



# ROOTS

RECOGNISING CULTURAL HERITAGE  
OPPORTUNITIES FOR TOURISM SMES

ANERKENDELSE AF KULTURARVSMULIGHEDER FOR SMV ER TURISTSEKTOREN

# ROOTS

## Hvordan Oprette

## Lokale Kulturelle Naturlige communitie

### OM PROJEKTET

*I forbindelse med en stigende interesse for kulturarv i byområder og landdistrikter, samt deres bevarelse og kapitalisering, er lokalsamfundene direkte interesserede i at beskytte dem, men også den vigtigste aktør i processen med at øge bevidstheden og stimulerende investeringer.*

### PROJEKTETS MÅL

*Denne håndbog sigter mod at være en håndbog til oprettelse og udvikling af aktive og effektive lokalsamfund i udviklingen, beskyttelsen og udnyttelsen af turismen og kulturen.*

*Den forskning, der ligger til grund for manualen, er udført i root-projektet.*

## Om projektet

*I forbindelse med en stigende interesse for kulturarv til byområder og landdistrikter, samt deres bevarelse og kapitalisering, er lokalsamfund direkte interesseret i at beskytte dem, men også den vigtigste aktør i processen med at øge bevidstheden om en stimulering af investeringer.*

## Indhold

**Indførelsen** *pg 1*

**Baggrund** *pg 5*

**Hvad mener vi med Fællesskabs** *pg 6*

**Hvad er en interessant** *pg 8*

**Hvorfor er interessant engagement beneficial?** *pg 8*

**Hvorfor engagere sig med interessenter?** *pg 9*

**Hvordan man identificerer og engagerer de berørte parter?** *pg 9*

**Sådan præsenteres Fællesskabet** *pg 11*

**Kortlægning af interessant roller i Fællesskabet** *pg 11*

**Modeller af Fællesskabets bygning** *pg 17*

Bdf *pg 17*

Netværk for udvikling af landdistrikter *pg 27*

Momentum *pg 35*

University of Greenwich *pg 43*

Det nordøstlige regionale udviklingsagentur *pg 51*

Ekspontielt europæisk E-Learning Institut *pg 61*

*pg 71*



## Indførelsen

### ROOTS Projekt

Den ROOTS projektet har fokus på landdistrikterne, hvor forståelse og ekspertise inden for turisme SMV'er og mikrovirksomheder vil være lavere end det, der findes i bycentre og etablerede turistregioner. The University of Greenwich vigtigste campus sidder i en World Heritage site i London, i en af UK'S vigtigste turistmål, herunder verdens førende turistattraktioner.

Derfor fokuserer denne rapport i stedet på grevskabet Kent, hvor universitetet også har en campus. Kent er den største amt i Storbritannien og er overvejende landlig karakter. Kent har områder med velstand sammen med områder med betydelige afsavn og en kystlinje, der har en række falmede kystturisme destinationer. Efter vores mening vil en undersøgelse af sammenhængen i Kent for udviklingen af kulturarvs turismen være mere nyttig for projektet som helhed.

For at identificere de bedste eksempler på god praksis har hele root-teamet identificeret de bedste Fællesskaber i deres region. Det er ngo'er, hybrid strukturer, som gennem resultaterne af deres handlinger kan være reelle eksempler på Ja.

- Tre søstre er den samlede region af grevskaberne Waterford, Wexford og Kilkenny. En usædvanlig region, der er kulturelt og kunstnerisk rig, rodfæstet i kulturen er ankomsten af vikingerne og Normans, århundreder af landbrug, brygning, fiskeri, skrivning, musik, sprog, håndværk og forbinder med samfund i syd øst Irland til Europa og videre med en fælles historie og fremtid.

En unik partnerskab blev smedet mellem disse tre amter i 2015 & 2016 for at indtaste et bud for at vinde titlen som europæisk kulturhovedstad 2020

- Mozarab Way samarbejde projekt har som sit vigtigste mål generation af en innovativ model for planlægning og forvaltning af Mozarab Way of Santiago som europæiske kulturelle rute, i henhold til de behov og motivationer af det 21 århundrede Pilgrim.

Projektet er finansieret af Ministeriet for landbrug, fødevarer og miljø, inden for rammerne af det nationale landDistriktsNetværk, og koordineret af den lokale AktionsGruppe "Afståer La Serena".

Projektpartnerne har været 14 lokale AktionsGrupper i Andalusien og Extremadura, og det blev regnet som samarbejds enheder med 4 sammenslutninger af venner af Way of Saint James.

· The Ceres Ecotur project is an initiative of Ecoagroturismo Foundation, the representative of International ECEAT (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) in Spain, and aims to unify an ecological tourism network in Spain. The project was born as an initiative aimed at the preservation, conservation and dissemination of rural and ethnographic heritage, and the surrounded environment. Activities are integrated in agro-livestock farms whose managers offer leisure activities related to the agriculture and livestock traditional world, reinforcing their relationship with tourism. Ceres Ecotur is a certification applied in Spain, which takes as reference the European organic quality system ECEAT, under a sustainability criterion that measures the level of commitment to the environment, socio-cultural and economic with the destination.

· The East Kent City of Culture Project var et forsøg på at samle forskellige kulturelle og turistmæssige aktører i den østlige del af grevskabet Kent, for at byde på anerkendelse af "Kulturby", en britisk version af den mere kendte europæiske hovedstad i Kulturprogram. 11 områder af det britiske bud på dette afsnit, ser det som en katalysator for turisme-ledede kulturelle udvikling og økonomisk vækst. East Kent bud var nyskabende, da det var det eneste bud, der ikke var baseret på en egentlig by, i stedet for at bruge tilbuddet om at samle tidligere løst forbundne byer og landområder som en del af en 'by forestillet'. I sidste ende, at budet mislykkedes, men processen med at byde hjalp til at bygge nye samfund af praksis forbundet med kultur og turisme i amtet og efterlod en arv af fælles planlægning og øget kapacitet til store kulturelle turismeprøjekter.

· Kent Creative er et community-interesse-selskab (CIC), en form for social virksomhed. Det ser sig selv som en kulturel organisation og har til formål at stimulere og fremme de kulturelle og kreative industrier i Kent, samt at udvikle forbindelser og netværk med det bredere erhvervsliv. Den måde, som Kent kreative sætter dette i praksis på, er gennem fem forskellige projekter. Project 365 er et community Photography projekt, der har til formål at kuratere bosiddende-taget fotografering af en by i hele kalenderåret, for at tilskynde de lokale folk til at engagere sig med deres samfund i en mere bred måde end normalt. Kent Creative finder er en online vejviser over kulturelle og kreative organisationer i regionen. Den Kent skabende røbe sig er en podcast at egenskaber en anderledes firma og/eller placering i den landskab hver uge, hos en online arkiv i viser. Kent Creative Connect er et månedligt netværk begivenhed, og den årlige Kent Creative Awards gives i et højt profileret arrangement hvert år.

· Smaakstad Leeuwarden er udviklet baseret på, at Leeuwarden er hovedstad i smagen i 2015. Efter at Leeuwarden er hovedstaden i smagen i 2015, har mange af de kulinariske projekter opholdt sig og var fra da af, en del af Smaakstad Leeuwarden. At være kort: Leeuwarden som hovedstad blev Smaakstad Leeuwarden. Smaakstad Leeuwardens vigtigste ambition er at gøre alle bekendt med smagen af maden Made in Leeuwarden og resten af friske-provinsen. Derfor organiserer Smaakstad Leeuwarden forskellige arrangementer, så de lokale produkter bliver anerkendt og kan nydes fuldt ud af alle, der besøger begivenhederne i Smaakstad Leeuwarden.

*Smaakstad Leeuwardens Gæster kan kombinere spising af lokal mad med musik, kultur og historie, som Smaakstad Leeuwarden og byen Leeuwarden tilbyder. Nogle arrangementer har et tema og arrangeres hvert år. For eksempel kan man nyde jazzmusik, mens man prøver kulinariske højdepunkter på en række restauranter i Leeuwarden. Den Groot Liwwadder diner er også en bemærkelsesværdig begivenhed, der er blevet arrangeret et par gange allerede. Denne begivenhed arrangeres af Smaakstad Leeuwarden i samarbejde med forskellige fødevarer virksomheder, restauranter og en DYRLÆGE. Omkring 1000 mennesker har middag sammen. Temaet for Groot Liwwadder diner er at forbinde folk gennem 'deling middag'. Denne måde de besøgende af denne begivenhed kan møde nye mennesker og til at holde i Ouch med bekendte.*

*Ljouwert Culinaire har til formål at bringe den lokale mad erfaring sammen med velgørenhed. Denne friluftsbegivenhed har næsten hvert år besøgende, der i løbet af tre dage kan nyde maden lavet af de frisiske restauranter. En række lokale restauranter kan deltage i Ljouwert Culinaire og har altid været organiseret og bemandede af Lionsclub Ljouwert '80. Siden 2018 klubben overdraget organisationen af begivenheden til en anden part, på grund af forventningen om meget faldende indtægter, der ville blive genereret i fremtiden for at donere det til velgørenhed. Den Lionsclub Ljouwert '80 vil dog have en stand til stadig at indsamle penge til velgørenhed. Placeringen af Ljouwert Culinaire er ikke altid den samme, hvad der gør det mere interessant. På denne måde kan de besøgende i Ljouwert Culinaire udforske mere af Leeuwarden. Der er en masse begejstring for dette initiativ, ca 5000 til 10,000 mennesker besøgte Ljouwert Culinaire hvert år, at det bliver afholdt. En del af indtægterne begivenhederne bringer i, går til velgørenhed, at hospice Marcelis Goverts Gasthuis. Dette hospice giver støtte, omsorg og gæstfrihed til mennesker, der er uhelbredeligt syge. Indtægterne fra Ljouwert Culinaire vil sørge for, at hospicet får et nyt køkken.*

*Boucovina Tourism Association er en NGO, hvis hovedformål er at fremme regionens globale turisttilbud og fremme sine medlemmer: Hoteller, pensionater, Agriturismo, restauranter, rejsebureauer osv. Foreningen har mere end 35 medlemmer.*

*Initiativet Association for et ansvarligt samfund (AICR) har til formål at samle dem, der deler de samme ideer om, hvad et ansvarligt samfund bør betyde, og folk, der flytter tingene til at gøre Moinesti en bedre by, en by at være stolt af, at vi lever.*

*"Foreningen for turisme og turismeudvikling OZANA VALLEY" Foreningen har følgende mål: at skabe en ramme for refleksion og udtryk for de strukturer, der er involveret i turismen, at udarbejde forslag til politikker for turismeudvikling i Tirgu Neamt området; med henblik herpå kan foreningen samarbejde med offentlige og private organer, herunder gennem partnerskaber med dem; offentlige og private institutioner på turistområdet; oprettelse af mærkevarer turistområder i henhold til betingelserne i de relevante normative retsakter; organisering af forskellige former for turisme (kultur, fritid, spa, erhverv, Agrotourism, osv.); højnelse af kvaliteten af turisttjenester i Tirgu Neamt området gennem løbende uddannelse af ledere og turisme agenter, i henhold*

*af loven; udvikling af en database, der gør det muligt at observere turistaktiviteter i Tirgu Neamt-området fremme af kvalitet, god praksis og kompetence på området ved tildeling af kvalitetsmærker; miljøbeskyttelse og økologisk genopbygning; inddragelse af unge i aktiviteter til fremme af turismens potentiale fremme af international udveksling af idéer, information og viden udvikling af økologiske uddannelsesprogrammer; udvikle Fællesskabets udviklingsprogrammer; iværksættelse af ikke-formelle uddannelsesprogrammer; fremme af regionens kulturelle potentiale; andre former for uddannelse.*

## Baggrund

*International turisme er måske det eneste område, der under den økonomiske krise stadig registrerer økonomisk vækst, og Europa har et stort potentiale, men dårligt kapitaliserede, som udnyttes med optimale parametre, kan være en løsning for socioøkonomisk genoplivning af lokalsamfundene.*

*Sidst tendensen til udvikling af turistindustrien har manifesteret mere og mere betydningsfuld ved at vende tilbage til naturen og autentiske kulturelle værdier.*

*Turisme anses for at være en måde at udnytte alle ressourcer i en region på, en løftestang for dæmpning af interregionale ubalancer, en løsning på velstand for ugunstigt stillede områder, et middel for de-industrialiserede lokaliteter. (Minciu, 2004)*

*At analysere den motiverende struktur i byerne rejser, kulturturisme har en vigtig andel. Det anslås, at kulturturisme tegner sig for ca. 40% af al europæisk turisme.*

*Verdensturistorganisationen fortæller os, at kulturturisme tegner sig for 37% af den globale turisme, og den bekræfter desuden, at den fortsat vil vokse med 15% hvert år. Med alle dette marked interesse, bør destinationer udnytte hvad der gør deres samfund unik og investere i at udvikle kulturelle turisme programmer.*

*Kulturel turisme giver rejsende mulighed for at blive nedsænket i lokale ritualer og rutiner, at tage væk ikke kun smukke billeder, men også fælles erindringer af unikke oplevelser. For destinationer tilskynder det lokalsamfundene til at favne deres kultur og øge den økonomiske vækst.*

*Udvikling af kulturelt gearede turisme programmer tilskynder destinationer til at fejre og fremme det, der adskiller deres samfund, og dermed giver mulighed for autentiske kulturelle udveksling mellem lokale og besøgende.*



## Hvad mener vi med Fællesskabs

Når det drejer sig om turisme, kan de samfund, der skaber forandringer, defineres som beboere, turist firmaer, myndigheder og turister, der deler de samme værdier og principper med henblik på at udnytte turist ressourcer, i vores tilfælde kulturarven.

For at være homogen og repræsentativ for hele det lokale samfund, er de eksempler på god praksis, vi identificerer, forskellige samfund ikke kun geografisk, men også struktur og alder, men det fælles punkt er mangfoldigheden af involverede aktører.

### Tre søstre

tre søstre er den samlede region af grevskaberne Waterford, Wexford og Kilkenny.

En usædvanlig region, der er kulturelt og kunstnerisk rig, rodfæstet i kulturen er ankomsten af vikingerne og Normans, århundreder af landbrug, brygning, fiskeri, skrivning, musik, sprog, håndværk og forbindelser med samfund i syd øst Irland til Europa og videre med en fælles historie og fremtid.

### Mozarab Way samarbejde projekt

Mozarab Way samarbejde projekt har som sit hovedformål at generation af en innovativ model for planlægning og forvaltning af Mozarab Way of Santiago som europæisk kulturel rute, i henhold til de behov og motivationer af det 21. århundrede Pilgrim. Projektet er blevet finansieret af Ministeriet for landbrug, fødevarer og miljø, inden for rammerne af det nationale landDistriktsNetværk, og koordineret af den lokale AktionsGruppe "Afstær La Serena" den Ceres Ecotur projektet

### The East Kent Kulturby projektet

The East Kent City of Culture Project var et forsøg på at samle forskellige kulturelle og turistmæssige aktører i den østlige del af grevskabet Kent, for at byde på ros af ' Kulturby ', en britisk version af de mere w den europæiske Kulturhovedstads program.

11 områder af det britiske bud på dette afsnit, ser det som en katalysator for turisme-ledede kulturelle udvikling og økonomisk vækst. East Kent bud var nyskabende, da det var det eneste bud, der ikke var baseret på en egentlig by. I stedet for at bruge tilbuddet om at samle tidligere løst forbundne byer og landområder som en del af en ' by forestillet '. I sidste ende, at budet ikke lykkedes, men processen med at byde hjalp til at bygge nye samfund af praksis forbundet med kultur og turisme i amtet og EFT en arv af fælles planlægning og øget kapacitet til store kulturelle turismeprojekter.

### Kent Creative

Kent Creative er et fællesskab-interesse-selskab (CIC), en form for social virksomhed. Det ser sig selv som en kulturel organisation og har til formål at stimulere og fremme de kulturelle og kreative industrier i Kent, samt at udvikle forbindelser og netværk med det bredere erhvervsliv.

### *Smaakstad Leeuwarden*

*Smaakstad Leeuwarden er udviklet baseret på, at Leeuwarden er hovedstaden i smagen i 2015. Efter at Leeuwarden er hovedstaden i smagen i 2015, har mange af de kulinariske projekter opholdt sig og var fra da af, en del af Smaakstad Leeuwarden. At være kort: Leeuwarden som hovedstad blev Smaakstad Leeuwarden. Smaakstad Leeuwardens vigtigste ambition er at gøre alle bekendt med smagen af maden Made in Leeuwarden og resten af frisiske-provinsen.*

*Derfor organiserer Smaakstad Leeuwarden forskellige arrangementer, så de lokale produkter bliver anerkendt og kan nydes fuldt ud af alle, der besøger begivenhederne i Smaakstad Leeuwarden.*

### *Det sydlige East Vineyards Association (SEVA)*

*casestudiet viste flere vigtige lektioner og ingredienser til succes, herunder: • at finde et problem eller et fælles behov vil bidrage til at forene og engagere ligesindede mennesker og interessenter;*

- Start små og derefter voksende og udviklende er vejen frem-' MÆGTIGE EGETRÆer fra LITTLE AGERn ' betyder, at bemærkelsesværdige ting kan starte små og derefter vokse og udvikle sig over tid;*
- Opbygge relationer med interessenter fokuseret på at løse fælles behov og problemer bidrager til at opbygge COMMUNITITES og netværk;*
- Formalisere netværk, processer og relationer, når interessenterne kan se, at VÆRDITILVÆKSTen opretholder Fællesskabet*
- Værdsættelse af forandringer, efterhånden som Fællesskabets behov udvikler sig, bidrager til at skabe bæredygtighed;*
- At give folk mulighed for at dele og kommunikere på en måde, der er relevant for dem, som i dag i stigende grad betyder MULTI-kanal kommunikation, der kombinerer ansigt-til-ansigt kommunikation (f. eks. møder, arrangementer og tale med hinanden) med digital kommunikation (f. eks. sociale medier, hjemmesider og blogging).*

### *Ljouwert Culinair*

*Ljouwert Culinair har til formål at bringe den lokale mad erfaring sammen med velgørenhed. Denne friluftsbegivenhed har næsten hvert år besøgende, der i løbet af tre dage kan nyde maden lavet af de frisiske restauranter. En række lokale restauranter kan deltage i Ljouwert Culinair og har altid været organiseret og bemanded af Lionsclub Ljouwert ' 80.*

### *Initiativet Association*

*for et ansvarligt samfund initiativet Association for et ansvarligt samfund (AICR) har til formål at samle dem, der deler de samme ideer om, hvad et ansvarligt samfund bør betyde, og folk, der flytter tingene til at gøre Moinesti en bedre by, en by at være stolt af, at vi lever.*

### *Bucovina turisme Association*

*Bucovina Tourism Association er en NGO, hvis vigtigste mål er at fremme regionens globale turisttilbud og til at fremme sine medlemmer: Hoteller, pensionater, Agriturismo, restauranter, rejsebureauer, osv. Foreningen har mere end 35 medlemmer.*

## Hvad er en aktør?

En interessent er enten en person, en gruppe eller en organisation, der påvirkes af resultatet af et projekt. De har en interesse i projektets succes og kan være inden for eller uden for organisationen, der sponsorerer projektet. Interessenter kan have en positiv eller negativ indflydelse på projektet. Udtrykket "interessenter i turismeudvikling" omfatter ifølge følgende spillere:

- Nationale regeringer
- Lokale myndigheder med særlig kompetence inden for turisme
- Turistvirksomheder og turismevirksomheder, herunder deres sammenslutninger
- Institutioner, der beskæftiger sig med finansiering af turismeprojekter
- Turisme medarbejdere, turisme fagfolk og turisme konsulenter;
- Fagforeninger af turismeansatte
- Uddannelsescentre for turisme
- Rejsende, herunder forretningsrejsende og besøgende på turistmål, steder og attraktioner
- Lokale befolkninger og værtssamfund på turistmål gennem deres repræsentanter
- Andre juridiske og fysiske personer, der har indsats inden for turismeudvikling, herunder ikke-statslige organisationer specialiseret i turisme og direkte involveret i turisme projekter og levering af turisme tjenester. "
- Andre projekter og lignende organisationer

## Hvorfor er interessenters engagement betjent?

I dag fremkommer udtrykket "stakeholder engagement" som et middel til at beskrive en bredere, mere inkluderende offentlig deltagelsesproces. Når implementeret effektivt, kan interessent (SH) engagement bruges til at forbedre kommunikationen, opnå bredere support, samle nyttige data og ideer, forbedre agenturets omdømme og sørge for mere bæredygtig beslutningstagning. Når vi ser fremtiden, skal mange kulturelle ressourcestyingsprojekter engagere sig i en lang række SH-grupper, hver med deres egne bekymringer, behov, interessekonflikter og indflydelsesniveauer.

## Hvorfor engagere sig med

*Stakeholder Engagement er processen med effektivt at fremkalde interessenters synspunkter om deres forhold til organisationen / programmet / projektet.*

*Interessant engagement er en vigtig proces i alle initiativer til samfundsopbygning, især i vores tilfælde, når de sigter mod at bevare, udvikle og udnytte kulturarven.*

*Således involverer interessantengagement udviklingen af kommunikation, krystallisering af mål og strategier, der skal følges, og deres engagement i dine processer.*

*Gennem dette forhold kan interessenter have deres mening, og selskabet kan lytte og reagere. Fra ledelsesmæssigt synspunkt skal effektiv forvaltning af interessenter ikke kun beskæftige sig med de grupper, der kan påvirke projektet, men også med grupper, som projektet kan påvirke. I turismekonteksten omfatter meget generiske kategorier af interessenter, der er vigtige for planlægning og gennemførelse af projekter, beboere, turister, medarbejdere, regering, lokale virksomheder, konkurrenter, aktivistgrupper, uddannelsesinstitutioner.*

### Råd:

*Identificere interessenterne i det område, hvor du arbejder, og overbevisninger om at overholde dit mål. Forsøg at involvere interessenter fra så mange relaterede sektorer som offentlig administration, SMV'er, indkvartering og restaurantfaciliteter, museer, kulturelle steder mv.*

## Hvordan man identificerer og engagerer sig i

### Opret en profil for dit målgruppe

- *Udvikling af en mere dybtgående forståelse af et interessepunkt ved at give information om dens sociale mangfoldighed, historie, eksisterende netværk og generelle socioøkonomiske karakteristika.*
- *Identifikation af forskellige interessenters interesse og indflydelse. Forstå interessentproblemer og behov*

*De projektmedlemmer, der er involveret i at forstå interessenternes behov, bør være effektive facilitatorer og have erfaring med at fremkalde information. Selvfølgelig er kendskabet til den målrettede teknologi ønskelig, men det er ikke afgørende.*

### Interview dine interessenter

*En effektiv, direkte person-til-person-interviewteknik kræver, at du har udarbejdet en liste over spørgsmål designet til at få en forståelse for de reelle problemer og potentielle løsninger.*

*For at få så upartiske svar som muligt skal du sørge for, at de spørgsmål du spørger er kontekstfrie. Det kontekstfrie spørgsmål er et højt niveau, abstrakt spørgsmål, der kan stilles tidligt ind et projekt for at få information om globale egenskaber af brugerens problem og potentielle løsninger.*

### *workshops*

*Workshop giver rammer for at anvende den anden fremkaldelse teknikker, såsom brainstorming, storyboarding, rollespil og gennemgang af eksisterende krav. Disse teknikker kan bruges alene eller kombineret. Alt kan kombineres med brugsanvisningen. For eksempel kan du producere et eller et par storyboards til hver brugssituation, du forestiller dig i systemet. Du kan bruge rollespil som en måde at forstå, hvordan aktører vil bruge systemet og hjælpe dia med at definere brugen saer.*

### *Konsolitere resultater*

*Efter kravværket skal facilitatoren (sammen med systemanalytikere) bruge lidt tid til at syntetisere resultaterne og kondensere informationerne til en præsentabel form.*

### *Kommunikere kommunikere kommunikere!*

- Håndter gruppediskussion om relevante spørgsmål*
- Organiser en fællesskabshændelse med det formål at give information om projektet og øge bevidstheden om relevante spørgsmål*
- Organiser formelle møder*

*Vær opmærksom på, at ikke alt engagement vil være kanaler, som du kontrollerer.*

*Interessenter vil have deres egne kanaler og vil engagere sig i emnet uafhængigt af din engagement aktivitet. Det lønner sig aktivt at lytte til, hvad der bliver sagt om dit emne før, under og efter dit engagementsprojekt.*

## Hvordan præsenterer vi fællesskabet?

*Når du finder dig selv, der leder et nyt projektteam, kan du arbejde med mennesker, der ikke har lavet projekter før. Disse interessenter skal vide, hvordan projektet skal fungere, og hvad de kan forvente af dig.*

*For at etablere et samfund er det nødvendigt at formulere fordelene ved at tiltræde samfundet til potentielle medlemmer; appellerer til ideer om det fælles gode er usandsynligt at arbejde, når overbevisende virksomheder giver op med deres tid og andre ressourcer til at støtte et nyt projekt.*

*Dette afsnit af rapporten ser på disse fordele for hvert af casestudieprojektet*

*Fortæl dem hvordan du vil informere dem om fremskridt. Faktisk er det en god ide at forhandle dette til dine største interessenter. Mens du måske foretager en blanket-e-mail-rapport for de fleste mennesker, kan din projektsponsor måske have et lidt andet format en gang om kvartalet, for eksempel at tage til bestyrelsen eller til andre formål. Da det er i din interesse, at rapporterne er nyttige og anvendte, skal du tale med dem om, hvad de gerne vil se og acceptere formatet for opdateringer.*

## Kortlægning af interessentroller i

*Planlægning er nødvendig for at turismen kan udvikle sig på en måde, der er økonomisk, bæredygtig og ikke skadelig for miljøet, kulturen eller samfundet.*

*For at gøre projektets interessenter lykkelige skal du først identificere dine interessenter, og hvem skal vide, hvad og hvornår. Før du starter dit projekt, er det vigtigt at identificere og analysere, og derefter kortlægge dine interessenter efter deres engagement, følelsesmæssige og finansielle investeringer og andre kriterier i forbindelse med dit projekt.*

*Overvågning og evaluering af engagementet*

*Overvågning er indsamling og analyse af information om et projekt eller et program, der gennemføres, mens projektet / programmet pågår.*

*Evaluering er den periodiske, retrospektive vurdering af en organisation, et projekt eller et program, der kan udføres internt eller af eksterne uafhængige evaluatore.*

*Det første skridt er at være klar over, hvorfor du vil gøre M & E og de fordele, det kan tilbyde. Frivillige og aktivister i Fællesskabet ønsker ofte at gøre verden til et bedre sted, hvilket gør dem handlingsorienterede og ofte utilstrækkelige. Overvågning og evaluering kan undertiden virke som en uoverkommelig luksus, en administrativ byrde eller et uheldig instrument for eksternt tilsyn. Men hvis det bruges godt, kan M & E blive et stærkt redskab til social og politisk forandring.*

·Vurdere

og demonstrere din effektivitet i at nå dine mål og / eller indflydelse på folks liv;

·forbedre

intern læring og beslutningstagning om projektdesign, hvordan gruppen

opererer og implementerer dvs. om succesfaktorer, barrierer, som nærmer sig arbejde / ikke virker osv.

