

Fundament for muligheder

Effekter af investeringer i kystbyers byggede miljø



Realdania

Fundament for muligheder
Effekter af investeringer i kystbyers byggede miljø

© Realdania 2016
1. udgave, 1. oplag
Redaktion: Incentive
Design: Nathalia Keil Thye
Forsidefoto: Carsten Ingemann
Korrektur: BBI Communication
Tryk: Nofoprint
Oplag: 1.000
Printed in Denmark 2016
ISBN: 978-87-93360-04-4

INDHOLD

Side 4
Forord ved Realdania

Side 6
Introduktion til effektevalueringen

Side 8
Seks cases fra den nordjyske vestkyst

Side 10
Konklusion

Side 14
Case 1: Nørre Vorupør

Side 22
Case 2: Klitmøller

Side 28
Case 3: Thorupstrand

Side 32
Case 4: Slettestrand

Side 38
Case 5: Blokhus og Hune

Side 44
Case 6: Løkken

Side 50
Fotokreditering

Side 51
Bag om analysen



Forord ved Realdania

Kysten er et af Danmarks allerstærkeste turismepotentialer.

Ofte har kystbyerne stolte historiske traditioner som attraktive ferie- og badedestinationer. Men med årene er det flere steder gået tilbage – både for turismen og for kystbyerne.

Generelt efterspørger turisterne bedre kvalitet til prisen. Det betyder, at det er nødvendigt at investere i produktudvikling, kompetenceløft – og kystbyernes byggede miljø, hvis tendensen skal vendes og turisternes trækkes til igen. Og den udvikling viser sig nu flere steder.

Realdania har gennem flere år arbejdet for at styrke udviklingen i Danmarks yderområder. Blandt andet ved at støtte kvalitet og gode rammer for turisme som lokalt forankret erhverv. Deriblandt også i kystbyerne.

Erfaringer fra projekter i en række kystbyer peger på, at det kan medføre en række afledte positive effekter, når man med afsæt i en helhedsorienteret indsats investerer i at løfte kvaliteten af det byggede miljø. Når det sker, kan eksempelvis en bedre forbindelse mellem by og havn være med til at sætte gang i en større positiv udvikling i området.

Formålet med denne analyse er at se nærmere på, hvilke effekter investeringerne i det byggede miljø har for kystbyerne. Det kan være mere synlighed, flere gæster eller større omsætning hos de lokale virksomheder.

Fælles for de seks byer i analysen er, at de har oplevet en positiv udvikling på enten den ene eller anden måde. Analysen peger dog på, at udviklingen ikke kun skyldes, at byerne har investeret i byrum og nye faciliteter.

Det er især turisme- og udviklingsstrategier og samspillet mellem det fysiske løft, udvikling af services og kompetencer samt lokal investeringslyst, som gør forskellen.

En helhedsorienteret tilgang kan sætte gang i en positiv udvikling, der gavner hele lokalområdet – og som ofte er selvforstærkende, da den fører flere initiativer med sig.

Analysen viser også, at forandring tager tid, og at det kræver stort lokalt engagement. Mange af byerne har arbejdet i over ti år med at gå nye veje, og det lokale foreningsliv og engagement har i flere tilfælde været afgørende for, at projekterne i det byggede miljø overhovedet er kommet på tegnebrættet.

Meget tyder derfor på, at det er ved at planlægge helhedsorienteret, langsigtet og med fokus på kvalitet, at man kan skabe positiv udvikling.

Vi håber, at analysen kan give andre aktører inspiration og viden, og at den kan bidrage til at kvalificere beslutninger om investeringer i kystbyer fremover.

Samtidig vil vi gerne sende en stor tak til alle i de seks kystbyer, som har medvirket i undersøgelsen – medarbejdere i kommunerne, medlemmer af foreninger, borgere og ikke mindst de lokale virksomheder.

God læselyst!



Stine Lea Jacobi
Programchef, Realdania

Introduktion til effektevalueringen

Ikke bare mursten. Fornyede byer – fornyet liv.

Hvad sker der med en kystby, når der bliver bygget nyt, og når byens rum og huse bliver fornyet og forskønnet? Forbedringer i det byggede miljø giver umiddelbart et kvalitetsløft med æstetisk værdi til følge, men er der også afledte effekter?

Evalueringen af, hvilke effekter investeringer i kystbyers byggede miljø har, tager udgangspunkt i en kortlægning af potentielle effekter. Fokus er på at undersøge, om investeringerne har positive effekter, der ligger ud over det umiddelbare kvalitetsløft, og hvor langt disse effekter rækker. De investerede midler i det byggede miljø er kommet hånd i hånd med strategisk tænkning og lokalt engagement. Derfor fokuserer analysen ikke snævert på effekten af de

økonomiske midler, som er investeret i huse og byrum, men i stedet bredt på den samlede indsats.

Det direkte resultat af investeringerne er en forbedring og forskønnelse, som er til glæde for både byens borgere og de folk, som besøger byen. Men ud over dette bliver der realiseret værdi i kraft af de nye aktiviteter, som byggeriet eller byrummet giver mulighed for.

Projekterne og de nye aktiviteter kan skabe opmærksomhed og trække flere besøgende til kystbyerne og dermed skabe et større forretningsgrundlag for byens virksomheder og potentielt nye arbejdspladser.

? Nye aktiviteter og events?

? Flere turister og besøgende?

? Større omsætning for byens virksomheder?

? Øget synlighed og omtale i medier?

? Nye indbyggere til byen?

? Højere boligpriser?

Seks cases fra den nordjyske vestkyst

I de seneste år har der været fokus på at kvalitetsudvikle og skabe vækst i dansk kystturisme. Der er landet over udarbejdet turismepotentialeplaner, destinationsplaner og kystbystrategier, som over de kommende år forventes at udmønte sig i projekter, der vil styrke turismen i kystbyerne.

Realdania har også sat fokus på kystbyerne. Blandt andet gennem kampagnerne "Stedet Tæller" og "Kvalitet i kysternes turistbyer". 15 udvalgte byer har siden 2011 fået støtte til projekter, der løfter kvaliteten i det byggede miljø. Dette arbejde er sket i koordination med de øvrige indsats for at styrke det lokale turismeerhvervs kompetencer, service og tilbud. Men hvilken effekt har investeringerne haft? For at

kvalificere fremtidige beslutninger om investeringer i kystbyers udvikling er processen omkring investeringsbeslutningerne, og hvordan det har påvirket lokalsamfundet, afdækket i seks udvalgte kystbyer.

De seks kystbyer ligger på stribe langs den nordjyske vestkyst, men er meget forskellige både i udgangspunkt og i den udvikling, der er sket. Fælles for byerne er dog, at de alle har gennemført større projekter i det byggede miljø i de seneste 5-10 år. Målet med analysen af de seks byer er at tilvejebringe et faktabaseret vidensgrundlag om effekterne af at investere i kystbyernes byggede miljø - til gavn for kommuner, investorer, lokale aktører, foreninger og fonde.



Metode

Processen omkring investeringerne og udviklingen i de seks kystbyer er kortlagt på baggrund af en gennemgang af eksisterende lokalplaner og lignende, nyhedsomtale samt interviews med kommuner, foreninger og lokale ildsjæle.

Evalueringen af afledte effekter bygger på systematiske interviews med lokale virksomheder. Vi har identificeret alle virksomheder med turistrettede aktiviteter og har gennemført interviews med alle dem, der har været tilgængelige og har ønsket at deltage. I alle figurer viser vi besvarelser som antal virksomheder og ikke som procentandel, idet der for nogle

af byerne er tale om ret få respondenter. I Thorupstrand er antallet af virksomheder, der kunne deltage i interviews, for lavt til at drage solide konklusioner. Når man sammenligner de seks kystbyer, er det vigtigt at huske, at omfanget af investeringerne i hver by er meget forskelligt, særligt set relativt i forhold til den enkelte bys størrelse.

Vi har også undersøgt udviklingen i medieomtale af og internetsøgninger på de seks kystbyer. Særligt i Thorupstrand er det tydeligt, at udviklingen har ført til øget opmærksomhed omkring byen.

	Nørre Vorupør	Klitmøller	Thorupstrand	Slettestrand	Blokhus og Hune	Løkken
Indbyggertal	574	839	<350	<459	1.062	1.560
Samlet værdi af større investeringer i det byggede miljø	68 mio. kr.	10 mio. kr.	22 mio. kr.	50 mio. kr.	110 mio. kr.	28 mio. kr.
Fondes andel af investeringerne	19%	63%	47%	61%	6%	15%
Anslået antal overnatninger pr. år	150.000	150.000	50.000	100.000	900.000	450.000

Note: Antal [kommercielle] overnatninger er en anslået værdi med stor usikkerhed.



Konklusion – strategiske valg

Fem strategiske valg med stor effekt

Analysen af de seks kystbyers udvikling peger på en række forskellige forhold, som har haft afgørende betydning for udviklingen i flere af byerne. Ikke alle forhold har gjort sig gældende i alle seks kystbyer. Figuren nedenfor opsummerer analysens konklusioner omkring de fem strategiske valg.

	Nørre Vorupør	Klitmøller	Thorupstrand	Slettestrand	Blokhush og Hune	Løkken
1 Fokus på stedbundne kvaliteter	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2 Båret af ildsjæles arbejde	✓	✓	✓	✓	✗	✗
3 Strategisk helhedstækning	✓	✓	✗	✗	✓	✓
4 Fokus på en særlig målgruppe	?	✓	?	✓	✗	✗
5 Fælles markedsføring	✓	✓	✓	✗	✓	✗

1 Fokus på stedbundne kvaliteter

I alle kystbyerne er de udførte projekter forankret i stedbundne kvaliteter. Fx har samtlige byer et historisk centrum ned til kysten, og projekterne er netop gennemført i denne del af byerne, fx ved renovering af mole og omkringliggende kystfiskerfaciliteter. I Slettestrand ligger de bakkede landskaber til grund for udfordrende mountainbikestier, mens man i Nørre Vorupør udnytter Vesterhavet med Havbadet og bedre adgang til kystområdet via Foreningsvejen. Projekterne i det byggede miljø udnytter den natur og de muligheder, der kendetegner nærområdet.

