

Resultat af Idéværkstederne på Toppen af Danmarks kick off konference i Skagen den 5. marts 2008

<i>Idé</i>	<i>Beskrivelse</i>
Gruppe 1a – kunst og kunsthåndværk	
Kunstguide	Ønsker kunstguide, som Skagen Turistforening udarbejder, udvidet til at omfatte hele TaD.
"Spiseseddel"	Annoncering af, hvem der har åbent udenfor sæsonen.
Jazz og fisk	Bredt kunstprojekt, hvor man kan tage forskellige kunst og kulturoplevelser ind, f.eks. jazz. Ikke de store bands, men gerne små lokale bands. Også gerne samarbejde med kunsthåndværkere.
Åbent chatroom for kunstnere	Forum for alle kunstnere. Formål: at skabe kontakt. Kunstnere kan melde ind, hvad de er gode til og gerne vil samarbejde om. Kan også fungere i forbindelse med efterlysninger, f.eks. søger en til vores "band" Stort forum, hvor alle kan være til stede, og hjælpe hinanden.
Kursus for hoteller	Hotelpersonale skal på kursus i at formidle de lokale kunstnere/kunsthåndværkere. Kunstnerne har brug for turiststrøm.
Fond for musik og kunst	Fond for nystartede kunstnere i Nordjylland (TaD). Prisoverrækkelse hvert år.
Masterclass	Benytte hinandens lokaler til større udstillinger.
Åbne grænser	Nedbrydning af grænser (kommunegrænser) mellem kunstnere og kommunale embedsmænd og politikere.
Prøv selv ferie	Invitere gæster til f.eks. at lære/prøve at slibe rav, male etc.
Pakkeferie	Eksklusiv "pakkeferie" med bl.a. kunstoplevelser. Skal forbinde kunst og natur. F.eks. 3 dage med arrangerede ture, hvor man kan krydse af, hvad man ønsker at deltage i. Skal kunne pakkes på nettet. Både appellere til mor/datter og far/søn samt for familien samlet.
Kunst- og oplevelseshus	Et hus med oplevelser om kunst – på tværs af kommunegrænser – måske et program, der bliver sammensat af turisterne efter de er blevet adspurgt.
Refugium for kunstnere og kunsthåndværkere	Invitere unge kunstnere til at bo i en kort periode i en lille landsby. Ildsjæle skal trækkes til TaD, selvom de ikke har råd til at købe hus i f.eks. Skagen.
Aktionsgruppe Rampen	Samarbejde mellem kunstnere og kunsthåndværkere om. F.eks. børnepasning, pasning af åbningstider.
Kunst- og kunsthåndværkeruge	Uge (evt. 3 dage) med blandet kultur og kunst. Aktiviteter i hele TaD. Alt vedr. kunst og kultur.
Gruppe 1b – kunst og kunsthåndværk	
Oplevelser på tværs af sanser	Eller sansekryds. Involverende kunst, kunsthåndværk, musik, fødevarer, mere? Evt. videreudvikling af Smagen af Kunsthåndværk.
Fælles udstillinger	F.eks. i lufthavnen i Aalborg med henvisning til, hvor man finder

	kunstnerne og kunsthåndværkerne.
Kunstkatalog	Fælles kunstkatalog for hele TaD. Museer, gallerier, kunsthåndværkere.
Kulturnat med magi	Åbne gallerier, kunsthåndværkere, kunstnere tilført magisk nordjysk mad og musik. Aktiviteter evt. også på spisestederne.
Kulturpakker – ”prøv selv”	Åbne, arbejdende værksteder, hvor gæsterne får lov til selv at prøve at puste glas, lave keramik, samle rav, malerskole. Kan laves i de stille perioder, f.eks. vinter. Kan være egentlig kursusaktivitet (over længere tid og med tilmelding), eller åben aktivitet.
Kulturuge	Arrangementer i hele TaD. Gallerier, kunsthåndværkere, ravsliberier m.v. har arrangementer på forskellige tidspunkter i løbet af ugen. F.eks. foredrag, arbejdende værksteder, ravnure, kunst og naturudstillinger.