·bemyndige

og motivere frivillige og tilhængere,

· Sikre ansvarlighed

til vigtige interessenter (f.eks. dit fællesskab, dine medlemmer / tilhængere, den bredere bevægelse, støttemodtagere, tilhængere);

· Påvirke regeringspolitikken

·del

lære med andre samfund og den bredere bevægelse;

·bidrage

til evidensgrundlaget om effektivitet og grænser for samfundsaktioner

### Metoder til etablering og udvikling af lokalsamfund (bedste praksis)

#### Tre søstre

Waterford for de tre søstre var en ny model for kulturforandret forandring i en relativt landlig region, som er geografisk til kanten af Europa. Den var baseret på et unikt partnerskab mellem tre historisk konkurrerende amter (Waterford, Wexford og Kilkenny) i det sydøstlige Irland.

Ligesom mange andre regioner i hele Europa uden et dominerende bycenter kæmpede de tre søstre for at finde en stemme og skabe en bæredygtig tilgang til økonomisk, social og kulturel udvikling. Buddet tilbød strategisk mulighed for at dele kapacitet og ressourcer til at opbygge en bæredygtig europæisk region og gøre det muligt for de mindre byer og landsbyer at skabe en ny produktiv kulturel ledende rolle. At bringe de tre lokale myndigheder sammen til at udforske og planlægge og investere i kulturledede løsninger til sted, samfund, social og økonomisk udvikling sammen

genskabe den europæiske region. Deres ambition er at være et eksempel for Europa og at inspirere andre små regioner til at arbejde sammen gennem Kultur for at omdanne deres fremtid. De tre søstre 2020 gav mulighed for at udvikle større adgang for lokalsamfund til at krydse landegrænser for at opleve rækkevidden og deptet om et forbedret kulturtilbud. Det opretter også et program af omfanget, kvaliteten og mangfoldigheden for at tiltrække flere nationale og internationale publikum til regionen og at drive nye samarbejds-mæssige tilgange til produktion og programmering på tværs af kulturøkologien.

### *The Mozarab Way Cooperation Project*

*The network came to light through an open call for projects funded by the Ministry of Agriculture, Food and Environment. Based upon the call and the priorities, a group of Local Action Groups took action jointly and created the project idea and invited other relevant stakeholders*

### *The Ceres Ecotur project*

*This project arises from the commitment made between the Ecoagrotourism Foundation and ECEAT-International in 2003, according to the conclusions of the International Year of Ecotourism in 2002. To reach the Ecolabel, the initiatives of eco-tourism have to be committed to some basic and mandatory engagements in Sustainable agriculture, Cultural Heritage, Natural environment and Renewable energies. The Ecolabel initiative is carried out in cooperation with the European Centre for Ecological and Agricultural Tourism ECEAT created in The Netherlands in 1993*

### *Bucovina Tourism Association*

*The Association was founded at the initiative of the private sector of tourism in Bucovina and the institutions working in this field. Birth came as a response to a necessity and potential to be exploited.*

### *Initiatives for a Responsible Community Association*

*The Association was set up seven years ago to initiate more people in different fields of activity in Moinesti, being the first community initiative to pursue the interests of Moinesti.*

### *Smaakstad Leeuwarden*

*The development of the local cultural community of Smaakstad Leeuwarden was through, first of all, establishing a foundation. Also, it was of importance to assign Project Managers to develop and lead the projects presented as events. Another important concern was to grants in the form of local subsidies. The sectors that had to be involved were: hospitality, business finances and art and culture. The foundation used a Bidbook as a base to create Smaakstad Leeuwarden.*

*The Bidbook explains what Friesland can offer regarding local food, what the goals are for Smaakstad Leeuwarden and which events are ought to be held in order to attract the aimed stakeholders, visitors and ambitions*

### *Ljouwert Culinair*

*In the case of Ljouwert Culinair and setting up a local cultural community, Lionsclub Ljouwert '80, has played the most important role. This club organises events of which collecting revenue for charities is a crucial target. Ljouwert Culinair is one of these events and as for every other event or activity that Lionsclub Ljouwert '80 organises, they involve their network and capacity to make sure the events have all the ingredients to succeed.*



*The charities that profit from almost all revenue an event like Ljouwert Culinair makes can be very different and can also be local as well as international. For the event Ljouwert Culinair, the charity is Hospice Marcelis Goverts Gasthuis. Besides being organising events for a good cause, the aim of Ljouwert Culinair is also to promote local catering, such as restaurants.*

#### *References*

*Anuario 2015, Observatorio Turístico de Extremadura.*

*DECRETO 65/2015, de 14 de abril, ordenación y sistema de clasificación de los alojamientos de turismo rural de la Comunidad Autónoma de Extremadura.*

*Turismo MICE en Extremadura, Observatorio Turístico de Extremadura.*

*Proceedings, IV JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO*

*Valoración Turística Enero 2016 Valoración Turística Empresarial de 2015: Perspectivas Para Y Perspectivas Para Perspectivas Para 2016*

*<http://ceres-ecotur.com/en/ecotourism-agrotourism-in-spain-project/>*

*<http://www.caminomozarabedesantiago.es/>*

*Regional Action Plan for Tourism (PRAT) North East 2017-2023*

*[http://www.adrnrdest.ro/user/file/regional\\_prat/PRAT%20Nord-Est%202017%202023.pdf](http://www.adrnrdest.ro/user/file/regional_prat/PRAT%20Nord-Est%202017%202023.pdf)*

*<https://www.bucovinaturism.ro/>*

*Initiatives for a Responsible Community Association*

*<https://initiativele-comunitatii-responsabile.ro/>*

*Culture Kent Research Programme (2017) Summary of Findings Report, Maidstone: Visit Kent East Kent 2017 (2018) East Kent:*

*A City Imagined [online] Available from: <http://www.eastkent2017.co.uk/> Accessed 12th March 2018 Kent*

*Creative (2018) Kent Creative [online] Available from:*

*<http://kentcreativearts.co.uk> Accessed 12th March 2018*

*Visit Kent (2016) Economic Impact of Tourism in Kent, Maidstone: Visit Kent*

*Friesland Style. (n.d.). Dokkum. Retrieved 7 March, 2018, from*

*<https://www.friesland.nl/nl/ontdek/de-elf-steden/dokkum>*



*Friesland Style. (n.d.). De Wadden. Retrieved 7 March, 2018, from <https://www.friesland.nl/nl/ontdek/de-wadden>*

*Hoofdstad van de Smaak 2015. (n.d.). Evaluatie Hoofdstad van de Smaak 2015. Spijkers, I. & Pieper, C.*

*Kommerie, J. (2017). Friese recreatie en toerisme in de lift. Retrieved 7 March, 2018, from <http://www.lc.nl/friesland/Veel-meer-Nederlandse-toeristen-naar-Friesland-infographic-22686744.html>*

*Ljouwert Culinair. (n.d.). Deelnemerspagina. Retrieved 8 March, 2018, from <https://ljouwertculinair.nl/deelnemerspagina-3/>*

*Lionsclub Ljouwert '80. (2013). Draaiboek Ljouwert Culinair.*

*Ljouwert Culinair. (n.d.). Een echte Leeuwarder traditie!. Retrieved 8 March, 2018, from <https://ljouwertculinair.nl/een-echte-leeuwarder-traditie/>*

*Ljouwert Culinair. (n.d.). Hospice Leeuwarden. Retrieved 8 March, 2018, from <https://ljouwertculinair.nl/hospice-leeuwarden/>*

*Ljouwert Culinair. (n.d.). Ljouwert Culinair. Retrieved 8 March, 2018, from <https://ljouwertculinair.nl/>*

*Smaakstad Leeuwarden. (n.d.). Groot Liwwadder Diner 2016 – bestel tickets. Retrieved 8 March, 2018, from <http://www.lwdsmaakstad.nl/nieuwse/gld2016/>*

*Smaakstad Leeuwarden. (n.d.). Over Smaakstad Leeuwarden. Retrieved 8 March, 2018, from <http://www.lwdsmaakstad.nl/>*

*Smaakstad Leeuwarden. (n.d.). Programma JazzNtaste. Retrieved 8 March, 2018, from <http://www.lwdsmaakstad.nl/nieuwse/programma-jazzntaste/>*

*Speerstra, R. J. (2017). Veel meer Nederlandse toeristen naar Friesland (+infographic). Retrieved 7 March, 2018, from <http://www.lc.nl/friesland/Veel-meer-Nederlandse-toeristen-naar-Friesland-infographic-22686744.html>*

*Vroom's Communicatie & Buro Amaro. (n.d.). Bidbook Leeuwarden Hoofdstad van de Smaak! 2015. Vroom, M. & Visser, T.*



## Modeller af samfundsbygning



### 1. indledning

ROOTS-projektet har til formål at udvide iværksætterkompetencer og kulturelle sindssæt af ejere og ledere af turisme-mikrovirksomheder. Et af målene med projektet er også at udvikle en forståelig strategi for at forbedre og diversificere turisttjenester. Betydningen af ROOTS-projektet er også at udvide mikro-turismeselskabernes ekspertise til at genkende og tage de muligheder, kultur- og naturarv og dets bevarelse giver. Lokale kulturelle samfund spiller en vigtig rolle med hensyn til kulturarven; Derfor er det vigtigt at vide, hvordan disse samfund skal udvikles. Denne rapport understreger de to bedste praksis i, hvordan lokale kulturelle samfund blev etableret i Friesland (en provins i Holland).

### 2. 1 Kulturturisme i Friesland

I 2018 spiller Friesland som en provins, især hovedstaden Leeuwarden, en væsentlig rolle for kulturturismen. Leeuwarden tilfældigvis er den europæiske kulturhovedstad i 2018 og dermed at give sine besøgende en masse aktiviteter og projekter, der underholder de internationale og nationale gæster. Desuden gennem disse aktiviteter og projekter vil alle gæsterne lære noget om Friesland. Målet er at tiltrække mange turister til at udforske den frisiske provins og dens kultur. Aktiviteterne, projekterne, udstillingerne mv. Foregår ikke kun i Leeuwarden, men i hele Friesland for at udforske den mest optimale måde. Udover at have Leeuwarden som Europæisk Kulturhovedstad i 2018, tilbyder Friesland permanent mange turistattraktioner. Denne provins er kendt for sine vandområder og naturområder. Det største eksempel er Waddene, der også er et ekstraordinært UNESCO-verdensarvssted. At have masser af vand rundt og i hele Friesland gør det muligt for turisterne at udforske denne region på både og til at udøve forskellige vandsportsaktiviteter som kite surfing.

Frieslands skønhed omfatter ikke kun vandområder og naturområder, men også de charmerende historiske byer og maleriske (små) landsbyer. Leeuwarden for eksempel fascinerer turisterne med sine historiske bygninger og dens dejlige små gader. Harlingen derimod vil være en godbid for gæster, der er interesseret i havne, både, skibe og alt i den maritime kugle. I Dokkum kan besøgende tage et kig på 140 nationale monumenter og prøv Beerenburg, en alkoholisk specialitet, der stammer fra Dokkum.

### 1.2 Generel præsentation

I de sidste par år tiltrækker den friesske provins flere hollandske turister end tidligere, hvad angår både lange ophold og korte ferier. Når det kommer til lange ferier, havde Friesland 600.000 nederlandske besøgende. I 2015 der var 580.000 besøgende, men i 2016 voksede dette tal til 690.000.



Statistikkerne viser, at hollandske gæster også sætter pris på at tilbringe korte ferie i Friesland mere gennem årene. I 2014 var der 590.000 af disse gæster i Friesland for korte ophold. I 2015 var dette nummer op til 640 og i 2016 640.000 nederlandske turister, der valgte den friesske provins for deres korte ferie. Antallet af ikke kun hollandske besøgende udvidet gennem årene, når det kommer til turisme i Friesland. Internationale turister synes også at værdsætte Friesland mere gennem årene. I 2014 og 2015 var der 302.000 internationale gæster i den frisiske provins. I 2016 modtog Friesland 317.000 af internationale besøgende. Sammenlignet med 2012 steg den indgående turisme i Friesland med 37% i 2016. Også antallet af omkostninger, som turister gør under besøget i Friesland, voksede gennem årene. I 2016 tilbragte gæsterne i Friesland i alt 476 millioner euro i fritidsbranchen. Dette var 10% mere end i 2015. De internationale besøgende har en andel af alle omkostninger, som turisterna har lavet for 40%. Hvad angår kortvarig turisme, var der 710 millioner euro brugt af turisterne, der besøgte Friesland. Det var 20% mere end i 2012.

## 2. Bedste praksis til etablering af lokale kulturelle samfund

For at udvikle en manual til IO4 (Hvordan oprette lokale kulturelle og naturarvsmiljøer?) Kan det være nyttigt at illustrere to bedste metoder til at oprette lokale kulturelle samfund. Således vil dette kapitel omfatte to bedste praksis i sådanne fællesskaber i den friesske provins og hvordan de er blevet udviklet. Først vil de to bedste praksisser blive præsenteret, men i løbet af kapitlet vil der være blandt andet emner, forklaret hvordan de lokale kulturelle samfund er oprettet, og hvilke skridt var der til mobilisering disse samfund.

### 2.1 Generel præsentation

De to bedste fremgangsmåder i denne rapport er de samfund, der blev oprettet for to kulinariske initiativer i Leeuwarden. Det er: Smaakstad Leeuwarden og Ljouwert Culinair, der organiserer arrangementer, hvor lokal mad spiller en afgørende rolle, så de besøgende kan nyde det frisiske køkken. Selvom både Smaakstad Leeuwarden og Ljouwert Culinair bringer mennesker og maden til Friesland sammen, har de begge deres egne mål og en anden tilgang til arrangementer, de organiserer.

#### 2.1.1 Smaakstad Leeuwarden

Smaakstad Leeuwarden er udviklet baseret på Leeuwarden som Tastehovedstad i 2015. Efter at Leeuwarden var Tastehovedstad i 2015, forblev mange af kulinariske projekter og var fra da af en del af Smaakstad Leeuwarden. At være kort: Leeuwarden som Tastens Hovedstad blev Smaakstad Leeuwarden. Hovedformålet med Smaakstad Leeuwarden er at gøre alle bekendte smagen af mad fremstillet i Leeuwarden og resten af den friesske provins.

## Modeller af samfundsbygning



Derfor arrangerer Smaakstad Leeuwarden forskellige arrangementer, så de lokale produkter bliver anerkendt og kan fuldt ud værdsættes af alle, der besøger begivenhederne i Smaakstad Leeuwarden.

Gæsterne på Smaakstad Leeuwarden-arrangementer kan kombinere spiser lokal mad med musik, kultur og historie, som Smaakstad Leeuwarden og Leeuwarden byder på. Nogle arrangementer har et tema og organiseres hvert år. For eksempel kan man nyde jazzmusik mens man prøver kulinariske højdepunkter i en række restauranter i Leeuwarden. Groot Liwwadder Diner er også en bemærkelsesværdig begivenhed, der allerede er organiseret et par gange. Denne begivenhed arrangeres af Smaakstad Leeuwarden i samarbejde med forskellige fødevarer virksomheder, restauranter og en erhvervsuddannelse. Omkring 1000 mennesker har middag sammen. Temaet for Groot Liwwadder Diner er at forbinde folk gennem 'deling aftensmad'.

På denne måde kan gæsterne af denne begivenhed møde nye mennesker og holde kontakt med bekendtskab.

### 2.1.2 Ljouwert Culinair

Ljouwert Culinair har til formål at bringe den lokale madoplevelse sammen med velgørenhed. Denne udendørs arrangement har næsten hvert år besøgende, der i løbet af tre dage kan nyde den mad, der laves af de friske restauranter.

En række lokale restauranter kan deltage i Ljouwert Culinair og er altid blevet organiseret og bemandet af Lionsclub Ljouwert '80. Siden 2018 overgav klubben arrangementet til en anden part på grund af forventningen om meget faldende indtægter, der ville blive genereret i fremtiden for at donere det til velgørenhed. Lionsclub Ljouwert '80 vil dog have mulighed for at samle penge til velgørenhed. Placeringen af Ljouwert Culinair er ikke altid det samme, hvilket gør det mere interessant.

På denne måde kan besøgende på Ljouwert Culinair udforske flere af Leeuwarden. Der er meget begejstring for dette initiativ, og hvert år besøger ca. 5000 til 10.000 mennesker Ljouwert Culinair. En del af de indtægter begivenhederne indbringer, går til velgørenhed til Hospice Marcelis Goverts Gasthuis.

Dette hospice yder støtte, pleje og gæstfrihed til mennesker, der er uhelbredeligt syge. Omsætningen af Ljouwert Culinair vil sørge for at hospice får nyt køkken.

## 2.1 Udvikling af samfundene

For at hjælpe med at bestemme, hvordan de kulturelle samfund skal oprettes og udvikles i ROOTS-projektet, er der eksempler på denne proces illustreret af Smaakstad Leeuwarden og Ljouwert Culinair. Begge har lignende temaer: fremme af lokal mad og bringe folk sammen. Dette afsnit beskriver udviklingen af lokalsamfundene for Smaakstad Leeuwarden og Ljouwert Culinair.

### 2.2. 1 Smaakstad Leeuwarden

Udviklingen af det lokale kulturelle samfund i Smaakstad Leeuwarden var først og fremmest at etablere et fundament. Det var også vigtigt at tildele projektledere at udvikle og lede de projekter, der præsenteres som begivenheder. En anden vigtig bekymring var at tildele i form af lokale tilskud.

De sektorer, der var involveret, var: gæstfrihed, forretningsfinansiering og kunst og kultur.

Stiftelsen brugte et budbøg som grundlag for at skabe Smaakstad Leeuwarden. Budbogen forklarer hvad Friesland kan tilbyde med hensyn til lokal mad, hvad målene er for Smaakstad Leeuwarden og hvilke arrangementer skal holdes for at tiltrække de målrettede interessenter, besøgende og ambitioner.

### 2.2.2 Leeuwarden Culinary

For Ljouwert Culinair og etablering af et lokalt kulturelt samfund har Lionsclub Ljouwert '80 spillet den vigtigste rolle. Denne klub organiserer begivenheder, hvoraf der samles indtægter for velgørende organisationer, er et afgørende mål. Ljouwert Culinair er en af disse arrangementer, og som for enhver anden begivenhed eller aktivitet, som Lionsclub Ljouwert '80 organiserer, involverer de deres netværk og kapacitet til at sikre, at arrangementet har alle ingredienserne til at lykkes. De velgørende organisationer, der tjener fra næsten alle indtægter, en begivenhed som Ljouwert Culinair gør, kan være meget anderledes og kan også være lokal såvel som international. Til arrangementet Ljouwert Culinair er velgørenhed Hospice Marcelis Goverts Gasthuis. Udover at organisere arrangementer for en god sag er målet af Ljouwert Culinair også at fremme lokal catering, såsom restauranter.

### 2.1 Identifikation af interessenterne

For at definere medlemmerne af samfundet er det vigtigt at være opmærksom på interessenterne. De er en vigtig (målgruppe) i hvert projekt / arrangement. Således illustrerer dette afsnit, hvordan interessenterne blev identificeret til Smaakstad Leeuwarden og Ljouwert Culinair.

### 2.3.1 Taste city Leeuwarden

At levere sundhedsmæssige fordele var et af de afgørende mål for Smaakstad Leeuwarden. Målet var også at opskalere flere købere med produktion. Det drejer sig om lokale landmænd og andre små lokale virksomheder, der producerer mad i Friesland. Interessenterne blev identificeret ved at være opmærksom på Smaakstad Leeuwards mål. Smaakstad Leeuwarden involverer således mange lokale restauranter, lokale fødevarerleverandører, lokalforvaltningen, sponsorerne, lokale uddannelsesinstitutioner og de besøgende på begivenhederne. De er alle de interessenter, der kommer fra Smaakstad Leeuwarden.

### 2.3.2 Leeuwarden Culinary

Processen med at identificere interessenterne var inden for Ljouwert Culinair svarende til Smaakstad Leeuwarden. Ljouwert Culinair som en regional kulinarisk velgørenhedsbegivenhed, at på grund af dets mål og måden, som disse mål skal opfyldes, involverer også lokale restauranter, sponsorer, de besøgende og den lokale regering. Alle disse interessenter bidrager med deres tjenester og produkter til at lave Ljouwert Culinair frugtbar, men de tjener også af de fordele, der er resultatet af den lokale kulinariske velgørenhedsbegivenhed.

## Modeller af samfundsbygning



### 2.4 Udbytter af lokalsamfund for egne medlemmer

Når man udvikler et samfund, er det altid vigtigt at definere målene for dette samfund og hvordan samfundet vil udnytte det. Hvad får fællesskabsmedlemmerne til at være en del af en kulturel fællesskab? Dette afsnit præsenterer fordelene for fællesskabsmedlemmerne.

#### 2.4.1 Taste city Leeuwarden

Lokale fødevarerleverandører for eksempel bliver anerkendt af restauranterne, lærer fra restauranterne om deres behov og dermed genererer flere indtægter. Restauranter samarbejder med lokale fødevarerleverandører om at bruge sundere produkter og fremme deres retter mere til kunderne på grund af de sundhedsmæssige fordele.

Smaakstad Leeuwarden sørger for, at der er flere besøgende, der kommer til Leeuwarden. Sponsorerne får deres produkt til at være i "spotlight" på grund af deres engagement med Smaakstad Leeuwarden. Turister og besøgende, som Smaakstad Leeuwarden tiltrækker, betaler for deres forbrug, mens de er i Leeuwarden, hvilket giver den lokale økonomi et løft. Lokale uddannelsesinstitutioner giver Smaakstad Leeuwarden med hjælp fra deres studerende, og de studerende får mere erfaring, mens de er en del af Smaakstad Leeuwarden. Gæsterne får en introduktion til det lokale køkken restauranterne tilbyder på en original måde (mens de er underholdt med jazzmusik for eksempel).

#### 2.4.2 Leeuwarden Culinary

De restauranter, der deltager i denne begivenhed, er velkomne, fordi de sørger for, at de besøgende får kendskab til dem og den mad, de serverer. Dette resulterer i at generere flere indtægter til de lokale restauranter, fordi de besøgende på Ljouwert Culinaire er fortrolige med deres mad som følge af arrangementet. De bestemmer de lokale restauranter, de gerne vil besøge oftere som følge af Ljouwert Culinaire. Sponsorerne reklamerer for deres produkter under sponsring af arrangementet. Besøgende kan smage den mad, de lokale restauranter fremstiller, men også betyde noget for samfundet, vel vidende at en vigtig del vil blive doneret til en velgørenhed. Kommunen opkræver ikke gebyrer for den del af byen, der bliver besat, mens man f.eks. Holder Ljouwert Culinaire. Deres fordel er at have flere turister og andre gæster i byen, der muligvis vil besøge Leeuwarden mere efter at have nydt Ljouwert Culinaire, som ligesom med Smaakstad

Leeuwarden giver de lokale virksomheder større indtægter.

### 2.5 Fællesskabsudviklingsmetoder

ROOTS projektet vil der være en manual, der er et produkt af IO4, som beskriver, hvordan en kulturel samfund skal oprettes og udvikles. Dette vil være til hjælp for de turistmæssige mikroorganisationer og



## Modeller af samfundsbygning



SMV'er til at involvere kulturarvsturisme på den mest optimale måde. Fællesskabsudviklingsmetoderne for Smaakstad Leeuwarden og Ljouwert Culinaire er illustreret i dette afsnit og tjener som et eksempel til manualen.

### 2.5.1 Taste city Leeuwarden

Udviklingen af samfundet vedrørende Smaakstad Leeuwarden var drevet af et af hovedformålene med virksomheden. Målet var at forbinde folk gennem innovative projekter. Det indebar at bringe forskellige grupper af mennesker sammen for at arbejde sammen om noget nyt i regionen. Disse grupper generelt er stadig repræsenteret i de nuværende Smaakstad Leeuwarden projekter af distributører, købere og restauranter.

### 2.5.2 Leeuwarden Culinary

Hovedmålet for Lionsclub Ljouwert '80, som altid organiserede Ljouwert Culinaire, samlede penge for at donere det til en bestemt velgørenhed. Hvad klubben også konstant havde til formål med Ljouwert Culinaire var at fremme de lokale restauranter og tiltrække flere besøgende til arrangementet og til Leeuwarden. Fællesskabsudviklingen blev realiseret ved at have et godt netværk for at nå alle, fra restauranter til medier til forfremmelse. Det var også vigtigt at holde kontakten med netværket, så Ljouwert Culinaire kunne afholdes gentagne gange. Dermed var det vigtigt at starte tidligt (ca. 9 måneder før arrangementet), så alle sammen til sidst kunne opfylde deres ansvar, som de var enige om for at begivenheden skulle lykkes.