2 Båret af ildsjæles arbejde

Flere af projekterne er drevet frem af én eller flere lokale ildsjæle, der har bidraget til udvikling af destinationen, bl.a. ved at indsamle fondsmidler til investeringerne. Det lokale foreningsliv og engagement har i flere af casene været afgørende for, at projekterne i det byggede miljø er kommet på tegnebrættet. Foreningerne har også spillet en stor rolle i forhold til at arrangere nye events, aktiviteter og markedsføring, som er med til at skabe udvikling. I Nørre Vorupør er der etableret en aktivitetsforening for at sikre brugen af de nye faciliteter. I Klitmøller har en lokal surfer og forretningsmand spillet en central rolle i udvikling af flere projekter, og tilsvarende har lokale ildsjæle i Slettestrand løftet arbejdet med at få Han Herrer Havbåde på benene.

3 Strategi for helhedstækning

Fra 2012-2014 var Nørre Vorupør, Klitmøller, Blokhush og Løkken med i et landsdækkende projekt, "Udvikling af stedbundne turismekoncepter i danske kystferiebyer – en genfortælling af den klassiske badeferie". Projektet omfattede bl.a. udvikling af såkaldte potentialeplaner. Potentialeplanerne er en strategi for, hvordan man vil styrke og udvikle turismen i og omkring destinationen, og har bidraget til helhedstækning for udviklingen.

4 Fokus på en særlig målgruppe

I Klitmøller og Slettestrand har investeringerne i det byggede miljø og de aktiviteter, der i øvrigt er opstået, til dels været rettet mod en bestemt turistmålgruppe. De gunstige naturforhold har sammen med markedsføring og investeringer gjort det muligt for Klitmøller at blive et internationalt anerkendt surfområde. Mountainbikeprojektet i Slettestrand tiltrækker med samme strategi hvert år et stort antal cykelentusiaster.

5 Fælles markedsføring

De fleste byer har markedsført sig ved at promovere destinationen og alle virksomheder som en samlet enhed. I Nørre Vorupør indbetaler alle virksomheder i erhvervsforeningen et beløb til en fælles pulje, der bliver brugt til markedsføring af destinationen. I Blokhush er der afsat en fælles pulje til markedsføring som en del af et større kommunalt projekt.

Konklusion – afledte effekter

Afledte effekter af investeringer i det byggede miljø

Analysen af de seks kystbyers udvikling peger på fire afledte effekter af investeringerne i det byggede miljø. Figuren nedenfor opsummerer analysens konklusioner omkring disse fire afledte effekter. Den fulde effektevaluering er dokumenteret i baggrundsrapporten, som ligger på Realdanias hjemmeside.

	Nørre Vorupør	Klitmøller	Thorupstrand	Slettestrand	Blokhushus og Hune	Løkken
1 Nye aktiviteter og events	✓	✓	✗	✓	✓	✓
2 Øget synlighed og omtale i medier	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3 Flere turister og besøgende	✓	✓	✓	✓	?	?
4 Større omsætning	✓	✓	✓	✓	✓	✓

1 Nye aktiviteter og events

I fire ud af seks kystbyer er der skabt nye aktiviteter og events som følge af projekterne i det byggede miljø. Et af mange eksempler er en årligt tilbagevendende vinterbadefestival i Nørre Vorupør med det nyopførte havbad som scene. Festivalen havde i 2015 3.000 deltagere.

2 Øget synlighed og omtale i medier

Casene viser også, at projekterne og de aktiviteter, der er fulgt i kølvandet, har skabt omtale i medierne, hvilket kan bidrage til større interesse og flere besøgende.

3 Flere turister og besøgende

Ifølge de lokale virksomheder i de fire mindste kystbyer er der kommet flere besøgende som følge af investeringerne i det byggede miljø.

4 Større omsætning

Interviews med virksomheder i de seks byer viser, at der er skabt et bedre kundegrundlag og dermed større omsætning i alle byerne. I Klitmøller, Blokhushus og Løkken skyldes det, ifølge de adspurgte virksomheder, især markedsføring af virksomhederne og destinationen samt virksomhedernes egne investeringer. I Thorupstrand er der et relativt beskedent antal virksomheder, men et voksende detail- og engrossalg af fisk er en direkte afledt effekt af investeringer i at renovere byens fiskepakhus.

? Nye indbyggere til byen?

Udviklingen i folketallet i de seks kystbyer er – med undtagelse af Nørre Vorupør – tæt på landsgennemsnittet. Det tyder på, at byerne ikke har de samme udfordringer som andre nordjyske kystsogne. I perioden 2008-2015 har Nørre Vorupør haft en gennemsnitlig årlig vækstrate i folketallet på -0,2%, hvilket svarer til gennemsnittet for alle nordjyske kystsovn. De andre fem kystbyer har i samme periode haft gennemsnitlige årlige vækstrater på 0,2%-0,9%. Landsgennemsnittet i samme periode var 0,5%.

Der er ikke tegn på en ændring i vækstraterne samtidig med eller efter gennemførelsen af projekterne i byernes byggede miljø, derfor konkluderer vi, at befolkningsudviklingen ikke er påvirket af projekterne og den udvikling, de er en del af. Det kan imidlertid ikke afvises, at en afledt effekt på befolkningsudviklingen vil vise sig i de kommende år.

? Højere boligpriser?

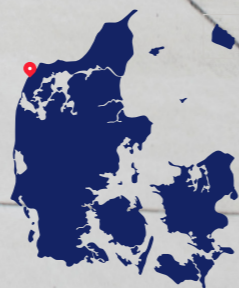
Der kan ikke påvises en statistisk signifikant ændring i boligpriserne i de seks kystbyer i den periode, hvor investeringerne i det byggede miljø er blevet gennemført. Selv hvis helårs- og/eller fritidsboliger i de seks kystbyer er blevet mere attraktive, kan det imidlertid være svært at observere det i data, fordi der har været forholdsvis få handler.



Nørre Vorupør

Fakta [2015]

Indbyggere: 574
Andel i den erhvervsaktive alder: 62%
Fritidsboliger: 665
Helårsboliger: 383
Turister: ca. 150.000 overnatninger årligt

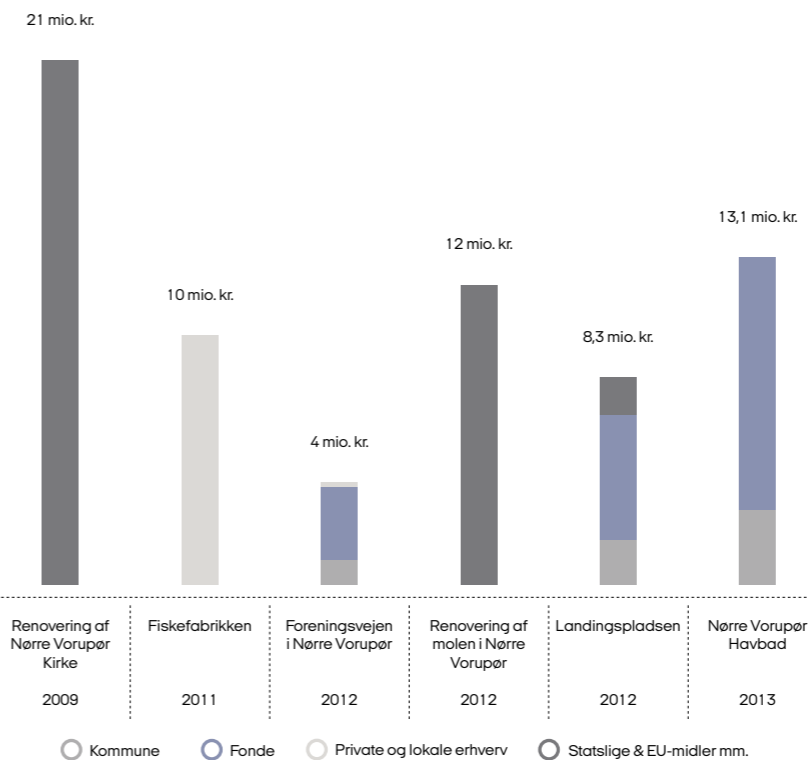


Case 1

Om byen

Kystbyen Nørre Vorupør ligger i Thy med fiskerleje ned til Vesterhavet. Fiskeri spiller en særlig rolle i byens historie og identitet, og selvom fiskeriet ikke længere er et aktivt erhverv i byen, er det stadig nærværende i bymiljøet. Lokale såvel som besøgende fritidsfiskere bruger byen som udgangspunkt for kystfiskeri. Fiskebådene på stranden bliver stadig brugt til turiture, og én af byens turistattraktioner er Nordsø Akvariet, hvor man i indendørs omgivelser kan se og røre

levende fisk fra Vesterhavet. Gamle fiskehuse omgiver Landingspladsen ved stranden og bliver i dag brugt til fiskeriudsalg, madpakkehus m.v. Fra Landingspladsen løber en strandpromenade, kaldet Foreningsvejen, som fører ned til Havbadet, hvor besøgende kan tage sig en dukkert i Vesterhavet. Blandt de turister, som besøger Nørre Vorupør, er der også mange surfere, som nyder godt af vindforhold og store bølger på vandet ud for Nørre Vorupør.



