stor sandstorm.
3. Råbjerg Mile, unikt sandlandskab der er under evig forandring.
4. Grenen, hvor Skagerrak og Kattegat mødes.
5. Havnen, anlagt mellem 1904-07 og udvidet flere gange siden.
6. Fiskepakhusene, et af byens varetegn. Tegnet af T. Bindesbøll.
7. Vester- og Østerby, de små byer, hvor fiskelejers små huse og smalle gyder er bevaret.
8. Leje en cykel, og planlæg en tur ud til Nordstranden gennem kolonihaverne og de små stier.
9. Solnedgangspladsen, mærk stemningen sammen med andre turister og skagboer.
10. Købe friskfanget fisk direkte fra fiskekutterne, og blive forført af de lokale råvarer.
11. Kaffe & kage i Brøndums have, mens du mærker det historiske vingesus.
12. Fortællingen om Skagens historie, Fortidsmindemuseet, få historien om Skagens kulturarv og historie.
13. En guidet tur rundt i byen, følg i digterens fodspor på en guidet byvandring.
14. Spis eller drik på restaurant "De to Have", gourmetmad og en fantastisk udsigt.
15. Oplevelser på Klitgården, besøg et ægte refugium for kunstnere og forskere. Blev opført af Christian X som privat feriebolig for den kongelige familie.

Kilde: Listen er baseret på deltagernes input på visionsworkshopen i december 2013.

En guidet tur rundt i byen

SKAGEN som international kystferieby Juli 2014

13

18

LB
B3

MANTO



”For mig er Skagen
hav, himmel og kunst”

- Turist i Skagen

Turisternes Skagen

Mange turister fremhæver lyset som det særlige, når de skal beskrive, hvorfor de har valgt Skagen som rejsemål. Mængden og kvaliteten af kulturelle og historiske oplevelser er vigtig for turisternes valg af Skagen. Det er også det, som turisterne mener adskiller Skagen fra andre badebyer langs den danske kyst. Det er koblingen mellem de mange stedbundne ressourcer som havet, naturen, landskabet og kulturen, der sammen med museerne, oplevelserne, restauranterne og aktiviteterne gør Skagen til et sted, som turisterne værdsætter.

”Man får natur og historie, men også kunst – man får lidt mere i Skagen”
- Turist i Skagen.

Netop de stedbundne ressourcer koblet med gode muligheder inden for bospisning og madoplevelser gør Skagen attraktiv for turister, der gerne vil betale lidt ekstra for gode råvarer og den gode madoplevelse:

”Den bedste oplevelse er det kulinariske: Fiskehusene og Slagter Munch. Vi spiser mest hjemme, fordi vi har børn, men så er det bare skønt at kunne få lækre, friske råvarer”
- Turist i Skagen.

Der er en bred enighed blandt Skagens turismeaktører om, at der skal sættes på et internationalt, højtforbrugende turistsegment fra blandt andet det norske, svenske og tyske marked. Skagen har allerede et godt tag i de tre nærmarkeder og står derfor særligt godt i forhold til, at tiltrække endnu flere turister fra disse lande med et øget fokus på at udvikle kvaliteten i forhold til både Fysik, Forstand, Fortælling og Forretning.

Turisternes kendskab til Skagen i dag

Norge

- I Norge opfattes Skagen, som en attraktiv feriedestination. Nordmændene vurderer den til at være 8,8 på en skala fra 1-10.
- 89% af nordmændene har kendskab til Skagen
- 31% af nordmændene har besøgt Skagen indenfor de seneste 3 år.
- 47% af nordmændene forventer at besøge Skagen indenfor de kommende 5 år.

Sverige

- I Sverige opfattes Skagen, som en særdeles attraktiv feriedestination. Svenskerne vurderer den til at være 9,7 i attraktivitet på en skala fra 1-10.
- 91% af svenskerne har kendskab til Skagen.
- 18% af svenskerne har besøgt Skagen indenfor de seneste 3 år.
- 46% af svenskerne forventer at besøge Skagen indenfor de kommende 5 år.

Tyskland

- I Tyskland opfattes Skagen som moderat attraktiv feriedestination. Tyskerne vurderer den til at være 7,7 i attraktivitet på en skala fra 1-10.
- 31% af tyskerne har kendskab til Skagen.
- 9,1 % af tyskerne har besøgt Skagen indenfor de seneste 3 år.
- 12,8% af tyskerne forventer at besøge Skagen indenfor de kommende 5 år.

Krydstogtturisme i Skagen

Perioden 1999 - 2014

Siden 1999 har man arbejdet med at tiltrække krydstogtturisme til Skagen. Formålet har været at tiltrække gæster fra andre dele af verden end de gæster, der typisk kommer til Skagen og i forlængelse heraf at få krydstogtgæsterne til at genbesøge Skagen på egen hånd.

Allerede fra starten i 1999 blev der dannet et lokalt krydstogtnetværk – Cruise Skagen Denmark, hvis medlemmer er: Frederikshavn Kommune, Skagen Havn, Turisthus Nord, Skagen Handelsstandsforening.

Fra 1999 har Skagen haft krydstogtanløb hvert år. Indtil 2011 i størrelsesordenen 6-9 anløb om året og fra 2012 9-11 anløb årligt. Cruise Skagen har i sin strategiplan et mål om at være den 3. største krydstogtdestination i Danmark uden for København og dette mål er opfyldt, idet kun Rønne og Aarhus har flere anløb end Skagen i 2014.

Målet om at tiltrække gæster fra andre dele af verden end de, der typisk gæster Skagen, har været opfyldt fra første færd. Af passagerlisterne har Cruise Skagen kunnet aflæse, at der har været passagerer fra op til 34 forskellige nationer ombord på et skib. Det har været gæster fra eksempelvis: New Zealand, Australien, Canada, USA, hele Europa, Kina, Israel, Sydafrika, Brasilien, Colombia, Sydkorea, Mexico, Seychellerne, Uruguay, Singapore, Bangladesh, Egypten og Thailand med flere.

Skagen har hidtil været det, der kaldes en tenderhavn, hvilket betyder en havn, hvor skibene har ligget for anker på reden ud for havnen, hvorfra de har sejlet deres passagerer ind i små tenderbåde. Dette har afholdt mange af de helt store krydstogtskibe fra at anløbe Skagen, da tenderoperationer er tidskrævende og besværlige både for gæsterne og for personalet. De største skibe, der har gæstet Skagen har haft ca. 2.000 passagerer ombord. Statistikkerne viser, at gennemsnitligt 88-90 % af passagerene går i land, når de er i Skagen. Herfra tager 38-42 % på ture udbudt af skibene eller udforsker området på egen hånd.

er ind i små tenderbåde. Dette har afholdt mange af de helt store krydstogtskibe fra at anløbe Skagen, da tenderoperationer er tidskrævende og besværlige både for gæsterne og for personalet. De største skibe, der har gæstet Skagen har haft ca. 2.000 passagerer ombord. Statistikkerne viser, at gennemsnitligt 88-90 % af passagerene går i land, når de er i Skagen. Herfra tager 38-42 % på ture udbudt af skibene eller udforsker området på egen hånd.