## 2.6 Mobiliseringen af samfundene

Et af de vigtigste skridt for at oprette og udvikle et samfund er, at det er vigtigt at fastslå hvordan Dette fællesskab vil blive mobiliseret. På denne måde kan et fællesskab dannes. Dette afsnit beskriver mobiliseringen af lokalsamfundene for Smaakstad Leeuwarden og Ljouwert Culinaire.

### 2.6.1 Taste city Leeuwarden

Mobiliseringen af Smaakstad Leeuwarden var baseret ved at fokusere på ambitionen om at fremme lokal sund mad, så i Bidbook of Smaakstad Leeuwarden beskrives fire mål, der skulle opnås. Disse mål er: bevidsthed om den mad, vi spiser, voksende og bæredygtigt resultat, der tiltrækker turisme og uddannelse for at få bedre måltider. Efter udviklingen af de vigtigste mål i Smaakstad Leeuwarden er de hændelser og aktiviteter, der allerede eksisterer og skal finde sted i Friesland, samlet og muligt interessenter blev udvalgt.

## Modeller af samfundsbygning



En særlig opmærksomhed i dette udvalg fik de lokale fødevarerproducenter og initiativer. Herefter var et af de vigtige skridt til at mobilisere samfundet at komme i kontakt med de mulige interessenter. Således, før Smaakstad Leeuwarden blev organiseret, var der kontakt med den lokale regering, friesske kokke af forskellige lokale restauranter og andre interessenter. Fremme af Smaakstad Leeuwarden til de besøgende var også et af hovedpunkterne, så der var også et udvalg af alle de kanaler, der skulle bruges til at nå de mulige besøgende. Kommunikation var nøglen til mobilisering af fællesskabet for Smaakstad Leeuwarden.

### 2.6.2 Leeuwarden Culinary

For at mobilisere samfundet inden for Ljouwert Culinaire skal arrangørerne vise udholdenhed hver gang arrangementet organiseres. For at gøre Ljouwert Culinaire vellykket er det nødvendigt at have nok interessenter og sponsorer til eksempel. For at være sikker på deres samarbejde måtte Lionsclub Ljouwert '80 have kontakt med restauranter til eksempler på en meget regelmæssig måde allerede i den tidlige fase af arrangementet. Ikke alle interessenter og sponsorer var definitive om deres deltagelse i arrangementet med det samme. Nogle har sagt at deltage, men der blev ikke lagt noget på papir for at bevise det. Derfor var det for nogle interessenter et stykke tid og meget udholdenhed, før deres deltagelse var klar og afprøvede. At tiltrække alle medlemmerne af samfundet Lionsclub Ljouwert '80 måtte bruge deres brede netværk.

### 2.7 Trinnene til 1-årig plan og 3 måneders plan

Det kan ofte være klogt at lave en bestemt, tidsafhængig plan for en aktivitet, et projekt eller en begivenhed. Men Smaakstad Leeuwarden har projekter, der gentagne gange afholdes, og Smaakstad Leeuwarden er et arrangement, der organiseres næsten hvert år. Derfor indeholder dette afsnit ikke trinene til en 1-årig plan eller en 3-måneders plan udviklet til Smaakstad Leeuwarden og Ljouwert Culinaire. Det beskriver de overordnede planer og organisering af disse to bedste praksis.

#### 2.7.1 Taste city Leeuwarden

Udviklingen af Smaakstad Leeuwarden begyndte i slutningen af 2013 og var fokuseret på 2015. Leeuwarden blev udnævnt til Tastehuset for 2015, men da etableringen af Smaakstad Leeuwarden begyndte, var det ikke klart, om den friesiske by ville blive valgt som hovedstad i Smag. Heldigvis blev Leeuwarden til sidst valgt til at være Tastehovedstad, så i 2015 var der 30 projekter organiseret for at leve op til Leeuwardens nye titel. Titlen var kun et år, men det betød ikke, at de kulinariske projekter, der blev udviklet for det år, ville forsvinde. Til sidst Leeuwarden som Tastens Hovedstad blev Smaakstad Leeuwarden med hovedsageligt de samme projekter.



Der var en arv udviklet til projekter, der også afholdes efter 2015, og hvert projekt er siden da en del af Smaakstad Leeuwarden. Således var der ingen faktisk 1 års og 3 måneders plan. Smaakstad Leeuwarden blev oprindeligt designet som et fundament med kulinariske projekter, der løbende organiseres. Da Leeuwarden ikke er Tastehovedstad siden 2015, var der færre tilskud fra regeringen til Smaakstad Leeuwarden. Det er vigtigt at bevare arven og holde Smaakstad Leeuwarden bæredygtig med færre tilskud.

### 2.7.2 Leeuwarden

Der var heller ikke en bestemt 1 års eller 3 måneders plan designet til Ljouwert Culinaire. Denne begivenhed blev udviklet til at blive gentaget hvert år i september. Derfor blev der oprettet en handlingsplan for at arrangere arrangementet hvert år. Handlingsplanen omfatter f.eks. hvilke licenser der skal ansøges om, hvordan musikken skal organiseres og planlægningen for hvert år. Den organiserende Ljouwert Culinaire begynder altid med evaluering af arrangementet i det foregående år. For at sikre Ljouwert Culinaire succes hvert år er det organiseret, havde Lionsclub Ljouwert '80 en bestyrelse og visse underudvalg, der var ansvarlig for f.eks. velgørenheds fremskridt.

## 2.8 Procedure for overvågning og evaluering

Overvågning og evaluering af samfundsudviklingen hjælper med at analysere, om samfundet er oprettet på den rigtige måde og opfyldt alle de mål, der var rettet mod. Dette resulterer i evnen til at bestemme, hvad der allerede går godt i processen, og hvad der kan forbedres. Overvågning og evaluering af de bedste to praksis i denne rapport følger i dette afsnit.

### 2.8.1 Taste city Leeuwarden

Overvågningen af Smaakstad Leeuwarden er bestyrelsens opgave. Projektledere kontrollerer alt, hvad der er nødvendigt for projekterne i Smaakstad Leeuwarden, og for det modtager et budget fra bestyrelsen. Bestyrelsen har budgettet i deres besiddelse, som regeringen gav dem. Det var et bestemt ansvar for projektledere at udvikle og organisere gode lokale fødevarerprojekter og for bestyrelsen at regulere budgettet på en måde, at der vil være nok værdifulde projekter, der vil komme i budgettet. Derfor blev der foretaget flere evalueringer, som begyndte med at evaluere Leeuwarden Taste of Taste 2015. Denne evaluering beskrev, hvordan Leeuwarden lykkedes som Tastehovedstad på forskellige niveauer, såsom uddannelse og brug af sociale medier af (potentielle) besøgende. Efter evalueringen var der et par mere til Smaakstad Leeuwarden, der involverede en stor del af de projekter, der var udviklet til Tastens hovedstad 2015.

## Modeller af samfundsbygning



### 2. 8.2 Leeuwarden Kulinarisk

Evalueringen af Ljouwert Culinaire arrangementet, der fandt sted i det foregående år, er altid i december, 9 måneder før den næste Ljouwert Culinaire arrangement finder sted i september. Evalueringen er også gentagne gange et udgangspunkt, når Ljouwert Culinaire organiseres. Der er også andre evalueringsmomenter i oktober, hvor evalueringen involverede restauranterne og en sponsor. Tidligere sørgede Lionsclub Ljouwert '80 altid for, at arrangementet blev evalueret. Siden 2018 organiserer denne klub ikke Ljouwert Culinaire længere, så arrangementet vil ikke blive evalueret af Lionsclub Ljouwert '80 længere.

## 3. Konklusion

Ved at fremhæve de to bedste metoder, der fremhæver udviklingen af lokale kulturelle samfund, er det nu muligt at bestemme de vigtigste ingredienser til etablering af sådanne samfund. Disse nøgle ingredienser vil være en hjælp til IO4 gennem at tjene som grundlag for den manual, der vil blive udviklet for at opnå den intellektuelle output. De vigtigste ingredienser, der er fastlagt ud fra de to bedste metoder, der beskrives i denne rapport, beskrives i dette kapitel. Der vil også være en tjekliste for oprettelse og udvikling af fællesskab. Det vil være et nyttigt værktøj til at inkorporere i manualen, der vil være produktet af IO4.

### 3.1 Nøgle ingredienser samfund udvikling

Beskrivelsen af to bedste metoder (Smaakstad Leeuwarden og Ljouwert Culinaire) førte til anerkendelse af de vigtigste ingredienser til etablering og udvikling af et lokalt kulturelt samfund. De vigtigste ingredienser opnået fra to bedste metoder er:

#### 3.1.1 Taste city Leeuwarden

1. Opdel ansvaret for bestyrelsen og projektlederne eller andre personer, der er ansvarlige for processen og udviklingen af arrangementer og projekter.
2. Dem, der er ansvarlig for projektet eller arrangementets udvikling og proces, skal huske på, at projekter og arrangementer skal være i overensstemmelse med markedet.

#### 3.1.2 Leeuwarden Culinary

1. Start med organisationen og rekruttering af sponsorer og restauranter, især på et meget tidligt stadium.
2. Motiver restauranter og andre interessenter (specielt sponsorer) så meget som muligt og også på et meget tidligt stadium.
3. Sørg for, at du har konkrete bekræftelser af interessenterne for at være med i arrangementet / projektet på papir.



### 3.2 Checkliste samfundsudvikling

Checklisten er et nyttigt værktøj til at udvikle et fællesskab. Det giver en kort beskrivelse af ingredienserne til udvikling af samfundet. Således er tjeklisterne præsenteret i dette afsnit:

#### 3.2.1 Taste city Leeuwarden

- Enthusiastiske eksekutorer (f.eks. Projektledere)
- Sælg begivenheden / projektet på en fremtrædende måde
- Brug en masse kanaler til at fremme og kommunikere om arrangementet / projektet med interessenterne og andre medlemmer

#### 3.2.2 Leeuwarden Culinary

- Start organisationen og planlægningen meget tidligt. Anmod om licensen et år før den aktuelle begivenhed, rekruttere restauranterne og andre interessenter ved at motivere også tidligt og sørg for, at alle, du har brug for at deltage, bekræfter det på papir.
- Sørg for, at der findes en backupplan (hændelsesadministration).
- Tænk på mulige scenarier af, hvad der kunne gå forskelligt under et projekt / begivenhed.

## 4. Referencer

- Friesland Style. (N.D.). Dokkum. Hentet den 7. marts 2018, fra <https://www.friesland.nl/nl/ontdek/de-elf-steden/dokkum>
- Friesland Style. (N.D.). Wadden. Hentet 7 marts, 2018, fra <https://www.friesland.nl/nl/ontdek/de-wadden>
- Tastekapital 2015. (n.d.). Evaluering Tastekapital 2015. Spijkers, I. & Pieper, C. Kosmerie, J. (2017). Frisisk rekreation og turisme i stigning. Hentet den 7. marts 2018, fra <http://www.lc.nl/friesland/veel-meer-Nederlandse-toeristen-to-Friesland-infographic-22686744.html>
- Ljouwert kulinarisk. (N.D.). Deltager side. Hentet den 8. marts 2018 fra <https://ljouwertculinair.nl/deelnemerspagina-3/>
- Lions Club Ljouwert '80. (2013). Ljouwert Culinary script.
- Ljouwert kulinarisk. (N.D.). En ægte Leeuwarder-tradition! Hentet 8. marts, 2018, fra <https://ljouwertculinair.nl/een-echte-leeuwarder-traditie/>
- Ljouwert kulinarisk. (N.D.). Hospice Leeuwarden. Hentet 8. marts, 2018, fra <http://ljouwertculinair.nl/hospice-leeuwarden/>
- Ljouwert kulinarisk. (N.D.). Ljouwert kulinarisk. Hentet 8. marts, 2018, fra <https://ljouwertculinair.nl/>
- Taste city Leeuwarden. (N.D.). Great Liwwadder Dinner 2016 - bestil billetter. Hentet den 8. marts 2018 fra <http://www.lwdsmaakstad.nl/nieuwse/gld2016/>
- Taste city Leeuwarden. (N.D.). Om Taste City Leeuwarden. Hentet 8. marts 2018, fra <http://www.lwdsmaakstad.nl/>
- Taste city Leeuwarden. (N.D.). JazzNeaste program. Hentet den 8. marts 2018 fra <http://www.lwdsmaakstad.nl/nieuwse/program-jazzntaste/>
- Speerstra, R.J. (2017). Mange flere nederlandske turister til Friesland (+ infographic). Hentet den 7. marts 2018, fra <http://www.lc.nl/friesland/veel-meer-Nederlandse-toeristen-to-Friesland-infographic-22686744.html>
- Vroom Kommunikation & Buro Amaro. (N.D.). Bidbook Leeuwarden Hovedstad i Smaak! 2015. Vroom, M. & Visser, T.



## Modeller af samfundsbygning



### 1. INTRODUKTION

Regionen Extremadura er et selvstyrende samfund beliggende på sydvest for Iberia-halvøen; Det er en indvendig region og ca. 41.635 km<sup>2</sup> bred.

Extremadura har tre steder, der har UNESCO World Heritage designation. I Mérida, hovedstaden, bør gæsterne ikke gå glip af at udforske dets arkæologiske område, som hver sommer bruges som et sted for en stor teaterfestival. Det historiske kvarter i byen Cáceres er også et besøg værd, ligesom det kongelige kloster Santa María de Guadalupe i det omkringliggende område. En anden af Extremadura attraktioner er dens spektakulære natur, altid en særlig favorit med fuglekikker. Højdepunkter omfatter Monfragüe National Park, Jerte dalen og regionens karakteristiske skovklædte græsgange. Et besøg på Jerte dalen anbefales stærkt i foråret, når kirsebærtræerne er i blomst og dalene er klædt i et hvidt tæppe. Og græsgange bruges til græsning af grisene, som derefter fortsætter med at lave verdensberømte hærdede skinke fra Dehesa de Extremadura.

Det er den spanske region med flere kilometer indlands kyst: mere end 1.500 km fordelt i floder og talrige stoffer, naturlige og kunstige søer, naturlige bassiner og reservoirer; det tæller endda på den første flummiske strand med blå fl ag i Spanien.

Med en befolkning på 1.092.997 (2015) er det et af de områder med den laveste befolkningstæthed i Spanien. Sproget er spansk, og den vigtigste religion er katolsk. Forventet levetid for kvinder er 85,7 år og for mænd 79,17 år, hvilket resulterer i en gennemsnitlig forventning på 82,07 (2015).

Valutaen er EURO, og BNP pr. Indbygger er 16.166 € (2015). Inflation, forbrugerpriser (årlige%) var på -0.9% i maj 2016.

I alt blev 1.634.105 besøgende registreret i 2015, hvoraf 5,3% var internationale besøgende (249.887), et tal, der steg over det nationale gennemsnit (13,17%). De tilgængelige statistiske data giver ikke forskelle for nationale og internationale besøgende i forhold til formålet med deres besøg. For begge grupper var hovedformålet med besøget ferie / hvile / weekend (58,3%) og kende det historiske / kunstneriske patrimonium (41,2%). Andre relevante motiver er udforskningen af de naturlige rum (27,9%) og nyd gastronomien /21.5%).

De vigtigste lande er Frankrig (15,1%), Storbritannien (12,5%), Tyskland (11,4%) og Portugal (10,9%). Italien tegner sig kun for 4,2%.

Oplysningerne om længden af opholdet i Extremadura skelner ikke mellem nationale og internationale besøgende, kun samlede tal måles.

## Modeller af samfundsbygning



Af denne grund dækker de foreliggende data

begge typer besøgende. Der er dog data om antallet af ophold hos internationale besøgende, som tegnede sig for 13,03% i 2015 (en stigning på 10,9% i forhold til 2014). I 2015 var besøgenes gennemsnitlige ophold 1,77 dage, et tal, der i det væsentlige er det samme som året før. Provinsen Cáceres har et gennemsnitligt ophold på 1,88 dage pr. Besøgende, mens Badajoz har 1,61 dage.

Blandt alle de smukke steder og den kunstneriske rigdom i Extremadura, den såkaldte "Verdensarv Triangle" lavet af Cáceres, Guadalupe og Mérida skiller sig ud. Disse tre byer er blevet anerkendt af UNESCO med en sådan sondring.

Mérida var en romersk koloni grundlagt som Emerita Augusta af den romerske kejser Augustus i år 25 B.C. Dens vigtigste bygninger og private huse er blevet restaureret og genoprettet for at bevare det arkæologiske ensemble i Mérida. Blandt de bedst bevarede bygninger kan vi finde teatret, amfiteatre eller cirkus. Foruden Miraklerakvedukten er romerske bro over Guadiana-floden, Dianas tempel, Mitreos hus eller den arabiske fæstning eksempler på den store mængde monumenter der skiller sig ud i Mérida.

Den gamle by Cáceres er en middelalderlige ensemble, der er bedst bevaret på den iberiske halvø og i Europa. Vægge, paladser, kirker, pladser, gader, stræder, ... Alle disse elementer husker Cáceres 'Golden Age.

America's Conquest's Legacy er i detaljerne i paladsets facader i legenderne om indbyggerne i Cáceres af alderen.

Det kongelige kloster Santa María de Guadalupe, det er kendt efter "Museum of the Museums" på grund af den historiske kunstneriske arv inde i sine mure, derfor er klosteret berømt i Spanien og resten af verden. Zurbarans kunstværker eller bøgerne er anbragt i en gotisk mudejarrenæssancestil. Klosteret gør opholdet uforglemmeligt.

2. Eksempler på bedste praksis inden for turisme

## Modeller af samfundsbygning



### 2.1 Generel præsentation

Bedste praksis 1: Mozarab-vejs samarbejdsprojekt har som hovedformål at skabe en innovativ model for planlægning og styring af Mozarab-vejen til Santiago som europæisk kulturrejse, alt efter behovene og motivationen fra det 21. århundredes pilgrim. Projektet er finansieret af Ministeriet for Landbrug, Fødevarer og Miljø inden for rammerne af National Rural Network og koordineret af Local Action Group "Ceder La Serena". Projektpartnerne har været 14 Lokale aktionsgrupper i Andalusien og Extremadura, og det blev regnet som samarbejdende enheder med 4 Foreninger af venner af Saint James.

Bedste praksis 2: Ceres Ecotur-projektet er et initiativ fra Ecoagroturismo Foundation, repræsentant for International ECEAT (Det Europæiske Center for Økologisk Landbrugsturisme) i Spanien, og sigter mod at forene et økologisk turistnetværk i Spanien. Projektet blev født som et initiativ rettet mod bevarelse, bevarelse og formidling af landdistrikterne og etnografiske arv og det omgivende miljø. Aktiviteterne er integreret i landbrugsbedrifter, hvis ledere tilbyder fritidsaktiviteter i forbindelse med den traditionelle jordbrugs- og husdyrbrug, der styrker deres forhold til turismen. Ceres Ecotur er en certificering, der anvendes i Spanien, som refererer til det europæiske økologiske kvalitetssystem ECEAT under et bæredygtighedskriterium, der måler niveauet for engagement i miljøet, samfundskultur og økonomisk med destinationen.

### 2.2 Hvordan de blev

Netværket kom ud af 2 forskellige typer initiativer. Bedste praksis 1 kom til lys gennem et åbent indkaldelse af projekter finansieret af ministeriet for landbrug, fødevarer og miljø. Baseret på opkaldet og prioriteterne tog en gruppe af lokale aktionsgrupper i fællesskab handlinger og opstillede projektideen og inviterede andre relevante interessenter. Bedste praksis 2 Dette projekt stammer fra engagementet mellem Ecoagrotourism Foundation og ECEAT-International i 2003 i henhold til konklusionerne fra det internationale år for økoturisme i 2002. For at nå miljømærket skal initiativerne for økoturisme være forpligtet til at nogle grundlæggende og obligatoriske engagementer i bæredygtigt landbrug, kulturarv, naturmiljø og vedvarende energi. Miljømærkeinitiativet gennemføres i samarbejde med det europæiske Center for Økologisk og Landbrugsturisme ECEAT oprettet i Holland i 1993.

### 2.3 Hvordan de identificerede

De deltagende interessenter samarbejdede allerede om andre emner og i faste arbejdsgrupper, hverken sammen eller i bilaterale eller mindre grupper. De var således allerede bevidste om behovet og hver enkeltes interesser til at støtte initiativet til netværket.



## Modeller af samfundsbygning



Bedste praksis 1: Foreningen af venner af vejen i Andalusien havde arbejdet siden begyndelsen af 1990'erne i genopretning, signalering og forfremmelse af vejen.

Bedste praksis 2: ECOAGROTURISMO FONDEN blev født i 2005 som et resultat af lange års samarbejde mellem foreninger og individuelle initiativer relateret til landdistriktsturisme, etnografi og miljø. Det var dette fundament, der kom sammen med ECEAT-International for at oprette netværket.

### 2.4 Hvilke gavn er disse fællesskabers fordel for deres medlemmer

Bedste praksis 1:

Projektets overordnede mål er konsolideringen af samarbejdsnetværket mellem (Andalucía, Extremadura, Castilla y León, Galicia), landdistrikterne, der har skabt en innovativ model for planlægning og forvaltning St. James Way som europæisk kulturplan, i overensstemmelse med behovene og motivationerne fra det 21. århundredes pilgrim. At være en kulturrejse med en lineær rute er nøglen til at dele den samme handlingsmetode og fælles planlægning af de aktioner, der skal udvikles på hvert område, og derfor behovet for interterritoriant samarbejde.

Bedste praksis 2: Fordelene er primært relateret til opnåelsen af et miljømærke, hvilket er vigtigt for positionering og markedsføring. Også en fælles hjemmeside fremhæver alle dem, der er en del af netværket og har etiketten. ECOTUR-forslag omfatter høj kvalitets økoturisme initiativer involveret med lokale kulturer.

De består i innovative overnatningssteder som f.eks vandrerhjem og landdistrikter, pædagogiske gårde projekter, didaktiske aktiviteter og et stort udvalg af naturturisme forslag. De støtter landbrug og husdyrbrug af samfundene ved at fremme deres typiske og økologiske hjemmelavede produkter.

Ceres Ecotur Project har et netværk af øko-agroturisme- og landdistriktsturisme virksomheder sammen med virksomheder af udendørs aktiviteter, der har bestået en certificeringsproces for at opnå ECEAT Miljømærke, der opfylder de nødvendige parametre i hver af grupperne af variable.

### 2.5 Fællesskabsudviklingsmetoder

Bedste praksis 1: Samarbejdskompensationens indsats: At forene for at nå et fælles mål er komplekst, indebærer individuel indsats og løbende forhandling. ("Du skal være med, ikke at være sammen, men at lave noget sammen.").

## Modeller af samfundsbygning



Projektledelse: Vi startede ikke fra km 0. Vi startede fra Friends of the Way Associations arbejde. De lokale aktionsgrupper tilføjede deres erfaring med forvaltning af offentlige midler og deres metoder til at tilskynde lokalbefolkningen til at være involveret i projekter.

Bedste praksis 2: Rejsearrangementer, aktører og virksomheder ansøger om at deltage i netværket, der er fælles webside med information om netværket og medlemmerne. En søgning mulighed for indkvartering er også tilgængelig. Netværket er et onlinemøde med et websted. De har alle bestået en certificeringsproces for at få ECEAT miljømærket, der opfylder de nødvendige parametre i hver af grupperne af variabler.

### 2.6 Fremgangsmåden for at mobilisere samfundet

- Bedste praksis 1: CEDER "La Serena" indkaldte et møde i Córdoba i 2008 med alle partnere, der lagde grundlaget for samarbejde. Opgørelsen af projektet blev rejst fra begyndelsen gennem følgende plan:
  - · Der var planlagt og aftalt af alle deltagerne.
  - · Projektet blev godkendt i alle områder.
  - · Fælles handlinger og individuelle handlinger blev fastlagt.
  - · En samarbejdsaftale blev underskrevet.

Bedste praksis 2: Webstedet er det vigtigste redskab til at nå nye / potentielle medlemmer til netværket.

Ecoagroturismo Foundation, repræsentant for International ECEAT (Det Europæiske Center for Økologisk Landbrugsturisme) i Spanien, opretter netværket og er organisationen bag samfundet.

Dette projekt stammer fra engagementet mellem Ecoagrotourism Foundation og ECEAT-International i 2003, ifølge konklusionerne fra det internationale år for økoturisme i 2002.

### 2.7 Skridtene til at lave en 1 år og 3 måneders plan

Bedste praksis: Planen blev realiseret ved udarbejdelsen af forslaget til finansiering.

Med hensyn til fremtidige planer er netværket begyndt at arbejde i en ny samarbejdsfase, der omfatter Saint James måder fra regionerne Andalusien, Extremadura og Castilla León.

Trinene er:

- Udformning af fælles strategier, der gør det muligt for netværket at fungere tilfredsstillende og at gennemføre aktioner med stor effektivitet.
- Udveksling af erfaringer mellem lokale aktionsgrupper, foreninger relateret til Jacobea og resten af de implicerede agenter med det formål at overføre resultater.

Lokale engagementer i hver af de deltagende områder

## Modeller af samfundsbygning



### 2.8 Procedurene for overvågning og evaluering

- Bedste praksis 1:
- Et sæt præstationsindikatorer er identificeret til at måle og overvåge fremskridt og resultater:
  - · Antal Km skiltet
  - · Overnatninger inkluderet i modtagelsesnetværket
  - · Restauranter involveret
  - · Pilgrim Information Points.

Indikatorerne overvåges af den styrende struktur, der reviderer projektdeltagernes fremskridt og engagement. Projektkoordinatoren har ansvaret for korrekt anvendelse og gennemførelse af aktionerne og overvågning af samarbejdet. Sættningen af Samarbejdspartnere består af 1 repræsentant for hver af de organisationer, der er medlem, den har ansvaret for strategisk beslutningstagning. Et teknisk udvalg har ansvaret for den løbende drift og aktiviteter. Rådgivende udvalg bruges til at give yderligere indsigt. Regelmæssige møder i grupperne realiseres som en del af udvalget.