Oversigt over investeringer i det byggede miljø

Der er investeret 68 mio. kr. i seks større projekter i det byggede miljø i Nørre Vorupør på fem år fra 2009 til 2014. Tre af projekterne har modtaget fondsmidler på i alt 17,9 mio. kr. Bortset fra en renovering af byens kirke er projekterne geografisk koncentreret omkring Landingspladsen, som er den plads, hvor fiskebådene "lander" på stranden, når de kommer hjem fra fisketur.



Nørre Vorupør Kirke

Når man kører ad Vesterhavsgade ned mod stranden, kommer man forbi Nørre Vorupør Kirke, som ligger på venstre hånd. Kirken gennemgik i 2009-2010 en omfattende renovering udvendigt og indvendigt.

Læmolen

I 2012 renoverede Kystdirektoratet den nedslidte mole i Nørre Vorupør. Lokale borgere var med til at udvikle projektet. Den inderste del af molen udgør den nordvestlige afskærmning af det havbad, som er blevet opført efterfølgende.



Fiskefabrikken

Den tidligere fiskefabrik på adressen Hawblink 4 stod øde hen i seks år inden den i 2010-2011 blev restaureret og indrettet til butikslokaler. I dag huser bygningen en sportsbutik og dametøjsforretning.

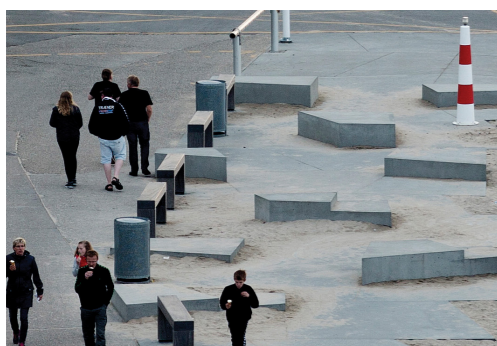


Havbadet

Det anlagte havbad er adskilt fra Vesterhavet af en mur, der sikrer hyppig vandudskiftning. To af badets sider er indrettet med promenader, trapper og ramper, imens den tredje side er udformet som en badestrand. Havbadet er for alle, der vil prøve kræfter med Vesterhavet – hvad enten det er for at svømme, lege, dykke eller forbedre færdighederne i havkajakken. Havbadet modtager også kørestolsbrugere.

Foreningsvejen

I Nørre Vorupør er anlagt en 400 meter lang strandpromenade i beton, kaldet Foreningsvejen. Vejen strækker sig langs kysten og gør det muligt for alle at komme tæt på molen og områdets karakteristiske fiskekuttere. Handicapvenlige ramper i begge ender af vejen gør kysten til et af de få kystnære steder i landet, der er tilgængeligt for alt fra bevægelseshæmmede til personer med barnevogn.



Landingspladsen

Ned til fiskelejet i Vorupør ligger Landingspladsen, hvor fiskekutterne i sin tid landede på stranden. På pladsen er seks gamle huse blevet renoveret, så de i dag kan bruges til en fiskedelikatessebutik, et madpakkehus, opbevaring af fiskekuttere og faciliteter til surfere. En lokal projekt- og eventkoordinator arbejder for at aktivere Landingspladsen, så besøgende kan opleve kulturhistoriens vingesus.



Nye tider, nyt liv

Udviklingen i Nørre Vorupør har været i gang i et årti og involverer initiativrige ildsjæle. Både borgere, det lokale erhvervs- og foreningsliv, sognerådet, Thisted Kommune og fonde har bidraget.

Mulighedernes Land
Et partnerskabsprojekt mellem Thisted Kommune og Realdania bliver indgået.

2006

Borgerinddragelse
Thisted Kommune inddrager som en del af Mulighedernes Land de lokale borgere og får projektidéer fra bl.a. Vorupør.

2007

Fire indsatsområder bliver udvalgt
Thisted Byråd vælger fire indsatsområder under projektet Mulighedernes Land, heriblandt kampagnen Det gode liv ved kysten, der omfatter Vorupør.

2008

Beslutning om at renovere Vorupør Kirke
I slutningen af 2008 beslutter menighedsrådet at renovere kirken i Vorupør. Renoveringen finder sted fra starten af 2009 til 2010.

Arkitektkonkurrence om projekter til Det gode liv ved kysten.
I Vorupør indeholder vinderprojektet strandpromenaden Foreningsvejen.

2009

Thisted Kommune giver **tilladelse til at ombygge den gamle fiskefabrik** i Vorupør.

Vorupør Erhvervsforening tager initiativ til projekt **Vorupør i en ny tid**, hvilket munder ud i en helhedsplan for byen.

2010

Fiskefabrikken får ekstra tillæg til **kommuneplan**, så man kan gennemføre byggeriet af to butikker.

Borgerne i byen beslutter i fællesskab at nedlægge to mindre fiskeriforeninger til fordel for **en samlet fond for byen**.

Erhvervsstyrelsen søsætter **kampagnen Kvalitetsløft i kystturismen** i samarbejde med Realdanias kampagne Stedet Tæller.

Fiskercompagni- og Fiskeriforenings Fond påbegynder en **helheds- og renoveringsplan** for et nyt projekt for Vorupør Landingsplads med midler fra Stedet Tæller.

Ombygningen af **Fiskefabrikken** er færdig.

2011

Vorupør Landingsplads bliver udvalgt til sidste runde af Stedet Tæller.

Kystdirektoratet starter en istandsættelse af **Vorupør læmole**, der herefter overdrages til kommunen.

Foreningsvejen bliver indviet.

2012

Byggeriet af **Havbadet** starter.

En ny markedsføringskampagne for Vorupør og Klitmøller, kaldet **To byer én bølge**, bliver igangsat af VisitNordjylland.

2013

Vorupør Kulturforening etableres.

Havbadet bliver taget i brug.

Officiel åbning af **Havbadet, Foreningsvejen og Landingspladsen**.

Vorupør Kulturforening afholder for første gang **Vorupør Vinterbadefestival** i Havbadet.

2014



Nye muligheder for lokale virksomheder



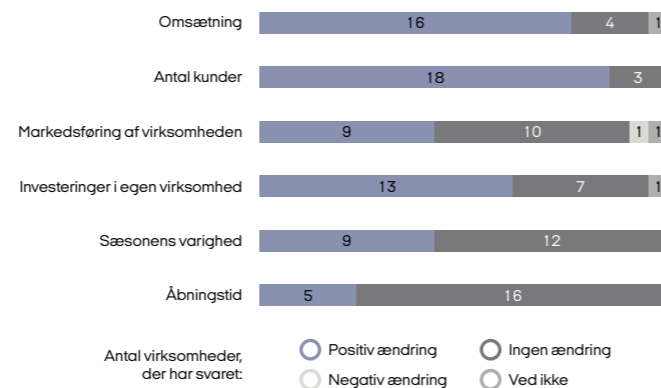
“
 Det er da meget sjovere at arbejde et populært sted. Vi føler, at det hele nytter noget igen.
 Lokal erhvervsdrivende

Investeringerne i Nørre Vorupørs byggede miljø har haft stor indflydelse på byen. En interviewundersøgelse lavet i efteråret 2015 viser, at det går fremad for byens virksomheder. 21 lokale virksomheder med turister blandt sine kunder har deltaget i interviews. Undersøgelsen fokuserer på de forandringer, der er sket siden 2012, hvor udviklingen for alvor tog fat. De fire projekter, renoveringen af molen og

fiskehusene ved Landingspladsen samt Foreningsvejen og Havbadet, er gennemført i denne periode. Projekterne ligger side om side på stranden ved Nørre Vorupør. Mange af byens virksomheder har fået flere kunder i butikken og peger på, at projekterne har været en medvirkende årsag. Projekterne har været med til at skabe opmærksomhed omkring byen og sætte Nørre Vorupør på landkortet.

Ændringer i virksomheden i 2015 i forhold til et normalt år før 2012

Lokale virksomheder har oplevet økonomisk fremgang, og de fleste mener, at projekterne i det byggede miljø har medvirket til flere kunder.



+ 7% fuldtidsansatte

Antallet af fuldtidsansatte er vokset med 7% blandt de adspurgte virksomheder.

> 10% flere kunder

Den gennemsnitlige vækst i antal kunder er større end 10% blandt de adspurgte virksomheder, der har oplevet en positiv ændring.

5,8 x Google-søgninger

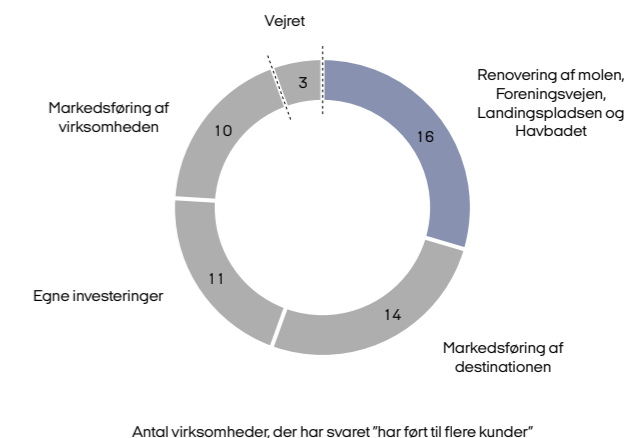
Der er blevet foretaget 5,8 gange så mange Google-søgninger på byen i 2015 sammenlignet med 2008.

1506 medieomtaler

Der har været 1506 medieomtaler af projekterne omkring Landingspladsen fra 2005 til 2015.

Hvad har påvirket antallet af kunder i 2015 i forhold til et normalt år før 2012?

