

# Her er UdiNaturen//Søhøjlandet ...

## Afrapportering af projektet



DEN EUROPÆISKE UNION  
Den Europæiske Fond  
for Regionaludvikling  
Vi investerer i din fremtid

Søhøjlandskompasset på Siimtoften i Ry

Marts 2012

# Indholdsfortegnelse

## Indledning

- Afrapporteringen
- Slutproduktet OplevGudena.dk
- Hovedkonklusion
- Bilag

## Redegørelse for proces, resultater og anbefalinger om fysisk standardisering – projektets synlige resultater

- BestigBjerger.dk
- StoRYturen.dk
- Fysisk standardisering
- Standardisering af QR-koder
- Netværket
- Webbaseret formidling af grøn naturturisme

## Redegørelse for anvendt teknologi, nyudvikling, udviklingsperspektiver og anbefalinger om digital standardisering

- Forudsætninger
- UdiNaturen.dk
- GuideDanmark / VisitDenmark
- Kort & Matrikelstyrelsen (KMS)
- HistoriskAtlas.dk
- Henvisningsapplikationer til mobilt website
- Push
- 1001 fortællinger om Danmark
- Visitgudena.dk
- Gudenaakomiteen.dk

## Natur og kulturhistorier

- OplevGudena.dk – natur- og kulturhistorisk formidling
- Formidling på 4 platforme
- Fokusgrupper

## Kommunikationsplan

## Regnskab

## Bilag 1. Procesbeskrivelse

## Bilag 2. Fokusgrupper

## Bilag 3. Netværksdeltagere

# Indledning

## Afrapporteringen

OplevSøhøjlandet har pr. 31. marts 2012 afsluttet projektet UdiNaturen//Søhøjlandet. Dette dokument er den skriftlige afrapportering af projektførelsen og resultaterne.

Afrapporteringen består af en selvstændig, kortfattet "pixi-bog" og denne mere uddybende redegørelse – herunder om IT, fysisk og digital standardisering, fremstilling af natur- og kulturhistorier, tilkendegivelser fra fokusgrupper og netværket om mobil formidling.

Der er endvidere udarbejdet en kommunikationsplan vedr. aflevering af produkter og en særlig afrapportering til relevante partnere. Kommunikationsplanen

*Slutproduktet i UdiNaturen//Søhøjlandet – det mobile website OplevGudena.dk*



rummer tillige en release eller en "indvielse" af slutproduktet OplevGudena.dk med præsentation for presse, borgere og interessenter, når den er helt klar.

Arbejdsfordelingen i arbejdet med afrapporteringen har været:

- Redegørelse for proces, resultater og anbefalinger om fysisk standardisering (tovholder)
- Redegørelse for anvendt teknologi, nyudvikling, udviklingsperspektiver og anbefalinger om digital standardisering (IT-leverandør)
- Natur- og kulturhistorier (tovholder og sekretariat)
- Kommunikationsplan (sekretariat)
- Regnskab (økonomisk ansvarlig)

Udviklingsprojekter om betalingsmoduler til mobiltelefoner (f.eks. overnatning, bådafgift lystfiskeri) og soldrevne ladestandere til mobiltelefonopladning kan blive oplagte følgeprojekter.

Afrapporteringen af den detaljerede økonomiske del (revideret regnskab) indsendes til tilskudgiverne ad de ønskede kanaler. Hovedtallene vil fremgå af denne afrapportering.

### Partnere bag UdiNaturen//Søhøjlandet:



### Bidragyderne bag UdiNaturen//Søhøjlandet:



## Slutproduktet OplevGudena.dk og projektet OplevGudena

OplevGudena.dk er et udtryk for et moderne bud på en publikumsvenlig visning af relevante data fra en række forskellige dataleverandører, når det handler om oplevelser i landskabet.

Når produktet er helt færdigt vises dynamiske data fra forskellige nationale og lokale dataleverandører samlet på et digitalt grundkort. Visningen kan ske både på computer og på mobile platforme (smartphones).

I sin næsten-færdige version inddrages OplevGudena.dk i et nyt projekt med betegnelsen OplevGudena – et projekt om oplevelser og formidling fra kilde til fjord. Dette projekt er støttet af Nordea-fonden og udføres af Naturstyrelsen, AQUA og VisitGudena. Styregruppen for OplevGudena har besluttet, at det vil være naturligt for OplevGudena projektet at varetage afslutningen af OplevGudena.dk, hvis det kan ske indenfor en rimelig økonomisk ramme.



Projektet OplevGudena løber over årene 2012-2013, og her kan OplevGudena.dk blive et centralt værktøj i formidlingen af Gudena som et samlet landskabs-element, der fra kilde til fjord har en samlet længde på næsten 150 km.

Arbejdsgruppen bag UdiNaturen//Søhøjlandet indgår også i OplevGudena's arbejdsgruppe. Også derfor er den en mulighed først at gå i luften med OplevGudena.dk, når dynamisk dataudveksling fra bl.a. VisitDenmarks og Naturstyrelsens databaser er mulig. Derved fastholdes kontinuiteten og OplevGudena.dk er sikret videre indholdsudvikling i OplevGudena.

### Hovedkonklusion

Forløbet med udviklingen af UdiNaturen//Søhøjlandet har vist, at der er en forståelse på vej, når det handler om at standardisere digital formidling samt forståelse for værdien af at kunne høste data dynamisk fra nationale databaser, så man kun skal vedligeholde data eet sted.

Imidlertid er der et stykke vej igen – bl.a. fordi mange projekter i dag bygger på lukkede IT-systemer, hvor man er afhængig af konkrete system-sprog eller en bestemt leverandør. Dette er en udfordring for de mange pulje- og fondsfinansierede projekter, idet puljer og fonde ofte finansierer paralleludvikling af de samme ting i forskellige projekter. Og derfor er markedet af forskellige applikationer, mobile websites m.v. på en måde overforsynet med projektspecifikke løsninger, som ikke bygger på fælles standarder.

En anden hovedproblemstilling er, at de nationale databaser kun netop har indledt beslutningsfasen, når det handler om dynamisk datadeling. Ejerskabet til data opfattes ofte som en ret eller pligt til at beskytte egne data mod visning i miljøer, man ikke har kontrol med. Derfor er der en tilbageholdenhed, når det handler om datadeling – uanset at relevante data ofte er ejet af det offentlige og derfor kunne være frit tilgængelige formidlingsdata for offentligheden.

Processen med UdiNaturen//Søhøjlandet har vist, at det er teknisk muligt at opbygge et landsdækkende og standardiseret formidlingskoncept på grundlag af open-source-systemer. Men førend positive beslutninger om datadeling er truffet kan løsningerne ikke fungere efter hensigten og risikerer at blive endnu et supplement til mængden af individuelle projektspecifikke IT-løsninger.

### Bilag

I bilag 1 gennemgås projektets historie kronologisk fra forprojektet i 2004/2005 til fremstillingen af slutproduktet, OplevGudena.dk. Der er tale om en meget langstrakt proces, som har været præget af strukturelle forandringer hos samarbejdspartnerne (kommunesammenlægningerne, fusionen af Skov- og Naturstyrelsen og By- og Landskabsstyrelsen til Naturstyrelsen etc.), hvilket har ført til, at indgåede samarbejdsrelationer flere gange er blevet overdraget til nye personkontakter, så det har taget tid at fastholde kontinuiteten i projektarbejdet. Ikke mindst fordi indgåede aftaler ofte ændres med nye ledelser, nye administrative arbejds-gange etc.

Endvidere har processen været præget af, at IT-udvikling generelt er meget hastig, så valg af løsninger kan være vanskelige at afklare, fordi nye og bedre løsninger hele tiden syntes at være på bedding. Det medfører succesive overvejelser om, hvorvidt den allerede lagte kurs er rigtig, eller om kursændringer er formålstjente for at sikre de valgte løsninger længst mulig holdbarhed.

Bilag 2 er en fremstilling af de anbefalinger, som fokusgrupper har givet vedr. fremstillingen af natur- og kulturhistorier.

Bilag 3 er en oversigt over de projekter og personer, der har været tilknyttet netværket "skal vi gå samme mobile vej ud i naturen?".

## Redegørelse for proces, resultater og anbefalinger om fysisk standardisering – projektets synlige resultater

I bilag 1 gennemgås projektets historie kronologisk fra forprojektet i 2004/2005 til fremstillingen af slutproduktet, OplevGudenaa.dk. De resultater, der er høstet i projektforsløbet gennem de sidste ca. 1,5 år, gennemgås nedenfor.

### BestigBjerge.dk

BestigBjerge.dk blev valgt som den første case i udviklingsarbejdet, da alle data i projektet var ejet af medlemmer af partnerskabet. Ved samme lejlighed blev projektet landsdækkende, og bjerge i Nordjylland og på Fyn kom med i konceptet.

Casen gik ud på at opbygge et mobilt website – et website, der både kan ses på computer og via mobiltelefonen. Der blev truffet et valg om at lave sitet på dansk.

Publikum bestiger de udvalgte bjerge i konceptet og indsamler for hvert bjerg 2 koder, som identificerer bjergets top og bund. Koderne er skjult en anelse, så der er lidt skattejagt i legen, men også så hærværk undgås. Ved at taste koderne ind på hjemmesiden el-

ler sende dem til hjemmesiden via mobiltelefonen kan man oprette sig som bjergbestiger med en e-mail og et bjergbestignersnavn som personlig identifikation. Højdemetre fra efterfølgende bestigninger akkumuleres løbende. Man kan se egne resultater, og når samtlige bjerge i konceptet er besteget, bliver bjergbestignersnavnet vist i Hall of Fame.

Siden det mobile website kom i luften den 1. februar 2011 og frem til denne afrapportering pr. ultimo marts 2012 har der været over 16.000 besøg på hjemmesiden – lidt over 1.000 besøg om måneden. Ca. halvdelen af de besøgende er tilbagevendende, hvilket understøtter ideen om, at man løbende vender tilbage for at registrere resultaterne.

Det er tydeligt, at der er flest besøg i forbindelse med indlemmelse af nye bjerge i konceptet, da der her har været stor lokal medieopmærksomhed. I sommerperioden er der lidt flere besøgende på siden end i vinterperioden. Over 95 % af besøgende er fra Danmark, mens nordmænd tegner sig som de flittigste udenlandske brugere. Det kan skyldes sproglige fordele og at konceptet BestigBjerge.dk har relation til den norske

forfatter Roger Pihl, der bl.a. har skrevet bogen "Guide til det danske høyfjellet".

BestigBjerge.dk besøges hyppigst af brugere fra Århus regionen. Dernæst følger København, Nordjylland, Vejle, Fyn og Ringkøbing. Der ligger flest bjerge i Søhøjlandet (Århus regionen) og enkelte i Nordjylland og på Fyn. Det er derfor interessant, at Københavnsregionen er repræsenteret blandt de mest besøgende, da det indikerer, at bjergbestigningen også tiltrækker folk langvejs fra.

Set over hele perioden har ca. 6 % af de besøgende anvendt mobiltelefon. I perioden februar til oktober var det dog meget begrænset hvor mange, der benyttede mobiltelefon, men i det seneste halvår er der en tydelig tendens til, at flere har opdaget muligheden og benytter sig af den i jævnt stigende grad. Pr. marts 2012 anvender over 15 % af de besøgende konceptet via mobiltelefonen.