Kunst-crawl	Besøg på gallerier, museer og hos kunsthåndværkere. Arrangement i forbindelse med andre store events som f.eks. Jazzydays, Skagen Litteraturfestival (begge i uge 42).
Overblik over eksisterende samarbejder	Der eksisterer mange formelle og uformelle netværk og samarbejdsfora blandt kunstnere og kunsthåndværkere i Toppen af Danmark. Som udgangspunkt for det videre arbejde vil det være godt med et overblik.
Gruppe 2a – spisesteder og fødevarer	
Etablering af Gastronomirute	Noget i stil med snapperuten. En gastronomirute, hvor man ender med at spise et af de steder, man har smagt madprodukter fra undervejs.
Besøg hos fødevarerproducenter	Som aktivt deltagende i eller tilskuer til f.eks. slagting af lam. Både for børn og voksne.
Busrute, cykelrute med besøg hos fødevarerproducenter	Besøg hos forskellige producenter, der laver vidt forskellige produkter: brød, grønsager, kød, fisk.
Konferencetilbud til virksomheder	Tilbud til virksomheder. Medarbejdere besøger forskellige producenter og ender på en restaurant.
Den ultimative smagsoplevelse	Et måltid sammensættes af råvarer fra vidt forskellige producenter, som man besøger i løbet af en dag. Afsluttende samles man et sted og producerer maden.
Sansetur	Tur for børn og voksne, hvor man føler, dufter og smager madvarer.
Temature	Når man laver cykelruter, skal fødevarerproducenter, der laver specielle events, markeres på kortet. Turen kan afsluttes på en restaurant, der også markeres på kortet.
Fokus på Colorline-gæster	Kan det udnyttes, at gæster fra Colorlines nye færger ikke længere spiser på færgen?
Event-dage	Fårenes dag, jomfruhummerfestival, jordbærrenes dag etc. Enkelte dage er nemmere at administrere og sælge end temaferier, der kan vare en hel uge.
Samarbejde	Fokus på samarbejde frem for konkurrence.
Naturens ekstremer	Det skal være positivt og sælges, at naturen og vejret til tider er barskt. F.eks. arrangementer i naturen, hvor man ender foran pejsen og spiser specielle fødevarer.
Koordinering af åbningstider	Koordinering af åbningstider mellem restauranterne. Evt. koordinering via turistbureauerne.
Hent selv råvarer	Turisterne kan hente råvarer for restauranterne. Det skal gøres til en oplevelse at gøre restauranterne en tjeneste.
Gratis glæder	Det kan ofte godt betale sig at et arrangement er gratis, da det lokker

	folk til, og de derefter bruger penge i byen/virksomheden. (problem: er gratis lig med dårlig kvalitet?).
Mad koblet med historie	Det betyder meget, at gæsterne får historien bag maden. Kan også med fordel kobles med kulturhistorie.
Skiltning	Turisterne har svært ved at finde fødevarerproducenterne. Det er svært at få lov til at skilte. Evt. samarbejde med VisitDenmark om fælles skilteprogram, der giver genkendelighed.
Iscenesættelse af fødevarer	f.eks. kobling til skuespil. Skuespillere lærer fødevarerproducenterne at iscenesætte deres fødevarer og historien bag.
Kontakt mellem restauranter og producenter	Restauranter har svært ved at få kontakt til producenterne. Fødevarerproducenterne skal gøre sig let tilgængelige. Det skal være let for restauranterne at modtage fødevarerne, f.eks. kan levering tilbydes.
Klarhed om Smagen af Nordjylland	Alle fokuserer på fødevarer. Vi skal finde det helt unikke for vores fødevarer – barskt miljø, ting vokser langsomt, koncentreret smag. Fokus på stedbundne råvarer.
Tag prisen	Det er en fare, at naturvejledere laver meget billige alternativer til restauranternes tilbud. Det naturvejlederne laver, kan være appetitvækker til restauranterne.
Netværk omkring fødevarerproducenter	Fødevarerproducenter er ikke synlige – svære at finde. De kontakter ikke TaD / turistbureauerne, men forventer at blive fundet.