Blandt de 21 virksomheder, der bl.a. lever af turisme, mener 16 virksomheder, at projekterne med molen, Landingspladsen, Foreningsvejen og Havbadet har ført til flere kunder.



Klitmøller



Case 2

Om byen

Kystbyen Klitmøller ligger 10 km sydvest for Hanstholm ud til Vesterhavet. Også her har fiskeriet tidligere været et vigtigt erhverv, selvom der i dag kun er fritidsfiskeri tilbage. Fiskeriets storhedstid er stadig nærværende i byens miljø med fiskehuse og kuttere på byens ladeplads. En anden ting, der fylder i

gadebilledet, når man besøger Klitmøller, er surfing. Byen er et yndet besøgsmaal for surfere fra andre dele af Danmark og resten af Europa. Kysten ud for Klitmøller og Nørre Vorupør er internationalt kendt som "Cold Hawaii", og Klitmøller lægger hvert år hus til Cold Hawaii PWA World Cup i surfing.

Fakta (2015)

Indbyggere: 839
 Andel i den erhvervsaktive alder: 58%
 Fritidsboliger: 742
 Helårsboliger: 505
 Turister: ca. 150.000 overnatninger årligt



Hummerhuset

Hummerhuset på stranden ved Klitmøller blev engang brugt til at opbevare hummere, der skulle sælges på auktion. Huset er i dag bygget om til foreningshus for surfere og biologer. Indendørs er der køkken, mødelokaler og omklædningsrum. Omkring og oven på huset er der indrettet områder, hvor man kan nyde udsigten og følge med i livet på stranden.



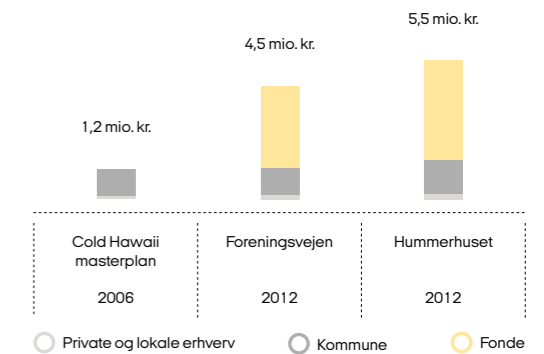
Foreningsvejen

I forbindelse med Hummerhuset er der – ligesom i Nørre Vorupør – opført en strandpromenade i beton, kaldet Foreningsvejen, som sikrer adgang til stranden for alle, også i kørestol eller med barnevogn. Foreningsvejen er et velbesøgt opholdssted for strandens gæster og bliver bl.a. brugt af skatere.



Oversigt over større investeringer i det byggede miljø i Klitmøller

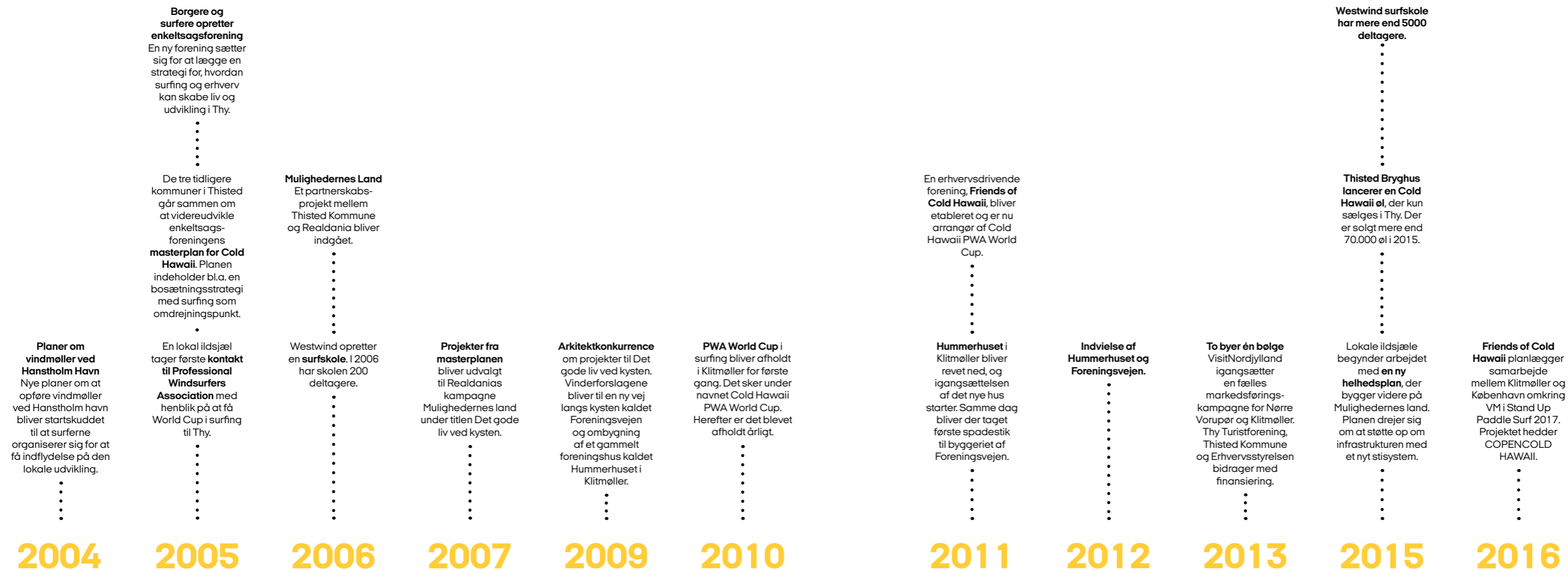
Der er investeret 10 mio. kr. i Foreningsvejen og Hummerhuset i Klitmøller. 6,9 mio. kr. kommer fra fonde. Tilbage i 2006 investerede kommunen, private og lokale erhverv 1 mio. kr. i at udvikle en masterplan for "Cold Hawaii".



Vi starter en bølge!



For ti år siden gik surfere og lokale borgere sammen om at udvikle en masterplan for, hvordan surfing og erhvervsudvikling kunne gå hånd i hånd for at skabe liv i området.



Markedsføring er afgørende

Det [Hummerhuset og Foreningsvejen] er kronen på værket. Det har åbnet hele verdens øjne for, hvor fantastisk et sted Klitmøller er, og hvad der gør stedet til noget helt særligt.

Lokal erhvervsdrivende

I Klitmøller er der gennemført interviews med ni virksomheder om udviklingen siden 2010. De lokale erhvervsdrivende mener, at markedsføring af destination med fokus på surfing har været det allermest afgørende for Klitmøllers udvikling. Investeringerne i det byggede miljø på stranden ved Klitmøller er med til at skabe kvalitet i det miljø, som bliver markedsført

verden over. Det er især brandnavnet "Cold Hawaii", der har skabt opmærksomhed omkring byen og gjort Klitmøller berømt i ind- og udland. Selvom Klitmøller er en lille kystby i et af de danske yderområder vokser befolkningen, og der er ventelister på helårslejeboliger i området.

>10% flere kunder

Den gennemsnitlige vækst i antal kunder er større end 10% for de fem adspurgte virksomheder, der har oplevet en positiv ændring.

2,2 x Google-søgninger

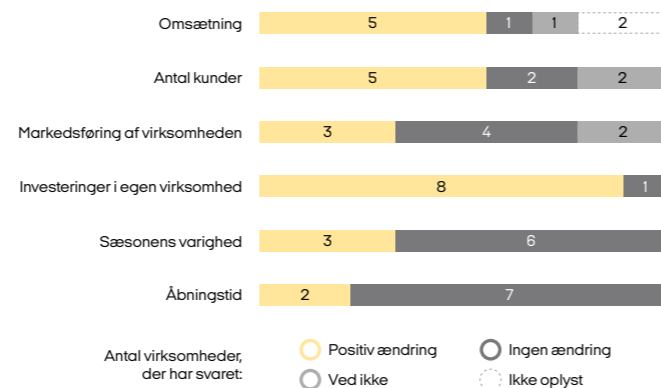
Der er blevet foretaget 2,2 gange så mange Google-søgninger på byen i 2015 sammenlignet med 2009.

371 medieomtaler

Der har været 371 medieomtaler af Foreningsvejen og Hummerhuset fra 2005 til 2015.

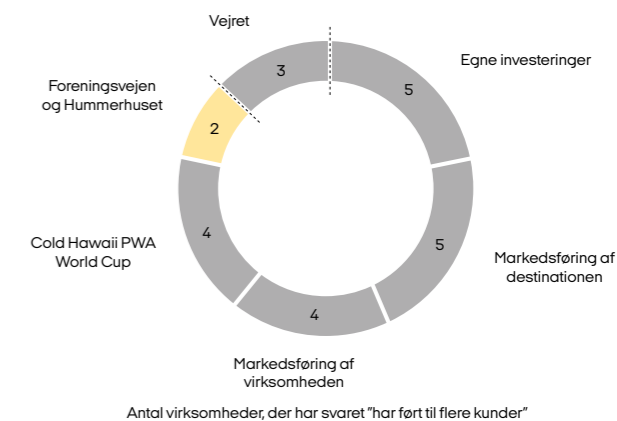
Ændringer i virksomheden i 2015 i forhold til et normalt år før 2010

Otte ud af ni lokale virksomheder, som har deltaget i interviews, har investeret mere, og fem har haft flere kunder og større omsætning.



Hvad har påvirket antallet af kunder i 2015 i forhold til et normalt år før 2010?

De interviewede virksomheder er ikke enige om, hvilke omstændigheder, der har ført til flere kunder.