Ca. 40 % af mobiltelefonbrugerne anvender Apple iPhone, og næsten 20 % benytter iPad.

Til BestigBjerge.dk er der knyttet en Facebook-gruppe, BestigBjerge, med pt 131 medlemmer. Facebook-gruppen udgør den blog-funktion, som mange moderne websites er udstyret med. Fordelen ved Facebook-gruppen er, at den er vedligeholdelsesfri for projektet BestigBjerge.dk, og at brugerne i forvejen kender teknikken bag indlæggelse af billeder og beskeder m.v. på Facebook.

På Himmelbjergets del af BestigBjerge.dk er der indlagt fire digitale fortællinger ved mindestenene for demokratiet i form af podcast på dansk, engelsk og tysk. Mængden af downloadede podcast opgøres for sig og indgår derfor ikke i besøgstatistikken for det mobile website. Det er vanskeligt at sige præcis hvor mange personer, der hører en downloadet podcast, da der

*Jyske Ås – nyt medlem af BestigBjerge-familien*



dels er mange forsøg på at downloade, som måske ikke lykkes, og omvendt kan flere lytte til en historie, når den først er hentet til mobiltelefonen.

Perioden, hvor disse historier har været i luften er fra primo oktober 2011 til ultimo marts 2012 – 6 måneder. Der er i perioden gjort lidt over 1200 forsøg på at downloade podcasts svarende til ca. 200 forsøg om måneden. 88 % af downloadningerne er de danske versioner, 7 % er engelske og 5 % er tyske. De mest populære historier om Blicherstenen, Tscherningstenen og Himmelbjergtårnet ligger alle langs hovedvandrerruten fra parkeringspladsen til tårnet. Den sidste historie om kvindernes valgret ligger lidt afslået.

Hovedkonklusionen på case 1 var, at det var muligt at opbygge et mobilt website, der kunne tilfredstille publikums brug, og at publikum i stigende grad anvender mobile enheder.



## StoRYturen.dk

StoRYturen er finansieret uden for regi af UdiNaturen//Søhøjlandet, men erfaringerne med anvendelsen af QR-koder i formidlingen indgår i denne afrapportering, da StoRYturen er opbygget på samme teknologi som BestigBjerger.dk. Medlemmerne af arbejdsgruppen bag UdiNaturen//Søhøjlandet var også alle involverede i udviklingen af StoRYturen, så det har været muligt at opfatte StoRYturen som en sideordnet case til UdiNaturen//Søhøjlandet.

StoRYturen består af 33 historier om Ry by. Historierne er indlagt på det mobile website [storyturen.dk](http://storyturen.dk), hvor man kan læse historierne, se billeder og printe. Hver historie er endvidere speaket og indlæst på hjemmesiden som podcast på dansk. I landskabet er historierne endvidere markeret på lokaliteterne via QR-koder, som publikum scanner for at få historien læst op "lige i øret". Der hører en folder til projektet med et oversigtskort over Ry by med markering af historiernes geografiske tilhørsforhold.

StoRYturen var i luften medio oktober 2011 og har således været i funktion i 6 måneder. Den er kun markedsført "midlertidigt" i forbindelse med indvielsen af Siim Skov i efterårsferien 2011, da den først er helt færdig, når engelske podcasts er indlæst og en sporeleg er udviklet for børn i april-maj 2012. Der har været ca. 150 besøgende i gennemsnit om måneden på hjemmesiden. Ca. 50 % af disse besøg har været via mobiltelefoner, hvor igen iPhone og iPad er de mest benyttede enheder med samlet 67 % af de mobile besøg. Den høje besøgsfrekvens med mobile platforme skyldes sandsynligvis, at man scanner QR-koderne med netop mobiltelefoner på de udvalgte lokaliteter.

Der er gjort næsten 3500 forsøg på at downloade podcasts svarende til ca. 600 om måneden eller ca. 20 om dagen i gennemsnit. Enkelte historier har en langt større popularitet end de øvrige, og det er overraskende, at en af de historier, som ligger afslået i forhold til hovedstinet, alene tegner sig for næsten



20 % af forsøgene. Det kan hænge sammen med, at netop den pågældende lokalitet er afbildet på forsiden af folderen om StoRYturen, og at den har stor nyhedsværdi, fordi skoven, hvor den ligger, er nyåbnet som offentlig skov med publikumsfaciliteter. Det understreges af, at en anden historie i samme skov tegner sig for 14 % af downloadningerne, mens den historie, som på forhånd forventedes at være den mest populære – nemlig historien om stationen, hvor der ofte er folk i nærheden, kommer ind på en tredjeplads med 10 % af downloadningerne.

Til StoRYturen er der opbygget en Facebook-gruppe lignende gruppen for BestigBjerger. Dog er denne Facebook-gruppe kun sporadisk markedsført og anvendes pt mest på forsøgsbasis som markedsføringskanal

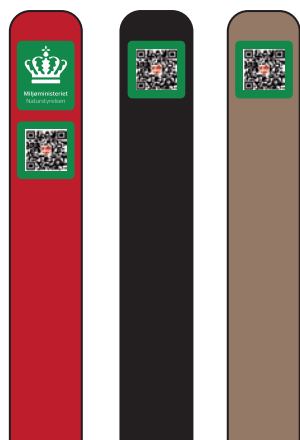
af Destination Skanderborg. Når StoRytturen er færdig og markedsføres til publikum, forventes der at komme væsentligt flere medlemmer i Facebook-gruppen.

I forbindelse med udviklingen af StoRytturen blev der også udviklet et koncept for fremstilling af QR-koder. Det er vigtigt for publikum at have klare forventninger til, hvad der sker, når man scanner en kode – f.eks. om man kommer ind til en læsbar historie, en podcast, en video eller et foto samt evt. sprogversioner.

### Fysisk standardisering

I processen med udvikling af UdiNaturen//Søhøjlandet blev det tidligt besluttet at benytte Naturstyrelsens standardpiktogrammer, pæle, skiltstandere etc. Træværk males i signalfarverne sort for kommunale arealer, rød for statslige arealer og brune for private arealer. Naturstyrelsens piktogrammer har langt den største udbredelse i kraft af skovdistrikternes arealer og er dermed de mest genkendelige for publikum. Naturstyrelsen har endvidere gennem downloadingsmulighed på Naturstyrelsen.dk stillet piktogramlinien gratis til rådighed.

*Pælenes farve indikerer, om det er offentlige eller private arealer*



I UdiNaturen//Søhøjlandet er der bl.a. sat fokus på, at Naturstyrelsens piktogramlinje ikke er udtømmende, og at vi derfor har fremstillet en række piktogrammer, som hermed stilles til rådighed for Naturstyrelsen og muligvis dermed videre for kommuner, foreninger og projekter landet over. Det skyldes bl.a., at Naturstyrelsens designlinje er skabt til anvendelse i naturen i skala 1:1, mens den nu også skal tilpasses de digitale medier og at en række nyttige piktogrammer kan supplere Naturstyrelsens piktogramlinje, når man f.eks.



*En blanding af velkendte og nyudviklede piktogrammer*

gerne vil vise mere kommercielle data (hoteller, restauranter, indkøbsmuligheder, turistbåde etc.) eller andre datatyper, som normalt ikke findes på de statsejede skov- og naturarealer (kirker, stationer etc.).

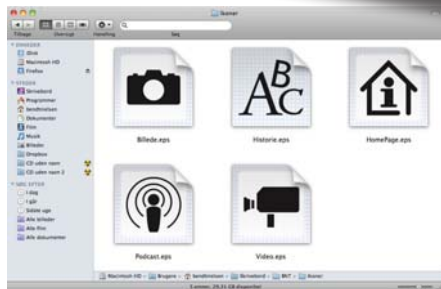
En del af det digitale tilpasningsarbejde er allerede udført af Naturstyrelsen i tilknytning til sitet UdiNaturen.dk, men der er fortsat store ønsker og forventninger til den nationale designløsning.

## Standardisering af QR-koder

Der opsættes i dag QR-koder i landskabet som aldrig før. Publikum oplevede i begyndelsen en nyhedsværdi, som førte til nysgerrighed efter at vide, hvad der gemte sig bag koderne. Denne nysgerrighed er måske ved at ændre sig til et træk på skuldrene, fordi koden i sig selv ikke fortæller, hvad man kan vente sig efter en scanning.

Under UdiNaturen//Søhøjlandet – og i særlig grad under udviklingen af StoRYturen – blev det besluttet at arbejde med signaler til publikum om, hvad der gemte sig bag koderne ved hjælp af en række små piktogrammer. En hovedproblemstilling var at adskille formidlings-koder henvendt til publikum fra kommercielle koder om salg af hundefoder eller lign. VisitDenmark tilsluttede sig anvendelsen af det velkendte røde hjerte som piktogram for formidlings-koder – blot skal den lokale turisme godkende denne anvendelse lokalt.

*Forslag til standardisering af QR-koder, så publikum kan få en forventning om, hvad der sker ved at scanne. De små piktogrammer neden for kan vise arten af information.*



*Fra netværksmøde på Ry Højskole.*

## Netværket

Et af de meget succesfulde elementer i UdiNaturen//Søhøjlandet har været etableringen af en følgegruppe eller netværksgruppe med det beskrivende navn "Skal vi gå samme mobile vej ud i naturen". Medlemmer af netværket er repræsentanter for projekter, der indeholder elementer af mobil formidling. Der har ikke været tale om en fast forankret gruppe, da projekter kommer og går, men en mulighed for i et netværk med andre projekter at finde inspiration og stille erfaringer til rådighed – bl.a. for at undgå paralleludvikling.

I bilag 2 er personer og projekter, der har deltaget i netværksmøderne opgjort.

Netværket har afholdt 5 møder henover 2011-2012. Alle møder har været velbesøgte, og der har været stor intensitet under møderne.

Det er af OplevGudenaas styregruppe besluttet, at netværksmøderne kan fortsætte efter afslutningen af UdiNaturen//Søhøjlandet, idet tovholderrollen overgår til OplevGudenaas – et projekt om oplevelser og formidling fra kilde til fjord. Støttet af Nordea-fonden og udført af Naturstyrelsen, AQUA og VisitGudenaas.

## Webbaseret formidling af grøn naturturisme

Naturstyrelsen og VisitDenmark udgav i januar 2012 en konsulentrapport om webbaseret formidling af grøn naturturisme. Analysens afsæt er portalerne UdiNaturen.dk og VisitDenmark.com, idet det overordnede formål er at opnå synergi på mange fronter, så både brugernes behov imødekommes og afsenderens formål forbedres. En styrket naturformidling og markedsføring skal bidrage til at skabe ny vækst inden for turismen.

Det fremgår bl.a. af rapporten, at det anbefales, at udviklingsønskerne ... drager fordel af erfaringerne opsamlet i projektet OplevGudenå (UdiNaturen//Søhøjlandet), som forventes afsluttet i april 2012.

Bl.a. på denne baggrund er det besluttet at afvente med release af OplevGudenaas.dk indtil dynamisk dataudveksling fra UdiNaturen.dk og TellUs kan ske.