Nye krydstogtfaciliteter

Skagen Havn er sommeren 2014 midtvejs i et meget omfattende udvidelsesprojekt, som betyder, at større og flere krydstogtskibe kan anløbe havnen allerede fra 2015. Den nye kaj bliver på 450 meter lang med en vanddybde på mere end 11m. I fremtiden vil havnen have mulighed for at modtage 2 krydstogtskibe af gangen. Udvidelsen giver mulighed for at modtage krydstogtskibe i den størrelse, som 80% af krydstogtskibene har i dag. I projektet er der indarbejdet etablering af modtagefaciliteter direkte på kajen for krydstogtgæsterne. Skagen Havn satser med havneudvidelsen på at øge krydstogtanløbene til Skagen væsentligt. Håbet er at komme op på minimum 25 anløb om året, målet for 2020 og frem er 40 anløb årligt.

I forbindelse med forarbejdet til havneudvidelsen gennemførte Skagen Havn en markedsundersøgelse i samarbejde med de internationale konsulentfirmaer DC Consult og Bermello, Ajamil & Partners. Undersøgelsen viste, at mange krydstogtrederier er interesserede i at anløbe Skagen Havn, når den nye kaj er færdig. Herunder rederier med skibe op til 4.000 passagerer. Undersøgelsen påpegede endvidere, at en

ny kaj ikke alene tiltrækker krydstogtskibene, men at det er vigtigt, at destinationen og modtagerapparatet udvikles til at kunne håndtere potentielt flere og større krydstogtskibe. Skagen som destination skal fortsat være attraktiv og oplevelsesrig for passagererne, og dermed vil skibene have gode muligheder for at sælge mange ture. I 2014 arbejder Cruise Skagen videre med at professionalisere og udvikle Skagen som krydstogtdestination.

Udvikling af Skagen som krydstogtdestination

Indbefatter bl.a. at :

- Der skal være tilstrækkeligt med guider med de fornødne sproglige kompetencer.
- Der er nok taxaer, busser og liftbusser.
- Attraktioner og butikker holder åben, når skibene er i havn.
- Der udvikles nye attraktioner.
- Der er mange forskellige ture at vælge imellem.
- Gæsterne kan "forstå" Skagen.

"Ötroligt att alla danskar förstår svenska, när jag inte fattar ett ord danska! Vad är det med den där Sandormen? Sa mannen verkligen, att den kör?"



Naturelskeren

Anna Björnsson, svensk kvindelig gæst, +40: Søger både spektakulære og lokale naturoplevelser og mulighed for at være aktiv i naturen og få adgang til landskaberne. Anna elsker at cykle på mountainbike og suse igennem klitter og skov. Hun er vant til den svenske allemandsret og kan lide, når hun føler sig velkommen og kan bruge naturen. Faktisk kan hun også lide selv at lave sin aftensmad, og gerne over bål og med lokale råvarer hun selv har været med til at finde.

Rejsemønstre: Anna rejser gerne alene, med ægtefællen, familien, vennerne eller med de andre i de foreninger, hun er medlem af, og gerne hele året. Hun ligger meget gerne i telt eller under åben himmel, men vandrehjem er dejligt nemt når man har ungerne med.

Bedste ferieoplevelse: Anna drømmer sig tit tilbage til dengang hun og ungerne vandrede i de Schweiziske alper, hvor de fik lov at slå telt op hos bonden, der viste dem hvordan han malkede køerne og lavede lækker ost.

Det skal der til for at tiltrække naturelskere til Skagen:

- Alternative overnatningsmuligheder i naturen og lokalt samt flere faciliterede og guidede naturoplevelser med mulighed for selv at sammensætte oplevelsen.
- Bedre adgang til- og brug af naturen. Evt. via stier eller aktiviteter som sauna på stranden med havudsigt, spektakulært fuglekiggertårn o. lign.
- Inddragelse af lokale landmænd eller fiskere om muligheden for mere deltagelse og indsigt i naturen som ressource.

What a splendid meal! And to think I actually ate an ant!! Now wheres a nice quiet place for a cup of afternoon tea and a pedicure?



Wellnessturisten

Steve Johnson, mandlig britisk gæst, 35: Søger wellness og spa med høj kvalitet, men også afslapning og afkobling fra hverdagen. Steve sætter pris på høj service, eksklusive butikker, sundhed og selvscenestættelse. Han hader larmende britiske teenagere og rejser væk for at få ro og tid til sig selv, til at tanke op og få ny energi til sin hektiske livstil. Han sætter stor pris på at kunne få lækker, sund nordisk mad og bruger gerne mange penge på at spise sund mad af høj gastronomisk kvalitet.

Rejsemønstre: Rejser med sin mand John eller alene og bor på designer- eller badehotel, herregård eller hyggeligt B&B.

Bedste ferieoplevelse: Kurophold i Vals, Schweiz, hvor han dyrkede masser af yoga og for første gang fik foretaget en peeling og en pedicure, og desuden købte sine elskede lækre

designersko af økologisk lammeskind. En model han ikke sidenhen har set andre steder.

Det skal der til for at tiltrække wellnessturister til Skagen:

- Etablering af et nyt "state of the art" badehotel eller wellnesscenter, som gerne må have en spektakulær arkitektonisk profil. En stærk fortælling i forhold til hvad Skagen tilbyder af luksus, natur og kultur.
- En forståelse for både mænd og kvinders behov for wellnessstilbud samt et godt udvalg af eksklusive sunde produkter og oplevelser.
- Mulighed for at købe og sammensætte pakker, der kobler behandlinger, unik overnatning og sundhed.

Skagens nye turister

Skagen skal tiltrække et internationalt publikum fra nærmarkederne Norge, Sverige, Tyskland og England. De nye turister er idealtypen udviklet af erhvervslivet i Skagen som led i arbejdet med at udvikle forretningskoncepter

og nye produkter målrettet et internationalt publikum. De nye turister, som Skagen bør sætte på at tiltrække er: kulturturisten, fritidssejleren, naturelskeren og wellnessturisten. Fælles for de fire internationale idealtypen

er, at Skagen, for at tiltrække endnu flere af denne type turister, bør arbejde strategisk med internationalisering. Internationaliseringen bør indgå i forhold til både skiltning, kvalitetsudvikling, kulturforståelse og formidling.

