



# VANDRELANDET SELANDIA

TRÆDESTEN TIL NY VANDRERUTE

GROUP  
MAC

NORRØN  
TERRITORY FOR DREAMING



# INDHOLD

**VANDRELANDET SELANDIA** er en analyse, som er bestilt af Faxe og Næstved kommuner, Dansk Kyst og Naturturisme, Realdania samt VisitSydsjælland + Møn. Analysearbejdet blev igangsat i foråret 2022 og er forløbet frem til publikation af denne rapport, oktober 2022. Projektets rådgiverteam har refereret til en styregruppe bestående af projektejerne.

Grafisk design: Group NAO.

Fotos: Stephanie Hamilton, side 3, Frame & Work, side 4, Tommy S-Ohlson /ArkNat, side 7, VISM/Mads Tolstrup, side 8, VISM, side 14 samt 16, Peter Rømer Hansen, side 17, VISM/ Mads Tolstrup, side 19 og 20, Frame & Works, side 25, Peter Rømer Hansen, side 27, VisitDenmark/Søren Larsen, side 28 og 32, Karen Emsley/Unsplash, side 33, VisitSønderjylland, side 40, og 42, Johan Neven (Flickr) side 46, ArkNat, side 45 og 48, Frame & Works, side 49.



**NORRØN**  
TERRITORY FOR DREAMING

Copyright / All rights reserved. Rapportens indhold kan frit reproduceres og deles i sin helhed eller delvis, men kun med udtrykkelig kildehenvisning og kreditering af projektejerne samt Group NAO og Norrøn Arkitekter. Rapporten kan downloades på [www.groupnao.com](http://www.groupnao.com).

<b>FORORD</b>	SIDE 1
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b>	4
<b>KAPITEL 1: VANDRERUTE TIL TIDEN</b>	8
VANDRETURISME ER BLEVET MAINSTREAM	9
ET KONCEPT TIL STEDET OG TIL TIDEN	11
HVOR SKAL RUTEN LØBE	11
STEDETS ÅND	14
SELANDIAS FEM DESIGNPRINCIPPER	15
<b>KAPITEL 2: VANDRELAND MED POTENTIALE</b>	20
GÅTURE ER I TOP	21
KRISTISKE SUCCESFAKTORER	22
ET STYKKE VEJ ENDNU	33
HVEM SKAL VANDRE VANDRELANDET	35
<b>KAPITEL 3: TRÆDESTEN TIL VANDRELANDET SELANDIA</b>	37
NI TRÆDESTEN	38
MULIGE ÅBNINGSTRÆK	46
<b>INTERVIEWLISTE</b>	50
<b>KILDELISTE</b>	52
<b>APPENDIKS: NORRØNS ANALYSER AF VANDRELANDET</b>	54





Foto: VISM / Stephanie Hamilton

# FORORD

## TRÆDESTEN TIL VANDRELANDET SELANDIA

Om få år kan en ny vandrerute - Vandrelandet Selandia - se dagens lys. Den kan følge dagens gang fra solen står op over det østlige Sjælland ved kystbyen Faxe Ladeplads og ende i vest, ved solnedgangen i det pittoreske Karrebæksminde. Ruten er i sin vision en af Danmarks mest spektakulære og oplevelsesrige vandreruter, hvor natur, arkitektur, kunst, signaturoplevelser og formidling langs de 100 km skaber mindeværdige oplevelser og sætter et af Sjællands mest oversete steder på landkortet.

Den nye vandrerute skal samtidig forløse potentialet i den populære og stigende vandreturisme ved at skabe en sammenhængende oplevelse, som er forankret i områdets natur og kulturhistorie. Set fra et lokalt perspektiv er målet at skabe optimale rammer og grobund for et økosystem med lokal vækst og regenerativ turisme. Det er et økosystem, som løbende skaber knopskydninger af nye mikro-iværksættere, der udvikler entreprenante overnatningsprodukter, stedbunden forplejning og services af høj kvalitet for de kommende vandreturister. Dette er visionen for Faxe og Næstved kommuner og de øvrige initiativtagere, at vandringsruten på tværs af Sydsjælland skal blive en katalysator for lokal vækst, naturpleje og oplevelsesbaseret turisme i hele området.

I tæt samarbejde med Realdania og Dansk Kyst- og Naturturisme, har VisitSydsjælland + Møn og de to kommuner igangsat denne analyse af, hvordan vandreruten kan gå fra vision til virkelighed. Efter offentligt udbud i starten af 2022 vandt Group NAO og NORRØN opgaven med at udarbejde en strategisk-fysisk handlingsplan samt et overordnet koncept for projektet. I arbejdet med analysen, har projektet fået arbejdstitlen *Vandrelandet Selandia*. Herudover skal foranalysen også fungere som kompas i den videre proces og i samarbejdet med de mange turisme- og erhvervsaktører, kulturinstitutioner, lodsejere, lokale foreninger og borgergrupper, fonde og statslige aktører, som er afgørende for succes.

På vegne af hele styregruppen, vil vi benytte lejligheden til at takke de mange aktører, som allerede har bidraget til arbejdet.

Group NAO & NORRØN, oktober 2022



EXECUTIVE SUMMARY

**TRÆDESTEN  
TIL EN NY  
VANDRERUTE**





# TRÆDESTEN TIL EN NY VANDRERUTE

Vandrelandet Selandia er visionen om en unik vandrerute, som går fra Faxe Ladeplads i øst og til Karrebæksminde i vest. Det er en vandrerute, som vil skille sig ud fra alle andre vandrestier i Nordeuropa og Skandinavien ved at man på få dage kan vandre gennem hele 4 forskellige landskaber: Kyst- og Fjordlandskab, Skovlandskab, Moselandskab og Kalklandskab. Gennem århundreder har de fire landskabstyper hver især sat sit præg på den lokale kultur og de kultiveres i dag på områdets mange godser og historiske herregårde. Det er et historisk landskab, som kan indrammes og formidles med kunst, design, arkitektur og digital formidling og som bedst opleves til fods. Ligesom Camønoen og Hærvejen, har Selandia potentialet til at blive en af Danmarks ikoniske vandreruter, i en tid hvor netop vandring i naturen er blevet den foretrukne ferie- og fritidsaktivitet for de fleste. Dette er analysen af, hvordan vandreruten kan realiseres.

## HVAD SKABER EN VANDRESUCCES?

– det er det store spørgsmål, som vi stiller i denne rapport. Ideen om en vandrerute tværs over Sydsjælland har cirkuleret i nogle år og er senest beskrevet i et ideoplæg med titlen Rute 54 udarbejdet af Effekt arkitekter på vegne af en række lokale virksomheder. Efter CORONA-krisen og den efterfølgende opblomstring i Danmarks natur og outdoorturisme, har ideen fået ny aktualitet. Derfor har de to kommuner, Næstved og Faxe Kommuner sammen med Dansk Kyst- og Naturturisme og Realdania bedt Group NAO og Nørnør arkitekter udarbejde denne foranalyse for projektideen.

De styrende spørgsmål er, *hvordan ruten kan realiseres og positioneres som en signaturoplevelse for Sydsjælland, og samtidig kan blive en katalysator for regenerativ turisme og lokal vækst i området?*

## HVORDAN BLIVER RUTEN SÆRLIG?

Det er ikke fordi der mangler vandreruter i Danmark. Fritidsrådet har opgjort, at der allerede i dag findes over 1800 registrerede vandrestier i Danmark, hvilket formentlig er med til at gøre Danmark til et af de lande med flest vandrerutekilometre per indbygger (vores gæt). Ud af disse mange ruter er det kun et fåtal, som fremstår med en attraktion og brandidentitet, som er synlig og kendt i en bredere offentlighed. Det er ruter som Camønoen, Klintekongens Land, Hærvejen og Tøndermarsken.

De er alle resultatet af langsigtet investering og målrettet udviklingsarbejde, hvilket understreger behovet for en strategisk tilgang til udviklingen af Vandrelandet Selandia. Nørnør har foretaget en grundig analyse af det fysiske landskab, dets karakteristika og muligheder. Dernæst har vi researchet tilgængelige analyser, strategier og forskning om vandreturisme i Danmark og Nordeuropa samt turismeøkonomiske undersøgelser af vandreruternes effekt. Vi har talt med eksperter – både dem bag skriveborde, og dem med vandreskoene på.

Det leder alt sammen frem til, at *Vandrelandet Selandia* – projektets arbejdstitel – er en perspektivrig ide med en stærk fortælling, som baserer sig på en rigt og mangfoldigt landskab af kultur og naturoplevelser. Men analysen viser samtidig, at der er ret lang vej før ruten kan positioneres i vandresegmentet, som en signaturoplevelse i international klasse.



Vores centrale observationer og anbefalinger kan opsummeres i følgende punkter:

- **Vandring i vækst:** Vandring er en fritids- og ferieform, der gennem de sidste 20 år, er blevet demokratiseret – det er i langt højere grad blevet mainstream at vandre, og vandredestinationer er noget som flere og flere rejser efter. I løbet af covid-pandemien har ikke blot danskere, men også resten af verden for alvor taget vandringen, naturen og outdoorlivet til sig. Eksisterende vandreruter bliver gjort mere tidssvarende og tilgængelige, og nye vandreruter med internationale ambitioner ser dagens lys i det danske vandre landskab. Det betyder også, at konkurrencen stiger, og at en ny vandrerute skal kunne adskille sig og tilbyde noget andet end andre vandreruter.
- **Det kræver et koncept til tiden og stedet.** Det er afgørende for Vandrelandet Selandia etableres med et koncept, der er ambitiøst, unikt og nyskabende, og som løfter og tilgængeliggør oplevelsen af områdets natur. Det skal ske på grundlag af en stærk kernefortælling og med anvendelse af stærke virkemidler såsom kunst, oplevelsesdesign, place making og digital formidling. Se mere i rapportens kapitel 1.
- **Der gælder fem designprincipper,** som kan tages i anvendelse for at skabe en succesfuld rute. Det handler blandt andet om stedsspecifik og utraditionel arkitektur. Om de tre P'er – Positive forstyrrelser, pudsigheder og flotte steder at posere til SoMe. Om kompromisløs bæredygtighed og brugernes væredygtighed. Om at udvikle turisme som kan tilføre Sydsjælland økonomiske, sociale og kulturelle ressourcer. Og endelig handler det om at udforske naturen som ramme om selvudvikling for de besøgende. Alt dette kan man læse mere om i kapitel 1.

Vandrelandet kan stimulere et bredere udbud af turismeprodukter og lokale vækst i detailhandlen og lokalmiljøet i øvrigt. Erfaringerne fra andre vandredestinationer viser, at nye vandreruter kan skabe nye forretningsmodeller og vækstmuligheder for det lokale erhvervsliv. Og en god, attraktiv og populær vandrerute er ikke bare en grussti med skilte, men også et velfungerende økosystem af overnatningsmuligheder – fra telte og shelters til B&B og hotel – samt forskellige typer af forplejning og services som bagagetransport til oplevelsespakker. Se *kapitel 2*.

Men der er lang vej endnu til Vandrelandet: Som nævnt kræver det langsigtet investering og solidt udviklingsarbejde at skabe en attraktiv og anerkendt vandrerute af international standard. Der er kritiske succesfaktorer, som skal adresseres såsom udviklingen af et godt sammenhængende fysisk rute- og stisystem, positiv og konstant inddragelse af private lodsejere, strategisk oplevelsesudvikling og placemaking mv. Disse og andre kritiske succesfaktorer kan man læse om i *kapitel 3*.

I slutningen af rapporten kan man læse Group NAOs anbefalinger til det videre arbejde. I korthed handler det om:

- Ejerskab i partnerskab
- Etablering af projektorganisation
- Robust egenfinansiering og klar fundraising strategi
- Etablering af lodsejerforum
- Lokal involvering
- Erhvervsnetværk og oplevelsesudvikling
- Placemaking
- International certificering
- Fokus på det tyske marked
- Kloge åbningstræk



## SE APPENDIKS FOR DETALJEREDE ANALYSER

Som grundlag for den kommende rute har Norrøn Arkitekter udarbejdet detaljeret analyser af de fysiske forhold på ruten – herunder analyser af landskabet, bebyggelser, attraktioner, infrastruktur og forbindelser. Analyserne har dannet grundlag for den tentative linjeføring og kan læses i appendiks til nærværende hovedrapport.

God læsning!

**NORRØN**  
TERRITORY FOR DREAMING



KAPITEL 1:

# EN VANDRERUTE TIL TIDEN



Photo: VISM / Mads Tolstrup

GROUP  
NAC



# EN VANDRERUTE TIL TIDEN

**I løbet af covid-pandemien har ikke blot danskere, men også store dele af Europa taget vandringen, naturen og outdoorlivet til sig. Vandring er en fritids- og ferieform, der gennem de sidste 20 år er blevet stadig mere udbredt – det er i langt højere grad blevet mainstream at vandre. Outdoor og vandreturisme har gennem de sidste par årtier vokset sig til en milliard-industri. I Danmark kommer det til udtryk ved etablering af mange nye ruter i landskabet, mens eksisterende vandreruter bliver gjort mere tidssvarende og tilgængelige. Det betyder også, at konkurrencen stiger, og at en ny vandrerute skal kunne adskille sig og tilbyde noget, som de andre vandreruter ikke er i stand til. I dette kapitel stiller vi derfor skarpt på vision og designkriterier for den nye vandrerute. Begge dele skal være skarpe, hvis målet er at opnå publikumsattraktion og lokale væksteffekter.**

## VANDRETURISME ER BLEVET MAINSTREAM

Vandreturisme er populært og i stor fremgang på nærmarkederne omkring os. I følge Dansk Kyst- og Naturturisme skaber outdoor-industrien som helhed mere end 30.000 arbejdspladser i Danmark og bidrager med sine DKK 30 mia. i omsætning til væksten i den danske økonomi. I Danmark, Europa og Nordamerika er vandreturismen stødt vokset sig til at blive en populær og særdeles udbredt fritids- og ferieaktivitet. Corona-epidemien lockdown, lukning af fitnesscentre og idrætsforeninger har sammen med en væsentlig begrænsning af fysiske kultur- og oplevelsestilbud boostet denne bevægelse.