# Redegørelse for anvendt teknologi, nyudvikling, udviklingsperspektiver og anbefalinger om digital standardisering

## Forudsætninger

Klean har gennem projektforsløbet bidraget med rådgivning om IT-løsninger, design af disse etc. Fra begyndelsen blev der indgået en samarbejdsaftale, der bygger på princippet om anvendelse af open-source, og at projektet har rettighed til al kode. Sitet kører på en selvstændig installation af Umbraco, og al kode er tilgængelig via GitHub (Ekstern kodeopbevaring), hvortil der kan gives adgang efter behov.

Opgaven for Klean i projektet OplevGudena.dk var at vise data i umiddelbar nærhed af Gudenaen fra en række forskellige kilder. Disse data skulle være inden for følgende områder:

- Kano og Kajak
- Fiskeri
- Vandring
- Cykling
- Overnatning
- Generelle interessepunkter / natur- og kulturhistorier

De kilder, der i første omgang blev udpeget, var kort fra GoogleMap, data fra UdiNaturen.dk og data fra VisitDenmarks løsning GuideDenmark. Senere blev dette udvidet til også at omfatte data fra Kort- & Matrikelstyrelsen og HistoriskAtlas.dk.

Al funktionalitet i løsningen bygger på Umbraco som den generelle platform, der er udviklet til projekter i regi af UdiNaturen/Søhøjlandet eller beslægtede, sideordnede projekter: BestigBjerge.dk, Kyst-stien.dk og StoRYturen.dk. Denne platform er en open-source platform, der er alment anerkendt internationalt og er udbredt og nu bl.a. også benyttes af Statens IT.

Selve integrationen til kort benytter sig af OpenLayers framework, hvilket er en standard for at integrere med

kort. Det betyder, at det vil være en mindre operation af skifte kortudbyder i f.eks. et andet projekt.

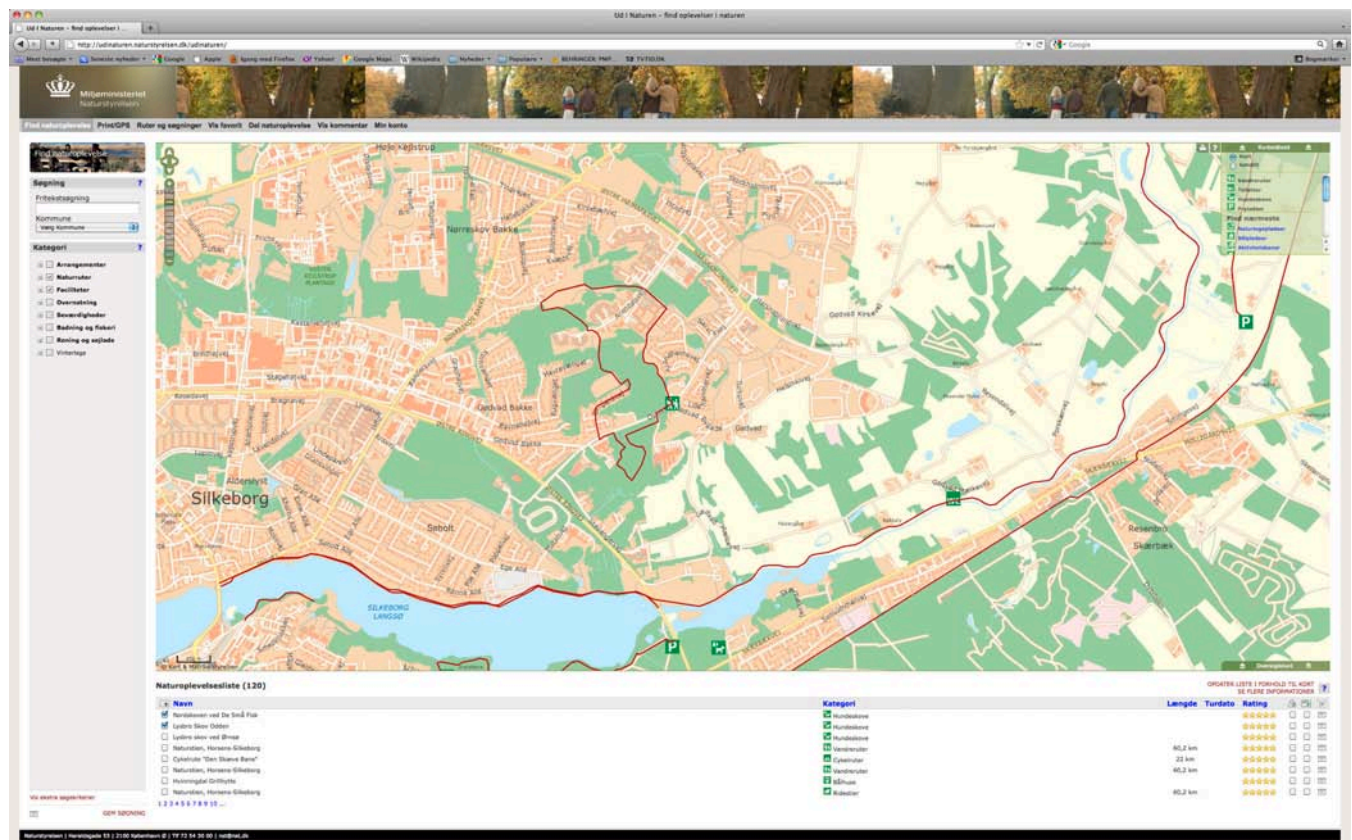
Øvrige integrationer baserer sig på XML-standarder eller RSS, der alle er anerkendte standarder for udveksling af data. Data fra de enkelt kilder er dernæst bearbejdet, så der kun vises relevant data for dette projekt.

Nedenstående er status på de fire integrationer og hvad der ligger i umiddelbar forlængelse af dette projekt.

## UdiNaturen.dk

- Fra Naturstyrelsen har vi modtaget en data-fil med information der dækker, ikke blot Gudenaen, men et noget større geografisk område. Denne fil er blevet filtreret, så det kun er relevante data for strækningen langs Gudenaen og 1-2 km ind fra denne, der vises.
- Der er p.t. ingen mulighed for dynamisk at trække disse data, så i projektet har vi belavet os på manuelt udtrukket data.

Skærbillede af UdiNaturen.dk





- Al data fra UdiNaturen.dk er tagget med UTM-koordinater, hvilket i første omgang skulle konverteres til det koordinatsystem, som GoogleMap bruger. Sidenhen er kortet ændret, hvorfor data ikke længere skal have koordinater konverteret.

Der arbejdes i Naturstyrelsen med en plan for at gøre det muligt at udtrække data dynamisk. Det forudsætter dog, at Naturstyrelsen vil tillade, at der bliver publiceret data fra UdiNaturen.dk på andre platforme end deres egen. Klean, UdiNaturen//Søhøjlandet og OplevGudenaen arbejder fortsat tæt sammen med Naturstyrelsen om den tekniske løsning her.

### GuideDanmark / VisitDenmark

I projektet er der indgået en aftale mellem alle relevante VisitDenmark bureauer langs Gudenaen, så der er tilladelse til at hente alle relevante data. Dette er blot en formel del.

- Der kan idag trækkes data ud, men mængden af de data vi efterspørger, er så stor at den for projektet aktuelle service hos GuideDanmark ikke kan håndtere det og derfor fejler.
- Vi har erfaret, at ikke al data fra GuideDanmark er forsynet med koordinater der passer på indholdet. Det giver problemer i forhold til at vise data korrekt på et kort.

Alle aftaler med GuideDanmark er blevet opsagt per 1. maj 2012, da der kommer et nyt system "TellUs". Når dette system er på plads, skal det afklares, om der er brug for en af de to TellUs funktioner: GM Search eller GM Feed.

GM Search er en gratis service, hvorimod GM Feed er en betalingsservice. Der er mere information om systemet her:

- Teknisk dokumentation om GM Search kan findes på adressen <http://Search.tellus.no>

- Teknisk dokumentation om GM Feed kan findes på adresserne <http://feed.tellus.no> og <http://schemas.tellus.no>.

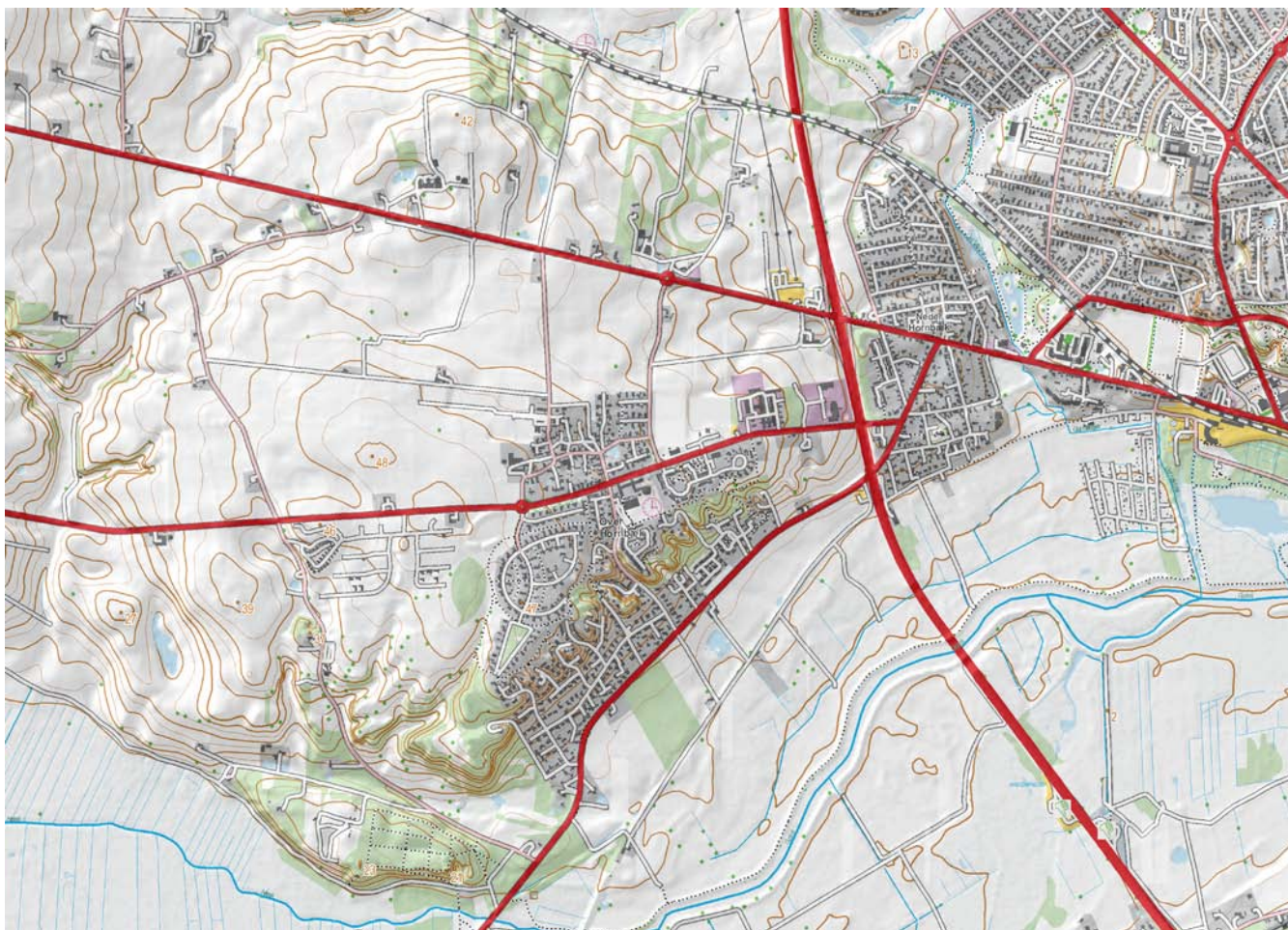
### Kort- & Matrikelstyrelsen (KMS)

Som kortgrundlag er oprindeligt valgt Google Maps. I løbet af projektet, har KMS på netværksmøderne præsenteret en test-udgave af deres kommende service med kort til mobile platforme. Der er forsøgt

at lave en integration til denne kommende platform, men det er en service, der er i beta-version, og der er endnu ikke truffet endelig beslutning om, at formater og dataudveksling ikke ændrer sig. Det betyder, at vi ikke kan være sikre på, at den integration, der er lavet, vil fungere når KMS lader servicen gå live.