Denk mal, ich habe "Die Skagenmaler" auf Deutsch und in Hardback gefunden! Nun muss ich zum Strand und lesen. Ob es einen FKK-Strand in der Nähe gibt?"



Kulturturisten

Heike Schmidt, kvindelig tysk gæst, +45: Søger interessante kulturoplevelser og frie rammer med højt til himmelen. Heike sætter pris på høflighed, søger dyb viden om Skagens historiske kulturpersonligheder og elsker at finde unikke souvenirs. Dertil er hun rundet af den tyske Freikorperkultur (FKK), og hun elsker at ligge nøgen på stranden og fordybe sig i tykke bøger.

Rejsemønstre: Rejser sammen med sin partner eller en veninde. Bor altid på et hotel af en god standard.

Bedste ferieoplevelse: Da hun mod alle odds fandt en FKK strand på den Italienske riviera efter en lang dag på Sorentos bymuseums

spændende og støvede magasiner.

Det skal der til for at tiltrække kulturturister til Skagen:

- Et stærkere samarbejde på tværs af kulturudbydere i området for at skabe spændende fælles produkter og oplevelser. Det kunne være attraktive foredrag, udstillinger, kunst- og antikvitetsmarkeder, litteraturfestivaler, åbne dage på museums- og magasinernes samt andre kulturelle aktiviteter, der gør det muligt at sammenstykke en hel weekend af oplevelser – gerne på flere sprog. Fortællingen om Skagen, kulturarven – og historien skal opleves som stærk og nærværende.

Fritidssejleren

Birk Topsøe Arvidsen, mandlig norsk gæst, +40: Søger gode havnefaciliteter i kombination med unikke havne- og bymiljøer. Birk sætter pris på at møde andre mennesker med samme interesse, og det er derfor vigtigt, at havnemiljøerne kan sætte rammerne for dette møde. Han vil gerne opleve og lære mere om den lokale historie, især hvis det kan sættes i kontekst til havet og søens folk. Som barn af en søfartsnation er Birk desuden ret vild med at dykke efter gamle skibsvrag.

Rejsemønstre: Rejser med partneren, familien eller vennerne. Lægger til i havnen, hvorfra oplevelserne udgår.

Bedste ferieoplevelse: Da han og konen på en ferie ved Wismar i Tyskland fik plads på en historisk skonnert, der over to dage sejlede ud til gamle skibsvrag.

Det skal der til for at tiltrække fritidssejlere til Skagen:

- Bedre havnefaciliteter for sejlere, hvor der gerne må være mulighed for at kunne tilberede måden under åben himmel.
- Styrke fortællingen af Skagens historie som søfartsby gennem bl.a. genoplivning af eventen: Skaw Race, sejlads med historiske både eller lignende fritidssejler-events, der kan brande og synlig gøre Skagen overfor målgruppen.

"Vel, vi kan ikke sidde her hele dagen og fortælle søøverhistorier. Jeg må sætte seil og finde det sted som min tipoldefars skip sank i 1833!"



**Visionen for fremtidens Skagen:
"Skagen - altid en rejse værd uanset vejret: I Skagen vil vi tiltrække et stærkt, købedygtigt internationalt publikum. Gennem fælles fokus på internationalisering og kvalitetsudvikling i alt, hvad vi foretager os, vil vi gøre det attraktivt at drive forretning og være del af turismeerhvervet i Skagen hele året. Velkommen til turisternes Skagen – en attraktiv og international kystferieby – hele året."**

- Fælles vision udviklet på Visionsworkshoppen

Fremtidens Skagen

"I Skagen vil vi gennem øget internationalisering og kvalitetsudvikling arbejde for at tiltrække et stærkt, købedygtigt internationalt publikum"

- Turistaktør i Skagen

Skagen vil med potentialeplanen arbejde for at tiltrække flere internationale gæster og skabe vækst i helårsturismen. De kommende år skal Skagens fysiske miljøer, attraktioner, serviceniveau, kvalitetsniveau og byens oplevelser udvikles i fællesskab med byens aktører, så destinationen står stærkere i kampen om at tiltrække flere internationale turister og udvikle helårsturismen. Det skal være attraktivt at være borger, turist og erhvervsaktør i Skagen uanset årstid. For at sikre det er der behov for flere gode aktiviteter og oplevelser året rundt, sådan at turisterne kommer – også uden for højsæsonen. Skagen vinterbaderfestival er et glimrende eksempel på, at byen samler sig omkring oplevelser i skuldersæsonen, og et eksempel på, at turisthus og erhvervsaktører kan samarbejde om at tiltrække turister til Skagen. Når turisterne kommer, vil de også gerne kunne bruge penge. Det skaber behov for udvidede åbningstider i detailhandlen, som til gengæld vil skabe liv i bybilledet.

Principper for turismemæssig udvikling i Skagen:

1. Kvalitetsløft:

Skagen skal signalere høj kvalitet. Det gør vi ved at sætte barren for turismeudvikling højt, uanset om det handler om åbningen af en ny restaurant, en ny butik, en ny cykelsti eller udviklingen af en ny naturoplevelse. Eksempel på projekt: "Byens Bedste", hvor skagboerne selv nominerer og markedsfører den bedste oplevelse i Skagen inden for en række kategorier.

2. Internationalisering:

Skagen skal være internationalt orienteret. Det gør vi ved at tænke i internationalisering, uanset om vi arbejder med skiltning, formidling, værtskab eller fysiske transformationer. Eksempel på projekt: Fælles, international skiltning og formidling til turister. Skiltningen må gerne koordineres på tværs af byer.

3. Samarbejder:

Ved hele tiden at tænke i netværk, samarbejder og i at lede turisterne videre, kan vi i fællesskab intensivere turistens oplevelse og skærpe lysten til at blive i Skagen længere. Eksempel på projekt: "White January" i Skagen, en weekend eller en uge i januar, hvor hele byen er sammen om at sætte fokus på sundhed, velvære og mental afstresning.

4. Værtskab:

Turisterne skal føle sig velkomne hele året. For at de skal føle sig velkomne, skal både skagboerne og turismeerhvervet løfte i flok. Alle er ambassadører for det gode værtskab. Eksempel på projekt: "En overraskende service". Alle er ambassadører for den gode oplevelse og service samt for at give turisten en personlig og vedkommende anbefaling udover kerneydelsen.