Herhjemme viser nylige undersøgelser fra Gallup og Idrættens analyseinstitut at..

- 37 procent af danskerne bruger naturen i sommermåneder oftere end tidligere, og at det især er de unge, der har bundet vandrestøvlerne og bevæget sig ud i den danske natur.
- Gå- og vandreture blandt voksne helt oppe på en klar førsteplads som aktivitet for 72 procent af de danskere, der dyrker motion.
- Gå- og vandreture er i 2020 blevet den tredje mest populære motionsaktivitet blandt børn. 29 procent vandrer, mens 31 procent spiller fodbold, og 34 procent svømmer.

Men allerede i 2018 og inden Corona-epidemien, kunne Dansk Vandrelaug registrere mere end fordobling af medlemmer og deltagere på deres vandrearangementer. Vandringens popularitet har været på fremmarch over en længere periode og det har man også oplevet i butikskæder som Spejdersport. Ifølge den kommercielle chef i Spejdersport, har virksomheden kunnet registrere den øgede interesse for vandring i form af udsolgte foredrag og kurser om vandring samt en markant stigning i salget af udstyr til vandring.

Aktuelt er vandrestrømper, det produktnummer, som har haft den største vækst de sidste par år. Men i Spejdersport har man kunne følge en udvikling igennem de sidste 20 år, hvor vandring har skiftet karakter. Det er gået fra at være forbeholdt super-entusiaster – det vil sige vandrere, der ofte er udstyrsentusiaster og foretrækker tekniske svære områder som bjerge og lignende – til bredere mainstream-segmenter. I dag er det også de velkendte "Hr og fru Danmark", der vandrer med langt flere forskellige interesser og karakteristika indimellem.



I detailhandlen ser man et paradigmeskifte, hvor folk ikke nødvendigvis er interesseret i at gå alene nede i alperne, men i fællesskabet, samværet og i de nære oplevelser. I kæder som Spejdersport ses vandringen ikke som en døgnflue. Det forventes, at udviklingen vil fortætte, og at vi kun har set ind i den første del af en stor æra for vandreturismen.

Det er ikke fordi, at der ikke allerede findes mange vandreruter i Danmark. Der er faktisk flere end 1.800 vandrestier i Danmark, hvoraf de fleste ret beset ligner hinanden. Det er bemærkelsesværdigt, fordi Danmark i sammenligning med andre lande omkring os – Sverige og Norge – ikke har megen storslået og vild natur, som kalder med spektakularitet.

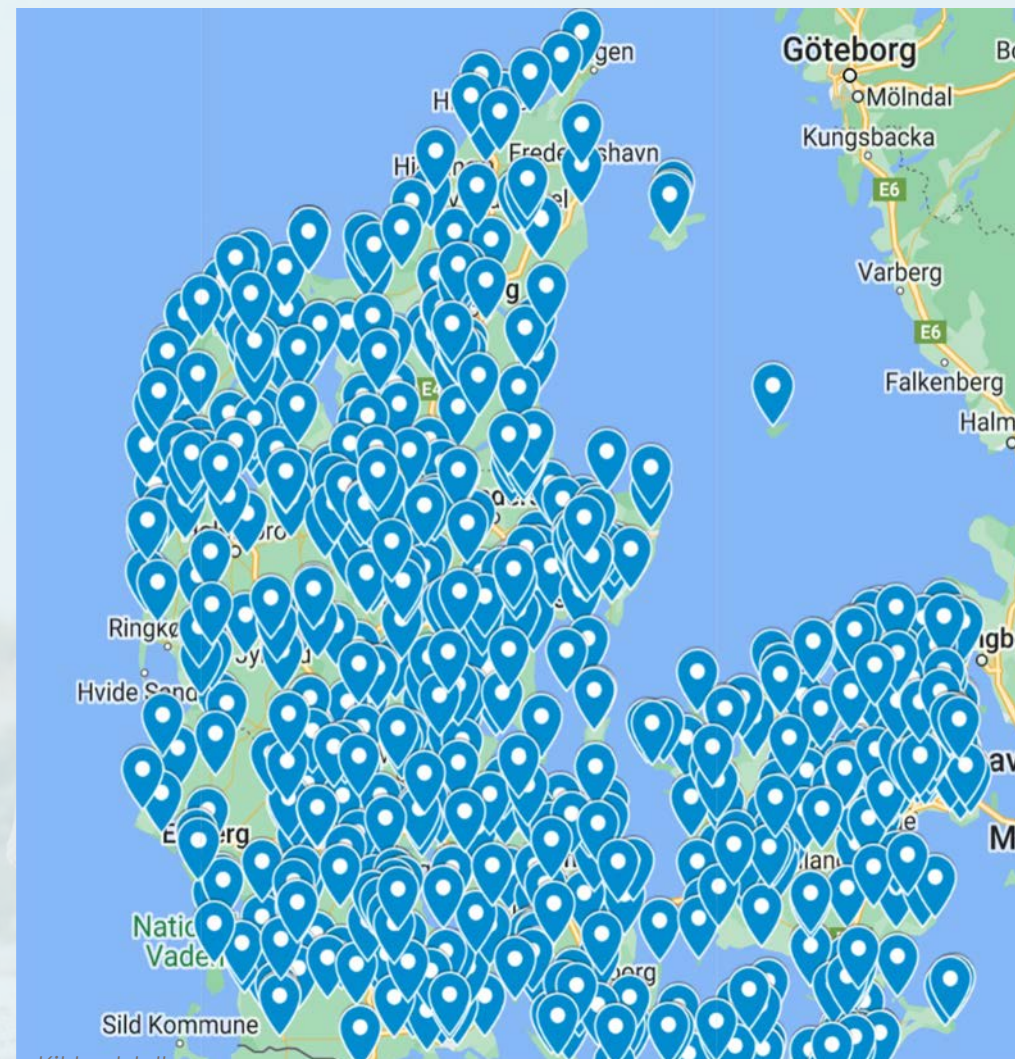
På kortet til højre ses ruter og stier, som er kortlagt af Dansk Vandrelaug (DVL).

Det naturlige spørgsmål er derfor; Har Danmark overhovedet brug for endnu en vandrerute?

Og dernæst: Sydsjællandske landskaber er blandt Danmarks smukkeste med rig kulturhistorie og varieret natur, men er det nok til at skabe en attraktiv vandrerute i international klasse?

En vandretur i det sydsjællandske kan naturmæssigt næppe måle sig med de kuperede majestætiske skove i Schwarzwald, med storheden og horisonten i de norske fjelde eller med Nordspaniens historiske pilgrimsruter gennem solrige bakkeland-skaber. Men som vi vil sandsynliggøre i denne analyse er det ikke ensbetydende med, at der ikke kan skabes en attraktiv og særegen vandrerute, der kan positionere sig stærkt internationalt.

## DANSK VANDRELAUG ANBEFALER...



Kilde: dvl.dk



## ET KONCEPT TIL STEDET OG TIL TIDEN

Det er helt afgørende for rutens succes, at der skabes et koncept, der er unikt og nyskabende og forankret i Sydsjællands natur og historier. Der skal naturligvis være en attraktiv ruteføring, et unikt koncept og gennemtænkte kvalitetsoplevelser på ruten. Disse greb beskrives i det følgende.

## HVOR KAN RUTEN GÅ?

Ruten fra kyst til kyst på tværs af Næstved Kommune og Faxe Kommune tilbyder et reservoir af naturskønne områder, der adskiller sig i typer af flora, vildt og topografi, og hvor vand spiller en central rolle omkring de kystnære områder og langs Susåens bugten på tværs af Sjælland.

Group NAO har i konsortium med NORRØN - og i tæt samarbejde med projektejerne VisitSydsjælland + Møn (herefter VISM) samt Faxe Kommune og Næstved Kommuner - skitseret *en mulig vandrerute*, der kan byde på en bred variation af landskabstyper bundet sammen af nogle af Danmarks flotteste herregårdsarealer og landsbymiljøer. Langs ruten tilbyder naturen et særdeles varieret fugleliv med fx havørne, traner og isfugle. Se bilag 1, Landskabsanalysen for uddybning og gennemgang af områdets natur og kulturseværdigheder

Foruden herregårdslandskaberne vil en ny vandrerute kunne sno sig gennem fire genuine og meget forskellige landskabstyper:

- Kyst-og Fjordland
- Moseland
- Skovland
- Kalkland

Ruten forbinder samtidig en perlerække af kulturhistoriske attraktioner som Holmegaard Glasværk, Næstved Middelalderby, Faxe Kalkbrud samt oplevelsesøkonomiske perler som Skovtårnet eller Orangeriet på Gissselfeld Kloster og Geomuseum Faxe.

Kalkbruddet er Danmarks største menneskeskabte udgravning, hvor man som besøgende befinder sig på bunden af et gammelt hav, hvor der for 63 millioner år siden levede kæmpe hajer, krokodiller og mange andre eksotiske dyr. I dag er det et populært sted for fossiljagt og de dybe turkisblå søer er en attraktion, som vil øge vandrerutens særegenhed og spektakularitet.

På de næste sider ses den mulige rute og dens faseinddelinger. *Det skal understreges, at det er en tentativ rute, som her foreslås efter dialog med lodsejere og kommuner og på baggrund af landskabsanalysen. Ruteføringen kan givetvis ændre sig i det videre udviklingsarbejde.*



# HER KAN RUTEN GÅ...

Group NAOs og NORRØN forslag til ruteføring, der skaber en sammenhængende oplevelse på tværs af Sydsjælland.





# RUTENS 6 ETAPER

Group NAO og NORRØNs forslag til ruteføring med etapeudsnit





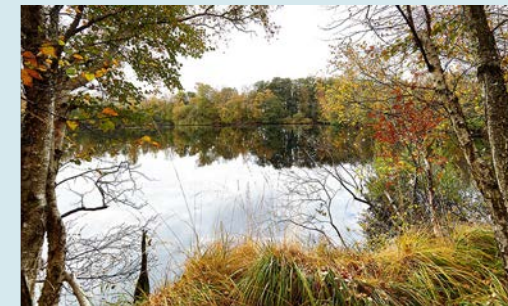
## DE FIRE LANDSKABSTYPER

De fire landskabstyper som bindes sammen af herregårdslandskaber skaber et sammenhængende Vandreland, med kystland, åland, moseland, skovland og kalkland. På ruten oplever man desuden de mange godser, herregårde og klostre, som præger det område, som vandreruten løber igennem. De er på en og samme tid Danmarks historiske arnesteder og aktive landbrugsvirksomheder.

De mange herregårde, godser, kirker og klostre som præger landskabet på den kommende vandrerute, er for de flestes vedkommende opført før Reformationen i 1536, hvor magtens sprog var latin. Selandia er det latinske navn for Sjælland og derfor styrende for vandrerutens navn; Vandrelandet Selandia.

### MOSELANDET

Moselandet omkring Holmegaard højmosen er et vådt og frodigt landskab, som gemmer på en myriade af spændende dyr og planter, og desuden rummer spændende fortællinger om kunsthåndværk og industri, som begge dele knytter sig til landskabet.



### KYST- OG FJORDLANDET

Fjordlandet er kendetegnet ved det åbne fjordlandskab omkring Karrebæksminde Fjord, hvor det erstattes af Susåen, der strækker sig ind til middelalderbyen, og fortsætter mod nord.

### KALKLANDET

Kalklandet kan kendes ved de højtliggende kalklag i jorden ud mod østkysten. Kalken får et helt særligt udtryk i landskabet, hvor den er fundament for en unik industrihistorie. Den opleves særlig i form af den dramatiske kalkgrav i Faxe Kalkbrud.



### SKOVLANDET

Skovlandet er karakteriseret af de store skovarealer, der indplacerer sig mellem de to kyster. Skovplantagerne ligger som lommer i de karakteristiske godslandskaber, hvor smalle veje og små stier snor sig gennem landskabet.



## SELANDIAS FEM DESIGNPRINCIPPER

På baggrund af analysens kilde- og interviewmaterialet udleder vi 5 designkriterier, som leder frem til vores bud på de strategiske pejlemærker, som skal være omdrejningspunktet i at udvikle en visionær vandrerute af international kaliber på tværs af Vandrelandet Selandia. De fem kriterier er:

1. Manifestedet
2. 3XP
3. Bæredygtig og væredygtig
4. Retur-turisme
5. Youniverse

Vi forklarer i det følgende.

### #1 MANIFESTEDET

Som nævnt er der alene 1800 vandrestier i Danmark, og derfor er det nødvendigt, at Vandrelandet Selandia ikke blot er endnu en vandrerute blandt mange, men at Vandrelandet Selandia kan differentieres entydigt og attraktivt. Vandrelandet består af mangfoldige og pittoreske landskaber og unikke kulturhistoriske steder, men sammenlignet med andre regioner i Europa er det ikke umiddelbart et territorium, hvor naturen kan karakteriseres som storslået eller selvforklarende, som eksempelvis Vesterhavet eller Møns Klint.

Stedets ånd skal derfor understøttes af indramning og forklaring, hvis de besøgende skal sikres en god og mindeværdig oplevelse. Naturen og de kulturhistoriske elementer skal hjælpes på vej med fortællinger, faciliteter, installationer og signaturoplevelser, som kan tilgængeliggøre og forstærke oplevelsen af stederne langs ruten.

Dette skal ikke forstås som en tivolisering, men som en formidling og i nogen grad en manifestation af stedets ånd. Det er samtidig en podning af vandrernes sanser og intellekt med funktionelt (oplevelses-)design, kunst og kulturformidling, adfærdsmæssige virkemidler samt formidling, som skaber en sammenhængende og værdifuld oplevelse. Steder kan manifesteres med såkaldt placemaking, som kan have mange former og virkemidler. Under tiden er placemaking spektakulær, som i tilfældet Skovtårnet eller Ekkodal stien på Bornholm. Andre gange handler det om kuriøse indslag som "Regiomaten" langs vandreruterne i Norditalien – en automat, hvor man kan trække lokalt producerede drikke og fødevarer.