Vi har dog valgt at basere al kort på KMS fremover, og alle integrationer er skiftet, så vi bruger samme koordinater som KMS i al arbejdet.

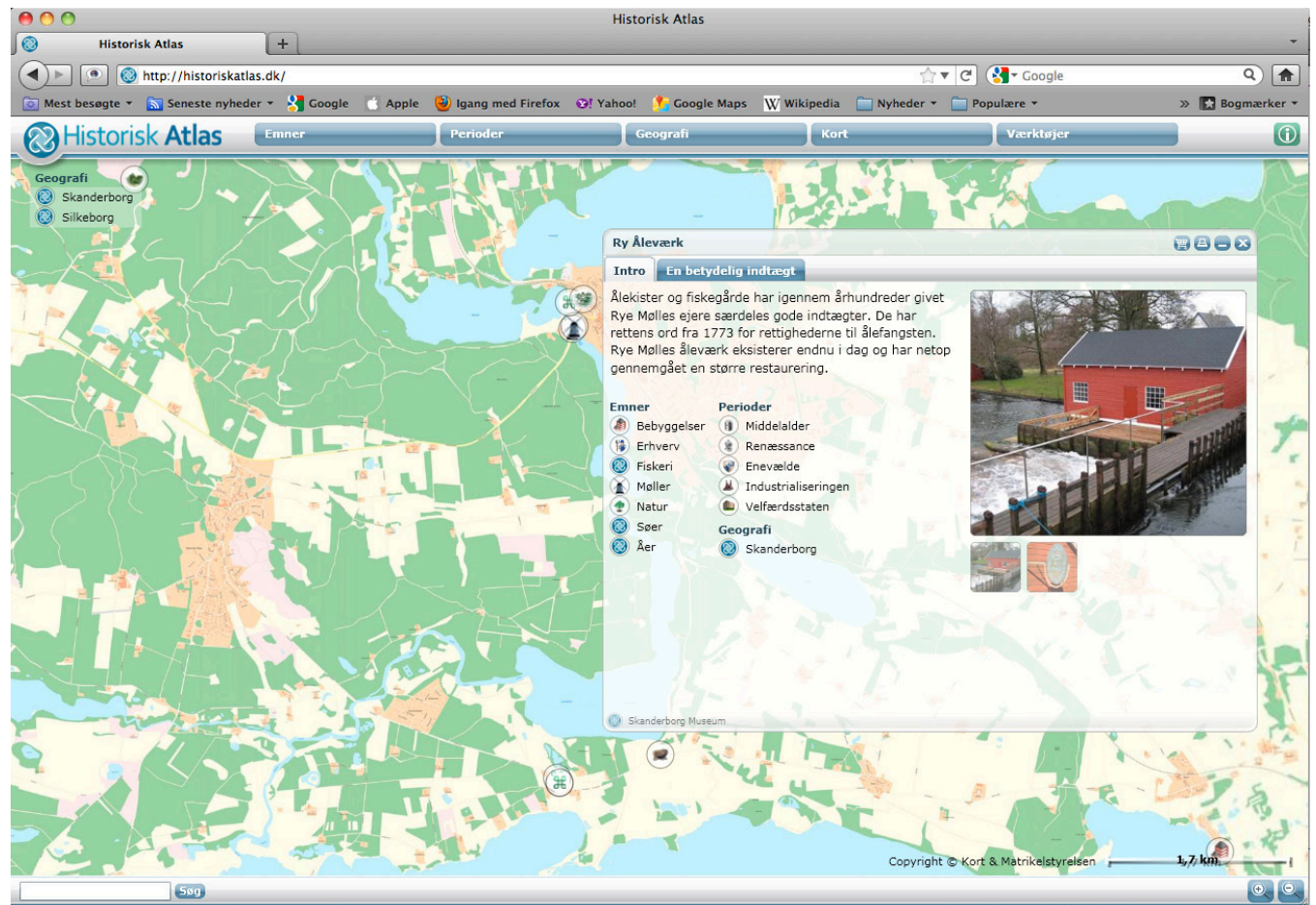
*Udkast til multiscalekort 1:20.000 – copyright Kort- & Matrikelstyrelsen.*



I forbindelse med kort, er der indsat piktogrammer, der viser information om punkter. Såfremt der ligger flere punkter oven i hinanden, skal der evt. zoomes før de enkelte piktogrammer adskiller sig fra hinanden og giver mening. Piktogrammerne følger så vidt muligt de generelle retningslinier fra Naturstyrelsen – dog er der udviklet flere piktogrammer, som det fremgår af afsnittet om fysisk standardisering på side 6 og 7.

Der er en god dialog med KMS om servicen, og KMS ser gerne, at OplevGudena.dk går live med deres kortmateriale.

### Bestigning af Sindbjerg og Stoubjerg



Skærbillede fra HistoriskAtlas.dk

### HistoriskAtlas.dk

I projektet skal der laves en del formidling af naturhistorisk karakter, som bliver leveret af en række museer. Disse historier bliver formidlet via Historisk Atlas og er dermed placeret geografisk indenfor det område, der vil blive dækket af oplevgudena.dk. Derfor er det vigtigt i projektet at kunne integrere til Historisk Atlas.

Historisk Atlas er ved at udvikle et API så dette kan lade sig gøre fremover. Dette arbejde er igang og forventes afsluttet i 2. kvartal 2012.

I mellemtiden er der mulighed for at modtage et georSS feed, som indeholder al nødvendig information. Opgaven består så også her i at filtrere på geografi og kategori for at vist den rigtige information.

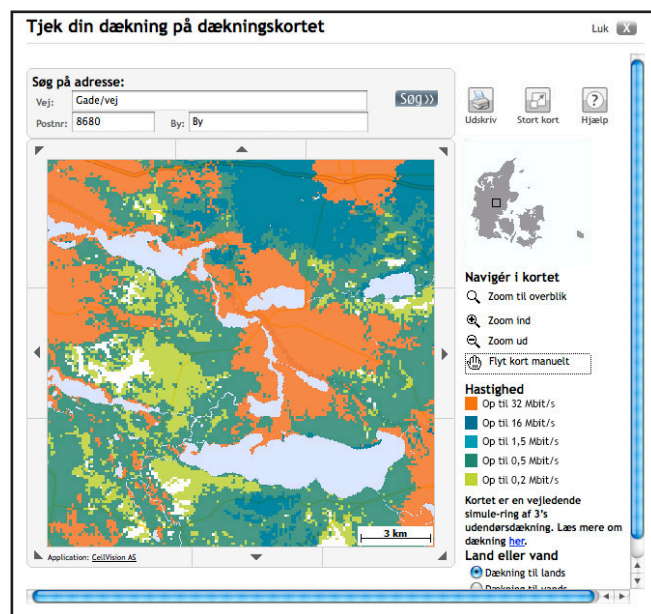
## Henvisnings-applikationer til mobilt website

OplevGudenaa.dk designes som et mobilt website, da man derfor er fri for at lave applikationer til flere mobile styresystemer som f.eks. Android og iPhones m.v. Imidlertid stiller det udfordringer til dækning med mobilsignalet. Hvis det mobile website suppleres med simple applikationer, der henviser til websitet, vil flere brugere kunne få kendskab til sitet.

Hvis der endvidere knyttes en vis mængde valgfri datatransmission til applikationerne vil man delvist kunne kompensere for manglende mobilsignal visse steder langs åen. Man kunne f.eks. downloade KMS-kort over hele åen og et udvalg af historier og faciliteter på en delstrækning.

OplevGudenaa.dk har fra starten været tænkt som et site, der også var optimeret til mobil visning. Derfor er hele sitet tilgængeligt fra en browser på en smart-

*Eksempel på dækning af 3's mobilsignal på et udvalgt område af Gudenåens centrale dele.*



phone. Dette kræver dog, at telefonen har dækning. I projektet har det været drøftet, hvad der skulle til for at lave sitet til en decideret smartphone applikation (app).

Fordele ved dette er umiddelbare i forhold til udbredelse af kendskab, markedsføring etc. Udfordringen kan ligge i opdateringer, der kan tage tid at få ud til alle brugere samt hvor meget og hvor gammel data, der skal placeres i en app.

I stedet, ville det være forholdsvis nemt, at tage det eksisterende website, pakke det ned som en app og derved få det placeret i diverse appstores. Applikationen ville stadig vise data fra websitet, men der ville være mulighed for at udnytte applikations cache på telefonen, så der kunne være information tilgængelig, også uden netværksdækning.

## Push

En anden funktionalitet, det ville være mulig at lave i forbindelse med en rigtig smartphone app. var mulighed for at 'pushe' information til brugerne. Dvs. at når en bruger, med denne app er i nærheden af et interessepunkt, som brugeren har oplyst liggende indenfor interessefeltet, kan applikationen skubbe (pushe) denne information ud til brugeren. Dette sker ud fra koordinater og GPS funktionalitet i telefonen. Det vil kræve noget udvikling i en app, men største udfordring ligger i det relativt store strømforbrug, der ligger i at have en app og GPS funktion til at køre over længere tid på telefonen.

## 1001 fortællinger om Danmark

1001 fortællinger om Danmark er en slags Kulturhistorisk kanon under regi af Kulturarvsstyrelsen. Det er foreløbigt faldt på HistoriskAtlas.dk. Imidlertid er det ambitionen på sigt også at kunne vise geokodinerede historier fra 1001 fortællinger om Danmark på OplevGudenaa.dk – evt. via HistoriskAtlas.dk.

Der vil være et vist overlap til lokale natur- og kulturhistorier, der f.eks. kan være formuleret i en vertikal, geografisk sammenhæng. Hvis der er flere beskrivelser af samme lokalitet, skal brugeren kunne vælge, hvilken datakilde, der ønskes vist historier fra.

## VisitGudenaa.com

Data på VisitGudenaa.com kommer typisk fra Guide-Danmark og indgår derfor i beskrivelsen under Guide-Danmark / VisitDenmark.

I regi af samarbejdet VisitGudenaa mellem turismen langs Gudenåen vil der de kommende år ske en udvikling af turismetiltag med det formål at skabe mersalg inden for turistbranchen. VisitGudenaa satser på en turistmæssig udvikling i de 7-8 Gudenåkommuner, som også dækkes af OplevGudenaa.dk.

Da tiltag under VisitGudenaa forventes markedsført på VisitGudenaa.com, bør der på sigt kunne etableres en digital forbindelse mellem de to sites.