Ideer og koncepter

Syv centrale udviklingspotentialer

- **Direkte transport fra Aalborg Lufthavn til Skagen**
- **Velkomstskilt på flere sprog**
- **Cykel-, vandre-, løbestisystem, som forbinder alle bydele**
- **Skaw race**
- **(havkap, regatta)**
- **Designcenter**
- **Royal Skagen Link Golf og Spa**
- **Skinncykel**
- **Detailhandlens åbningstider**
- **Temaopdelte gåtursfoldere - Kunst/kultur - havnen - natur**
- **Skagen international triathlonbane**
- **Strandpromenade (Sønderstrand)**
- **Havnen og havnefaciliteter**
- **Turistbranchens Udviklingscenter**
- **Infotavler på mange sprog**
- **Arkitekttegnede badehuse**
- **Byens pladser + Rambla ved havnen**
- **Overraskende service**

- **Moderne kunstmuseum - Design og Arkitektur**
- **En fiskerhandler mere!**
- **Grenen Badehotel**
- **Internationalt badehotel/Resort**
- **Direkte transport fra lufthavn til Skagen**
- **Smuk signatur: Ny indkørsel til Skagen**
- **Undervandstunnel**
- **Flersproglig formidling ved attraktioner**
- **Hedeboskolen**
- **Beskyttet havbad**
- **Byens bedste**
- **International skiltning**
- **Inddæmmede havbade med badehuse og sauna**
- **Shuttlebus**
- **Det Grå Fyr**
- **White January**
- **Kulturtaxa/cykler**
- **Michelinrestaurant/Restaurantguide for Skagen**
- **Second opinion sundhedsnetværk**
- **Bedre havnefaciliteter for lystsejlere**

Arbejdet med potentialeplanen gav deltagerne anledning til at udvikle konkrete ideer og koncepter, der kan skabe værdi for Skagen og bidrage til at indfri byens fulde potentiale. Det resulterede i mere end 40 gode ideer og koncepter, som alle er nævnt her, og kan inspirere den videre forretningsudvikling i Skagen. På de næste sider beskrives syv udvalgte ideer og koncepter. Nogle af beskrivelserne kombinerer flere forskellige ideer og koncepter, og de er udvalgt, fordi de rummer et særligt udviklingspotentiale, og fordi de i særlig grad bringer de fire F'er i spil. Beskrivelserne bygger på deltagerenes egne tanker og input, som er suppleret af inspirationsbilleder. Nogle udviklingspotentialer er tætte på at kunne realiseres end andre, og alle skal viderebearbejdes og præciseres yderligere.



Udviklingspotentiale



Punkter udpeges på Kulturnatursti - fremtidige nedslagspunkter. Arkitekturperler med servicefunktioner, udsigtssteder, naturinfo, historiske fortællinger og rum til pause.



Cykel-, vandre-, løbestisystem, som forbinder alle bydele = Kulturnatursti

Udviklingspotentialer



Solnedgangspladen i Gl. Skagen



Links Golfbane



Badehotel

White January

kan foregå overalt på Skagen



Bypladser



Hedeboskolen

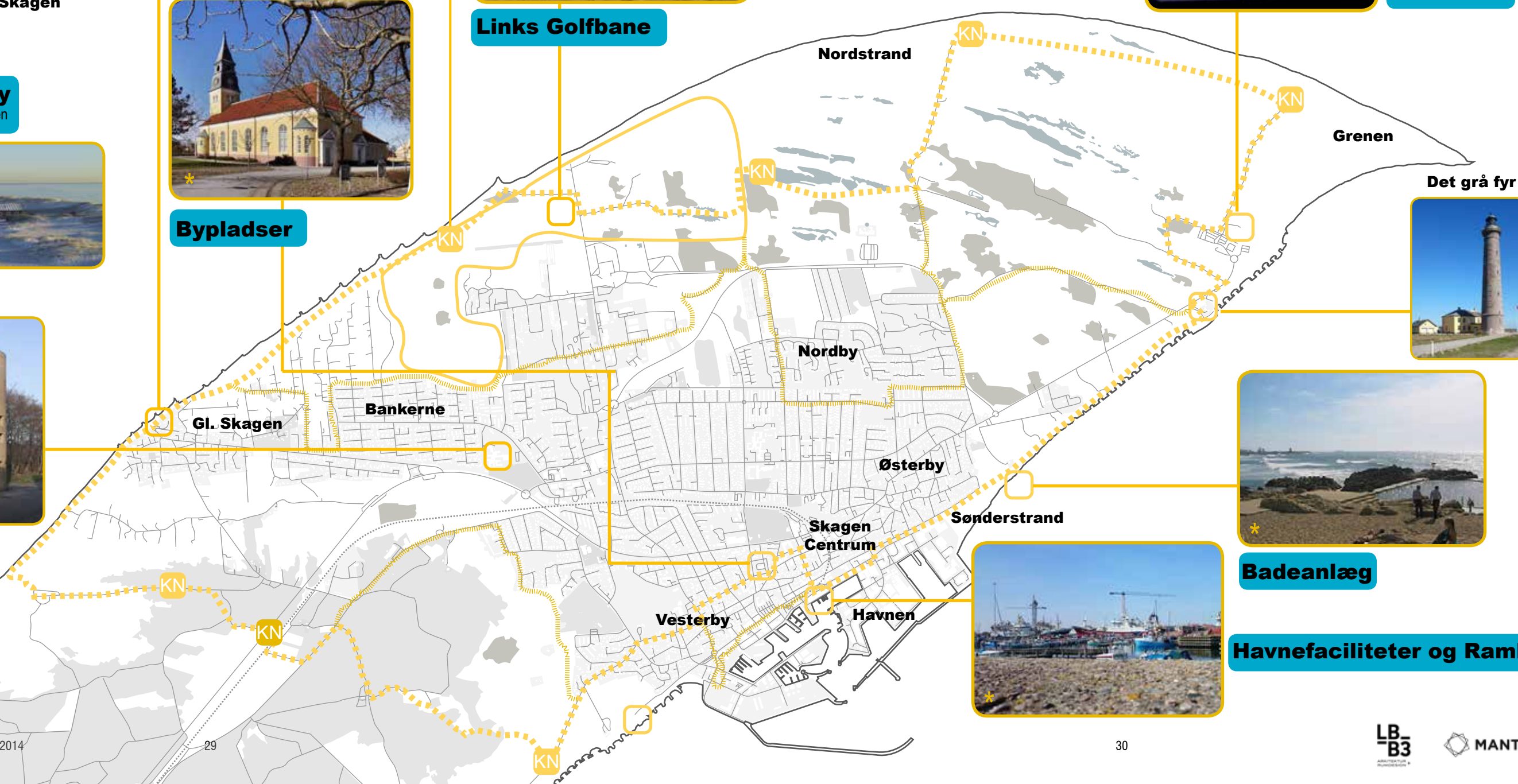
Det grå fyr



Badeanlæg



Havnefaciliteter og Rambla



KulturNatursti

Cykel-, vandre- og løbestisystem
som forbinder alle bydelene



Deltagernes tanker og input

Skagens skjulte ruter og stier, der i dag løber gennem de oplevelsesrige natur-, kultur- og bymiljøer, skal kortlægges og formidles til byens gæster, som inviteres på tur gennem naturen og kulturen. På udvalgte steder tilføjes ruten interessante arkitektoniske og kunstneriske værker i verdensklasse. Værkerne skal omsætte omgivelserne formmæssige indtryk, forstærke oplevelserne og fungere som attraktioner i sig selv. Ruterne vil kombinere behovet for kultur-, kunst- og naturoplevelser med moderne turisters ønske om at dyrke motion i smukke inspirerende omgivelser.