Gruppe 2b – spisesteder og fødevarer	
Videreudvikling af Brochurer	Lav f.eks. en sanseguide, hvor det er kvaliteten, der fremhæves. Der må gerne være mere specialisering i brochurerne.
Gourmetoplevelser	Gourmetoplevelser a la "levende julekalender" i Skagen. Skabe en event, hvor fødevarerproducenter og spisesteder åbner dørene til særlige oplevelser – en om dagen/måned ...
Fælles kvalitetssikring af fødevarer	Der skal skabes en fælles platform for hvad der forstås ved kvalitet. Hvis der laves brochurer for spisesteder/fødevarer, skal der være kriterier for at være med. Det skal fremhæves, når spisestederne anvender friske, nordjyske råvarer.
Netværk	Brug de netværk, der allerede findes. I netværkene skal kvalitet defineres.
Nordjyske fødevarer tilgængelige	De nordjyske kvalitetsfødevarer skal være tilgængelige. F.eks. få leveret en pakke i sommerhuset, evt. ved ankomst (gourmethuse). Tilgængelige via en guide/brochure/på hjemmeside. Synliggøre torve, markeder og events.
Kombination af kultur og gourmetoplevelser	Pakkerejser/pakketure, hvor oplevelserne kombineres.
Synliggøre spisestedernes åbningstider	Etablering af system, hvor spisestederne kan synliggøre deres åbningstider.
Gruppe 3a – aktiv ferie	
CO2-neutral ferie	Vindmøller, rideture, golf, farmferie, m.m.
Fred og ro	Markedsføre fred og ro turen ved stranden.
Fiskeri	Fiskeri i Nordsøen.
Koralrev	Bundgarnsfiskeri – så gæsterne kan se, hvad der gemmer sig.
Vindmøller-klatrung	
Golfpakke	Arrangere flere golf ture sammen, hvor der spilles på flere baner incl. overnatning og mad. F.eks. april, hvor svenskerne ikke kan komme.
Naturkorps	Korps af alle guider i området (både natur og andre). Centralisering af

	kendskab, som alle kan bruge.
Pakkeferie	Pakkeferie med flere forskellige arrangementer. Skal kunne bookes på nettet – mange forskellige aktiviteter – sammensæt selv, og put i indkøbskurven.
Synliggørelse	Pakketere aktiviteter i det frivillige foreningsliv, små attraktioner m.v. evt. kombineres med tur på hesteryg. Synliggørelse af arrangementer på kryds og tværs (i hele geografien). Produkterne er her, men erhvervet har for dårligt kendskab til aktiviteterne. Markedsføring af vinteraktiviteter i f.eks. Tyskland.
Synliggørelse af naturområder, stier, oaser	Mangler pjece over områder til aktiv ferie – til vands, til lands og i luften. Bedre skiltning af stier.
Flere guidede naturture	Naturture m. guide – evt. på hest.
Rollespil	Bedre synliggørelse af rollespil. Lister over arrangementer til gæster/erhverv.
Synliggørelse af arrangementer	
Gruppe 3b – aktiv ferie	
Pakker – overnatning+aktivitet	Udvikling af netværk mellem overnatningssteder og attraktioner.
Rideundervisning	Kombinere undervisning med naturen. Muligt året rundt.
Rollespil	Yxenborg og Tornby Klitplantage samarbejder om udvikling af faciliteter (sammenholdes med stitystem og shelters). Kan udvides til flere steder.
Fugle	Potentiale i fugletræk. Skagen et af de bedst besøgte områder i DK. Læsø også god lokalitet. Fugleaktiviteter størst udenfor højsæsonen. Kan kombineres med andre aktiviteter – tur til Læsø, overnatning m.v.
Netværk	Brug for to former for formidling: Overfor kommende turister Internt i netværk mellem aktører (og overnatningssteder) TaD/VNJ.
Pakketurs booking	Lave spots i f.eks. Lysets Land, der beskriver, hvad man kan nå på en dag. Til inspiration og med mulighed for booking med det samme.