I manifesteringen af stedet er det nødvendigt med basal service og infrastruktur til vandrerne: De basale funktioner er karakteriseret ved:

- **Vandrerne har nogle basale behov, som skal opfyldes på konkrete steder langs vandreruten.** Helt overordnet er der tale om toiletter, pausesteder, borde og bænke, pavilloner, overnatningssteder, forplejningssteder og at komme af med skrald. Som vi skal se nedenfor, kan funktionaliteten også være installationer designet til stedet, som eksempelvis livreddertårnet på Bellevue Strand.
- **Vandrerne skal opleve, at naturen er tilgængelig,** og konkret betyder det, at jo tættere du kan komme på vandet, trækrønerne, åløbet, moserne, kalken og landskaberne, jo større oplevelse. Helt overordnet er der tale om udsigtsplatforme, broer, fugletårne og board walks, formidling og wayfinding.

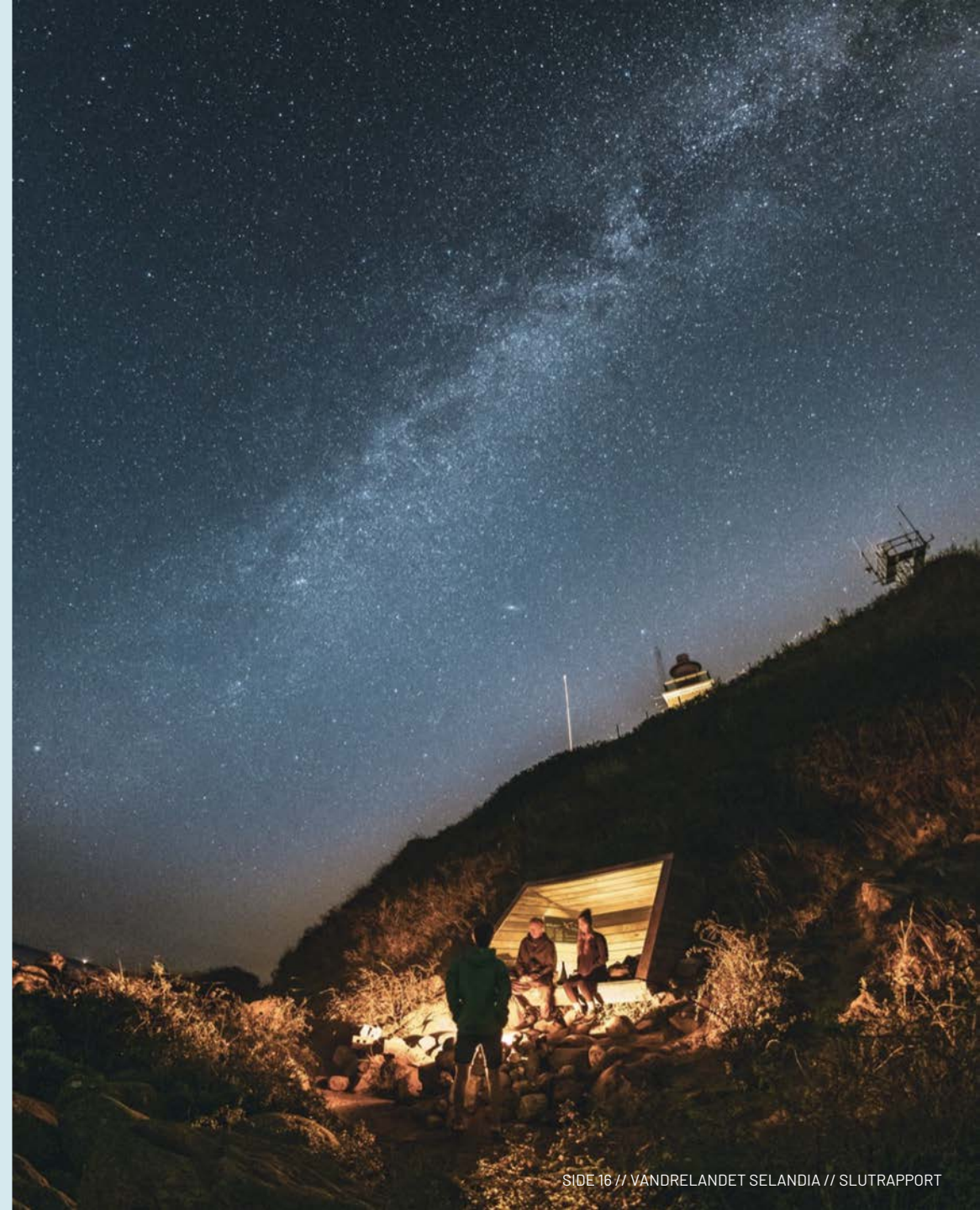


Der er desuden stigende efterspørgsel efter skæve og utraditionelle overnatningssteder, eksempelvis har Airbnb oplevet en kraftig stigning i efterspørgslen efter utraditionelle overnatningssteder såsom tiny-houses, tree-top houses, husbåde, træhytter, tårnværelser og nomadetelte mv. og virksomheden har oplevet at det er det hurtigst voksende produkt på tværs af alle Airbnb's bookbare produkter. På udbyder siden har platformen lanceret en OMG! Fund/konkurrence om investeringstilskud til de mest originale overnatningskoncepter.

## #2 DE TRE P'ER

De tre P'er dækker over, at der kan være konceptuel og brandingmæssig fordel i at tænke utraditionelt og skabe faciliteter som skilte, bænke, toiletter som ikke blot er rene funktioner, men også har en æstetisk, arkitektonisk eller kunstnerisk værdi. Dette skal understøtte stedets identitet og koncept og dermed den samlende fortælling, der danner rammen en attraktiv helhedsoplevelse for vandreturisterne. De tre P'er er:

- **Positive forstyrrelser:** Begrebet positive forstyrrelser i en vandrekontekst dækker over, at der langs vandreruten er designet forskellige variationer, der forstyrrer vandringen. Det kan fx være at den lineære grussti skifter til en boardwalk, der slanger sig mere gennem landskabet. Eller at stien løftes til trækroner og eller bliver til en hængebro over en mindre kløft. Installationerne ændrer perspektivet, bryder rytmen og skaber variation i vandringen. De positive forstyrrelser styrker også gæsternes sanser, og kan være med til at skabe anderledes og uforudsete oplevelser, som på grund af deres uventethed eller særegne karakter bliver mindeværdige oplevelser.







- **Pudsigheder:** På en vandrerute (især en certificeret) forventes det, at der er god rekreativ infrastruktur og relevante faciliteter. Ved at indpakke dem i positive forstyrrelser kan de overraske positivt og være med til at skabe en identitet og kendemærker for vandreruten (*brand scapes*). På samme måde kan kunst overraske på en vandrerute. Stedsspecifik kunst kan med sine æstetiske greb, så og sige være med til at vende naturen og landskaber og skabe pudsige oplevelser, som skærper sanserne og ser naturen på en ny måde. Danske kunstnere som Olafur Eliasson, Jeppe Hein og kunstner-gruppen AVPD har stor succes med "pudsig" kunst i offentlige rum og i naturen, ligesom store internationale kunstner som Dan Graham og James Turrell har skabt mange værker til at stå i naturen og interagere med gæsterne, som kommer forbi.
- **Posering:** Ofte er attraktive, effektive, pudsige oplevelser og positive forstyrrelser omgivet af æstetiske tiltalende rammer, der i sig selv skaber grobund for at være delbare og *Instagrammable* oplevelser. De delbare oplevelser er med til at forlænge mindet, og når det bliver delt på et socialt medie, er det en del af din selvfortælling. Men oplevelser, der bliver delt af mange, er også med til at skabe et sted og en forestilling om et sted og et vigtigt placemaking element.

### # 3 BÆREDYGTIG OG VÆREDYGTIG

Klimabevidsthed og bæredygtig turisme er mere end en global megatrend. Det er en samlende politisk dagsorden både i Danmark og i lande, som vi i turismesammenhæng normalt omtaler som vores nærmarkeder. Det påvirker allerede turismen bredt og turisternes efterspørgsel, krav og forventninger. Ifølge talrige internationale rapporter stiger befolkningernes klimabevidsthed og fokus på bæredygtighed og biodiversitet mv. – også i rollen som turister og især blandt yngre generationer.



Samtidig søger de yngre generationer imod unikke bæredygtige naturoplevelser, der ikke påvirker naturen negativt, som ikke fremstår "turistet" og som ikke er overrendte. For flere turister er en bæredygtig livsførelse en selvfølgelighed, hvor naturen er friheden, og minimalismen er rettesnor i forbruget. Her kan (periodevis) fravær af medier og kommercielle fristelser opleves som en luksus.

Forbrugsstudier viser, at bæredygtigheden ofte udspringer af det personlige værdisæt og fungerer som identitetsmarkør for den enkelte. Det handler med andre ord ikke alene om at være bæredygtig i sin adfærd, men også om at vise og kommunikere det til sin omverden. Dette rammer kombinationen af minimalistisk overdådighed og de tre P'er, som blandt andet betoner instagrammable moments og verdensdesign, en holistisk livsstil og social wellness. Det er et mønster, som især adresserer og kendetegner yngre generationer (Y og Z) for hvem livets spejlflade i høj grad er digital, men det gælder også *long tail* segmenter i alle aldre, som har helt særlige interessefællesskaber indenfor eksempelvis design, arkitektur, mad, kultur og natur.

#### **# 4 TURISMEN SKAL GIVE TILBAGE**

Returturisme er vores ord for turisme, som giver tilbage til det lokalsamfund og den natur, hvor den finder sted. Paradoksalt nok lider turismen af, at sektoren tilbyder et produkt, som flere og flere af dens kunder ikke identificerer sig med, idet langt de fleste af os ikke ønsker at bære betegnelsen turister. Mange mennesker vil hellere besøge steder, hvor man for en kort stund oplever og interagere med lokallivet - og ikke vil være passive globale turister på all-inclusive-habitater. Localhood betyder, at de lokale og besøgende ikke kun sameksisterer, men interagerer omkring fælles oplevelser af lokalsamfundet, hvor menneskelige relationer er omdrejningspunktet.

Det gælder om skabe en balance, hvor gæsterne oplever lokal liveability samtidig med, at turismen faktisk tilfører ressourcer til det lokale kultur- og naturliv. Det gælder med andre ord om at facilitere mødet mellem lokale og besøgende i sammenhænge, hvor turismen kan bidrage til, at lokalsamfundet bliver et bedre sted at arbejde og leve. Hvis turismen derfor opleves som invasiv og som et slid på lokal infrastruktur, samfundsliv og natur, risikerer man, at turismen gradvis mister sin opbakning (såkaldt *social license*) i lokalbefolkningen. Vandrelandet Selandia skal derfor udvikles med "returturisme for øje. Turismen skal ikke være et mål i sig selv, men et middel til at styrke de naturgivne, sociale, kulturelle og økonomiske ressourcer i lokalsamfundet langs ruten.

#### **#5 YOUNIVERSE - NATUREN TIL SELVUDVIKLING**

Vi vil ud i naturen og mærke os selv. Coronakrisen har skabt en markant opblomstring i kyst- og naturturisme fra Danmarks hjemme- og nærmarkeder. Efter at have levet med lockdowns, lukket kulturliv, social afstand, talrige zoom- og teams-møder, har de seneste feriesæsoner åbnet danskernes øjnene op for landets naturværdier og glæden ved alle former for udeliv og aktiviteter fra lystfiskeri til kitesurfing, shelter, sejlads, camping, cykling og ikke mindst vandring.

Både salget og udlejningen af feriehuse er boomet ligesom salget af lystbåde, autocampere og campingvogne er vokset med tocifrede procenter i 2020. Meget tyder på, at der ikke blot er tale om et midlertidigt behov for at komme ud i naturen skabt af corona-epidemiens nedlukninger, men derimod varige socioøkonomiske strukturforandringer og værdiskred, som bl.a. hænger sammen med nye arbejdslivsformer, fællesskaber og livsværdier. Ifølge Trendwatching er en opkommende og accelererende global megatrend, at udvikle forretningsmodeller til såkaldte "burnouts", hvor brands; "rush to help those burnt by the pressure of modern life".



Det er blevet en turismetendens at udvikle turismeprodukter og services, som inspirerer, understøtter eller videreudvikler selvudvikling og mental-sundhed. En tendens som spiller godt sammen med outdoor –og naturturister, hvoraf en del rejsende dels forventer at få rensset sindet og blive klogere på sit eget jeg. Og dels ønsker at blive bedre til at klare sig i naturen på egen hånd, alt imens de opnår dybere viden om den natur, de besøger og bevæger sig igennem. Naturen giver mulighed for mental pause og selvudvikling på en anden måde end i byen. Naturen er blevet et *get away* fra hverdagens hektiske hamsterhjul og en kærkommen mulighed for en digital detox. Vandrelandet Selandia skal være at af landets foretrukne *get away* steder.

De fem designprincipper ovenfor er tænkt som retningsgivende for det udviklingsarbejde, som i de kommende år skal udvikle vandreruten. De fem principper skal sætte rammerne for de mange "projekter i projektet" og udviklingsmæssige tiltag, som skal gøre netop Selandia til en helt unik vandrerute i Danmark.