Thorupstrand

Case 3

Om byen

Thorupstrand ligger nord for Fjerritslev ud til Vesterhavet. Der er stadig aktivt erhvervsfiskeri fra Thorupstrand, hvor man holder fast i kystfiskeri i klinkbyggede havbåde – en tradition, som går helt tilbage til vikingetiden. Ligesom i andre dele af landet oplever erhvervet trange økonomiske kår, men de

lokale fiskere fra Thorupstrand har "taget skeen i den anden hånd". De gør en aktiv indsats for at bevare kystfiskeriet med de fladbundede både, som bliver trukket ud i havet direkte fra stranden. Fiskerne fisker med garn og snurrevod, som sikrer et naturskånsomt og bæredygtigt fiskeri.

Lave priser på verdensmarkedet og ny lovgivning om fiskekvoter har gjort det sværere at leve af fiskeri, og derfor har mange fiskere forladt erhvervet i løbet af det seneste årti. Kystfiskeriet fra strandene langs Vestkysten er i høj grad blevet afløst af fiskeri med større trawlerfartøjer, som lægger til i havnebyerne.

Thorupstrand har også fået udfordringerne at mærke, men de har ikke givet op, og byen har i dag Nordeuropas største kystlandingsplads med 19 både og ca. 30 tilknyttede fiskere. Bag succeshistorien står bl.a. non-profit organisationen Thorupstrand Kystfiskerlaug, som er startet af 20 lokale fiskerfamilier. De er gået sammen om at opbygge fælles fangstkvoter til kystfiskeri i Jammerbugt og Skagerrak. Sammen med Thorupstrand Fiskeriforening og Han Herred Havbåde i Slettestrand har de stiftet en fælles forening, Thorupstrand Landingsplads og Pakhusforening, som

tog initiativ til at lave et nyt landingsanlæg i Thorupstrand. Projektet modtog støtte fra Den A.P. Møllerske Støttefond, Realdania, NaturErhvervstyrelsen og Region Nordjylland.

Det nye anlæg stod klar i 2014 og omfatter et fiskepakhus, hvor man forarbejder og pakker de fisk, som lander med bådene på stranden lige udenfor. Ved at holde forarbejdningen i forbindelse med selve landingspladsen kan de lokale fiskere selv beholde en større del af fortjenesten, så der er råd til at vedligeholde faciliteterne og investere i at fremtidssikre kystfiskeriet. Pakhuset er også centrum for formidling af viden om kystfiskeri. I pakhuset kan turister og besøgende følge med i arbejdsprocessen, lære om naturskånsomt fiskeri og købe fisk med hjem. Der er samtidig blevet etableret et skolekøkken, hvor børn kan lære at tilberede frisk fisk.



Fakta [2015]

Indbyggere: <350
Andel i den erhvervsaktive alder: 62%
Fritidsboliger: 366
Helårsboliger: 476
Turister: ca. 50.000 overnatninger årligt

+6 arbejdspladser

Der er skabt 6 nye arbejdspladser i byen i forbindelse med fiskepakhuset.

+25% omsætning

Omsætningen fra salg af fisk fra Thorupstrand er vokset med mindst 25% efter åbningen af det nye fiskepakhus.



Det er stærkt motiverende for os unge fiskere, at to fonde som Realdania og Den A.P. Møllerske Støttefond i en svær tid for kystfiskeriet vil gå foran med en indsats for at fremme det miljøsånsomme fiskeri ved at støtte vort arbejde for at skabe moderne faciliteter for kystfiskeriet fra åben strand.

Fiskeskipper Jesper Olsen fra Thorup Strand Kystfiskerlaug

Oversigt over investeringer i fiskepakhuset

Der er investeret i alt 22 mio. kr. i fiskepakhuset. Knap halvdelen kommer fra Den A.P. Møllerske Støttefond og Realdania.

22 mio. kr.



- Private og lokale erhverv
- Statslige & EU-midler mm.
- Fonde

Da Thorupstrand blev verdensberømt i Danmark



De lokale fiskeres indsats for at bevare fiskeriet i Thorupstrand er ikke gået ubemærket hen. Der er blevet lagt mange kræfter i at markedsføre byen og fiskene derfra.

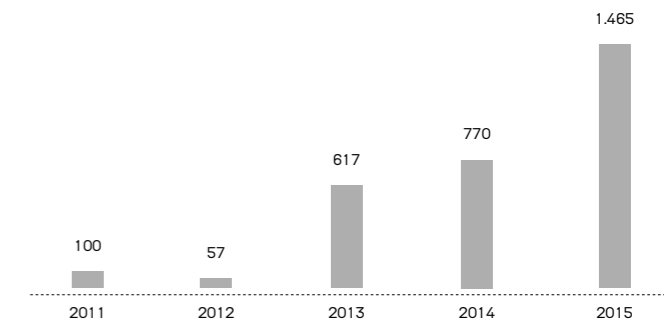
- En samarbejdsaftale mellem Thorupstrand Kystfiskerlaug og Coop har sikret, at fisk fra Thorupstrand bliver markedsført i Kvickly og SuperBrugsen landet over.
- Der er lanceret en håndfuld Facebooksider med tilknytning til Thorupstrand. Fiskekutteren i Nyhavn har fx sin egen profil på Facebook og har fået over 1.700 "likes". Profilen "Red Thorupstrand" har over 5.000 "likes".
- I foråret 2012 overtog Thorupstrand Kystfiskerlaug kutteren HM 800 og byggede den om, så den fik salgsdisk på dækket og udstillingsrum i forpikken. Thorupstrandkutteren flyttede til Nyhavn i 2012. Herfra kan københavnere købe skånsomt fanget fisk fra Thorupstrands kystlandingsplads og lære om kystbyens historie og kultur for bæredygtighed.
- TV 2's programserie "Gutterne på kutterne" beskriver livet som fisker i Thorupstrand. Serien på seks afsnit, som blev vist i sommeren 2015, følger fire lokale fiskere. I uge 23 blev programmet set af 568.000 danskere.

At omverdenens interesse for Thorupstrand er blevet stor, kan man bl.a. se på antallet af søgninger på søgemaskinen Google og på en stor vækst i antallet af historier om Thorupstrand i medierne.

På Googles søgemaskine var antallet af søgninger på "Thorupstrand" og "Thorup Strand" seks gange så stort i 2013 og 2014 sammenlignet med 2009. I 2015 var der 14 gange så mange søgninger på byen som i 2009. Et grundigere kig på

Indeks for antal Google-søgninger på Thorupstrand, 2011-2015

14 gange så mange Google-søgninger på byen i 2015 sammenlignet med 2011.



Antal medieomtaler af ordene "Thorupstrand" og "fiskepakhhus" eller "fisk" og "Thorupstrand"

"Thorupstrand" og "fiskepakhhus" eller "fisk" og "Thorupstrand" er blevet nævnt i 143 nyhedshistorier i 2014 og 2015.

søgningerne i 2015 viser, at der især blev søgt på byen i løbet af de måneder, hvor tv-serien "Gutterne på kutterne" var på tv-skærmen.

I løbet af de seneste 10 år frem til november 2015 blev ordene "Thorupstrand" og "fiskepakhhus" samt "fisk" og "Thorupstrand" omtalt i 762 forskellige historier i danske medier. Frem til 2013 var der i gennemsnit 53 omtaler om året, mens der i 2014 og 2015 i gennemsnit var 143 omtaler om året.

53
Gennemsnit
2005 - 2013



143
Gennemsnit
2014 - 2015

Slettestrand

Case 4

Om byen

Slettestrand er en kystby knap 10 km nordøst for Fjerritslev. I 1800-tallet var byens ladeplads central for eksport af landbrugsprodukter til Norge og import af træ og jern derfra. Transporten foregik i klinkbyggede både, som blev landet oppe på strandbredden. Den tradition bliver holdt i hævd den dag i dag, hvor kystfolk stadig trækker deres både op på stranden. Den lokale forening Han Herred Havbåde

har gjort en særlig indsats for at sikre det traditionelle bådebyggerhåndværk med etableringen af et bådebyggeri i den gamle redningsstation på stranden. Slettestrand bliver hvert år besøgt af turister fra ind- og udland, og området er blandt andet kendt for storslået natur og en 20 km lang mountainbikerute i Svinkløv Klitplantage.

Fakta (2015)

Indbyggere: <459
Andel i den erhvervsaktive alder: 63%
Fritidsboliger: 640
Helårsboliger: 204
Turister: ca. 100.000 overnatninger årligt

Havbåde og kystkultur

For at bevare det lokale kulturmiljø og sikre det traditionelle bådebyggerhåndværk har lokale ildsjæle i Slettestrand stiftet foreningen Han Herred Havbåde. Foreningen har taget initiativ til at genetablere kystlandingspladsen på Slettestrand og opføre Han Herred Havbådebyggeri og Kystkulturcenter. Bådebyggeriet fungerer i dag som et åbent værksted og i kystkulturcentret kan lokale og turister høre historien om kystfiskeri, håndværk og byggeskik ved Danmarks kyster. Ud over etableringen af bådebyggeriet er strandens fiskepakhus og spilanlæg til at trække bådene op på stranden med blevet renoveret.

Projektet har modtaget støtte fra A.P. Møller og Hustru Chastine Mc-Kinney Møllers Fond til Almene Formaal, Nordea-fonden, Realdania, Vækstforum Nordjylland samt Jammerbugt Kommune. Derudover er flere delaktiviteter støttet af en række andre fonde og sponsorer.