## Gudenaakomiteen.dk

Gudenaakomiteen, der driver hjemmesiden Gudenaakomiteen.dk, er et samarbejde mellem 7 kommuner, der ligger langs Gudenåen og har interesse i sejlsads på åen. Komiteen rådgiver alle kommunerne i oplandet til Gudenåen og Randers Fjord om natur- og miljøbeskyttelse og rekreativ anvendelse af Gudenåens vandsystem.

Gudenaakomiteen er bl.a. optaget af, hvordan man får etableret betalingsmoduler for isætning af motorbåde på søerne, kanoer og kajaker på den øverste del af åen samt for overnatning på de primitive teltpladser langs hele åen for kano- og kajakbrugere.

Mulighederne for teknisk at knytte betalingsmoduler på Gudenaakomiteen.dk og OplevGudenaa.dk skal beskrives, og der bør udarbejdes et budget. Dette kan evt. ske i regi af projektet OplevGudenaa.

## Natur- og kulturhistorier

### OplevGudena.dk – natur og kulturhistorisk formidling

En vigtig case for projektet har været fremstillingen af historier langs Gudenåen til brug for test af geokoordnede historier.

Et mål i sig selv har været at finde frem til en organisering af historiefortællingen, så der kan være tale om en generel anbefaling til andre digitale formidlingsprojekter om at gøre tilsvarende.

### Kulturhistorier

Det stedlige kulturhistoriske Museum bør stå som den ansvarlige ved udvælgelse og udarbejdelse af historier med vægten på det kulturhistoriske indhold. Det er tilfældet, fordi museerne har et geografisk veldefineret ansvarsområde, som samlet set er landsdækkende.

Det er museerne, der umiddelbart kan vurdere, hvordan historierne får en sammenhæng med anden kulturhistorisk formidling på museerne etc. samt den vinkling på historiefortællingen, som museet lokalt ønsker at lægge i formidlingsarbejdet.

Det er ikke nødvendigvis museerne selv, der står for at udarbejde formidlingen. Man kan uddelelegere opgaven til ressourcepersoner på f.eks. lokalhistoriske arkiver, biblioteker, støtteforeninger etc. Men museet bør have det overordnede ansvar for formidlingens faglige indhold.

### Naturhistorier

Naturhistorisk formidling er ikke på samme måde som kulturhistorisk formidling knyttet geografisk til ansvarsområder, men udføres af statsanerkendte naturhistoriske museer, naturvejledere, ressourcepersoner i grønne organisationer, ansatte i kommunernes natur-



afdelinger etc. Derfor foreslås, at det overordnede ansvar for historier med vægten på det naturhistoriske indhold placeres hos kommunernes grønne råd, som må formodes at have kendskab til de lokale formidlingsinstitutioner og/eller ressourcepersoner.

Det er ikke nødvendigvis det grønne råd selv, der udarbejder formidlingen. Men rådene kan uddelelegere opgaven til ressourcepersoner, naturvejledere o.lign. i netværket, men det grønne råd har – som museerne – det overordnede ansvar for formidlingens faglige indhold.

### Fælles for natur- og kulturhistorier

Der sættes altid en forfattersignatur på den enkelte historie. Signaturen er samtidig et aktivt link til en e-mailadresse, så bemærkninger og kommentarer til historien samles op af forfatteren selv, som så evt. kan tilrette historien. På den måde kan historierne løbende

få en justering på grundlag af direkte feed back fra brugerne til forfatteren uden at det dog er muligt at få vist bemærkninger på sitet og/eller mobiltelefonen.

### Hvordan sammensættes historierne redaktionelt og indholdsmæssigt?

Historierne opbygges som en tekstlig fortælling med

- en beskrivende titel
- kortfattet indledende introduktion, som kan stå alene
- en uddybende brødtekst, der kan rumme hyperlinks til sideordnede historier og baggrundsviden på andre hjemmesider etc.

I det følgende bringes i artikelform de anbefalinger, som UdiNaturen//Søhøjlandet vil give til alle, der påtænker at udvikle digitale fortællinger til forskellige platforme

## En god historie skal sidde lige i øjet – eller øret

**”Udinauren/Søhøjlandet” har givet nyttige erfaringer med fortælling på fire forskellige platforme**

*Af Marianne Purup, turistchef og journalist, VisitSkanderborg*

Der er historien, som vi læser den i avisen eller bogen. Med tid til fordybelse og med en ganske bestemt og velkendt forventning knyttet til mediet.

Der er historien, som vi læser den på websitet – tilgået via en pc eller tablet og med en forventning om at blive oplyste på relativt kort tid. Og med en forventning om, at mediet tilbyder yderligere fordybelse (links), hvis vi skulle have tid og lyst.

Der er historien, som vi læser den på smartphonen. Skærmen er lille, forventningen er hurtig, enkel formidling i et simpelt menusystem.

Der er historien, som vi lytter til den på smartphonen. Forventningen er ... ja, det er blandt andet det, denne artikel handler om.

Artiklen handler også om at skelne mellem brug og forventning – alt efter om vi er på farten eller sidder stille, og den er skrevet til alle jer, der lige nu arbejder med historiefortælling på nye måder og nye platforme.

### **Vi spoler lige tiden tre år tilbage:**

I VistSkanderborg havde vi i flere år arbejdet målrettet og dynamisk med den gode historie. Vi ville stille alle de gode historier, der rumler mellem Søhøjlandets bakker, til rådighed for gæster og borgere. Først blev historierne samlet og fortalt i bogen ”Gode historier i Søhøjlandet”, så fik vi sammen med Søhøjlandets Økomuseum formet og

udviklet et korps af fortællere, som kunne gå med ud og fortælle historierne lige der, hvor de udspillede sig. Dette korps eksisterer heldigvis stadigvæk, og året igennem sender vi masser af glade mennesker på tur med Bendt eller Helle eller Jørgen i spidsen. Mere om det hen ad vejen.

I 2009 udbød Midtjysk Turisme en pulje til ny digital formidling, og det gav os mulighed for at afprøve en ny darling: Historiefortælling på mobiltelefonen. Vi havde nemlig indset tre ting:

- Gæsterne i Søhøjlandet er gennemgående videbegærlige og vil gerne høre den gode historie om naturen og kulturen. Om mennesker dengang og nu. Om klostrene og kunstnerne. Om store tænkere og småkårsfolk. Om landskaber og vandveje.
- Vi kan ikke gå derude og fortælle historie til dem alle sammen hver dag året rundt
- Mobiltelefonen er blevet fast inventar i alle lommer. Smartphonen rykker – alle snakker om iPhone! Og den digitale formidling åbner helt nye muligheder ude under åben himmel.

I samarbejde med blandt andre TV Midt-Vest og More Mobile gik vi i gang med at udvikle fire historier oppe på Himmelbjerget. Vi valgte Himmelbjerget dels fordi det er vores allerstørste helårsattraktion, dels fordi området er spækket med gode historier, og dels fordi der er en fornuftig mobildækning deroppe.

Vi vidste fra starten, at historien skulle tilrettelægges til et lydmedie (jeg er selv gammel radiojournalist) og at speakeren skulle være en professionel formidler. Og i den sammenhæng var TV-folkene rigtig gode makere. Bendt Nielsen og jeg skrev selv historierne, som så blev forkortet og forfinet af TV-kollegerne. Som speaker valgte vi en af de journalister, som til daglig præsenterer nyhederne på TV-stationen.

Vi har siden hørt masser af eksperimenter med spækkede historier og desværre rigtig mange, hvor spea-

keren sikkert er rigtig god i live-situationen, men uden den nødvendig patos og diktion i den digitale aflevering. Se syv gode råd.

Ved tårnet, Blicherstenen, Tcherning-stenen og Kvinde-stenen opsatte vi små skilte i Naturstyrelsens design: ”Historien lige i øret” – send en SMS med Bjerget 1 (2, 3 eller 4) til 1230.

Når SMS'en var modtaget, kvitterede systemet med et link til historien.

Vi understøttede vores nye digitale formidling med flyers, de levende historiefortællere lavede reklame for den nye digitale fortælling, vi fik omtale i masser af relevante medier som ”one of the first movers”, jeg holdt foredrag for alle, der gad lytte (!). Selv lyttede vi også til vores brugere, til trend-settere og udviklere og – ikke mindst – til KLEAN, som blev vores faste leverandør på nye mobile løsninger.



### **Et par (års)tal til eftertanke:**

I november 1981 blev verdens første officielle mobiltelefonsystem åbnet. I februar 1999 demonstrerede Nokia den første mobiltelefon med internetadgang.

...i slutningen af 2009 havde ca. 125.000 danskere en smartphone i egen lomme. Tallet er vokset eksplosivt. Med udgangen af 2010 var mere end 1 million danskere indehavere af en smartphone. Forventningerne er, at antallet af smartphone indehavere i slutningen af 2012 runder hele 3 millioner

*(kilde: [lovebarcodes.blogspot.com](http://lovebarcodes.blogspot.com) – m-.fl.)*

Derfor var vi også godt klædt på, da QR-koderne dukkede op. Både som en genvej til den læste og den speakede historie. Ud med SMS-trafik og ind med dybe links. Ud med små skilteanvisninger og ind med QR-koder og mobile hjemmesider.

I arbejdet med StoRyTuren i 2011 indhøstede vi meget værdifulde erfaringer med den talte formidling. Fokusgruppen fortalte os, at vi havde fat i en rigtig god ide – men at vores historier sommetider og somsteder var for lange og omstændelige. Og vi erfarede, at folk gerne vil kende længden af historierne, inden de kaster sig ud i dem.

Også brugsmønstret gav os stof til eftertanke. Det var ikke nødvendigvis historierne i trafikknudepunkterne, der blev aflyttet mest. Derimod tyder noget på, at folk meget gerne vil lytte til historier om "hidden treasures". Sagt på en anden måde:

Vi kender godt historien om jernbanen og stationsbyerne – men vi vil gerne vide, hvad der gemmer sig i gravhøjen derude på marken...

På samme måde indhentede vi brugernes meninger om den mobile hjemmeside til BestigBjerge, og vi blev bekræftet i, at den mobile, digitale formidling skal være enkel og ligetil med historier, der nemt kan overskues på den lille skærm.

I det seneste halvår er der en tydelig tendens til, at flere har opdaget muligheden og benytter sig af den i jævnt stigende grad. Pr. marts 2012 anvender over 15 % af de besøgende BestigBjerge-konceptet via mobiltelefonen.

#### **OplevGudena – 36 fortællinger for øret og øjet**

Den indhentede viden fra Himmelbjerg-podcastene, den mobile hjemmeside til BestigBjerge og StoRyTuren blev i regi af Udinauren//Søhøjlandet omsat i projektet "OplevGudena" – 36 digitale fortællinger for øret og øjet

Tre partnere, nemlig Skanderborg Museum, Aqua og Horsens Museum var inviteret med som forfat-



tere af historierne, og lang-historie-kort (!) kan de nu i deres fulde længde læses på Historisk Atlas.

På møder med tovholderen blev historierne udvalgt og indfaldsvinklerne drøftet. Længden på historierne blev aftalt til maks. trekvart A4-side. De tre institutioner er åbenlyst vant til at formidle på web, så deres historier kunne uden videre uploades på Historisk Atlas. Hosting på Historisk Atlas var et naturligt valg i relation til projektets overordnede ønske om et nationalt ophæng.