Den stiplede linje på kortet viser en mulig

rute på i alt 22 km, hvor man føres gennem et dramatisk og oplevelsesrigt landskab med både klitter, strande, kulturlandskaber og bymiljøer. En Kultur- natursti vil skabe værdi i form af sundhed, afstresning og øget service, og stierne vil være for alle, der gerne vil opleve noget mens de bevæger sig, hvad end det er på cykel, i løb eller på gåture. Og hvad end det er sommer eller vinter eller som fastboer, besøgende, maratonløber eller pensionist. Idéen appellerer til både fysikken, fortællingerne og forstanden, men der skal lægges et særligt arbejde i at sikre værdiskabende samarbejder på tværs af natur- kultur- og erhvervsaktørerne, så ideen også resulterer i mersalg og øget indtjening.





Golf i naturlandskabet



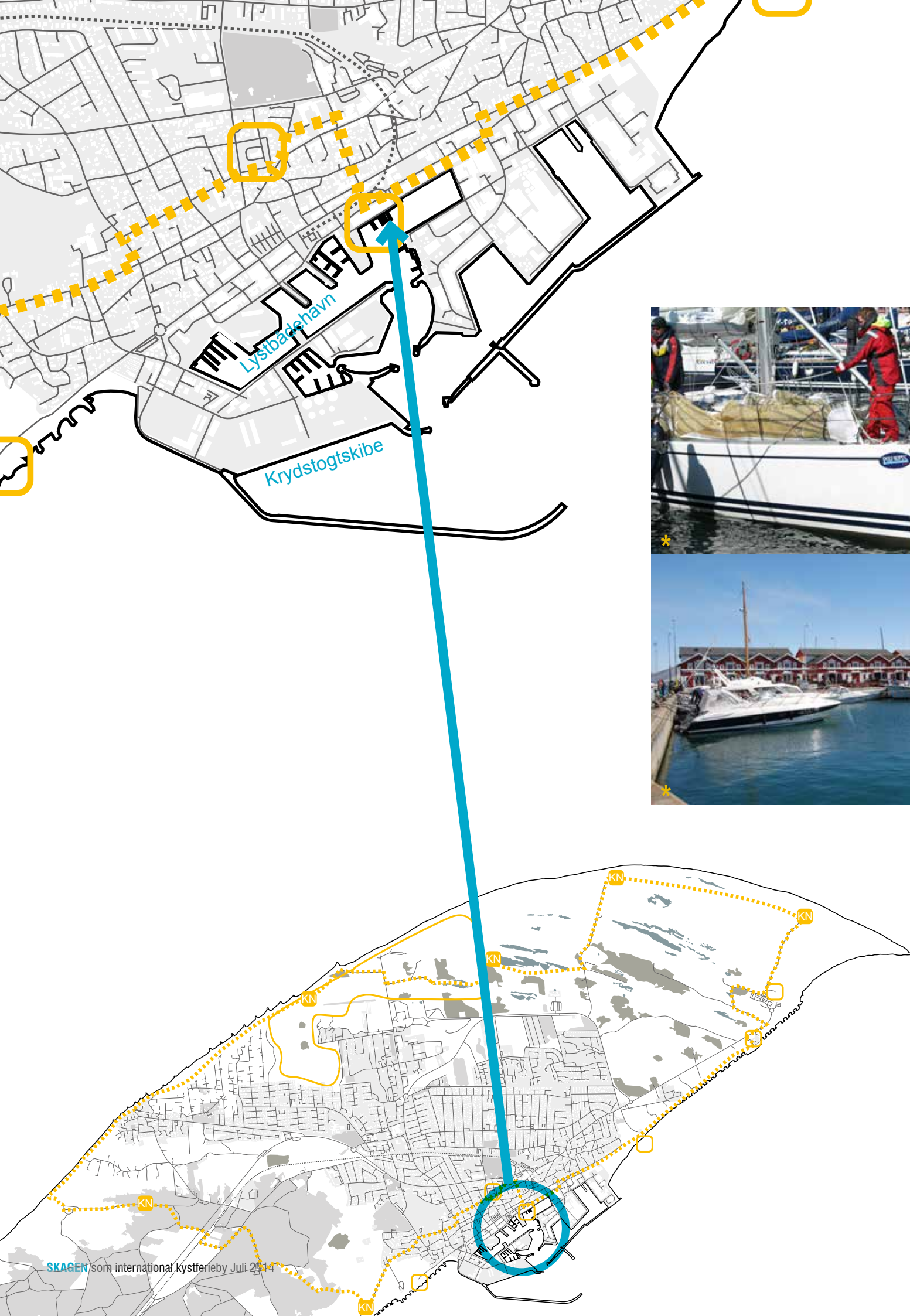
Deltagernes tanker og input

På Danmarks nordligste Links golfbane vil golfentusiaster og nybegyndere dyrke deres sport midt i naturskønne omgivelser. Golfbanerne er underordnet den vilde natur, og er et punkt på kultur-naturstien, så forbigående kan tage ophold, og følge slagets gang på banerne, samtidig med, at infotavler formidler kulturlandskabets udvikling fra fæste- til fritidsbrug. Med Golfbanerne følger et hotel med spa og fitnessfaciliteter, gourmetrestaurant og golftræningscenter, og der er kapacitet til at rumme internationale turneringer. Ideen henvender sig til kræsne golfere fra hele verdenen og til turister, der ønsker aktive ferier. Her kan man bevæge sig i det fri tæt på den historis-

ke by, spise mad af høj kulinarisk kvalitet samt give sig hen til et afstressende ophold fyldt med wellness og fitness. Golfbanen udnytter Skagens nærhed til strandene og de unikke naturkvaliteter i et forretningsmæssigt perspektiv, og har fortællerværdi i form af den kulturhistoriske udvikling fra landskabet som kilde til dyrkelse af afgrøder til dyrkelse af krop og sjæl. Men der skal lægges et særligt arbejde i at sikre tværgående samarbejder og i at imødekomme morgendagens behov.