På sporet af mountainbike-turisterne

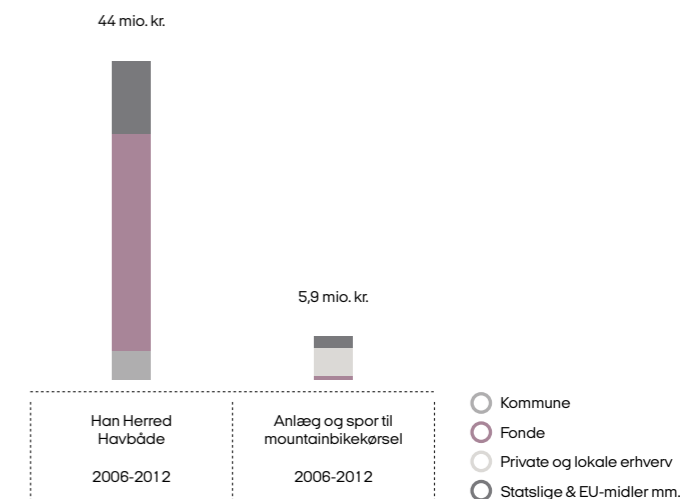
Når man besøger Slettestrand, kan man ikke undgå at bemærke de mange cyklister på mountainbikes i området. Det er ikke så sært, for området omkring Slettestrand byder på smuk og varieret natur, blandt andet Danmarks længste indlandsskrænt, Lien, og Svinkløv Plantage. Det kuperede istids- og klitlandskab er ideelt for mountainbike-entusiaster, og med afsæt i denne stedbundne kvalitet har et af byens feriecentre bygget ny forretning op omkring mountainbiketurisme.

Feriecenter Slettestrand arrangerer undervisning og afholder mountainbikeevents. Et essentielt forhold, som har skabt grobund for disse aktiviteter, er de spor og stier, som er blevet etableret i området. Det første spor åbnede i 2009 og siden er flere kommet til, bl.a. på baggrund af investeringer fra Jammerbugt Kommune, Naturstyrelsen samt Thy og Slettestrand Trailbuilder Laug.

Oversigt over større investeringer i Slettestrand

Der er investeret 44 mio. kr. i Han Herred Havbådebyggeri og Kystkulturcenter fra 2006-2012. 60% af investeringen kommer fra fonde.

Der er investeret 5,9 mio. kr. i at etablere anlæg og spor til mountainbikekørsel fra 2008-2014. Investeringerne er hovedsageligt sket uden bidrag fra fonde.



Fuld fart fremad!

Idéen om at fremtidssikre bådehåndværket fra Slettestrand har ti år på bagen. Undervejs i processen har lokale ildsjæle haft afgørende betydning for projektets succes.

Satsningen på mountainbiketurister er vokset ud af en lokal virksomhed, som har set et potentiale i områdets bakkede natur og forstået at udnytte det som grundlag for oplevelser.

Idéen bag projektet **Han Herred Havbåde** bliver første gang drøftet i lokalbefolkningen. Projektet går ud på at bevare og bruge de gamle fiskebåde, der ikke længere er i brug.

2005

Der arbejdes løbende med projektet, og ildsjælene kontakter den daværende Fjerritslev Kommune, Skov- og Naturstyrelsen, EBH-fonden og Vækstforum Nordjylland.

2006

Foreningen **Han Herred Havbåde** bliver oprettet for at skaffe støtte fra fonde og udvikle samarbejdet blandt frivillige. De ansætter en bådbygger og redningsstationen på Slettestrand bliver stillet til rådighed for projektet.

2007

Lokale ildsjæle arrangerer **borgerinddragelsesmøder** for at vurdere, om der er opbakning fra lokalsamfundet.

EBH-fonden giver **tilsagn om støtte** til bådernes genopbygning på betingelse af, at det foregår på Slettestrand, hvor landingspladsen til fiskerbåde ikke længere er i brug.

Lokale **ildsjæle** er første gang i kontakt med Realdania omkring støtte til et nyt værf på Slettestrand i forbindelse med renovering af bådene.

Foreningen **Han Herred Havbåde** bliver oprettet for at skaffe støtte fra fonde og udvikle samarbejdet blandt frivillige. De ansætter en bådbygger og redningsstationen på Slettestrand bliver stillet til rådighed for projektet.

Foreningen ansætter en forsknings- og formidlingsmedarbejder, som bliver inddraget i arbejdet med at udvikle projektet.

Realdania kommer med **tilsagn om støtte** til byggeriet af bådehus, bådebyggeri og spilhus.

Der kommer endeligt tilsagn fra Jammerbugt Kommune om **støtte til forsknings- og formidlingsarbejdet** i Han Herred Havbåde.

Han Herred Havbåde tager kontakt til Nordea-fonden og A.P. Møller og Hustru Chastine Mc-Kinney Møllers Fond til Almene Formaal, fordi EBH-fondens **økonomiske garantier er i fare** som følge af en snarlig konkursbegæring.

Det Obelske Familiefond giver **støtte til sejl, sikkerhedsudstyr mm.** til et af skibene.

2008

Efter 2 års arbejde indvier Feriecenter Slettestrand i samarbejde med Naturstyrelsen Thy det **første mountainbikespor** i området.

PR Havbådene indgår i en lang række markedsføringstiltag, bl.a. radio- og tv-indslag, samt historier i lokalavisen.

Jammerbugt Kommune **etablerer cykelstier** og veje med ny belægning i området omkring Slettestrand.

De tre fonde Nordea-fonden, A.P. Møller og Hustru Chastine Mc-Kinney Møllers Fond til Almene Formaal og Realdania går sammen om at løfte projektet Han Herred Havbåde sammen med Vækstforum Nordjylland.

2009

Han Herred Havbåde byggeriet og **kystkulturcenter** på Slettestrand bliver indviet.

Feriecenter Slettestrands projektforslag om nye mountainbikespor og faciliteter får støtte til udvikling af projektsbeskrivelse gennem Realdanias kampagne **Stedet Tæller**.

2011

Projektforslaget fra Feriecenter Slettestrand bliver realiseret gennem **samarbejde mellem Jammerbugt Kommune, Naturstyrelsen samt Thy og Slettestrand Trailbuilder Laug**.

2012

Nyt mountainbikespor og faciliteter, herunder et overnatningssted til mountainbikere, bliver indviet

2015



Gamle både giver nye jobs

I Slettestrand er der gennemført interviews med seks virksomheder om udviklingen siden 2012. Fire af virksomhederne har haft flere kunder og større omsætning i 2015 sammenlignet med et normalt år før 2012. Alle de interviewede har selv investeret i udvidelser af deres virksomheden siden 2012. I de seks adspurgte virksomheder er antallet af fuldtidsansatte steget fra 22 til 26. Dertil kommer fire jobs i bådebyggeriet: to lærlinge, en bådebygger og en skibstømrer. Virksomhederne har ikke selv investeret i mere

+8 arbejdspladser

Der er skabt 8 nye jobs i byen.

-20% Google-søgninger

Der er blevet foretaget 20% færre Google-søgninger på byen i 2015 sammenlignet med 2008.

Ændringer i virksomheden i 2015 i forhold til et normalt år før 2012

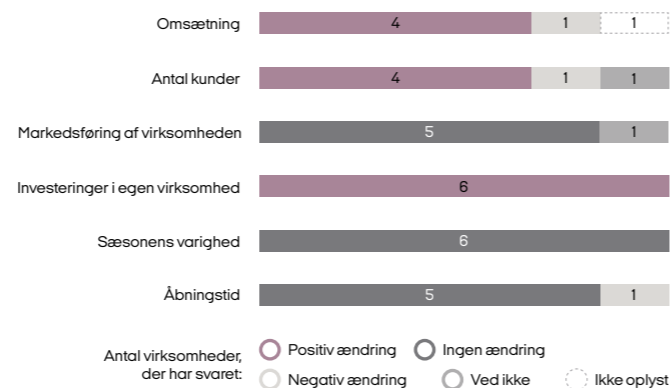
Fire virksomheder har haft flere kunder og større omsætning i 2015 i forhold til et normalt år før 2012.

markedsføring, men satsningen på mountainbike-turister har gjort området kendt blandt mountainbikeentusiaster. I miljøet omkring mountainbiking har man fællesskaber bl.a. på sociale medier, og her spredes rygter hurtigt, fx når turister, som har besøgt området, deler videoer fra deres cykelture i områdets kuperede terræn.

Der er for få besvarelser til at belyse, hvor meget omsætningen i byens virksomheder er vokset.

808 medieomtaler

Der har været 808 medieomtaler af Han Herred Havbåde i Slettestrand fra 2005 til 2015.



Slettestrand er blevet et sted, som folk kender. Området er kommet på landkortet.

Lokal erhvervsdrivende

Blokhush og Hune

Case 5

Om byen

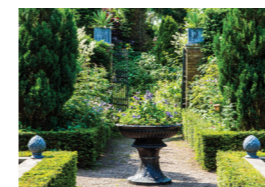
Blokhush er en turist- og badeby i det vestlige Vendsyssel. Der bor 450 indbyggere i Blokhush, men dertil kommer 612 indbyggere i nabobyen Hune, som ligger tæt op ad Blokhush. Før turismen gjorde sit indtog i Blokhush, var byen – ligesom flere andre kystbyer på vestkysten – en ladeplads med søhandel til og fra Norge.

Blokhush er kendt for sin brede badestrand med klitter og storslået natur. Blokhush Klitplantage dækker et område på 642 ha, som bl.a. rummer naturlegeplads, picnicområde, mountainbikerute og vandrestier. I Blokhush og Hune er der et aktivt butiksliv og et bredt udvalg af hoteller og restauranter.