Selv lavede jeg den første afkortning med henblik på at tilrettelægge historierne til speak – herefter blev de redigeret af en radiojournalist og speaket hos Vinther Music i Ry.

Både forfatterne og en fokusgruppe har test-lyttet historierne. Og vi er endnu engang blevet både bekræftede og overraskede!

Vi er blevet bekræftet i, at den speakede historie skal have nerve og nærvær. Lytteren vil gerne have en

oplevelse af, at fortælleren har stået på pletten og fortalt historien – og ikke siddet "på et kontor langt væk".

Vi er blevet bekræftet i, at detaljer og dybde egner sig bedre til læsning end lytning. Og at de speakede historier ikke må vare mere end et par minutter.

Vi har lært, at transformeringen fra skrevet til speaket historie kræver en rigtig god dialog mellem faglig forfatter og digital formidler. Fraværet af detaljer/dybde i den speakede fortælling kan virke stødende på forfatteren. For stor detaljerighed i den speakede historie kan virke trættende på lytteren.

Alle resultaterne fra vores fokusgrupper er beskrevet i den grundige afrapportering af "Udinauren// Søhøjlandet" (link), så her vil jeg lige lade en lytter få den sidste bemærkning:

Kommentarer til spørgsmålet: "Vil du anbefale historien til andre? Hvorfor/hvorfor ikke?"

Himmelbjerget: Ja! Himmelbjerget er et dejligt sted og endnu bedre med en historie til...

#### **SYV GODE RÅD TIL "Historien lige i øret":**

Skriv historier der har relevans for lytteren

Fortæl historier med nerve, nærvær og AHA-værdi (hidden treasures)

Ingen historier må vare mere end to minutter

Angiv historiens længde inden afspilning

Brug professionelle speakere

Giv lytteren en oplevelse af, at fortælleren er til stede, lige her, lige nu

Lad din QR-kode/skiltning vise, at du er afsender

## Kommunikationsplan for afrapportering af Udinaturen//Søhøjlandet

Indholdet af den afrapportering, som du nu sidder med i hænderne, skal naturligvis spredes ud til så mange relevante aktører og brugere som muligt.

I dens fulde udstrækning vil afrapporteringen næppe blive læst af andre end de direkte og indirekte involverede, så der skal udtrages abstracts, sætte spotlys på resultater/cases og laves en pixi-udgave.

Formålet med kommunikationsplanen er derfor at

- skabe positiv opmærksomhed omkring projektet, dets partnere og dets resultater
- anviser gode processer og løsninger for kommende projektmagere
- give publikum lyst at bruge de nye muligheder

Planen tager afsæt i, at vi kan lave en release af OplevGudenaå (showcase) slut maj eller start juni 2012. For at lave en sammenhængende tidsplan opererer vi med release 8. juni, men tidsplanen kan naturligvis parallelforskydes frem eller tilbage.

### 8. juni 2012: Release "OplevGudenaå - en strøm af fortællinger"

Indvielse af den tredje og sidste case i projekt udinaturen//Søhøjlandet: 33 podcasts udarbejdet i samarbejde med Skanderborg Museum, Horsens Museum og AQUA, redigeret /tilrettelagt/speaket internt i projektet og formidlet via QR-koder.

Historierne fortælles på en å-strækning, der løber gennem såvel Horsens som Skanderborg og Silkeborg kommuner. Med andre ord: En strøm af fortællinger

Selve eventen 8. juni finder sted på Gl. Turisten, som ligger i marinaen i Ry. Fortællingen om det gamle – nu smukt restaurerede - turistskib er en af de historier, der indgår i OplevGudenaå.

Med på turen inviteres:

- Projektets partnere og arbejdsgruppe
- Direktør helle Reinholdt, Skanderborg Museum, inspektør Anders Horsbøl, Horsens Museum og naturvejleder Lars Nygaard, AQUA
- Bubber Outzen eller kollega fra Klean
- Jakob Wang, Historisk Atlas
- Driftspartnere – repræsentanter fra Horsens og Skanderborg Kommuner
- P4 Østjylland
- TV2 Østjylland
- Morgenavisen Jyllands-Posten
- Århus Stiftstidende, Midtjyllands Avis, Horsens Folkeblad med tilhørende ugeaviser
- 4-5 freelancere tilknyttet digitale/trykte medier med fokus på naturoplevelser og formidling

De medier, som foretrækker at blive på land, kan interviewe partnerskabets formand, statskovrider Niels Juhl Bundgaard inden afgang.

VisitSkanderborg træffer aftale med Gl. Turisten og tager sig af såvel de praktiske opgaver som værtskabet på land og til vands.

Estimeret deltagerantal: 18 plus crew.

### 7. juni 2012

En pressemeddelelse om projektet er – efter godkendelse hos partnerne – klar til udlevering på sejlturen og vil efterfølgende blive distribueret til en stribe medier plus til alle aktører med opfordring til at bringe den på websites, henvise til den på Facebook, bringe den i egne medier etc. Pressemeddelelsen rummer tre QR-koder til historier – en fra hvert af museerne.

Eksempelvis vil VisitSkanderborg bringe pressemeddelelsen i nyhedssektionen på [visitskanderborg.com](http://visitskanderborg.com),



fortælle om begivenheden på vores Facebook-profil og omtale projektet i vores nyhedsbrev. VisitSkanderborg har desuden forfattet en eller to artikler, der mere grundigt/fagligt fortæller om projektets outputs og lærings. Artiklerne kan pitches til digitale fagmedier.

### 24. maj 2012 – evt- med reminder 1. juni 2012

Invitation udsendes til alle deltagere (se ovenfor).

### 24. maj 2012

På mødet i netværksgruppen for digital mobil formidling fortæller vi om projektets cases og "findings" - alle modtager et eksemplar pixibogen (se øverst) samt artiklen "Den gode historie skal sidde lige i øjet – eller i øret". Artiklen uploades til netværkets dropbox.

Mødet slutter med en "udflugt" til åleværket i Ry, hvor vi scanner QR-koden - og fejrer projektets afslutning. Denne event markerer samtidig, at netværket har fået ny driver, nemlig OplevGudenaå – et projekt om oplevelser og formidling fra kilde til fjord. Støttet af Nordea-fonden og udført af Naturstyrelsen, AQUA og VisitGudenaå.

Som led i kommunikationsplanen indtænkes aflevering af den gave, som selve projektet rettelig er, til Naturstyrelsen, f.eks. i form af en lille hyggelig happening hos modtagerne i NST, Haraldsgade – timingen må afhænge af Naturstyrelsens lyster/behov.

## Regnskab

### Indtægter eksklusive moms:

|   |           |
|---|-----------|
| Restmidler, Søhøjlandets Økomuseum      | 50.000    |
| Indenrigsministeriets Landdistrikspulje | 160.000   |
| Region Midtjylland                      | 558.620   |
| EU Regionalfondsmidler                  | 558.620   |
| I alt                                   | 1.327.240 |

### Udgifter, eksklusive moms:

#### Ansatte med særlige kvalifikationer:

|  |           |
|--|-----------|
| Sekretariat, fokusgrupper,<br>kommunikationsplan, økonomistyring m.v.  | 163.512   |
| Netværksmøder  | 14.408    |
| Fokusgrupper, eksternt   | 7.032     |
| Diverse, kost, forplejning m.v.  | 7.461     |
| Ikke afløftelig moms   | 186       |
| Konsulentydelse: Tovholderi, IT,<br>fremstilling af natur- og kulturhistorier,<br>journalistisk bearbejdning, lydstudie m.v. | 1.091.483 |
| Revision   | 35.663    |
| I alt  | 1.322.362 |





## Bilag 1. Procesbeskrivelse

### Baggrund for UdiNaturen//Søhøjlandet

#### Søhøjlandsprojektet

Med økonomisk opbakning fra Skov- og Naturstyrelsen (nu Naturstyrelsen), Friluftsrådet, Østjyllands Turistudviklingsfond (Nu Midtjysk Turisme), de tidligere Århus og Vejle Amter samt de tidligere Brædstrup, Skanderborg, Ry og Them Kommuner gennemførte Søhøjlandets Økomuseum (nu OplevSøhøjlandet) i 2004/2005 et udredningsarbejde med titlen "Søhøjlandsprojektet".

Silkeborg Statsskovdistrikt (nu Naturstyrelsen Søhøjlandet) påtog sig formandskabet i en bredt sammensat arbejdsgruppe, der kiggede på nye muligheder for oplevelser, tilgængelighed og formidling. Der blev fremsat en mængde projektideer, som på forskellig vis kunne medvirke til at fremme oplevelsesøkonomien.

"Natur- og kulturdata-basen for Søhøjlandet – knyttet til GIS m.v." var et følgeprojekt af Søhøjlandsprojektet, hvor der blev fremstillet et papirkort med titlen "Natur- og kulturoplevelser i Søhøjlandet". Natur- og Kulturdata-basen var tænkt som en detaljeret, digital "udgave" af dette kort koblet til en database med artikler om natur og kultur og suppleret med forskellige formidlingsmuligheder.

Forprojektet om Natur- og Kulturdata-basen – et regionalt udviklingsprojekt

Søhøjlandets Økomuseum ansøgte i juli 2005 Den Regionale Udviklingspulje i Århus Amt om midler til etablering af et forprojekt om "Natur- og kulturdata-basen for Søhøjlandet – knyttet til GIS m.v."

Forprojektet om Natur- og Kulturdata-basen blev organiseret som et partnerskabsprojekt. Den Regionale Udviklingspulje bidrog til partnerskabsprojektet med

ca. 147.000 kr. Partnerne bidrog med en tilsvarende indsats. Forprojektet blev igangsat i september 2005. Afrapporteringen forelå i april 2006 og dannede grundlag for en ansøgning om økonomi til etablering af et egentligt projekt. Partnerne var:

- Søhøjlandets Økomuseum (herunder museer, naturskoler og interesseorganisationer), tovholder
- Midtjysk Turisme (den regionale turisme)
- Destination Skanderborg (den lokale turisme)
- Aqua Ferskvands Akvarium (attraktion med interesser i landskabet)
- Silkeborg Statsskovdistrikt (arealforvaltning på statsligt niveau og myndighed på skovlovsområdet)
- Synkron (CMS-hjemmesider)
- Strømberg Larsen Aps (Netbaseret GIS)
- Landskabsarkitekt Bendt Nielsens Tegneste (sekretær og ressourceperson)

Effekten af forprojektet var på ansøgningstidspunktet vurderet således:

- Forprojektet danner grundlag for igangsætning af et konkret projekt, som vil skabe en konkurrencefordel for østjysk turisme.
- Projektet resulterer først og fremmest i viden, metoder samt et værktøj, der understøtter og fremmer nytænkning inden for turismeerhvervet og den offentlige service.
- Samtidig støtter projektet bestræbelser på at etablere partnerskaber mellem offentlige og private virksomheder

#### Jylland På Tværs

Fra 2003 blev projektet Jylland På Tværs gennemført i et samarbejde med Vestjyllands Økomuseum (Skjern-Egvad Museum) og Økomuseum Samsø (Samsø Museum) med økonomisk bidrag fra Friluftsrådet, Skov- og Naturstyrelsen, turisme, kommuner og amter på strækningen fra Vestkysten til Samsø. Projektet formidler adgangsmuligheder og besøgsmaal og blev udgivet i både en papirversion og en webudgave:

www.jylland-paa-tvaers.dk. Dette projekt kan betragtes som en tidlig forløber for Natur- og Kulturdata-basen og er et eksempel på et regionalt samarbejde, som kunne integreres i Natur- og Kulturdata-basen.