Produktkendskabsture	Organisering af kendskabsture, så man internt i branchen kan se, hvad øvrige aktører laver.
Bjælke på VDK	Ridning mangler som bjælke på VDKs hjemmeside.
Hurtigere sagsbehandling	Kommunerne skal afgøre sager af interesse for aktiv ferie hurtigere. Afgørelsen kan både være ja og nej.
Shopping	Næste år – næste gang – bør der være en gruppe, der har shopping som emne.
Gruppe 4 – attraktioner	
Fælles pr-medarbejder	Flere små virksomheder kan med fordel ansætte en fælles pr-mand.
Udvidelse af Kornets Hus	Kornets hus er under udvikling. Forslag til at etablere samarbejde mellem Kornets Hus og bryggerier, kokke, undervisere m.v.
Samarbejde / Netværk	Idéer bliver muligvis mere bæredygtige, hvis de udvikles i samarbejde (mellem flere små eller små og store attraktioner).
Ny målgruppe	Bedsteforældre med deres børnebørn. Kombination af to nuværende målgrupper: Det grå guld og børnene. Bedsteforældre og børnebørn rejser ofte i de kortere ferier udenfor hovedsæsonen.
Bindsløv gl. Elværk	Nedlægge eksisterende fisketrappe, der alligevel ikke virker. Lave Kanofart pausested med restaurant/café.
Gruppe 5 – kulturarv og historie	
Debatforum	Debatforum/idéforum til interessenter på TaDs hjemmeside. Åbent

	forum for alle helårsinteresserede.
Temasamarbejde	Temasamarbejde mellem kulturarvsattraktioner – rejs rundt i hele TaD indenfor samme tema.
Rollespil	Koblet med en attraktion. Læringsaspekt, internationalt potentiale (Tyskland+USA).
Temature omkring områdets fyrtårne	www.fyrtaarne.dk
Magisk projekt for børn	Med baggrund i Toppen i Børnehøjde udvikles aktivitet for børn i kulturarven. Indeholder f.eks. dragter og spil. Et spændende samarbejde på tværs af kommunegrænser, fokus på herregårdene. F.eks. Knivholt, Børglum Kloster, Sæbygård.
Genopbygning af Østerklit	Danmarks eneste stokmølle med god beliggenhed, god tilgængelighed (Vestkyststien) og shelters i nærheden. Oplevelse ved etableret sti-forløb.
Redoute, Løkken	Genopdagelse af "redoute" – et batteri fra 1807. Evt. udbredes til 1800 tals tema i hele TaD
Kulturarnord – projekt www.kulturarnord.dk	Udnytte potentialet i oplevelsesområdet Kulturarnord (formidlingsprojekt til ca. 40 mio. kr.). Udnyttelse af museernes produkter og ekspertise samlet.
Signal	De allerfleste kulturarvsinstitutioner – Vendsyssel Historiske Museum, Skagen By- og Egnsmuseum, Bangsbo, Skagens Museum m.fl. – har allerede helårsåbent. Det bør signaleres.
KASK og Kulturarnord	Kulturarnord har fokus på interreg-midler, der evt. vil kunne løfte mange kulturarvsprojekter vedr. kystzone og hav.
Børn ud i kulturarven	Et 5-dages projekt, hvor børn oplever, lever i, spiser o.s.v. kulturarven i hele TaD.
Koblinger	Få tingene koblet sammen geografisk/tematisk – så sælges budskabet bedre. Udnyt interesse-vinklen.
Hummer/krabbe projekt	Hummerfiskeriet kan genoplives på Vestkysten. Erhvervsdel + fortælledele + kulturarv + gastronomi. Nye oplevelser på Vestkysten. Fiskeri LAG har nedsat en idégruppe.
Kobling af aktiv ferie og historiske temaer	f.eks. oplev kulturarven på hesteryg, rollespil med udspring i kulturarven.
Museer er museer	Museerne (kulturarvsinstitutionerne) gør det de er bedst til, og ser sig selv som specialister på deres område, ikke som erhvervsaktører. Andre aktører er velkomne til at byde ind på at inddrage faciliteterne i pakketure. Ser sig som en art "intrastruktur", der skal indgå i turistinformation uafhængigt af annoncekroner.