Fakta (2015)

Indbyggere: 1.062
 Andel i den erhvervsaktive alder: 48%
 Fritidsboliger: 1.457
 Helårsboliger: 749
 Turister: ca. 900.000 overnatninger årligt



Anne Justs Have

Anne Justs Have ligger i Hune og bliver hvert år besøgt af 12.000 gæster fra ind- og udland. Haven blev landskendt gennem en række tv-programmer optaget i haven og gennem bøger om havens tilblivelse.



Gateway Blokhush

I klitplantagen ved Blokhush er der bygget faciliteter til en aktiv dag for børn og voksne. Her finder man naturlegeplads, grillpladser, cykel- og vandrestier m.m.



Blokhush Bæk

Blokhush Bæk er blevet fritlagt, og det fysiske miljø langs bækken er forbedret bl.a. med nye stier, beplantning og etablering af mindre træbroer over bækken. Projektet binder byens kulturhistoriske bygninger sammen til glæde for beboere og besøgende.

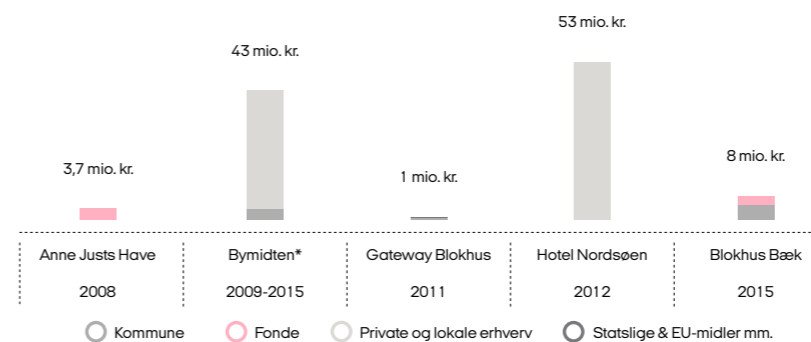
Blokhush bymidte

I 2009 blev bymidten i Blokhush ombygget og et tidligere bowlingcenter blev indrettet til butikscener.



Feriecenter Nordsøen

Feriecenter Nordsøen, som har ligget i Blokhush direkte ned til klitterne siden 1971, har gennemgået en omfattende renovering af facaden.



*Investeringer fra private og lokale erhverv i bymidten er skønnet på baggrund af et interview med én investor.

Oversigt over investeringer i det byggede miljø

Siden 2008 er der gennemført fem større projekter i det byggede miljø i Blokhush og Hune. Der er investeret 109,5 mio. kr. i projekterne. Private fonde har investeret i to af projekterne, Blokhush Bæk og Anne Justs Have, i alt 6,7 mio. kr.

Investeringer i ferieland

I Blokhus er de seneste års investeringer i projekter i det byggede miljø i høj grad sket på kommercielle vilkår og flere projekter er på tegnebrættet.

Visionskatalog
En række arkitekter og ingeniører udarbejder i tæt samarbejde med Jammerbugt Kommune en lokalplan for Blokhus-Hunes fremtid og udgiver et visionskatalog.

2008

En omfattende ombygning af **bymidten i Blokhus** bliver igangsat. Det drejer sig bl.a. om ombygning af et bowlingcenter, som bliver til et shoppingcenter.

Turistattraktionen **Anne Just's Have** modtager støtte til at fremtidssikre haven.

2009

NOMINI projektet starter
Et partnerskabsprojekt mellem Jammerbugt, Aalborg og Rebild Kommuner bliver indgået. Projektet bliver kaldt NOMINI, en forkortelse af nordjyske minidestinationer i udvikling.

2011

En forening dannet i forbindelse med NOMINI indsender en ansøgning til Realdanias kampagne Stedet Tæller om et nyt forskønnelsesprojekt kaldet **Blokhus Bæk**.

Erhvervscenter Jammerbugt og turistkontorene i Jammerbugt Kommune fusionerer til organisationen **Vækst Jammerbugt**, for at skabe bedre rammebetingelser for kommunens erhvervsliv.

Et nyt skovområde mellem Hune og Blokhus, kaldet **Gateway Blokhus**, bliver indviet.

2012

Omfattende **facaderenovering af Feriecenter Nordsøen** bliver færdiggjort efter at have været på tegnebrættet, siden Visionskataloget blev udgivet i 2008.

The Bay Denmark bliver valgt til at være det nye internationale navn for kysten ved Jammerbugten i et forsøg på at skabe et mere internationalt brand for turister.

Arbejdet med projektforslag til en ny aktivitetspark kaldet **Blokhus Watergate** starter.

2013

Byggeriet af et **nyt turistbureau** går i gang.

Lokale erhvervsdrivende og Jammerbugt Kommune udvikler en **potentialeplan for Blokhus** på opfordring fra VisitNordjylland og med støtte fra EU.

Idéforslag til et nyt hotel, kaldet **Futten Badehotel**, bliver præsenteret for den lokale grundejerforening.

2014

Byggeriet til **Blokhus Watergate** bliver igangsat.

Projektet **Blokhus Bæk** bliver indviet.

Jammerbugt Kommune beslutter at bygge **17 almene boliger** til lokale beboere.

Futten Badehotel forventes færdigtegnet og klar til at blive bygget i 2016.

2015

Gang i hjulene i Blokhush



Det har blandt beboerne skabt en tro på, at det nytter at gøre noget, og at det også er nødvendigt for at skabe udvikling.

Lokal erhvervsdrivende

En interviewundersøgelse gennemført i efteråret 2015 viser, at det går godt for de lokale erhvervsdrivende i Blokhush og Hune. 26 lokale virksomheder med turister blandt sine kunder har deltaget i interviews. Undersøgelsen fokuserer på de forandringer, der er sket siden 2009. Mange af byens

virksomheder har fået flere kunder i butikken, men de fleste af de adspurgte mener, at det er egne investeringer og markedsføring af virksomhederne og destinationen, der har skabt fremgang.

+43% fuldtidsansatte

Antallet af fuldtidsansatte er i gennemsnit vokset med 43% blandt de adspurgte virksomheder.

+30% flere kunder

Den gennemsnitlige vækst i antal kunder er 30% blandt de adspurgte virksomheder, der har oplevet en positiv ændring.

1,7 x Google-søgninger

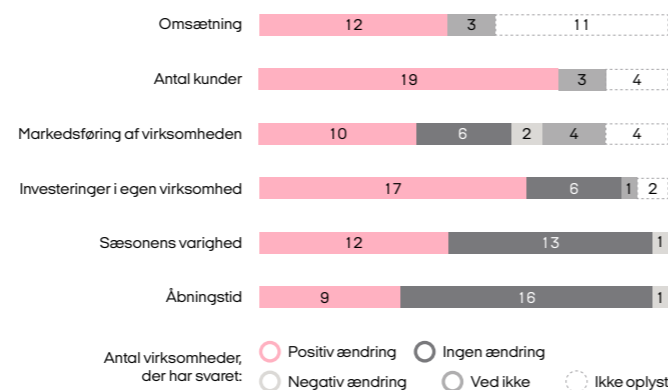
Der er blevet foretaget 1,7 gange så mange Google-søgninger på byen i 2015 sammenlignet med 2005.

835 medieomtaler

Der har været 835 danske medieomtaler af Blokhush Bæk og Anne Justs Have fra 2005 til 2015.

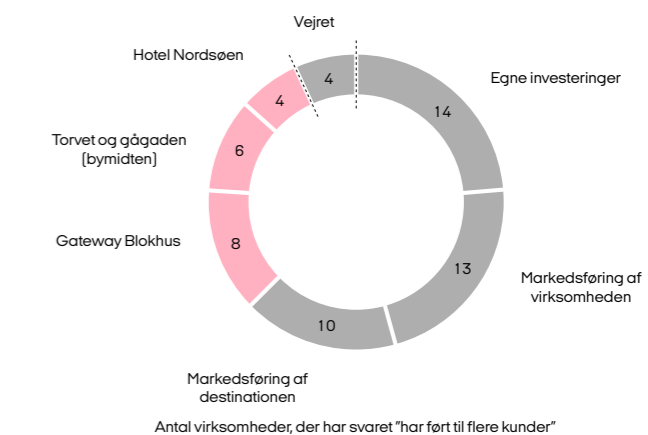
Ændringer i virksomheden i 2015 i forhold til et normalt år før 2009

19 virksomheder har haft flere kunder, og 17 virksomheder har investeret mere i egen virksomhed i 2015 i forhold til et normalt år før 2009.



Hvad har påvirket antallet af kunder i 2015 i forhold til et normalt år før 2009?

En tredjedel af de adspurgte virksomheder peger på et eller flere projekter i Blokhush' byggede miljø som årsag til, at de har fået flere kunder.



Løkken



Fakta (2015)

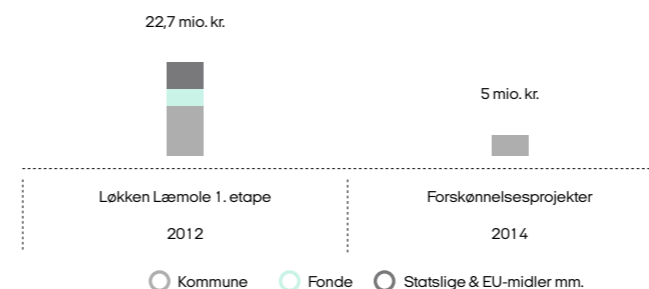
Indbyggere: 1.560
Andel i den erhvervsaktive alder: 54%
Fritidsboliger: 1.088
Helårsboliger: 1.233
Turister: ca. 450.000 overnatninger årligt



Case 6

Om byen

Løkken er en turist- og badeby i det vestlige Vendsyssel med 1.560 indbyggere. Byen har et alsidigt forretningsliv, og om sommeren kommer turister fra ind- og udland til byen. Ligesom andre kystbyer er Løkken opstået omkring en ladeplads med skibshandel, og fiskeri har tidligere været et betydeligt erhverv i byen. I dag er der hovedsageligt fritidsfiskeri tilbage.