#### BestigBjerge.dk

Blandt partnerne Ejer Bavnehøjs Venner, Destination Skanderborg og Søhøjlandets Økomuseum blev der 2005/2006 opbygget et humoristisk koncept om bjergbestigning i Søhøjlandet. Projektet havde modtaget økonomisk opbakning fra bl.a. flere af de gamle kommuner, Østjyllands Turistudviklingsfond (Midtjysk Turisme) og Friluftsrådet. Da projektet gik i luften i oktober 2006 tiltalte det både unge og ældre, som fik mulighed at samle koder og holde øje med indhøstede resultater på den tilkoblede hjemmeside – BestigBjerge.dk.

I oktober 2007 blev projektet udvidet til i samarbejde med DGI at omfatte en konkurrence på Skolernes Motionsdag mellem skoler fra Silkeborg, Horsens og Skanderborg Kommuner samt en konkurrence i efterårsferien mellem kommunernes indbyggere. Der tilgik projektet kommunale sundhedsmidler og tilskud fra Indenrigsministeriets pulje til "Gang i Danmark".

Projektet kan betragtes som en tidlig forløber for Natur- og Kulturdata-basens oplevelseslag og er et eksempel på et lokalt samarbejde, som kunne udvikles og integreres i Natur- og Kulturdata-basen. Da alle data i projektet var ejet af partnerskabet, blev det besluttet, at lade BestigBjerge.dk være en case i UdiNaturen//Søhøjlandet. Ved samme lejlighed blev projektet landsdækkende, og bjerge i Nordjylland og på Fyn kom med i konceptet.



## Natur- og Kulturdata-basen – fra forprojekt til projekt

Siden afrapporteringen af forprojektet fandt sted i april 2006, var nye initiativer opstået, hvor man i andre geografier arbejdede med overlappende delelementer i forhold til Natur- og Kulturdata-basen. Natur- og Kulturdata-basen kobledede sig på disse initiativer for at skabe størst mulig synergi, få størst mulig nyttevirkning af ny teknologi og bidrage konstruktivt til en landsdækkende erfaringsopsamling.

Natur- og Kulturdata-basen blev fra da af opfattet som et pilotprojekt knyttet til et nationalt partnerskab, som skulle facilitere lokale pilotprojekter med et landsdækkende grundkort og grunddata fra nationale databaser (friluftskortet.dk fra Skov- og Naturstyrelsen, Kultur-arvsstyrelsens databaser, VisitDenmarks databaser etc.).

Pilotprojekterne kunne så udvikle indholdsdelen med formidling og lokale data på brugerniveau:

- Opbygning af en videndatabase om Søhøjlandets natur- og kultur, hvortil der knyttes et hurtigt kortgrundlag (GIS), GPS-baseret mobilinformation samt kobling til turistinformation m.v.
- Brugerens vil opleve produktet som et regionalt oplevelseskort suppleret med information på mange forskellige måder – via mobiltelefon, foldere, informationstavler, servicering i turistbureauer m.v., levende historiefortælling etc. Data-basen samler og formidler grunddata fra en lang række medietyper.
- Natur- og Kulturdata-basen vil bidrage til branding af Søhøjlandet som landskabsområde og muliggøre lokalt ejerskab til formidlingsarbejdet ned på ejendomsniveau.

Det var på denne baggrund, at Søhøjlandets Økomuseum i 2007 ansøgte Region Midtjylland, Regional-fonden og Indenrigsministeriets Landdistrikspulje om tilskud til etablering af Natur- og Kulturdata-basen.

I maj 2007 blev der af Landdistrikspuljen bevilget 160.000 kr. til projektet.

I marts 2008 blev der indgået en resultatkontrakt mellem Søhøjlandets Økomuseum og Region Midtjylland. Projektet havde da følgende budget:

|   |           |
|---|-----------|
| Restmidler, Søhøjlandets Økomuseum      | 50.000    |
| Indenrigsministeriets Landdistrikspulje | 160.000   |
| Region Midtjylland                      | 558.620   |
| EU Regionalfondsmidler                  | 558.620   |
| Nationale partnere                      | 208.000   |
| Værdi af grundkort                      | 135.000   |
| I alt                                   | 1.607.240 |

Med enkelte efterfølgende forudsætningsjusteringer, blev man enige om at gennemføre projektet, idet Erhvervs- og Byggestyrelsen i november 2009 gav tilsagn om tilskud fra Den Europæiske Regionalfond til gennemførelse af projektet med følgende projektøkonomi:

|   |           |
|---|-----------|
| Restmidler, Søhøjlandets Økomuseum      | 50.000    |
| Indenrigsministeriets Landdistrikspulje | 160.000   |
| Region Midtjylland                      | 558.620   |
| EU Regionalfondsmidler                  | 558.620   |
| I alt                                   | 1.327.240 |

Søhøjlandets Økomuseum gik på baggrund af de givne støttetilsagn videre med etablering af projektorganisation. Bl.a. indkaldte man den 27. november 2009 repræsentanter for en række lignende projekter – især fra Region Midtjylland med henblik på en gensidig orientering om projektudvikling, men også med henblik på dannelse af en følgegruppe for at opfylde de dele af resultatkontrakten, som omhandlede at stille erfaring til rådighed for regionale projekter og etablere et samarbejde med nationale partnere.

Det viste sig i begyndelsen af 2010, at ikke alle parter var klar til at indgå i forpligtende samarbejder. Derfor

måtte der gennemføres en møderunde med Region Midtjylland, Naturstyrelsen m.fl. henover sommeren 2010.

## UdiNaturen//Søhøjlandet

Naturstyrelsen, Region Midtjylland og Oplev Søhøjlandet indgik den 26. oktober 2010 en aftale om en fælles udvikling af værktøjer, som på sigt kan integreres i UdiNaturen.dk og tilbydes landsdækkende. Det var hensigten, at Oplev Søhøjlandet udviklede bl.a. følgende i tilknytning til den landsdækkende platform UdiNaturen.dk:

1. Anvendelse af mobilteknologi. Her er en samarbejds mulighed med Friluftsrådet der har overvejelser om noget tilsvarende vedr. Margueritruuten.
2. Anvendelse af 2D koder (QR-koder).
3. Naturhistorier. Her kan f.eks. samarbejdes med lokale formidlingsinstitutioner og naturvejledere
4. Kulturhistorier. Her kan f.eks. samarbejdes med lokale formidlingsinstitutioner.
5. At formidlingskonceptet BestigBjerger.dk integreres og gøres landsdækkende
6. At sejlads muligheder inddrages i formidlingen som et oplevelsestilbud

Derpå blev en ny projektorganisation nedsat ved et partnerskabsmøde den 23. november 2010. Siden er der afholdt 7 partnerskabsmøder, 5 netværksmøder og 23 arbejdsgruppemøder foruden en række sprintmøder med IT-udviklingsfirmaet, møder om natur- og kulturhistorisk formidling med museer og attraktioner og eksterne møder med Kulturarvsstyrelsen, Naturstyrelsen og Historisk Atlas. Endvidere har projektgruppens deltagere fortalt om UdiNaturen//Søhøjlandet ved diverse Turismeseminarer, LAG-møder etc.

Skanderborg Kommune indtrådte som økonomisk ansvarlig partner ultimo 2010. Partnerskabsgruppen så således ud fra ultimo 2010 til projektafslutningen pr. 31. marts 2012:

- OplevSøhøjlandet (herunder museer, naturskoler og interesseorganisationer), tovholder
- Midtjysk Turisme (den regionale turisme)
- Destination Skanderborg (den lokale turisme)
- Aqua Ferskvands Akvarium (attraktion med interesser i landskabet)
- Naturstyrelsen Søhøjlandet (arealforvaltning på statsligt niveau og myndighed på skovlovsområdet)
- Skanderborg Kommune (økonomisk ansvarlig)

Projektets fremdrift blev lagt i hænderne på en arbejdsgruppe bestående af:

- Naturstyrelsen Søhøjlandet ved Knud Erik Hesselbjerg
- Destination Skanderborg ved Marianne Purup
- Sekretær Mia Bay afløst af Jane Chor, begge Destination Skanderborg
- Økonomiansvarlig Malene Højbjerg Pedersen, Skanderborg Kommune
- Projektkonsulent Bendt Nielsen

Som IT-konsulenter har firmaet Klean medvirket. Og til grundlæggende at udarbejde eksempler på natur- og kulturhistorier har Ferskvandscentret, Skanderborg og Horsens Museer bidraget.

Der blev nedsat en følgegruppe eller netværksgruppe med det beskrivende navn "Skal vi gå samme mobile vej ud i naturen". Medlemmer af netværket er repræsentanter for projekter, der indeholder elementer af mobil formidling. I bilag 2 er personer og projekter, der har deltaget i netværksmøderne opgjort.

Oprindeligt var det meningen, at UdiNaturen//Søhøjlandet skulle være afsluttet ved udgangen af 2011. Men partnerskabet fik udsættelse med afrapporteringen til 31. marts 2012, så det var muligt at fremstille produkter af højere kvalitet – bl.a. fordi muligheden for integration af data med nationale databaser lod vente på sig.

## Resultater

Ved projektafslutningen pr. 31. marts 2012 var der under UdiNaturen//Søhøjlandet høstet en mængde erfaringer:

- Friluftsrådet har med egen økonomi fremstillet applikationer til Margueritruuten i et uformelt, teknisk samarbejde med UdiNaturen//Søhøjlandet.
- Formidlingskonceptet BestigBjerge.dk er gjort landsdækkende, og projektet er overført til et mobilt website med kobling til Googlemaps, brug af QR-koder m.v. og en række nye bjerge er indlemmet eller på vej til at blive indlemmet i projektet.
- Projektet StoRYturen er gennemført med egen økonomi i en dansk version. Projektet er således etableret udenfor UdiNaturen//Søhøjlandet, men erfaringerne med brug af QR-koder er integreret i UdiNaturen//Søhøjlandet. Sitet udbygges med en engelsk sprogversion samt en sporleg medio 2012.

- Der er gennemført fokusgruppe-interview vedr. de to ovennævnte projekter samt på natur- og kulturhistorier under OplevGudena.dk
- Der er etableret et landsdækkende netværk af projekter om mobil formidling. Netværket har i 2011 og 2012 afholdt 5 møder, der sigter mod erfaringsudveksling og videndeling vedr. brug af mobile platforme.
- Der er taget stilling til, at afslutningen af UdiNaturen//Søhøjlandet bliver et mobilt website, OplevGudena.dk, der skal fokusere på integration af natur- og kulturhistorisk formidling med visning af faciliteter og tilbud på mobiltelefoner og på grundlag af digitale kort – Google Maps eller KMS-kort.
- Statens IT har besluttet at supportere Umbraco-plattformen, som er grundlaget for BestigBjerge.dk, StoRYturen og Oplev Gudena.dk.
- Der er indgået aftaler med lokale formidlingsinstitutioner om et koncept for fremstilling og hosting af geokoordinerede natur- og kulturhistorier ved HistoriskAtlas.dk.