KAPITEL 2

# VANDRELAND MED POTENTIALIALE



Foto: VISM / Mads Tolstrup

GROUP  
NAC



# VANDRELAND MED POTENTIALE

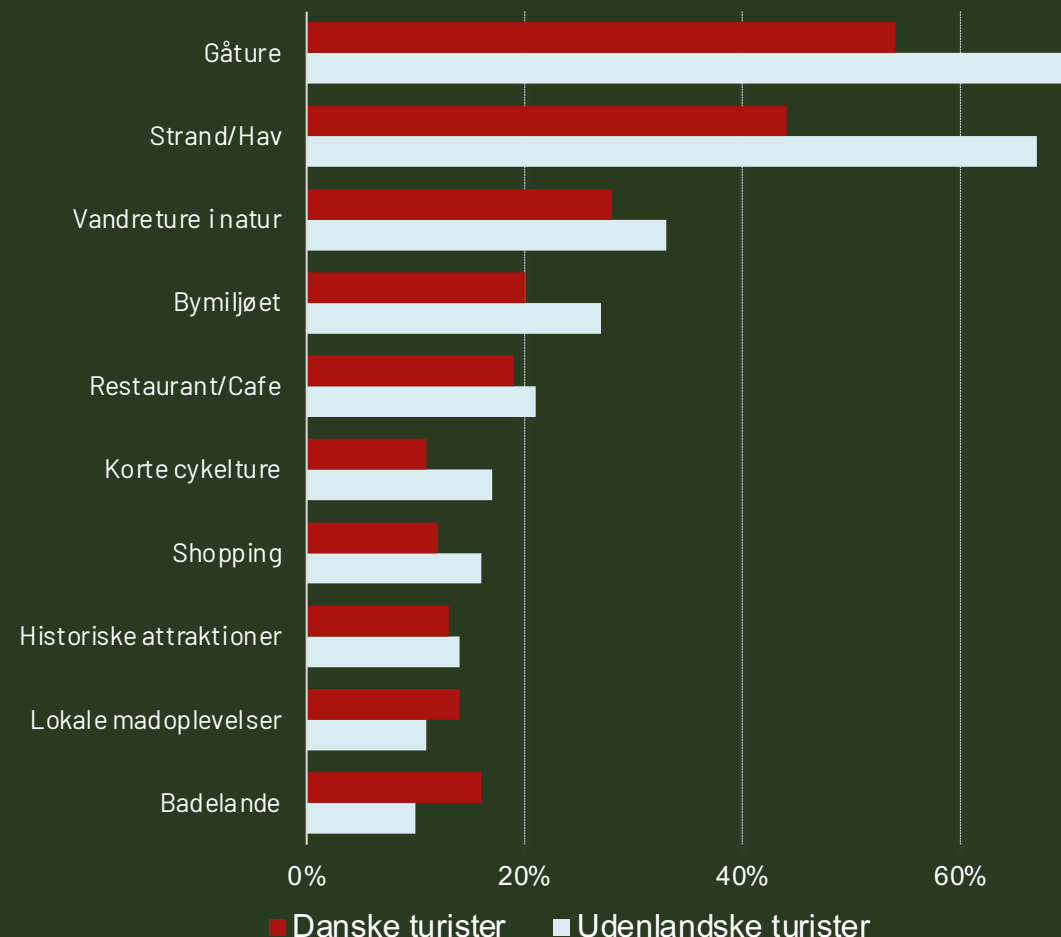
Vandring er blevet en populær og særdeles udbredt fritids- og ferieaktivitet og er ikke længere forbeholdt hardcore vandreturister med støvlerne i orden. En række internationale undersøgelser og observationer viser, at vandringen er i vækst og diversificerer sig i flere segmenter, som er vigtige at identificere, hvis Selandia skal have hul i gennem til vandrefolket i såvel Danmark som i nærmarkederne. Analysen i det følgende sandsynliggør, at vandringsruten på tværs af Sydsjælland kan blive en katalysator for lokal vækst og oplevelsesbaseret turisme i hele området, men også at der er et godt stykke vej endnu, før ruten er etableret både fysisk og markedsæssigt.

## GÅTURE I TOP

Der findes desværre ikke noget data-grundlag der viser, hvad fordelingen er mellem vandring som primær eller supplerende rejseaktivitet. Men uomtvisteligt er det, at mere end halvdelen af alle kyst- og naturturister går ture, og at en tredjedel af både danske og udenlandske besøgende siger, at de tager egentlige vandreture i naturen.

Det er derfor tankevækkende, at det er meget småt med analyser og research, som belyser vandringens anatomi og betydning for dansk turisme. Når vi i forbindelse med denne foranalyse har researchet og interviewet eksperter og aktører inden for vandreturisme, er der mere tale om anekdotiske udsagn og kvalificerede fornemmelser hos aktørerne end valide data på potentialet og værdien ved vandreturisme.

## KYST OG NATURTURISTERS TOP 10 FERIEAKTIVITETER





Erfaringerne fra andre vandredestinationer viser imidlertid, at vandreruter kan skabe nye forretningsmodeller og vækstmuligheder for det lokale erhvervsliv. Og vandringen skaber ikke kun efterspørgsel efter vandrestøvler og Trangiasæt, men ofte også et sammenhængende økosystem af:

- **Forskellige typer af overnatningsmuligheder** – fra telte og shelters til B&B og hotel.
- **Forskellige typer af forplejning** – fra simple vandposter og madpakker til kølig hvidvin og lokal gastronomi.
- **En vifte af services som vedligehold og driftsservice** af faciliteter, bagage-transport, parkering samt udbud af all-inclusive pakker mv.

Økosystemet skaber således også en afledt økonomisk vækst i andre brancher i form af efterspørgsel i den lokale bygge- og håndværkerbranche, når overnatningskapacitet skal vedligeholdes og udvides eller i den lokale detailhandel, når vandreturister provianterer drikkevarer og mad.

Vandreturismen skaber desuden grundlag for nye typer af mikro- og eventvirkosomheder, som det fx er tilfældet på Bornholm, hvor eventbranchen har oplevet vækst ifm. at skabe outdoor- og vandreaktiviteter: "Outdoor aktører har betydning for lokal udvikling.

*"Deres bidrag rækker ud over ren omsætning"* er overskriften på en Center for Regional Turisemeforsknings analyse af outdoorturismen på Bornholm. Her er konklusionerne, at outdoorturisme i høj grad skaber job og udvikling af landdistrikter, og at det især gavner mikro-iværksættere og frivillige (især de mindre eventarrangører), som engagerer sig i udviklingen af lokale aktiviteter, og dermed styrker den lokale vækst i landdistrikterne.

Det er helt tydeligt i vores interview med danske vandredestinationer, at de har erfaret, at kvalitetsvandreruter som f.eks. Mols, Møn, Sønderjylland og Vadehavet bidrager til...

- Øget overnatningskapacitet,
- Styrket forplejningstilbud og turismeprodukter,
- Udvidelses af eksisterende turismetilbud i området,
- Knopskydning af nye tilbud skabt af iværksættere uden turismebaggrund.

**→ For Vandrelandet Selandia bør ambitionerne være at skabe erhvervsnetværk, forretningsudviklingsforløb for allerede etablerede og nye aktører, der har lyst og incitamenter til at skabe nye turismeprodukter og vandreoplevelser langs Vandrelandet Selandias 100 km lange rute.**

## KRITISKE SUCCESFAKTORER

I vandreturismen er det som oftest naturen som trækker, mens originale og gode faciliteter øger oplevelsesværdien. Men hvad er de strategiske faktorer, som er afgørende for succes med en ny vandredestination?

På tværs af de interview vi har foretaget med aktører i DGI, Friluftsrådet, Dansk- Kyst og naturturisme og fra etablerede vandreruter, står det indledningsvis klart, at der skal være kritisk masse i vandreturismen for, at der kan opbygges økonomisk bæredygtige produkter og faciliteter. Omvendt er gode og ordentlige rekreative faciliteter, god service og (signatur)oplevelser også afgørende for attraktionskraften mod turister til vandredestinationer. Se Handleplan for outdoorturisme, 2020-2022.



Herudover har vi, på baggrund af interview med vandreorganisationer og aktører, udledt 6 kritiske punkter for succes for Vandrelandet Selandia som en kommende succesfuld vandredestination:

1. Et godt sammenhængende rute- og stisystem
2. Samarbejde og udvikling med lodsejere
3. International certificering
4. Excellente oplevelser
5. Gode rekreative faciliteter
6. Unikke oplevelser

De fem succeskriterier beskrives nedenfor.

## #1 SAMMENHÆNGENDE RUTE- OG STISYSTEM

Vandrelandet Selandia er et landskab, som er domineret af store godser og herregårde, hvis hovederhverv og indtjening er landbrug, jagt og skovdrift. Det betyder, at vandreruten generelt bevæger sig gennem store privatejede naturskønne og uforstyrrede områder og er præget af små landsbyer, som i dag er uden et egentligt forretningsliv og servicetilbud til turister. Området fra Enø i vest til Faxe Ladeplads i øst er især karakteriseret ved de fire pittoreske landskabstyper, som bindes sammen af områdets mange herregårdslandskaber. Området strækker sig smukt over 100 km med pletvise koncentrationer af kulturhistoriske oplevelser, overnatningsfaciliteter og forplejningstilbud, men har i dag ikke et forbundet sti/rutesystem.

Den tentative rute for Vandrelandet Selandia er lagt ud fra en ambition om:

- At ruten skal løbe igennem de mest attraktive landskaber
- At ruten skal indeholde områdets mest attraktive kulturhistoriske perler.
- At skabe en oplevelsesrig vandrerute via eksisterende og allerede etablerede stier, veje og markveje.

- At ruten let skal kunne forbindes til nuværende og kommende trafikale knudepunkter, således at der er mulige acces points på ruten fra større indfaldsveje, togstationer og områdets større parkeringspladser.

Den første opgave har været at trække en sammenhængende rute fra kyst til kyst på tværs af Faxe og Næstved Kommuner og forbinde det utal af naturstier, kyststier, landeveje, markveje og skovstier til et egentligt rute- og stisystem i en sammenhængende vandredestination.

Den største udfordring for den tentative vandrerute er, at en væsentlig del af ruten foregår på asfalt. Det er ikke et underlag, der rimer på en attraktiv vandresti. De vandrere vi har talt med fortæller, at det er hårdt at gå på og påvirker vandreoplevelsen negativt. Asfaltering inviterer også til biltrafik, som kan gøre det farligt og usikkert at vandre, og hvis der er for meget asfalt på ruten, betyder det endelig, at ruten ikke kan certificeres blandt de mest attraktive vandreruter.

## #2 SAMARBEJDE OG UDVIKLING MED LODSEJERE

Et stærkt partnerskab med områdets lodsejere er afgørende for udviklingen af Vandrelandet Selandia. I udarbejdelsen af denne foranalyse har der været en aktiv og konstruktiv dialog med de berørte lodsejere, som overordnet har en positiv indstilling til visionen og perspektivet med projektet.

Men dialogen har også vist vigtigheden af, at Vandreprojekt ikke bliver til et såkaldt nulsumsspil mellem private interesser på ene side og offentlighedens interesser på den anden. Det må med andre ord ikke blive sådan, at Vandrelandet fratager lodsejerne (ejendoms-)værdi. For at få lodsejernes støtte og engagement, skal projektet som minimum udligne et eventuelt værditab fra jagtrettigheder eller andet, ved at tilføre ny værdi for lodsejerne som Vandrelandet Selandia.



Vi har i forbindelse med lodsejerdialogen identificeret *ni take aways*, der er værd at tage med ind i de næste faser af samarbejdet med lodsejerne:

- 1. Frivillige og tidsbegrænsede aftaler:** Flere lodsejere er bekymret for, om varige interventioner på deres jord ift. anlæg af stier, broer og anden vandinfrastruktur vil være en byrde for fremtidige generationer/ejere. De ønsker derfor at sådanne aftaler skal være frivillige og tidsbegrænsede, og som sikrer at offentligheden ikke kan vinde hævd på adgang til områder mod lodsejers vilje eller langsigtede interesser.
- 1. Jagt:** For en gruppe af lodsejere er jagtrettigheder en vigtig indtægtskilde og forretningsmodel. Derfor er det vigtigt for lodsejere, at jagten ikke forringes med mindre, at det sker efter gensidig aftale og med økonomisk kompensation. Det betyder også, at vandreruten skal lukkes af i de perioder, hvor der er intensiv jagt. Det kræver omfattende formidling via en eventuel app for Vandrelandet Selandia samt de andre kommunikationsplatforme som websites og SoMe.
- 1. Flow og crowd control:** For alle lodsejerne gælder det, at de ønsker begrænset trafik og volumen af besøgende på deres jorde. Det skyldes for det første ønsket om privatlivets fred, for det andet hensyn til jagtindtægter, for det tredje ejendommenes herlighedsværdi (uforstyrret dyreliv) og endelig hensyn til ejendomsværdi, idet nogle lodsejere har en forestilling om at øget og betydelig trafik af besøgende har negativ indflydelse på ejendomsværdien.

Flere lodsejere abonnerer derfor på ideen om, at det vil styrke deres interesse og opbakning til projektet, hvis konceptet har en stram og fokuseret styring af vandreflow eller crowdcontrol.

**4. Code of Conduct og organisering:** Flere lodsejere abonnerer på ideen om, at det vil styrke deres interesse og opbakning til projektet, hvis der som en del af projektet vil være rangere og lign. Det er vigtigt for projektet, at der udformes et Code of Conduct, som lodsejerne kan se sig selv i, hvor deres interesser er afspejlet, og hvor lodsejerne er inddraget i denne proces. Vandreruter som Skjoldungernes land, Øhavsstien og i Egtvedpigens spor, har især i forbindelse med corona-epidemien oplevet en voldsom fremgang i besøgende på vandrestier og ruter. Det har også betydet, at de driftsmodeller og organiseringer bag vandreruterne flere steder har været under pres. Det gælder derfor ikke kun om at tiltrække gæster til vandredestinationer, der er også en væsentlig opgave i at styre og eventuelle i perioder, at begrænse besøg på vandreruten, således der er overensstemmelse mellem den fysiske kapacitet, driften og besøgstal.

**4. En stærk driftsorganisation efterlyses af flere lodsejere:** Organisationen skal have midler og kapacitet til at guide gæsterne, til håndtere affald og lignende, håndhæve og designe hensigtsmæssig adfærd, klare mindre vedligeholdelsesopgaver, håndtere offentlig kommunikation og formidling mv. Det er derfor vigtigt, at der opstilles en model, der dels sikrer projektets ambitiøse udvikling, men som også sikrer at projektet driftes effektivt på de faktorer, som er vigtige for lodsejere.



## CODE OF CONDUCT

En lang og god tradition fra alverdens nationalparker for at sikre hensigtsmæssig adfærd og forebygge konflikter i attraktive naturområder er de såkaldte *Codes of Conduct*. Code of Conduct er internationalt et udbredt værktøj til at kommunikere ordensregler og ønsket adfærd fra vandreturister.