Bedste praksis 2: Procedurene for opnåelse af miljømærket er baseret på et sæt værdier for indkvartering og udendørs aktiviteter.

For indkvartering:

- Bæredygtigt landbrug: Fremme økologisk landbrug og biodiversitet i landbruget med indfødte produkter. Aktivt bidrag til bæredygtigt landbrugsmateriale. At tilbyde et kvalitets køkken baseret på nærhed, årstid og naturlig mad.
- Kulturarv: Sensitivitet og respektfuld anerkendelse af lokale traditioner og kulturer og bevarelse heraf. Aktivt bidrag til en bæredygtig udvikling af den lokale økonomi.
- Naturbeskyttelse: Respekt for det omgivende miljø og fremme af bevidstgørelse og / eller miljøuddannelse
- Naturressourcer: Forvaltning af naturressourcer, affaldsbehandling og energibesparelse.

Til udendørs aktiviteter

- Demonstreret erfaring, viden og engagement i destinationerne.
- Støtte til den lokale økonomi.
- Miljømæssig bæredygtighed af deres aktiviteter.
- Aktivt bidrag til miljømæssig, social, kulturel og etnografisk bevarelse.
- Total forpligtelse til kvalitet og sikkerhed gennem deres tilbud.

## Modeller af samfundsbygning



2.9 Endelig konklusion, som du tror på, er de vigtigste ingredienser og tjekliste for fællesskabsindstilling op og udvikling.

Når man kigger på bedste praksis og andre relevante netværk, hvorfor de blev oprettet, og hvad der gik godt og hvad ikke, kan nogle interessante lektioner læres for at skabe et netværk / fællesskab:

Opsætning af netværket

- Bottom-up: Netværk skabes normalt af dem, der allerede er aktive inden for turistsektoren.
- Netværk skabes normalt af personer eller organisationer, som mener, at deres behov for støtte ikke er dækket af andre offentlige eller private enheder eller af virksomheder, der ser i fælles positionering, markedsføring og salg af produkter en forretningsmulighed.
- Grundlæggerne af et netværk har normalt allerede nogle tidligere erfaringer med at samarbejde med hinanden, selvom de er mere ad hoc-baserede.
- Medlemmerne deltager i netværkene for mulighederne for videns- / informationsudveksling, gensidig støtte og generering af nye forretningsmuligheder, men også for de specifikke aktiviteter, som den giver, f.eks. kurser.
- Vær tro mod værdierne i netværket.
- Styrken af mange: Netværk er oprettet (og medlemmer deltager), fordi de føler, at de sammen kan foretage en forandring, indflydelse eller simpelthen bedre position og sælge deres tjenester eller varer.

Hvad skal man gøre

- Alle tid og plads til udveksling af viden har netværksmuligheder tendens til at være årsager til, hvilke medlemmer der deltager, og hovedårsagen til at blive medlem.
- Fremhæv og fremhæv din merværdi og fordelene ved at være medlem, ikke kun til dine potentielle medlemmer, men også til de eksisterende ("client fidelity").
- Liste til dine medlemmer, løbende analysere deres behov og trække på deres kollektive viden til nye ideer og innovationer.

Hvad man ikke skal gøre

- Løs syn på dine principper og værdier, hvis netværket er oprettet for at fremme ansvarlig turisme, skal alle aktiviteter og tjenester tilpasse sig dette princip.
- Udfør dine interesser som individ eller organisation før netværkets interesser og mål, undgå at være afhængige af netværkets synlighed på en enkelt person eller organisation, da omverdenen måske opfatter det som et "en persons show" ". (som genererer en risiko, hvis denne person eller organisation forlader netværket).
- Tænk på, at regeringsstrukturer vil fungere af sig selv, hvis det ikke sker fra starten, kan det generere

### 3. REFERENCER

- Årbog 2015, Extremadura Tourist Observatory.
- dekret nr. 65/2015 af 14. april ordineret og klassifikationsordning for indkvartering af landdistrikterne i det selvstyrende område Extremadura
- Turisme MICE i Extremadura, Tourist Observatory of Extremadura.
- Proceedings, IV DAGS FORSKNING I TOURISME
- Turistvurdering Januar 2016 Virksomhedsturisme Vurdering 2015: Til Perspektiver for og perspektiver Perspektiver For 2016
- <http://ceres-ecotur.com/en/ecotourism-agrotourism-in-spain-project/>
- <http://www.caminomozarabedesantiago.es/>

## Modeller af samfundsbygning

momentum  
support knowledge action

### Beskrivelse - Three Sisters 2020

Tre søstre er den kombinerede region af counties of Waterford, Wexford og Kilkenny. En ekstraordinær region, der er kulturelt og kunstnerisk rig, indviet i kulturen er ankomsten af vikingerne og normanerne, århundreder af landbrug, brygning, fi shing, skrivning, musik, sprog, håndværk og forbindelse med samfund af

Sydøst Irland til Europa og videre med en fælles historie og fremtid. Et unikt partnerskab blev smedet mellem disse tre amter i 2015 og 2016 for at deltage i et bud om at vinde titlen på Europæisk Kulturhovedstad 2020. Disse byer samarbejdede for at forny, dele ressourcer, kapital, håb og drømme og positionere kultur som nøglen til en produktiv, inklusiv og bæredygtig fremtid. En af målingerne om succes var villigheden og entusiasmen hos befolkningen i regionen for at komme sammen for at skabe en lys og positiv fremtid for en kulturelt rig region. The Three Sisters Europæisk Kulturhovedstad 2020 Bud var at sætte regionen i stand til at fokusere kollektiv ambition mod udvikling af en velinformeret og bæredygtig regional identitet. Ved at udnytte deres kreative og samarbejds potentiale i deres landdistrikter og byområder, var budet at fremme nye arbejdsmetoder, der forbinder, støtter og omdanner livet for dem, der lever, arbejder og skaber i vores region, mod baggrund af vores fælles europæiske kulturarv .

Partners Waterford City & County Council, Kilkenny County Council, Wexford County Council

### Hvordan blev tre søstre oprettet

Waterford for de tre søstre var en ny model for kulturforandret forandring i en relativt landlig region, som er geografisk til kanten af Europa. Den var baseret på et unikt partnerskab mellem tre historisk konkurrerende amter (Waterford, Wexford og Kilkenny) i det sydøstlige Irland. Ligesom mange andre regioner i hele Europa uden et dominerende bycenter kæmpede de tre søstre for at finde en stemme og skabe en bæredygtig tilgang til økonomisk, social og kulturel udvikling. Buddet tilbød strategisk mulighed for at dele kapacitet og ressourcer til at opbygge en bæredygtig europæisk region og gøre det muligt for de mindre byer og landsbyer at skabe en ny produktiv kulturel ledende rolle. At bringe de tre lokale myndigheder sammen til at udforske og planlægge og investere i kulturledede løsninger til sted, samfund, social og økonomisk udvikling, de repræsenterer de europæiske regioner igen.

Deres ambition er at være et eksempel for Europa og at inspirere andre små regioner til at arbejde sammen gennem Kultur for at omdanne deres fremtid. De tre søstre 2020 gav mulighed for at udvikle større adgang for lokalsamfund til at krydse landegrænser for at opleve rækkevidden og deptet om et forbedret kulturtilbud. Det opretter også et program af omfanget, kvaliteten og mangfoldigheden for at tiltrække flere nationale og internationale publikum til regionen og til at drive nye samarbejds mæssige tilgange til produktion og programmering på tværs af den kulturelle økologi.

## Modeller af samfundsbygning

momentum  
support knowledge action

Three Sisters Culture Company fokuserer på fem vigtige funktioner:

1. Strategisk retning og ledelse
2. Kreativ / kunstnerisk retning, indhold og standarder
3. Udvikling - lever trinændringer og arv i deltagelse, turisme og den kulturelle og kreative økonomi
4. Marketing, kommunikation og sponsorering
5. Evaluering - arbejder tæt sammen med WIT for at give åben adgang til evalueringsholdet

De tre søstre, European Capital Culture 2020 vil gøre det muligt for amterne at:

- Pioneer en ny model af kultur-ledede regionale partnerskaber og investeringer, der forbinder byområder og landdistrikter, etablerer fælles tilgange til udvikling
- Udvikle en bæredygtig kulturel økonomi bygget på samarbejde og medvirkning
- Udform nye arbejdsmetoder, der gør det muligt for kulturen at lede løsninger til sundhed og trivsel
- Strengthen den kollektive følelse af sted, genoplive borgernes engagement og aktivere nye former for kulturaktivitet
- At lette en europæisk deltagende dagsorden, som gennem kultur kritisk genforestår hvad vi mener ved vækst, konkurrenceevne og produktivitet i regioner uden for hovedstadsområdet
- Udforsk, hvordan ikke-storbyområder i hele Europa kan tilbyde fristed, mulighed og samfund for dem, der er blevet marginaliseret truet og fordrevne fra deres hjemlande

Hvordan de identificerede interessenterne

- Regionale råd samarbejder med 89 valgte medlemmer af de tre råd Waterford City & County Council, Kilkenny County og Wexford County Council
- Nationale organer Arts Council of Ireland, Design & Crafts Council of Ireland, Failte Irland, Enterprise Ireland.
- Fællesskabsforretningsorganisationer og -grupper, detailhandlere og forretningsnettet
- Kommunal kunst, sprog fibre, kultur, kulturarv, kreative industrier i hele regionerne.
- Lokale handelskammer, Waterford / Carlow Institute of Technology, andre virksomheder, ikke-turisme i region, lufthavn, Athletic Association, Partnership Organisations
- Regionale værter, aktivister, enablers, frivillige, kulturelle pionerer (i biblioteker, kulturelle hubs og sundheds- og uddannelsesinstitutioner) på tværs af de tre regioner.
- Identificerede interessenter ved at tilbyde f.eks. Nøglefestivaler (Kilkenny Arts Festival, Spraoi Festival og Wexford Festival Opera), der præsenterer kulturelle højdepunkter, kører samarbejde, der forbinder programmering i løbet af året sammen med kunstnere og kulturelle programmører fra hele Europa for aktivt at deltage i provisioner.
- Blueways & Greenways, cykelveje, gangbroer, landdistrikter økonomier, aktivitetsbaseret turisme,

## Modeller af samfundsbygning

momentum  
support knowledge action

Hvilke gavn er disse fællesskabers gavn for deres medlemmer

- Three Sisters Culture Company en ikke for selskabet Ltd at levere:
  - · Et kulturelt program i verdensklasse til región og for Europa
  - · En trinændring i kulturel kapacitet og deltagelse
  - · Signifikant opsving i den regionale turisme og besøgsøkonomi
  - · Vækst og innovation på tværs af den regionale kulturelle og kreative økonomi
  - · Varig økonomisk, social og kulturel arv for región
  - · En aktiv og effektiv lederrolle for kulturel udvikling i hele Irland og Europa

**Økonomiske output;** jobskabelse, investering tiltrukket, finansiering hævet (offentligt og privat) antal besøgende og tilbringe stigning, hotel senge besatte.

**Økonomiske resultater spild overvirkninger,** konkurrenceevne i regionen, troskab og samarbejde, innovationskapacitet, produktivitet og eksportberedskab

**Sociale output;** forbedret sundhed / velvære, opnåelsesniveauer, investeringer i kulturelle løsninger og sociale dagsordener

**Sociale resultater forbedret samhørighed,** tro og velvære, interkulturel læsefærdighed og engagement og forbedrede faciliteter, kapacitet og ekspertise for kultur medførte social forandring.

**Kulturelle output;** job skabt og sikret i kulturområdet, investeringer i kulturinfrastruktur / kapacitetsstørrelse og mangfoldighed af publikum, omsætning af kulturelle organisationer

**Kulturelle resultater;** forbedret kapacitetsbevidsthed på tværs af kultursektoren, øget samarbejde, forbedret innovation, ekspertise, rækkevidde og bæredygtighed, omdannede engagementer i prioriterede samfund og interkulturelle samfund

**Transversale udbytte;** Antallet af nye provisioner, projekter og samarbejder, lokal / national og europæisk i dimension, antal akkrediterede kvalifikationer, der er modtaget til ECOC, skala og rækkevidde af presse- og socialmediedækning

**Overførselsresultater;** Kvaliteten af partnerskabet - lokalt / nationalt og europæisk, forbedret bevidsthed om og engagement i kultur som en kraft for positive forandringer og udviklingsflod; Bevis for forbedret strategisk engagement og partnerskab.

### Fællesskabs- og programudviklingsmetoder

Programmet er fundamentalt samfundsledt og små projekter bygger på eksisterende og skaber det nye program af begivenheder. Fremme og støtte blev opnået for kultur- og kulturturisme på lokalt niveau.

At være vært for en række arrangementer, som lokalsamfund kunne dele deres ideer og problemstillinger, der identificeres og løses gennem hele Three Sisters Development. Tre søstre bygget på det eksisterende arbejde inden for de tre amter, især de ledede af lokale myndigheder.



## Modeller af samfundsbygning

momentum  
support knowledge action

For yderligere at understøtte fællesskabsbaserede initiativer, der søger at forbedre og levere nye og eksisterende besøgende oplevelser tilpasset programmet for at omfatte en række aktiviteter, herunder vejledning, historiefortælling, billedprog, traditionel kultur, aktiviteter, kunst mv.

Programmet skulle give platformen mulighed for at dele og demonstrere eksisterende og nye bedste praksis kulturelle og

arv erfaringer. Programmet omfattede 7 streams;

**Ambition;** aktiviteter og arrangementer viser regionens ambition. Signalering af samarbejdspraksis og borgerinddragelse. At forundre, glæde og provokere og demonstrere evne til at levere kulturel excellence til at forbinde med et bredere kreativt Europa f.eks. Søstre X tre søstre: musikalsk samarbejde.

**Three Sisters 2020** gør det muligt at generere nye regionalt afbalancerede på tværs af kalenderåret festivaler for at hjælpe med at opbygge nye publikum af lokalbefolkningen og besøgende for at åbne regionen som en destination et ankomststed og cumar.

**Kinship:** site specific og site responsive programmering i hele regionen - hvor folk bor, og arbejde og slægt udvikler sig.

Kernen ideen til at bruge byggede og naturlige miljøer og omdanne deres brug til sociale og kulturelle formål - således genskabe regionen med hensyn til forestillinger om arealanvendelse, ejerskab og endda skønhed. Dette er både urban og landlig regenerering i praksis, der også tjener til at jolte og inspirere samfund til at spørge, hvordan man bruger offentlige og private rum både i / udendørs. At inddrage deltagelse på alle niveauer med bæredygtig udvikling og langsigtet regenerering af tomme og under brugte rum i landsbyer og byer. f.eks.

**Station til Station;** Der er 18 overladte / forladte togstationer på tværs af de tre regioner.

Programmet er at omlægge stationerne som kunstværker, hvilket gør dem til ankomstpunkter. Med nogle midlertidige installationer fra 18 udpegede kunstnere til at realisere projektet med lokalsamfundene på hver af de steder, der udforsker jernbanens historie.

**Blomstrende:** begivenheder og aktiviteter, der fejrer og stimulerer de tre systems rige intellektuelle kultur. Med debatter, foredrag, masterclasses og residenser programmeret over hele regionen.

At give adgang til livslang læring af høj kvalitet til borgerne i tre søstre for at nedbryde hindringer for videnskabelse i samfundsmøder og mobilisere kritisk debat over regionerne. f.eks. Metafysik:

En festival for kunst og videnskab - hvordan vi forholder os til verden omkring os, en filosofisk øvelse med spørgsmål, der går i centrum for, hvordan vi skaber og oplever kultur og hvordan det interagerer med videnskaben om den naturlige orden.

**Åbenhed;** hvordan programmet er planlagt til, hvordan historier bliver fortalt, hvordan man co-skaber, deler og engagerer og mobiliserer aktiv aktiv deltagelse. Udviklet sæt projekter, hvor åbenhed fejres. Kan vi være for åbne? f.eks.

**Åbenhedens mekanismer** - for at lette åbenheden som en kerne disciplin, så borgerne aktivt kan deltage i kultur og kultur, og dem, der støtter det, for at åbne deres tilgang til planlægning, programmering og idriftsættelse. Udvikle en

**Open Source Event Making Toolkit** - tilgængelig for alle mennesker i regionen om, hvordan man kan lave arrangementer på en effektiv, sikker og opfindsom måde. Arbejder med lige fagfolk, socialt engagerede kunstnere, lokale myndighedshændelser og samfundsdivisioner til udvikling

værktøjssættet.

## Modeller af samfundsbygning



**Eventyr;** en region med social, kulturel og æstetisk mangfoldighed fra grusomt bylandskab af industrielle kørsler til de liljerende græsenge i mælkebedrifter. Fokuserer på interkulturel udveksling og mobilitet - for kunstnere, publikum, ideer og tilgange. Mellem Bridges - udforsker realiteterne for flygtninge og indvandrere, der kommer til Europa fra krigshærede lande. At udvikle sig over en toårig periode, der arbejder med flygtninge, der krydser amterbroen. At symbolisere hvordan disse gamle krydsninger er dagens punkter om interkulturel udveksling

**Kunst, sundhed og velvære;** om at have det mest integrerede, kønsbalancerede, innovative tilbud til en landdistrikt.

**Kulturel recept for de tre søstre;** at bringe kunstnere til at danne sig i hele Europa for at levere et omfattende kulturforskriftsprojekt. At støtte udviklingen af kunst og sundhedsprojekter gennem information, ressourcer, træning og rådgivning og sigte på at berige livene hos dem, der modtager og yder sundhedsydelser gennem kunsten.

**Creative Region / Development;** involverer en række fælles udviklingsaktiviteter til støtte for vækst og bæredygtighed i den regionale kreative økonomi og at skabe muligheder for kreative karriere at trives i regionen. f.eks. hub program for mikrovirksomheder; hver by for at åbne et 'mellemrum' som en dedikeret kreativt arbejdsområde. At blive piloteret i gårde, statsehuse og andre uventede steder og nav.

### Fremgangsmåden for at mobilisere samfundet

Tre søstre blev navngivet af befolkningen i regionen i offentlige drøftelser fra starten, og engagementet steg i hele processen. Som tre søstre bringer sammen tre byer og amter, havde de brug for at arbejde hårdere og mere fantasifulde end stramtrukne byer. Outreach and Engagement Programmet blev ledet af teamet, der arbejder tæt sammen med partnerskab med direktionen, kulturstyringsgruppen, lokalforvaltningsgruppen, erhvervsorganisationer, Gaeltacht-organisationer, flygtningeorganisationer, partnerskaber, sundhedsudbydere, særlige sektorinteresser - turisme, uddannelse, sport og planlægning. Det tog den største nogensinde høring med offentligheden og med kultursektoren ved hjælp af traditionelle og nye digitale platforme. Programmet blev suppleret med en dedikeret medieaktivitet, der øgede tre søsters profil og mobiliserede deltagelse. Demonstrationsprojekterne tilføjede energi og formål med processen, der gør den reel, håndgribelig og deltagende

Visionen er at genskabe regionen gennem fokus på kultur, samfund og bæredygtighed ud over byerne. Programmet blev udviklet gennem mere end et års engagement med lokale virksomheder, lokale og partnere. Et år med samarbejde, forståelse, drømme og detaljeret planlægning for at udnytte de kreative kræfter, der allerede er på arbejde i regionen. Programmet var formet til at være lokalt ejet, men europæisk. og forsøge at inspirere, udfordre og mobilisere deltagelse. Dette var en gradvis proces og vil fortsætte med at udvikle og redefinere og indflydelse. Programmet er organisk og føles, med nogle programområder mere konkrete og andre relativt åbne, alt for at hjælpe med at genskabe regionen.

Ambitionen om at levere serverår af grænseoverskridende, inter-city, urban-rural og international samarbejde øve sig.

## Modeller af samfundsbygning

momentum  
support knowledge action

Tre søstre omfattede engagement og aktiv deltagelse i kultur og de bredere fællesskabsaktiviteter, centreret om ånden for at dele vision, formål og arbejdsbyrde. Det frivillige program er en regional taskforce for værter, aktivister og forfattere i de tre amter, arbejder for at engagere deres lokalsamfund og forbinder dem med programmet for nye kommissioner, landdistrikter og byturer og kulturelle pionerer (i biblioteker, kulturelle hub og sundhed og uddannelsesmæssige indstillinger). Det er her også tre søstjernes mester både lokale og indkommende skabere og beslutningstagere - der yder skræddersyet support og vejledning, ibrugtagning på tværs af grænser for at bringe forskellige former for kreativ praksis sammen og omlægge en region af små uafhængige kreative producenter og små og mellemstore virksomheder, der tilbyder en anden slags vækst; født af herkomst, præget af rige traditioner for kulturel praksis, drevet af ekspertise og innovation, dybt indlejret i den lokale spirt og forbindelse.

Hvordan kommunikeres med lokalbefolkningen:

Arbejdet på tværs af alle sektorer i samfundet fra de største græsrodsorganisationer i regionen til forretningsnettet, detailhandlere, samfundsgrupper, lokale myndigheder og mange andre til at medvirke og derefter sprede tre søsters budskab. Leveraged deres kommunikationsplatforme såsom nyhedsbreve, e-zines, sociale medier og online-platforme for at informere offentligheden om, hvordan de kan blive involveret i applikationen, når mere end 150.000 mennesker gennem 6.183 diskrete grupper og netværk.

- Ambassadører og Mestere hjalp med at fange folkets hør og sind i regionen og køre budskabet
- The Three Sisters Culture Cabin - mobil informationscenter og engagement platform - besøgte over 30 store, mellemstore og småskala festivaler i den kortsluttede fase.
- Social Media-publikum steg kraftigt siden oktober 2015, energiseret gennem en integreret tilgang, hvor hele holdet og de kulturelle og strategiske partnere delte ansvaret for at generere energi
- Lokalsamfundet var involveret i ansøgningen fra Three Sisters Volunteer Program
- Bygget et online-fællesskab ved hjælp af sociale medier, e-zines.
- Kulturbanken blev oprettet som et lager af ideer, som er en ressource og et øjeblikbillede i lokalbefolkningens ambitioner for deres region. At blive Citizens Programming Platform - en digital ideer bank til programmering ideer og en mekanisme for sourcing partnere, kunstnere, frivillige og sponsorer.
- Fire lokale aktiveringsfirmaer blev udpeget til at forvalte Outreach and Engagement Programmet.

Inden for programmet blev der givet 10 kerneprioriteringsgrupper en-til-en-gruppepræsentationer og workshops med fokus på udvikling af kulturprogramhændelsesideer, inkluderet; unge mennesker, kunstgrupper. Polske samfund, grupper, der arbejder med socialt dårligt stillede, educationelle, sports klubber, forsyningstjenesteudbydere mv.

## Modeller af samfundsbygning



Skridtene til at lave en 1 år og en 3 måneders plan

ECOC kræver ikke en tre-måneders plan, da det er en flerårig plan for udviklingsaktiviteter.

De områder, der har til formål at imødegå tilgangen og fokuseringen af projekterne og arrangementerne til at udforme programmet på baggrund af forbindelsen mellem mennesker, praksis, sted og potentiale.

2015: Start, inspirere, engagere, definere principper, temaer og strategiske prioriteter

2016: Reform og demonstrere; oprette tre søstre firma. Rekruttere fuldtidsudviklingshold og buddirektør og kunstnerisk programmør. Cementkernens strukturelle muligheder, f.eks. infrastruktur, regionale partnerskaber, store kulturelle programelementer, nationalt og internationalt samarbejde.

Start ny regional kulturstrategi. Start evalueringsprocessen. Start demonstrationsprojekter - at udforske, teste og kommunikere muligheder.

2017 - 2018: Test og vokse; bestilte stykker til at forstærke og forstyrre det kulturelle tilbud, påbegynde europæiske netværksprojekter og programmering i andre ECoCs. Kommissionens regionale kreative industristrategi Udvikle nye demonstrationsprojekter. Begynd evaluering.

2019: Scale up deliver; et sæt af forskelligt målte interventioner, der overgår til 2020; intensive udviklings- og øvelsesprogrammer; alle internationale samarbejder på vej. Demonstratorprojekter bliver fuldskala og europæiske programmer.

2020: Three Sisters europæiske kulturhovedstadsprogram.

2021 - 2022: Transformation, konsolidering og arvsvekst - et omstruktureret regionalt kulturprogram baseret på saminvestering, en holistisk tilgang til kulturplanlægning og en genoplivet økonomi med at skabe og skabe. Informeret af resultaterne af evalueringen.

### Procedurerne for overvågning og evaluering

Waterford institut for teknologi og WIT campus firma, RIKON, havde til opgave at udarbejde en ramme mekanisme til at levere til overvågning og evaluering af ECOC. Nøgleværdier af tre søstjernes evalueringsmodel:

- Langsigtet vision
- uafhængighed
- Ryd ramme fra begyndelsen
- Tværfagligt
- Collaborative
- demonstrative

Procedurer omfattede Baseline studier og løbende undersøgelser til måling af publikum engagement, økonomiske resultater, sociale og kulturelle resultater, frivillige engagement, fokusgrupper, workshops, interviews og data management metoder.

## Modeller af samfundsbygning

momentum  
support knowledge action

Endelig konklusion, som du tror er de vigtigste ingredienser og tjekliste for oprettelse af fællesskab og udvikling.