Løkken Læmole

I Løkken har ombygning af byens læmole givet byens gæster et nyt rekreativt område. Kystfiskeri og læmolen er en indgroet del af byens historie og identitet, og det er en vigtig del af oplevelsen for byens turister at mærke stemningen i miljøet omkring molen. I forbindelse med ombygningen blev der skabt rekreative områder på og omkring den gamle læmole. Her kan lokale og turister sætte sig med en picnicur, bygge sandslotte, kigge på fiskerne, bade eller leje surfudstyr i den nye surfcafé. Området strækker sig fra molen op imod byen og er med til at trække strandens stemning med helt op til gågaden i byens handelscentrum.

Byens shoppingcentrum, Løkken Torv og gågaden, byder på et bredt udvalg af butikker, restauranter og barer. Og alt ligger blot få hundrede meter fra klitterne og byens brede sandstrand. Mulighederne for overnatning er mange og tæller alt fra plads på et af byens campingområder til ophold på klassisk badehotel.

Oversigt over større investeringer i det byggede miljø i Løkken

Siden 2011 er der gennemført to større projekter i Løkkens byggede miljø med et samlet budget på 27,7 mio. kr. Det ene projekt har modtaget bidrag fra fonde på 4,25 mio. kr.





Kvalitetsløft i Løkken

I 2011 tog man hul på en revitalisering af Løkken som attraktiv badeby.

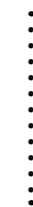
Kampagnen Kvalitetsløft i Løkken bliver sat i gang. VisitNordjylland og Center for Kystturisme lancerer en kampagne for bevaring af danske kystbyer, hvor Løkken indgår.



Realdania lancerer kampagnen **Stedet Tæller**, som sætter fokus på at højne standarden i danske kystbyer. I Løkken bliver det besluttet at gribe muligheden for at kombinere en renovering af molen med en modernisering af det rekreative miljø omkring molen.

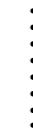


Helhedsplan for **Løkken Moleleje** bliver udgivet med støtte fra første runde af Realdanias projekt **Stedet Tæller**.

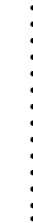


2012

Hjørring Kommune får tilsagn om støtte fra staten til **områdefornyelse af Løkken bymidte**. Kommunen supplerer selv med midler.



Butikken **North Shore Surf** åbner med surfskole og butik på stranden ved **Løkken Moleleje**.



2013

Der bliver oprettet en Facebook-side om **Løkken Moleleje**.



Brugsen og parkeringspladsen på byens torv bliver renoveret.



2014

Første del af **Løkken Moleleje** bliver indviet.



Løkken Klithotel bliver valgt som et af Erhvervs- og Vækstministeriets og Miljø- og Fødevareministeriets projekter, der skal skabe bedre rammer for at udvikle turismen langs de danske kyster.



2015

Hjørring Kommune overtager **Løkken Læmole** fra Kystdirektoratet, og man aftaler på et borgermøde at renovere den til gavn for kystfiskeriet og turismen.



Kommunen igangsætter en planlægnings- og udviklingsmæssig **helhedsindsats for Løkken**. Hovedformålet er at revitalisere Løkken som en attraktiv badeby med et bæredygtigt forhold mellem det lokale liv og turismen.



2011

Virksomhedernes egne investeringer og markedsføring gi'r pote

Ingen tvivl om at det kan ses på bundlinjen, at der bliver brugt penge på byen, for der vil helt naturligt komme flere kunder til, når vi fornyer os i Løkken, og det giver god energi til butikkerne.

Lokal erhvervsdrivende

En interviewundersøgelse gennemført i efteråret 2015 viser, at det går godt for de lokale erhvervsdrivende i Løkken. 28 lokale virksomheder med turister blandt sine kunder har deltaget i interviews. Undersøgelsen fokuserer på de forandringer, der er sket siden 2012, hvor første etape af Løkken Moleleje stod klar. Mange af byens virksomheder har

fået flere kunder i butikken. Flest af de adspurgte mener, at det er egne investeringer og markedsføring, der har skabt fremgang. Løkken Moleleje har også været med til at skabe opmærksomhed på Løkken, og byen er ved at nærme sig tidligere niveauer af medieomtale.

+17% fuldtidsansatte

Antallet af fuldtidsansatte er vokset med 17% blandt de adspurgte virksomheder.

>10% flere kunder

Den gennemsnitlige vækst i antal kunder er større end 10% blandt de adspurgte virksomheder, der har oplevet en positiv ændring.

1,6 x Google-søgninger

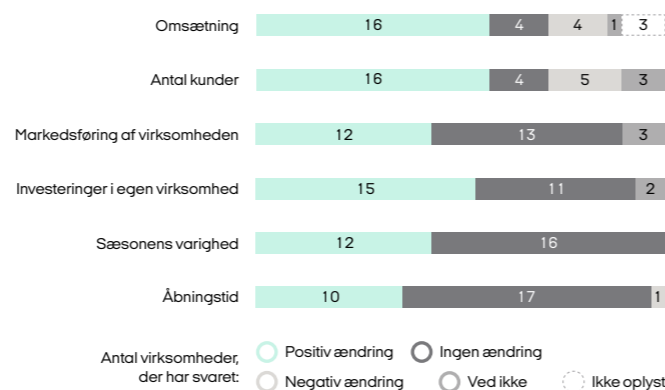
Der er blevet foretaget 1,6 gange så mange Google-søgninger på byen i 2015 sammenlignet med 2004.

298 medieomtaler

Der har været 298 danske medieomtaler af Løkken Moleleje og Løkken Læmole fra 2005 til 2015.

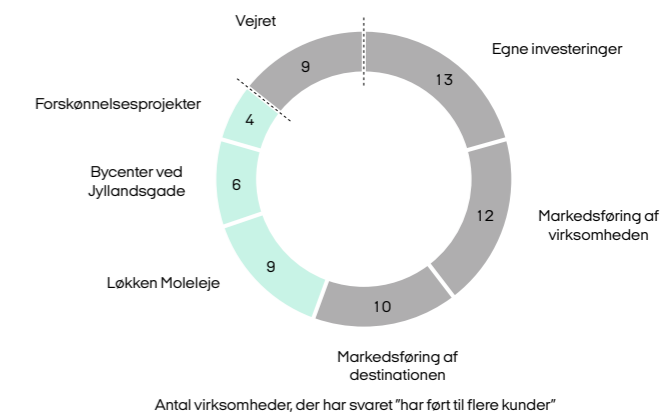
Ændringer i virksomheden i 2015 i forhold til et normalt år før 2012

To ud af tre af de adspurgte lokale virksomheder har oplevet økonomisk fremgang med flere kunder og større omsætning. Mange har investeret og markedsført mere og flere har udvidet sæson og åbningstider.



Hvad har påvirket antallet af kunder i 2015 i forhold til et normalt år før 2012?

En tredjedel af de adspurgte virksomheder mener, at ombygningen af Løkken Moleleje har ført til flere kunder. En fjerdedel af de adspurgte virksomheder mener, at forskønnelsesprojekterne har ført til flere kunder.



Fotokreditering

Forside: Carsten Ingemann [Nørre Vorupør]

Side 2-3: Leif Tuxen

Side 4: Carsten Ingemann

Side 10-11: Carsten Ingemann

Side 12-13: Carsten Ingemann

Side 14-15: Leif Tuxen

Side 16 (fra oven): Aalborg Stift, Frank Møller, Carsten Ingemann

Side 17 (fra oven): Normann Sloth, Normann Sloth, Leif Tuxen

Side 20-21: Normann Sloth

Side 22: Leif Tuxen

Side 23 (fra oven): Mette Johnsen, Carsten Ingemann

Side 26-27: Leif Tuxen

Side 28: Leif Tuxen

Side 30: Leif Tuxen

Side 32: Han Herred Havbåde

Side 37: Jens Thimm

Side 38: Leif Tuxen

Side 39 (fra oven): Bent Rej, Leif Tuxen, VisitJammerbugten, Ole Bogner – B&E STÅL A/S, Møller & Grønberg A/S

Side 42-43: Møller & Grønberg A/S

Side 44: Mette Johnsen

Side 45: Mette Johnsen

Side 46: Mette Johnsen

Side 48-49: Mette Johnsen

Side 50-51: Carsten Ingemann

Bagside: Carsten Ingemann [Nørre Vorupør]

Bag om analysen

Denne publikation bygger på resultaterne fra analysen "Effektevaluering af investeringer i kystbyers byggede miljø" – bestilt af Realdania og udført af konsulenthuset Incentive. Effektevalueringen undersøger effekterne af at investere i kystbyernes byggede miljø. Analysens mål er at bidrage til et mere kvalificeret beslutningsgrundlag for kommuner, investorer og lokale aktører, der planlægger investeringer i kystbyerne.

Du kan finde hele analysen "Effektevaluering af investeringer i kystbyers byggede miljø" på realdania.dk.



Fundament for muligheder

Effekter af investeringer i kystbyers byggede miljø

Denne folder opsummerer en analyse af effekterne af investeringer i danske kystbyers byggede miljø og fortæller historien om, hvilke effekter investeringer har haft for udviklingen i seks udvalgte byer ved den nordjyske vestkyst. Den fulde analyse, "Effektevaluering af investeringer i kystbyers byggede miljø" findes på Realdanias hjemmeside.



Realdania, Jarmers Plads 2, 1551 København V. Telefon 70 11 66 66
realdania.dk

Realdania