Det er også et af kriterierne for Leading Quality Trails og Premium Wanderwege Europa, der som en del af certificeringen, kræver at der er udfærdiget og kommunikeret et Code of conduct.

De mest effektive Code of Conduct bliver udarbejdet i tæt samarbejde med vitale interessenter som lodsejere for at imødekomme deres behov og med lokale foreninger og naturentusiaster, der har stor erfaringer med og viden at beskytte områdets naturkvaliteter. [Se eksempel fra Nationalpark Vadehavet her.](#)



**6. Oplysning og respekt for naturen:** En del lodsejere har i løbet af COVID-krisen oplevet en ny bølge af vandreturister, som er ret natur-uvante på stierne. Det vil styrke deres opbakning til projektet, hvis konceptet indeholder et oplysende og dannende element, således at gæsterne bliver mere bevidste og vidende om naturens ABC, og på den måde nudger gæsterne til at de i højere grad skåner og respekterer naturen.

**6. Stolthed:** Flere af lodsejerne abonnerer på ideen om, at det vil styrke deres interesse og opbakning til projektet, hvis projektet kan være med at sætte området på landkortet og til at vække lokal stolthed omkring områdets natur og kultur. For nogle lodsejere vil de også påskønne, at netop deres ejendoms- og slægtshistorie kan blive udfoldet, som en del af konceptet. Det vil derfor være et aktiv for projektet, hvis der i formidlingen af natur og kulturhistorie bliver en væsentlig del af Vandrelandet Selandias DNA og den røde tråd gennem projektet.

**6. Økonomisk kompensation:** Især de lodsejere der ikke har turisme-økonomiske interesser, ser gerne at de kompenseres økonomisk for den brug og det potentielle slid, der kan ske på deres jord i forbindelse med en vandrerute. Det er vanskeligt at pege på konkrete modeller her for, men det kan eksempelvis ske ved, at lodsejerne betales for serviceopgaver, eller at kommunerne opkøber arealer eller adgangsrettigheder, hvis kommunerne har økonomisk og juridisk mulighed for det.

**6. Kommerciel udvikling gennem partnerskaber** kan skabe incitamenter for lodsejerne. Det starter med en udvikling af ideer til, hvordan etableres rentable turismeforretningsmodeller. Det kan eksempelvis være ved at der etableres overnatningsmuligheder i naturen, som tree-top houses, Tiny Houses, designer shelters glamping osv. Her har lodsejerne med deres spektakulære naturområder, uforstyrrethed og eksklusivitet en helt særlig konkurrencefordel.

### #3 INTERNATIONAL CERTIFICERING

Herhjemme er certificering og især international certificering er relativt nye fænomener, som er vokset frem efter årtusindskiftet. Selvom mærkning af ruter har eksisteret længe, har vi i Danmark ikke haft tradition for certificeringer af vandreruter baseret på specifikke kriterier for standard og kvalitet. I Danmark har vi derfor ikke et samlet og nationalt system, som fx i Schweiz og Holland, for vurderinger og certificeringer af de mere end 1600 vandreruter i Danmark.

De første vurderinger af danske vandreruter så dagens lys i 2009, hvor Dansk Vandrelaug indførte såkaldte Kvalitetsstier. Dansk Vandrelaug vurderer en vandresti som en kvalitetssti, når en sti løber gennem natur og væk fra trafikstøj og industriområder. Stien skal rumme en række oplevelser og underlaget skal foregå på naturlige stier og på så lidt asfalt som muligt. Stien skal være 4 – 20 km lang, og det skal være mulig at komme til og fra med offentlig transport.

På internationalt niveau er det især de europæiske *Leading Quality Trail* og tyske *Rundwanderweg*, som definerer landskabet, og de er godt på vej til at blive udbredt i Danmark.

De internationale certificeringsordninger tildeles på baggrund af en lang række objektive og ofte meget detaljeret kriterier, der på forskellige niveauer vurderer ruterne ud fra såvel tekniske vurderinger som konkrete vurderinger helt ned på hver kilometer på vandreruten.





- I 2015 godkender *European Ramblers Association* Gendarmstien i Sønderjylland, som den første Leading Quality Trail i Danmark.
- I 2016 kommer den første vandresti i Danmark som er certificeret som *Premium Rundwanderweg* og godkendt af *Deutsches Wanderinstitut*.
- Senest, I juni 2022 blev den 14 km korte vandrerute Klintekongens Rige på Møn udråbt til Europas bedste vandrerute af netop *Deutsche Wanderinstitut*.

Udnævnelsen er udtryk for, at der i det danske vandrelandskab vil komme flere certificeringer fra de mest anerkendte systemer, som *The European Ramblers Associations*; Leading Quality Trail og Premium Rundwanderweg som godkendes af *Deutsches Wanderinstitut*.

Det er vurderingen blandt vores interviewkilder, at certificering er vigtigt for at få international synlighed og langsigtet kvalitet i vandreoplevelsen, men det er ikke alene afgørende for en vandrerutes succes.

→ **For Vandrelandet Selandia bør det være et strategisk mål at opnå international certificering. Det vil øge synligheden af ruten og understøtte den langsigtede kvalitetsudvikling i ruten. Men det er en tids- og ressourcekrævende proces, som Selandia i sit udgangspunkt er ret langt fra at kunne opnå.**



Et kardinalpunkt for certificeringen er imidlertid selve rutens belægning. Dansk Vandrelaugs kriterium er, at maksimalt 30% af vandrerutens belægning må være på asfalt. I arbejdet med denne foranalyse, har vi imidlertid opmålt ved hjælp af GIS-kort, at den nuværende ruteføring asfalteringsgrad er på over 50%.

Det betyder, at den tentative rute er ret langt fra certificering med den nuværende belægning – selv efter lempelige kriterier. Den procentvise grad af asfaltbelægning vil dog over tid kunne reduceres ved at flytte dele af ruten fra offentlig vej eksisterende offentligt tilgængelige stier til og ved at etablere nye trampestier, skovstier og andre stier med anden belægning.

Endelig vil en forskydning af den tentative rute, som er lagt med denne foranalyse, til en certificér bar rute kun kunne ske i tæt dialog og forståelse med de private lodsejere.

Alt i alt er det derfor vanskeligt at give et realistisk bud på, hvor meget der skal til at løfte certificeringsopgaven – både hvor meget der skal investeres i de eksisterende stiers infrastruktur og skiltning, og hvor meget der skal afsættes til nye rekreative faciliteter og andre forhold for at komme i mål med en certificering fra såvel Dansk Vandrelaug som en af de internationale certificeringsordninger.

#### **#4 EXCELLENTE OPLEVELSER**

Der er allerede en god og attraktiv overnatningskapacitet og forplejningstilbud i det område som Vandrelandet Selandia bugter sig i. Tilbuddene henvender sig til et bredt publikum og med et varieret udbud af camping og shelters, B&B, hoteller og vandrehjem, feriecentre samt lejhuse og lejligheder.





På halvøen Feddet finder man "Feddet Strand Resort", der tilbyder en lang række aktiviteter og oplevelser såsom camping, ridning, badning, roning, lystfiskeri, legeplads og junglebane. Der er en velbesøgt feriedestination for særligt børnefamilier. Som en del af Camp Adventures oplevelsesudbud kan man overnatte i unikke glamping-telte midt i skoven tæt på Skovtårnet. Teltene er inspireret af den mongolske jurte og er indrettet med fokus på naturen. Teltene er isoleret, opvarmet og der er tilknyttet privat badehytte.

Samlet set har Vandrelandet allerede et varieret udbud af overnatningskapacitet, og den er i overvejende grad koncentreret omkring de bymiljøer, som ligger langs ruten, - Næstved, Karrebæksminde, Haslev, Faxe, Faxe Ladeplads og Rønnede. Det er kun Feddet og området omkring Camp Adventure med skovtårnet, hvor der er overnatningskapacitet af en vis størrelse uden for byerne på strækningen.

Det vil givetvis være hensigtsmæssigt med flere mindre tilbud om overnatning langs den kommende rute, hvor også udbuddet af lokale spisesteder, kaffe- og madudsalg mv. vil kunne styrke den samlede vandreoplevelse. Her er undtagelserne Feddet Camping og området omkring Gisselfeld Kloster, hvor der et Orangeri tilknyttet klostret, restauranten Villa Gallina i den nærliggende Hesede Skov samt de forskellige pop-up køkkener på Camp Adventure ved Skovtårnet.

Der er strækninger på ruten, som i dag bedst kan beskrives som turismemæssigt ingenmandsland. Her kan man arbejde for at stimulere spirende nye tilbud i lokalmiljøerne og på gårdene mv. Erfaringen fra andre ruter som eksempelvis Gendarmstien i Sønderjylland, Vandrestierne i Nationalparken Mols Bjerge og Bornholms Kyststi samt Camønoen er, at de stille områder langsomt men sikkert oplever en knopskydning af forplejnings- og overnatningstilbud. Her er det både de etablerede turismeaktører og mikro-iværksættere, som har fået gavn af ruternes stigende popularitet.



## CAMPING OG SHELTERS

1. Heinos camping
2. Feddet Strand Resort
3. Feddet naturlejeplads
4. Faxe Ladeplads camping
5. Glamping Camp Adventure
6. Nåby Camping Æblehaven
7. Autocamperplads, Næstved
8. Shelterplads, Næstvedkanalen
9. De Hvide Svaner Camping
10. Vesterhave Vingaard shelterplads
11. Enø camping

## B&B, HOTELLER OG VANDREHJEM

1. Hotel fjordkroen
2. Slangerupgaard Hotel og Kursuscenter
3. Gry b&b
4. Recharcing b&b
5. Casa Betuila b&b
6. Kærskovgård ferieejligheder
7. Danhostel Faxe
8. Karolines b&b
9. Tokkeruplund Farmhotel
10. Dalby hotel
11. Aagaarden b&b
12. Det gamle apotek
13. Gartnerens logi
14. Edelsminde b&b
15. Villa Sofie b&b
16. Emmauls b&b
17. Hesede Hovedgård b&b
18. Mollis b&b



## FERIECENTRE & LEJLIGHEDER

1. Strandhuset Caroline
2. Strandhuset Amalie
3. Folehavegaard ferieejligheder
4. Smålandshavet ferie & konferencecenter
5. Feriepartner Karrebæksminde
6. Danland Karrebæksminde
7. Sophienlyst



19. Holme-Olstrup b&b
20. Gården på bakken
21. Korshøjgaard b&b
22. Depotet i Selby b&b
23. Kysegård b&b
24. Kalbyrisvejens b&b
25. Hanne og Johan Rasmusen
26. Kirsten Meyhogg og Thorkild Nielsen
27. Hotel vinhuset
28. Hotel Kirstine
29. Birgit Overgaard b&b
30. Marielyst b&b
31. Dhyrs b&b
32. Noregårdens b&b
33. B&b enø
34. Enø bageri b&b
35. Den gamle købmandsgård
36. Bjarne Nielsson b&b
37. Vesterhave Vingaard



Der er således et potentielt forretningsgrundlag for både eksisterende turismeaktører, men også nye mikro-iværksættere, der kan blive inspireret til at starte B&B, kaffeboder, madpakkesalg mv. Det kan handle om at private i perioder udlejer værelser, hele huse, stalde eller shelters. Eller de mere etablerede udbydere kan tilbyde glamping og spise- eller kulturoplevelser.

Endelig skal der med tiden etableres servicetilbud som forplejning og transport af personer og bagage. Interview med aktører fra Gendarmstien, Marksstien og Mols Bjerge bekræfter alle, at service og transport er vigtigt for at skabe sammenhængende tilbud om vandreferie, når der ikke vandres på cirkelruter – se blandt andet evalueringsrapport udarbejdet for Camønoen (2021).

**→ Hvis Vandrelandet Selandia skal være en attraktiv vandrerute for de vandreturister, som ikke bare tager en dagsvandring, er der behov for at udvikle flere lokale overnatningstilbud og forplejningskapacitet langs ruten. Det aktuelle udbud af mindre hoteller, B&B, shelters og glamping vil næppe være tilstrækkeligt, men det vil formentlig spire i takt med at vandreruten etableres og benyttes af stadig flere vandrere. Men det vil også være en fordel for projektet, hvis Næstved Kommune og Faxe Kommuner i samarbejde med VISM fremmer udviklingen med almindelige midler til erhvervs- og turismefremme.**

## #5 REKREATIVE FACILITETER

I dag fremstår Vandrelandet Selandia ikke som et sammenhængende sti- og rutesystem. Der mangler dels et samlende greb om rutens koncept og identitet, men også fysisk infrastruktur, faciliteter, skiltning og formidling, hvilket alt sammen er fundamentale elementer for en attraktiv vandredestination.

Der er bred enighed blandt interviewpersonerne om, at gode vandreruter skal tilbyde hyppig adgang til forskellige faciliteter langs ruten. Det kan være pause- og madpakkesteder med borde- og bænke, bålpladser samt stationer med formidling af den lokale historie og natur.

Selve rutens beskaffenhed skal være god og tilbyde tilgængelighed og udsigt til naturperler. Det kan eksempelvis indebære, at der skal anlægges små broer over vandløb, bygges boardwalks i våde områder, etableres adgang til fugletårne og udsigtsplatforme, bygges fiskebroer ved områdets søer eller etableres bålpladser med udsigt.

Skiltning og afmærkning er rygraden på enhver vandrerute. Det bidrager til andet og mere end vandrernes wayfinding – det hjælper også til at brande ruten for vandresegmentet, og det bidrager til at vandrerne holder sig til de anviste stier og ruter og ikke bevæger sig ind på landbrugsarealer, jagtområder eller krænker lodsejernes privatliv.