- Arbejde i partnerskab med lokale myndigheder for at forbedre de tre søstre kulturelle, kulturarv, festivaler og arrangementer.
- Ressourcer blev prioriteret, som bedst ville hjælpe programmet med at øge andelen af lokale, nationale og internationale besøgende.
  - Arbejdet var koncentreret om udvikling af temaer, arrangementer, festivaler, aktivering for at stimulere og stimulere programmet, der omfatter regionen, især de ugunstigt stillede områder, spillesteder og steder.
- Samarbejde tæt sammen med alle potentielle interessenter og partnere, herunder den offentlige sektor, virksomhedsnetværk og offentligheden for at sikre en sammenhængende tilgang til udviklingen.
- Partnerskab med nationale turisme-, kultur- og kulturarv som Heritage Council, Arts Council, Tourism Ireland og Failte Ireland og andre marketinggrupper for at sikre, at de besøgende erfaringer var bredt tilgængelige for at kanalisere potentielle besøgende.
- Koncentration på virksomheds- og lokale ressourcer støtteprogrammer for at sikre, at de blev informeret, støttet og gearet til at levere erfaringerne.
- Alle aktiviteter er iboende bæredygtige og beskytter vores unikke kultur og arv gennem samfund hosting og kollektivt forvalte de miljøer, hvor programmet blev leveret. Disse principper ligger i centrum for programmet med hensyn til besøgsforvaltning, ressourcebeskyttelse og inddragelse af lokalsamfundet. At bevare og beskytte de høje kvalitet naturlige og kulturelle aktiver til rådighed, hvor programmet kunne præsentere verdensklasse oplevelser.
- Sørg for, at besøgende kan engagere sig i regionerne naturligt og bygget arv, unik kultur og historie
- Et skræddersyet program, der giver stærke motivationsmæssige grunde til at besøge destinationen som helhed og tilpasse sig alle motivationer og smag på en kulturel leve til de centrale målgruppesegmenter.
- Bygge på en sund inddragelse af turisme virksomheder og lokalsamfund på lokalt plan for at levere det overordnede erfaring.

## Modeller af samfundsbygning



### 1. Introduktion

ROOTS-projektet fokuserer på landdistrikter, hvor niveauerne af forståelse og ekspertise inden for turisme SMV'er og mikrovirksomheder vil være lavere end det, der findes i bycentre og etablerede turismeområder. University of Greenwichs hovedcampus ligger inden for et verdensarvssted i London, i et af Storbritanniens vigtigste turistmål, herunder verdens førende turistattraktioner. På grund af dette fokuserer denne rapport i stedet på Kent, hvor universitetet også har en campus. Kent er Storbritanniens største amt og er overvejende landlige i karakter. Kent har områder med afvigelse sammen med områder med markant deprivation og en kystlinje, der har en række faldede seaside turisme destinationer.

Efter vores opfattelse vil undersøgelsen af Kent's kontekst for udvikling af kulturarv turisme samfund vil være mere nyttigt for projektet som helhed.

#### 2.1 Turisme i Kent

Kent modtager mere end 60.000.000 besøg om året, hvor størstedelen af disse er dagbesøg (c.55m) og omkring 5m er besøg, der involverer overnatning. Det samlede antal overnatninger, der tilbydes af besøgende til Kent, er næsten 17,5 mio., Hvilket bidrager til en opholdsbesparelse på over 900.000.000 om året.

Sammen med dagbesøg i amtet er besøgendeøkonomien anslået til at være £ 3,6 mia. Til økonomien i Kent, der understøtter 51.925 fuldtidsækvivalente job, hvilket er 10% af alle job i amtet.

Dette er i tråd med det nationale billede for Storbritannien, hvor turismen er ansvarlig for omkring 11% af beskæftigelsen. Turismen spredes jævnt i hele amtet, men City of Canterbury oplever et uforholdsmæssigt stort omfang både dag og ophold, såvel som den højeste besparelsesbesparelse. Det næstmest kendte område i Kent, Thanet, er hjemsted for en vigtig badeby Margate, der for nylig har haft fordel af et årti af offentlige investeringer for at støtte sin besøgsøkonomi, herunder opførelsen af et internationalt samtidskunstgalleri. Disse to destinationer er ansvarlige for mere end 25% af alle internationale besøgende til Kent, hvor de resterende besøgende spredte sig over yderligere 11 distrikter.

#### 2.2 Kulturel turisme i Kent

Nylig undersøgt af Destination Management Organisation for Kent og et lokalt universitet har fundet ud af, at kulturturismen spiller en væsentlig rolle i Kent's besøg. På grund af den høje investeringsinvestering i kulturen, der har fundet sted i amtets badebyer, har landet været i stand til at positionere sig som en destination for kulturturisme.

Uddannelsen af turister, der fandt sted som led i denne forskning, opdagede, at:

- Kultur turister var mere tilbøjelige til at tage korte pauser (51%) og mellemlang ferie (21%) end "standard" fritidsturister (henholdsvis 43% og 14%). Dette støtter tidligere akademisk forskning, som har antydnet, at kulturelle turister bliver længere på en destination.

## Modeller af samfundsbygning



- 54% af turisterne betragtede Kent som en kulturel destination, hvilket er det højeste end den generelle britiske figur på 35%
- Kulturelle turister er også interesserede i de naturlige rammer for en kulturel destination.
- De aktiviteter, som kultur turister deltager i i Kent, er meget forskelligartede, men kan karakteriseres af søgningen efter "autentiske oplevelser" sammen med forbruget af de traditionelle kulturarvs turismeprodukter af kunst, kulturarv og museer.

Distributionen af kulturturisme i amtet er dog ikke engang, idet landdistrikterne og de sekundære byer i amtet ikke oplever fordelene ved kulturturisme på grund af deres manglende anerkendte kulturarvsturismeprodukter og deres manglende integration i bredere kulturturisme forsyningskæder eller besøgende flows. På grund af dette har der været en stor indsats fra de offentlige institutioner og deres partnere om at udbrede kulturturismens gavn til disse distrikter, og to af disse bestræbelser vurderes bedst praksis for denne rapport.

### 2. Bedste praksis til etablering af lokale kulturelle samfund

Denne del af rapporten identificerer nøglefunktionerne i to forsøg på at udvikle kulturarvsmiljøet i Kent. Fordi amtet er stort, med en befolkning på ca. 2 mio. Mennesker og indeholdende 13 kommuner, har samarbejdsarbejde og samarbejde historisk set været problematisk inden for kultur- og turistsektoren. De to bestræbelser, der er beskrevet nedenfor, giver meget forskellige tilgange til at overvinde disse problemer, men træk ved hvert forsøg viser elementer af god praksis, der kan være til gavn for ROOTS projekt.

#### 2.1 Generel præsentation

De to projekter, der har forsøgt at støtte udviklingen af samfund i kulturarvsturismen i Kent, er East Kent City of Culture projektet og Kent Creative. Ingen af disse havde eksplicit turisme som fokus, selv om begge havde til formål at forene forskellige grupper af virksomheder og enkeltpersoner på tværs af et bredt geografisk område i et stort set landdistrikter og kystområder, på temaerne kultur og kreativitet.

##### 2.1.1 East Kent City of Culture

Projektet East Kent City of Culture var et forsøg på at samle forskellige kulturelle og turisme interessenter i den østlige del af Kent, for at byde på anerkendelse af 'City of Culture', en britisk eneste version af de mere velkendt europæisk kulturhovedstadsprogram. 11 områder af det britiske bud for denne titel, idet den ses som katalysatorer for turisme-ledet kulturel udvikling og økonomisk vækst. East Kent's bud var innovativt, da det var det eneste bud, der ikke var baseret på en egentlig by, i stedet ved at bruge budet om at samle tidligere løst forbundne byer og landdistrikter som en del af en "by forestillet".



## Modeller af samfundsbygning



I sidste ende var budet mislykket, men budprocessen bidrog til at opbygge nye samfund af praksis forbundet med kultur og turisme i amtet og efterlod en arv af fælles planlægning og øget kapacitet til større kulturturisme projekter.

### 2.1.2 Kent Creative

Kent Creative er et samfundsmæssigt interesseret selskab (CIC), en form for social virksomhed. Den betragter sig som en kulturel organisation og har til formål at opfostre og fremme den kulturelle og kreative industri i Kent samt udvikle forbindelser og netværk med det bredere erhvervsliv. Den måde, som Kent Creative sætter dette på, er gennem mange forskellige projekter. Projekt 365 er et fællesskabsfotograferingsprojekt, der sigter mod at kurere bosiddende fotografering af en by gennem hele et kalenderår for at opmuntre lokalbefolkningen til at engagere sig i deres samfund på en bredere måde end normalt. Kent Creative Finder er en online-katalog af kulturelle og kreative organisationer i regionen. Kent Creative Show er en podcast, der har en anden forretning og / eller placering i landet hver uge, med et online arkiv af shows.

Kent Creative Connect er en månedlig netværksbegivenhed, og de årlige Kent Creative Awards er præmier givet i en højprofil-begivenhed hvert år.

Dette projekt er blevet finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Forfatteren er eneansvarlig for denne publikation (meddelelse), og Kommissionen påtager sig intet ansvar for, at der kan gøres brug af de heri indeholdte oplysninger.

## 2.2 Udvikling af samfundene

ROOTS-projektet har til formål at give vejledning og online supportmateriale til at guide etableringen af nye samfund til kulturarvsturisme. Denne del af rapporten identificerer de vigtigste aktiviteter, der blev gennemført i hver af casestudieprojekterne for at bidrage til at danne deres lokalsamfund.

### 2.2.1. East Kent City of Culture

Fordi dette projekt havde til formål at udvikle en fælles følelse af samfund i et område, hvor denne fælles tilgang var blevet problematisk, tog projektet en top-down-tilgang med hensyn til at udvikle branding og identitet af projektet. Når først nøglefunktionerne var på plads sammen med forventningerne til budet, blev der søgt om påtegninger for bud fra lokale berømtheder, politikere og højprofileorganisationer.

Dette bidrog til at skabe en følelse af fremdrift bag projektet og fodrede ind i en mere græsrods kampagne for at bede lokale reklamer, forretningsfolk og enkeltpersoner om at tilmelde sig på et lukket andragende, der tiltrak mere end 2.000 ekstra underskrifter. Kampagnen leverede 'badges' til hjemmesider for tilhængere, samt printbare plakater, der skal vises i virksomheder, og adgang til sociale medier grupper, for alle, der tilmeldt.



## Modeller af samfundsbygning



### 2.2.2 Kent Creative

I fire år har Kent Creative kørt månedlige netværksbegivenheder, der bruger deres egne lokaler, men også bevæger sig rundt i amtet, for at bringe kulturindustrien, kreative industrier og andre forretningsfolk sammen til at møde ansigt til ansigt. Disse netværksbegivenheder har været meget velstrukturerede med muligheder for præsentationer, idégenerering, gruppediskussioner, mentorskab og andre aktiviteter. Disse begivenheder er helt gratis og foregår omkring en kalender med fire dags lange workshops, som alle har specifikke temaer. Dette ansigt til ansigt-netværk har været et centralt aspekt ved opbygningen af fællesskabet.

### 2.3 Identifikation af interessenterne

For at de samfund, der udvikles ved hjælp af ROOTS-projektmaterialer, skal være vellykkede, skal de relevante interessenter identificeres og engagere sig. Dette afsnit undersøger de metoder, der er taget for at gøre dette ved casestudieprojekterne.

#### 2.3.1 East Kent City of Culture

Projektets karakter indebærer, at det var vigtigt at engagere højprofile individer og væsentlige institutionelle interessenter. Dette blev gjort ved at oprette et projektbestyrelse med medlemskab på det rette niveau for at henvende sig direkte til disse potentielle interessenter. Hvor et kulturarvsprojekt planlægger at skabe betydelige turistniveauer, er det vigtigt at udnytte vigtige og / eller velkendte interessenters deltagelse i markedsføringen af projektet, hvilket er et vigtigt aspekt ved udviklingen af et fællesskab.

#### 2.3.2. Kent Creative

Kent Creative har taget en helt anden tilgang til at opbygge et græsrods samfund.

Gennemførelsen af regelmæssige små netværksbegivenheder og en stærk ansigt til ansigtskomponent til deres arbejde har bidraget til at opbygge stærke interpersonelle relationer inden for kulturområdet og mellem kultursektoren og andre forretningspartnere. På denne måde er interessenterne kommet langsomt ind, men også mere organisk ved hjælp af eksisterende relationer af tillid og gensidig fordel.

### 2.4 Udbytter af samfund for egne medlemmer

For at etablere et samfund er det nødvendigt at formulere fordelene ved at tiltræde samfundet til potentielle medlemmer; appellerer til ideer om det fælles gode er usandsynligt at arbejde, når overbevisende virksomheder giver op med deres tid og andre ressourcer til at støtte et nyt projekt. Denne del af rapporten ser på disse fordele for hver af casestudierne.

## Modeller af samfundsbygning



### 2.4.1 East Kent City of Culture

At være en del af den østlige Kent kulturby var bud en mulighed for medlemmerne af fællesskabet at forbinde sig i løbet af 12 måneders spirende periode med et high-profile-projekt med berømted og andre påtegninger og til gavn for den yderligere markeds eksponering, som dette ville medføre. Hertil kommer, at for de personer og organisationer, der blev mere involveret i budprocessen, var det en mulighed for at udvikle nye netværk og partnerskaber, hvoraf mange har overlevet det mislykkede bud selv.

### 2.4.2 Kent Creative

Ford Creative's gavn for dets medlemmer er primært udtrykt i form af nye forretningsmuligheder. Nogle af disse muligheder indebærer muligheden for at få adgang til specialunderstøttelse og vejledning, f.eks. Gennem arrangementer, mens andre mere enkle forretningsmuligheder kommer via netværk og salg fremmende muligheder, som organisationen tilbyder. De årlige priser for kreative og kulturelle virksomheder tilbyder for eksempel prestigefyldte dommande roller til etablerede forretningsfolk, samt anerkendelse og forfremmelse for kommende og kommende organisationer og enkeltpersoner.

### 2.5 Fællesskabsudviklingsmetoder

Det er vigtigt, at de lokalsamfund, der tilskyndes af IO4 ROOTS-håndbogen, bliver informeret om de udviklingsmetoder, der er tilgængelige for dem. Denne del af rapporten klassificerer de metoder, der blev anvendt i de to casestudier.

#### 2.5.1 East Kent City of Culture

Dette var et meget top-down projekt, hvor der blev dannet et højt plan bestyrelse for at lede programmet. Valg af velforbundne og motiverede bestyrelsesmedlemmer var afgørende for dette, da de da havde til opgave at skabe "buy-in" fra interessenter på lavere niveauer i organisationer. At have involveret betydelige individer i projektet har medvirket til at skabe spænding omkring projektet og at få støtte fra centrale lokale og regionale institutioner.

#### 2.5.2 Kent Creative

Kent Creative har en meget folkespecificeret tilgang til hvad den gør og har vokset meget organisk. Alt, hvad det gør, placerer sine medlemmer og netværk midtstadiet, som eksemplificeret af sine seneste podcasts og dets årlige prisuddelinger. Dette har bidraget til at sikre, at samfundet er bæredygtigt og ikke afhænger af et overskriftsprojekt eller engagemang fra småpersoner.

### 3. Konklusion

De to eksempler, der bruges til denne rapport, giver to modsatte måder at opbygge samfund i kulturarvsturisme på, afhængigt af samfundets og / eller selve projektet.

## Modeller af samfundsbygning



### Nogle kulturarvsturisme

Projekter vil have til formål at tiltrække store mængder turister eller internationale turister og vil udnytte den tilgang, der er taget i Easy Kent Kulturby, som opbyggede et samfund for at udnytte sine markedsmæssige fordele. Imidlertid vil mange mindre projekter, eller dem med et mere langsigtet vækstpotentiale, udnytte de mere organiske teknikker, som Kent Creative bruger.

### 3.1 Nøglebestanddele i samfundsudvikling

De to ovennævnte projekter havde meget forskellige træk, men begge har medvirket til at skabe et samfund for at realisere kulturens gavn for turisme og økonomien i vid udstrækning. Nøgleindlæringen fra hvert projekt er identificeret nedenfor.

#### 3.1.1 East Kent City of Culture

1. For et projekt med ambitiøse mål kan engagerende højtprofiler enkeltpersoner tidligt være en nyttig måde at etablere et fællesskab på, som andre mennesker ønsker 'at deltage i, og for at give marketingfordele fra medlemskabet af samfundet selv.
2. At identificere de rigtige mennesker til at deltage i projektet fra betydningsfulde institutioner som store gallerier og lokale
3. Det er muligt at skabe et fællesskab omkring noget, der endnu ikke eksisterer: en by, en kultur, en ide - hvis nok folk går med i samfundet, så vil det opbygge et momentum af sig selv.

#### 3.1.2 Kent Creative

1. Bæredygtig og langsigtet samfundsudvikling understøttes godt af høje niveauer af ansigt til ansigtskontakt, men det kan tage lang tid at bygge op mod en kritisk masse.
2. Et nyttigt samfund har et mangfoldigt sæt aktiviteter forbundet med det, der løber på forskellige årspunkter, således at der altid er noget for medlemmerne at engagere sig i og for forskellige medlemmer at være interesserede i.
3. Fællesskabets medlemskab bør have åbenbare fordele for dets medlemmer, og disse bør gensidigt velfungerende for alle medlemmer.

### 3.2 Checkliste for fællesskabsudvikling

Det kan være nyttigt at få en kort tjekliste over nøglepunkter til udvikling af et fællesskab. De projekter, der er blevet gennemgået i denne rapport, har ført til følgende tjeklister:

## Modeller af samfundsbygning



### 3.2.1 East Kent City of Culture

- Støtte på højt niveau
- Lav en buzz omkring en ide
- Gør medlemskabet en markedsføringsmæssig fordel i sig selv

### 3.2.2 Kent Creative

- Lav mange muligheder for kontakt mellem medlemmer

Dette projekt er blevet finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Forfatteren er eneansvarlig for denne publikation (meddelelse), og Kommissionen påtager sig intet ansvar for, at der kan gøres brug af oplysningerne heri.

- Planlæg et mangfoldigt sæt af fællesskabsaktiviteter
- Har klare fordele for medlemmerne

## 4. Referencer

Kultur Kent forskningsprogram (2017) Resumé af undersøgelsesrapporten, Maidstone: besøg Kent East

Kent 2017 (2018) East Kent: en by forestillet sig [online]

Tilgængelig fra: <http://www.eastkent2017.co.uk/>

Adgang til 12 marts 2018

Kent Creative (2018) Kent Creative [online]

Tilgængelig fra: <http://kentcreativearts.co.uk>

Adgang til 12 marts 2018

Besøg Kent (2016) økonomiske konsekvenser af Turisme i Kent, Maidstone: besøg

## Modeller for samfundsofbygning



## Modeller for samfundsopbygning



### Indførelsen

Regionen dækker den nordøstlige del af landet og er ifølge traditionen en del af den gamle historiske region i Moldova. Med et samlet areal på 36.850 sq km og en bosiddende befolkning på 3.256.282 indbyggere (1. januar 2016) er den nordøstlige region den største af de otte udviklingsregioner i Rumænien. Geografisk, den region, der grænser op til nord med Ukraine, med amterne Galati og Vrancea (sydøstlige region), øst med Republikken Moldova, og i Vesten med grevskaberne Maramures og Bistrita-Nasaud (nordvestlige region) og Mures, Harghita og Covasna (Central region). Regionen, der nyder godt af en rig historisk, kulturel og åndelig tradition, kombinerer harmonisk tradition med moderne og fortid med nutiden, og dens potentiale kan bruges til at udvikle infrastruktur, landområder, turisme og menneskelige ressourcer.

Med stor interesse i at praktisere turisme i den nordøstlige region er de kulturelle bygningsværker, således at de moldoviske ruter er ikke kun attraktive, men også dybt uddannelsesmæssige. Det er det område, hvor de blev født Mihai Eminescu, George Enescu, Nicolae Iorga, Mihail Sadoveanu, Mihail Kogalniceanu, Ion Creanga, Ciprian Porumbescu, Stefan Luchian, George Bacovia, George Apostu, Tristan Tzara, Octav Onicescu, Costache Negri, Calistrat Hogas, Nicolae Ibrăilescu, Emil Racovita og Vasile Parvan. Deres erindring er bevaret på museer, minde huse og fejret af monumenter og statuer.

Deres erindring er bevaret i museer, minde huse og mindes af monumenter og statuer, i centre med lang tradition eller gamle skikke stadig bevaret, eller i store byer, hvor stor koncentration af befolkningen forårsager skabelsen af forskellige kunstneriske bevægelser. (Se kulturelle arrangementer dedikeret til den fremtrædende personligheder i den rumænske kultur). Museer og minde huse institutioner og kulturelle og kunstneriske begivenheder i Vaslui-amtet Mavrocordat Palace er den mest berømte Vasluis historiske monumenter. Det blev rejst i slutningen af det nittende århundrede (1892) af Gheorghe Mavrocordat og er en af de smukkeste bygninger i byen, mpressiv af ornamentik, størrelse og stil, modstå i årenes løb, er meget tæt på den oprindelige form. I øjeblikket, det er vært for Børspalace. Museer er en vigtig del af de attraktioner besøgt af besøgende. Den nordøstlige region rangerer på andenpladsen, ifølge Center regionen, som en række museer og offentlige samlinger, med 127 sådanne kulturelle enheder registreret i 2015 (stigende i forhold til 2008 og 2014 med en enhed).

Blandt de vigtigste attraktioner i Moldova er landdistrikterne husholdninger, hvor traditionelle materialer anvendes (træ, sten) og populære pryde teknikker. På museer og i visse områder, selv i hverdagen, vi møder det populære kostume, stoffer, folke sømme, strik, broderede ornamenten (Neamt, Suceava), genstande, der er nødvendige for livet, lavet i landsbyen industrier. Den moldoviske sjæls rigdom er vist, også i de traditionelle værdier af sangen og det populære spil, i de populære skikke i forbindelse med begivenhederne i det religiøse liv eller forbundet med begivenhederne i hverdagen, adlet af ritualer i området.

Den nordøstlige region nyder godt af en værdifuld kulturarv, repræsenteret af talrige historiske monumenter, religiøse bygninger, museer og minde huse, traditionelle folkelige manifestationer, etnografi, vigtige kultur-og videnskabsinstitutioner, lokale personligheder

## Modeller for samfundsopbygning



Blandt fordelene ved kulturel turisme udvikling er uafhængigheden af en bestemt sæson og kvaliteten af infrastrukturen (det er mere interesseret i den kulturelle betydning af målet). Ulemper er relateret til det faktum, at det henvender sig til en veluddannede, højtuddannede og kulturperler publikum og er dyrere end rekreative turisme. Kulturel turisme er en moderne form for ferie, en blomstrende form.

Sådanne ledige stillinger, kendt som generiske "kredsløb, byer og kultur", har stor vægt i strukturen af feriedestinationer i de vestlige lande. Kulturturismen griber i sin natur ind i andre former for turisme og skærer i fritiden og erhvervslivet. Kulturelle begivenheder repræsenterer en moderne form for turisme, materialiserer i festivaler, stadioner, turneringer, vernissages, utilstrækkeligt kapitaliseret, men med et stort potentiale for udvikling. For at fremme det er det nødvendigt at oprette en database med oplysninger om alle begivenheder og udviklingsperioden. Store kulturelle begivenheder finder sted i lokaliteter af de store komponister, forfattere, eller kunstneriske foreninger. I denne sammenhæng kan man nævne Tescani, Bacau County, da Oedipus blev komponeret på Maruca Cantacuzino Rosetti-palæet i Tescani. Tescani palæ blev doneret af Enescu til den rumænske stat, forudsat at det bygger her et kulturelt Center for kunstnere. "Rosetti Af Tescanu -George Enescu" Kultur Center i Tescani organiserer årligt flere kulturelle arrangementer: den internationale musik festival i Outdoor "Enescu-Moldav Orfeul", "George Enescu" International Festival og Symposium, den internationale maleri lejr oprettet for 30 år siden. Rosetti Kultur Center Af Tescanu "George Enescu" er en del af den europæiske sammenlutning "Les Rencontres", der har hjemsted i Paris, fra Association RES ARTIS, der er baseret i Amsterdam, af det europæiske netværk af residens for forfattere og oversættere med hjemsted i Montpellier under den franske Academy. De kulturelle og kunstneriske manifestationer dedikeret til den store digter Mihai Eminescu. "Stefan Luchian" plastik skabelse lejr af amatørkunstnere fra Rumænien og udlandet er organiseret årligt i august-september. Andre festivaler med tradition i den nordøstlige region er Piatra-Neamt Theater Festival, Piatra-Neamt musical Vacations, Vaslui Humor Festival. Kulturelle Turisme 43 i den nordøstlige region er etnografiske og folklore festivaler meget forskellige: musikfestivaler, dans, folkekunst messer, specialiserede messer af Potters, træskærere. De kunstneriske manifestationer og traditionelle folkefester i løbet af året bringer den almindelige offentlighed den levende, autentiske ånd af de moldoviske lander, gennem den populære Havnen sange og danse, gamle skikke-festivaler af kunst, folklore, skikke og skikke (for eksempel National Festival "Rose af Moldova" fra Strunga, Iasi, "datoer og skikke vinter" Festival i Iasi, messer af populære håndværkere ("Cucuteni 5000"-Iasi); International folklore Festival "Ceahlau" (Neamt); "Ceahlau Mountain Festival", Durau Resort, "Star to Rise" Festival, Piatra Neamt, "jule messe i Neamt", international folklore Festival "Arcanul" (Suceava); International Festival "Hora din Batrani" Cebu I turistområdet i Moldova er en reel "salve" af klostre og kirker, som altid skal være opmærksom på turist kredse. Turistpotentialet for praktiserende religiøs turisme i den nordøstlige region er repræsenteret ved: monumenter af tilbedelse, husly resterne af nogle helgener (Saint Parascheva i Iasi); religiøse og kulturelle bygninger, såsom klostrene i det nordlige Moldova og Bucovina; religiøse destinationer, hvor religiøse begivenheder finder sted, såsom juleferien, påske i det nordlige Moldova og Bucovina, klostre og kirker osv.