Gruppe 6 – wellness	
Fælles markedsføring	De fire wellness steder i TaD er meget forskellige, og man vil ikke stjæle gæster fra hinanden ved at markedsføre sammen.
Nordjysk ord for wellness	Det ville være godt med et ord for wellness på nordjysk. Må gerne have relation til Toppen. Måske idékonkurrence. Ha' det godt – velvære for sjæl, krop og sind.
Rene offentlige toiletter m.v.	Vores offentlige toiletter er en hån mod gæsterne (alle?). Rabatterne er generelt beskidte. Der bør gøres en indsats.
Wellness i naturen	Magiske stier med huler og forhindringsbaner med små opgaver. Ture med mere ekstreme forhindringer. Ture i stilhed (meditative).
Add on til wellness	Rollespil – eventyrskole – "glasskoven" kombination af kunst og natur.

Uddannelse af personale og systematisering af info	Oplevelsesdesignere. Når der reserveres overnatning pr. telefon, skal personale på hoteller og turistbureauer foreslå det unikke til gæsterne, der bliver mere individuelle. Kræver uddannelse af personale og tilgængelig information om alle produkter.
Særlige faciliteter i naturen	Kræver wellness gæster særlige faciliteter i naturen: vandautomat, hårtørrer, andet?
Slankeferier	
Kombination af wellness og naturoplevelser	En lysbrønd midt i en skov – måske bare med ”plads” til to (bord og bænke). Eksklusive rum i naturen. Pilgrimsvandring.
Gruppe 7 – overnatning	
Turnusordning på åbningstider	Restauranter, attraktioner, museer m.v. skiftes til at have åbent/lukket på forskellige ugedage, så der altid er åbent nogen steder.
Formidling af åbningstider	Bedre formidling af åbningstider og muligheder. Udvikling af system, hvor oplysninger kan hentes på datoer. Satse på kvalitet i form af informationer.
Årstidsopdelte kataloger	Kataloger kunne f.eks. opdeles i halvårskataloger eller årstidsbestemte kataloger.
Åbne attraktioner om vinteren	Vigtigt, at attraktioner, restauranter m.v. holder åbent om vinteren.
Aalborg lufthavn	Brug lufthavnen i markedsføringen af området.
Tilgængelige informationer	Bedre orientering overnatningsstederne imellem omkring åben/lukket/ledig kapacitet m.v.
Orientering i TaD	Overnatningssteder skal være orienterede om aktiviteter m.v. i hele TaD, så gæster kan vejledes.
Prioritering af vinteråbne virksomheder i markedsføring	Særlig fremhævelse af vinteråbne virksomheder. F.eks. kan vinteråbne virksomheder prioriteres på TaDs hjemmeside og i andre medier.
Feature på hjemmeside	Feature på hjemmeside i hele TaD, hvor ledig kapacitet kan lægges ind.
”Hotel”listeordning	Skagens hotelliste ordning bør bruges andre steder (geografisk og brancher – f.eks. camping).
Vinterbadehuse	Etablering af vinterbadehuse.
Formidling af stier	Nye, bedre foldere for hele området med flere stisystemer. Gerne flere sprog. Vandre, cykle, ride, løbe.
”Her sker intet”	Markedsføring af området i 14 dage med total afslapning. ”her sker der intet”.
Gruppe 9 – netværk	
Synliggørelse af det specielle	Synliggørelse af at det mærkelige, der findes rundt omkring. Genbrugsbutikker, fugleklubber ...
Et globalt netværk	
Tiltrække events	Sportsbegivenheder, bridgeforeninger (DM), rollespil m.v.
Direkte kontakt	Brug teknologien til direkte kontakt til turisterne – GPS, SMS, GeoCatching, facebook m.v.
Lang golfsæson	Bedre samarbejde med golfklubberne – hele året. I N og S spilles der først golf i maj måned. Nordiske golfere potentielle kunder tidligere på året.