**→ Som en af de første aktiviteter, når ruten er helt fastlagt, skal der udvikles et solidt og intuitivt wayfinding system med skilte og jævnlige markeringer i landskabet.**



## #5 HVAD KAN MAN OPLEVE?

Sydsjælland har i dag godt med attraktioner og lokker ikke mindst med sine natur- og kulturattraktioner:

- Blåbæk Mølle som er kåret til Danmarks tredje smukkeste mølle,
- De kulturhistoriske Museer i Faxe og Helliggårdsmuseet i Næstveds omfattende middelalderby,
- Strandene ved Enø er i sommerperioden velbesøgte,
- Kanoturisterne fylder godt i Susåen,
- Bonbon-land trækker også flere hundredetusinde gæster årligt,
- Geomuseum Faxe og Faxe Kalkbrud har årligt besøg af titusindvis af gæster, der gerne vil grave forhistoriske fossiler af levn fra kæmpe hajer,
- Herregården Gisselfeld og Gavnø Slot har adgang til deres haveanlæg og inviterer gæster til at opleve de historiske rammer.

Inden for de senere år har området fået tilføjet to store turismeattraktioner. Den ene er Skovtårnet og Camp Adventure ved Gisselfeld, som i løbet af tre år, har haft mere end 1 million besøgende. Den anden nye og meget anmelderroste turistattraktion i området er Holmegaard Værk, som er et nyt og tidssvarende museum, som trækker knap 80.000 besøgende om året.

I arbejdet med denne foranalyse har NORRØN arkitekter og Group NAO arbejdet med tre lag i oplevelsen af Vandrelandet Selandia, der potentielt kan øge rutens attraktionsværdi og understøtte oplevelsen af den omkringliggende natur og kulturhistorie.



### REGIOMATER

Såkaldte "regiomater" står på mange vandreruter i Alperne og i Norditalien. Automaterne tilbyder lokale mad, råvarer og drikke, og i nogen tilfælde også lokalt kunsthåndværk. Her i Spessart, Tyskland.



## TRE OPLEVELSESLAG I SELANDIA

- 1. ORIGINALE BRUGEROPLEVELSER:** Tilgængelighed, design og funktionalitet er nøgleord i brugeroplevelsen. Her er fokus på oplevelsen af at bruge rutens infrastruktur såsom hvile og knudepunkter, toiletter, formidlingsstationer og udsigtspunkter. De skal være gennemtænkte og veldesignede. De må også gerne være multifunktionelle. De skal skabe adgang og tilgængelighed til naturen, men også gerne åbne op for nye perspektiver visuelt og forståelsesmæssigt.
- 2. UNIK OVERNATNING** baseret på designprincippet om stedsspecifik og utraditionel arkitektur. Som tidligere beskrevet er der stor efterspørgsel efter skæve og utraditionelle overnatningssteder som såsom tiny-houses, tree-top houses, husbåde, træhytter, tårnværelser og nomadetelte mv., der giver en særegen oplevelse og eksempelvis er med til at iscenesætte landskabet og dyrelivet.
- 3. FORMIDLING BASERET PÅ DE TRE P'ER:** Positive forstyrrelser, Pudsighed og Posering er midlet til at skabe æstetisk eller kunstnerisk form og værdi, som understøtter stedets identitet og koncept. Det er samtidig elementer, som skal medvirke til at gøre oplevelsen af netop Selandia anderledes og mere original end andre ruter.

Foto: VISM



## ET STYKKE VEJ ENDNU

Hvor langt er Vandrelandet Selandia fra at kunne åbne? Hvor meget skal der investeres i infrastruktur, oplevelser og formidling? Og hvornår er ruten en succes?

Vurderingstabellen nedenfor er et eksempel på hvordan man kan arbejde med vurdering af ruten og dens etaper. Vurderingen tager udgangspunkt i certificeringernes kriterier, hvor de tre principper er:

- Infrastruktur og formidling
- Service
- Signatur

En grøn prik betyder, at kriterier i høj grad er opfyldt, gul er delvist opfyldt, men kræver forbedringer og yderligere investeringer. Rød er på ingen måde opfyldt.

Det anbefales at lave en nulpunktsanalyse for at vurdere rutens nuværende niveau, og hvad der skal til før, at den kan blive en attraktiv vandrerute.
















Photo: Karen Emsley/Unsplash



# VURDERING AF SELANDIA

Vurderingstabellen anvendes på de enkelte etaper. En grøn prik betyder, at kriterier i høj grad er opfyldt, gul er delvis opfyldt, men kræver forbedringer og yderligere investeringer. Rød er på ingen måde opfyldt. Teksten under under VURDERING er her blot dummy-tekst.

INFRASTRUKTUR & FORMIDLING			SERVICE			SIGNATUROPLEVELSER		
KRITERIER	SCORE	VURDERING	KRITERIER	SCORE	VURDERING	KRITERIER	SCORE	VURDERING
<b>TRANSPORT</b> Ruteudsnittet indeholder gode transportmuligheder til og fra ruten.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus	<b>TILGANG TIL VAND</b> Ruteudsnittet indeholder offentlige vandposter, placeret med jævne mellemrum langs hele strækningen.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus	<b>NATUROPLEVELSER</b> Ruteudsnittet indeholder smukke landskaber og naturoplevelser der er unikke for denne del af ruten.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus
<b>BELÆGNING</b> Ruteudsnittet indeholder gode belægningsforhold under hele strækningen.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus	<b>TILGANG TIL TOILETTER</b> Ruteudsnittet indeholder offentlige toiletter, placeret med jævne mellemrum langs hele strækningen.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus	<b>ATTRAKTIONER</b> Ruteudsnittet indeholder unikke attraktioner, som bidrager til at berige vandreoplevelsen på en kunstnerisk, sanselig, eller fysisk stimulerende måde.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus
<b>FORMIDLING</b> Ruteudsnittet indeholder skilte, informationstavler og pejlemærker langs hele strækningen.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus	<b>PAUSESTEDER</b> Ruteudsnittet indeholder pausesteder med mulighed for afslapning, ly og læ med jævne mellemrum langs hele strækningen.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus	<b>TRANSFORMATIVE OPLEVELSER</b> Ruteudsnittet indeholder transformative oplevelser, der bidrager til læring og ny indsigt.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus
<b>PRIVAT/OFFENTLIG JORD</b> Ruteudsnittet ligger primært på offentlig jord.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus	<b>OVERNATNING</b> Ruteudsnittet indeholder overnatningsmuligheder i form af shelters, glamping eller lignende der understøtter oplevelsen og narrativet for ruten.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus	<b>KULTURHISTORISK FORMIDLING</b> Ruteudsnittet formidler kulturhistorien på en berigende og betydningsfuld måde.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus
			<b>SERVICE</b> Ruteudsnittet indeholder bespisningsmuligheder og lignende udbud.		Officipsam audae. Obisim nonsed quassumetum es erspita vent audis dolupitibus			



Vurderingen er, at der kan være store forskelle på tværs af de 100 km, men der er grundlæggende et godt fundament for at skabe en attraktiv rute på tværs af det sydlige Sjælland. På store strækninger er der behov for udvikling af overnatningskapacitet, service- og forplejningstilbud, investeringer i rekreativ infrastruktur, skilte- og wayfinding mv. Det er som nævnt også nødvendigt at reducere antallet af kilometer, hvor belægningen er asfalt.

## HVEM SKAL VANDRE I VANDRELANDET?

Som nævnt er vandring blevet et mainstreamfænomen både som ferieaktivitet og uden for ferieperioderne. Men der er forskellige motiver og måder at vandre på bag den samlede bevægelse.

På baggrund af research og interview opsummerer vi i det følgende vandresegmenterne ud fra deres motiver, adfærd og præferencer. Indledningsvis har analysebureauet BARK beskrevet tre vandresegmenter i en foranalyse til udvikling af Hærvejen, som flere interviewpersoner henviser til:

- De "hårde" vandrere
- De "lette" vandrere
- De "hårde komfortvandrere"

I krydset mellem vores analyse af selve rutens beskaffenhed og BARKs kategorisering ovenfor, er det klart at Selandia i sit udgangspunkt primært henvender sig til "de lette vandrere". De "lette vandrere" udgør langt den største del af vandrere (70-80) pct. og udgør derfor den kritiske masse for besøgende.

### DE 'HÅRDE' VANDRERE

- Går ca. 15-20 km om dagen på deres vandreferie
- Vandring er det primære formål med turen
- Efterspørger typisk ruter fra A til B
- Overnatter gerne primitivt og går ikke op i kvalitetsforplejning
- Udgør mellem 10% og 20% af vandreturisterne i Danmark

### DE 'LETTE' VANDRERE

- Går minimum 5 km en enkelt eller få gange i løbet af deres ferie
- Vandring er én blandt flere ferieaktiviteter
- Efterspørger typisk rundture
- Overnatter i samme feriebolig / er lokal beboer
- Udgør mellem 80% og 90% af vandreturisterne i Danmark

### DE 'HÅRDE KOMFORTVANDRERE'

- Minder om de 'hårde vandrere' i forhold til distancer, rutetyper og formål med at vandre, MEN:
- Efterspørger overnatning og forplejning på et vist komfort- og kvalitetsniveau
- Efterspørger pakked løsninger med bagagetransport og overnatning

Kilde: BARK Rådgivning



Derimod er "de hårde komfortvandrere" langt mere interessante fra et vækstperspektiv. De er en form for *emerging market* og har den bredeste efterspørgsel af turismeprodukter. De vandrer gerne over flere dage og er villige til at betale for oplevelser og ekstra komfort – og har dermed højere døgnforbrug.

De fem designprincipper angivet i kapitel 1 og de konkrete oplevelsestyper som overnatningsoplevelser, infrastrukturelle oplevelser og formidlingsoplevelser imødekommer i høj grad de hårde komfortvandreres behov og efterspørgsel.

Konklusionen er, at Selandia i sit udgangspunkt bør henvende sig til de lette vandrere, men gradvis bør rette fokus mod de hårde vandrere i takt med at rutens koncept og oplevelsestilbud introduceres.



KAPITEL 3

# 9 TRÆDESTEN TIL VANDRELANDET SELANDIA



# 9 TRÆDESTEN TIL VANDRELANDET SELANDIA

**Vejen til en succesfuld realisering af en vandrerute i særklasse kræver en entreprenant, nytænkende og professionel organisering, som hviler på et stabilt ejerskab fra Næstved og Faxe kommuner. I udviklingsfasen er der brug for et tæt projektsamarbejde mellem de to kommuner, senere, i driftsfasen kan der eventuelt etableres et mere fast sekretariatsmodel, der kan varetage drift og vedligehold. I hele processen skal der holdes fokus på vandreturisternes behov samt vigtigheden af samarbejdet med lodsejere, lokale erhvervsdrivende og lokalbefolkningen i øvrigt. På baggrund af erfaringer fra andre vandredestinationer, desk research og stakeholder interview har vi identificeret 10 trædesten til realisering af Vandrelandet Selandia.**

## **# 1 PROJEKTEJERSKAB**

Det er nødvendigt med et stærkt ejerskab fra de to kommuner samt VISM, hvis Vandrelandet Selandia skal realiseres. Indledningsvis bør de to kommuner forpligte sig til projektet med politisk beslutning, hvorefter der kan etableres en fælleskommunal projektramme med flerårigt finansieringsgrundlag og klart kommissorium.

På baggrund af gennemførte interviews samt vores research i anbefales således et projektpartnerskab som model for det kommende udviklingsarbejde.

Projektpartnerskabet er ikke selvstændig juridisk enhed, men et projektsamarbejde mellem mellem de partnere, der har politisk ejerskab og ressourcer til at udvikle projektet. Projektsamarbejdet baseres på et velbeskrevet kommissorium med en fælles vision, mission og formål, som grundlag for vandrerutens udvikling og etablering. Her vil det være de to kommuners tekniske forvaltninger som er projektpartnere og i de kommende år have ansvar for videreudvikling af projektet – herunder rekreativ infrastruktur.

Senere i projektet skal der tilknyttes organisationer med relevante kompetencer og netværk – ikke mindst til markedsføring og udvikling af erhvervsnetværk mv. Ved Gendarmstien i Sønderjylland eksempelvis er det VisitSønderjylland, der står for udvikling og markedsføring og den digitale infrastruktur af vandreruten, mens det er Aabenraa og Sønderborg Kommuner, der drifter og vedligeholder den.



## # 2 PROJEKTGRUPPE

Når der forventeligt er skabt politisk og økonomisk opbakning til projektet, skal der etableres en projektgruppe, hvor Faxe og Næstved Kommuner er de primære partnere. Projektgruppen vil tegne projektet i offentligheden og være drivende i realiseringen af ruten. Gruppen vil således være nexus for projektets mange interessenter og varetage både brugerinddragelse og udviklingsaktiviteter. VISM samt lokale foreninger og netværk bør således med jævne mellemrum inviteres med i projektmøder og samarbejdscirkler.

Projektgruppen bør søge eksterne projektmidler fra fonde samt relevante offentlige puljer til blandt andet at udvikle signaturoplevelser, formidlingsaktiviteter, branding og wayfinding.

Foruden koordinering for projektets interessenter vil gruppen skulle forestå, bruger- og borgerinddragelse, opstart og udvikling af erhvervsnetværk samt forretningsudvikling, branding og markedsføring (se nedenfor).

## # 3 FINANSIERING

Projektgruppen får en vigtig opgave i at sikre Vandrelandet finansiering fra filantropiske fonde og offentlige puljer. Midlerne skal supplere kommunernes forpligtigelse til at investere i rekreativ infrastruktur og faciliteter, idet fondsbevillinger ofte er betinget af projektejernes engagement og medfinansiering.

Der er en række finansieringskilder, som kan være relevante for Vandrelandet afhængig af aktiviteten, der søges tilskud til. Udover de filantropiske fonde kan det eksempelvis være statslige tilskud fra statslige støtteordninger som administreres af Naturstyrelsen og Erhvervsstyrelsen samt mellemstatslige EU-puljer som fx EU's Regionale Udviklingsfond. I arbejdet med at identificere relevante finansieringskilder til at udvikle og drive Vandrelandet Selandia bør projektsekretariatet, selv eller med rådgiverhjælp, udforme en fonds- og finansieringsstrategi for projektet.