Havnen og faciliteter



Deltagernes tanker og input

Havnen er Skagens smeltedigel, hvor kulturer mødes. Den har stor tiltrækning på både borgere og turister, og særligt de, der kommer langvejs fra. Som besøgende i Skagen kan man nyde følelsen af at være på en levende erhvervshavn, hvor der bl.a. landes allerflest fisk i hele Danmark. Her lugter af tjære og af og til også lidt fra fiskeoliefabrikken og fra de store sildeproducenter. De ligger nemlig kun et stenkast fra den populære lystbådehavn og de mange velbesøgte beværtninger og restauranter, hvor der spises, drikkes og danses til den lyse morgen. Med disse mange kultur-møder skal der gøres en særlig indsats for at udnytte oplevelsespotentialet og mødet

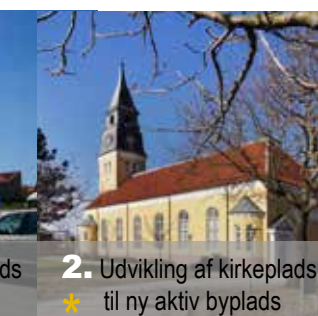
mellem turister og lokale. Særligt i forhold til at tiltrække og fastholde lystbådesejlere er der et stort potentiale. En ny mole skal sikre tilstrækkelig kapacitet, og nye faciliteter skal sikre, at de smider ankeret lidt længere og møder de rigtige Skagboer. Moderne lystsejlere i dag stiller nemlig i dag flere krav til faciliteterne end tidligere. Blandt andet til informationscenter og overdækkede spisesteder med grill og loungeområder, hvor sejlere, borgere og andre kan dele måltider og sørøverhistorier, knytte nye venskaber og hvile ud efter strabadserne på havet. En sådan indsats for at udnytte oplevelsespotentialet på havnen sætter alle fire F'er i spil og kan dermed i høj grad bidrage til at indfri Skagens potentialer.





Byrum

Udvikling af pladser i byen - nye og eksisterende



Deltagernes tanker og input

Som mange andre byer med en levende erhvervshavn, er det en udfordring at sikre godt flow gennem byen. I Skagen er man udfordret på tilgængeligheden fra både vand- og landsiden og der er generelt brug for en helstøbt bearbejdning af byrum, pladser og forløb. Både med henblik på højere oplevelseskvalitet og arkitektonisk helhed, men også med henblik på bedre tilgængelighed mellem by og havn, bedre udnyttelse og åbning af havnefronten, samt bedre adgang fra landsiden. Fra vandsiden er der behov for etablering af en naturlig sammenhæng, der er funktionel og i tråd med oplevelsen af resten af Skagen. Fra landsiden skal oplevelsen af byen starte allerede ved Hulsig, hvor Skagens natur

skal mere frem, og hvor der med fordel kan sikres bedre skiltning og parkeringsforhold. Denne bearbejdning skal invitere borgere og besøgende på tur igennem Skagens unikke arkitektoniske miljøer og landskaber, ligesom nye funktioner og byrumsinventar skal sikre oplevelser for både gæster med og uden børn. Øjet skal skiftevis kunne hvile over horisontens rene linje, pirres af de historiemættede omgivelser og overraskes af naturens luner. En bearbejdning af byens rum vil være til glæde for alle og vil styrke både det fysiske, fortællingerne og forstanden, ligesom en bedre tilgængelighed mellem byens dele, kan styrke forretningspotentialerne i Skagen. Ideen kan dermed i høj grad bidrage til at indfri Skagens potentialer.



Internationalt badehotel



Deltagernes tanker og input

Med forventningerne om endnu flere internationale cruisegæster i fremtiden, skal der gøres en særlig indsats for at sikre, at de vender tilbage en anden gang. Ligeledes skal der til alle Skagens turister knyttes stærke loyalitetsbånd og sikres plads til alle. Skal gæsterne besøge Skagen igen og igen, er der brug for et hotel, hvor de kan overnatte i unikke, luksuriøse omgivelser. Dette hotel kan oplagt ligge på Grenen, som i dag er et af Danmarks mest besøgte steder og måske hele nordens mest attraktive sted at bygge. Et hotel her vil kunne tiltrække et eksklusivt købedygtigt publikum, der søger unikke locations og interiør i verdensklasse. Stedet skal være

"Pure Plessure" luksus med plads til at få en "Second poinion" fra diverse speciallæger såvel som generel selvforkælelse i form af både wellness og gourmettilbud. Stedet skal fungere som spydspids for Skagen og rumme faciliteter så som kurbade, sundheds-, skønheds- og spabehandlinger. Med arkitektur i verdensklasse og evnen til at kunne tiltrække et særligt købestærkt publikum, har badehotellet potentiale til at indfri alle de fire F'er om end der skal gøres en særlig indsats for at bygge videre på nogle af de fortællinger og traditioner, der knytter sig til Skagen som mål for rekreation med en særlig gæstfrihed overfor det bedre borgerskab.



Badeanlæg



Mulige placeringer

Deltagernes tanker og input

Vejrets luner skaber behov for et beskyttet havbad, der kan ligge i læ af en mole og være tilgængeligt sommer og vinter. Her skal badegæsterne trygt kunne springe i bølgerne fra en vippe og klæde om i de dertil indrettede omklædningsrum. Ligeledes skal badenymferne frit kunne gøre brug af saunaen med den smukke udsigt, hvor der med jævne mellemrum afvikles saunagus og tilbydes bl.a. svensk massage. Dette vil appellere til alle vandglade gæster både sommer og vinter og til naturskeren og sundhedsfreaken med hang til selvforkælelse, afstresning eller en mental og fysisk kickstarter. Ideen om indrettelsen af et badeanlæg vil, med den rette

profil, kunne bygge videre på byens traditioner for god arkitektur, ligesom den vil bygge videre på fortællingen om byen som mål for rekreation og dannelse af det sunde legeme. Som mødested og ramme om events og aktiviteter, vil badeanlægget kunne bidrage til at styrke lokale samarbejder og venskaber, men der skal arbejdes særligt på at sikre, at badeanlægget bidrager til bedre indtjening blandt de lokale turismeaktører.



White January



SKAGEN som international kystferieby Juli 2014

Deltagernes tanker og input

Som på mange turistedestinationer er det en udfordring at sikre liv og besøgende hele året. Det skal eventen "White January" bidrage til at råde bod på. Med sine frosne snehvide landskaber og lange skygger, ændrer Skagen karakter om vinteren, men modsat mange andre steder i landets byer, bliver her ikke råt og trist. Snarere fremstår landskabet endnu mere eventyrligt. Det skal Skagen udnytte i endnu højere grad. Med eventen inviteres turisterne til at tage del i "det simple liv", hvor der er fokus på fysisk og mental velvære. Turisterne føres gennem landskabet på traveture til fods eller på ryggen af en hest, på

middag med sunde velnærende menuer og på tilrettelagte mindfulness- og motionsforløb for alle niveauer. Under forløbet møder turisterne kendte sundhedseksperter og guruer fra hele verdenen, og med et højt fagligt udgangspunkt holdes der skarpt fokus på kost og fysisk såvel som mental fitness. Med White January er der mulighed for at bygge alle de fire F'er ind i konceptet, hvorfor det er særdeles velegnet som en af de indsatser, der skal indfri Skagens potentialer.