Synliggørelse i god tid	Aktiviteter synliggøres langt tidligere end i dag. Det skal være muligt at arrangere ferier for gæster efter aktiviteter. Alle muligheder bør identificeres og bruges. Overvej, hvem der kan lægge arrangementer m.v. ind på TaDs hjemmeside.
Kongresser m.v.	Samarbejde med f.eks. Rotary, Round Table om at arrangere deres kongresser. TaD kunne samarbejde med organisationerne om at

	arrangere verdenskongresser. F.eks. ved at tilbyde sekretariatsbistand. Kunne også gælde andre foreningstyper (paraplyorganisationer).
Søgning på nettet	Det skal være lettere at lave relaterede, afgrænsede søgninger på nettet. Også tilgængeligt for de små, der ikke har råd til almindelig annoncering.
Gruppe 10a – strategier og kommunal planlægning	
Sov med grise	Svine wellness. Modstykke til japansk oksekød.
Planlægning	Gode planer strander på restriktiv planlægning for landområderne.
Tilgængelighedsturisme	Nicheprodukt. Hvordan skaber vi bedre tilgængelighed for handicappede gæster?
Kulturinstitutioner i feriebyerne	Bedre markedsføring af kulturinstitutionerne i feriebyerne.
Charterrejser	Charterrejser i/til Nordjylland. Konkret rejseprodukt for charterturister.
Den endeløse sti	Der er behov for en kortlægning af gamle stier for at sikre tilgængelighed i naturen.
Mersalg i restauranter	Mersalg ved salg af brunch næste dag til restaurantgæster.
Stormvejr	Markedsføring af stormvejr som attraktion.
4-5 stjernede hoteller	Behov for planlægning, der opfordrer til etablering af hotel/hoteller med mange stjerner. Der er efterspørgsel på luksushoteller. Mange vil bygge, men hvem vil drifte?
Google m.v.	Optimering af hjemmeside i forbindelse med søgninger.
Målgrupper	Forslag om at satse på nyeste målgrupper, f.eks. polakker.
Certificering	Certificeringssystem for attraktioner og hoteller.
P-pladser	Nødvendigt med p-pladser i nærheden af helårsåbne hoteller.
Autenticitetbarometer	Definere og sikre balance i forholdet mellem luksus/comfort og autenticitet.
Katsig Bakker, Tolne Skov m.v.	Udvikling af "indlandsturisme". F.eks. helårsferiehuse i Tolne Skov som alternativ til Svenske Ødegårde. Investor skal identificeres.
På skovtur i bilen	Tilgængelighed. Forslag om flere bilveje gennem naturskønne områder.
Nicheturisme	Markedsføring af nicher til interessegrupper i USA (eller dele af USA).
Sommerhuse som hotel	Tillad udlejning af sommerhuse på hotelpræmisser.
Virksomhedsbesøg	Adgang for publikum på store virksomheder i TaD.
Gruppe 10b – strategier og kommunal planlægning	
Certificering	Certificering af tilbud for at sikre kvalitet i TaDs tilbud. Sikre at certificerede tilbud kan findes via GPS. Eks. samarbejde med VDK.
"Erhvervsturisme" traditionelt og moderne	Give turisterne mulighed for at se og opleve erhverv i TaD.
Cykelpakkerejser	Etablere samarbejde mellem tog, bus, færger, cykeludlejere og hoteller om at sikre logistik. Mulighed for at få bagage sendt i forvejen. Evt. suppleret med veterantog. Også muligheder inde i landet.
Landmand for en uge	Udnytte tomme landbrug ved at give turisterne mulighed for at bo og løse opgaver omkring det.
Samarbejde – skoler, museer, TaD	Udnytte hinandens kompetencer til at tilbyde turister læring. Påvirke turister og andre til at beskæftige sig med TaDs område.
Udnytte rigdom på fugle	Markedsføring: beskrivelse – f.eks. via nettet – muligheden for at se arter, arealer, fugletårne m.v. Sikre, at kommunernes natur- og miljøforvaltninger er opmærksomme på idéen.