## Modeller for samfundsopbygning



Turisme i landDistrikterne har vundet meget i de seneste år i vores land. Den nordøstlige region har særlige betingelser for udvikling af denne form for turisme:

værdifulde kulturelle og historiske arv-museer, minde huse, kirker, klostre, palæer, kroer og gårdhaver. Mange af disse kultsteder er unikke i verden gennem deres skønhed; landdistrikterne er vogtere af skikke, traditioner, håndværk og gamle skikke, hvor talent og tiltrækning til smukke materialisere sig til virkelige værker af kunst-keramik, håndvævede tæpper, furriers, vævning, folkemusik instrumenter, masker; Skønheden i de kuperede og bjergrige områder, den meget ren luftkvalitet, eksistensen af en rig fauna og flora, mange udryddelsestruede arter, naturparker og beskyttede områder; spise friske fødevarer (herunder frugt og grøntsager kur), smage vine, af nogle jordnødde retter er alvorlige argumenter for praktiserende Rom turisme.

Det er derfor bemærkelsesværdigt, at kvaliteten af de økologiske produkter, der fremstilles i disse områder. Gennem sin kulturelle, historiske, etnografiske, naturlige og socioøkonomiske værdier, kan den moldoviske landsby blive et turistprodukt af stor originalitet og brand for turisme i den nordøstlige del Region.

Den nordøstLige region har et stort potentiale som europæisk turisme Center. Adskilt fra den vestlige Gennem den imponerende Karpater kæde, er en stor del af regionen stadig udforsket og ukendt for Udenlandske Turister.

Suceava, Neamt og Bacau amter er anerkendt for majestæten af de bjergrige bjerge og charmen af de berømte klostre. De østlige zone-Botosani, Iasi og Vaslui amter imponere besøgende med forskellige turistattraktioner, herunder de traditionelle, uberørte landdistrikter med gamle kirker og mange andre interessante steder, fyldt med kultur og historie, værd Besøgte.

Gennem simple levende, tæt på naturen og bevarelsen af de gamle traditioner, gennem deres gæstfrihed, indbyggerne i dette område fuldføre den maleriske maleri tilbydes til turister ivrige for Nyhed.

I det femtende og sekstende århundrede blev der bygget en række unikke klostre, som i dag er UNESCO'S internationale arv.

Deres specifikke element er de udvendige kalkmalerier malet i Byzantinsk stil.

Mange af disse klostre ligger i det historiske land Bucovina (Suceava County)

Saline fra Targu Ocna (Bacau) og Cacica (Suceava) er sande underjordiske museer og behandlingssteder. Besøgende, der går gennem tunnellerne og kapellerne i dybet, er begejstrede for det, de ser.

De kan øve her en række sportsgrene eller kan genskabe i klinikker specielt arrangeret i miner og især anbefales til behandling af luftvejssygdomme.

I Karpaterne kæden er der talrige kursteder, berømt for fjedre med termisk og mineralvand.

De er den vigtigste kilde til mineralvand i Sydøsteuropa. Patienter fra hele Europa kommer her for at behandle forskellige sygdomme.



## Modeller for samfundsopbygning



De mest populære feriesteder er Slanisk Moldova (Bacau), Vatra Dornei (Suceava) og Baltatesti (Neamt). Bacau County har naturlige skovreserver ved Runc-Racova og White Paraul. I Botosani er der en naturlig skovreservat: Tudora og en geologisk: Costesti Rock. I Neamt County er der en nationalpark: Bicaz / Ceahlau og en Bisonreservat: Vanatori. Den geologiske reserve ved Dealul Repedea og den botaniske botanik i Lunga Valley er beliggende i Iasi Amt.

Suceava County er den rigeste i reserverne, herunder: Rarau-Giumalau, Zamostea Lunca, Slatioara, Pojorata og Zugreni.

I Vaslui Amt er der skovreserver i Balteni, Badeana, Seaca Movileni og Harboanca-Brahasoia, de paleontologiske reserver på Manzati og geologiske Nutasca-Ruseni.

En af de mindst kendte træk i denne region er det store antal søer og damme

Mange af disse er placeret i amter i den østlige region - Botosani, Iasi, Vaslui og er ofte omgivet af skove.

Fiskeriets overflod gør hovedattraktionen klar, men denne aktivitet kan kun udføres alene, og der er endnu ikke tilbud om ture til fiskeri.

Regiunea Nord-Est afslører 4.003 monumente interes international, national og lokal, i overensstemmelse med landets monumentelor Statsministeriet, Ministeriet for kultur og kultur, 2015 skal behandles arheologice, cladiri de interes istoric si arheologic, case memoriale, etc.

Eksempler på bedste praksis for turisme i landdistrikter SMV-samfund, der benytter muligheden for kulturel til fremme og udvikling af deres medlemmer (to bedste fremgangsmåder):

### A. Bucovina Turisme Association

#### 2.1 Generel præsentation

Bucovina Tourism Association er en NGO, hvis hovedmål er at fremme regionens globale turisttilbud og fremme dets medlemmer: hoteller, pensionater, agriturisme, restauranter, rejsebureauer mv. Foreningen har mere end 35 medlemmer.

Formålet med Bucovina Tourism Association er at fremme og udvikle turisme i Bucovina.

Hovedaktiviteterne er: udvikling af turismefremmelses- og udviklingspolitikker i Bucovina, oprettelse af en database over alle turiststeder i Bucovina, tiltrækning af finansieringsprogrammer for at øge kvaliteten af turismen i området, tilrettelæggelse af rundeture, seminarer, konferencer mv.; udvikling af studier og analyser i turisme, udgivelse af reklamematerialer, deltagelse i aktiviteter for at imødekomme turisternes behov. Medlemmerne af Bucovina Tourism Association er: ledere og medarbejdere fra hoteller, vandrethjem, restauranter, rejsebureauer, producenter og leverandører af gæstfrihedsbranchen.

## Modeller af samfundsbygning



### 2.2 Sådan blev de oprettet

Foreningen blev grundlagt på initiativ af den private turistsektor i Bucovina og de institutioner, der arbejder på dette område. Fødsel kom som en reaktion på en nødvendighed og potentiale til at blive udnyttet

### 2.3 Hvordan de identificerede interessenterne

Medlemmerne af Bucovina Turisme Foreningen kan være en fysisk eller juridisk person, der kender dens status, er enig i dens bestemmelser og forstår, at den gennem sin egen aktivitet bidrager til og støtter opnåelsen af målet. Enhver person uanset nationalitet, nationalitet, køn, religion, politiskorientering, som opfylder betingelserne i det foregående afsnit, kan blive medlem af sammenslutningen og skal ved skriftlig Anmodning.

Ved optagelse opkræves der et registreringsgebyr, hvis størrelse fastsættes af generalforsamlingen. Anmodninger om medlemskab af en sammenslutning indgives til bestyrelsen og godkendes ved simpelt flertal af stemmerne.

Generalforsamlingen validerer de ansøgninger om registrering, som bestyrelsen har modtaget og godkendt i perioden mellem to General forsamlinger. De nye medlemmer har ikke stemmeret på den generalforsamling, hvor de er valideret for nogen af punkterne på den

dagsorden, vil deres stemmeret blive udøvet fra den næste generalforsamling.

### 2.4 Hvilket er fordelene ved disse samfund for deres medlemmer fordele for medlemmerne:

- modtage gratis rådgivning om deres arbejde, positionering af turistproduktet på markedet og produktion af salgsfremmende materialer
- deltager i workshops og seminarer arrangeret af dine filtilknytnings
- at drage fordel af europæiske finansierede projekter dine filtilknytnings
- nyde godt af fri deltagelse i messer og udstillinger, der gives til dine filtilknytnings
- repræsenteret og fremmes på en ensartet måde på messer og udstillinger under mærket "Bucovina";
- modtage periodiske oplysninger om nationale og internationale turistmesser, turisme arrangementer, ændringer lovgivning osv.

### 2.5 Fællesskabets udviklingsmetoder

Medlemmerne af Bucovina Turisme Foreningen kan være en fysisk eller juridisk person, der kender dens status, er enig i dens bestemmelser og forstår, at den gennem sin egen aktivitet bidrager til og støtter opnåelsen af målet. Enhver person uanset nationalitet, nationalitet, køn, religion, politiskorientering, som opfylder betingelserne i det foregående afsnit, kan blive medlem af sammenslutningen og skal ved skriftlig Anmodning.

Ved optagelse opkræves der et registreringsgebyr, hvis størrelse fastsættes af generalforsamlingen.

Anmodninger om medlemskab af en sammenslutning indgives til bestyrelsen og godkendes ved simpelt flertal af stemmerne.

## Modeller for samfundsopbygning



Generalforsamlingen validerer de ansøgninger om registrering, som bestyrelsen har modtaget og godkendt i perioden mellem to General forsamlinger. De nye medlemmer har ikke ret til at stemme på den generalforsamling, hvor de er valideret for nogen af punkterne på dagsordenen, deres stemmeret vil blive udøvet fra den næste generalforsamling.

### B. AICR-initiativer til en ansvarlig Fællesskabs sammenslutning

#### 2.1 Generel præsentation

initiativ foreningen for et ansvarligt Fællesskab (AICR) har til formål at samle dem, der deler de samme ideer om, hvad et ansvarligt samfund bør betyde, og folk, der flytter ting for at gøre Moinesti til en bedre by, en by at være stolt af, vi lever.

I visionen om foreningen, et ansvarligt samfund betyder et samfund, hvor medlemmerne er mobiliseret til at gøre smukke ting ske både i den kulturelle, uddannelsesmæssige, turisme, sociale, filantropiske-religiøse, samt miljømæssige og borgerlige interesser.

Formålet med initiativet Association for et ansvarligt fællesskab er at opbygge en bæredygtig fremtid for Moinesti og dens omgivelser ved at fremme glæden ved den handling af frivilligt arbejde, donere og deltage.

#### 2.2 Sådan blev de oprettet

Foreningen blev oprettet for syv år siden for at starte flere mennesker inden for forskellige aktivitetsområder i Moinesti, som er det første fællesskabsinitiativ til at forfølge interesserne i Moinesti

#### 2.3 Hvordan de identificerede interessenterne

Interessenterne er enten Moinesti-personer, der frivilligt deltager i foreningens aktiviteter, enten i forbindelse med kultur turisme, kulturarvs formål, men også myndigheder, SMV'er på turistområdet.

#### 2.4 Hvilket er fordelene ved disse samfund for deres medlemmer

- Sociale og borgerlige engagement
- Følelsen af at tilhøre
- Løsning af dine egne problemer Community
- Socio-økonomisk udvikling af Moinesti
- Levering af frivillige aktiviteter



## Modeller for samfundsopbygning



### 2.5 Fællesskabets udviklingsmetoder

- at forske i Fællesskabets behov, før der foreslås forskellige projekter begivenheder
- organisering/fremme af offentlige Konsultationer
- fremme af vellykkede historier
- at skabe et rum for debat og fremme spørgsmål, der er relevante for skabet
- anvendelse af innovative metoder til offentlig deltagelse og fortalervirksomhed: offentlig café, Urban Exploration, participatorisk monografi, tematiske uger, workshop, Seminar Konference, brainstorming, planlægning Celle, offentlig debat, fokusgruppe, Live Bibliotek Storytelling, Story indsamling, flash mob, Værfet Salg, Experience Exchange, siddende, campingvogn, Spring rengøring, efterår rengøring, bootcamp, Street Delivery, Skat Jagt, Barndomsspil, etc.;
- overvågning af disse projekter
- fastlæggelse af klare indikatorer
- at foretage årlige Rapporter.

### 2.6 De skridt til at mobilisere samfundet

Det personlige eksempel på vores frivillige, samt de resultater, der let kan observeres, har den rolle at mobilisere hele Moinesti samfund til at blive aktivt involveret i vores aktiviteter

### 2.7 De skridt til at gøre en 1 år og 3 måneders plan

Det personlige eksempel på vores frivillige, samt de resultater, der let kan observeres, har den rolle at mobilisere hele Moinesti samfund til at blive aktivt involveret i vores aktiviteter

### 2.7 De skridt til at gøre en 1 år og 3 måneders plan

Trin 1: præsentation af projektet for hele gruppen, der udgør foreningen trin 2: oversigt over fordele

Trin 3; identificering af forskningssteder og udviklingsinteresser

Trin 4: Identificer de behov for menneskelig, logistisk osv., der kræves til projektet

trin 5: Identificer aktiviteter

Trin 6: transponere aktiviteter til en tidslinje

### 2.8 Procedurene for overvågning & evaluering

Overvågningen fokuserer på forvaltning og overvågning af projektaktiviteter med henblik på at forbedre effektiviteten og den samlede effektivitet af projektgennemførelsen. Det er en kontinuerlig proces at indsamle oplysninger om den faktiske gennemførelse af projektaktiviteter i forhold til dem, der er planlagt i de årlige arbejdsplaner, herunder levering af kvalitetsresultater rettidigt, at identificere problemer, at fremsætte klare anbefalinger for korrigerende handlinger og identificere indhøstede erfaringer og bedste praksis for opskalering osv. Resultatevalueringen vil vurdere projektets succes med at nå sine mål.

## Modeller for samfundsopbygning



Endelig konklusion, hvor du mener, at der er de vigtigste ingredienser & Tjekliste for lokalsamfund etablering og udvikling.

Turisme i den nordøstlige del af Rumænien udgør et stort potentiale, men også behov for udvikling gennem Inter-samfund og internationale projekter, men også gennem massive investeringer og stimulering af lokale interessenter. Samtidig gør de mange forskellige lokale kulturarvsområder dette område til et særligt rejsemål. Bevarelse og fremme af kulturelle mål er en proces, der allerede er påbegyndt, men som skal fortsættes.

### C . "Foreningen for Turisme Og Turisme Udvikling OZANA VALLEY "

#### 2.1 Generel præsentation

SammenSlutningen har følgende målsætninger: at skabe en ramme for refleksion og udtryk for de strukturer, der er involveret i turismen, at udarbejde forslag til politikker for udvikling af turismen i Tirgu Neamt-området; med henblik herpå kan sammenSlutningen samarbejde med offentlige og private organer, herunder gennem partnerskaber med dem; opgivelse af offentlige og private institutioner på turistområdet oprettelse af mærkevare turisme områder på de relevante normative retsakters betingelser organisering af forskellige former for turisme (kultur, fritid, spa, erhvervsliv, Agroturisme osv.) forbedring af kvaliteten af turistydelse i Tirgu Neamt-området gennem kontinuerlig uddannelse af kadret og turist agenter i henhold til lovens bestemmelser; udvikling af en database, der gør det muligt at observere turistaktiviteter i Tirgu Neamt-området fremme af kvalitet, god praksis og kompetence på området ved at tildele kvalitetsmærker miljøbeskyttelse og økologisk genopbygning; inddragelse af unge i aktiviteter til fremme af turismepotentialet fremme af international udveksling af ideer, information og viden udvikling af økologiske uddannelsesprogrammer; udvikling af Fællesskabets udviklingsprogrammer; iværksættelse af ikke-formelle uddannelsesprogrammer fremme regionens kulturelle potentiale andre former for uddannelse.

#### 2.2 Sådan blev de oprettet

Foreningen blev grundlagt specielt med det formål at organisere reklame festivaler,

#### 2.3 Hvordan de identificerede interessenterne

De lokale offentlige forvaltninger og turist modtagelsesfaciliteterne i Tirgu Neamt (Tirgu Neamt by og nabokommunerne) vil udgøre foreningen for turisme fremme og udvikling Ozana Valley, en forening, der har til formål at fremme og udvikle turisme og kulturarv potentiale af den traditionelle, kulturelle, turistattraktion område som findes i Tirgu Neamt og i området omkring byen, ved at øge turiststrømmen, skabe og udvikle turistfaciliteter og sikre et harmonisk samspil mellem turistsektoren og den sociale og miljømæssige faktorer.

## for samfundsopbygning



### 2.4 Hvilket er fordelene ved disse samfund for deres medlemmer

- Repræsentation i aktiviteter, messer, konferencer mv., Hvor foreningen er til stede som gæst eller arrangør.  
Fremme
- Projekter finansieret af EU

### 2.5 Fællesskabets udviklingsmetoder

- Bevidsthedsaktiviteter
- Social inddragelse
- Fremme

### 4. Referencer

Den regionale handlings plan for turisme (PRAT) nordøst 2017-2023

[http://www.adrnordest.ro/user/file/regional\\_prat/PRAT%20Nord-Est%202017%202023.pdf](http://www.adrnordest.ro/user/file/regional_prat/PRAT%20Nord-Est%202017%202023.pdf)

Bucovina turisme Association

<https://www.bucovinaturism.ro/>

Initiativer til en ansvarlig forening for Fællesskabet

<https://initiativele-comunitatii-responsabile.ro/>

Modeller for samfundsopbygning



## Modeller for samfundsopbygning



### 1. indledning

ROOTS-projektet har fokus på landdistrikter, hvor graden af forståelse og ekspertise inden for turisme-SMV'er og mikrovirksomheder vil være lavere end den, der findes i byområder og etablerede turist regioner. Denne rapport beskriver to casestudier, der viser forskellige tilgange til udviklingen af, hvordan lokalsamfund og lokale interessenter kan arbejde sammen til det store, fælles bedste.

De første eksempler på, hvordan offentlige og private interessenter rådførte sig med engagerede lokale virksomheder i udviklingen og gennemførelsen af en turisme vækstplan, der resulterede i en voksende og blomstrende kultur- og kulturarvs baseret turistsektor i Leicester og Leicestershire. Vækstplanen gav en makro analyse og strategi, som er blevet videreført på lokalt plan af virksomheder, frivillige og offentlige organer, og som nu er til gavn for lokale økonomier, lokalsamfund og lokale virksomheder. Samtidig med at det er Leicester-centreret, opleves fordelene ved strategien for turisme vækst i hele landdistrikterne Leicestershire samt byen. Det andet casestudie beskriver, hvordan en gruppe af vinavlere og producenter har skabt et stærkt netværks fællesskab for at fremme deres vine, kulturarv og beslægtede produkter og tjenesteydelser.

### 2. Turisme i storBRITANNIEN, Leicester og Leicestershire

Leicestershire er et land låst amt i England. Amtet grænser Nottinghamshire mod nord, Lincolnshire mod nordøst, Rutland mod øst, Northamptonshire mod syd-øst, Warwickshire mod sydvest, Staffordshire mod vest og Derbyshire mod nord-vest. Grænsen til det meste af Warwickshire er Watling Street, kendt som 'A5', som er en gammel romersk vej, der løber fra Londons nord til Wroxeter i Shropshire. Ifølge Visit Storbritannien tilbringer oversøiske besøgende omkring £20.000.000.000 pa i dette land og bidrager med mere end £6.000.000.000 om året i indtægter til statskassen. Når det kombineres med indenlandsk turismeindustrien er værd omkring £127.000.000.000 om året og beskæftiger 3.000.000 mennesker. På begge foranstaltninger tegner dette sig for omkring 10% af den britiske økonomi og Storbritannien er i øjeblikket rangeret 8 i verden for besøgende numre og besøgende bruger. Turistsektoren er Storbritanniens femte største industri og vokser hurtigere end de fleste andre økonomiske sektorer, forventes at 3,5% om året til 2020. Denne vækst er også på linje med produktivitetsvæksten på 2% om året.

#### 2.1 Turisme i Leicester og Leicestershire

Det lokale økonomiske partnerskab i Leicester og Leicestershire er forpligtet til at gøre Leicester og Leicestershire til en primær besøgs destination til fritids- og forretningsformål. Det sigter mod at opmuntre de besøgende til at blive Længere for, at sektoren får en stærkere indvirkning på regionens Gva og for at sikre nuværende væksthiveau omsættes til langsigtede og bæredygtige beskæftigelsesmuligheder inden for Sektor.

I øjeblikket besøger lidt over 25.000.000 mennesker Leicester og Leicestershire hvert år; bidrage £ 1.48 mia til den lokale økonomi og støtte næsten 2.000 virksomheder i sektoren beskæftiger over 20.000 mennesker.

Leicester og Leicestershire oplever vækst i sektoren dobbelt så meget som i East Midland gennemsnit.



## Modeller for samfundsopbygning



## 2.2 Kulturel turisme i Leicester og Leicestershire

Besøgendeaktiviteter Leicester og Leicestershire som besøgendes destination har fået et signifikant løft fra opdagelsen, udviklingen af et besøgstilbud og efterfølgende genindførelse af King Richard III. Opdagelsen af King Richard III 'krop repræsenterede en betydelig mulighed for byen og amtet at bygge videre på det momentum, som opdagelsen genererede, der bidrog til at bidrage til områdets vækst i kulturelle og arvsbaseret turisme.

Der er en række nationale og regionalt vigtige turistattraktioner inden for området. Nedenstående tabel beskriver nogle af områdets grundlæggende kultur- og kulturattraktioner.

Attraktion	Beskrivelse
Richard III	Den Richard III historie har fået en international profil for byen og amtet. Det kan opleves gennem den grav i Leicester katedralen den i nærheden Richard Den Besøgende Centrum og hos Bosworth Battlefield Heritage Centre where the Annual Reenactment of Battle of Bosworth Som Er En Af den Største I den Verden.
Twycross Zoo	En af de ti største zoologiske haver i Det Forenede Kongerige og fremhæver den eneste britiske zoologiske have og kun en ud af fire verdensomspændende med alle 4 typer af stor ape, der kan uddø i naturen inden for de næste 10 år
National Space Centre	National Space Centre in Leicester er det Forenede Kongeriges største turistattraktion, der er dedikeret til udforskning af rummet og rummet, siden den åbnede i juni 2001
National skov	En af de mest betydningsfulde nye naturlige destinationer, der dukker op i IJK med betydelig proportion i LLEP area
Conkers	Et stort Discovery centre beliggende i hjertet af National Forest med en række indendørs og udendørs faciliteter
Great Central Railway	Den eneste arv jernbane med adgang til Main Line kører. Den bevarede jernbane er overvejende dampdrevet og har en dobbeltspor sektion, der giver passagererne mulighed for at opleve tog, der passerer ved hastighed-i denne henseende er det unikt i bevaring verden.
Foxton låser Grand Union Canal	En top 10 nationale destination for alle Canal og floden Trufacilities med to "trapper" hver af fem låse. Ved siden af låsene er stedet for Foxton skråplan båd Lift
Melton — landdistrikternes fødevarer hovedstad	Melton Pork Pies, Stilton Cheese og lokale ølsorter bidrager til et karakteristisk centrum for foodmanufacturing. Melton Food Centre er en planlagt ny facilitet til at demonstrere områdets ekspertise i fødevarer en mulighed for besøgende interaktion på en langt større skala
Twin Lakes	A Regionale skalere alle JAR bundet Familie Tema Park Del Af A Virksomhed Opererer Familie Attraktioner I tre lokationer I England

Table 1: Examples of Principal Attractions in Leicester and Leicestershire

## Modeller for samfundsopbygning



Twycross Zoo er et af Storbritanniens top ti zoologiske haver, der understøttes af fremragende transportforbindelser på M42, og dens signifikante primatbefolkning er af international betydning. Zooet tiltrækker i øjeblikket over en halv million besøgende hvert år. Siden åbningen i 2001 er National Space Center blevet en af Midlands førende turistattraktioner og nåede næsten 300.000 besøgende om året. Det er Storbritanniens eneste plads tema besøgende attraktion og er vært for en række spin-off virksomheder og tilknyttet aktivitet herunder at fungere som kontrolcenter for Beagle 2 Mars mission. Området er også vært for National Forest, med Conkerens turistattraktion i hjertet af en række udendørs attraktioner og steder. Conker tiltrækker i dag op til 232.000 besøgende om året, som ligger på et tidligere Colliery-websted.

Den store centralbane løber i øjeblikket fra Leicester (Birstall) til Loughborough, og der er et projekt på vej til at forbinde Loughborough til Nottingham (Ruddington). Det er Storbritanniens eneste dobbeltsporede hovedbanesarvbane og tiltrækker i øjeblikket 120.000 besøgende om året. Der er også flere attraktioner i Leicester og Leicestershire, der i øjeblikket genererer begrænsede indtægter, men har betydelige muligheder på grund af deres store besøgstal, herunder Foxton Locks og Bradgate Park. Leicester og Leicestershire har et voksende kulturelt og sportsligt tilbud med kurven i hjertet af Leicesters kulturelle kvarter sammen med aktiver som New Walk Museum og De Montfort Hall. The Golden Mile byder på en unik, multikulturel oplevelse i Leicester.

Formel-E vælger Donington Park som deres globale hovedkvarter skaber spin-off muligheder, og Donington Park er også vært for Download Music Festival, der tiltrækker op til 100.000 besøgende og er på de top 20 musikfestivaler globalt. Sportsbegivenheder er vigtige kilder til øget besøgsudgifter, især i Leicester. Byborgmesteren har etableret en sportsrådgivningsgruppe, der arbejder tæt sammen med operatører af hold for at sikre, at de besøgendes behov er opfyldt, og de kan tilføje til byens vitalitet. Selvom det ikke er fokuset på denne særlige sektorplan, tiltrækker High Cross og Fosse Park hundredtusindvis af shoppingbesøgere, og det er også en vigtig overvejelse i Market Towns. Leicester og Leicestershire er et glimrende sted for forretningsrejser (møder, konferencer og forretningsmæssige arrangementer) centralt beliggende med god konferencebestilling, herunder Leicester "Conference Hub", der omfatter Curve, Athena og City Center Hotels, selv om manglen på at støtte hotel seng rum begrænser omfanget og antallet af konferencer, der kan understøttes. ' Destination Donington ' i North West Leicestershire tilbyder 2.500 delegerede rum i Donington Park, der er forbundet med en række hoteller og udnytter lufthavnens nærhed.

Områderne tre universiteter giver også en række boliger til forretningsrejsende. Eksempelvis har Imago på Loughborough mødefaciliteter for op til 200 delegerede med 225 moderne soveværelser. I løbet af påske- og sommerperioderne tilbyder Loughborough campus mere end 180 topmoderne udstillinger, møde- og konferencefaciliteter for op til 2.000 delegerede på tværs af en 410 hektar stor lokalitet. En stærk funktion er væksten i multi venue aktivitet, så attraktioner appellerer til et mere forskelligartet publikum.