Det fremgår imidlertid af DKNT rapporten om *Driftsmodeller af danske outdoor-faciliteter (2022)*, at det hidtil har været ret vanskeligt at rejse finansiering fra fonde til udvikling af rekreativ infrastruktur og facilitetsudvikling for outdoor-faciliteter. Det gælder i særdeleshed midler til selve driften og forvaltning af vandreruter og lignende. Det er derfor NAOs vurdering, at det kan være en fordel at udarbejde et samlende prospekt, som forhåbentlig kan danne grundlag for et partnerskab med en af de større fonde på området og som minimum kan sikre en grund-finansiering til de fysiske udviklingsbehov, som er identificeret i NORRØNs analyse af ruten.



## EKSEMPLER PÅ FONDSFINANSIERING

**Tøndermarksken og Rold Skov:** Nordea fonden er engageret i udviklingen af vandreruter flere steder i landet. Fonden støtter Danske Digterstier 22 steder rundt i Danmark herunder formidling af natur på stier i Tøndermarksken og ved det nye formidlingscenter, Regan Vest, i Rold Skov. Nordea fonden har også givet tilsagn til udviklingen af vandreruten Hærvejen, hvor der i samarbejde med kommunerne skal rejses et trecifret millionbeløb. Som et led i satsningen har fonden juli 2022 bevilget DKK 12,1 mio. til en sammenhængende visuel identitet og branding for Hærvejen. Endelig har Holmegaard Værk opnået støtte fra Nordea Fonden til etablering af kortere vandrestier omkring værket og Holmegaard mose.

**A.P. Møller Fonden** har i forsommeren 2022 bevilget DKK 16 mio. til Naturstyrelsen med henblik på at opføre 300 nye sheltere i statslige naturområder over hele landet. Det er tæt på en fordobling af det nuværende antal sheltere i Danmark. Som fonden skriver i deres pressemeddelelse; "De nye sheltere skal være med til at imødekomme den stigende efterspørgsel på udendørs overnatningstilbud. Sidste år bookede mere end en kvart million danskere en overnatningsplads i de statslige naturområder landet over"

Foto: VisitSønderjylland.dk



Som beskrevet ovenfor kan det være svært at rejse fondsfinansiering til rekreativ infrastruktur og drift af outdoorprojekter. Derfor er det en selvstændig pointe fra DKNTs rapport; Driftsmodeller for dansk outdoor (2022), at de kommunale partnere direkte eller indirekte medfinansierer etablering af den rekreative infrastruktur og egenfinansierer den drift og vedligeholdelse af stier, skiltning og faciliteter.

DKNT anbefaler de kommunale partnere servicere og forvalter den rekreative infrastruktur og signaturoplevelser på samme måde som kommunale idrætsanlæg serviceres og forvaltes. Det vil sige, at opgaverne lægges ind under de tekniske forvaltningers arbejdsområde og fremgår af de årlige kommunale budgetter. Det sikrer, at der udarbejdes planer for drifts- og vedligehold, og at der følger økonomi med på de årlige kommunale budgetter.

#### **# 4 LODSEJERFORUM**

Vandrelandret Selandia kan med fordel nedsætte et lodsejerforum, som har til formål at rammesætte samarbejdet med lodsejerne. Her kan man indgå konkrete aftaler omkring linjeføring, styring af gæsteflow, way finding, drift og vedligehold af faciliteter mv.

Der har i løbet af arbejdet med denne foranalyse været en tæt og konstruktiv dialog med lodsejerne, som har resulteret i den linjeføring præsenteret i kapitel 1. Det er aftalt, at den endelige linjeføring for ruten skal udvikles i enighed og tæt samarbejde. Målet er en linjeføring, som har stor oplevelsesværdi, og som samtidig tager udstrakt hensyn til de private og økonomiske interesser, som lodsejerne har på deres besiddelser.

#### **# 5 LOKAL INVOLVERING**

Vandrelandret Selandia skal være katalysator for lokal udvikling af fællesskaber, aktiviteter og erhverv. Det er visionen, at initiativerne skal komme både lokale og gæster til gode og fremme eksisterende og nye kvaliteter i oplevelsen af ruten.

I bedste fald skal ruten kunne interagere lokale borgere i fælles oplevelser af lokalsamfundet, hvor menneskelige møder er omdrejningspunktet. Det gælder om at kombinere og skabe en balance, der både sikrer at lokalbefolkningen oplever en tilført værdi i deres lokalsamfund, og hvor gæsterne oplever at have adgang til lokalsamfundets fællesskaber og kulturlandskab.

Det er erfaringen fra andre vandreruter i såvel Danmark som Sverige, at vandrerutens rekreative infrastruktur skaber værdi og nye oplevelses- og rekreative tilbud for blandt andre kommunale institutioner såsom skoler, daginstitutioner og lignende. De kommunale brugergrupper får eksempelvis adgang til shelters og naturoplevelser som før var utilgængelige. De lokale spejderforeninger drager nytte af den nye rekreative infrastruktur ligesom løbeklubber, vandrelaug og naturentusiaster får nye muligheder for at dyrke og styrke deres fællesskaber.

Den kommende udviklingsorganisation får en vigtig opgave i at facilitere brugerinvolvering, hvilket kan ske på en række måder og i allerede i rutens udviklingsfase. Orienteringsmøder, borgerworkshops, netværk og venskabsforeninger er alt sammen elementer i en proces, hvor det starter med information til lokalsamfundet, men gradvis bør bevæge sig i retning af medskabelse, deltagelse og medejerskab.



## #6 ERHVERVSNETVÆRK OG OPLEVELSESUDVIKLING

Det er som nævnt erfaringen fra andre vandreruter, at den stigende popularitet skaber en efterspørgsel af overnatnings- og forplejningsprodukter. Eksempelvis har Camønoen, Gendarmstien og Molsbjerge stierne skabt en knopskydning af nye mikro-virksomheder indenfor turisme- og oplevelsesprodukter. Vandrestien Mols Bjerge har med succes skabt et erhvervsnetværk for mere end 100 lokale virksomheder, som kapitaliserer på vandreruten i Mols Bjerge. Et lignende arbejde vil en organisation bag Vandrelandet Selandia skulle udvikle og drive.

Erhvervsnetværket kan med fordel aktiveres i udviklingen af alternative og skalerbare forretningsmodeller for lokale turisme- oplevelsesprodukter. Der kan eksempelvis arbejdes med andelsmodeller, socialøkonomiske modeller, livsstilsentreprenørskab, deleplatforme, organisering af lokale events mv. Der er mange muligheder – men modeller, aktiviteter og tiltag bør udvikles i tæt samarbejde med lokalsamfund og relevante interessenter.

Foruden erhvervsnetværket, vil der være en opgave i at skabe og indgå strategiske partnerskaber med lokale virksomheder og kulturinstitutioner om at udvikle formidlings- og oplevelsestilbud på vandreruten. Det kan eksempelvis være virksomheder som DOT eller DSB, og der kan etableres partnerskaber med landsdækkende organisationer om at afvikle forskellige typer af natur- og vandreevents og festivaler.

## # 7 PLACEMAKING

Under det samlede brand for Vandrelandet Selandia og langs hele den fysiske rute er der behov for en veltilrettelagt placemaking øvelse – det vil sige at manifestere steder med oplevelsesdesign.







Den tentative rute er naturligvis lagt med øje for områdets naturskønne punkter og rige kulturhistorie med eksempelvis stenalderpladser, middelalderbygninger, industrikomplekser, herregårde mv. Men der er også strækninger, som er monotone og som mangler oplevelseskvalitet. Placemaking er et middel til at både at bære det overordnede brand (rutens identitet) og til at manifestere de lokale fortællinger og oplevelser, hvilket bedst kan lade sig gøre med en udstrakt grad af borgerinvolvering.

Et godt eksempel på at placemaking og borgerinvolvering kan gå hånd i hånd er den svenske *maker* festival Arknat, hvor unge arkitekter udvikler originale shelters og outdoor faciliteter i et festivalformat. Se åbningstræk 5 senere i rapporten.

## #8 SELANDIA SKAL CERTIFICERES

Vandrelandet Selandia skal som nævnt arbejde hen imod at blive certificeret som vandrerute i international klasse. En certificering skaber et fundament og sikkerhed for, at vandreturisten får den bedste rekreative oplevelse, og den er en effektiv markering af, hvad man kan forvente af vandreruten. Certificeringer medfører, at der sker et kontinuerligt kvalitativt løft af den rekreative infrastruktur, faciliteter, skiltning og formidling på eksisterende stier og vandreruter. Certificering er samtidig effektiv markeds kommunikation, der er sammenlignelig med eksempelvis energimærkning af forbrugerprodukter.

## # 9 AUF DEUTSCH BITTE

Det tyske marked vil være vigtigt for Selandia af tre grunde. For det første er det et stort vandremarked i sig selv med over 40 millioner aktive vandrere, for det andet er tyskere det største segment af udenlandske turister i Danmark og i Sydsjælland, hvor de tegner sig for over 70% af alle udenlandske overnatninger. Med den længe ventede Fehmern-forbindelse som efter planen åbner i 2029, vil en overfart mellem kontinentet og Lolland blot tage 7 minutter i tog og 10 minutter i bil, hvilket vil bringe det store marked endnu tættere på.

Photo: Visitsønderjylland.dk

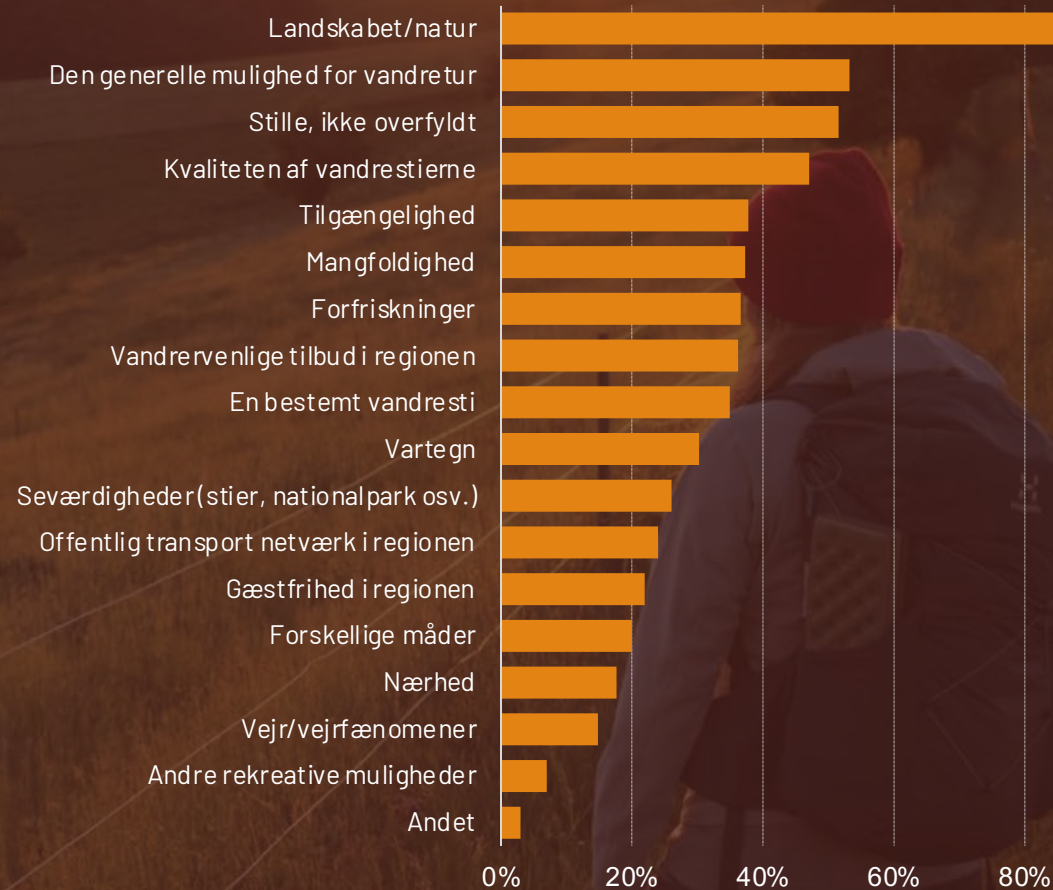


Derfor skal udviklingen af rutens markedskommunikation ikke alene tilrettelægges efter det danske hjemme- marked, men også målrettes et tysk publikum.

## TYSKE VANDRERE I BEVÆGELSE

Mere end 40 millioner tyskere vandrer regelmæssigt, og det afspejler også deres efterspørgsel efter aktiviteter på deres ferie. Universitetsforskning viser, at især det yngre segment af vandrere under 40 år har sat sig i bevægelse og opsøger vandreture i udlandet. Ifølge Deutsches Wanderinstitut er tyskerne ofte motiveret af ønsket om at lære lokale kulturer og mennesker at kende. Det er dog naturoplevelsen, som er det vigtigste for 95% af alle vandrere – herunder de danske kyster og fjorde, som er attraktive vandreoplevelser for tyske turister (især hvis man kan kombinere vandring og badeferie). En anden tendens blandt tyske vandrere er interessen for at stifte bekendtskab med lokal fødevarerkultur og gastronomi. Se faktaboks på næste side.

## KRITERIER FOR VALG AF VANDREDESTINATION



Wandertourismus in Deutschland 2018, BTE Tourismus- und Regionalberatung in Zusammenarbeit mit Deutschem Wanderverband



## FAKTA: DET TYSKE SEGMENT

- 70% af alle tyske vandrere foretrækker permanent indkvartering.
- 30% af vandrere nyder at gå ruter, som tager flere dage.
- 15% har behov for en eller flere bagagetransporter.
- Mange foretrækker at kombinere kortere vandreture med andre aktiviteter.
- Cirkulære vandrestier er meget populære, med en gennemsnitlig længde på 15 km.
- Opsætning af hvilebænke/sidde-/pausemuligheder på ruten er vigtig, men forsømmes på mange andre vandreruter.
- Mange yngre vandrere er interesserede i at opnå stempel med henblik på at få et vandrebevis.