*Gammel Kol og Dynæs*



Desværre er det endnu ikke muligt af overføre data dynamisk fra UdiNaturen.dk og fra VisitDenmarks nye system TellUs. Fra begge sider forlyder det, at det vil være teknisk muligt i maj 2012. Derfor venter UdiNaturen//Søhøjlandet med at offentliggøre det mobile website OplevGudenaa.dk indtil dette er muligt.

### OplevGudenaa

Ultimo 2010 blev der igangsat et forberedende arbejde med at udvikle et formidlingskoncept langs Gudenåen baseret på de allerede høstede erfaringer med formidling på Aqua, i samarbejderne VisitGudenaa og Oplev Søhøjlandet og i Naturstyrelsen Søhøjlandet.

En arbejdsgruppe med repræsentanter for ovennævnte partnere formulerede en ansøgning til Nordeafonden og fik ultimo 2011 bevilget 5,3 mio. kr. til udvikling

#### Aktivt friluftsliv – hvil på Siimtoften



af formidling, tilgængelighed og oplevelser langs Gudenåen, idet Gudenåen kan være et pilotprojekt for formidling af større danske vandløb.

Projektet er igangsat primo 2012 under navnet OplevGudenaa. Arbejdsgruppen, der i det daglige står for at udvikle projektet består af:

- Naturstyrelsen Søhøjlandet ved Knud Erik Hesselbjerg
- Destination Skanderborg ved Marianne Purup
- Aqua ved Erik Hofmeister og Lars Nygaard
- Projektkonsulent Bendt Nielsen

Derudover er der nedsat en smal styregruppe samt en meget bredt sammensat følgegruppe. Projektet skal udføres i 2012 og 2013, og arbejdsgruppen har igangsat et registreringsarbejde af formidling og projekter



*Udsigten fra Himmelbjerget*

langs åen, en beskrivelse af udstillingskoncept og formidlingsniveauer m.v.

Der skal endvidere udvikles et koncept for borgerinddragelse og udføres en "Store Gudenaa-dag", så der skabes bedst muligt lokalt ejerskab til kommende indsatser og grønne partnerskaber langs Gudenåen.

Det mobile website OplevGudenaa.dk forventes offentliggjort, når dynamisk dataoverførsel fra UdiNaturen.dk og TellUs er mulig. Projektet OplevGudenaa overtager driften af netværket "Skal vi gå samme mobile vej ud i naturen" og supplerer netværket med nye repræsentanter for formidlingsprojekter i Danmark.

## Bilag 2. Fokusgrupper

I forbindelse med udviklingen og evalueringen af projektet UdiNaturen//Søhøjlandet er der lavet tre undersøgelser i form af et antal fokusgruppeinterviews og en uddybende spørgeskemaundersøgelse.

De tre undersøgelser er lavet på de to cases Bestig-Bjerge og StoRYturen og den sidste undersøgelse er lavet som en del af fremstillingen af natur- og kulturhistorierne til OplevGudnaa.dk.

### BestigBjerge

I casen BestigBjerge blev to forskellige grupper spurgt om deres holdninger til såvel konceptet og websitet som det tekniske vedrørende sitet.

De to grupper bestod henholdsvis af garvede brugere af BestigBjerge samt en gruppe, der ikke i forvejen kendte konceptet.

Begge grupper var meget tilfredse med BestigBjerge og følte, at det gav dem en "reason-to-go". Derudover gav brugerne udtryk for, at BestigBjerge-sitet gav dem en mulighed for at lære nye steder (bjerge) at kende samt et formål med og destination til turen. En særlig motiverende faktor er "legen" med at finde top- og bundkoder på bjerget og ønsket om at bestige alle bjerge i BestigBjerge-familien og derved komme i "Hall of Fame".

Det mobile website er en klar fordel for konceptet, idet det giver mulighed for at bruge sitet ude i naturen via smartphones eller tablets. Sitet er funktionelt og overskueligt opbygget, og den lette adgang via det mobile site gør, at man ydermere kan forbinde direkte til de sociale medier og fortælle om turen og dele hyggelige madpakkesteder og andre naturoplevelser.

Der er knyttet en Facebook-profil til BestigBjerge, men der er et ønske om øget interaktion fra BestigBjerge-

brugerne, så vi kan overveje at integrere Facebook på selve sitet (det er efterfølgende sket).

Overordnet er brugerne rigtig glade for konceptet BestigBjerge og én bruger udtrykker det meget fint: "Hvis I får lavet en BestigBjerge T-shirt, så skulle jeg nok være den første der købte den".

### StoRYturen

Der blev ligeledes lavet et fokusgruppeinterview på casen StoRYturen, og da konceptet her var ganske nyt, var der her plads til forbedringer. Et resultat der i øvrigt har dannet grundlag for den videre udvikling af såvel StoRYturen som ved fremstillingen af natur- og kulturhistorierne til OplevGudnaa.dk.

Som udgangspunkt syntes brugerne af StoRYturen, at historierne var spændende og konceptet interessant. En del fandt dog, at historierne i udgangspunktet var for lange. Det var særlig vigtigt for brugeren, at de føler de står ved siden af fortælleren og får historien om lige netop det her sted sådan, at "man kan se det ude i landskabet, hvad det var de fortalte om, så man vidste hvilken vej man skulle kigge". Flere brugere ønskede en højere grad af fysisk aktivitet, en slags orienteringsløb eller en rute man skulle følge og dermed et incitament til at besøge næste "post".

### Natur- og kulturhistorierne til OplevGudnaa.dk

I forbindelse med fremstillingen af natur- og kulturhistorierne til OplevGudnaa.dk lavede UdiNaturen//Søhøjlandet en uddybende spørgeskemaundersøgelse. Overordnet var brugerne i undersøgelsen glade for historierne, og generelt kan man sige, at de fleste foretrækker den speakede version, da historien her bliver mest interessant og nærværende.

Det er åbenlyst, at der er fordele og ulemper ved både den speakede og skrevne version, herunder nævner nogle, at den speakede version er lettest (især med børn) og god til at fange opmærksomheden, men

mangler detaljer og facts. Omvendt synes den skrevne version at blive faktatung, lang og "arkæologisk" med mange historiske fagudtryk.

Lært af erfaringerne fra StoRYturen var der kortet i længden på den speakede version og det faldt i brugerens smag, og heraf kan vi konkludere at speakede historier maksimalt må vare to minutter.

Som ovenfor nævner flere brugere, at et interaktivt design, kan højne brugeroplevelsen.

### Generelt

Overordnet for alle tre cases må det konkluderes, at brugerne har styr på teknikken og kan få de mobile hjemmesider og QR-koder til at "funke" – både på hjemmepc'en, via tablets og smartphones.

Konkluderende må det fremhæves, at brugerne ønsker sig en form for interaktiv stimulans – altså at de selv er "med" og deltager aktivt.

Det være sig via fysisk aktivitet og et legende element a la en "skattejagt" eller via et interaktivt set-up via deres smartphones som for eksempel billeder, illustrationer, videoer eller en mulighed for at komme videre "ind i" konceptet og søge yderligere informationer, "checke ind" eller gennem dialog med andre brugere, for eksempel som det sker på BestigBjerge via Facebook.

## Bilag 3. Netværksdeltagere

|                          |  |                            |                                    |
|--------------------------|--|----------------------------|------------------------------------|
| Lars Steen Hansen        | Bjergtaget                             | Thomas Tram Pedersen       | Koldkrigsmuseum Stevnsholm         |
| Jørgen Larsen De Martino | Kort- og Martrikelstyrelsen            | Mette Bom                  | KUAS                               |
| Tom Weber                | Kort- og Martrikelstyrelsen            | Morten Stenak              | 1001 Fortællinger, KUAS            |
| Morten Lindegaard        | Kort- og Martrikelstyrelsen            | Gunhild Øeby Nielsen       | Hærevejen                          |
| Thomas Larsen Schmidt    | Friluftsrådet                          | Christian Nikolajsen       | Fodsporet                          |
| Bente Hansen             | Vejle Kommune                          | Tina Degn                  | VisitGudena.com                    |
| Michael Hammel           | Dansk Cyklist Forbund                  | Annemarie Kruuse           | Destination Sydvestjylland         |
| Søren Balle Christiansen | Naturturisme                           | Casper Lindemann           | Primitive overnatningspladser i DK |
| Thomas Olesen            | VER-DI, Region Midtjylland             | Lene Lind                  | Nationalparken på Mols             |
| Mia Serup Poulsen        | VER-DI, Region Midtjylland             | René Larsen                | Natur Bornholm                     |
| Karin Kristiansen        | VER-DI, Region Midtjylland             | Torben Greve               | Odsherred                          |
| Karin Winther            | Naturvejleder, Vesthimmerlands Kommune | Britta Leth                | De Fem Halder                      |
| Peter A. Larsen          | Naturstyrelsen, Rold Skov              | Kirsten Vest               | Naturstyrelsen, UdiNaturen         |
| Anne Navrbjerg           | Rold Skov Natur- og Kulturcenter       | Sune Bové                  | Naturstyrelsen, UdiNaturen         |
| Uffe Westerberg          | Rold Skov Natur- og Kulturcenter       | Helene B. Nielsen          | Naturstyrelsen, UdiNaturen         |
| Jacob Riddersholm Wang   | Historisk Atlas                        | Kasper Iversen             | Naturstyrelsen, UdiNaturen         |
| Thomas Klostergaard      | Kyststien/Juelsminde Turistbureau      | Lars Bo Hansen             | Naturstyrelsen IT & Data           |
| Sune Gudiksen            | ApEx                                   | Christina Jozefa Jensen    | VisitNordsjælland                  |
| Søren Smed               | ApEx                                   | Dorte Hesdorf              | StorySpot                          |
| Claus Østergaard         | ApEx                                   | Jan Lindegaard             | StorySpot                          |
| Marie Stenild Petersen   | Grønne Områder, Aarhus Kommune         | Helle Mølgaard Jensen      | Svendborg Kommune                  |
| Mathias Utoft Jørgensen  | Grønne Områder, Aarhus Kommune         | Bodil Meldgaard            | Midtjysk Turisme                   |
| Katrine Kromann          | Ærø Museum                             | Anders Boelskifte Mogensen | Seismonaut                         |
| Martin Østergaard        | Marstal Søfartsmuseum                  | Daniel Ord Rasmussen       | Seismonaut                         |
| Anders Adams             | Naturstyrelsen, Fyn                    | Helle Jensen               | Klean                              |
| Marie Roland             | Naturstyrelsen Storstrøm, Fodsporet    | Lis Witte                  | Klean                              |
| Jan Gruwier Larsen       | Livet – et strategispil, man kan dø af | Bubber Outzen              | Klean                              |
| Henrik Sell              | Livet – et strategispil, man kan dø af | Jonas Grau                 | Klean                              |
| Claus Gammelgaard        | Energimuseet                           | Karina Carlsen             | Klean                              |
| Nina Lemkow              | GeoPark Odsherred                      | Knud Erik Hesselbjerg      | UdiNaturen//Søhøjlandet            |
| Irene Lauridsen          | Marguritruen                           | Bendt Nielsen              | UdiNaturen//Søhøjlandet            |
| Elly Andersen            | Fodsporet                              | Marianne Purup             | UdiNaturen//Søhøjlandet            |
| Anders Torpegaard        | Spor i Landskabet                      | Jane Chor                  | UdiNaturen//Søhøjlandet            |
| Kristian Herget          | Nationalparken på Mols                 |                            |                                    |