Styrken i områdets turistsektor er baseret på det kollektive turisme tilbud, der spænder over forretningsrejser, kultur- og kulturturisme, gæstfrihed og fritidsturisme samt rejser, rekreation og underholdningsturisme. Når det er sagt, oplevede multiplikatoreffekten efter opdagelsen af

King Richard III's krop og succesen for Leicester City FC i Premiership har bidraget til områdets væksten i turismen i sig selv og kulturel og kulturhistorisk turisme specielt.

### 2.3 Kultur- og Heritage Turisme - Leicester City

At anerkende vigtigheden af turisme til byens økonomi og potentialet for kulturelle og arvsbaseret turisme, Leicester og Leicestershire Local Enterprise Partnership (LEEP) og byrådet arbejdede tæt sammen med hinanden for at udvikle en omfattende strategi for byen Leicester.

#### 2.3.1 Makro planlægning og analyse

LLEP og Leicester City Council har et fælles ansvar for at støtte udviklingen af Leicester og området ud over ikke kun turisme, men andre områder. Disse omfatter sundhed, færdigheder og uddannelse og generel økonomisk udvikling og udvikling af byen og området som et attraktivt sted at bo og arbejde.

LLEP forberedte Leicester og Leicestershire turisme og gæstfrihed sektor vækst plan for udviklingen af turistsektoren. Det erkendte, at bruttoværditilvæksten og væksten i beskæftigelsen i turistsektoren er drevet af flere nøgelfaktorer, hvoraf nogle er afhængige af lokale, nationale og globale makroøkonomiske forhold og determinanter. Det blev erkendt, at områdets centrale infrastruktur ville være utilstrækkelig til at opretholde det vækstniveau, der har været i de seneste år. Det har derfor som en prioritet for sin sektor vækstplan at fjerne langsigtede vækst barrierer i stedet for at fokusere på "hurtige løsninger". Den satte sig for at sikre, at Leicester og Leicestershire ' besøgs økonomi blev bygget på "topkvalitet" inden for lokale virksomheder, hvilket skabte flere og bedre kvalitetsjob med "spin-off"-fordelene for flere virksomheder på tværs af flere sektorer. Den ambitiøse plan gik ud på at "tilslutte" politikker og strategier, herunder transport, færdigheder, investeringer i virksomheder og styrkelse af det makroøkonomiske miljø, der gør det muligt for turisme baserede virksomheder at trives. Den deraf følgende sektorplan udnyttede forbindelserne mellem områdets strategiske økonomiske plan og EU'S struktur- og Investeringfonds strategi, som er de to vigtigste faktorer for tildeling af ressourcer til økonomisk udvikling i området. Sektorplanen identificerede aktiviteter i disse dokumenter, som kunne udnyttes til at få en positiv indvirkning på sektoren og fremhæve huller og potentielle projekter og programmer. Sektorplanen trak også ud fra borgmesterens turisme handlingsplan for Leicester, distrikts baserede turismestrategier fra hele Leicestershire og forslagene til et LEADER-program over East Leicestershire og North Warwickshire/Hinckley LEADER-området. Resultatet var en "sammenføjet" plan med potentiale til at opnå en eksponentiel effekt.

#### 2.3.2 Interessenternes engagement

Processen startede med LLEP og dens partnere, der gennemfører en bred høringsproces med lokale virksomheder og interessenter, herunder:

- 85 turisme repræsentanter ved et hørings arrangement afholdt sammen med Leicestershire promotions Ltd
- 25 centrale interessenter, herunder store besøgs- og kulturattraktioner, erhvervsorganisationer, hoteller og indkvarterings udbydere, konferencesteder, kulturarvs organer og offentlige organer
- 146 turisme virksomheder undersøgt gennem LLEP Business Undersøgelse
- 76 turistvirksomheder, der gennemfører en tilbundsgående sektorundersøgelse; Og

## Modeller for samfundsopbygning



- 20 turistvirksomheder og organisationer, der deltager i en prioritering af sektorplaner

*Resultatet af denne høring resulterede i udviklingen af et sæt principper, som vækstplanen skulle være baseret på. Høringen af interessenterne viste:*

- De fleste af området største attraktioner var i drift med kapacitetsbegrænsninger for nogle eller alle elementer af deres "tilbud", såsom mangel på tilstrækkelig parkering på stedet, som holder dem tilbage fra at tiltrække yderligere indbundne besøgende;
- Sektorens struktur var relativt stabil med 66% af respondenterne i undersøgelsen, der 10 år og over tre kvartaler i over 5 år
- For de fleste virksomheder stammede størstedelen af deres indkomst fra kunder i byen og County Derfor var en stigning i eksterne besøgende nøglen til at køre vækst
- 65% af virksomhederne rapporterede om øget omsætning i de foregående 12 måneder og 40% rapporteret øget beskæftigelsesniveau;
- 62% af virksomhederne forventede, at deres omsætning ville stige i løbet af de næste 12 måneder, 40% foregribelse af øget beskæftigelse niveauer
- Der var en stor mulighed for at investere i land- diversificering
- Nogle af de centrale spørgsmål, der påvirker virksomheds væksten, var fastholdelse af personale, adgang til finansiering, bedre bredbånd i landdistrikterne og opfattelsen af området som et sted, hvor Besøg
- De fleste af de store besøgs attraktioner havde langsigtede investerings-og forbedringsplaner, men med nogle finansieringshuller;
- Selv om kvalifikationerne i øjeblikket ikke opfattes som en væsentlig hindring for vækst, kan der være fremtiden, efterhånden som arbejdsmarkedet strammer;
- For mange virksomheder er fastholdelse af personalet dog en problem
- Der er en betydelig underleve ring i busparkering faciliteter
- Forretningsturismen havde et uopfyldt potentiale, men der er behov for et bedre samarbejde og en langsigtet forbedring i infrastruktur
- Der er behov for mere marketingaktivitet.

*LLEP 's vækst plan for turismesektoren blev udviklet omkring følgende principper:*

- Turisme er en sektor, der allerede oplever en langsigtet vækst bane, skal planen at koncentrere sig om at "muliggøre" vækst ved at fjerne langsigtede barrierer mere end rettelser
- Den plan, der skal til for at sikre, at de områder, hvor de vigtigste besøgs aktiver opnår og opretholder og at dette vil have fordele for en bredere spredning af virksomheder
- Der skal lægges vægt på at udvikle og støtte eksisterende virksomheder i stedet for at stimulere et betydeligt antal nye nystartede virksomheder, selv om det vil være vigtigt at være potentielle store investeringer i aktiv forædling og søge diversificeringsmuligheder i landdistrikterne områder
- Der var et strukturelt problem med hensyn til indkvartering og dets nærhed til de områder, besøgende tilbyder der skal tages fat på i den lange sigt
- Kvalifikationskløfter vil blive et stigende problem over tid, efterhånden som beskæftigelsen vokser i den bredere økonomi fortsat vil være et stort problem, som vil blive forværret af øgede muligheder i andre sektorer, der kan tilbyde bedre aflønning og mindre antisociale timer
- Den vækst plan, der er nødvendig for at sikre nok af de rigtige forbrugere lærte om og kender området turisme produkt (er).
- Med udgangspunkt i LLEP-planen og høringsprocessen fastsatte Leicester City-planen et sæt på 22
- Leicester-specifikke mål baseret på produkt, sted, positionering og mennesker som vist i figur 2.

## Modeller af samfundsbygning



Figur 2: Uddrag fra Leicester Turisme Handlings plan (2015-2020)

<b>THEME: PRODUCT</b>	<b>Objectives:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To improve the range and quality of the city's tourism assets</li> <li>2. To grow the provision of guest accommodation</li> <li>3. To invest in retail, food and drink</li> <li>4. To enhance the role of culture and heritage in tourism</li> <li>5. To promote sport and leisure opportunities</li> <li>6. To protect and enhance the natural environment</li> </ol>
<b>THEME: PLACE</b>	<b>Objectives:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. To improve transport infrastructure and services</li> <li>8. To implement 'Legible Leicester'</li> <li>9. To deliver 'Connecting Leicester'</li> <li>10. To enhance the public realm and city gateways</li> <li>11. To create a safe, secure and clean environment</li> </ol>
<b>THEME: POSITIONING</b>	<b>Objectives:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>12. To strengthen the city's image, identity and sense of place</li> <li>13. To develop a tourism delivery plan</li> <li>14. To increase overnight stays and encouraging repeat and extended leisure stays</li> <li>15. To increase day and night time visits</li> <li>16. To develop the group travel market</li> <li>17. To grow business tourism</li> </ol>
<b>THEME: PEOPLE</b>	<b>Objectives:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>18. To improve training and skills</li> <li>19. To achieve service excellence</li> <li>20. To develop vocational training and apprenticeships</li> <li>21. To create business and employment opportunities</li> <li>22. To improve the visitor journey</li> </ol>

Målsætningerne blev yderligere opdelt i en række aktioner. Figur 3 viser de specifikke aktioner for mål 4: at styrke kulturen og kulturArvs turismens rolle. Samlet set har planerne, målene og aktionerne givet området en omfattende strategi, der har til formål at opbygge områdets kapacitet og evne til at skabe en kvalitetsorienteret og bæredygtig kultur-og kulturArvs baseret turisme oplevelse.

Key action areas:	Timeline	
	2015/17	2018/20
A Champion culture and heritage by increasing awareness of the venues and experiences and promoting multi-experience packages with other partners	✓	✓
B Work with Curve, De Montfort Hall and Phoenix to strengthen their role in helping to grow tourism and overnight stays by packaging experiences with other businesses	✓	✓
C Develop new walking trails and self-guided walks to showcase the 2,000 year Story of Leicester and-link the heritage panels across the city	✓	
D Promote the extensive calendar of festivals and events to attract more visitors	✓	✓
E Install poster pillars in the city centre on a trial basis to measure the impact on increasing attendance at events and gigs in the evening	✓	
F Explore the opportunities presented by Faith Tourism as part of Leicester's cultural and festivals offer	✓	

Figur 2: uddrag af turist handlingsplanen for Leicester (2015-2020)

LLEP-sektorens vækstplan blev udformet med henblik på at skabe yderligere 10.000 arbejdspladser med 2020; en stigning i antallet af besøgende til 35.000.000 pr. år med 2020 og en stigning i turismens værdi fra 1,5 mia til 2,2 mia i 2020. Planen og de multi-level strategier og aktioner er i øjeblikket på sporet til at levere og overgå disse forhåbninger.



## Modeller for samfundsopbygning



### 3. Sydøstlige vinavl Association (SEVA)

Det Forenede Kongerige er en af de mindre vinproducenter i den Europæiske Union (EU), men en af verdens største vinimportører. I de seneste år, Det Forenede Kongerige er blevet ikke bare en elsker af vin, men også en producent. I 2016 den britiske vin-og spiritus industri:

- Ca. 60% af de voksne i Det Forenede Kongerige drikker vin, hvilket repræsenterer 31.000.000 personer
- Oprettet £50.000.000.000 i økonomisk Aktivitet
- Genereret £21.300.000.000 i salg, £10.900.000.000 heraf i salg af Vin
- Beskæftigede 554.000 mennesker på tværs af udbuddet Kæde

Varmere temperaturDet i Storbritannien løbet af de sidste to årtier har ført til højere kvalitet BRITISKE vine produceret, og de har vundet en række priser på internationalt anerkendte begivenheder i de sidste par år. Industrien har oplevet en stigning i antallet af britiske vinproducenter og en stigning i vinproduktionen med 5,9 m flasker fremstillet i 2017.

Drue dyrkning og vinfremstilling i Det Forenede Kongerige har ændret sig dramatisk i det seneste årti; England og Wales har nu over 2500 hektar under vinstokke, med omkring 700 vinmarker (ikke alle kommercielle), og over 160 vingårde producerer verdensklasse internationalt prisvindende mousserende, hvid, rosé og rødvin.

I de sidste 16 år har engelske mousserende vine vundet 15 internationale trofæer i globale konkurrencer.

Vin produceres fortrinsvis i det sydlige England. Vinfremstillingsanlæg er ofte placeret på eller i nærheden af vinmarker for at optimere transportomkostningerne og sikre, at de friskeste druer knuses. Mens forskellige druer kræver forskellige klimatiske og jordbundsforhold, drue dyrkning generelt kræver varmt, tørt vejr og lange sommer sæsoner. Af disse grunde er de sydlige regioner bedst egnede til vinproduktion, 39,2% af de britiske vinmarker og vingårde ligger i det sydøstlige England.

#### 3.1 Interessentskab

I modsætning til lande som Frankrig, Spanien, Italien og Portugal, som har tradition og historie med vindyrkning og produktion, er dette ikke tilfældet i Det Forenede Kongerige. For at hjælpe med at etablere en tilstedeværelse og en kilde til støtte dannede vinavlerne og producenterne lokale netværk og lokalsamfund og dannede en handelssammenslutning – Det Forenede kongeriges Vineyards Association (UKVA).

En branchesammenslutning, også kendt som en branchesammenslutning, erhvervssammenslutning, brancheforening eller branche Kroppen er en organisation, der er stiftet og finansieret af virksomheder, der opererer i en specifik Industri. En branchesammenslutning deltager i pr-aktiviteter såsom reklame, Uddannelse lobbyvirksomhed og offentlighed. Den britiske blev dannet i 1990 'erne og skabte et netværk bestående af seks regionale sammenslutninger:

Foreningen af Østanglian vinavlere	Wessex Vineyards Association
Mercian Vineyards Association	Themsens og Chilterns Vinmarker Association
Sydøstlige vinmarker som associering	South West Vineyards Association

### 3.1.1 South East Vineyard Association (SEVA)

Din som de øvrige regionale sammenslutninger i Den britiske er en medlemsorganisation, der er oprettet for at støtte vinproducenter i Kent, Surrey Sussex og London South. Formålet med Din Er:

- Tilgive medlemmerne mulighed for at udvikle og udveksle deres viden om og erfaring med vindyrkning og fremstilling og fremme af engelsk Vin
- Til repræsentere medlemmerne på nationalt plan i Det Forenede Kongeriges vinproducenter (UKWP);
- Til fremme den kommercielle aktivitet i medlemmer
- Til fremme social interaktion mellem medlemmer
- Til skabe muligheder, lette og yde finansiering til forsknings-, udviklings- og marketing initiativer.

SEVA, som de fleste foreninger, drives af sine medlemmer, der er valgt til at påtage sig forskellige roller og ansvar for at støtte driften af foreningen. Selv om alle med en interesse i vin produceret i det sydøstlige England kan tiltræde, er foreningen specielt designet til at imødekomme behovene hos både kommercielle producenter af engelsk vin og amatør vinavlere og vinbønder i regionen.

Nogle af fordelene ved SEVA-medlemskab er:

- Tilstedeværelse på sociale arrangementer, herunder høstfest, generalforsamling og teknisk konference og studieture.
- Medlemskab af SEVA email-forummet, så du kan kommunikere direkte med de andre medlemmer
- Medlemskab af UKWP og de tilhørende fordele (herunder invitation til møder, kopier af Grape Press-magasinet og medlemskab af e-mail-forum)
- Kopier af SEVAs medlems nyhedsbreve
- Muligheden for at deltage i specialiserede SEVA Forums for vingårdsledere, vinproducenter og vinforretninger
- Muligheden for at indgå vine i UK Wine Awards, arrangeret af UKWP
- Website medlems login og adgang til online information
- Muligheder for at møde andre medlemmer, netværk og dele viden og information
- Repræsentation på UKWP nationalt plan gennem Udvalget og dets formand.
- Muligheden for at komme ind i SEVA-initiativfonden og til gavn for de projekter, som vinderne gennemfører
- Muligheden for at deltage i vores toårige studieture (fx Champagne-regionen i Frankrig, Alsace i Tyskland og Nordøst-Italien).
- Aktuelt information om de seneste uddannelseskurser og uddannelsesmuligheder, der er tilgængelige for dem i branchen
- Muligheden for at fremvise dine kvalificerede vine på den prestigefyldte årlige engelske vinproducenters handel og pressmagning

### 3.1.1 Vin dit

Som det er tilfældet med alle vækstsektorer, skal interessenternes, virksomhedernes og i Din medlemmer ændrer sig med tiden. Da det britiske vinmarked er vokset, er det derfor Den britiske har også udviklet sig. I september 2017 Den britiske og de engelske vinproducenter (EWP) stemte for at fusionere til fra en enkelt industri repræsentative organ kaldet Wine GB uanset deres størrelse i forhold til regeringen og andre nationale og internationale organisationer.

Wine GB vision er:

"At vores præmie, unikke og karakteristiske cool-klima vine har global anerkendelse for deres kvalitet og bæredygtig produktion".

## Modeller for samfundsopbygning



Wine gb's mission er:

"at repræsentere medlemmernes synspunkter, rådgive, tjenesteydelser og lobby på medlemmernes vegne, for at sikre en retfærdig lovgivning for industrien og dens fortsatte succes".

Vin GB er forpligtet til at sikre en bæredygtig fremtid for den britiske vinproduktions industri ved at: fremme, repræsentere og støtte interesserne for alle størrelser af vinmarker og vinproducenter i England og Wales giver en bred vifte af tjenester og fordele for sin medlemmer, der er en klar og stærk stemme for industrien at sikre medlemmernes behov høres på højeste niveau.

### 4. Konklusion

De to casestudier viser to meget forskellige eksempler på, hvordan interessenter og lokalsamfund er gået sammen om at opfylde et fælles behov og støtte virksomheder inden for kulturel, kulturarvs baseret turisme.

#### 4.1 Vigtigste ingredienser Fællesskabet udvikling

Case-studierne viser værdien og styrken hos interessenter og virksomheder, der arbejder sammen om at nå et fælles mål. De vigtigste ingredienser, der er fremstillet af de to bedste praksisser, er:

##### 4.1.1 Kultur turisme i Leicester og Leicestershire

Casestudie viste flere vigtige lektioner og ingredienser til succes, herunder:

- Som erkender, at kultur-og kulturarvs virksomheder ikke opererer uafhængigt af de lokale, regionale, nationale (selv globale) miljø
- Virksomhederne er nødt til at forstå den indbyrdes forbundethed af markedet og få et stort billede perspektiv;
- Arbejde isoleret vil ikke udrette så meget som at arbejde i samarbejde med en bred vifte af interessenter – mangfoldighed er konge;
- Sikre, at der er et stort billede, makro PLAN samt lokale, regionale og virksomhedsplan planer, der er tilsluttet, opretter SYNERGIER
- Tager tid til at investere i kollaborativ planlægning og opnå ekspertise i, hvordan man sikrer og udnytter FINANSIERINGSRESSOURCER.

##### 4.1.2 South East Vineyards Association (SEVA)

Casestudie viste flere vigtige lektioner og ingredienser til succes, herunder:

- At finde et problem eller et fælles behov vil hjælpe med at forene og engagere ligesindede mennesker og interessenter;
- At starte små og derefter vokse og udvikle er vejen fremad - "MIGHTY OAKS FROM LITTLE ACORNS", hvilket betyder at bemærkelsesværdige ting kan starte små og derefter vokse og udvikle sig over tid.
- Opbygge relationer med interessenter med fokus på at løse fælles behov og problemer hjælper med at opbygge fællesskaber og netværk.
- Formalisering af netværk, processer og relationer, når interessenter kan se, at VALUE ADDED opretholder samfundet;
- Embryere forandring efterhånden som samfundets behov udvikler sig til at skabe BÆREDYGTIGHED
- Gør det muligt for folk at dele og kommunikere på måder der er relevante for dem, som i dag betyder mere og mere MULTI-CHANNEL COMMUNICATION kombinerer ansigt til ansigt kommunikation (fx møder, arrangementer og taler med hinanden) med digital kommunikation (f.eks. Sociale medier, hjemmesider og blogging).



## Modeller for samfundsopbygning



4.1 Tjekliste fællesskabets udvikling udvikle effektive netværk og samfund kræver energi, ressourcer, tid og skabe en fælles følelse af merværdi, som ikke kunne opnås ved at arbejde alene. Her er en tjekliste over spørgsmål, der kan bruges til at forme og udvikle kultur- og kulturarvs baserede netværk og samfund:

1.	Hvem er nøgleaktørerne?
2.	Hvordan vil interessenterne blive hørt og engageret?
3.	Hvad er BIG Picture og Udfordrgeat handle på interessenterne?
4.	Hvad er den fælles NEED and PROBLEM, der vil blive behandlet?
5.	Hvad er Fællesskabets tvingende mission?
6.	Hvad er merværdien, som interessenterne vil drage af at skabe et FÆLLESskab?
7.	Hvad er Fællesskabets makro plan?
8.	Hvilke synergier kan udnyttes ved at samarbejde med andre lokalsamfund?
9.	Hvordan vil samfundet blive skabt?
10.	Hvordan vil det sikre og udnytte midler og ressourcer?
11.	Hvilke 'Formal' mekanismer eller aftaler skal der etableres?
12.	Hvordan vil medlemmer af Fællesskabet INTERAGERE og kommunikere?
13.	Hvilke roller og ansvar skal defineres og uddelegeres til medlemmer af Fællesskabet?
14.	Hvordan vil Fællesskabet måle sin effektivitet og virkning?
15.	Hvordan vil medlemmerne oprethOLDE og udvikle Fællesskabet for at sikre, at det forbliver relevant?

## Modeller for samfundsopbygning



### 1. Indførelsen

ROOTS-projektet har fokus på landdistrikter, hvor graden af forståelse og ekspertise inden for turisme-SMV'er og mikrovirksomheder vil være lavere end den, der findes i byområder og etablerede turist regioner. Denne rapport beskriver to casestudier, der viser forskellige tilgange til udviklingen af, hvordan lokalsamfund og lokale interessenter kan arbejde sammen til det store, fælles bedste.

De første eksempler på, hvordan offentlige og private interessenter rådførte sig med engagerede lokale virksomheder i udviklingen og gennemførelsen af en turisme vækstplan, der resulterede i en voksende og blomstrende kultur-og kulturarvs baseret turistsektor i Leicester og Leicestershire. Vækstplanen gav en makro analyse og strategi, som er blevet videreført på lokalt plan af virksomheder, frivillige og offentlige organer, og som nu er til gavn for lokale økonomier, lokalsamfund og lokale virksomheder. Samtidig med at det er Leicester-centreret, opleves fordelene ved strategien for turisme vækst i hele landdistrikterne Leicestershire samt byen. Den anden casestudie beskriver, hvordan en gruppe af vinavlere og producenter har skabt et stærkt netværk samfund til at fremme deres vine, arv og relaterede produkter og tjenester.

### 2. Danmark turisme profil

Turisme oplevelsesøkonomien udgør en vækstindustri for Danmark. Turismen i Danmark genererer ca. 82 mia DKK i omsætning og 120.000 fuldtidsækvivalenter.

Turismens Oplevelsesøkonomi har en sammenhængende effekt på det danske samfund. Næsten alle job, der skabes som følge af turismen, er i servicesektoren og fordeles over alle dele af landet. Et af de karakteristiske træk ved turisme skabte beskæftigelse er, at det også skaber job til mennesker med kortvarig uddannelse og for en lang række ikke-etniske danskere. Turismen er som sådan en bredt funderet drivkraft for vækst og velfærd på alle niveauer i det danske samfund.

I forhold til nabolandene har Danmark en forholdsvis stor turistindustri. Væksten i dansk turisme er imidlertid stagneret i de seneste år. I perioden 2007-2012 oplevede Danmark en recession i den internationale turisme, mens Europa som helhed nød godt af vækst. Det betyder, at Danmark har mistet markedsandele til konkurrenterne i Europa. Denne negative tendens spænder imidlertid over en dobbelt realitet. Mens Danmark har opnået vækst inden for by-og erhvervsturisme, har landet oplevet et betydeligt fald i kyst-og natur turismen. F. eks. opnåede turismen i København en vækst på ca. 35% i 2008-2012, mens den gennemsnitlige vækst i turismen i sammenlignelige europæiske byer var på ca. 29%.

Hvis Danmark skal vinde en større andel af væksten inden for by-og erhvervsturisme og vende tendensen i kyst-og natur turisme er der behov for at intensivere sin indsats for at fremme turismen. Prisen på turistydelser er et centralt konkurrenceparameter globalt, men da Danmark hverken er villig eller i stand til at konkurrere på lønninger eller ansættelsesvilkår med lande som Bulgarien og Thailand, skal dets konkurrenceevne i turistindustrien nødvendigvis være baseret på andre parametre såsom positive erfaringer, overlegen kvalitet og fremragende service.

Danmarks styrker skal have større synlighed for at frigøre potentialet i den internationale turisme, hvor turister fra de nye vækstmarkeder som Rusland og Kina bliver mere og mere fremtrædende.

På den ene side skal de umiddelbare potentialer og styrker inden for byturisme og erhvervsturisme maksimeres; på den anden side skal Danmark tage fat på de stærke og iboende holdninger, produktrelaterede udfordringer inden for kystturismen og i forhold til nabomarkederne, herunder ikke mindst det betydelige tyske marked. En af de vigtigste udfordringer og fokusområder, der skærer byturisme, erhvervsturisme og kyst-og Natur

turisme er at højne det danske serviceniveau og den danske servicekultur generelt. Den danske regerings holdning er, at der skal gøres en indsats på tværs af en bred front i den danske turistbranche for at højne serviceniveauet og kvalitetsstandarderne, så turisterne føler, at de får "værdi for pengene".

## Modeller for samfundsopbygning



Vækst Team For Turisme Experience Economy har anbefalet, at der etableres en stærk organisation og en samordnet landsdækkende strategi. Indsatsen for at fremme turismen skal tilrettelægges således, at der opnås større effekt af de foretagne investeringer. Indsatsen skal være mere omfattende, og de mange igangværende initiativer skal koordineres bedre. Central regeringen, der er allieret med regionale og lokale myndigheder, vil fremme en bedre tilrettelæggelse af dansk turisme fremme. Da turismen er en internationalt konkurrencedygtig industri, er regeringen klar over, at der er behov for en indsats for at styrke den internationale konkurrenceevne og rammebetingelserne for turismen i Danmark. Under den danske regerings reformprogram, plan for vækst DK, er selskabsskattesatsen blevet reduceret for at gøre det mere attraktivt at investere og drive forretning i Danmark. Desuden har den 1. januar 2014 Moms offset for Business hotelophold i Danmark blev øget fra 50 til 75 procent. Denne nye Moms skattegodtgørelser vil øge den danske turist indtjening med i alt DKK 220 mio. år fra 2014 og fremefter.