Foto: ArkNat



## FEM MULIGE ÅBNINGSTRÆK

Som det fremgår af analysen ovenfor, forløber Vandrelandet Selandia over 100 km, og der er et betydeligt stykke vej til, at ruten er etableret som en unik og attraktiv vandreoplevelse.

Der venter et flerårigt udviklingsarbejde med alsidige udviklingsopgaver, hvor det kan hensigtsmæssigt indledningsvis at fokusere på såkaldte "åbnings-træk" – det vil sige projekter og initiativer, som med en rimelig ressourceindsats kan få udviklingsarbejdet rigtig godt fra start.

Nedenfor har vi opstillet syv oplagte åbningstræk, som er vores bedste bud på tiltag og investeringer, der bør prioriteres i de indledende faser.

### 1/ EN NY SIGNATUROPLEVELSE

Midt mellem Faxe Ladeplads i øst og Karrebæksminde i vest på Kobanke finder vi Sjællands højeste punkt. Punktet er i dag fuldt bevokset med træer, og det er ikke umiddelbart tilgængeligt. Det er derfor heller ikke et yndet udflugtsmål eller et punkt, hvor publikum flokkes om at tage billeder. Det bør overvejes at etablere en udsigtsplatform ved hjælp af en boardwalk mellem trækronerne på netop dette sted. Det vil give de vandrede mulighed for at skue Vandrelandet bugte sig fra kyst til kyst. Jorden er i dag ejet af Gavnø Slot, der er positiv overfor ideen.

### 2/ SPEKTAKULÆR OVERNATNING

Som beskrevet i analysen er der i disse år stor efterspørgsel efter utraditionelle og spektakulære overnatningstilbud. Langs ruten i Vandrelandet er der rige muligheder for at etablere unikke shelters, overnatning i *tiny houses* og lignende.





I det naturskønne område omkring Holmegaard Glasværk synes det oplagt at udvikle særegne og stedsspecifikke overnatningssteder, hvor hovedprincippet er, at overnatningsstedet er bygget i glas. Moselandet og glaskunsten hænger sammen på Holmegaard, som er et hot spot for glaskunst, design, lokalt håndværk. Der arbejdes allerede i dag med en række formidlingsfaciliteter og kunstinstallationer, der kan nyfortolke glaskunsten og udforske materialet. Det kan måske transformeres til et turismeprodukt ved at etablere et antal transparente overnatningsprodukter, der gør det muligt at opleve stjernehimlen og naturfænomenerne på en anderledes måde.

Også langs Susåens løb er der mulighed for at etablere overnatning i shelters på eller ved åens løb, hvilket vil give eksklusiv oplevelse af åens dyreliv og fauna, som eventuelt vil kunne kombineres med kanosejls og fiskeri.

Sidst, men ikke mindst er der muligheder i Hesede skov, som blandt andet rummer den mytiske Svenskerkløft og indbyder til overnatning i trætoppene. Overnatning i træerne er som nævnt blevet et eftertragtet tilbud i blandt andet Nordjylland, og det bør undersøges, om der kan findes en bæredygtig forretningsmodel for tilsvarende tilbud i Vandrelandet. Hesede skov er en mulighed.

### **3/ DEN DIGITALE RUTE**

Det er oplagt, at lancere en digital platform for Vandrelandet, som led i branding og historiefortællingen, der skal gøre ruten kendt blandt vandrefolket. Platformen skal naturligvis være mobil og kan eksempelvis rumme digitale kort over vandreruten, formidle lokale historier og rumme en *code of conduct* samt information om områdets natur- og kulturhistorie. Ideelt kan platformen udvikles i partnerskab med naturorganisationer eller vandrernes medlemsorganisationer.

I forbindelse med foranalysen har der været dialog med Skovforeningen, som er en interesseorganisation for private skov- og lodsejere. Skovforeningen har sammenfaldende interesser i tiltag, som øger oplevelsesværdien og åbner mulighed for at lodsejerne eksempelvis kan informere offentligheden om jagt eller andre aktiviteter, som vanskeliggør offentlig færdsel og ophold på deres jord. Skovforeningen forventer, at der kommer mange flere vandreruter og større publikumstrafik end tilfældet er i dag. En natur- og skov-app for Vandrelandet vil være et pionerprojekt, som efter implementering på Sydsjælland kan rulles ud i resten af landet.

### **4/ DANMARKS LÆNGSTE HÆNGBRO FOR GÅENDE?**

I Faxe ligger Danmarks største menneskeskabte udgravning, hvor man i mere end 100 år har udgravet kalk. Når man går ned i Kalkbruddet, befinder man sig på bunden af et 63 millioner år gammelt hav. For 63 millioner år siden var Faxe Kalkbrud nemlig dækket af vand, hvor kæmpehajer, krokodiller og mange andre eksotiske dyr svømmede rundt i. I dag er det et populært sted for fossiljagt, og mellem kalkdyngerne er der klare og smukke turkisblå søer, der får tankerne hen på så eksotiske steder som Maldiverne og Seychellerne.

Højdeforskellen til terrænet kalder på en installation, som eksempelvis kunne være en hængebro. Herfra vil den besøgende kunne få en storslået oplevelse af de stejle skrænter og turkisblå søer. Foruden at være en signaturoplevelse for vandrere, vil det formodentlig også kunne blive en stor attraktion fra andre turister i området og ikke mindst et yndet udflugtsmål for de fleste sjællændere. Hængebroerne kendes især fra Alperne, hvor enkelte er medfinansieret af EU-strukturfondsmidler (se f.eks. Val di Sole I Norditalien).



## 5/ CO-CREATION OG FEJRING

På vandreruten langs Kattegatleden i det sydlige Sverige, er der siden 2016 årligt blevet afholdt ArkNat.

ArkNat er en lille særlig festival, som ikke har mere end 30-40 frivillige deltagere, men som har stor oplevelsesværdi for rigtig mange vandrere og lokale, som bruger naturen i deres fritid. ArkNat samler studerende fra hele Norden i to uger, for at skabe shelters og overnatningssteder, der får natur og arkitektur til at smelte sammen. På to uger drømmer, designer og bygger deltagerne en håndfuld spektakulære, særegne og stedsspecifikke shelters, som de efterlader på stedet, hvor de er bygget. De arkitektstuderende får værdifuld erfaring og netværk, som de tager med tilbage til deres studier.

Vandrelandet vil kunne lave en tilsvarende festival i samarbejde med eksempelvis håndværksuddannelser og arkitekt- og designskoler, hvorved der årligt kan tilføjes en håndfuld shelters og pausesteder til ruten. Det betyder, at der på bare fem år vil kunne findes mellem 25-30 særegne overnatningsperler og pausesteder langs vandreruten. ArkNat er allerede i dialog om eventuelt at skulle etablere et søsterkoncept i Danmark og i forbindelse med foranalysen, har projektgruppen været i dialog med festivalen, som vældig gerne vil initiere konceptet som en del af Vandrelandet Selandia.









# INTERVIEWLISTE

1.	Anders Frandsen	CEO	Dansk skovforening
2.	Birgitte Lamp	Direktør	Nationalpark Mols Bjerge
3.	Carl Christian von Scheel-Plessen	Ejer	Saltø Gods
4.	Carina Ren	PhD, turismeforsker	Aalborg universitet
5.	Cathrine Riegels Guldbergsen	Ejer	Broksø Gods
6.	Carsten Thomsen	Udviklingschef	Spejdersport
7.	Christian Danneskjold Lassen	Ejer	Holmegaard Gods
8.	Christine Jürgensen	Projektleder	Dansk Natur og Kystturisme
9.	Claus Sager	Turismekonsulent	Tourism Insights (DE)
10.	Georg Klaus Ebert		Deutsches Wanderinstitut e.V Marburg
11.	Heinz-Dieter Quick	Prof. Dr. Dekan	Felia Univerity, Fakultät Verkehr- Sport-Tourismus-MedienSebastian
12.	Helle Reedtz-Thott	Ejer	Gavnø Slot
13.	Helle Schack	Projektleder, Gendarmerstien	Visit Sydjylland,
14.	Henrik Uldall Borch	Direktør	Bækkesgaard & Rosendal Gods
15.	Ivan Reedtz-Thott	Ejer	Strandgården, Feddet Camping
16.	Jens Risom	Godsforvalter	Gisselfeld Kloster
17.	Kristian Jager Nykrog	Politisk chef	Friluftrådet
18.	Keld Møller Hansen	Direktør	Museum SydøstDanmark
19.	Manual Andrack	Forfatter, vandrer	www.manuel-andrack.de
20.	Marie Lau	Vandreblogger og influencer	Camino Life, Frie Fodspor
21.	Martin Bjørklund	CEO	Arknat
22.	Ole Mørkeberg	Saltø Gods og Lejrchef,	De hvide svaner camping
23.	Per Rytter	Formand	Danmarks Jægerforbund



# INTERVIEWLISTE, fortsat

- |     |                       |                           |   |
|-----|-----------------------|---------------------------|---|
| 24. | Peter Amstrup-Kappel  | CEO                       | Bregtved Gods                           |
| 25. | Peter Saabye Simonsen | Sekretariatschef          | Naturpark Vadehavet                     |
| 26. | Rune Larsen           | Formand                   | Danmarks Naturfredningsforening Næstved |
| 27. | Sebastian Schmelzer   | Hiking Tourism Influencer |   |
| 28. | Søren H. Pedersen     |                           | Bregtved Gods                           |
| 29. | Thomas Schmidt,       | Konsulent                 | DGI                                     |
| 30. | Thomas Garth-Grüner   | Ejer                      | Sparresholm                             |



# KILDELISTE

1. Attraktioner i Danmark, Attraktionslisten 2021, VisitDenmark 2022,
2. Brugeroplevelser, markedsvurdering og anbefalinger til hvordan potentialet realiseres, Sydkyst Danmark, Rapport Camønoen 2.0, 2020
3. Danske digterruter, Nordea Fonden, 2021
4. Sjælland, Den Store Danske Encyklopædi, 1994
5. Drift af danske outdoor faciliteter, Dansk Kyst&Natur Turisme, DIF og On Trail, 2022
6. Epic Hikes Europe, Lonely Planet, 2021
7. Exploring the Diverse Motivations of Day Hikers: Implications for Hike Marketing and Management, 2019
8. Forest of Dean Sculpture trust, Dean Sculpture Trust, 2022
9. Fremtidens stier og ruter - strategisk udvikling af steder, Københavns Universitet & BARK Rådgivning, 2019
10. Gode vilkår for friluftsliv styrker bæredygtig turisme, Pressemeddelelse, Friluftsrådet ,2019
11. Grizedale forest in the heart of the Lake District World Heritage Site, Forestryengland UK, 2021
12. Grønne Partnerskaber, Naturstyrelsen, 2018
13. Handleplan for dansk outdoor turisme, Dansk Kyst & Naturturisme, 2020
14. Hikers' Motives for Choosing a Hiking Trails, Dep. of Econ., Faculty of Econ. and Management, Czech University of Life , 2014
15. Kortlægning og forslag til infrastruktur og logistik, Turisme Møn, 2021
16. Kyst- og Naturturister i Danmark, VisitDenmark, 2018
17. Market segmentation of trail visitors...., Florida national scenic trail marketing assessment, 2008
18. Møn som udviklingsøkonomi: Small is beautiful versus masse-turisme, 2021
19. Naturturismus in Deutchland 2016, BTE Tourismus- und Regionalberatung in zusammenarbeit in Deutchen Wanderverband, 2017
20. Ny viden fra Center for Regional- og Turismeforskning, 2020
21. Rekreative stier og ruter, erfaringer fra Tyskland, Holland, Schweiz, UK og Irland, Københavns Universitet og BARK, 2019



# KILDELISTE (2)

22. Service- og oplevelsesorienterede forretningsmodeller i naturparker, Naturpark Åmosen, RUC,
23. Stier. Set i et turisme-, sundheds- og bosætningsperspektiv, Niras, Mette Wessel Fyhn, 2020
24. Strategi for udvikling af Hærvejen, 2022-2025, Foreningen Udvikling Hærvejen
25. The End of Tourism as we know it, Wonderful Copenhagen, 2019
26. The \$ 10,000,000 OMG! Fund, Airbnb, 2022
27. Turismen i Danmark, VisitDenmark, 2022
28. Urban Turisme UT, Anne Britt Gran, Rita Westvik og Geri Holm, 2012
29. Vandreguide, din online hiking guide, 2022
30. Vandreture hitter - virksomheder satser på outdoor-turismen under og efter covid-19, Dansk Kyst & - Natur turisme & Aalborg Universitet, 2021
31. Vandretur på Gendarmstien, Vandretursguiden, 2022
32. Vi støtter gode liv, Det støtter vi, Nordea Fonden, 2022
33. Vandreturisme, Aktiv tematurisme i Region Syddanmark, 2014
34. Wandermonitor, Ostfalia Hochschule für angewendte Wissenschaften, 2019
35. Wandertourismus in Deutschland 2018, BTE Tourismus- und Regionalberatung in Zusammenarbeit in Deutschen Wanderverband, 2019
36. Ålandet, En vision for Skjern Å og dens vandopland, Herning Kommune, 2020



# APPENDIKS

- Bilag 1: Landskabsanalyse, Norrøn
- Bilag 2: Projektkatalog, Norrøn
- Bilag 3: Kort til lodsejere, Norrøn
- Bilag 4: Inspirationskatalog, Norrøn
- Bilag 5: Kriterier for European Ramblers Association
- Bilag 6: Tendensanalyse, Group NAO



# ABOUT

**VANDRELANDET SELANDIA** er udarbejdet af Norrøn arkitekter i samarbejde med Group NAO. Analysen er bestilt af Faxe og Næstved kommuner, Dansk Kyst og Naturturisme, Realdania samt VisitSydsjælland + Møn.

Udgivet oktober 2022.

**NORRØN**  
TERRITORY FOR DREAMING

**GROUP**  
**NAO**



**NÆSTVED**



**FAXE**  
**KOMMUNE**



**DANSK**  
**KYST & NATUR**  
**TURISME**



**SYDKYSTDANMARK**  
SYDSJÆLLAND & MØN