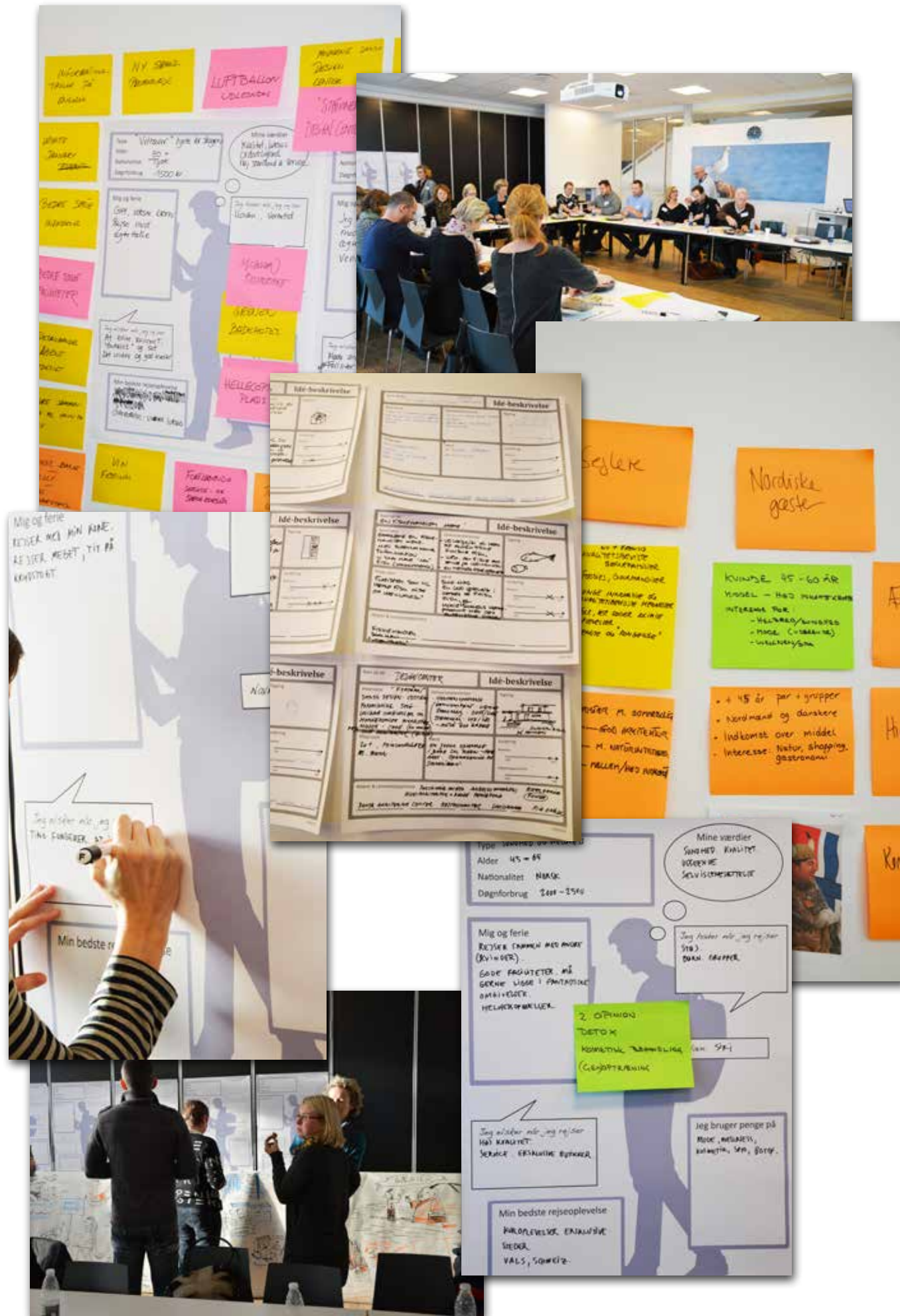
Evaluering Workshopforløb

Som en del af workshop III blev der foretaget en åben evaluering af hele workshopforløbet. Kommentarerne var følgende:

- Skide godt: Vi har taget alle ideerne og gjort dem mere konkrete.
- Der sker meget i Skagen, og folk er rigtig bramfrie. Folk har været engagerede – og vi har holdt fast i den røde tråd. Manto har været meget lydhøre overfor det vi har bragt på bordet – og været dygtige.
- Dejligt at erhvervsaktørerne bruger tiden på det og gerne vil have at potentialeplanerne bliver sat i værk.
- Visionsworkshoppen – var meget langhåret, men efterfølgende er det blevet meget konkret.
- Projekterne er rigtig interessante.
- Netværket mellem alle deltagerne er et super udbytte.
- Park og Vej har en forbandet pligt for at forskønne – og det er derfor godt at Vej og Park møder aktørerne.
- Meget lærerigt.
- Skønt at høre hvad andre har fortælle om (netværket og videndeling).
- -Blanding af mange forskellige dele, der er blevet samlet i et fælles forløb.
- Oplever at vi er startet på et projekt, som vi endnu ikke kan se "konsekvensen" af – vi ved ikke hvad der kommer ud af alt det her.
- Det er dejligt, at arbejde noget mere med branding og koncepter.
- Det er sjovt at høre fra kommunen – (specielt set i lyset af den trælse kommunesammenlægning).
- Det har været dødspændende.
- Sjovt og godt at få præsenteret en række redskaber, som vi kan arbejde med selv også efter forløbet.
- Glad for at få en mulighed for at være med her.
- Spændt at høre hvad skagboerne siger til planerne.
- Super godt.
- Der er mange gode projekter.
- Når man elsker sin by, så er det rart at se de mange gode ting, der kan ske her.
- Meget dynamisk – og helt fantastisk med det der er blevet udkrystalliseret.
- Super spændende god retning.
- God spændende og proces.
- Godt med netværk.
- Godt konkret.
- Dejligt med konkrete ideer.
- Nogle af de ting vi startede med i 2012 er blevet mere konkrete, der er nogle vedholdende kræfter.
- Forventningerne til potentialeplanerne er tårnhøje – det skal være noget at vi kan bruge fremadrettet.
- Meget positivt overrasket.
- Glad for fremdriften – og at ideerne er blevet til noget.
- Engagementet fra alle deltagerne har været stor.
- Stor arbejdsiver blandt deltagerne.
- Et vildt spændende forløb.
- Udvidet netværket.
- Manglet, at der er blevet forventet mere til deltagerne – at de skulle forberede sig fra gang til gang.
- Vi kunne godt bruge en længere tid til processen – og lukket ideerne ned for hurtigt / vekselvirkning mellem om det skal være lukket op – og om det skal åbnes op hele tiden.
- Der er sket en masse interessante møder.
- Fremdriften ligger også i det kreative – ikke at lukke ned. Nogle gange er der blevet lukket lidt for hurtigt ned for de kreative ideer.
- Det har været fint, spændende, god og vekslende .
- Vil meget gerne have et tættere samarbejde med Kulturfædelingen fra Frederikshavns kommune.