Regeringen har også udvidet Bolig Job Ordning, en skatteafbrydelsesordning, der tilskynder boligejere og lejere til at købe faglært arbejde og service, således at det nu også gælder for ejere af forskellige former for fritidsboliger (f.eks. Sommerhuse, weekendhuse, boliger fritaget for opholdskrav året rundt) og har forlænget ordningsperioden, så den gælder for perioden 2013-2014 inklusive.

Ejere og lejere af fritidsboliger er nu også berettiget til skatteafbrydelsen ved køb af tjenester (fx rengøring) og forbedringer i hjemmet.

En anden faktor i den danske turistindustri konkurrenceevne er, at proceduren for turist- og forretningsrejsendevisumansøgninger er lethed og problemfri. Den danske regering har besluttet at indføre en "Red Carpet" -ordning, for at eliminere bureaukrati og lette visumansøgninger for forretningsrejsende. Derudover vil der blive foretaget en tilpasning til danske rejsebureauer og turismeordninger, der vil medføre, at rejsebureauer i lande som Kina og Rusland kan opnå akkreditering, uanset om de er tilknyttet et akkrediteret rejsebureau eller akkrediteret hotelkæde / sommerhusudlejning agentur i Danmark. Det betyder, at en større gruppe af turister får lettere adgang til visum for at besøge Danmark.

Visionen for vækstplanen er:

I perioden op til 2020 er den danske turist Oplevelsesøkonomi at opnå vækstrater på mindst samme niveau som forudset for de øvrige europæiske lande. Vækstplanen blev udarbejdet på grundlag af anbefalinger fra regeringens vækst team for turisme oplevelsesøkonomi og med bidrag fra en bred kreds af interessenter, der repræsenterer den danske turist Oplevelsesøkonomi. Vækstplanen skal bane vejen for opnåelse af den ovenfor nævnte vision om vækst og beskæftigelse i turistindustrien.

1. Dansk turisme skal være kvalitetsturisme
2. By-og forretningsturisme skal stimuleres for at tiltrække flere turister fra lande som f. eks. Kina og Rusland.
3. Kyst-og natur turismen skal fremmes og tiltrække nye turister fra Danmarks Nabolande.
4. Danmarks indsats for at fremme turismen skal være bedre organiseret og koordineret samordnet national strategi med henblik på at opnå større omfang og stærkere virkning fra Investeringer.

## Modeller for samfundsopbygning



Hvis den danske turist Oplevelsesøkonomi skal opnå vækstrater, der svarer til dem, der forventes i de øvrige europæiske lande i årene op til 2020, vil det ifølge Visitdanmarks prognoser medføre en stigning på ca. 4 mia DKK i turistindtægter i 2020 i forhold til 2012. Til med henblik herpå vil vækstplanen i de kommende år støtte realiseringen af en stigning i beskæftigelsesfrekvensen i den danske turist Oplevelsesøkonomi i flere tusinde nye jobs.

### Fokusområder og initiativer i vækstplanen.

#### Dansk turisme skal være kvalitetsturisme

1. Der vil blive udviklet en standard for Dansk kvalitet Turisme
2. Partnerskab om drift og udvikling af den digitale turisme Infrastruktur
3. Udvikling af en "Danmark Direct" Online Booking Platform
4. Evaluering af mulighederne for at udvide de kommunale hotspots til Kommuner
5. Uddannelse og ekspertise inden for turistindustrien skal fremmes
6. Fremme videnudeveksling mellem turistindustrien og højere Uddannelse
7. Turisme industri, der skal gennemføres som et prioriteret område i det nationale system for teknologi baseret fremme af handel og industri og Fremme
8. Tiltrække flere udenlandske turisme investeringer til Danmark

#### Vækst i by-og forretningsturisme

1. Orienterer det danske kultur turismeprodukt mod en international Offentlige
2. Optrappe indsatsen for at tiltrække flere kinesiske og russiske Turister
3. Fremme af international reklame for Danmark
4. Internationale begivenheder til at placere Danmark på verdenskortet udvikling af kyst-og naturområder Turisme
5. Udvikl dansk kystturisme langs den jyske vestkyst og omkring Østersøen Havet
6. Dansk landskab og naturlige egenskaber, der skal udnyttes mere aktivt som et turistprodukt, herunder de nye nationalparker
7. Udvikling af cykelturisme i verdensklasse
8. Øg turist tilfredsheden med kulinariske Tilbud
9. Øge turismen i småskala på øer og i landdistrikter
10. Sætte skub i den generelle digitale infrastruktur, herunder bedre bredbåndsdækning og mobilt i ferie-hjem zoner
11. Forenkling af reglerne

#### Bedre tilrettelæggelse af indsatsen for at fremme turismen

12. Oprettelse af en national turisme Forum
13. Boost innovations-og udviklingsinitiativer for Danmarks kyst og natur Turisme Dansk erhvervsliv og konferencer Turisme og danske by Turisme.
14. En fælles national strategi for turisme
15. Bedre muligheder for langsigtet strategisk markedsføring

#### Udfordringer for Dansk turisme og oplevelsesøkonomi

De seneste år har været vidne til et boom i international turisme og oplevelsesøkonomi. Dette skyldes til dels den voksende middelklasse på vækstmarkederne, fx Kina, Rusland og Brasilien, som nu i stigende grad har råd til at rejse. Ifølge UNWTO vokser den globale turisme betydeligt mere end forventet. Fra 2011 til 2012 var der 40.000.000 flere overnatninger på verdensplan, hvilket svarer til en vækst på 4% i den globale turisme.

## Modeller af samfundsbygning



Dette var således en verden først, med mere end 1.000.000.000 internationale overnatninger inden for international turisme. Ifølge Danmarks Statistik oplevede Danmark i samme periode et fald på 1,4 procent i antallet af internationale overnatninger i Danmark.

En af grundene til dette fald i de internationale overnatninger i Danmark stammer fra nye rejsemønstre og nye destinationer, der tiltrækker mange turister fra Danmarks traditionelle nabomarkeder. Turister kommer ikke op i Danmark 'ud det blå', og stigende antal har afvist Danmark som rejsemål. Sammenlignet med nabolandene i Europa taber Danmark markedsandele.

En anden faktor, der ligger til grund for nedgangen i de internationale overnatninger, er tendensen i rejseforbruget, hvor turister har tendens til at rejse oftere, men i en kortere periode end tidligere.

Denne tendens menes at være en medvirkende faktor i faldet i antallet af tyske overnatninger i de seneste år, for eksempel.

En tredje faktor bag nedgangen i dansk turisme er forholdet mellem pris og kvalitet i Danmark. Danmark udfordres af et relativt højt løn- og omkostningsniveau i forhold til nabolandene.

Dette afspejles i, at Danmark er et af de dyreste lande i Europa for turister at bo i.

Danmark opnår derfor en lav rangering blandt andre destinationer, når internationale turister bedømmer kvaliteten af det danske turistprodukt. Visit Danmarks turistundersøgelse fra 2011 og Center for kystturisme undersøgelse fra november 2013 viser, at internationale turister navn value-for-money som den største ulempe ved Danmark. Tyske turister især ikke bedømme dansk kvalitet som matcher prisen.

Endelig er der den afgørende udfordring, at Danmark i den globale arena er en mindre destination, og at kendskabet til Danmark i udlandet fortsat er begrænset.

Tendensen i dansk turisme er en dobbelt realitet. Mens byturismen opnåede en vækst på 78% fra 1992 til 2012, blev kystturismen sat tilbage 27,5 pct. i samme periode.

Kilde: Danmarks Statistik Bemærk: tallene omfatter både fritids- og forretnings overnatninger.

Affrafald fra Danmark kommer hovedsageligt fra de traditionelle kerne målgrupper; primært tyske og svenske familier, som tidligere havde været på den danske kyst.

Potentialer for Dansk turisme og oplevelsesøkonomi i betragtning af den internationale turismes opdrift og den generelle europæiske boom, danske turisme og oplevelsesøkonomi har vækstpotentiale. Danmark har brug for at få mest muligt ud af sine styrker og komparative fordele for at tiltrække turister og få en andel af den internationale vækst.

Dansk turisme skal være kvalitetsturisme

Danmark kan og bør ikke konkurrere på prisen i den globale konkurrence om internationale turister. Dansk turisme skal være kvalitetsturisme. Høje service- og kvalitetsniveauer har potentialet til at revitalisere og sætte skub i dansk turisme. Dansk turisme bør være kendt for sin verdensklasses service og overlegne standarder. Dette gælder for personlig opmærksomhed og service til turister, indkvarteringsfaciliteter, kulinariske oplevelser, turistinformation, vejskilte, sprogbarrierer osv.

## Modeller for samfundsopbygning



### Vækst i by-og forretningsturisme

By-og forretningsturisme, især i København, har opnået vækst i de seneste år. F. eks. opnåede turismen i København en vækst på ca. 35% i 2008-2012, mens den gennemsnitlige vækst i turismen i sammenlignelige europæiske byer var på ca. 29%. Denne vækst skal opretholdes gennem udvikling af Danmarks styrker, fastholdelse af eksisterende turister og tiltrækning af turister med et højt forbrug. Flere turister skal tiltrækkes af by-og forretningsturisme fra både vores nabomarkeder og de nye vækstmarkeder, der sætter pris på danske high-end produkter og dansk kultur, arkitektur, design, gastronomi osv.

Mere end 80m kinesisk ferieret i udlandet i 2012, og forudsigelsen er, at 25m kinesisk vil tage deres første ferie i udlandet hvert eneste år i det kommende årti. I 2012 var der 114.103 kinesiske overnatninger i Danmark, hvilket er mere end en fordobling siden 2009. På samme måde har et stort antal russere er begyndt at rejse til udlandet. Fra 2007 til 2012 steg antallet af registrerede russiske bednætter i Danmark med næsten 90 pr. cent<sup>3</sup>.

Hvis væksten i turismen fra Kina og Rusland stiger med 12 procent om året, hvilket svarer nogenlunde til de seneste års vækstrater, vil Danmark med 2020 have ca. 240.000 kinesiske og 285.000 russiske bednætter. Som sådan kan både Kina og Rusland potentielt være blandt de 5-10 vigtigste markeder for Dansk turisme og oplevelsesøkonomi med 2020.

Hertil kan føjes, at kinesiske og russiske turister og forretningsrejsende tegner sig for et højt forbrug af diæter. Som vist i figur 4 bruger den gennemsnitlige kinesiske og russiske turist ca. DKK 1.800 og

### Udvikling af kyst-og natur turisme

Kyst-og natur turismen tegner sig for den største andel af indtægter og beskæftigelse i dansk turisme i dag, primært tiltrækker turister fra nabolandet Tyskland, Sverige og Norge DKK 2.400, henholdsvis, per dag. Selv om tendensen inden for kyst-og natur turismen har været faldende i de senere år, er den stadig det vigtigste marked for Dansk turisme. Danmarks nabomarkeder udviser stor rejse intensitet og konstant efterspørgsel efter rejse-og ferieprodukter af høj kvalitet.

At vende tendensen inden for kyst-og natur turisme vil betyde at tiltrække turister fra tilgrænsende markeder ved at målrette det danske turistprodukt mod nye turist segmenter og kundekategorier fra primært tyskLand, Sverige og Norge.

Visitdanmarks turist undersøgelse fra 2011 indikerer det store potentiale, der findes i den målgruppe, der omtales som "det gode liv". Denne målgruppe består af unge voksne og voksne par uden børn, der tage på ferie for at nyde livet, opleve naturlige Landskab kulturelle faciliteter, cykelture, gastronomi osv.

Denne målgruppe kommer hovedsagelig fra Tyskland, Norge og Sverige og sekundært fra Nederlandene og Det Forenede KONGErig og er karakteriseret ved sit høje forbrug.

### 3. Kulturelle Turisme Højdepunkter

#### København og Sjælland

##### Hovedstaden

I 2004 havde Københavnsregionen 136 hoteller med i alt 4,9 millioner overnatninger. Der var 250 krydstogtskibe, der ringede til Københavns Havn med mere end 350.000 passagerer.

Blandt de store kulturelle turistattraktioner er Tivoli, Freetown Christiania og The Little Mermaid statue, som alle ligger i København. En undersøgelse foretaget af avisen Berlingske Tidende i juli 2008 opregnede The Little Mermaid som den mest populære turistattraktion i København.

##### Sydsjælland, Lolland, Falster og Møn

På grund af sin nærhed til Tyskland er et af Danmarks mest populære områder for besøgende Sydsjælland og de nærliggende øer. Møn, med sine storslåede kridtklipper, Liselund Park og dens sandstrande er en af de vigtigste destinationer. Falster har en række sandstrande, herunder dem på Marielyst. Området har også adskillige turistattraktioner, herunder Knuthenborg Safari Park og Middelaldercentret både på Lolland, BonBon-Land nær Næstved og GeoCenter på Møns Klint.

##### Bornholm

Bornholm i Østersøen til det sydlige Sverige tilbyder turister en bred vifte af attraktioner, herunder klippefyldte krydderier, maleriske fiskerlandsbyer og sandstrande. Blandt de maleriske byer, der er værd at besøge, er Gudhjem, Sandvig, Svaneke og Rønne. Den storslåede ruin af Europas største slot, Hammershus, er øens mest berømte monument. Der er færgeruter til Bornholm fra Køge nær København, fra Ystad i det sydlige Sverige, fra Rügen i det nordøstlige Tyskland og fra Kołobrzeg og winouj CIE i den nordvestlige del af Polen. Der er også en lufthavn i Rønne.

##### Jylland

##### store byer

Aalborg, i nord, og Aarhus, i øst, tiltrækker et betydeligt antal besøgende, hvad enten det er til forretning eller fornøjelse.

Aalborgs 14. århundrede Budolfi kirke, det 17. århundrede og Jomfru Ane Gade (en livlig gammel gade tæt på byens centrum) er store attraktioner.

Aarhus er blandt de øverste 100 konference byer i verden og har oplevet en stor ekspansion af hotelbranchen i de sidste par årtier. Byen er hjemsted for flere af Danmarks største turistattraktioner, herunder Museums landsbyen den gamle by, ARoS kunstmuseum, Moesgård Museum og Tivoli friheden, der årligt tegner sig for mere end 1.400.000 besøgende. Andre vigtige turistattraktioner er musikfestivaler og indkøbsmuligheder. Med en af de største havne i Nordeuropa sejler der hvert år mere end et dusin internationale krydstogtskibe i Århus.

Blandt Jyllands regionale attraktioner er Legoland tæt på Billund lufthavn, den østligste landsby Ebeltoft med de brostensbelagte gader og bindingsværkshuse, Skagen i den nordligste del berømt for sine landskaber og kunstnersamfund og de nordvestlige badebyer Løkken og Lønstrup. Endelig tiltrækker øen mors, der er berømt for sin naturlige skønhed, turister til sin blomster Park Jesperhus og til klinten ved Hanklit, som har udsigt over havet. Jelling, nær Vejle i den sydøst Jyske del af Jylland, er en verdensarv, der er berømt for sine to store Tumulus Mounds, der blev rejst i slutningen af det tiende århundrede, og dens runesten rejst af Kong Harold. Nær Esbjerg på vestkysten står Svend Wiig Hansens enorme skulptur af fire kalkagtige hvide figurer, der stirrede ud ved havet. Kendt som mennesket ved havet eller mænd ved havet og stående 79 m høj, det kan ses for miles rundt.

## Modeller for samfundsopbygning



### Køkken

Det nye danske køkken - en del af den nye nordiske køkkenbevægelse - har samlet internationalt opmærksomhed i det nye årtusind som et inspirerende gourmetkøkken af høj kvalitet med flere anerkendte restauranter.

De mest populære restauranter i dette særlige køkken er primært placeret i Københavnsområdet som Noma, Geranium, Restaurant AOC, Den Røde Cottage og mange andre. Vigtige provinsielle restauranter, der serverer et nyt dansk køkken, omfatter Ti Trin Ned i Fredericia og Ruths Gourmet i Skagen.

Udover det nye danske køkken har Danmark et stigende antal gourmetrestauranter af høj kvalitet, der serverer et internationalt køkken, der også har tiltrukket international opmærksomhed.

Mange restauranter i Københavnsområdet er blevet tildelt Michelin-stjerner, og i 2015 var restauranter i Århus de første provinsielle steder at modtage denne højt anerkendte rating. Mange andre restauranter i hele landet findes i andre vigtige fødevarer guider, herunder den nordiske hvide vejledning.

Den sædvanlige billetpris for typisk dansk mad til borgerne består af en frokost af smørrebrød på tyndt skåret rugbrød. Traditionelt begynder måltidet med fisk som marineret sild, røget makrel eller ål, rejer eller paneret plaiçefilet med remoulade og fortsætter med kød som skiver svinekød eller oksekød, frikadeller (kødboller), skinke og leverpote. Sandwicherne er lejlighedsvis rigeligt garneret med løgringe, radise skiver, agurker, tomatskiver, parsely, remoulade eller mayonnaise blandt andre.

[10] Måltidet ledsages ofte af øl, til tider også skud af iskold snaps eller akvavit.

Om aftenen serveres varme måltider normalt. Traditionelle retter omfatter slagtet og stegt fisk, stegt svinekød med rødkål, kyllingekylling eller svinekoteletter. Spil serveres sommetider i efteråret. Steaks bliver nu mere og mere populære.

### 4. Kulturelle Turisme Netværk

#### Roskilde Festival

Roskilde Festival er en dansk musikfestival, der afholdes hvert år syd for Roskilde. Det er en af de største musikfestivaler i Europa og den største i Nordeuropa. Roskilde Festival var Danmarks første musik-orienterede Festival skabt til hippier, [2] og i dag dækker flere af de mainstream unge fra Skandinavien og resten af Europa. Roskilde Festival 2013 havde mere end 180 bands og blev overværet af nogle 130.000 festivalere, sammen med mere end 21.000 frivillige, 5.000 mediefolk og 3.000 kunstnere-i alt næsten 160.000 mennesker, der deltog i festivalen. Indtil midten af 1990'erne, festivalen tiltrak mest skandinaver, men i de seneste år er det blevet mere og mere international (med en særlig stor tilstrømning af tyskere, australiere og Britiske Roskilde Festival gruppe består af Roskilde Festival Association, som organiserer Roskilde Festival, Roskilde Festival Foundation, som sætter koncernens kompetencer og viden

til at spille resten af året, samt Roskilde kultur Service A/S, som leverer personale til Roskilde Festival gruppe projekter. Roskilde Festival Group er en non-profit virksomhed. Bag alt, hvad de gør, er deres overordnede formål at støtte humanitært, velgørende, velgørende og kulturelt arbejde med særligt fokus på børn og unge. Siden 1972 har Roskilde Festival Group genereret 321.639.643 millioner kroner til disse formål.

Roskilde Festival handler om at gøre en forskel for samfundet-om at skabe positive forandringer i verden. Denne ambition er grundlaget for den måde, de arbejder på, de donationer, de leverer, og de aktiviteter, de engagerer sig i. I den forstand er de ikke en 'bare' festival arrangør, men snarere en samfundsaktør, hvis hovedopgave er at arrangere Roskilde Festival.



## Modeller for samfundsopbygning



### Historie

Den første Roskilde Festival blev afholdt den 28 og 29 august 1971, oprindeligt navn til Sound Festival. Det blev inspireret af festivaler og ungdoms sammenkomster som Newport, Isle of Wight og Woodstock. Det var hovedsageligt karakteriseret ved dårlig ledelse, men også stor entusiasme. Festivalens konstituerende år så omtrent 20 bands, der spænder fra folkemusik, jazz, rock og pop genrer alle spiller på en enkelt etape, som varede i to dage med ca. 10.000 besøgende om dagen.

I 1978 erhvervede Festival arrangørerne Canopy-scenen, en orange musikalsk scene, der tidligere blev brugt af Rolling Stones på en europæisk turné. Siden starten er Canopy scene og dens karakteristiske buer blevet et velkendt symbol og logo, der repræsenterer festivalen.

I 1990'erne blev der introduceret elektronisk musik til festivalen. I 1991 blev Club Roskilde afholdt, som var en elektronisk musik danseklub afholdt om aftenen. I 1995 modtog de elektroniske musik kunstnere deres egen scene. I de efterfølgende år blev der skabt endnu mere plads til elektronisk musik ved oprettelsen af afslapningszone og Roskilde lounge. Siden da, optrådte kunstnere som Fatboy Slim, The Prodigy, Basement Jaxx og Chemical Brothers på hovedscenen.

I 1990'erne var antallet af billetter, der udbydes til salg, begrænset og senere endda reduceret.

På grund af den stadigt stigende popularitet af festivalen, antallet af besøgende var steget til op til 125.000.

Hertil kommer, 90.000 billetter til omkring 25.000 frivillige, 5.000 mediefolk og 3.000

kunstnere blev tilføjet. For at bevare festivalens kvalitet besluttede Festival arrangørerne at begrænse antallet af deltagere. Afstanden fra den bageste del af campingområdet til stadierne i Festival ledelsen syntes at være blevet urimelig. Festivalen var blevet så populær, at Festival ledelsen besluttede i 1994 at udvide festivalområdet mod vest. Festival stedet blev nu delt af jernbanelinjen i to dele. I 1996 festivalen havde sin egen station, som skulle lette ankomsten af besøgende. I 1997 blev et andet telt ved navn Roskilde Ballroom Bygget.

### Hvordan de blev oprettet?

Roskilde Festival er den største nordeuropæiske kultur- og musik festival og har eksisteret siden 1971.

De er en non-profit organisation bestående af omkring 50 fuldtidsansatte og tusinder af frivillige. Det blev skabt i 1971 af to gymnasieelever, Mogens Sandfær og Jesper Switzer Møller, og promotor Carl Fischer. I 1972 blev festivalen overtaget af Roskilde Foundation, som siden har kørt festivalen som en non-profit organisation for udvikling og støtte af musik, kultur og humanisme.

I 2014 gav Roskilde Foundation Festival deltagerne mulighed for at nominere og stemme om, hvilke organisationer der skulle modtage midler fra festivalen.

### Hvordan de identificerede interessenterne?

Roskilde Festival Group er et kollektivt begreb for Roskilde Festival Foundation og dets datterselskab Roskilde kultur Service A/S og Roskilde Festival Association, der står for Roskilde Festival. Den overordnede ambition for Roskilde Festival gruppe er at udvikle åbne og engagerende samfund, der flytter folk gennem musik, kunst, bæredygtighed og aktiv deltagelse. Alle deres aktiviteter har samme formål: Til støtte kulturelle og velgørende formål med særligt fokus på børn og unge. Frivilligt arbejde udviklede sig fra en række projekter, som alle var centreret omkring børn og unge. I 1972 samledes Roskilde Foundation den faldne Sound Festival, som havde samlet 10.000 personer til koncerter med benzin, Povl Dissing, Alrunerød og Sebastian, men endte med underskud. Et stiftende medlem af volontører påtog sig udfordringen med at fortsætte festivalen, og hver År nok penge var nødvendig for at køre den næste. Roskilde stiftelsens vedtægter blev senere ændret flere gange, så du kan støtte ikke kun lokale initiativer, men også nationale og i sidste ende internationale velgørenhedsprojekter.

## Modeller for samfundsopbygning



Hvilke fordele har disse samfund for deres medlemmer?

Der er mange fordele, herunder:

Udvikling af talrige lokale projekter til støtte for kulturelle og velgørende projekter med særligt fokus på børn og unge.

Udvikling af talrige internationale projekter til støtte for kulturelle og velgørende projekter med særligt fokus på børn og unge.

Betydelig økonomisk fordel for lokale hospitality og turisme virksomheder i levering af tjenester for folk, der deltager i festivalen

Hvad var fællesskabets udviklingsmetoder?

Man kan sige, at Fællesskabets udviklingsmetoder var ganske enkel, men meget kraftfuld-mobilisere en masse frivillige til at tjene penge til velgørende formål specifikt rettet mod børn og unge.

Hvilket var de skridt til at mobilisere samfundet?

Fællesskabet blev oprindeligt mobiliseret som skitseret ovenfor-en meget kraftfuld, men simpel opfordring til at melde sig frivilligt for en klart værdig årsag.

Som var de skridt til at gøre en 1 år og 3 måneders plan?

I Roskilde tidlige dage var der ingen 1 måneders eller 3 måneders plan. Nu fundamentet er meget mere formaliseret med en fem år strategisk plan (intern) og producerer mange rapporter hvert år om arbejdet i fundamentet det foregående år.

Nøgleingredienser & Tjekliste for oprettelse og udvikling af lokalsamfund:

- Har klare roller og ansvarsområder mellem bestyrelse og direktion Personale
- Tidlige succeser, især kommercielle succeser er afgørende for at opnå den private sektor (SMV) købe i og engagement
- Fokus i første omgang på at få en god kerne arbejdsgruppe Sammen
- Andre medlemmer vil blive tiltrukket, når de ser succes og en sammenhængende arbejds Gruppe
- Rekruttere et projekt "Champion" engageret i at gøre projektet til en Succes
- I dag er en Social Media strategi afgørende



# K U L T U R E L

# Turisme

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Medfinansieret af Erasmus +  
-programmet for Den  
Europæiske Union



[www.roots.com](http://www.roots.com)



[roots@project.co](mailto:roots@project.co)



ROOTS-  
Project  
#erasmusplus



Forfatteren er eneansvarlig for  
denne publikation  
(meddelelse), og  
Kommissionen påtager sig intet  
ansvar for enhver brug, der  
måtte blive gjort af de  
oplysninger, der findes i den.