Afsluttende spørgsmål:

- Hvornår bliver der evalueret på projekterne i potentialeplanerne (Det er op til styregruppen at finde ud af, at der måske skal indkaldes til møder i arbejdsgrupperne).
- Hvem tager hånd om projekterne?



Det udleverede materiale

- “Skagen Masterplan”
Frederikshavn Kommune. Udarbejdet maj 2012
- “Kystferiebyer i vækst: Udvikling af stedbundne turismekoncepter i danske kystferiebyer”
VisitNordjylland, 2012
- “SKAGEN. Hvad er Skagen? Skagen by? Grenen? Gl. Skagen? Havnen? Kunsten? Sct. Laurentii Vej?”
En kritisk gennemgang af byen. LBB3, februar 2013
- “Skagen - International kystferieby. “Kan man leve af sand og vand?”
Oplæg til Visionsmøde for og med Skagens borgere afholdt 9. april 2013. Jes Vittrup Jakobsen.
- “Skagens turismemæssige udvikling!”
Borgermøde - 9. april, 2013
- “Udvikling af stedbunde turismekoncepter i danske kystferiebyer: Nulpunktsmåling”
Udarbejdet af Epinion - Revideret rapport april 2013. VisitNordjylland, 2013
- “Skagen i Ekspertpanelets vurderinger: Oplevelser og anbefalinger fra 20 særlige feriesteder.”
Videncenter for Kystturisme
- “Hvordan gør vi Skagen til en international kystferieby i verdensklasse?”
Workshop afholdt d. 11. juni 2013. Frederikshavn Kommune, Turisthus Nord og VisitNordjylland.
- “Skagen som international kystferieby Hvorfor internationalt fokus? De fire F'er – Fysik, Forstand, Forretning og Fortælling.”
Dialoggruppemøde afholdt 22. april 2013. Frederikshavn Kommune, Turisthus Nord og VisitNordjylland.
- “Gæstetilfredshed i Skagen 2013. Foreløbige resultater.”
VisitNordjylland, Videncenter for Kystturisme, 2014.
- “Mystery visit in Skagen. Maj, juni, juli, 2013.”
Videncenter for Kystturisme, 2013
- “Mystery Shopping – en evaluering af service og salg på danske feriesteder.”
Videncenter for Kystturisme, 2013
- “Den fælles fortælling: Udvikling af stedbunde turismekoncepter i danske kystferiebyer.”
Udarbejdet af Jørgen Hansen, TexTour. VisitNordjylland, 2013
- “Samarbejde, vidensdynamik og turismeudvikling i danske kystferiebyer.”
Mathias Thuen Jørgensen & Henrik Halkier, Institut for kultur og Globale Studier, Aalborg Universitet, 1. september 2013. VisitNordjylland



Billedfortegnelse

Billeder og illustrationer indhentet hos:



Skitser udført af Ib Kjeldsmark

side 17-18

- Turisthus Nord, Billedbibliotek.
- VisitDenmark, Mediacenter.
- Restaurant De 2 have, webpage.

side 23-24

- VisitDenmark, Mediacenter.

side 29-30

- Frederikshavns Kommune.
- VisitDenmark, Mediacenter.

side 31-32

- Nasionale Turistveger, Norge:
Beton pauseplateau. Arkitekt: 3 RW-Jakob Røssvik.
Landskapsarkitekt: Smedsvig. Fotograf: Per Koll stad.
Hyggeboxe. Arkitekt: PUSHAK arkitekter. Fotograf: Hege Lysholm.
Bro. Arkitekt: Rintala Eggertson Arkitekter. Fotograf: Jarle Lunde.
Træpromenade og servicebygning. Arkitekt: Code arkitektur. Fotograf Jarle Wæhler.
Servicebygning. Arkitekt: Knut Hellås / 3 RW - Susanne Pushberger. Fotograf: Hege Lysholm.
Pausevæg i træ. Arkitekt: 70° Nord - Gisle Løkken. Fotograf: Vegar Moen.
Træsti. Arkitekt: Landskapsfabrikken - Inge Dahlman. Fotograf: Jarle Wæhler.
Plateau. Arkitekt: Landskapsfabrikken - Inge Dahlman. Fotograf: Inge Dahlman.
Fuglekiggertårn: Arkitekt: 70° Nord-Gisle Løkken. Fotograf: Jarle Wæhler.
Udkigsbro. Arkitekt: Todd Saunders/Tommie Wilhelmsen. Fotograf: Vegar Moen
- Strandpromenade i Hjerting, "Stedet tæller", Realdania.

side 33-34

- Turisthus Nord, Billedbibliotek.
- Ballybunion Golf Club. Fotograf: Steve Carr.
- Links golf Portmanock. Fotograf:

side 35-36

- Turisthus Nord, Billedbibliotek.
- Skagen Havn.

side 37-38

- Turisthus Nord, Billedbibliotek.
- VisitDenmark, Mediacenter.

side 39-40

- Turisthus Nord, Billedbibliotek.
- VisitDenmark, Mediacenter.
- Restaurant De 2 have, webpage.
- Skagen By- og Egnsmuseum.
- Ib Kjeldsmark.

side 41-42

- Turisthus Nord, Billedbibliotek.
- VisitDenmark, Mediacenter.
- Nasionale Turistveger, Norge:
Arkitekt: Reiulf Ramstad Arkitekter AS. Fotograf: Jiri Havran.
Arkitekt: Reiulf Ramstad Arkitekter RRA. Fotograf: Reiulf Ramstad.

side 43-44

- Turisthus Nord, Billedbibliotek.
- VisitDenmark, Mediacenter.
- Nordjyske Medier

Side 49

- Ib Kjeldsmark



MANTO

**LB-
B3**

ARKITEKTUR
RUMDESIGN +
JUNI 2014

VisitNordjylland.dk

tid til at leve



Turisthus Nord

SKAGEN | FREDERIKSHAVN | SÆBY

FREDERIKSHAVN KOMMUNE



DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid