

SLOW WAYFINDING

 **DANSK
KYST & NATUR
TURISME**

SLOW WAYFINDING

SLOW WAYFINDING

1. udgave, 2025

Oplag 500 stk, 2025
ISBN 978-87-975982-0-7

Copyright Dansk Kyst- og Naturturisme, 2025.
Alle rettigheder forbeholdes.
Kopiering fra denne bog må kun finde sted efter
godkendelse fra Dansk Kyst- og Naturturisme.

Bogen er udgivet af Dansk Kyst- og Naturturisme.

Bogen er researchet og skrevet af Le bureau ApS. NORRØN ApS har som under-
rådgivere bidraget til udvikling og facilitering af to workshops i researchfasen.

Projektet er udarbejdet med støtte fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

 Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse

 **DANSK**
KYST & NATUR
TURISME

Dansk Kyst- og Naturturisme
Skeelslundvej 99, 1
9440 Aabybro
kystognaturturisme.dk

LE BUREAU

Le bureau ApS
Forhåbningsholms Allé 47C
1904 Frederiksberg C
lebureau.dk

Forord

At finde vej rundt i feriebyerne og i den omkringliggende natur er en del af ferieoplevelsen – og ikke blot en praktisk nødvendighed.

Når wayfinding på feriestederne fungerer godt, ledes gæsterne omkring de bedste opholdssteder og udsigtspunkter, forbi butikker og seværdigheder og uden om sårbare punkter. Her handler det ikke om at lede effektivt fra A til B, som vejvisning gør i mange andre sammenhænge. Tværtimod. På et feriested skal vejvisning understøtte den gode oplevelse og lade gæsterne flanere og spendere.

Derfor benytter vi i denne bog udtrykket 'slow wayfinding'.

Med slow wayfinding kan små, lokale oplevelser kureres og feriesteder forbindes. Det kan skabe et større flow ud til de lokale erhvervsdrivende, hvis forretning i høj grad baseres på turismen. Ligeledes er det et stærkt redskab til at fordele gæster hensigtsmæssigt i en tid, hvor mange lokale oplever et øget pres på feriestederne.

Wayfinding var et centralt element, da 11 kommuner i forbindelse med realiseringen af Udviklingsplan for Vestkysten skulle formidle Vestkysten som én samlet destination. Vestkysten Wayfinding er blevet et eksempel på, hvordan kommuner og byer kan forbindes i ét samlende brand og give en fælles genkendelig måde at finde rundt i kystbyerne på.

Læringen herfra har givet anledning til at se på wayfinding som greb i et bredere, nationalt perspektiv i forbindelse med udvikling af feriedestinationer i kyst- og naturturismen i Danmark. I tråd med rekreativ infrastruktur og planlægning af feriebyer og naturområder er wayfinding ikke blot til gavn for gæsterne, men også for dem, der går deres skridt i områderne til hverdag.

Bogen samler viden, inspiration, anbefalinger og konkrete værktøjer, der kan løfte arbejdet med wayfinding i kyst- og naturområder.

Rigtig god læselyst.

Jacob R. Kirkegaard Larsen
Udviklingsdirektør

09 INDLEDNING

13 Seks anbefalinger til slow wayfinding

- 16 Turisme kan skabe det rette argument for udvikling
- 19 Slow wayfinding er en god forretning

23 SLOW WAYFINDING

- 25 At finde vej
- 41 Wayfinding starter med infrastruktur
- 65 Design og kvalitet
- 75 Kuratering af oplevelser
- 91 Digital wayfinding er fristende og forstyrrende

101 CASEKATALOG

- 105 Ildsjæle skaber succesfuld vandredestination, Camønoen (DK)
- 111 Fra industriel transportvej til oplevelsesrig vandrerute, Chemin de Carrières (FR)
- 117 Kunst og leg som infrastruktur, City Club (UK)
- 123 Fra vision til national attraktion, De Norske Turistveje (NO)
- 131 Wayfinding og stedsidentitet former populær og bynær feriedestination, Governors island (USA)
- 139 Slow wayfinding som strategisk greb i områdefornyelse, Hirtshals (DK)
- 147 Ruten der forbinder fortid og nutid, Hærvejen (DK)
- 157 Slow wayfinding fik folk til at gå mere, Legible london (UK)
- 167 Wayfinding skal bane vej for de natur-uvante, Naturpark amager (DK)
- 175 En national fortælling om at bygge bro mellem natur og menneske, Naturstyrelsen (DK)

181	Modsatrettede interesser forenes i fælles vision, Norges Nasjonalparker (NO)
187	Design bygger bro mellem industrihavn og nye funktioner, Royal Docks (UK)
193	Identitet og slow wayfinding understøtter helhedsplan, Sankt Hans (DK)
201	Mangefacetteret destination forenes med wayfinding, Stevns Klint (DK)
209	Transnationalt samarbejde skaber grøn turisme, Vennbahn (DE, BE, LU)
215	Kuratering og design forbinder Vestkystens oplevelser, Vestkysten (DK)
223	Design understøtter natur- oplevelsen, Vøringsfossen (NO)

233 APPENDIKS

234	Metode
237	Litteratur
239	Research
245	Fotos og illustrationer



Feriegæster på vej hjem fra stranden i Søndervig. Slow wayfinding handler om at understøtte ferieformen, hvor det er okay at tage en omvej, stoppe op og være til stede.

Indledning

Danmark byder på fremragende muligheder for oplevelser i naturen og langs kysterne. Kystlandskaber, åbne vidder, skove, historiske bymiljøer, lystbådehavne og nyanlagte havnepromenader er alle oplevelser og steder, som har et stort potentiale, når vi ønsker at tiltrække turister og styrke livskvaliteten i lokalsamfundene uden for de store byer. At bevæge sig gennem rekreative områder og feriedestinationer skal først og fremmest være en god og tryk oplevelse – men også spændende, smuk, underholdende, dannende og bevægende. Vi vil gerne have at folk bliver lidt længere undervejs, så de når at købe en kaffe og en ekstra is. Og når der kommer flere gæster til, vil vi gerne sikre godt flow for at undgå flaskehalse.

At bevæge sig langsomt

I en verden, hvor tempoet konstant accelererer, og hvor mange turister oplever steder gennem kameraets linse – snarere end med egne sanser, bliver langsomheden en tiltrængt modpol til hverdagen. Langsommelighed er ikke kun en nostalgisk idé, men en pragmatisk tilgang,

der bidrager til at skabe en dybere forbindelse mellem menneske, sted og natur. Når vi sænker farten, mærker vi luften, hører havet, dufter skoven og opdager særegne kulturspor, som alt sammen bidrager til at fremkalde stedets DNA. Når vi bevæger os langsomt, bliver vi mere opmærksomme på omgivelsernes subtile detaljer – en fugl, en gammel stensætning, en bygning med en særlig historie. Kvalitet prioriteres frem for kvantitet.

Så hvordan får vi folk til at sætte farten ned? For så at bevæge sig fra A til et B, de endnu ikke kender? Hvordan får vi gæster til at bevæge sig den smukkeste og hyggeligste vej? På gåben eller cykel? Eller med lokalbane? Hvordan kan vi undgå flaskehalse på destinationerne? Og hvordan gør vi det uden at plastre natur og landskab til med skilte?

Et gennemtænkt wayfinding-system kan netop fremhæve de steder, der inviterer til at sænke skuldrene frem for blot at være funktionelle ruter mellem destinationer. Det er her, langsomheden afslører sin mest essentielle kvalitet: den giver plads til refleksion og den inviterer til at være til stede i nuet. For mange mennesker er en tur i naturen ikke blot en fysisk rejse, men også en mental pause fra hverdagen.

Et wayfinding-system er en samlet løsning, der guider mennesker gennem et fysisk miljø ved hjælp af skiltning, grafik, kort, farvekoder og digitale hjælpemidler. I rekreative områder og feriedestinationer omfatter wayfinding-systemet også arkitektoniske elementer i lille skala, såsom møbler, gangbroer, udkigstårne og shelters.

Slow wayfinding

På et hospital kan wayfinding betyde liv eller død for brugerne under stressede forhold. Her kræves der et design, der taler til reptilhjernen, som kan få folk effektivt fra A til B. I en feriedestination kræves det modsatte – et design, der taler til den indre flaneur, der får os ned i gear og til at slappe af.

Slow wayfinding læner sig op ad slow mobility, samtidig med at det trækker på ideerne bag slow tourism og slow living. Omdrejningspunktet er at sætte tempoet ned og fremme den langsomme oplevelse til fods eller på cykel i de danske feriedestinationer.

Slow wayfinding er et værktøj, som kan understøtte lokal udvikling med omtanke og respekt for både natur, kultur og lokalsamfund.

Seks anbefalinger til slow wayfinding

Ved at samle læringer fra casestudier og forskning indenfor mobilitet, adfærdspsykologi, kommunikation, design, arkitektur og teknologi er der dannet seks centrale anbefalinger, som kan hjælpe med at rammesætte og retningsgive et projekt med slow wayfinding. Samlet set giver de en helhedsorienteret tilgang til slow wayfinding, og dækker alt fra proces og tværfagligt samarbejde til design, skiltestrategi og digitale løsninger.



SLOW WAYFINDING KRÆVER INPUT FRA FLERE FAGOMRÅDER

Slow wayfinding er en tværfaglig disciplin, hvor intuitive, oplevelsesrige og stedbundne elementer kombinerer færdigheder fra design, arkitektur og teknologi. Indtænk derfor tværfaglighed fra starten, så løsningen tager højde for både stedet, fysisk orientering og besøgendes og borgeres oplevelser, adfærd og behov.



GIV PLADS TIL PROCESSEN

Wayfinding har en stor berøringsflade – både geografisk og menneskeligt. Der er mange parter, der skal blive enige om, hvad et wayfinding-projekt skal kunne, hvor ambitiøst det skal være og med hvilke greb. Afsæt derfor tid og ressourcer fra start til implementering. Kortlæg relevante interessenter og inddrag dem tidligt i processen.



UNDERSTØT REKREATIV INFRASTRUKTUR OG BÆREDYGTIG MOBILITET

Sørg for at udvikle et wayfinding-system, der gør det mere attraktivt og intuitivt at bevæge sig til fods og på cykel. Tydelig wayfinding skaber tryghed og gør det nemmere at orientere sig. Ved at fremme langsomme transportformer som cykling, gang og kollektiv transport bliver det lokale mere nærværende for turisterne.



OPDATÉR DATA

I udgangspunktet risikerer skærme og digitale løsninger i naturen at forstyrre selve naturoplevelsen. Den digitale løsning er dog vigtig i planlægningsfasen. Fokusér derfor den digitale tilstedeværelse, så den primært bistår planlægning, inspiration og formidling. Opdatér så meget som muligt i de offentlige systemer, som tredjepartsplatforme kan udstille fra.



SKAB DESIGN DER HOLDER OVER TID

Et succesfuldt design vil definere et sted for generationer og kan være et trækplaster i sig selv. Den stedbundne identitet, som skal afspejles i designet, bygger på historie og kulturarv og er tilpasset stedet. Skab et stærkt design, der skaber sammenhæng, fortæller om stedet og styrker den lokale stolthed.



RYD OP OG UNDGÅ SKILTESKOV

Vær opmærksom på sammenhæng og 'overgangszoner' mellem eksisterende og nye wayfinding-systemer. Der vil formentligt være behov for en skiltesanering, inden nye skilte sættes op. Hold skiltningen i de rekreative områder på et minimum i relation til stedets kompleksitet. Ved at indtænke landemærker, naturlige linjer, byrum mm. mindskes behovet for navigationsskilte.

Turisme kan skabe det rette argument for udvikling

Den økonomiske betydning af turismen i Danmark er ikke til at overse. Alene i 2023 var turismeforbruget på 164 mia. kr., og heraf lå langt den største del, nemlig 88,2 mia. kr., i kyst- og naturturismens geografi. Turismen står for 146.000 jobs i Danmark og er en væsentlig driver for jobskabelse i landdistrikterne.

Med 63 mio. overnatninger i 2023 vokser de små kystbyer i faktisk størrelse henover højsæsonen. Dette både til gavn og gene for indbyggerne. Slow wayfinding kan være et strategisk værktøj til at arbejde med 'crowd management' på destinationsniveau og lede turisterne ud i destinationen til fods eller på cykel, så bilkøerne mindskes.

Mindre byer oplever en vækst på mange hundrede procent, som eksempelvis Søndervig, der går fra 200 indbyggere til 5.000 turister om dagen. Hvis der udelukkende planlægges for indbyggerantallet, vil infrastrukturen ikke kunne håndtere det pres, der opstår henover højsæsonen, og turisterne kan opleves som 'overturisme' for beboerne i kystbyerne.

I de mindre feriebyer kan det være svært at prioritere og finde økonomi til større infrastrukturelle og bymæssige investeringer. Viden om turismens økonomiske potentiale kan være med til at muliggøre større investeringer og prioriteringer, som både gør det til et mere attraktivt sted at bo og leve – og tage på ferie.

For kommunens forvaltninger er der et potentiale i at sammentænke investeringer i turismeinfrastruktur. Investeringer i byrum, cykel- og vandrestier, parkeringspladser samt adgang til natur vil være til glæde for turister, men i høj grad også for de lokale. Nærhed til natur og rekreativ infrastruktur er direkte indvirkende på huspriserne, og højnet kvalitet i byrum øger yderligere sandsynligheden for at tiltrække nye borgere.

Turisme kan altså være med til at skabe grundlag for vækst og udvikling i mindre byer og feriesteder, hvor indbyggertallet i sig selv ikke fordrer udvikling.



På Østre Søbad i Silkeborg har en privat aktør opstillet en vogn der sælger forfriskninger til områdets gæster. Vognen er placeret i et strategisk knudepunkt, hvor badeanlæg, parkeringsplads og ruten om søen alle mødes, og turister og lokale bliver naturligt ledt forbi.

Slow wayfinding er en god forretning

I takt med at konkurrencen om opmærksomhed stiger for alle destinationer, bliver behovet for at skabe unikke, tilgængelige og mindeværdige steder mere og mere påtrængende. I den forbindelse er slow wayfinding et unikt værktøj til at samtænke sted, identitet, oplevelse, sammenhæng og tilgængelighed og dermed gøre en forskel for destinationens samlede værdi og appel. Slow wayfinding handler om meget mere end at placere skilte: det er en kuratering af stedet, en synliggørelse af områdets identitet og en styrkelse af den oplevelse, stedet kan tilbyde.

Steder, der arbejder målrettet og strategisk med slow wayfinding, oplever en forbedret forståelse af stedet, øget tilgængelighed, en stærkere identitet og lokal stolthed. Hvor vi handler, arbejder og bruger fritiden, er påvirket af mobilitet, tilgængelighed og viden. Slow wayfinding, og dermed aktiv mobilitet, kan direkte påvirke, hvordan vi oplever destinationen.

Slow wayfinding har således et stort – men uforløst – potentiale, og følgende indsigter er værd at have in mente i arbejdet med destinations- og turismeudvikling.



VISER STEDET FRA SIN BEDSTE SIDE

Slow wayfinding handler om at guide gæster til de steder, der bedst repræsenterer destinationens kvaliteter og identitet. Destinationsspecifik og kurateret wayfinding kan guide besøgende mod udvalgte attraktioner og sikre en oplevelse af høj kvalitet.



SKABER LOKAL STOLTHED

Et godt wayfinding-system forstærker den lokale identitet. Slow wayfinding bidrager til at formidle stedets historie, værdier og særpræg. Et wayfinding-system er en del af destinationens identitet og giver de besøgende en oplevelse af sammenhæng, der rækker ud over det rent praktiske.



FREMME VÆKST I DE LOKALE ERHVERV

Når turister nemt kan finde vej til attraktioner, udforsker de området. Gæster, som er på cykel eller gående, stopper langt hyppigere i feriebyerne for at benytte lokale butikker, restauranter og serviceydelser.



UNDERSTØTTER MILJØVENLIG TURISME

Ved at guide besøgende langs udvalgte stier og ruter kan wayfinding hjælpe med at beskytte sårbare naturområder og mindske slitage på særligt populære steder. Ved at gøre det attraktivt at cykle og gå, mindskes desuden biltrafikken i feriedestinationerne.



GIVER HURTIGT STEDKENDSKAB

Et effektivt og inspirerende wayfinding-system giver et godt overblik over oplevelsesmulighederne. Dermed får gæsterne en mere afslappet ferie og vil være mere tilbøjelige til at blive længere, vende tilbage samt anbefale stedet til andre.



ØGER TILGÆNGELIGHED FOR ALLE

En gennemtænkt wayfinding-løsning nedbryder barrierer og skaber tryghed ved at give den enkelte mulighed for at vælge en vej – og en destination – der passer til både ønsker og formåen. Med synliggørelse af information, kort, grafik, ruter og pausesteder er det muligt at planlægge sin tur hjemmefra.



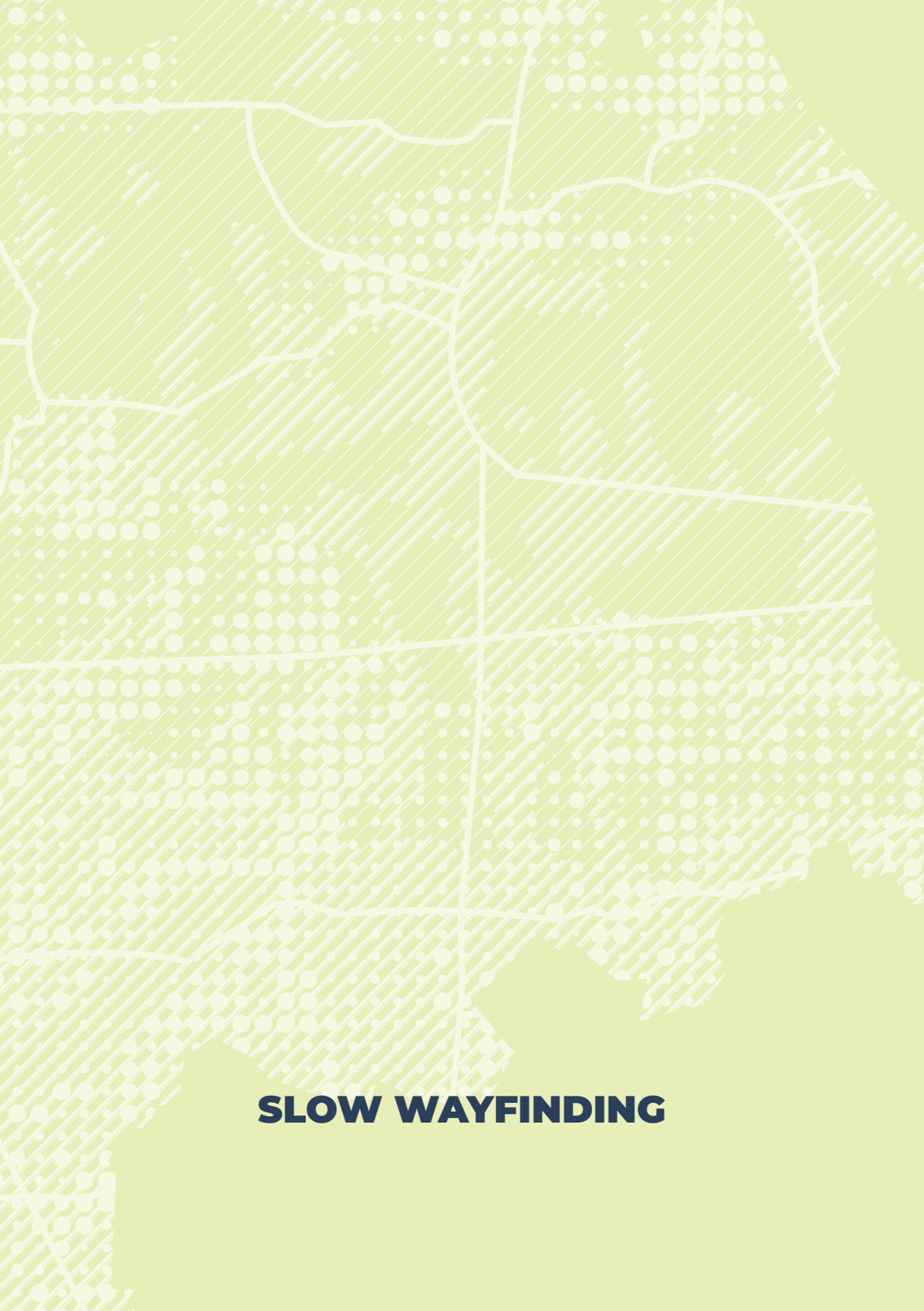
FREMMER FYSISK OG MENTAL SUNDHED

Mennesker, der regelmæssigt opholder sig i naturen, har lavere risiko for depression og angst. Desuden viser studier, at tid i naturen reducerer stress, forbedrer koncentrationsevnen og styrker vores mentale velbefindende. Slow wayfinding fremmer sundhed og velvære ved at gøre det attraktivt at gå eller cykle og lede til indbydende ruter.



STYRKER HUKOMMELSE OG KOGNITIVE EVNER

Forskning viser, at når vi navigerer uden GPS, styrker vi vores rumlige forståelse, hukommelse og kognitive evner. Når vi anvender fx analoge kort og landemærker og lader vores intuition guide os, er vi mere opmærksomme på landskabet og styrker vores orienteringsevne.



SLOW WAYFINDING



Man lærer at navigere som noget af det første som barn. Det er ikke et instinkt, men en tillært evne med forskellige strategier afhængig af den kultur, man er vokset op i, og af de redskaber, man har til rådighed.

At finde vej

"... De mange hukommelsesspor i bevidstheden løber sammen med denne tilegnelse, som går udad og indad i en og samme proces. Menneskekrop og hukommelse forenes ...

... Huse og boliger fra barndommen præger os stærkt, ja sætter så dybe spor i bevidstheden, at vi sommetider kan få den opfattelse, at rummene fra dengang bogstaveligt eksisterer inde i hovedet."

— Carsten Thau, Arkitekturen som Tidsmaskine

Al wayfinding starter med mennesket. Man scanner miljøet og bruger sine erfaringer. Derfor kan vi finde vej. Man skaber en nær relation til dét kulturlandskab, man vokser op i, og man lærer at navigere ud fra logikken netop der. At vokse op og finde vej i Danmark betyder, at man ved, at højre side af vejen er nummereret med lige tal, og at alle steder har en adresse, der har udgangspunkt i en vej med et navn. Det betyder også, at vi nogenlunde ved, hvad vi kan forvente af stier, når vi går i skoven, og hvor man skal lede efter et toilet på en restaurant. Det har taget et liv at lære, og det bliver særligt tydeligt, hvad der er specielt ved vores logik, når vi rejser til en helt anden kultur, hvor skik og kultur er anderledes, og elementer, der tages for givet i den vante kultur, pludselig ikke er som forventet.

Rejser man til Japan, vil man opleve, at det ikke er veje, men byggegrundene, der har tal. Dvs. det første hus får nr. 1 og det næste nr. 2, og man kan levende forestille sig, at efterhånden som grundene deles op i stadig flere bidder, bliver numrene blandet sammen, og systematikken frafalder. Der er da også en urban legende, om at det kun er politibetjente, der kan adresserne i Tokyo... Men mon ikke det er en myte. I virkeligheden er det nok kun Google Maps.

Vender man kompasset mod Sydafrika, vil man opdage, at sproget også spiller en betydelig rolle i, hvordan man finder vej. Her bruger man 'this side' and 'that side' som et mere fleksibelt alternativ til højre og venstre. Man kalder det en egocentrisk måde at navigere på. Med mennesket i midten og alt andet til højre for eller 'on that side'.

I andre kulturer er dette igen anderledes. Her er verden det statiske element med retninger i nord, syd, øst og vest, og mennesket er blot en lille brik i en stor verden. Fordi det ofte er naturfolk, der navigerer på denne måde, er der opstået teorier om, at navigationslingo influerer måden, man betragter sig selv som en del af verden. Er alt til højre og venstre for en, som det er tilfældet i de store civilisationer, er mennesket øverst i hierakiet, og verden er underlagt det.

AT BEGIVE SIG UD I DET UKENDTE

Mennesker er vanedyr og kender man et område godt, kan man finde rundt uden at tænke sig om. Man finder vej intuitivt, som man har for vane. Studier har

påvist, at hjernen har to modus: et energieffektivt og et energiforbrugende. Det er energieffektivt at gøre, som man plejer, og at få sine forventninger konstant indfriet. Det kræver til gengæld energi at regne ud, hvor man gik forkert, når det går op for en, at man er gået for langt. Det kræver energi at læse et skilt med meget tekst og mange henvisninger. Det kræver ligeledes energi at regne ud, hvilken retning der i virkeligheden peger hvorhen, hvis et kort på et skilt ikke vender samme vej som omgivelserne.

“A general 'law of least effort' applies to cognitive as well as physical exertion. The law asserts that if there are several ways of achieving the same goal, people will eventually gravitate to the least demanding course of action. In the economy of action, effort is a cost, and the acquisition of skill is driven by the balance of benefits and costs. Laziness is built deep into our nature.”

— Daniel Kahneman, *Thinking, Fast and Slow*

Hvis det ikke er nemt at gå på opdagelse, ender de fleste med at begrænse sig til det velkendte nære, og eksempelvis ende med at bruge sin ferie i sit sommerhus og det omkringliggende, nære sommerhusområde. Ønsker man til gengæld, at feriegæsterne skal opleve mere end nærområdet, eksempelvis besøge omkringliggende byer, museer, naturparker og lignende, hjælper man dem godt på vej, hvis man kan skabe en gnidningsfri rejse, fyldt med smukke udsigter og de gode oplevelser undervejs.

Gæster vil gerne tages i hånden og lokkes på vej med spændende ting i periferien af landskabet, som be-

kræfter, at man får noget godt igen for den tid og energi, det ville kræve at gå derhen.

Mennesker kan godt lide overraskelser, der vækker en nysgerrighed. Et usædvanligt element, der bryder med konventioner og vækker undren, er et effektivt greb, der hvor man ønsker at tiltrække flest mulige blikke. Man kan tænke det ind i formidlingsprojekter eller bruge det som en strategi for wayfinding et sted, hvor folk ofte går forkert, fordi de ikke er opmærksomme.

I 2023 fik kunstner Simon Starling, sammen med bolivianske sivbådebyggere, oprejst værket *Husbåd* til Ho. Et værk, der var tænkt til at flyde i Ho Bugt, men som på grund af mangel på tilladelse, blev opstillet på offentlig vej ved siden af et byskilt til Ho som en slags strandet ark. Værket består af et stråtag, som vi kender det fra danske bondegårde, men her er det rejst ovenpå en oversøisk sivbåd, og kombinationen fremstår som en usædvanlig husbåd.

Værket er blevet et utilsigtet varemærke for Ho og et landemærke i de forbipasserendes mentale kort.

LANDEMÆRKER GØR STEDER MINDEVÆRDIGE

Når det handler om landemærker, menes ikke kun de ikoniske vartegn som Eiffeltårnet i Paris eller grottemalerierne i den stockholmske metro. Vi taler derimod om alle de landemærker, der omgiver os, og som spiller en hovedrolle i vores hverdags-wayfinding. Landemærkerne er både fysiske, sanselige og symbolske objekter.



'Husbåd til Ho'

Værk af Simon Starling (1967, britisk multikunstner bosat i København). Sivbåden bygges af familien Esteban fra Bolivia, der driver museet og håndværkscentret Museo de Balsas de Totorá på bredden af Titicacasøen. Tækkearbejdet udføres af Danmarks første eksaminerede tækkemand Bjarne Johansen og canadiske Jeff Brankley. Supplerende snedkerarbejde udføres af Blåvand/Ho Tømrer- og Snedkerforretning.

'Mennesket ved Havet' er – udover at være et vartegn på Esbjerg – et effektivt landemærke at pejle efter.



Marsk Tower kan ses på flere kilometers afstand og udover at være et velbesøgt udsigtstårn, er det også et punkt i det pandekageflade landskab, som man helt automatisk benytter til at orientere sig efter.

De store, fysiske og ikoniske vartegn kaldes globale landemærker, da de er defineret ved, at de kan ses fra mange vinkler og steder, både nær og fjernt. Måske genkendes de allerede fra fotos og beskrivelser i både film, litteratur og rejsebeskrivelser. For den lokale giver synet af det allestedsnærværende landemærke, der titter frem i periferien, en genkendelsens glæde og vækker en følelse af at være hjemme. For den besøgende derimod pirrer det nysgerrigheden, når et monumentalt bygningsværk titter frem mellem bygningskroppe, og ofte bliver det et blivende emblem på et sted.

Gæster, der bevæger sig gennem ukendt territorium, benytter sig i høj grad af visuelt fremtrædende landemærker – store som små – når de skal forstå et sted og lokalisere sig selv i forhold til destinationen. De mindre og lokale landemærker er kun synlige fra tæt hold og defineres ofte ud fra en personlig relation og iagttagelse. De lokale landemærker skiller sig ud fra omgivelserne i deres størrelse, en kontrasterende farve eller en usædvanlig form og fungerer som visuelle fikspunkter, der hjælper os med at navigere, forstå og knytte bånd til et sted. De lokale landemærker kan udpeges som fælles referencepunkter, de bliver en del af vores fælles fortælling om stedet og indlejrer sig direkte i sproget. "Vi mødtes ved det blå ishus, lige inden nedkørslen til stranden."

De symbolske landemærker er lidt sværere at sætte på formel. De lever deres liv i individet og fremkaldes af den enkeltes oplevelser og erfaringer. De opstår,



Gode landemærker er først og fremmest visuelt fremtrædende landemærker, der står i kontrast til deres omgivelser i deres størrelse, farve og formgivning. De er placeret på strategiske steder såsom punkter, hvor man skal beslutte sig for, om man skal dreje den ene eller den anden vej, og hvor man skal huske, om det var her, man gik til højre eller venstre. Og så skal de være nemme at bruge ord om, så man kan tale om dem og bruge dem, når man skal fortælle andre, hvilken rute de skal tage fx "drej af ved 'den gamle mølle'".

fordi de vækker noget i vores følelser, puster liv i gamle minder og rummer symbolske eller politiske betydninger. Et fremtrædende objekt, der er personligt udvalgt, skiller sig ud fra omgivelserne for den ene, men ikke for en anden, men tilsammen danner de et usynligt kort af mindet om et sted.

GØR DET NEMT AT FLANERE

Der er meget at vinde ved at planlægge landemærker ind i ensformige landskaber, så gæster kan finde vej og bliver ledt de rigtige steder hen. Der er meget viden, der peger på, at landemærker spiller en afgørende rolle for navigation. Byrumsteoretikeren Kevin Lynch var den tidligste til at beskrive landemærker som et element, der former den imødekommende by. Lynchs tanker blev født i en tid, hvor modernismen herskede med ideer om, at boligen og byen skulle fungere som en rationel og velsmurt maskine. Disse ideer førte til gader i stramme mønstre og byer med biler i hovedrollen. Store parkeringskældre kom til, fortovene forsvandt, og i dag står vi med en arv i form af en masse bygninger og byer, som på visse steder kan opleves direkte menneskefjendske.

Lynch var som modsvar optaget af, hvilke elementer i byrummet som implanterede positive oplevelser i erindringen hos mennesker, og fandt efter intense brugerstudier frem til fem pejlemærker, som han anbefalede at inkludere i den gode by:

Grænsen – fx en kystlinje, lokalbanens togskiner eller muren, der afskærmer fra kirkegården fra uindviet jord.

Knudepunktet – fx det punkt, torv eller gadekær, hvor flere gader bindes sammen i en knude.

Distriktet – fx kirkegården eller byparken, altså et område, hvor det er tydeligt, hvornår man er ude, og hvornår man er inde.

Linjen – fx markvejen, der tegner en sort linje igennem et felt af gule raps.

Landemærket – fx udsigtstårnet i det fjerne eller et kunstværk, der skiller sig ud.

“...a distinctive and legible environment not only offers security but also heightens the potential depth and intensity of human experience.”

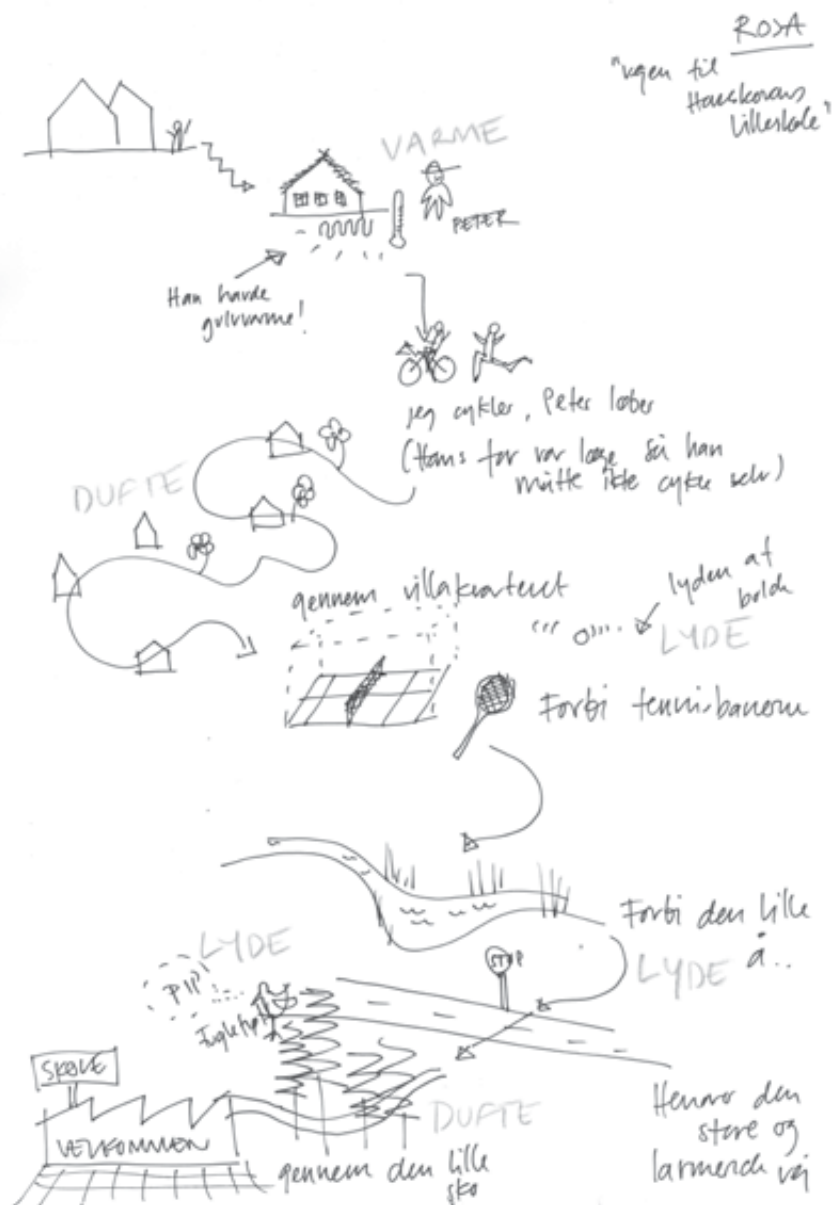
— Kevin Lynch, *The image of the city*

WAYTELLING

En by eller et landskab, der er behageligt at navigere i og let at huske, har et vekslende miljø med mange forskellige kig, som fanger øjet og vækker nysgerigheden. Her bliver områderne, man bevæger sig igennem, en fortælling gennem sekvenser af globale, lokale og symbolske landemærker. I den populærvidenskabelige bog 'Wayfinding – The science and mystery of how humans navigate the world' interviewer journalisten M.R. O'Connor antropologer og neurovidenskabsfolk, der er overbeviste om, at det at finde vej og det at fortælle en historie er to sider af samme



Sømærke ved Vestkysten, der fungerer som et pejlemærke i et stort, ensformigt klitlandskab.



Til en workshop i forbindelse med denne bog, har en erindret rute til skole fremkaldt gamle rumlige minder.

sag. At menneskets fantastiske evner til at navigere i virkeligheden har sit ophav i vores evne til at fortælle en historie.

Ideen er, at urmennesket havde behov for at kunne fortælle andre i flokken om, hvor man kunne finde bue, der bugnede af bær og floder fyldt med fisk. Var rejsen lang, ville der være behov for at kunne huske mange landemærker i en bestemt rækkefølge, og det blev nemmere at memorere, når det var en del af et narrativ fx som en del af en stammes sangskat.

Beder man en person om at beskrive en rute, de kender særdeles godt i detaljer, vil man hurtigt opleve, at ruten bliver vakt til live – ikke kun med landemærker i sekvenser, men med personlige minder, livagtige sansindtryk og følelser.

En workshopdeltager begyndte sin beskrivelse af sin skolevej med et mikrolandemærke; hun ventede altid det samme sted, på det opvarmede gulv i hjørnet af en skolekammerats køkken. Hun kom altid, før han var klar, så de kunne tage afsted sammen – også selvom hun var på cykel, og han ikke måtte. For kammeratens far var læge, og han ville hellere have, at han løb ved siden af. Deres fælles rejse gik derfra igennem hendes barndoms landskab, hvor man kom igennem villakvarterer, hvor duften af syrener og roser stadig står helt skarpt i dag.

I sin gengivelse beskrev hun livligt, hvordan hun cyklede forbi steder, hun ikke kunne se, kun høre, hvordan tennisketcheren sendte bolde afsted med rytmefulde slag dag efter dag. Hun huskede overgangene – nogle

farlige og fyldt med biler, andre rolige og rislende. Fortællingen sluttede med en sidste passage gennem en lille skov fyldt med fuglefløjt, og man fik en fornemmelse af, at i hendes barndom var det altid sol og sommer.

SHOW IT DON'T TELL IT

Hvis man sætter sig sammen med turisterne, inddeler dem i grupper, fx rejsekonstellationer eller interesser, og lytter til deres historier om, hvad der skete imellem start og slut på en udflugt, vil man kunne høre, hvilke elementer der er overlappende, og hvilke der er brugerspecifikke. Disse beskrivelser vil også vidne om, hvor de var optagede af turen og selskabet, og intet gik galt, men også der hvor de mistede orienteringen, eller hvor turen hen ad stranden blev til en ørkenvandring.

Udfordrende strækninger på turen skal bearbejdes så oplevelsen i stedet bliver positiv. Er der fx et langt lige stykke, kan den lives op med elementer, der vækker sanserne og giver en god oplevelse.

På de steder, der spiller navigationsevnen et puds, skal man ofte have flere indsatser i spil. Ofte er den billigste og nemmeste løsning at sætte et skilt op. Hvis dette allerede er forsøgt, bør man i stedet overveje, om der er noget andet på spil, som overdøver. Ofte kan der foregå så mange ting, at et skilt drukner i omgivelserne, og man kan overveje at bruge andre wayfinding-elementer til at fange opmærksomheden og lede på rette vej.

Udfordringer imellem steder og mennesker er altid unikke og kræver ofte kreative og ultralokale løsninger. Den sunde fornuft, kulturelle normer, sociale konventioner, dovenskab og nysgerrighed er alle stærke drivkræfter, der har en indflydelse på, hvordan og hvorhen man bevæger sig. Vi skal kende disse mekanismer for at lave et godt wayfinding-system.



Ved Egense lystbådehavn er der opsat et skilt ved indfaldsvejen, som leder til havnen, men også til en offentlig badestrand.

Skiltene er synlige - og lovlige - men løser ikke opgaven med at få ledte turister på rette vej til oplevelsen. Skiltets budskab kan ikke aflæses i hverken landskab, vejen eller indkørslen; at det er et offentligt og velkomment rejsemål.

Ser vi skiltet med turistens øjne, læses det engelske ord 'off' og ikke en dansk forkortelse for offentlig. Dette i samspil med omgivelserne afskrækker fra at dreje ned ad grusvejen til badestranden.



Snoede stier pirrer til nysgerrigheden og giver lyst til at udforske, hvad der ligger rundt om hjørnet.

Wayfinding starter med infrastruktur

Vi er ikke de første, der advokerer for at prioritere den rekreative infrastruktur. Den britiske kunstner Nils Normann udfordrer effektiv byplanlægning og ansporer til slow wayfinding. I sine storskalaværker arbejder han med forløb og rum, der sænker farten og løfter blikket mod landskabet. Han arbejder med benspænd som barrierer af vand, der tvinger folk til at stoppe og kigge sig omkring, og hvorend man vender sig, kan man spejde efter den næste oplevelse, der skal udforskes. Læs om Nils Normanns arbejde i casen City Club på s. 117.

Den gode infrastruktur, der understøtter en mobilitet, hvor gæster nærmest på automatik driver rundt og fordeler sig jævnt ud på en destination, bygger på viden om, hvordan mennesker finder rundt. Bygger på viden om slow wayfinding.

Det er sjældent en god oplevelse, når gæster klumper sig sammen og danner flaskehalse. Værst er det, når køer præger feriestedernes landeveje og giver en oplevelse af overturisme. Langt de fleste steder er der dog plads nok, så snart gæsterne er steget ud af bilerne. Fra parkeringspladserne er der god mulighed for at fordele gæster ud i flere retninger, så flaskehalsen ikke gentages til fods.

Mennesker er nysgerrige væsner, og der findes en række specifikke ting, der kan skubbe gæster til at bevæge sig videre på opdagelse.

FOR MEGET OG FOR LIDT UDSYN

Hjernen er effektiv og drager hurtigt en række konklusioner, fx at hvis man ikke kan se det, findes det ikke. Man går ikke automatisk ud fra, at der er spændende oplevelser på den anden side af et buskads. Men hvis der er en portal igennem det, en trappe op til toppen af bakken eller et glimt af vand mellem trækrone, så kan det vække den indre nysgerrighed, der leder hen til de interessante steder.

Lange lige veje, uden en spændende udsigt, kan føles som en ørkenvandring. Er der ikke noget, der lokker øjet, er der heller ingen grund til at undersøge området nærmere. En rabat med et pluk-selv-bed er et simpelt greb, som kan gøre en lang lige vej attraktiv.

Barrierer for cyklisten afviger på nogle punkter fra vandreren, hvor følelsen af frygt og usikkerhed kan afholde cyklisten fra at komme afsted – især hvis



Et begrænset udsyn med små kig det næste spændende sted er en god måde at få gæster til at flytte sig rundt.

man skal ud at cykle med børn. Her kan man sænke skuldrene, hvis man kan forvente brede cykelstier uden trafik i høj fart.

TERRA INCOGNITA

Kritiske røster imod wayfinding for feriegæster i naturområder argumenterer ofte med, at man ikke kan fare vild i Danmark. Og mens det er sandt, at vi ikke har vildmarker, hvor man kan fare vild og komme alvorligt i fare, kan der stadig opstå situationer med utryghed og frustration. Måske har man brugt unødigt lang tid på at vandre i den forkerte retning, og det er især en ubehagelig oplevelse, hvis man er sulten, hvis man har børn med, hvis det er koldt, og hvis der ikke er mobildækning. Risikoen her er ikke direkte farlig og livstruende, men vil være med til at give en dårlig oplevelse.

Gæster, der skal ud i ukendte naturområder, ønsker sig først og fremmest et overblik over områdets geografi, hvad de kan pejle efter ift. services og seværdige steder. De har behov for at vide, om der er forhindringer forude såsom utilgængelige strækninger, der gør det umuligt at have en klapvogn med, eller om stien går gennem et dyrehegn, hvor man bliver utryg ved at have sin hund med, og derfor er tvunget til at vende om. Gæster i ukendte naturområder vil gerne tage ruter, hvor de ved, hvad de kan forvente af distance og sværhedsgrad. Der, hvor sanserne bliver skærpet, er man til stede i sine omgivelser. Den gode oplevelse af det ukendte land opnåes via gode kort, spændende ruter, klare landemærker og grænser. Smukke landskaber og indbydende infrastruktur leder dernæst på vej.

SLØJFER PÅ LANDSKABET

Vand er dejligt at gå og cykle langs. Det giver en smuk udsigt og er et konstant landemærke, der sikrer, at man hele tiden ved, hvor man er. Hvis der er en sø i en skov med en sti omkring, er det helt sikkert et stort træklebster for gæster, som er kommet for at få naturoplevelser i lavt tempo. De fleste kyststrækninger inviterer til spadsererture langs havet, men hvor søen naturligt guider dig tilbage til udgangspunktet, giver kyster ofte den udfordring, at for at komme tilbage igen, må man på et tidspunkt stoppe op og vende rundt. Det er en modstridende bevægelse, som sætter en bremse i det gode flow, og det er en uvelkommen forstyrrelse, når aftenturen kommer til at handle om navigation fremfor bølgeskvulp, den dybe samtale eller stilheden.

I den nye naturbydel i det gamle psykiatriske hospital Sankt Hans i Roskilde, arbejder man strategisk på et loop fra fjorden og ind i landet. Gåturen går forbi lystbådehavnen, forbi asfalt og kystsikringsanlæg og ud mod det mere naturlige fjordlandskab med stier af grus og kyster med sand og siv. Fortsætter man den sceniske tur, ender man ved Boserup skov, hvor man før i tiden ikke kunne gøre andet end at vende om og få samme oplevelse en gang til. Med nye stier og åbninger i bevoksningen, der skaber kig ind til Sankt Hans, kombineret med en satsning på den grønne og bløde trafik, skabes der forbindelser ind i landskabet, der muliggør en sløjfe ind gennem det gamle Sankt Hans, forbi smukke sanatorier med blomstrende ornamentik, gennem parker med gamle, store træer, for til slut at møde landsbyen Sankt Jørgens Bjerg,



Mange danske destinationer er beriget med smukke kyststrækninger, som de fleste ynder at gå langs. Ofte kan der dog være udfordringer med at skabe alternative ruter for de mange gæster, der ikke ønsker at gå tilbage ad samme vej.

der om sommeren fylder luften med en duft af bonderoser. Herfra finder man nemt tilbage til Roskilde by med Domkirkens spir som en konstant ledestjerne. Læs mere om Sankt Hans på s. 193.

I mange kystdestinationer er der ikke oplagte muligheder for at slå sløjfer ind i landskabet, og man bliver derfor nødt til at være kreativ. Ved Stevns Klint findes også en kyststrækning med en usædvanlig vandretur på langs. Trods den smukke udsigt er det en udfordring for ruten, at man skal gå samme vej ud og hjem. Da der ikke findes markstier eller andre alternative sløjfer i landskabet, har man istedet muliggjort en alternativ sløjfe på ruten, hvor man via cykeludlejning eller shuttlebus kan komme tilbage til udgangspunktet. Læs om Stevns Klint på s. 201.

REJSEN ER EN DEL AF OPLEVELSEN

"Traveling is traditionally considered an unfortunate necessity, a 'waste of time' to be minimized. Yet recreational travel is widespread, and ordinary routes could easily be designed to make traveling a delight, and not just a necessity."

— Kevin Lynch, city sense and city design

Ultimativt kan rejsen blive til en destination i sig selv som i 'Norges Turistveje', hvor det at køre og komme rundt til naturperler, understreget af arkitektur i verdensklasse, er et stort trækplaster. I Norge ved de, at et kig ud af vinduet på et landskab, der bevæger sig forbi, er balsam for sjælen. I 2013 filmede NRK Nordlandsbanen ud af vinduet på toget på samtlige 729



De danske lokalbaner kører igennem unikke landskaber med sceniske kig. Togturene har potentiale til at gøre turismemobilitet mere bæredygtig fx som en del af en dagstur, hvor man cykler ud og tager toget tilbage.

km gennem spektakulære landskaber fra nord til syd. Videooptagelsen er blevet et fænomen i sig selv, hvor det nærmest meditative pejse-tv blev solgt til mange lande.

Selvom naturen i Danmark er mindre dramatisk er de smukke strækninger ikke mindre appellerende at betragte gennem en togrude, og de danske lokalbaner har et stort potentiale for at blive et udflugtsmål eller en del af en sløjfe. Er man på ferie ved Hirtshals, kan man cykle til Skagen langs kysten på cykelrute 1, spise frokost på Skagen havn og nyde en smuk tur hjem med sin cykel ombord på toget.

Destinationer har hver især deres potentialer og udfordringer med mobilitet og wayfinding. Arbejdet med at få dem vekslet til gode oplevelser for gæsten er derfor først og fremmest at lokalisere, hvad der er på spil på stedet og i dets infrastruktur. Dernæst skal infrastrukturen understøttes med et wayfinding-system, der viser vej til de bedste oplevelser og fortællinger. Og helst en mangfoldighed af dem, så (potentielle) gæster får en oplevelse af, at de kan blive og holde en længere ferie i området, fordi der er mange steder at udforske og nok aktiviteter til, at fylde flere dage ud.



Naturstyrelsens rutemarkør i Rebild Bakker, som næsten forsvinder i landskabet, er et eksempel på, hvordan formgivning kan skabe retning og tryghed på ruten, uden at skæmme naturoplevelsen.



Oversigtskort er gode til at give overblik over en destination og oplevelsesmulighederne. Her er det Hillerød-skiltet, hvis kort viser by og slotspark på den ene side, og på den anden side den store kontekst med parforce-jagtlandskaberne.

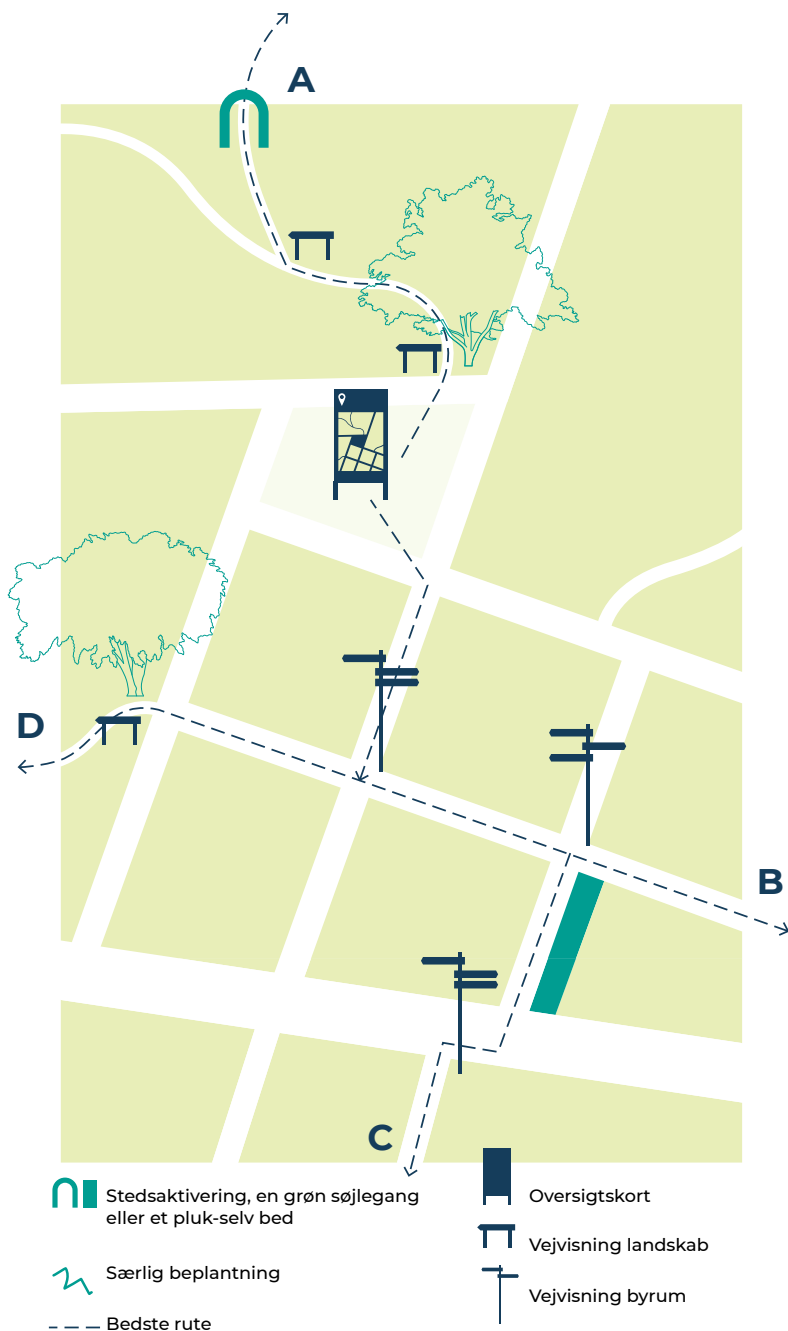
ET SYSTEM TIL STEDET

Det er typen af sted og gæstedadfærd, der afgør, hvad der er den bedste måde at arbejde med wayfinding på. I en destinationssammenhæng er der tale om tre forskellige typologier: Gitterstruktur, Vandreruten og Punkter.

1. Gitterstruktur

Den første typologi er også den mest komplekse. Det er den, vi kalder 'Gitterstruktur', og det, der gør den kompleks, er, at der hele tiden opstår nye muligheder for at tage nye veje. Man kan fx forestille sig en handelsby med en masse små gader, der forbinder kvarterer med hver deres særkender. Vejene lægger sig som en slags gitter over stedet, og udfordringen består i at føre gæsterne ned ad de rigtige veje. Den gode løsning vil ofte bestå af et klassisk skiltesystem med oversigtskort og vejvisning suppleret med stedsaktivering og beplantning, der vækker nysgerrigheden.

Kort placeres på centrale knudepunkter som fx pladser og ankomsteder. Kortet giver et overblik over stedets geografiske omfang og oplevelsesmuligheder, og vender kortet i overensstemmelse med omgivelserne, sætter det også retning på den videre færd. Ud fra kortene er det ofte oplagt (men ikke altid nødvendigt), at der guides videre med pegeskilte, og mange vælger den populære version med stang og faner, der kan pege 360° rundt. Denne type skilt emmer af ferie og oplevelse, og giver samtidig gæster en følelse af være velkommen.



Der knytter sig et par principper til skilte, der viser vej:

1. Skiltet anviser en rute hen til det, der skiltes til, og tager gæsten i hånden hele vejen til slutmålet som en brødkrumme ved hvert beslutningspunkt.
2. Skiltet peger i den retning, man skal gå og ikke i fugleflugt til slutmålet.
3. Teksten på skiltet kan læses på behørig afstand og på farten – så får man flest mulige øjne på.
4. Ordene på skiltet er selvforklarende, ikke for lange, og skal kunne forstås på et øjeblik.

Skilte kan ikke stå alene, men bør ses som det informative, identitetskabende og inspirerende lag i et appellerende landskab og byrum, der bygger på principperne om slow wayfinding.



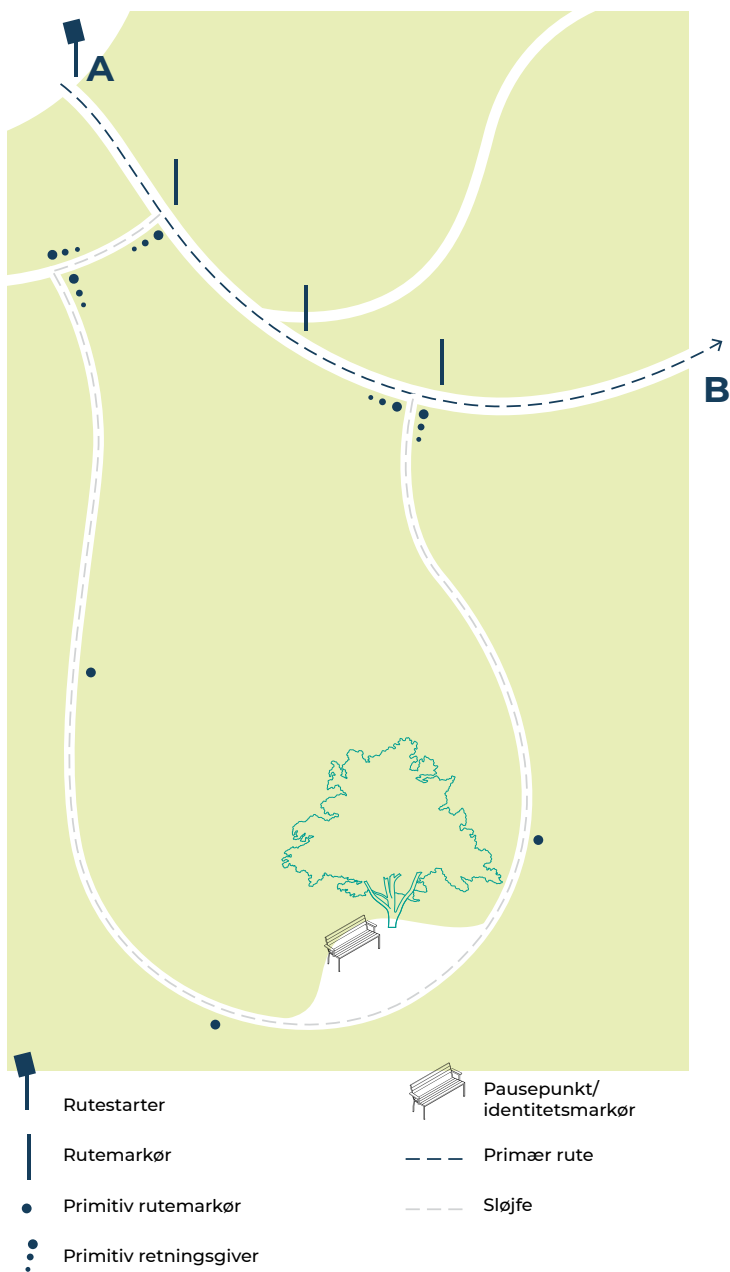
Pegeskilte viser vej i Odense med karakteristiske motiver fra H.C. Andersens eventyr.

2. Vandrerruten

'Vandrerruten' er i sin simpleste form markører på en linje, som man følger gennem landskabet. I en mere strategisk form kan den være bindeledet, der knytter punkter i landskabet sammen og skaber fundamentet for en destination med en fælles fortælling.

Den gode rute tager gæster gennem by og naturlandskaber, hvor øjnene kan strække sig, og er så velmarkeret, at man kan bruge energien på at vandre og fordybe sig i den gode samtale fremfor at finde vej. Vandrerruter opleves som en anbefaling til 'den gode tur', der kommer forbi spændende natur og en kærkommen håndsrækning, når gæster skal finde tryk i at bevæge sig ud i ukendte naturområder. Er ruten ikke en rundtur, kan det være værd at tænke i sløjfer til dem, der ikke har lyst til at gå samme vej tilbage. Det kan dog ofte være svært for gæsten at gennemskue, hvad man kan forvente af en given rute, og skal man have flere til at tage en spontan gåtur, er der et par principper, der er værd at tage med:

1. Distancen og tilgængeligheden på ruten er det første folk gerne vil vide; om det fx er muligt at tage afsted med en klapvogn, eller går ruten igenem en fold med dyr, så man kan vælge den fra, hvis man har sin hund med. Hvis der er flere ruter, kan man gøre det nemt at vælge ved at inddele dem i sværhedsgrader. I den lette ende er familieruterne, hvor alle kan være med. Her er ruten, hvor der er masser af væltede træer, der kan klatres på og formidling, der appellerer til børn, men som aktiverer hele familien. I den svære ende er off-track-ruterne til dem, der ikke har noget imod



at få mudder på støvlerne i bytte for følelsen af at være helt alene og meget langt væk.

2. Kort ved rutens start og på knudepunkter undervejs giver et overblik over, hvor man er, over rutens forløb, og hvad man kan forvente af (natur) oplevelser, forløb og services på vejen (fx toiletter, shelters mm.).
3. Rutemarkører viser vejen og bør være meget simple af hensyn til synlighed. I bedste fald består de kun af en pil og evt. en farve, som kan ses på god afstand. Hvis det er af stor betydning, at et særligt logo er med, kan man overveje, om det kan fremgå på alternative måder. Måske er det brændt ind i pælen, måske er det kun på kortet, eller måske er logoet i sig selv en pil, så man slår to fluer med et smæk.
4. Det er også en mulighed, at rutemarkørerne er prikker på træstammer, hvilket kan give en følelse af en mere autentisk naturoplevelse. På steder, hvor man skal dreje, kan man, som alternativ til en pil, sætte prikker på flere træer, så de danner et forløb og en retning.
5. Planlæg regelmæssige pausepunkter med udikigsposter, bålsteder og shelters og se dem som potentialer for formidling af stedet og dets identitet – enten i form af ord, men i lige så høj grad i form af design, der hænger sammen med rutemarkøren.



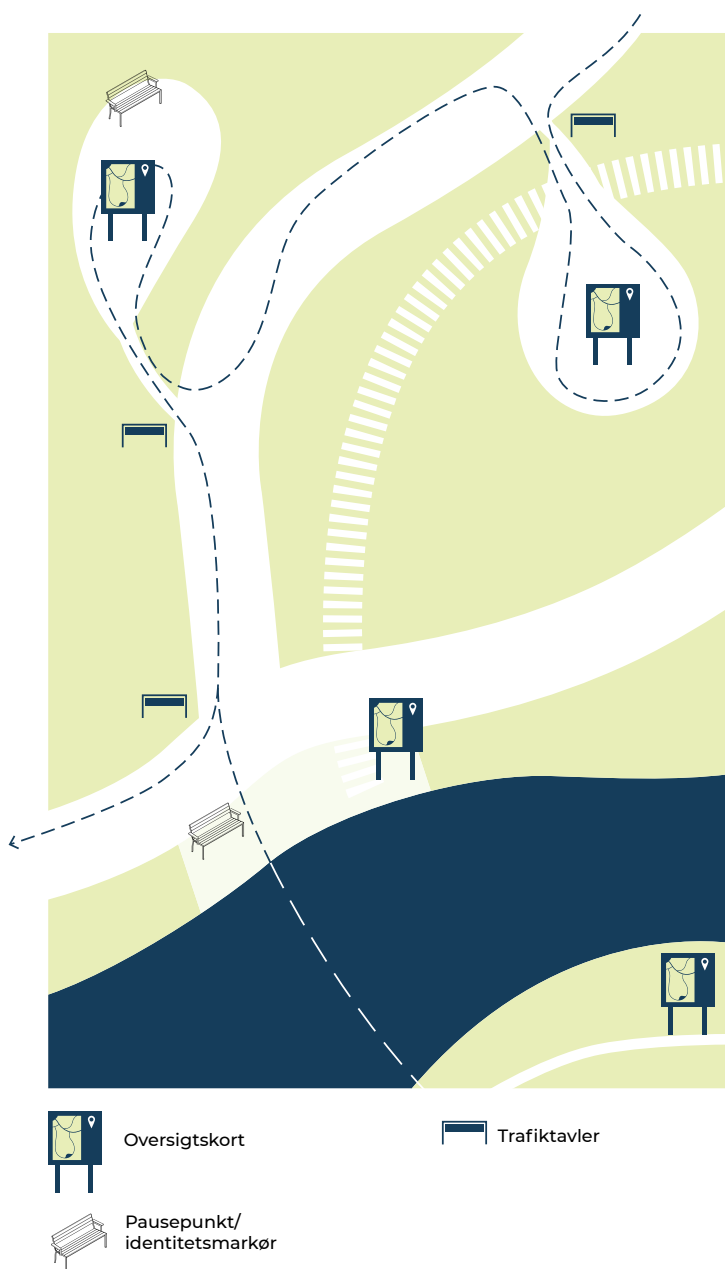
En piktogrampæl i Klippinge, Stevns, hvor logo er fræsset ind i pælen og malet for at frigive plads til den primære kommunikation, som her er piktogrammer, men som lige så vel kunne være rutemarkeringer. Logoet har den ekstra funktion, at den sætter en grænse for hvor mange piktogrammer, der monteres.

3. Punkter

Punkter er individuelle steder, der ligger spredt ud over et stort geografisk område, og som er knyttet sammen af den samme fortælling og identitet. På den helt store skala er et godt eksempel det irske Wild Atlantic Way, som er en scenisk bilroute med punkter, der kan indeholde særlig natur eller kulturhistorie. Den irske vestkyst bindes sammen af den samme fortælling, der understøttes af et symbol på trafik-tavlerne undervejs. En dansk pendant er selvfølgelig 'Vestkysten Viser Vejen', hvor særlig skiltning, byrums-møbler og kort fremhæver de bedste feriesteder langs Vestkysten. Netop kort er nøglen til at give feriegæster et overblik og følelsen af at være ankommet til en destination, der ikke nødvendigvis er bundet sammen af ruter. Læs om casen på s. 215.

Hvis et punktsystem skal lykkes, er følgende principper vigtige at have for øje:

1. Fortælling og identitet er afgørende, hvis gæster skal få en følelse af, at to punkter et længere stykke fra hinanden hænger sammen. Identitet og formidling er derfor et hovedfokus i wayfinding-designet.
2. Det skal være nemt at komme rundt, og kan man frit vælge mobilitetsformen, får oplevelsen af punkterne en ekstra dimension.
3. Man bør tænke på tværs af wayfinding-systemer, så stednavne i et system fx trafiktavler er de samme på turistkort og vandrepæle.



På et strategisk plan kan det være nemmere at rejse midler til at løfte oplevelserne i et større område, hvis deres steder bliver til punkter under den samme fortælling og destination. Men det kræver god infrastruktur og et skarpt fokus på mobilitet.

UNDGÅ SKILTESKOV

Uanset hvilken typologi en destination kategoriseres som, er det vigtigt både at have det eksisterende, og hvad der evt. skal fjernes for øje. Gamle skilte skæmmer, og står de der stadig, når der kommer nyt inventar op, har de en stærk tendens til at smitte dårligt af på det nye.

1. Ryd op i gamle skilte. Når der stilles nyt op, tænkes der ofte ikke i at fjerne det gamle, og det kan resultere i mange uskønne kompositioner af forskellige tiders skilte.
2. Ryd op i eksisterende ruter eller undersøg om, der rent faktisk er et behov for flere. Gæster er ligeglade med logoer – de vil bare have gode oplevelser og kan ikke gennemskue forskellen på blå mand, hjerterute, farvede dutter og kløVERRUTER. I den bedste af alle verdener skulle de kun forholde sig til distance og tilgængelighed – ikke logoer.
3. Spil sammen med det eksisterende, hvadend det er trafiktavler eller ruteanvisninger på røde pæle. Undgå at overlappe, men fokuser på at skabe flydende overgange, der hvor et skiltesystem overtages af et andet.



Nogle skilte egner sig godt til alternative formater og giver ro og plads til andre skilte eller til en skiltefri udsigt. Denne rutemarkør på Camino De Santiago bliver smukkere og mere skinnende jo flere fødder, der trædder på den.



Under opførelsen af Tirpitz var designet en gennemgående parameter, som var med til at sikre en massiv PR for museet og området.

Design og kvalitet

Når man former et gennemført wayfinding-design er det vigtigt med grafik, piktogrammer, typografi, farver, illustrationer, skilte, pile, bænke, belægninger etc., der ikke blot fremkalder et feriesteds særlige identitet, men som er af høj kvalitet i udtryk, formgivning og materialer.

Kvalitetsdesign kan modstå tidens tand, patinere og blive smukkere over tid, almindeligvis det skaber mere og mere genkendelighed og genererer lokal stolthed og identitet.

Danmark er verdenskendt for vores designtradition. En af de ting, som udenlandske gæster bemærker, er den store vægt og prioritering, der lægges i æstetik og arkitektonisk kvalitet. Danske virksomheder satser

i høj grad også på design, som afspejles i undersøgelsen 'Design Delivers' af Dansk Design Center og Dansk Industri i 2022. Her svarer 90 % af de virksomheder, der bruger design, at de oplever en positiv indvirkning på deres bundlinje. 75 % af virksomhederne fremhæver øget konkurrencedygtighed som en vigtig faktor for at anvende design, og 59 % ser design som en endnu vigtigere konkurrenceparameter de kommende fem år.

For turismevirksomheder giver design af skilte og andet wayfinding-inventar derfor god mening, for uanset om det er et pegeskilt eller et kort, vil feriegæsterne øjne komme til at hvile på det ofte. Det er meget opmærksomhed rettet mod et enkelt objekt, hvorfor identitet, DNA og fortælling altid bør tænkes ind i wayfinding. Når et wayfinding-design er gennemtænkt og både balancerer funktion, kvalitet og æstetik, bidrager det til at skabe stemninger og minder og er holdbart over tid – både pga. design, der holder, og kvalitet og materialer, som består.

DANSK DESIGNTRADITION

Danmark har en lang og rig designtradition, som der kan trækkes på, både når der tales møbeldesign, skilte og grafisk design. Den tradition bør være en helt naturlig del af det, som gæsterne ser, når de ankommer til et feriested. Godt og autentisk design betyder, at wayfinding-elementerne bliver mere synlige, troværdige og skaber mest mulig værdi for både de lokale og gæster.

Et godt eksempel på dansk skiltedesign med lange rødder står på Designmuseum Denmark. Her kan



Det ikoniske skilt, skrift og plakatsøjle tegnet af J.V. Engelhardt i 1927 for Gentofte Kommune, kan opleves på Design Museum Denmark.

man opleve Gentofteskiltet, tegnet i år 1923 af J.V. Engelhardt. Engelhardt designede både plakatsøjle, skiltstander og en skrifttype med et ikonisk hjerte over j'erne hver gang, der står 'vej' – som en kærlig hilsen fra Engelhardt (heart/hjerte).

I en artikel i Formkraft kan man læse om, hvordan Gentofte Kommune fra starten lagde et stort engagement i designprocessen og sidenhen har prioriteret at vedligeholde skiltene. Mange år efter skaber skiltene stadig tilhørsforhold og ejerskabsfølelser, for kommer der et ukurant skilt op, maler borgere bare selv hjerter over j'erne.

Den lille aktivistiske handling peger på, at godt, lokalt og nationalt design i meget høj grad er med til at skabe en stedsidentitet og en følelse af at høre til. Hverken design eller dets evne til at fremkalde stedsidentitet skabes over natten. Det tager tid at skabe en rodfæstet identitet, da det skal vokse sig ind i gæsterne og de lokales erindring. Men hvis designet og fortællingen er stærk nok, vil stedsidentiteten slå rødder over tid, og detaljer og formgivning vil blive et afholdt stykke kulturarv.

I London findes der flere eksempler på, at ultralokal wayfinding over årene er blevet synonymt med destinationen. Se blot på London Underground eller Westminsterskiltene, der er blevet så ikoniske, at de nu sælges som souvenirs i bydelen, som tjener betydelige summer på licenser.



Stevns Kommune udviklede i forbindelse med anlæggelsen af en ny naturpark en skilteserie, der skulle understrege de rekreative kvaliteteter i de lokale naturområder. I en ambitiøs proces blev der udviklet prototyper af tre forskellige skilteserier – alle med samme formål. Efterfølgende blev prototyperne evalueret af både lokale brugere og udefrakommende gæster. Her var det tydeligt, at skiltene med et markant, moderne og dragende design, der var tilpasset omgivelserne, løb med al opmærksomheden, og værdien af et smukt, men også modigt design, blev cementeret.

DESIGN AF WAYFINDING-ELEMENTER

Alle steder er unikke og har en historie at fortælle, som kan omdannes til en visuel identitet og wayfinding-design. En ny identitet vil skabe værdi, hvis man har behov for at markere en forandring og signalere ny brug af et sted. Andre gange skal en identitet formidle en allerede stærk fortælling, men med en nutidig tone. Andre gange igen bruges en ny identitet til at skille sig ud fra andre, tiltrække et særligt publikum eller samle sig i en fælles destination. Ofte er det helt åbenlyst, hvilken fortælling der bør stå på første parket, men som regel skal der en analyse til, som fin-kæmmer stedet, dets fortid og kultur for at finde frem til stedets DNA. I en stedsanalyse samles brikkerne til et klart billede af et sted. Man undersøger, hvad der er sket før, og hvilke spor begivenheder har sat. Man undersøger kulturen, hvem har været der før, hvem er der nu, og om der er skabt lokale traditioner eller vendinger i sproget, som giver en særlig identitet.

Et godt wayfinding-design byder velkommen. Skiltet signalerer tydeligt, at man er på rette vej, og den første barriere er nedbrudt.

Design af wayfinding-elementer afhænger naturligvis af, hvordan man gerne vil have, at gæsten skal finde rundt, og værktøjskassen er derfor stor. Mest klassisk benyttes skilte suppleret, og i nogle tilfælde erstattet, af elementer som gangbroer, bænke, kunst og madpakkehuse. Spændet af muligheder er afspejlet i de udvalgte cases, som præsenteres senere i bogen. Fælles for alle elementer er, at de skal have et særligt visuelt udtryk for at give mening i en wayfinding-



På en tværfaglig workshop, afholdt i forbindelse med denne publikation, gennemgik vi et væld af danske designklassikere, der spænder over arkitektur, møbler, brugskunst, smykker, kunstværker og grafik. En af de store overskrifter, der blev tegnet, var, at arven fra funkis-bølgen – dvs. minimalistisk design med fokus på kvalitetsmaterialer og formgivning tilpasset funktion og brugervenlighed – blev oplevet som synonymt med dansk design. Men når man ser på mange af disse klassikere, har de også dette 'ekstra' over sig. Ligesom værdien af en Wegner-stol overstiger siddekomforten rækker Engelhardtts skiltedesign ud over det at vise vej. Nogle ikoner vakte i sin samtid opsigt – og måske også modstand – men over tid er det netop det 'ekstra', der har sat aftryk og formet en klassiker.

sammenhæng. Tre forskellige bænke signalerer ikke sammenhæng, ligesom et enkelt pegeskilt, der ikke bliver fulgt op af endnu et skilt længere nede af ruten, bliver funktionsløst.

TILGÆNGELIGT DESIGN

Der findes meget erfaring, mange principper og anbefalinger til, hvordan man lykkes med samtlige aspekter af et wayfinding-design, så alle kan navigere efter det uden behov for forudgående introduktion.

Det kræver blot en smule omtanke fra start at sikre, at alle inkluderes.

Skiltedesigns bør som minimum overholde best practice inden for feltet, så man sikrer den højeste mulige brugervenlighed, og der bør tages højde for den mangfoldighed, vi møder i samfundet og blandt feriegæsterne. Her kan nævnes en håndfuld:

1. Sæt læsehøjden lavt, så flader med kort og tekst også kan læses af børn og personer med nedsat mobilitet. Her vinder man med meget små greb en endnu større målgruppe og faciliterer, at alle i en gruppe kan samtale om, hvor man fx skal gå hen på et kort.
2. Vælg en skrifttype, der er nem at læse på afstand og på skrå flader. Hvis den kan læses i tussmørke vil dem, der er ude at vandre i de sene aftentimer også kunne læse med.

3. Gør skrifttypen så stor, at man kan læse på behørig afstand – er du i tvivl, skal skriften være større.
4. Sørg for at der er god kontrast mellem tekst og bund. Hvis du er i tvivl, kan du teste det under dårlige lysforhold. Her vil du hurtigt kunne se, om kontrasten er fin eller for lav.
5. Undlad at ville for meget. Et godt skilt er overskueligt og nemt at skimme for relevant information.



Naturstyrelsen røde pæle tager sit udgangspunkt i dansk byggekulturarv med bindingsværk som reference og er altså på flere måder solidt plantet i den danske muld. De er enkle, har en høj grad af fleksibilitet og en stor genkendelighed hos brugerne – hvorfor de heller ikke så nemt lader sig kopiere. Se case på s. 175.



Ny Østre Søbad, Almind Sø, Silkeborg, hvor søhøjlandets landskab er nøje kurateret.

Kuratering af oplevelser

“We see places through the eyes of others, be it through the idealized vision of a travel guide, the romanticized notions of a poet, or the precise delineation of a cartographer. Our vision of a place is rarely our own.”

— The Art of Travel

Slow wayfinding viser ikke vej til alt, og ligesom en kurator på en kunstudstilling udvælger, sammensætter og organiserer værker i en udstilling, udvælger en vært på et feriested nøje de særlige områder og steder, som de ønsker, at gæsten skal opleve under sin ferie. Nogle gange kurateres der gennem tydelig infrastruktur og spændende landskabsarkitektur, andre gange gennem ord på skilte og kort. Når man som destination vælger noget til, vælges der andre ting fra. Det er en naturlig grobund for utilfredshed og skal det ikke ende i konflikt, bør man designe en proces med inddragelse og arbejds møder, hvor de forskellige parter kan nå til enighed eller i det mindste acceptere, at flertallets stemme vægter tungest. Det er en proces, der kan overraske, og man kan godt forvente, at dette kan tage længere tid end først afsat. Når man er nået til enighed om, hvad der skal og ikke skal vises vej hen



Et beskedent element, der følger på vej på en legende måde.

til, starter arbejdet med at finde ud af hvor, hvordan, med hvilke ord og hvilken grafik, der skal benyttes.

HVAD PEGER VI PÅ, OG HVAD NUDGER VI TIL?

Når wayfindingen understøtter en fortælling om stedet og leder gæster mod oplevelser af høj kvalitet, opstår en følelse af tillid. Hver udpegning rummer et løfte, for når man ser en destination på et skilt eller et kort, vækkes der en forventning. For at opretholde tilliden er det essentielt, at de forventninger, man sætter, bliver mødt. Det psykologiske begreb 'forventningens glæde' forklarer, hvordan hjernen får en betydelig mængde tilfredsstillelse af at forestille sig og planlægge en fremtidig begivenhed, nogle gange endda mere end selve begivenheden. Det kan man selvfølgelig udnytte, når turen skal planlægges, ved at vise billeder og beskrive alle de inspirerende steder.

Forventningens glæde stiller samtidig krav til oplevelsestilbuddet. Når man skilter til noget, skabes der automatisk en forventning til et sted, og ved de små oplevelser er det værd at overveje, om det er bedre at pufte på vej fremfor at skilte med ord og pile. Skiltes der til noget, der ikke matcher forventningen, fx hvis man peger mod et udsigtspunkt, og gæster forventer en stor panoramaplads, og derfor går lige forbi den tiltænkte bænke, kan det lede til skuffelse hos den besøgende.

En effektiv måde at vise gæster hen til oplevelser, der er for små til skilte, men for skønne til at lade være skjulte, er at bearbejde landskabet med subtile, men

indbydende stier. Udnyt derfor potentialerne i den re-kreative infrastruktur med fx en trappe eller træbro.

Den måde at tænke wayfinding på understøtter oplevelsen af at bevæge sig ud i det ukendte land, hvor nysgerrigheden belønnes af de gode oplevelser.

Lige inden man kører over broen til Rømø, kan man dreje til højre ad Kystvej og parkere sin bil på et lille pausested flankeret af egetræssøjler med kortformidling, der skal inspirere til at opleve de bedste punkter langs og på tværs af Vadehavet.

Sammen med kortene er et billede af et udsigtspunkt, som man kan gå ud til herfra. Billedet står som en 'teaser', men også som en forsikring om, at du får en fantastisk naturoplevelse, hvis du blot følger sporene et kort stykke ud i landskabet. Sporene er betonfliser med et fastfrosset mønster fra tidevandet, der indikerer, at man er på vej ud af en særlig rute. Og det har man måske også behov for her, for som det allerførste på ruten møder man Rømmøvej, som på en sommerdag er en tungt trafikeret vej. Men fordi formidlingen er stærk, bliver barrieren nedbrudt, og man kan følge tidevandsfliserne mod den spektakulære udsigt på toppen af den kunstige bakke.

MUSEUMSKVARTERET OG STRANDPARKEN

Når vi sætter ord på skilte og kort, skal de afspejle stedets identitet og samtidig skabe en retvisende og positiv forventning til oplevelsen. Navne på steder bør derfor ikke kun være praktiske, men afspejle hvad der gør stedet helt særligt. Når man arbejder med



Fliser, som er inspireret af Vadehavets karakteristiske tidevand.

wayfinding, har man ofte begrænset antal bogstaver, man kan lege med – både fordi for mange og lange ord sætter overblikket og læsbarheden over styr, men også fordi der helt lavpraktisk ikke er plads til mere.

Hvis der skal skabes et engagement fra flest mulige forbipasserende, må skilte være overskuelige, behagelige og meget gerne inspirerende at læse, og det stiller krav til kreativiteten.

Et overskueligt skilt har et klart hierarki med maksimalt fem informationer. Det kan virke som få informationer, men det afspejler, hvad vores korttidshukommelse kan rumme og antal muligheder, der skal til, for at man kan overskue at træffe en beslutning. Det betyder ikke, at man skal undlade at vise hen til steder, man skal blot være mere strategisk omkring det. Fx kan man inddele i zoner 'Museumskvarteret' eller 'Strandparken', og når man kommer ind i zonen, kan der peges videre ud til de forskellige oplevelser i kvarteret.

Et effektivt skilt fanger gæstens opmærksomhed med et iøjnefaldende design, som er til at læse på behørig afstand. Brede og lave skrifttyper er lettest at læse for de fleste, og hvis teksten er i en størrelse, der kan ses på en god afstand, fanger de i langt højere grad det spontane øje. Ordene på skiltet skal åbne fantasien op og de må bruge humor eller andre sproglige greb, der passer til stedet og skaber billeder på nethinden. Skriv fx 'Picnic park' fremfor blot park eller 'Byens bedste legeplads'.



I Kulturhavnen i Helsingør har man arbejdet med billedskabende ord i sine skilte. Man spiller på oplevelsen i sætninger som "Helsingør Nordhavn – Hyggelig havnestemning med minigolf og legeplads. Klap en krabbe på Øresundsakvaret."

KORT ER ET BILLEDE PÅ DEN VIRKELIGHED, VI GERNE VIL VISE

Den vestlige tradition med at kortlægge verden har afstedkommet eventyrlige afbildninger af steder langt væk fra den kendte verden. I kortene kunne man læse om geografi, kultur, flora og fauna, idet de ofte var rigt udsmykket med illustrationer af de lokale klædedragter, afgrøder og søuhyrer. I dag bruger vi kort mere end nogensinde, fordi de er tilgængelige på enhver smartphone, men hvad de vinder på i spændvidde og akkuratse, taber de på i stedslighed og kuratering.

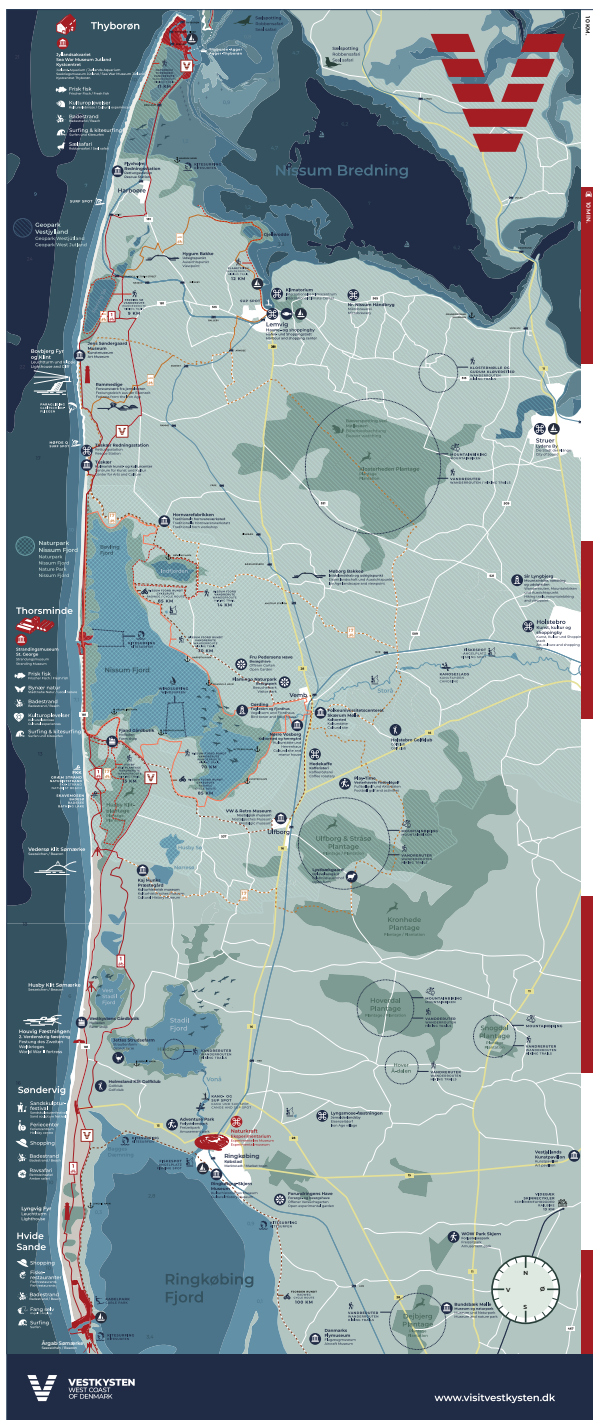
“For its one billion users, Google Maps might remove boundaries and compress miles to mere pixels, but it does so at the expense of differentiation and individuality.”

— Straight Forward

Har man mistet orienteringen er tjenester som Google Maps godt at have som nødløsning. Men generiske tjenester er ikke ideelle, hvis man skal finde det bedste sted at spise sin frokost eller den fineste spadseretur. Der har man brug for, at de lokale viser vejen. Det store potentiale i specialtegnede kort er, at man kan vise hen til de bedste steder – helst dem som man ikke kan finde andre steder. Og så kan man, mere implicit, vise hvad det er for et sted, man er ankommet til gennem det visuelle udtryk.

I kortene til 'Vestkysten Viser Vejen' er det havet, der er afgørende for fortællingen og den lokale identitet fra nord til syd. Den dominerende tone i kortene er derfor blå – både i havet og i tonen på de grønne farver på

Kort fra Vestkystens Wayfinding, som viser, hvad der er at opleve på strækningen mellem Thyborøn og Hvide Sande. Kortet er inspireret af søkort og har maritime detaljer såsom den rød/hvide skala-inddeling på siden.



land. Der er tilføjet detaljer og symbolik ind fra søkort ikke af praktiske hensyn, men for at give en stemning der peger på det våde. Havets dybder langs kysten og i fjordene er tegnet præcist op med skiftende nuancer af blå og åbner blikket for, hvad der foregår under vandet. Ovenpå vandet kan man finde små vignetter, der forestiller havvindmøller, bøjer og alle størrelser af fyrtårne. Man kunne også have tegnet de fisk, der var mest typisk at fange netop her for at pege på de bedste lystfiskersteder, og generelt er det kun fantasien, der sætter grænser for, hvad man kan putte på et kort, så længe det ikke går ud over overblikket.

De gode kort er dem, der ser så indbydende ud, at de vækker gæsters nysgerrighed – selv på lang afstand. Når de så kommer tæt på, åbner kortet sig op, og man kan gå på opdagelse i alle de små illustrationer af udvalgte landemærker, skulpturer og andre små tegninger, der afspejler stedets historie. Det, man ikke vælger at vise på et kort, er lige så definerende, som det, man viser.

“...Maps are also an invitation to develop a brand and extend the sense of place into a graphic representation of a place as well as an idea. In the hands of a right designer, maps can be more than functional, they can be a delight.”

— Straight Forward

Kort tiltrækker stor opmærksomhed fra gæster ift. skilte, der består af ren vejvisning. Folk kan bruge mange minutter sammen med kortet, og det er en stor bedrift, eftersom andre typer skilte og medier kun har ens opmærksomhed i få sekunder. Det er særligt



I kortet til Helsingør bykerne og Kulthrhavn Kronborg er kortene tegnet, så de refererer til byens historiske status som det maritime centrum nord for København. Kortene er runde som et køje på et skib eller en globus fra renæssancen. Alle oplevelsessteder er tegnet ind i et klart hierarki, hvor man

som det tydeligste har de arkitektoniske varemærker i 3D, kunst og skulpturer ligger som et illustrativt lag, og de hyggeligste torve, parker og legepladser er fremhævet som særlige zoner med sigende piktogrammer.



I kortene til Legible London har man arbejdet med et alternativ til den klassiske skalapind. I stedet har de tegnet en periferi ud fra 'du er her'-markeringen, som angiver hvor langt gennemsnitspersonen ville kunne

nå på fem minutter til fods. Afstande er nemlig arbitrære, og mennekser har i stedet en tendens til at italesætte distancer i tid, fx hvor langt man kan nå på to cigaretter eller babys lur.

de gennemillustrerede kort, der har den største effekt. De holder folks opmærksomhed i længere tid af den simple årsag, at hjernen tænder på lettilgængelige billeder og bruger mindre energi på dem sammenlignet med stærkt grafiske og diagrammatiske kort, hvor oplevelser er markeret med tal og bogstaver.

KORT OG NAVIGATION

Kort er selvfølgelig ikke kun et visuelt inspirationskatalog over stedets oplevelser, men også et værktøj til at finde vej med. I Legible London har man observeret og interviewet brugere og deres brug af kort. Ud af de adspurgte svarede et imponerende 49 %, at de havde set og benyttet sig af kortbaserede skilte, og at 83 % af dem oplevede, at de havde hjulpet dem med at finde vej. Læs om Legible London på s. 157. Et godt kort over et feriested følger en række principper:

1. Et kort på et skilt giver først og fremmest svar på, hvor man er, og dernæst et godt overblik over geografien, og hvad der er af services og oplevelser i nærheden.
2. Det er vigtigt, at kortet fremstår roligt og ikke flimrer for øjnene med for mange detaljer, men det er en balancegang, da det også er detaljerne, der giver en fin stemning.
3. Man skal nemt kunne aflæse afstandene. Hvis skalaen på bygninger og andre pejlemærker overdri- ves, kan det fx forvrænge vurderingen af størrelsesforhold.



Papirkort og foldere er stadig populære og selvom meget navigation foregår digitalt, foretrækker de fleste gæster i naturen at gå med et analogt kort i hånden.

4. Kort, der er lette at finde vej efter, kan hurtigt oversættes til virkeligheden. Sørg for at handelssteder og pladser, der opleves signifikant i virkeligheden, også træder ekstra meget frem på kortet.
5. Kortet skal vende i samme retning, som du står. Hvis kirken ligger til venstre, skal det også ligge til venstre på kortet. Gæster er ligeglade med reglen om, at nord vender opad – de sætter pris på ikke at skulle vende kortet i hovedet, så de kan bruge deres energi på at finde vej.

De klassiske lommekort – dem som man kan tage i folderkasser ude i naturen – er stadig i høj kurs hos turisterne. Angiveligt fordi mange søger det taktile og analoge, når de er i naturen, fremfor skærm og potentielle notifikationer.

Lommekortet har den fordel, i forhold til et kort på et skilt, at det kan genbesøges, når man holder en pause og har lyst til at dykke mere ned i stedet, dets historie og muligheder. Er det et meget præcist kort, kan man også bruge det til at finde vej med. For den utrænede kortbruger kræver det dog, at der er pejlemærker på kortet, som er nemme at genkende i miljøet. Det kan fx være svært at orientere sig i en skov, hvor det for de fleste kun vil være stiens forløb, der afslører, hvor man er.



Digital wayfinding er fristende og forstyrrende

“Dårlig telefonforbindelse, ingen wi-fi og en unik natur skal stadig være kendetegnene og hjælpe til med at genskabe den svinkløvske stemning.”

Sådan skriver DR i en artikel fra 2019, da det sagn-omspundne Svinkløv Badehotel åbnede igen efter at være brændt ned til grunden. Badehotellet er kendt for at være nærmest umuligt at booke, da det er så populært. Det skorter da heller ikke på ”tips til at detoxe fra sociale medier” og salg af primitive ‘dumb phones’, hvilket tyder på, at det ikke kun er bade-gæster på Svinkløv, der efterspørger tid med mindre skærm. Digitale platforme i både ferie- og wayfin-ding-sammenhæng er dog ikke en entydig fortælling, men handler i høj grad om at fokusere på, hvornår en digital tjeneste beriger oplevelsen, og hvornår den gør den fattigere.

Ser man på brugerrejsen, kan man dele den op i to overordnede kategorier, en passiv og aktiv kategori. Den første kategori kan foretages hjemme fra sofaen. Her finder man alle de platforme, der aktiveres både før og efter en oplevelse. Det er apps og websites, der besøges for at få inspiration og som værktøj til plan-lægning før rejsen. Efter rejsen deles minder på so-

cialle medier, hvor oplevelsesstafetten gives videre til andre, og nye drømme vækkes. Klemmt inde imellem den passive før- og efter-brug af digitale platforme er den aktive kategori, der hvor selve oplevelsen er. Her søger man viden om et sted eller 'real time'-vejvisning via GPS.

HVAD VI VED, GPS GØR VED OPLEVELSEN

GPS'en – oftest i form af Google Maps – bliver hyppigt brugt som et argument imod etablering af analog wayfinding og italesat som den oplagte erstatning, der har potentiale til at give gæsten oplevelsen af at være den første til at betræde et naturområde. På den anden side står modargumenterne i kø, fx at der ofte ikke er dækning i naturområder, batterilevetid, internationale datatakster mv. Derudover er den digitale vejvisning på den rekreative infrastruktur sjældent den bedste. Dette på grund af ufuldstændig data, stier i forandring, skovfældning og meget andet. Diskussionen forbigår dog fuldstændig kernen i problemet; nemlig gæstens oplevelse i naturen.

Netop derfor besluttede forskere fra Griffith University, Australien, at undersøge, hvilke forskelle der var, når man finder vej gennem et sted – her en by – med forskellige værktøjer stillet til rådighed. I eksperimentet fulgte de tre grupper, hvor den første gruppe skulle finde vej ved hjælp af skilte, den anden benyttede kort trykt på papir, og den sidste gruppe blev udstyret med GPS. Efter eksperimentet var udført, blev der målt på distance, tid og rumlige erfaringer. Gruppen med papirkortet var den, der havde sat sig mest

grundigt ind i stedet, selv fundet på en rute og endda også nået hurtigst frem til endemålet på trods af at have gået længst. Men fordi gruppen konstant måtte sammenligne kort og omgivelser, var de også dem, der havde opnået det mest intime kendskab til byens rum og forløb.

I modsætning dertil var gruppen med GPS ikke hurtigere til at finde vej og det på trods af at være i besiddelse af det tilsyneladende mest effektive værktøj, der jo havde udregnet den korteste distance. Selvom gruppen gik i et lavere tempo, så de ikke så meget af byen, fordi øjnene primært hæftede sig på det digitale kort frem for omgivelserne. De mistede forbindelsen til de steder, de passerede, og de opnåede ikke en større følelse af tryk i at være på rette vej.

Studiet er meget sigende og bekræfter noget, vi måske allesammen allerede godt ved. Det digitale kort er designet til en virkelighed, hvor man sidder i en bil og navigerer efter en specifik type infrastruktur, som differencierer sig fra den rekreative infrastruktur og fra det rekreative perspektiv.

Skønt Google er i gang med tiltag som fx tilføjelsen af landemærker på deres kort, er de langt fra i mål med at gøre en gåtur med deres app i hånden til den rekreative oplevelse, vi ønsker i vores ferieområder. Vi ser utallige eksempler blandt andet fra Stevns, hvor Google guider besøgende til at gå langs landevejen fremfor den rekreative trampesti.

Det kan højst sandsynligt koste nogle af de bedste minder fra rejsen at overlade vejvisning til en GPS. En



Kunstner Simon Weckert udførte i 2017 en slags happening i Berlin, hvor han med en lille trækvogn med 99 mobiltelefoner skabte en falsk trafikprop, hvorefter Google Maps omdirigerede trafikken til andre veje.

"What I'm really interested in generally is the connection between technology and society and the impact of technology, how it shapes us," siger

Weckert. Han citerer filosofen Marshall McLuhan: "We shape our tools and thereafter our tools shape us." "I have the feeling right now that technology is not adapting to us, it's the other way around."

Med kunstprojektet ønsker Weckert at demonstrere, hvor stor en indflydelse Google har på vores mobilitet og infrastruktur.

del forskning viser meget tydeligt, at det center i hjernen, der 'opbevarer' din evne til at finde vej, er direkte forbundet med evnen til at skabe erindringer og danne minder. Ved at negligere den analoge oplevelse risikerer man, at minderne bliver svagere, og arbejder man med turisme, hvor oplevelserne er det centrale, er det et stort tab.

Helt generelt er konklusionen, at jo bedre GPS'en finder vej for en, jo dårligere bliver man til selv at navigere og huske et sted. Men hvad så, hvis man ønsker at give sine gæster nogle gode ferieminder? Bør man da satse udelukkende på analoge værktøjer?

Det korte svar er ja. Men der er også en digital virkelighed, som vi hverken kan eller bør ignorere. I en undersøgelse for Naturstyrelsen fra 2024 svarer 60 % af danskere, at de bruger GPS til at finde vej med, når de er i skoven. Og det er positivt, for det kan være svært at finde vej inde i en skov, og ved man, at man altid kan finde vej tilbage til bilen, giver det selvtillid til at komme ud i naturen.

VisitDenmark kunne i en survey fra 2020 konstatere, at omkring 60 % af danske turister og 75 % af udenlandske turister brugte rutekort fx Google Maps til inspiration og planlægning. Det er dobbelt så mange, som bruger sociale medier og anmeldelsesbaserede platforme.

Den viden kan især udnyttes af de mindre destinationer, hvor attraktioner og nedslag ikke snubler over hinanden på kortet. Her ville det give mening, at mange flere turistaktører opjusterede deres tilstedeværelse på

Google Maps og andre anmeldelsesbaserede platforme med inspirerende beskrivelser, billeder og tekster. Det vil give en fornemmelse af et sted med en samlet høj kvalitet over hele linjen, da nabooplevelser ofte vil blive vist side om side. Mere tvivlsom er effekten på større destinationer og i byer, hvor mængden af steder, attraktioner osv. er så høj, at de overdøver hinanden.

DIGITALE PLATFORME DER UNDERSTØTTER BEVÆGELSE OG OPLEVELSE

Man bør overveje, hvornår og hvordan digital way-finding skal berige gæstens rejse, inspirere til nye oplevelser, og hvordan det kan bidrage til en følelse af tryghed. På en vandretur kan kort og kompas være med til at gøre naturoplevelsen autentisk, mens det på en gåtur er rutemarkørene, der sikrer, at energien bliver brugt på den gode samtale eller skovens ro. På cykel, hvor farten er højere, og hvor hænderne bruges på styret, kræves der fx skiltning eller en cykelcomputer for at understøtte en god tur.

Cykelturisme er i vækst, og siden 2017 er der kommet 35 % flere til af både danske og udenlandske cykelgæster.

For cykelgæsten, der vil nyde en behagelig tur gennem landskabet, der ikke kræver, at man må stoppe op og tjekke et kort, gør cykelcomputeren oplevelsen gnidningsfri ved diskret at sikre vejvisningen. Ved at skilte cykelinfrastrukturen demokratiserer man cykeloplevelsen ved at guide folk uden cykelcomputer til den gnidningsfrie cykeloplevelse.



Spændende lydkulisse i skoven – jeg kikkede flere gange op for at få øje på fly!
– Ewald, gæst i FLUGT

I Oksbøl er museet FLUGT flyttet ind i en lejr fra 2. Verdenskrig, som engang husede 35.000 tyske flygtninge. Her har museet haft succes med at guide de besøgende på en halvanden times lydvandring ad lejrens originale stier og veje, som snor sig gennem en klitplantage. Engang lå her barakker med beboelse, køkkener, værksteder og teater, men i dag er der – ud over få scenografiske elementer – reelt ikke længere noget at se. Med lyde og stemmer i individuelle audioguides vækker FLUGT den gamle lejr til live på en så effektiv måde, at gæsterne danner deres egne indre billeder af stedet.

Det særligt spændende ved teknologien bag FLUGTs lydguide er, at den aktiveres automatisk på det sted, man står. Lyd og sted smelter sammen. Bevægelsen understøttes elegant ved at lade lyde i det fjerne tilsyneladende komme nærmere, i takt med at man bevæger sig længere ind i fortællingen. På den måde holdes nysgerrigheden i live, og undervejs er der en kontinuerlig glæde ved forventningen.

Man er alene om fortællingen, men gæsterne tager den også i grupper og taler om oplevelsen bagefter. Det kan sammenlignes med at være i teatret eller til fodbold, hvor man oplever i tavshed og venter med at dele alt det, der overraskede og gjorde indtryk, til bagefter. På den måde forlænges oplevelsen ud over den tid, man er på museet.

Øjnene bliver fri til at gå på opdagelse i landskabet uden ærgerlige afbrydelser.

Og det er præcis det, man bør stræbe mod i al god wayfinding – analog som digital.

På Hærvejen er der både en strækning for vandre- og cyklister, og når det kommer til wayfinding, har man valgt at gå den pragmatiske vej med et solidt udvalg af både analoge og digitale navigationsværktøjer for enhver smag. I den digitale ende har man udviklet en kortbaseret app, hvor fokus har været at skabe et overskueligt og pålideligt digitalt kort med få og gode funktioner. Cyklisterne kan downloade GPX-filer til deres cykelcomputere, og vandrere kan bruge den som en backup, hvis de søger information om ruten eller har brug for servicefaciliteter. Hærvejens app er bl.a. optimeret til at holde brugeren længst tid på Hærvejen, når der ledes til omkringliggende services og faciliteter. Læs mere om Hærvejen på s. 147.

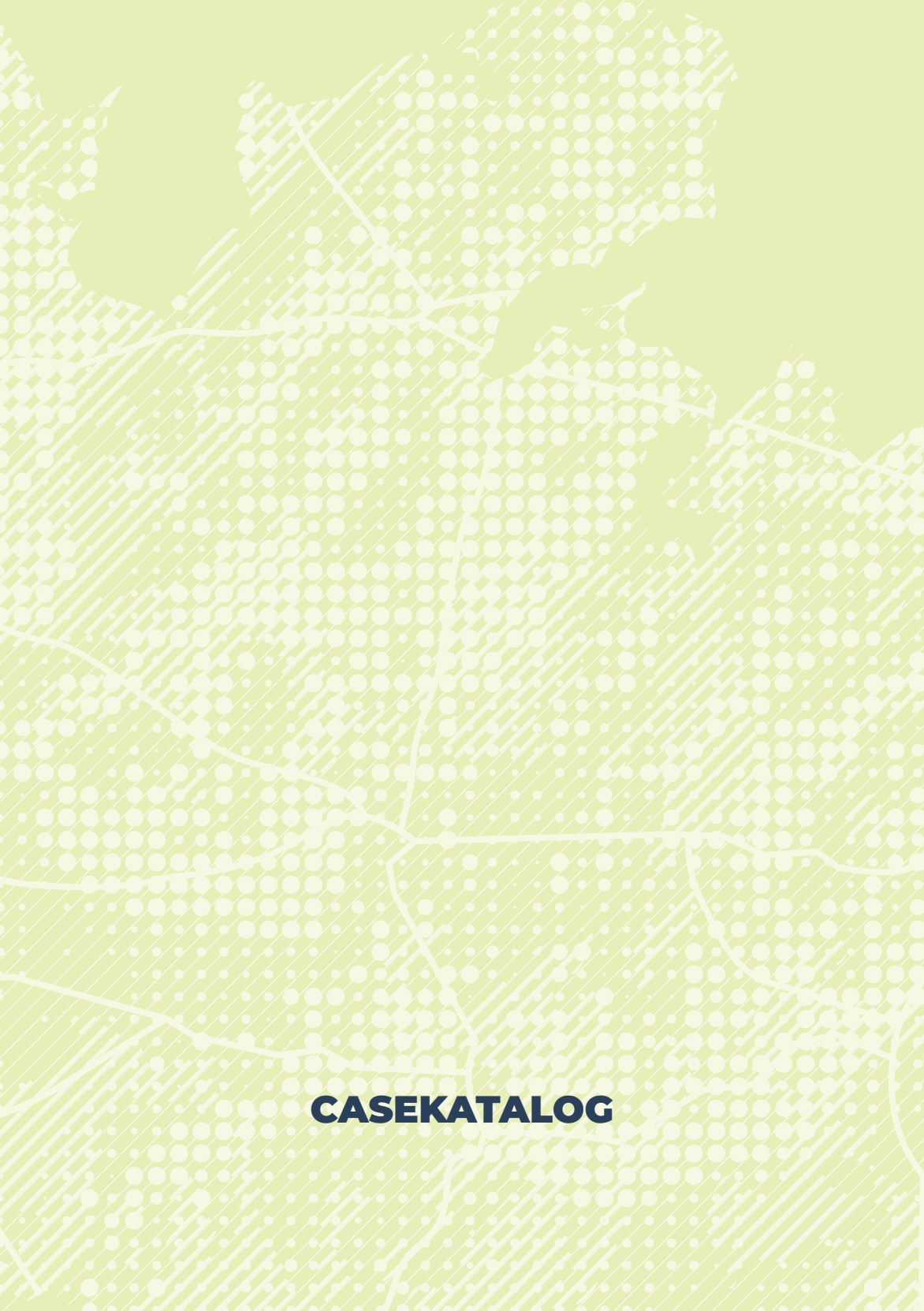
Man behøver dog ikke gå i Hærvejens fodspor og lave en ny app til sin rute. Der findes et væld af apps, som de garvede vandrere og cyklister allerede bruger. Her kan fremhæves den tyske app Komoot, der har over 45 millioner brugere, primært i Tyskland og Beneluxlandene. Det er nogle af de mest interessante markeder for Danmark, og målgruppen optager ca. halvdelen af danske overnatninger.

Komoot fokuserer på den rekreative oplevelse og går udenom sports- og konkurrenceelementer, som andre apps specialiserer sig i.

Hvadend ens gæster bruger Garmin, Strava, Ko-moot eller en helt anden platform, er det afgørende her, at der er relevant data, som disse tredjeparts platforme kan hente. Det er fra OpenStreetMap de fleste tredjeparts platforme henter deres data. Det bedste man kan gøre som kommune for at feriegæster i alle tempi kan finde rundt, er derfor at fodre både GeoFA og OpenStreetMap med data om alt fra placering af shelters til forløbet af et mountainbikespor.



Hvor GPS kan ødelægge en naturoplevelse for en vandrer, kan en cykelcomputer højne den for cyklisten, der kan sætte sine øjne (næsten) fri og nyde omgivelserne.

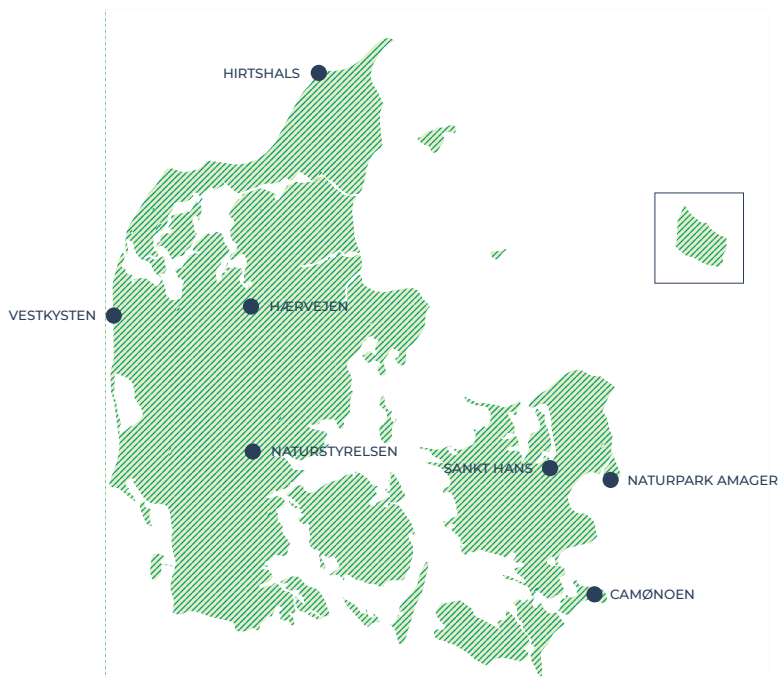


CASEKATALOG

Inspiration og indsigter fra 17 cases

Med udgangspunkt i 17 nationale og internationale cases er der blevet ført samtaler med eksperter og praktikere, der har delt erfaringer og refleksioner om deres tilgang til wayfinding.

Casekataloget viser bredden af wayfinding. Lige fra skilte til bænke. Fra små, simple greb til større, arkitektoniske konstruktioner. Casekataloget viser desuden, hvordan wayfinding kan binde fagområder sammen og synliggøre de skjulte oplevelser, som tilsammen løfter turistoplevelsen.





S. 105 CAMØNOEN
(Møn, DK)

S. 111 CHEMIN DES CARRIÈRES
(Alsace, FR)

S. 117 CITY CLUB
(Milton Keynes, UK)

S. 123 DE NORSKE TURISTVEJE
(Vestkysten Norge, NO)

S. 131 GOVERNORS ISLAND
(New York, US)

S. 139 HIRTSHALS
(Hirtshals, DK)

S. 147 HÆRVEJEN
(Jylland, DK)

S. 157 LEGIBLE LONDON
(London, UK)

S. 167 NATURPARK AMAGER
(Amager, DK)

S. 175 NATURSTYRELSEN
(Hele landet, DK)

S. 181 NORGES NASJONALPARKER
(Norges Nasjonalparker, NO)

S. 187 ROYAL DOCKS
(London, UK)

S. 193 SANKT HANS
(Roskilde, DK)

S. 201 STEVNS KLINT
(Stevns Kommune, DK)

S. 209 VENNBÄHN
(Tyskland, Belgien,
Luxembourg)

S. 215 VESTKYSTEN
(Vestkysten, DK)

S. 223 VØRINGSFOSSEN
(Hardanger, NO)



Ildsjæle står bag succesfuld vandre- destination

CASE: CAMØNOEN

Vandreruten Camønoen, som går under navnet "Kongerigets venligste vandrerute", tiltrækker hvert år tusindvis af danske og internationale vandrere. Vandreruten er 175 kilometer lang og strækker sig over Møn, Farø, Nyord og Bogø og giver et indblik i den mageløse natur og Mønboernes sammenhold. Camønoen blev indviet i 2016, og allerede året efter i 2017 havde 9.000 vandrere begivet sig ud på ruten, og man estimerede en forøget turismeomsætning på 12 mio. kr. Projektet er blandt andet et

eksempel på, hvordan lokal forankring og ildsjælementalitet kan skabe en populær turistdestination.

ILDSJÆLE OG LOKAL FORANKRING

Ideen til Camønoen opstod lokalt, ud af et ønske om at formidle de mere ukendte steder af Møn. Man ønskede at skabe en stedbunden oplevelse, som udbredte kendskabet til den mindre kendte del af øen og løftede turisme samt de lokale erhverv. Initiativtagere til projektet, Marianne



Langs den 175 km lange vandrerute er Camøno-bænken placeret på strategiske pausesteder. Bænken er designet af arkitekterne Norrøn og bygget af elever fra Center for Erhvervsrettede Uddannelser Lolland-Falster.



Møn har meget at byde på, men der har manglet forbindelser mellem øens destinationer og samarbejde mellem de forskellige aktører. Møns Museum - en del af Museum Sydøstdanmark - står bag vandreruten, der forbinder områdets oplevelsesmuligheder for både lokale og turister.

Florman og Tine Nygaard, så et potentiale i at knytte alle de smukke og særlige steder sammen via en vandrute og på den måde forbinde det kendte og det ukendte til en samlet destination. Ruten skulle inddeles i etaper, som hver især repræsenterede sin egen del af Møns fortælling, og introducere til øens kultur. For at lette processen blev der i 2014 etableret et samarbejde mellem Museum Sydøstdanmark og Vordingborg Kommune, som i forvejen varetog den eksisterende rute 'Møn-rundt'. I fællesskab udviklede de to aktører projektet og udarbejdede fondsansøgning til Realdanias pulje 'Stedet Tæller'. Realdania støttede projektet med 2,46 mio. kr.

Det har fra begyndelsen været vigtigt, at de lokale blev inviteret til at deltage i projektet. Derfor omtales de lokale bidragsydere som partnere og tæller alt fra havnefogeder, præster, caféejere, bed & breakfast-værter og beboere med lokal-historisk viden eller et shelter i haven. På den måde har man skabt ny værdi ud af initiativer, som allerede eksisterede i lokal-samfundet. I realiseringsfasen tog kommunen initiativ til at samle Møns turismeaktører med det formål at få dem til at samarbejde om turismeaktiviteter. Dette tiltag resulterede i, at parterne gik fra at være konkurrenter til at blive samarbejdspartnere.

Rent organisatorisk varetager Vordingborg Kommune vedligeholdelsen af stier, anlæg og anmærkninger på ruten, mens Museum Sydøstdanmark driver Camønoens kommunikation og det relationelle arbejde til de lokale partnere. På flere niveauer har Camøno-projektet bundet partnerne sammen og givet dem en fælles fortælling.

NI ETAPER MED NATUROPLEVELSER

De 175 kilometer, Camønoen strækker sig over, er opdelt i ni etaper. Man kan starte sin camøno-vandring ved alle etaperne, men man opfordres til at begynde ved

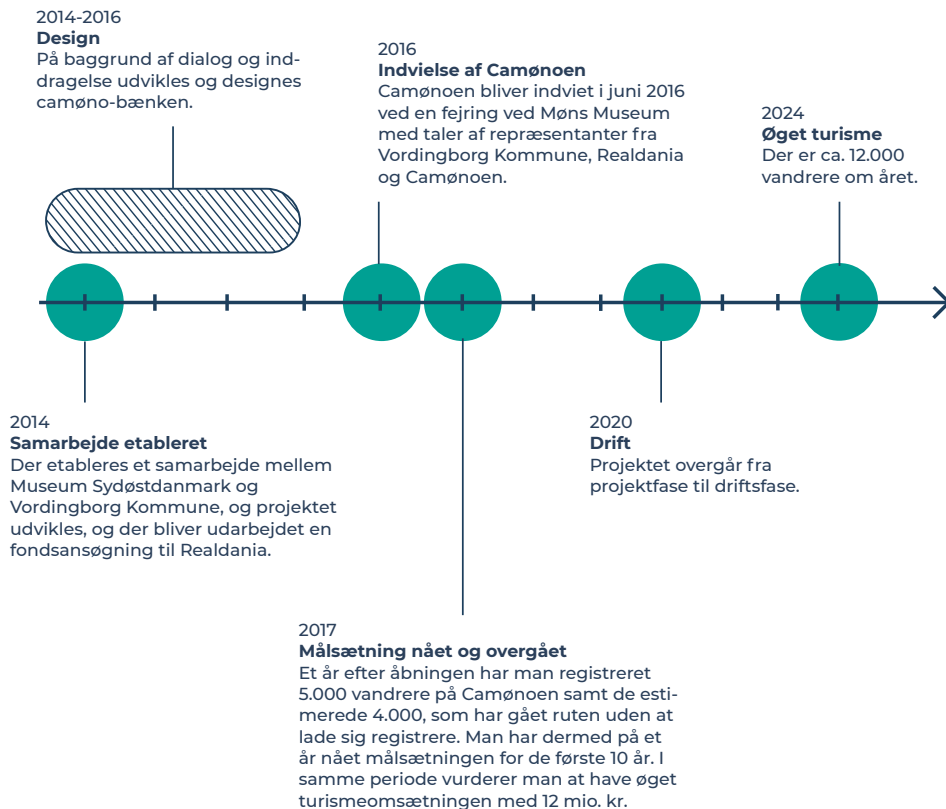
'Enebæretapen', hvis startpunkt er placeret ved Møns Museum i Stege. Her kan man købe kort, lægge sidste hånd på sin rute samt besøge rutens byshelter, som er placeret i købmandsgårdens gamle stald. Etapen fører de vandrende ud af byen gennem den gamle byport, som markerer Camønoens begyndelse. De ni etaper varierer i længde og terræn og har hver især deres eget navn og særkende. På de ni etaper går man gennem naturskoven Ulvshale Skov, passerer helleristninger fra bronzealderen og kan besøge middelalderkirker med enestående kalkmalerier. Der er mulighed for at udforske Møns Klint, finde vættelys på stranden, opleve charmerende havnmiljøer og sove under stjernerne i Camønoens Dark Sky Shelter.

DESIGN SKABER SAMMENHÆNG

Langs Camønoen er der på udvalgte steder etableret en Camøno-pause i form af en Camøno-bænk. Bænkene er designet til Camønoen og er cirkelformede i varierende højde. Denne variation giver brugerne mulighed for at anvende bænkene både i sidde- og hvileposition. Bænkene er udført i en stavekonstruktion i træ, og den organiske form spejler det omgivende landskab. De er bygget af elever fra Center for Erhvervsrettede Uddannelser Lolland-Falster. Ved at lade eleverne udføre bænkene har man både haft en økonomisk fordel, men også skabt et lokalt ejerskab.

Det lokale ejerskab spiller en vigtig rolle i forbindelse med Camøno-bænkene, for de repræsenterer ikke blot en pause, men også mobiliseringen af ildsjæle. Ved hver Camøno-pause er der en række faciliteter tilknyttet, som alle varetages af de lokale partnere fx mulighed for wi-fi, overnatning, bespisning, mobilopladning eller en snak med en lokal mønbo. På den måde bliver bænkene et symbol på mødet med de lokale og den frivillige organisering bag Camønoen.

Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra Camønoen

- 1 Lokal forankring og ildsjælementalitet:** Camønoen er skabt gennem et samarbejde mellem Vordingborg Kommune, Museum Sydøstdanmark og lokale partnere. Ideen opstod blandt de lokale og ud af et ønske om at vise de besøgende mønboernes egne historier og vandringer. De lokale partnere spiller en central rolle i driften af Camønoen, og deres engagement og drivkraft har været afgørende for projektets succes. Derudover har projektet styrket egnsforståelsen og den lokale stolthed.
- 2 Design skaber sammenhæng:** Et hovedgreb i Camønoens visuelle identitetsfortælling er de runde Camøno-bænke. Bænkene er organisk formet i bæredygtigt træ og er bygget af elever fra Center for Erhvervsrettede Uddannelser Lolland-Falster, hvilket forankrer bænkene lokalt. Den karakteristiske form bruges også som skiltning ude på ruten og er afbilledet på Camønoens infotavler.
- 3 Navngivning:** Navnet Camønoen var en del af projektet fra begyndelsen og er et ordspil med navnet på den kendte spanske pilgrimsrute, Caminoen. Navnet skaber en relationel forbindelse til et allerede eksisterende og kendt koncept som Caminoen og skaber derfor umiddelbar resonans og associationer til fordybelse og pilgrimsvandring. De ni etaper, som tilsammen danner Camønoen, er også navngivet ud fra de oplevelser og den natur, som venter vandrerne på den specifikke rute.



Lokation mellem byerne Rosheim og Saint-Nabor i Alsace-regionen **Projektejer** Les communautés de communes des Portes de Rosheim **Ejerform** Tværkommunal **Formål** At revitalisere tidligere industriområde **Topografi** Natur, Rekreativt **Typologi** Rute **Rådgiver/designer** Reiulf Ramstad Arkitekter og Parenthèse Paysage **Projektperiode** 2015-2018 **Realiseret** 2019-2020

Fra industriel transportvej til oplevelsesrig vandrerute

CASE: CHEMIN DES CARRIÈRES

Projektet 'Chemin des Carrières' blev igangsat for at genoplive den gamle jernbane Rosheim-St Nabor, der blev bygget i 1902 og lukket i 2002. Målet var at om-danne denne tidligere industrielle transportvej til en oplevelsesrig vandrerute til glæde for både lokalbefolkning og turister. Projektet ønskede at forene industrihistorie med natur og turisme og give folk mulighed for at opdage områdets glemte landskaber og kulturhistorie. Med Reiulf Ramstad Arkitekter i spidsen og i samarbejde med Parenthèse Paysage blev der skabt en rute, som på elegant vis kombinerer fortid og nutid.

LANDEMÆRKER OG PAUSEPUNKTER SKABER EN TYDELIG FORBINDELSE

For at understøtte intuitiv wayfinding og skabe en stærk oplevelse undervejs blev ruten opdelt i fem tematiske sektioner – hver med sit eget særpræg og markante elementer. Rosheim-stationen byder fx på en cirkulær pavillon, som minder om fortidens jernbane og samtidig fungerer som infosted og udsigtspunkt. Andre sektioner som Boersch og Leonardsau byder på henholdsvis amfiteatre og udsigtspunkter, der understøtter pause og kontemplation. Elementerne er ligeledes designet til at være visuelle pejlemærker og pausepunkter, så

besøgende kan nyde landskabet i ro og mag, samtidig med at de naturligt ledes videre langs stien.

DESIGN OG STRATEGISK PLACERING, DER AKTIVERER ALLE SANSER

I designfasen blev det besluttet, at etableringen af gang- og cykelstier skulle understøttes af kunstneriske elementer, der fremhæver områdets identitet. Cortenstål blev udpeget som det gennemgående materiale, og den ru og naturlige tekstur giver en taktil oplevelse, som er en del af den visuelle og fysiske forbindelse til stedet. Besøgende kan røre ved materialet, som med tiden ældes og patineres ind i omgivelserne. I områder som Boersch, hvor flodlejet er udvidet, bruges lyden af rindende vand til at fremhæve naturens nærvær. Dette skaber en beroligende atmosfære og understreger stedets forbindelse til vandets historiske og kulturelle betydning. Udsigtsplatforme, som den ved Saint-Nabor, skaber sansemæssige højdepunkter ved at tilbyde panoramaudsigter, hvor besøgende kan nyde og føle sig forbundet til

det omkringliggende landskab. Udsigterne er designet til at vække følelsen af storslået skønhed, nærvær og ro.

PROJEKTETS BETYDNING FOR LOKALOMRÅDET OG TURISMEN

Chemin des Carrières har haft en betydelig positiv indflydelse på lokalområdet og områdets turisme. Ruten har tiltrukket både lokale og internationale turister, hvilket har bidraget til økonomien og styrket områdets kulturelle profil. Ved at gøre den tidligere jernbanestrækning til en attraktion er der skabt en destination, der tiltrækker besøgende, som ønsker at opleve både historie og natur. Projektet er desuden vigtigt for lokalbefolkningen, fordi det forbinder landsbyerne og gør det muligt at gå og cykle gennem landskabet, hvor man før var nødt til at bruge bilen (eller cykle langs vejen) for at besøge naboer. Projektet understøtter ikke kun økonomisk vækst, men også dybere forståelse og værdsættelse af lokalområdet, hvilket gør det til en værdifuld investering for fremtiden.

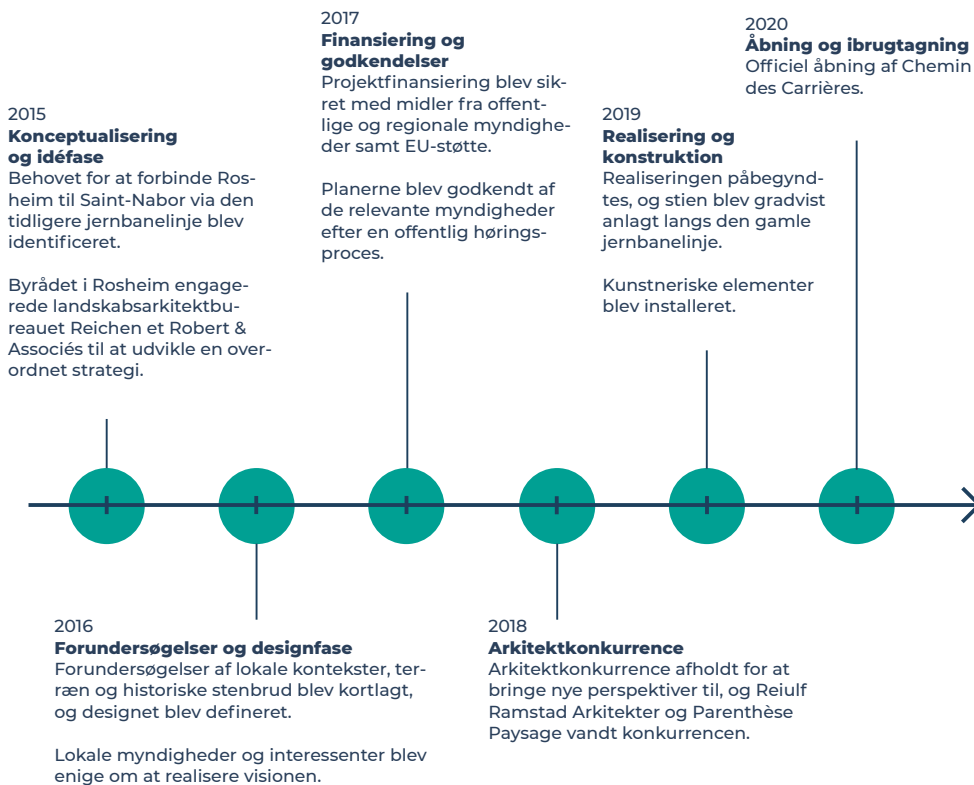


Langs ruten giver pausestederne de besøgende mulighed for at hvile, nyde naturen og reflektere over områdets historie og landskab.



Langs "Les Portes Bonheur, le Chemin des Carrières" i Alsace indrammer portene i cortenstål det omkringliggende landskab og forstærker besøgendes flow og fortællingen om stedets historie.

Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra Chemin des Carrières

- 1 Høj ambition til gavn for både turister og lokale:** Budgettet på knap 30 millioner kroner afspejler en investering i både æstetik og funktionalitet, og projektet søger ikke blot at være en turistattraktion, men en katalysator for lokal stolthed og en forstærkning af områdets kulturelle identitet.
- 2 Oplevelsesbaserede pausepunkter med klare temaer:** Stien er opdelt i fem sektioner, hver med sit tema fx historie, vand eller landskab. Disse tematiserede områder fungerer som wayfinding-stationer, der naturligt guider besøgende gennem en struktureret, men samtidig oplevelsesrig rute. Temaerne gør det let at navigere mentalt gennem stiens sektioner, da hver del har en distinkt identitet og formål.
- 3 Iscenesat historie gav færre skilte:** Bevarede jernbanespor og gamle stationssteder fungerer som diskrete, historiske wayfinding-elementer, som forbinder fortid og nutid og skaber en naturlig retning langs stien. Dette tilføjer en oplevelse af kontinuitet, og gør det intuitivt for besøgende at følge den oprindelige jernbanes linjeføring uden behov for omfattende skilte.



Kunst og leg som infrastruktur

CASE: CITY CLUB

Milton Keynes i udkanten af London er kendt for sin modernistiske byplanlægning og visionære tilgang til byudvikling. Et af de seneste eksempler på dette er revitaliseringen af City Club, som i 1970'erne var navnet og visionen om et stort rekreativt område midt i byen, der skulle tilbyde en bred vifte af faciliteter og aktiviteter for byens indbyggere og besøgende.

City Club blev aldrig realiseret, men konceptet har inspireret senere initiativer, og senest i 2014 med kunstnerne Nils Norman og Gareth Jones. Med kunst og borgerinddragelse i centrum har de transformeret byens offentlige rum og givet nye perspektiver på stedets identitet og wayfinding.

City Club-projektet er altså skabt som en moderne fortolkning af byens oprindelige vision om at skabe levende, tilgængelige og innovative, offentlige rum. Inspireret af byens historie og arkitektoniske træk arbejdede kunstnere og designere tæt sammen

med fokusgrupper og tilgængelighedsgrupper for at revitalisere områderne i Milton Keynes.

"We had a series of committees, of steering groups, who we consulted with. And we had feed-back loops into how we could change the designs. We also had a accessibility group. They looked at the fonts, the 'dark design', the colors and the combination of colors in order to them to give us feedback about what this meant for people with visually impaired people and so on."

— Nils Norman

KUNSTENS ÅBNER FOR NYE TILGANGE

Den kunstneriske tilgang har været med til at skabe et stærkt narrativ omkring City Club og har givet borgerne et nyt forhold til stedet. Et centralt aspekt af projektet har været forbedringen af wayfinding gennem kunstneriske og grafiske greb. Ved at

bruge farver, mønstre og skiltning på en måde, der integrerer sig i byens eksisterende struktur, er navigationen blevet mere intuitiv og oplevelsesrig.

"Let's suppose that sculptures were to function as signposts, and lampposts were to be thought of as sculpture. Well, perhaps the city would be remade as a playground."

— Nils Norman og Gareth Jones

Kunstneren Mark El-khatib har designet supergraphics – store visuelle markeringer – der fungerer som pejlemærker og hjælper både lokale og besøgende med at orientere sig i byens rum.



FORTIDEN FORMER NUTID

Projektet har ikke kun lånt navnet fra fortiden. Som en del af designprocessen har Nils Norman og Gareth Jones dykket ned i byens designhistorie og genskabt og nyfortolket gamle skilte, legeredskaber og farvekoder. Formålet var ikke at skabe et nostalgisk byrum, men at reaktivere de originale designs og bringe dem ind i fremtiden. De har anvendt tegninger af legeredskaber fra Milton Keynes' udførlige designarkiver og omdannet dem til skilte og vejvisere.

Lygtepæle er omdannet til skulpturelle klatretårne, og grafiske hænder og pile, som oprindeligt blev designet til at markedsføre byen i 70'erne, fungerer både som bænke, låger og retningsmarkører. Farver

og symboler væver sig ind og ud af området, hvor hænder og pile forbinder stedet. På det lokale kunstmuseum, MK Galleri, som er drivkraften bag projektet, hænger et stort rødt neonehjørte, som oprindeligt var symbolet på Milton Keynes' bycenter. Tilsammen skaber det et levende byrum, hvor grænserne mellem leg, kunst og infrastruktur udviskes.

"City Club is a very site-specific idea of orientation. I think it is also of making site specify more present in the way that you experience the space, a place. So it is a kind of wayfinding, but maybe it's more a kind of placefinding. It is not like "go to A to B", it's more like you explore the place yourself. You are kind of don't know that you are being directed."

— Nils Norman

Selvom mange af de kunstneriske installationer i City Club har haft en midlertidig karakter, har de haft en varig effekt på måden, borgerne oplever og bruger byens offentlige rum. De midlertidige strukturer har fungeret som 'stedslaboratorier', hvor nye former for byrum er blevet afprøvet i praksis, hvilket har skabt grobund for fremtidige initiativer. Ved at integrere kunstneriske elementer i byens wayfinding og identitetsskabende processer har projektet ikke blot forbedret borgernes oplevelse af stedet, men også skabt en ny bevidsthed om byens potentialer. Dette viser, at kunst og design ikke kun er æstetiske tilføjelser, men kan være essentielle redskaber i udviklingen af mere inkluderende og engagerende byrum.

Milton Keynes blev grundlagt som 'New Town' i 1967 og skulle ende med at blive den sidste af sin art. 'New Town' var et storstilet byplaneksperiment, hvis vision var at flytte byboere og arbejdspladser væk fra belastede kvarterer i storbyerne og ud til nye, helhedsplanlagte bysamfund.



Et centralt element i projektet er en 'playscape' mellem galleriet og teatret, hvor historiske designelementer fra Milton Keynes' tidlige år blev genfortolket.



City Club repræsenterer en genoplivning og modernisering af Milton Keynes' oprindelige idealer, hvor offentlige rum designs til at være både funktionelle og legende, og hvor grænserne mellem kunst, infrastruktur og leg udviskes for at skabe en dynamisk og engagerende byoplevelse.

Proces- og tidslinje

2014-2015

Vision

City Club-projektet bliver introduceret som en del af en kulturel vision for Milton Keynes. Projektet udvikles af kunstnerne Gareth Jones og Nils Norman i samarbejde med 6a Architects. Man ønsker at lave en "klub uden vægge" i det offentlige rum, som kombinerer leg, kunst og arkitektur.

2020–

Fremtidsperspektiver

City Club-projektet er en del af en bred kulturstrategi for Milton Keynes 2050, som fokuserer på at gøre byen til et internationalt kulturelt centrum. Hvilket blandt andet indebærer løbende kunstneriske og arkitektoniske implementeringer, som styrker byens kulturarv og identitet.

2017-2018

Udstilling og workshops

Modeller og visualiseringer bliver udstillet på MK Gallery, og projektet diskuteres på lokale workshops. Man igangsætter City Club som et pilotprojekt og opstiller prototyper i byrummet.

2016

Design

Planlægnings- og designfasen igangsættes med et ønske om at forene historiske elementer fra byens arkitektur og offentlige kunstværker fra 1970'erne med nutidige designløsninger.

2019

Åbning

City Club elementerne er færdige og bliver gjort tilgængelig for offentligheden.



Centrale pointer fra City Club

- 1 Historiske referencer og research:** I arbejdet med City Club har Nils Norman og Gareth Jones researchet i Milton Keynes' designhistorie og nyfortolket legeredskaber, skilte og eksteriør. Ved at give oprindeligt design nye funktioner, former og farver er elementerne blevet aktiveret på ny. På den måde er det historiske Milton Keynes blevet bragt ind i fremtiden i en forandret, men stadig velkendt skikkelse.
- 2 Aktive rum skaber initiativ:** City Club er et eksempel på, hvordan designet af wayfinding i mindre grad har fokus på at lede fra A-B, men i stedet guider brugerne gennem rummet ved at aktivere dem og give dem initiativet.
- 3 Borgerinddragelse med fokus på tilgængelighed:** Da projektet blev finansieret af offentlige midler, var man forpligtet til at indgå i et samarbejde med myndighederne og inddrage lokalsamfundet. Borgere blev inviteret med på vandringer i området for at få adgang til lokale erfaringer, og der blev etableret en tilgængelighedsgruppe, som vurderede farvevalg, materialer og designs ud fra et ønske om at skabe et sted for alle – og med fokus på inklusion.
- 4 Kunst understøtter navigation i langsomt tempo:** Kunst er et værktøj til at åbne for nye måder at forstå, opleve og forbinde sig med steder. Det gør navigation til en sanselig, social og oplevelsesrig handling, der forstærker både stedets identitet og brugerens engagement i det urbane rum.



Fra vision til national attraktion

CASE: DE NORSKE TURISTVEJE

Inspireret af internationale eksempler som 'Scenic Byways' i USA og 'Romantische Strasse' i Tyskland begyndte en vision at tage form i Norge i 1980'erne. Ideen var enkel, men ambitiøs: at skabe turistattraktioner ved at kombinere veje med smukke landskaber, hvor turister kunne opleve landets unikke natur undervejs. Visionen blev formuleret af Sidsel Sandelien, direktør i Statens Vegvesen, som foreslog et lignende projekt i Norge. I 1993 blev projektet officielt skudt i gang, da Samferdselsdepartementet i Stortinget besluttede at undersøge, hvordan infrastruktur og turisme kunne kombineres i forbindelse med den nationale transportplan. Statens vegvesen fik ansvaret for at lede et prøveprojekt, som allerede året efter, i 1994,

udvalgte fire ruter som teststrækninger: Sognefjellsvegen, Riksvei 7 i Hardanger, Kystriksveien i Nordland og den gamle vej over Strynefjeldet.

Målet med projektet var at skabe ruter af høj kvalitet, der kombinerede smuk natur med nyskabende arkitektur, rasteplasser og udsigtspunkter.

Efter tre år blev de fire ruter officielt anerkendt som Norges første nationale turistveje, og dette blev begyndelsen på en national turist- og wayfinding-strategi, der i dag omfatter 18 sceniske ruter og en række 'stoppesteder' med arkitektoniske perler, der tiltrækker besøgende fra hele verden.

IKONISKE RASTEPLADSER OG TOILETBYGNINGER

Rastepladser og toiletbygninger langs de norske turistveje kombinerer praktisk funktionalitet med æstetisk design. Alt er designet i harmoni med naturen, så besøgende kan stoppe op og nyde udsigten fra arkitektonisk veludførte rastepladser og udsigtspunkter, som indrammer naturen og forstærker selve oplevelse. Byggeriet og de arkitektoniske installationer er designet af anerkendte norske og internationale arkitekter og kunstnere, og bidrager til at give turister mulighed for at opleve både natur og kultur på én gang. Hver enkelt bygning og installation er unik og afspejler det specifikke landskab, den er placeret i. Det skaber en sammenhængende fortælling, hvor hvert stop tilbyder en ny, stedbunden oplevelse og gør det til en fornøjelse i sig selv at rejse langs disse veje.

Samtidig har de nye faciliteter forbedret den overordnede komfort for rejsende i de ofte afsidesliggende områder. Det at tilbyde moderne og velfungerende faciliteter som toiletter og rastepladser har gjort Norges vilde natur mere tilgængelig for turister og har bidraget til en forbedret besøgsoplevelse, hvor man møder arkitektoniske værker, der overgår forventningerne til, hvad en rasteplads eller et offentligt toilet kan være. Mange af bygningerne fungerer som kunstværker i sig selv, og flere er blevet destinationer på grund af deres æstetiske kvalitet.

IKKE-KOMMERCIEL ARKITEKTUR LETTEDE PROCESSEN

Beslutningen om at fokusere på rastepladser og toiletbygninger, fremfor kommercielle faciliteter som hoteller eller restauranter, var afgørende for projektets realiserbarhed. Det gjorde det lettere at få tilladelser, og man undgik konflikter med lokalbefolkningen:

- 1. Mindre bureaukrati:** Da toiletter og rastepladser ikke involverede kommerciel udnyttelse af området, var det nemmere at få godkendelser i forhold til lokalplaner og anden lovgivning.
- 2. Større accept:** hos lokalbefolkningen: Ved at undgå kommercielle projekter undgik man også konkurrence med lokale virksomheder, hvilket øgede lokal støtte til projektet.
- 3. Miljøhensyn:** Kommercielle byggerier kan have en større indvirkning på miljøet, mens mindre faciliteter som toiletter og rastepladser harmonerede bedre med de strenge miljøkrav.
- 4. Politisk opbakning:** Da turistvejene fra starten blev set som en national satsning, der skulle fremhæve Norges natur, var der bred politisk og administrativ opbakning til projektet.

SKILTE EFTER BEHOV

Den norske tegnestue Hølmebakk Øymo har udviklet De Norske Turistvejes tværgående info- og skiltesystem med stort fokus på fleksibilitet, så systemet kunne tilpasses forskellige miljøer.

Skiltesystemet integreres således kun på de steder, hvor der er behov for vejledning for turister og/eller beskyttelse af sårbar natur. Steder som Vøringsfossen (se side 233) fik fx en særlig tilpasset løsning på grund af områdets størrelse og kompleksitet, mens andre steder slet ikke anvender skiltning. Denne tilgang afspejler en fleksibel model, hvor skiltning kun integreres i områder, hvor det vurderes som nødvendigt, mens andre områder, der ikke har samme behov, bevarer deres naturlige udtryk uden omfattende skilteinstallationer. Skiltene fremstilles i sandblæst rustfrit stål, som kan modstå det hårde klima i bjergområderne. Dette sikrer, at både skiltstol-

per og plader kan holde i mange år, uden at kompromittere miljøet. Produkterne blev patenteret og specielt udviklet til brug i tilknytning til De Norske Turistveje.

STOR EFFEKT PÅ TURISMEOMSÆTNING OG LOKALSAMFUND

De norske turistveje har haft en betydelig positiv effekt på både turisme og lokalsamfundene, der ligger langs disse ruter. Ifølge en analyse af otte strækninger har turismeaktørerne langs ruterne oplevet en vækst i værdiskabelse, som overstiger den vækst, der ses hos tilsvarende virksomheder andre steder i landet.

Et konkret eksempel er virksomhederne langs Geiranger-Trollstigen, som har oplevet en tredobling af deres værdiskabelse mellem 2006 og 2019 – en vækst i omsæt-

ningen fra 81 millioner NOK i 2006 til over 255 millioner NOK i 2019. På ruten Senja har turismeaktører oplevet en firedobling af deres værdiskabelse mellem 2010 og 2017, og langs Gaularfjellet steg værdiskabelsen med over 60 % i samme periode. Den økonomiske vækst er direkte forbundet med udviklingen af turistvejene, og har skabt flere arbejdspladser og øget indtægterne i lokalsamfundene. For eksempel er værdien af turismeomsætningen på specifikke steder som Hamn i Senja mere end tredoblet fra 12,5 mio. NOK i 2011 til over 36 mio. NOK i 2017. Ud over økonomisk vækst har de nationale turistveje også forbedret infrastrukturen i de afslidsliggende områder, hvilket har gjort det lettere for turister at besøge regionerne og dermed støttet en bæredygtig udvikling i de lokale samfund.



Midt på fjeldet ved Storevasskrysset kan man nyde udsigten over Fanaråken og de omkringliggende fjelde. Rasteplassen er skabt af arkitekt Jan Olav Jensen og billedhugger Knut Wold og var det første punkt, der blev udviklet på De Norske Turistveje.



De Norske Turistveje er omhyggeligt skiltet langs alle ruter for at guide rejsende gennem nogle af landets mest naturskønne områder. Skiltningen er informativ og let genkendelig, hvilket sikrer en sammenhængende oplevelse langs hele ruten, uanset om vejene er statslige eller kommunale.

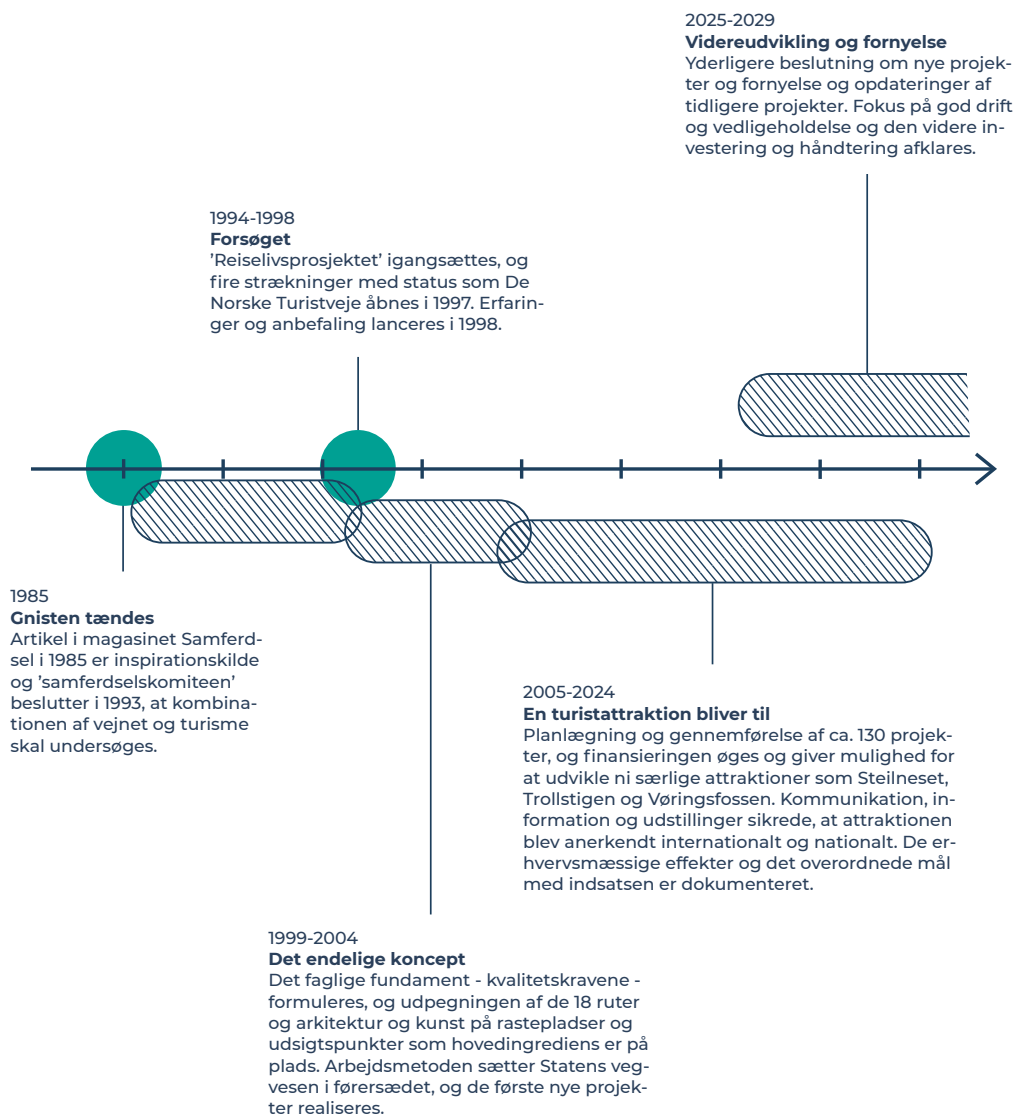




Selvika, beliggende langs den norske turistvej Havøysund, er et projekt designet af Reiulf Ramstad Arkitekter. Projektets primære mål var at forstærke oplevelsen af at bevæge sig fra vejkanthen ned til kysten ved at skabe en sti, der opfordrer besøgende til at sænke tempoet og blive mere opmærksomme på omgivelserne.



Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra De Norske Turistveje

- 1 Forankret i nationale planer:** Udviklingen af De Norske Turistveje blev fra starten politisk forankret gennem nationale transportplaner, specifikt Nasjonal transportplan 1994-1997, hvor sammentænkningen af infrastruktur og turisme blev prioriteret. At projektet blev en del af en national plan sikrede både finansiering og politisk legitimitet.
- 2 Flerårig finansiering og stabil opbakning:** Politisk støtte fra Stortinget har givet projektet stabil finansiering over mange år. Gennem 22 årlige budgetforhandlinger fra Samferdselsdepartementet og syv generationer af nationale transportplaner har politikerne prioriteret finansieringen af turistvejene.
- 3 Ikke-kommercielle løsninger letter processen:** At fokusere på offentlige faciliteter som toiletter og rasteplasser gjorde det nemmere at navigere i lovgivning og lokalplaner. Og projektet blev godt modtaget blandt lokalbefolkningen, fordi deres eksisterende turismeerhverv ikke blev truet af konkurrence fra nye kommercielle aktører. Tværtimod blev projektet set som en forbedring af den eksisterende infrastruktur, som understøttede de lokale erhverv.
- 4 Kvalitet over kvantitet:** En af de vigtige læringer i De Norske Turistveje er, at kvalitet i både design og udførelse er prioriteret frem for kvantitet. Fra starten har projektet fokuseret på at skabe veje, rasteplasser og faciliteter af høj arkitektonisk kvalitet.



Wayfinding og stedsidentitet former populær turistdestination

CASE: GOVERNORS ISLAND

Governors Island – en lille ø tæt på New York – er i dag er en populær turistdestination for både turister og newyorkere. Øens placering samt dens rige historie gjorde den til en oplagt kandidat til at blive et of-fentligt, grønt og rekreativt byrum. Med alt fra grønne cykelstier til kunstinstallationer er øen blevet et paradis for nysgerrige sjæle, som søger en rolig pause fra byens travlhed. Øen blev dermed løs-ningen på New Yorks ønske om flere åbne grønne områder, hvor både lokale beboere og turister kan nyde natur og kultur.

Øen har desuden positioneret sig som et laboratorium for bæredygtige byer, hvor New York City afprøver nye grønne og tek-nologiske løsninger som fx naturbaseret klimatilpasning og fossilfri transport, der kan skaleres til resten af byen og andre ur-bane områder globalt.

FRA NAVIGATION TIL OPLEVELSE

Leslie Koch, CEO i 'The Trust for Gover-nors Island' – og drivkraften bag projek-tet – arbejdede med en målsætning om at skabe "to og en halv times glæde" for alle

besøgende. Et meget specifikt princip, men også et åbent og inspirerende princip, som handler om, at man skulle være underholdt i mindst to og en halv time. Det skulle være rejsen værd. Det er en destination, hvor sejlturen ikke er lang, men man skal bevidst beslutte sig for at tage ned til den nedre del af Manhattan, tage en færge og sejle derhen, og når man så endelig er der, er det vigtigt, at oplevelsen lever op til forventningerne, og man føler sig underholdt.

Det betød også, at projektet havde stort fokus på tilgængelighed. For at sikre, at besøgende fik den fulde oplevelse på den korte tid, de tilbragte på øen, blev der skabt lettilgængelige ruter med tydelig og inspirerende wayfinding, der gjorde det nemt for alle at udforske øen. Øens 360-graders udsigt over Manhattan, Brooklyn, New Yorks havn og Frihedsgudinden orienterer allerede de besøgende, når de bevæger sig rundt i dens periferi, men gør det ikke alene.

NÅR WAYFINDING SKABER IDENTITET

Havnekajernes enorme portaler med de karakteristiske skeletstrukturer gav designtilgangen til øens wayfinding, og der blev udviklet et wayfinding-system, der bevarer øens spektakulære udsigt, samtidig med at de sikrer klar og nem navigation. Systemet indeholder både som velkomst-vægge, markører og skilte, hvilket giver en sammenhængende oplevelse fra ankomst til afgang.

Wayfinding på Governors Island handler ikke kun om praktisk navigation, men også om at forme øens identitet og visionen om at skabe "to og en halv times glæde". Der blev udviklet en særlig skrifttype, der minder om industrielle fortidslevn, kombineret med bløde kurver, som peger mod øens grønne fremtid. Modulopbyggede skilte sikrer, at systemet er fleksibelt og let kan opdateres i takt med, at øens tilbud udvides.

Ifølge Leslie Koch er valget af mindeværdige stednavne grundlæggende for god wayfinding. På Governors Island er nogle historiske som fx Colonels Row, mens andre er helt nye som fx Hammock Grove. De skaber forventning og giver lyst til at gå på opdagelse. Navngivingen, understøttet af en specialdesignet typografi, er en vigtig del af øens identitet og karakter.

"As we were transforming the space and clearing derelict buildings to create new, temporary areas, we gave careful thought to naming these places. We considered things like alliteration and associations, coming up with names like Picnic Point and Hammock Grove. What we quickly realized was that when we talked to the public about Governors Island, it was these new names that resonated with them more than the historic forts."

— Leslie Koch

Governors Island

Størrelse: Øen dækker et areal på cirka 70 hektar, hvoraf omkring 35 hektar er dedikeret til offentlige parker og rekreative områder.

Placering: Governors Island ligger i New York Harbor, cirka 730 meter fra fastlandet.

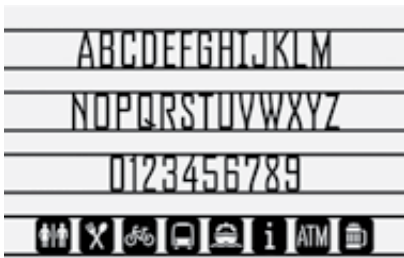
Besøgende: Øen tiltrækker flere hundrede tusinde besøgende hvert år især i sommermånederne, hvor den er åben for offentligheden via færgeforbindelser fra Manhattan og Brooklyn.

Rekreative aktiviteter: Governors Island tilbyder en bred vifte af aktiviteter, herunder cykelstier, picnic-områder, kunstinstitutioner, sæsonbestemte begivenheder og udstillinger samt store grønne områder for afslapning og sport.

Åbningstider: Øen er normalt åben for offentligheden fra forår til efterår, med planer om at gøre den tilgængelig hele året rundt i fremtiden.



Inspireret af øens store, skeletlignende konstruktioner ved dokkerne har designbureauet udviklet et unikt system af gennemsigtige skilte.



Det anerkendte designbureau Pentagram udviklede en specialdesignet skrifttype kaldet Guppy Sans specifikt til Governors Island. Skrifttypen er en hybrid mellem en robust sans-serif, der afspejler øens funktionelle fortid, og en dekorativ display-font, der symboliserer den frodige park, øen er blevet til.



I marts 2023 introducerede New York Citys borgmester, Eric Adams, og Trust for Governors Island en ny hybrid-elektrisk færge, som er den første offentlige af sin slags i New York Havn. Det forventes at reducere CO₂-udledningen med cirka 600 tons årligt.



På Governors Island har man arbejdet med navngivningen for at skabe en stærkere forbindelse mellem de besøgende og øens historie, kultur og natur.

Udpluk fra årsrapporten 2023, 'Governors Island 2023 Year in Review'

- **Udvidelse og udvikling:**
Governors Island har oplevet en enorm vækst og er nu en helårsdestination med over 930.000 besøgende i 2023. Investeringer på næsten 400 millioner dollars har omdannet øen til en af New York Citys største attraktioner.
- **Bæredygtighed og innovation:**
Øen fungerer som testområde for innovative klimaløsninger. Projektet inkluderer initiativer inden for bylandbrug samt genanvendelse af plastik. Øen forbereder sig også på at lancere en hybrid-elektrisk færge, støttet af en federal bevilling på 7,5 millioner dollars til opladningsinfrastruktur.
- **Kulturelt og uddannelsesmæssigt engagement:**
Kunst- og kulturscenen blomstrede med 28 nonprofit-organisationer, der husede over 575 kunstnere og kuratorer. Øens offentlige kunstinstitutioner, herunder Charles Gaines' Moving Chains og Sheila Bergers Bird MMXXIII, engagerede tusindvis af besøgende.
- **Samfundsengagement:**
Programmet Governors Island Nature øgede offentlighedens engagement i øens naturområder med begivenheder som naturvandring og guidede ture.



Ved konsekvent at anvende den specialdesignede skrifttype på alle skilte, herunder gadeskilte, informationsskilte og ankomstsilte er der skabt en sammenhængende og genkendelig visuel identitet for Governors Island, der adskiller den fra andre destinationer i New York.



Proces- og tidslinje

2003

The Trust for Governors Island

Governors Island blev officielt overført fra føderalt til lokalt ejerskab og hører i dag under New York City. 'The Trust for Governors Island' etableres af New York City, og organisationen har ansvaret for både udvikling og drift af Governors Island.

2010

Masterplan godkendt

Masterplanen udarbejdet af West 8 blev politisk godkendt i 2010 som en del af en større strategi

Visuel identitet og wayfinding

Masterplanen blev gradvist implementeret. Parallelt med dette blev Pentagram inviteret med ombord, som har udviklet øens identitet og wayfinding.

2016

Masterplanen udført

Åbning af The Hills, den sidste fase af masterplanen.

2023

Populær destination

Øen har i 2023 tiltrukket næsten 930.000 besøgende, og den er nu en populær destination året rundt med gratis færgeture for udvalgte grupper og et bredt udvalg af aktiviteter.

2005

Få åbningsdage

Da øen begyndte at åbne for offentligheden i 2005, var det kun i begrænset omfang med få åbningsdage. Besøgertallet i det første år var lavt sammenlignet med nutiden, men der findes ikke umiddelbart specifikke tal.

2014

Øget turisme

Øen er åben året rundt, hvilket har øget dens tiltrækningskraft som turistmål. Governors Island tiltrak cirka 450.000 besøgende årligt.

2024

Infrastruktur forbedres

Færgedriften startede tidligt som en del af øens infrastrukturudvikling, og i dag transporterer færger dagligt besøgende mellem Manhattan, Brooklyn og Governors Island. En ny hybrid-elektrisk færge blev annonceret i 2023 og forventes at blive indsat i 2025.

Centrale pointer fra Governors Island

- 1 Prioritering af grøn mobilitet:** I udviklingen af Governors har der været stor fokus på at fremme bæredygtige transportformer ved at etablere bilfri zoner, prioritere de bløde trafikanter samt sikre lettilgængelig, kollektiv transport.
- 2 Bynær natur får flere ud i naturen:** Governors Island har bidraget til, at flere newyorkere bruger naturen. De store grønne og rekreative områder er lykkedes med at gøre det attraktivt at komme ud af byen og bevæge sig til fods eller på cykel. Den fortsatte udvikling af bæredygtige og klimabevidste initiativer på øen understøtter en langsigtet forankring af naturen i storbyens livsstil.
- 3 Tilgængelighed for alle:** Et centralt fokus var at sikre, at wayfinding var tilgængelig for alle typer brugere, herunder personer med nedsat mobilitet. Dette betød, at kort, skiltning og ruter skulle være lettilgængelige for både fodgængere, cyklister og kørestolsbrugere.
- 4 Navngivning engagerer og inspirerer:** Inspirerende, beskrivende og tematisk navngivning gør wayfinding intuitiv og engagerende, samtidig med at det opfordrer besøgende til at udforske øens historie. Det skaber en helhedsoplevelse, hvor navngivning er en del af den narrative rejse, de besøgende tager, når de udforsker Governors Island.
- 5 Fleksibilitet sikrer aktualitet:** En vigtig udfordring for øens skilteprogram var at forudse forandringer. Skiltene skulle se permanente ud, men skulle opdateres ugentligt for at tage højde for skiftende begivenheder og for at kunne inkorporere nye destinationer. Derfor er skiltene bygget op af modulære elementer, som nemt kan ændres.



1000m   Nordsøen Oceanarium

Vesthavnen   
Den grønne Plads   



Fremtidens vandværk og vandsystemer på Vesterhavnen

Den nye vandværk og vandsystemer på Vesterhavnen er et vigtigt skridt i retning af en mere bæredygtig og miljøvenlig vandforsyning. Projektet omfatter en række nye bygninger og installationer, der vil sikre en pålidelig og sikker vandforsyning til beboerne i området.

De nye bygninger og installationer vil være i overensstemmelse med de seneste tekniske krav og vil sikre en høj kvalitet af vandet. Projektet vil også bidrage til at reducere vandforbruget og dermed også miljøbelastningen.

For mere information om projektet, se vores hjemmeside på vesthavsens.dk.

#Vesthavsens

Fremtidens vandværk og vandsystemer på Vesterhavnen

Den nye vandværk og vandsystemer på Vesterhavnen er et vigtigt skridt i retning af en mere bæredygtig og miljøvenlig vandforsyning. Projektet omfatter en række nye bygninger og installationer, der vil sikre en pålidelig og sikker vandforsyning til beboerne i området.

De nye bygninger og installationer vil være i overensstemmelse med de seneste tekniske krav og vil sikre en høj kvalitet af vandet. Projektet vil også bidrage til at reducere vandforbruget og dermed også miljøbelastningen.

For mere information om projektet, se vores hjemmeside på vesthavsens.dk.

Slow wayfinding som strategisk greb i område- fornyelse

CASE: HIRTSHALS

I 2021 besluttede Hjørring Kommune i forbindelse med en områdefornyelse i Hirtshals bymidte, at en ny wayfinding-strategi skulle være med til at binde byen, havnen og naturen bedre sammen, og opgaven var således også en strategisk satsning på wayfinding som en vigtig nøgle til at styrke både turisme og det lokale byliv.

Både områdefornyelsesprojekterne i bymidten og wayfinding-strategien bygger videre på stedets særlige karakter og histo-

rie – en ambition, der allerede blev formuleret af arkitekten Steen Eiler Rasmussen i hans storstilede byplan fra 1919. Visionen og planen var præget af tidens modernistiske idealer om funktionel zonering, hvor havnens og byens funktioner og naturen omkring blev betragtet som separate dele snarere end en sammenhængende helhed. Havnens enorme vækst og udvikling har betydet, at Hirtshals Havn – trods sin centrale betydning for byen – er blevet afkoblet fra byens øvrige liv. Dette har skabt

en oplevelsesmæssig og fysisk barriere, som wayfinding-strategien skulle forsøge at nedbryde for at styrke samspillet mellem den bynære del af havnen og bymidten. Wayfinding-strategien skulle desuden tage afsæt i Vestkystens Wayfinding, da Hirtshals er en del af initiativet Vestkysten Viser Vejen, og Hirtshals-Tversted er udpeget som et af Vestkystens 20 stærke feriesteder.

Arkitektfirmaet STED By & Landskab, med det strategiske designbureau Le bureau som underrådgiver, blev valgt til at udvikle et arkitektonisk helhedsgreb for bymidten og en wayfinding-strategi, som skulle styrke byens identitet og skabe en mere sammenhængende oplevelse for både beboere og besøgende.

KOMMUNAL INVESTERING I LOKAL INVOLVERING HAR SKABT EJERSKAB

Fra projektets start havde Hjørring Kommune stort fokus på at engagere både borgere, erhvervsliv og andre lokale aktører, så wayfinding-konceptet blev en integreret del af byens identitet og fortælling.

"Turismen er et stort og vigtigt erhverv i Hjørring Kommune. Vi har en fantastisk kyststrækning, storslået natur og nogle skønne og vidt forskellige kystbyer, som betyder, at vi har mange besøgende året rundt. Vestkystens Wayfinding er et stærkt koncept, som klæder og forskønner Hirtshals og tager godt imod besøgende."

— Borgmester Søren Smalbro,
Hjørring Kommune.

Wayfindingen i Hirtshals er udviklet i et tæt samarbejde med Hirtshals Turisme, Byforum Hirtshals og Hirtshals Handel & Erhverv. Lokale aktører har bidraget til at udvælge og prioritere, hvilke destinationer

der skal fremhæves, og hvilke fortællinger der skal formidles.

"Det har været vigtigt for os at inddrage borgere og erhvervsliv i processen, så der skabes lokalt ejerskab til konceptet og derved værdi for byen. Det har vi bl.a. gjort ved at inddrage de lokale i udvælgelsen af oplevelser og attraktioner. Og ved at have lokale fortællinger på pegeskiltene, der fortæller om Hirtshals' historie, folkesjælen og byens selvforståelse. Det er vores erfaring, at et grundigt forarbejde betaler sig; at sætte sig ind i stedet og vurdere, hvad der er brug for netop her."

— Kirsten Munk, Arkitekt MAA ved By- og Landdistriktsudvikling i Hjørring Kommune.

EN FERIAE, DER VISER VEJEN

Med fornyelsen omkring byens centrale plads og monumentale kunstværk, en ny udsigtspromenade, et nyt aktivitetsstrøg samt nyt byrumsinventar og en forbedret skiltning er Hirtshals på vej til at blive en by, hvor wayfinding ikke blot hjælper folk med at finde vej, men også styrker forbindelsen mellem byens mange kvaliteter og oplevelser.

Udsigtspromenaden langs Havnegade er Hirtshals' langstrakte ikon og et væsentlig, visuelt bindeled mellem havnen og bylivet. Den er udført i kostet beton med nedstøbte træsveller med reference til havnemiljøet. Langs promenaden, på skråningen mod havnen, er der etableret en opholdstrappe i træ, som sammen med en række træplinte på promenaden blødgør udtrykket og inviterer til ophold med udsigt.

Ophold og byliv prioriteres i Hjørringgade, hvor kørebanen er indsnævret og ensrettet, så der frigives plads til ophold, vilde

planter, udeservering og meget mere. I Jernbanegade trækkes det omkringliggende landskab ind i byens midte, og gaderummet indrammes af et bølgende bevægelseslandskab med vilde urter og planter fra lokalområdet. Træplinte og inventar til skatere, løbehjul m.m. danner kontrast til det bløde landskab. Et mødested for alle byens beboere, både unge og ældre.

Tilsammen en serie af gaderum og byrum og en ny forbindelse med lokale fortællinger, der knytter bymidte, havn og natur tættere sammen.

"Wayfinding-konceptet er blevet taget rigtig fint imod her i Hirtshals. Både af lokale og områdets mange gæster. Skiltningen får ros for brugervenlighed (inkl. sprogversioner), de lokale og charmerende historier samt design og æstetik. Den røde farve er fx en gennemgående farve gennem mange år i miljøet på Hirtshals Havn. Noget som flere lokale har bemærket, og som virker gennemtænkt fra udviklernes side. Det skaber en helt naturlig kobling til Hirtshals Havn som omdrejningspunkt for meget af vores turisme."

— Laila Zielke, turistchef i Hirtshals Turisme.



Til venstre: I Hirtshals er der brugt meget tid og energi på at udarbejde et kort, der gengiver Hirtshals fra sin bedste side. Oplevelserne er nøje udvalgte og kurateret med stor opmærksomhed på ikke at skuffe gæsten.

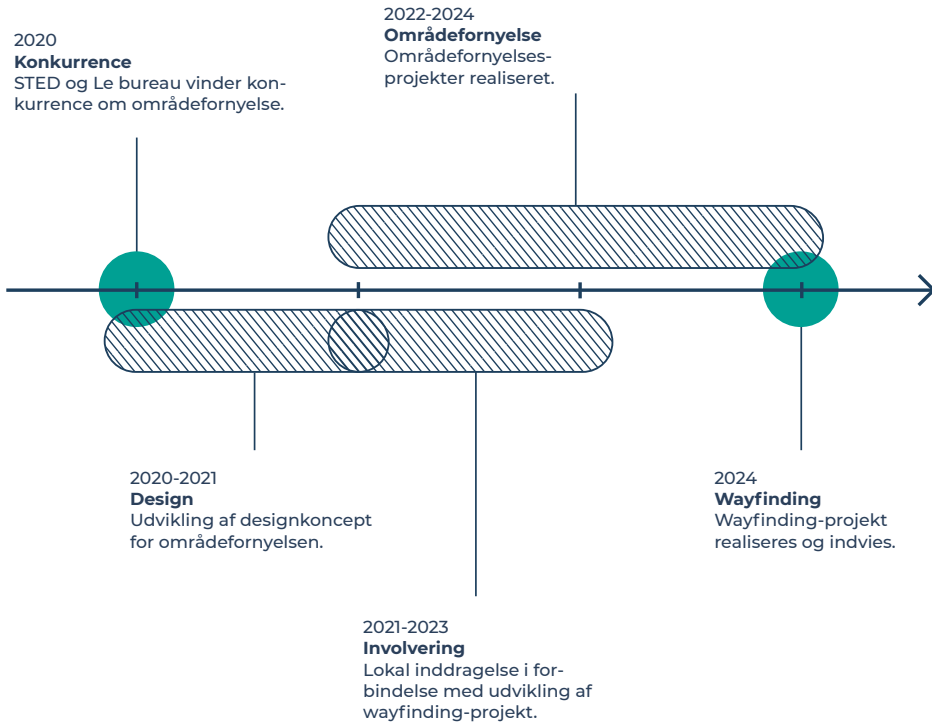
Som en del af Vestkystens Wayfinding formidles også de ultralokale fortællinger, som bringer gæsten helt tæt på Hirtshals. Her formidles de oplevelser, som Google ikke kender.



Byforum i Hirtshals har etableret en ophold-plads tæt på byens hjerte. Fra den 20 m lange 'Slyngbænken' kan man nyde udsigten ud over havet. Bænken er en del af projektet 'Udsigtssti ved Hirtshals', og bænken er malet i samme farve som Vestkystens Wayfinding.

Til venstre: Stedmarkøen, Vestkystens ikoniske og let genkendelig pejlemærke, er placeret centralt på Den grønne Plads, i hjertet af Hirtshals.

Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra Hirtshals

- 1 Wayfinding som strategisk greb i byudvikling:** Wayfinding er anvendt som et centralt redskab i områdefornyelsen for at forbinde bymidten, havnen og naturen bedre. Strategien skal ikke kun gøre navigation lettere, men også styrke byens identitet, turisme og lokale byliv.
- 2 Wayfinding som en del af en samlet oplevelse:** Nye byrum, herunder en udsigtspromenade, aktivitetsstrøg og forbedret skiltning, understøtter en mere sammenhængende oplevelse af byen. Træsveller samt opholdstrappe og siddeplinte i træ langs hele udsigtspromenaden skaber et rart og imødekomende udtryk, og i kombination med den gennemgående røde farve i wayfinding-elementer er der etableret en stærk stedsidentitet.
- 3 Designet afspejler den lokale identitet, den maritime arv og skaber stolthed:** Processen har involveret borgere, turismeaktører og erhvervsliv for at sikre, at wayfinding-løsningerne afspejler byens fortællinger og behov. Lokale fortællinger på skiltene skaber genkendelighed og forankrer wayfinding-konceptet i stedets historie og folkesjæl.



Ruten der forbinder fortid og nutid

CASE: HÆRVEJEN

Hærvejen har historisk set været en hovedfærdselsåre, der forbandt Danmark til resten af verden. En verden af kulturer, religioner, afgrøder, husdyr, materialer, redskaber og meget mere, som har været med til at forme Danmark, som vi kender det i dag.

SPOR FRA ET FORANDERLIGT LANDSKAB OG EN FASCINERENDE HISTORIE

At færdes langs Hærvejen er en rejse i det jyske landskab: fra det flade Sønderjylland, over Kongeåen, de midtjyske bakker og ådale langs den jyske højderyg og de store skove syd for Viborg. Herfra krydser man Limfjorden og vandrer langs kystlinjer, gennem klitplantager og autentiske

kystbyer. Nordøst for Viborg går ruten gennem Aalborg til Frederikshavn, man færdes undervejs på sletter, gennem skove og åbent land. I middelalderen valfartede danske, norske og islandske pilgrimme gennem Jylland til de store pilgrimsmål: Jesu grav i Det hellige Land, apostlen Peters grav i Rom og Sankt Jakobs grav i Spanien. Pilgrimsvandringen var en meditativ vandring – en måde at give en indre bevægelse et fysisk udtryk. Hærvejen er Danmarks ældste pilgrimsrute.

REVITALISERING AF HÆRVEJEN

15 kommuner gik sammen i foreningen 'Udvikling Hærvejen' for at relancere Hærvejen som en af de bedste natur- og ople-

velsesruter i Europa, der skal tiltrække flere gæster fra ind- og udland samt skabe mere værdi for lokalsamfundene langs ruten.

Med bevillinger på flere hundrede millioner kroner støtter Nordea-fonden udviklingen af hele Hærvejen "gennem projekter, der løfter kvaliteten af ruten og understøtter de gode oplevelser". Bevillingerne muliggør, at ambitionerne langs hele ruten kan etableres i relativt hurtige ryk. Strategien indebærer en ny visuel identitet, nyt wayfinding- og facilitetsdesign, kvalitetsstandard for oplevelsen og løbende brugerundersøgelser.

IDENTITETSSKABENDE DESIGN

Alle elementer – både wayfinding og faciliteter – er specialdesignet til Hærvejen. H'et i Hærvejens logo er et gennemgående element for både faciliteter og wayfinding for at sikre en sammenhæng i brandet på tværs af det digitale og det fysiske spor.

"Hærvejens H er bygget op af to søjler. Den stiliserede tværstreg i H'et repræsenterer ruten og den horisont, man kan skue, når man går eller cykler Hærvejen. Søjlerne danner ramme om den fortælling, man ønsker at sætte i fokus; selve ruten, naturen, det man kan opleve på turen langs Hærvejen, historiske begivenheder, naturhistorie, fortællinger om vandre- og cykelture og meget mere. Det vigtigste er, at søjlerne danner ramme om det, som skal sættes i fokus."

— Designguide, Hærvejens visuelle identitet

Både faciliteter og wayfinding bygger videre på logoets fortælling om søjlerne – og fungerer dels som et genkendeligt visuelt udtryk i elementerne dels som et byggesystem.

FRA GRAFIK TIL BYGGERI

Faciliteter og wayfinding-elementer stiller nogle andre krav til design og udform-

ning end det digitale medie. Det indebærer en oversættelse af H'et til et sprog, der er arkitektonisk og konstruktivt funktionelt. Søjlemotivet skal være bygbart og rationelt, men også bevare de identitetsskabende værdier, som skaber sammenhæng – både langs Hærvejen og på tværs af arkitektur, design, wayfinding og det digitale medie.

ET DESIGN DER UNDERSTØTTER ET STÆRKT BRAND TIL HÆRVEJEN

Designet for wayfinding og faciliteter balancerer mellem at være et stærkt, selvstændigt og genkendeligt brand, der sikrer en sammenhæng på langs, samtidig med at der tages hensyn til lokale attraktioner og oplevelser på tværs. Den langsgående sammenhæng er etableret ved søjlemotivet, der på tværs af wayfinding, faciliteter og digitale platforme skaber en præcis og enkel signatur.

Den gule farve markerer detaljer og skaber en tydelig farvemæssig identitet på tværs af faciliteter og wayfinding. Faciliteternes afdæmpede materialer og farveholdning indgår naturligt i samspil med naturen og omgivelserne i byerne.

BÅDE-OG-TÆNKNING SIKRER GOD NAVIGATION OG PLANLÆGNING

Hærvejen har mange forskellige brugere og dermed også brede præferencer for måden at navigere på. Ved at tage udgangspunkt i en både-og-tænkning er der mulighed for at vandre eller cykle på Hærvejen ved kun at bruge rutemarkører og 'du er her'-oversigtskort på skilte, ved at bruge håndholdte kort eller ved hjælp af Hærvejens app. Eller selvfølgelig med et godt mix af det hele.

Hærvejens hjemmeside gør det desuden nemt for vandrere og cyklende at finde praktiske oplysninger, rutekort og inspiration til deres eventyr på Hærvejen.

En samlet rute - men med mange små fortællinger. Hærvejen er både én samlet oplevelse, men også mange mindre oplevelser, opdelt i etaper. Designet af wayfinding og faciliteter understøtter både den store fortælling og de små fortællinger.



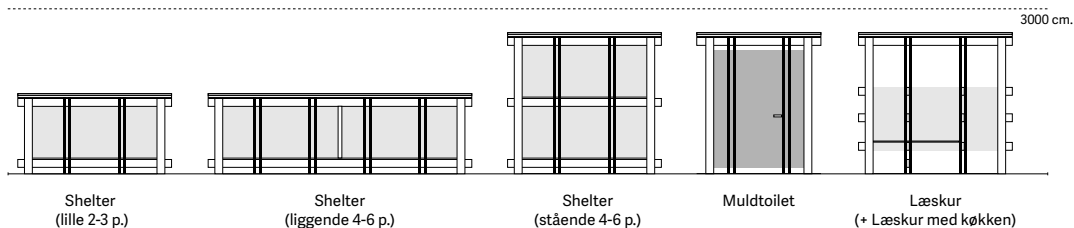
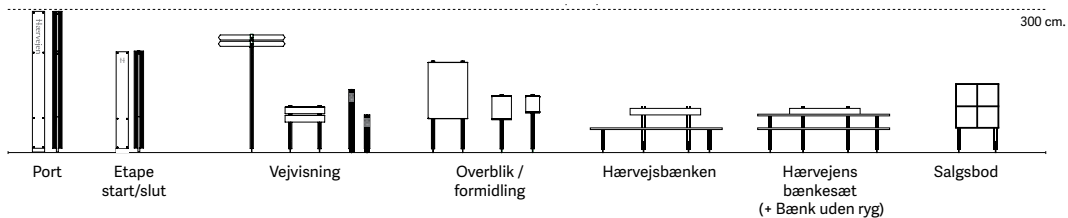
En samlet vandre- og cykelrute
Vi udvikler en samlet identitet for hele Hærvejen



En rute gennem Danmarks historie
Vi styrker fortællingen om, at Hærvejen i én rute favner Danmarks historie



Lokale særkender
Rutens sløjfer styrker de lokale fortællinger på langs og på tværs



Det samlede wayfindingsystem, som indbefatter skilte, møbler og mindre bygværker. Alle elementer i "familien" har et tydeligt søjlemotiv som bærende designgreb. Søjlerne bærer skiltene, holder bænkerne og fastgør tag og vægge på sheltere og læskure.

"Hærvejs-appen er designet som et hjælpemiddel på selve ruten, så gæsten nemt kan finde overnatning, mad, toilet, Hærvejsstempel osv. Eller hvis man bliver i tvivl om, hvordan man finder næste pausepunkt, kan appen også anvendes til navigation."

— Katrine Jespersen, konstitueret leder,
Hærvejen

SÆRLIGE OPLEVELSER PÅ FORMEL

De fremtidige oplevelser på Hærvejen kommer til at stå på et grundigt forarbejde, der har afstedkommet en udviklingsstrategi og en kvalitetsstandard, som alle kommuner skal leve op til. Standarten kommer hele vejen rundt i beskrivelsen af den gode og dårlige oplevelse for både cyklisten og vandreren og er funderet i best practice fra Vejdirektoratets 'Principper for de Nationale Cykelruter' og 'European Ramblers Association, General principles for waymarking'.

I standarden indgår beskrivelser for selv de mere sanseprægede oplevelser, hvor den bedste beskrives som "Storslået og enestående" og går gennem attraktiv natur præget af mange landskabsændringer og af naturlig stilhed. Mange og til dels spektakulære elementer: udsigter, vand, skov og idyl.

KRAV TIL MAKRO- OG MIKRO-OPLEVELSER

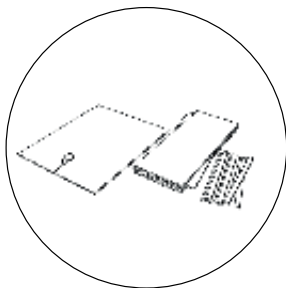
Der stilles krav til et løft af oplevelsen langs ruterne med formidlet eller iscenesatte natur- eller kulturoplevelser på alle etaper. Derudover må man gerne være kreativ med såkaldte mikrooplevelser på steder, hvor der ikke sker så meget i forvejen. Fx små rydninger, som indrammer fine udsigter, pluk-selv-æbletræer og bærbuske og etablerer små hærvejsdepoter med sødt/drikkevarer/frugt, eller stednavne, der sætter fantasien igang, hængekøjer osv. De grundlæggende fornødenheder skal blot

være i orden, og det beskrives som et levende værtsskab, der skal "anerkende og hylde den fysiske anstrengelse på en tur i 'det ukendte'".

BRUGERUNDERSØGELSER SKAL HØJNE OPLEVELSEN

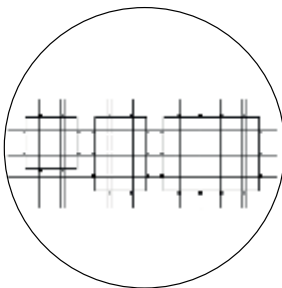
Der er en stor indsats for at lære eksisterende og potentielle brugere at kende. Den første undersøgelse er i skrivende stund udgivet og viser, at Hærvejen er den mest kendte cykel-og vandrerute i Danmark. Konklusionerne er bl.a., at langt de fleste prioriterer en stor naturoplevelse, når de skal vælge rute. Hertil er der efterspørgsel på kortere rundture, inspiration til etaper og gode faciliteter undervejs. Og det er netop sådanne input, der benyttes til at styre Hærvejen i en positiv udvikling.

Standarddimensioner - sikrer ingen spild



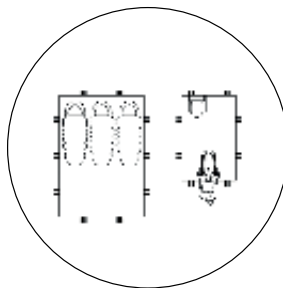
Standarddimensioner og maksimal materialudnyttelse sikrer både økonomisk og miljømæssig bæredygtighed

Et modulært system - sikrer simpel montage



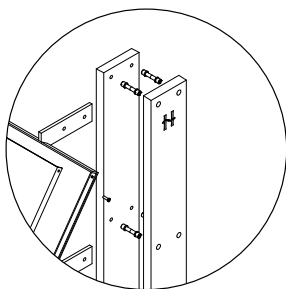
Modularitet forbedrer og forsimples konstruktion og design og skaber sammenhæng på tværs af serien

Arealoptimering - sikrer maksimal anvendelse og minimal impact på stedet



Faciliteter designs efter specifikke behov, så der hverken bygges for meget, for lidt eller forkert

Design for Disassembly - sikrer genanvendelse



Metoden gør det muligt at adskille komponenter og materialer i skilte og faciliteter, så de nemt kan repareres og på sigt genanvendes eller genbruges.

Designprincipper

Et enkelt byggesystem sikrer en bæredygtig tilgang. I forbindelse med udbuddet var det et krav, at Hærvejens elementer skulle leve op til prædefinerede targetpriser baseret på standardvarer og kommunernes økonomi. Det betyder, at projektets design, detaljering og konstruktions- og monteringsprincip er en vigtig med-spiller i udviklingen af designet. Designet bygger således på:

1. Standarddimensioner minimerer spild.

Standardmaterialerne gør det muligt at konstruere og bygge elementerne med lokale leverandører og producenter. Materialerne består af træ, planker og reglar til konstruktion og plader til beklædning på ydersiden. Designet er tilpasset dimensioneringen på elementerne, så der er mindst muligt spild. Alle skæreflader er dækket bag trækonstruktionen.

2. Et modulært system sikrer simpel montage.

Elementerne er bygget op som et modulært system, der skaber sammenhæng på tværs af projektets forskelligartede behov langs ruten. Vægmodulerne kan samles på værksted og monteres direkte på stedet. Modulsystemet gør det også muligt at udvide elementer løbende.

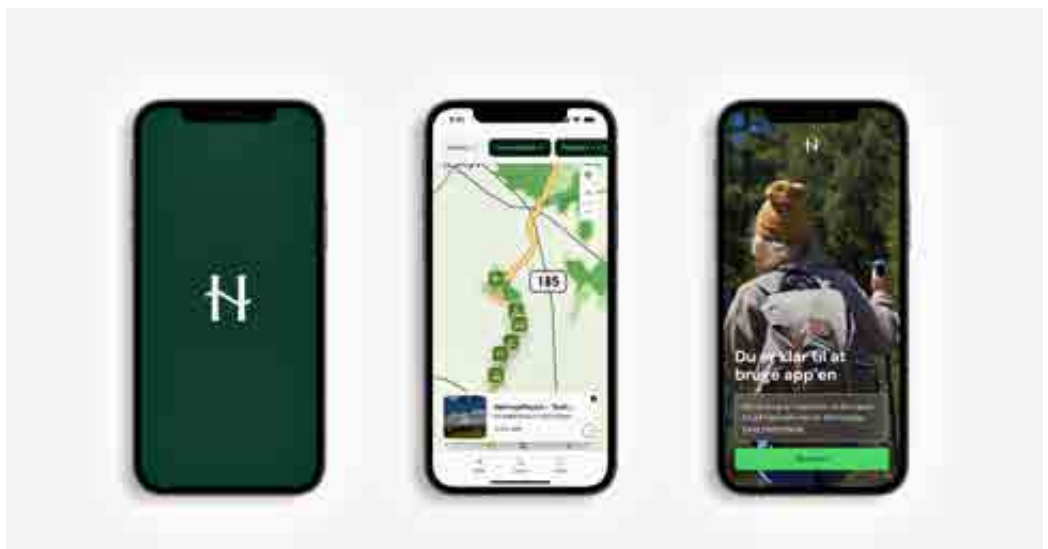
3. Arealoptimering sikrer maksimal anvendelse og minimal impact på stedet

Som en velpakket vandrerygsæk med kun det vigtigste grej er alle Hærvejens faciliteter tegnet ud fra funktionskrav og sikrer både komfortable og anvendelige elementer, som ikke fylder mere på stedet end højst nødvendigt. Faciliteterne opfylder de nødvendige krav for et komfortabelt ophold i naturen, på naturens præmisser.

4. Design for disassembly sikrer genanvendelse

Elementerne er designet, så både montering og adskillelse gøres nemt. Konstruktionen er tydelig og "ærlig", hvilket gør det nemt at montere elementerne. Muligheden for at skille elementerne ad gør det samtidig muligt at flytte dem, såfremt ruter eller andet ændrer sig i fremtiden. Ligesom genanvendelse er en mulighed.

Langs ruten møder vandrer
og cyklisten en række Hærvejs-
pladser, som tilbyder pauseste-
der, overnatningsmuligheder
og information.



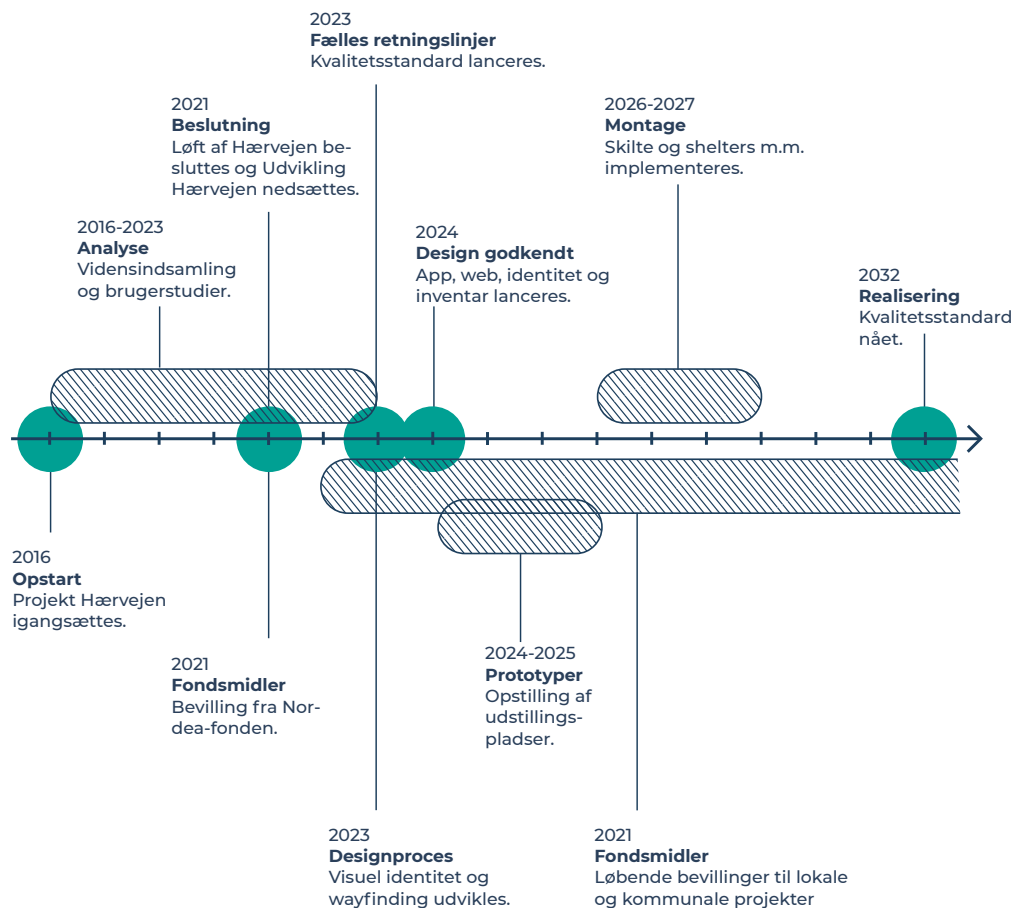
Visuel identitet til Hærvejen og Hærvejens
app er designet og udviklet af Advice.

For at afmærke en vandrerrute med et farvet logo på statslige veje skal du først identificere, hvem der ejer arealet. Statsveje administreres af Vejdirektoratet, mens statsskove og naturarealer forvaltes af Naturstyrelsen. Herefter skal du indsende en ansøgning til den relevante myndighed med en præcis angivelse af ruten, placeringen af afmærkningen samt design, formål og vedligeholdelsesplan. Myndighederne vurderer sikkerhed, æstetik og påvirkning af området, før de giver tilladelse.

Hærvejens specialdesignede logo med gul baggrund er – efter løbende dialog og tilretning – godkendt af både Vejdirektoratet og Naturstyrelsen og afmærkning af vandre- og cykelrute på Hærvejen følger Beken­dt­gørelse om vejafmærkning samt Vejdirektoratets gældende vejledning.



Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra Hærvejen

- 1 Design baseret på analyse og viden:** Grundigt forarbejde baseret på best practice og konkrete vejledninger sikrer en ensartet oplevelse. Hertil sikrer løbende brugerundersøgelser en målrettet udvikling.
- 2 Fælles sekretariat letter tværfagligt samarbejde:** Et sekretariat muliggør kommercielle samarbejder og kan sikre en høj kvalitet i formidling. Noget som kommuner rent juridisk ikke ville være i stand til. Desuden åbner det op for muligheden for fælles indkøb af skilte og faciliteter – på tværs af kommuner.
- 3 Massiv understøttelse med fondsmidler:** Fondstøtten muliggør den ambitiøse tilgang til wayfinding, både i form af kvalitet, skala og innovation.
- 4 Modulært design skaber langtidsholdbare løsninger:** Wayfinding- og facilitetsdesignet bygger på et modulært og bæredygtigt princip, hvor standardmaterialer minimerer spild, og elementerne kan skilles ad, flyttes og genanvendes. Denne tilgang sikrer både økonomisk og miljømæssig bæredygtighed og fleksibilitet i forhold til ruteændringer over tid.
- 5 Både-og-tænkning sikrer fleksibel navigation:** Wayfinding-løsningen imødekommer forskellige brugertyper – fra dem, der navigerer via fysiske skilte og kort, til dem, der foretrækker digitale hjælpemidler. Det sikrer, at gæsten kan opleve ruten på sin egen måde og understøttes af en digital løsning, hvor der kan forventes løbende opdateringer.



Buses

14:31:34

Step 0. #8533

13	Aldwych 1 min
6	Aldwych 4 mins
23	Liverpool St 4 mins

Buses from



Route Finder

Big Bus

13 Aldwych

6 Aldwych

23 Liverpool St

Destination Finder

Big Bus

13 Aldwych

6 Aldwych

23 Liverpool St

Big Bus

13 Aldwych

6 Aldwych

23 Liverpool St

MAYOR OF LONDON

Slow wayfinding fik folk til at gå længere

CASE: LEGIBLE LONDON

OVER 30 WAYFINDING-SYSTEMER, ÉN BY

Legible London er navnet på et ambitiøst wayfinding-projekt, der blev udviklet og implementeret i London i 2007 for at forbedre navigationsmulighederne for fodgængere.

Fodgængeroplevelsen i London var præget af forvirrende skiltning, blandt andet fordi byen ikke havde et samlet wayfinding-system. Hver bydel, privat aktør eller område havde sit eget system for skiltning og kort. Det betød, at man kunne identificere 32 forskellige wayfinding-de-

signs i det centrale London – hvilket førte til inkonsekvent information, varierende standarder og et kaotisk visuelt udtryk.

Derudover var byens skiltning designet med bilister og offentlig transport for øje, hvilket efterlod de gående som en sekundær prioritet. Det medførte, at mange fodgængere måtte spørge om vej eller ty til kort. En konsekvens af dette var blandt andet, at fodgængerne orienterede sig ved hjælp af The Tube Map (Londons undergrundskort), som forvrænger afstande. Derfor oplevede mange, at det var lettere

at tage offentlig transport – selv over korte afstande.

” Legible London found that 5% of passengers exiting Leicester Square tube station had started from a station less than 800m away”.

— Legible London, A wayfinding study

MENTALE KORT

I 2005 erklærede Londons daværende borgmester, Ken Livingstone, at London inden 2015 skulle være en fodgængervenlig by. Det blev startskuddet til Legible London-projektet, som blev udviklet og igangsat af designbureauet Applied Information Group og drevet af Transport for London (TfL), som også er ansvarlig for planlægning, drift og vedligeholdelse af transport i byen. Målet med et ensartet wayfinding-system var at reducere presset på undergrundssystemet, stimulere den lokale økonomi ved at skabe mere liv på gaden og forbedre den personlige sikkerhed via tydelig skiltning.

Applied Information Groups arbejde med Legible London byggede på et undersøgelsesdesign baseret på videnskabelig forskning – med særligt fokus på mental mapping. Mental mapping henviser til den måde, mennesker skaber indre repræsentationer af rum og steder på – de mentale kort, vi alle bruger til at navigere, orientere os og forstå vores omgivelser.

Undersøgelsesdesignet kombinerede observationer af fodgængeradfærd, spørgeskemaer og interviews med teknologibaserede analyser, adfærdspsykologiske studier og prototyping. Under observationerne iagttog man, hvordan fodgængerne reagerede på skiltningen, men også hvordan landemærker og omgivelser påvirkede valg af ruter. Det gav vigtig viden om, hvilke elementer der styrkede eller hæmmede dannelsen af mentale kort.

Fodgængerne blev også spurgt, hvilke landemærker de huskede fra deres tur, om det var nemt eller svært at orientere sig, og hvilke værktøjer de brugte til navigation.

Dannelse af mentale kort blev undersøgt gennem korttegningsøvelser, hvor deltagerne blev bedt om at tegne deres egen version af det område, de havde bevæget sig igennem – for at få indblik i, hvordan deres mentale kort afspejlede den faktiske geografi.

Den tværfaglige metodiske tilgang sikrede, at designet af Legible London blev baseret på solide data og reelle brugeroplevelser – med ambitionen om at skabe et effektivt og brugervenligt wayfinding-system.

Wayfinding-systemet blev udviklet med afsæt i bydesign, arkitektur og infrastruktur – men tilføjede et lag af informationsdesign, som satte den gående i centrum. Hvor bydesign handler om rummet og livet mellem husene, handler wayfinding om at understøtte den personlige oplevelse af et sted – og dermed den mentale forståelse og bearbejdning af omgivelserne.

DE HELT RIGTIGE SKILTE

For at komme tættere på en optimal designløsning arbejdede Applied Information Group løbende med skilteprototyper for at teste, hvilke designprincipper bedst støttede dannelsen af mentale kort. Et centralt fokus var at fjerne missing links – altså at undgå strækninger uden skiltning. For at belyse dette placerede bureauet skilteprototyper på de pågældende strækninger og observerede fodgængerens interaktion med dem for at dokumentere effekten.

Derudover testede man skriftstørrelser, ikoner og farvevalg, 3D-landemærker og sammenlignede nordorienterede kort med heads-up-kort, hvor kortet vender efter brugerens retning.

Evalueringen af skilteprototyperne pegede på tre særligt vigtige parametre: kort, pejlemærker og placering.

Heads-up-kortene gjorde navigationen mere intuitiv og blev modtaget positivt. Mange overvurderede afstande, men når både gangtid og distancer var angivet, steg tilbøjeligheden til at vælge at gå. Det viste sig også, at landemærker spiller en central rolle i dannelsen af mentale kort – og at 3D-visninger af disse blev godt modtaget af brugerne, som oplevede det som lettere at "læse" stedet.



Den slanke skiltestander har samme bredde som de gængse skilte til busstoppesteder. Primært fordi man så kunne være sikker på, at der altid var plads på fortovet, og sekundært, fordi formen er genkendelig og har troværdige associationer til andre transitskilte. Heads-up-kort – kort orienteret i samme retning, som brugeren – er en vigtig del af alle skiltene og gør det nemt og intuitivt at finde vej.

Endelig viste evalueringen, at den strategiske placering af skiltene var afgørende. Skiltene havde størst effekt, når de var placeret ved naturlige knudepunkter som vejkryds, stationer og turistdestinationer. Ved at placere dem, hvor folk naturligt gjorde ophold, øgedes sandsynligheden for, at skiltene blev brugt.

EVALUERING PEGER PÅ AT WAYFINDING ØGER FOLKS LYST TIL AT GÅ

Implementeringen af Legible London har ført til en målbar stigning i antallet af fodgængere i byen. Ifølge data fra Applied Information Group har projektet medført 5% flere fodgængere i London. 60% oplever, at de nemmere kan finde vej, og 66% oplever, at de kender og forstår området bedre.

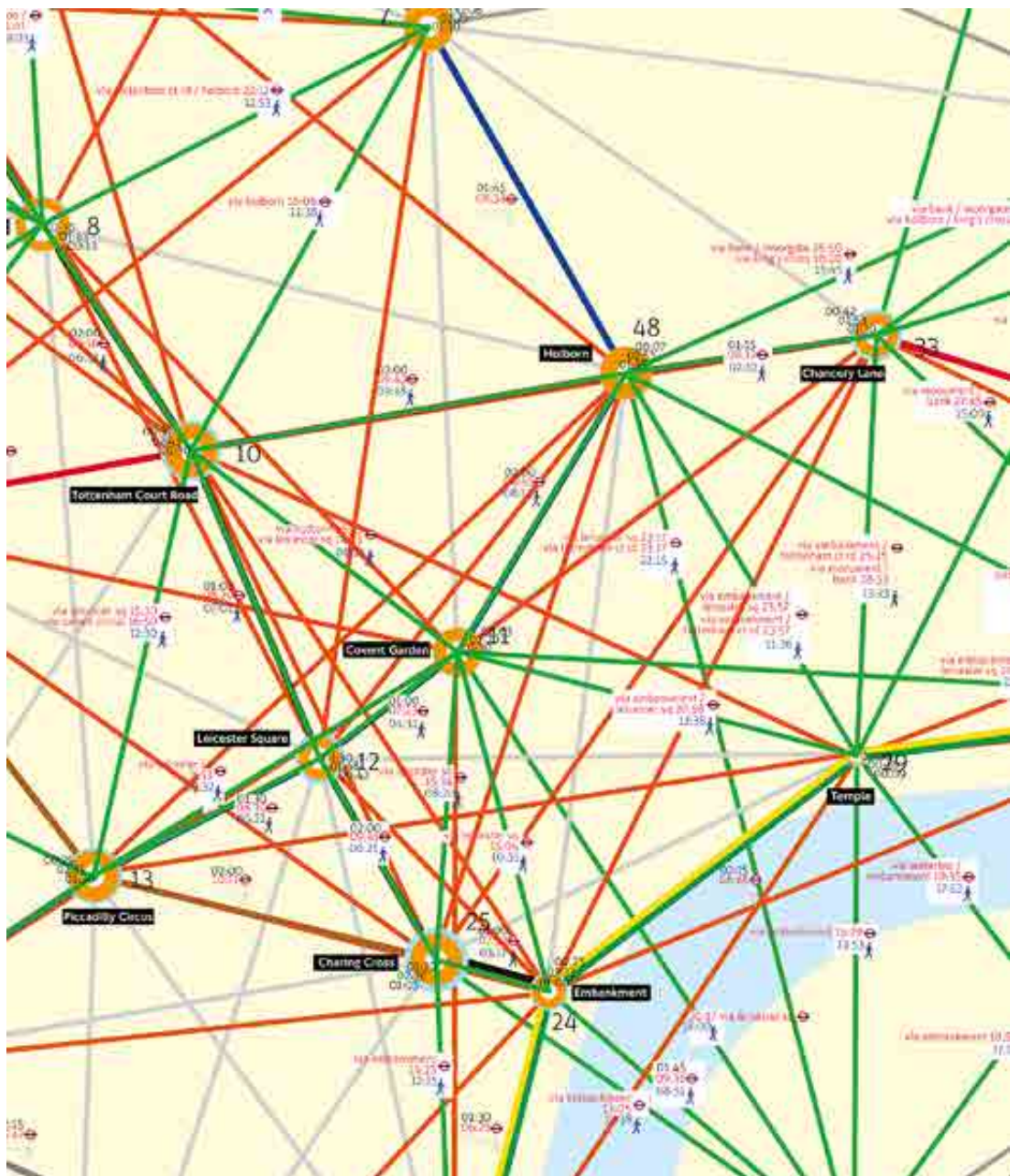
Desuden viste evalueringen, at op mod 15% af de korte ture, der tidligere blev taget med transport, nu blev tilbagelagt til fods. Det bekræfter, at Legible London opfyldte sine mål om at forbedre navigationen, reducere afhængighed af transport og skabe en mere fodgængervenlig by.

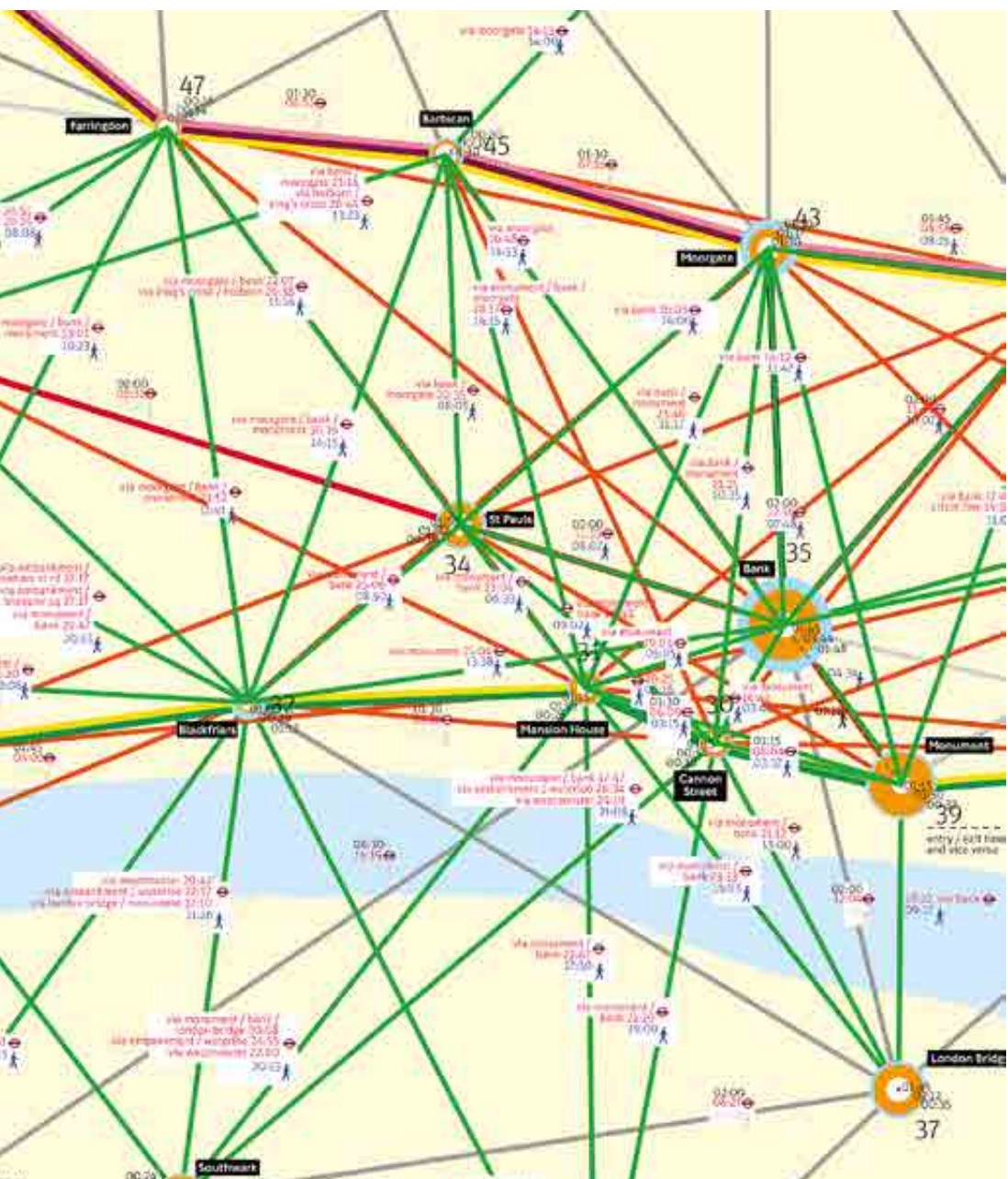
"I think for somebody who is getting around, they don't really care if it's digital or physical. They just want to know where they are and how to get somewhere and an analog sign outside a tube station is still a lot quicker than using Google Maps on your phone. Humans are all about shortcuts. We have an innate ability to find the fastest way to learn something. And I don't think you can beat the speed of analog if it's done well. The key is: It has to be done well."

— Tim Fendley, Applied Information Group

Til højre: Håndholdte kort, der stemmer overens med kort på skilte, understøtter den gode oplevelse og øger byens 'læsarhed'.







Diagrammet viser et studie af afstande, og hvor lang tid det tager at gå derhen via forskellige ruter. Flere brugerforsøg har afdækket at brugere som regel overvurderer tiden, det tager at gå en given afstand.

Proces- og tidslinje

2009

Officiel lancering. De første permanente skilte installeres og man etablerer en opdateret geografisk database (Living map), som fungerer som en digital ryg-rad for Legible London.

2004-2006

Konceptudvikling. Applied Information Group (AIG) anbefaler Legible London-konceptet til de centrale London-kommuner. Londons daværende borgmester anerkender behovet og TfL (Transport for London) investerer i konceptet. Prototyper installeres på Bond Street, og projektet blev derefter vedtaget af TfL.

2012-2020

Udvidelse og teknologiintegration. Der sættes skilte i Londons yderområder for at skabe en forbindelse til det centrale London. Legible London udvides til digitale kort og navigationsapps. LfT's evalueringer viser en stigning af fodgængere og et reduceret pres på transportnettet.

2007

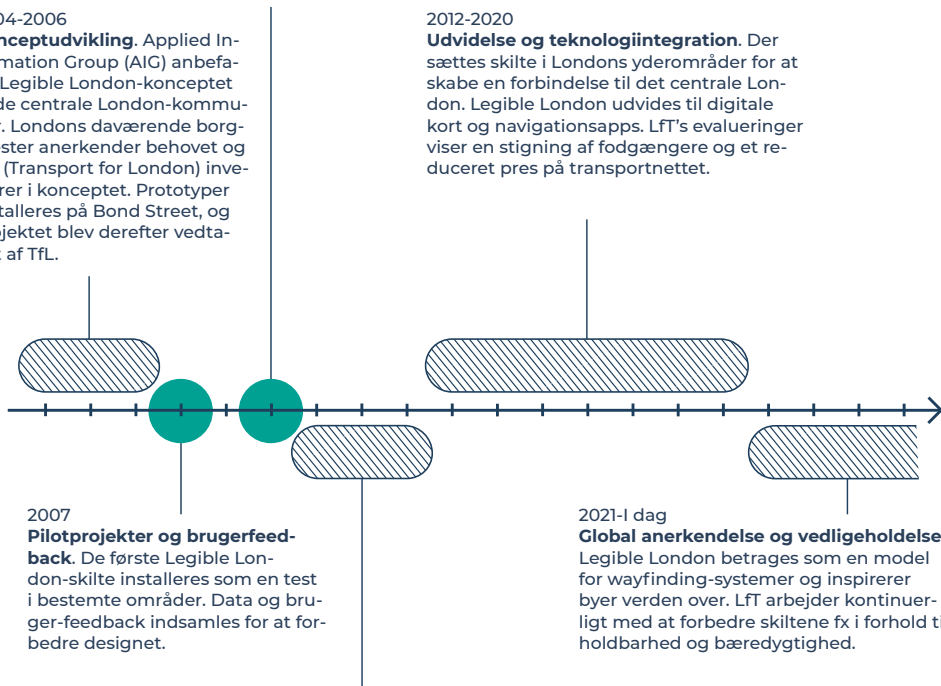
Pilotprojekter og brugerfeedback. De første Legible London-skilte installeres som en test i bestemte områder. Data og bruger-feedback indsamles for at forbedre designet.

2010-2011

Større implementering og integration. Legible London bliver implementeret i flere områder i London og kobles sammen med det offentlige transportsystem.

2021-i dag

Global anerkendelse og vedligeholdelse. Legible London betragtes som en model for wayfinding-systemer og inspirerer byer verden over. LfT arbejder kontinuerligt med at forbedre skiltene fx i forhold til holdbarhed og bæredygtighed.



Centrale pointer fra Legible London

- 1 Landemærker er en vigtig del af god wayfinding:** Både landemærker og genkendelige bygninger er en vigtig del af kunne finde vej. Vores hjerner skaber mentale kort baseret på kendte punkter i vores omgivelser, og tilstedeværelsen af tydelige landemærker hjælper os med at orientere os og føle os mere trygge i et område.
- 2 Design baseret på viden – ikke antagelser:** Legible London er udviklet med fokus på fodgængernes behov og oplevelse. Undersøgelsesmetoden var tværfaglig og bidrog med viden om, hvordan fodgængere navigerer, og hvilket potentiale byrummet har for produktion af mentale kort. Skilteprototyper blev løbende testet og tilpasset, og den forsøgsbaserede tilgang sikrede, at det endelige resultat levede op til både funktionelle og æstetiske krav.
- 3 Standardisering og ensartethed:** Før udviklingen af Legible London eksisterede der over 30 forskellige wayfinding-systemer i London, hvilket gjorde det svært for fodgængerne at navigere. Løsningen blev at indføre et samlet design med tre skiltetyper 'Monolith', 'Midilith' og 'Minilith', der varierede i størrelse og detaljegrad, men alle fulgte samme informationshierarki og visuelle identitet. Dette ensartede udtryk skabte en klar visuel identitet, som gjorde navigation nemmere og mere effektiv på tværs af byen.
- 4 Strategisk placering og heads-up-kort:** Undersøgelserne viste, at skiltene og heads-up-kort fungerede bedst, når de blev placeret ved naturlige knudepunkter, som stationer, vejkryds og turistdestinationer, hvor fodgængere ofte gør ophold i forvejen.



Lokation Amager, Danmark **Projektejer** Naturstyrelsen, Københavns Kommune, Tårnby Kommune, Dragør Kommune og By & Havn **Fondsmidler** Nordea-fonden, Friluftsrådet, Lokale- og Anlægsfonden
Ejerform Tværkommunal **Formål** At fordoble besøgende fra 1 til 2 millioner årligt **Topografi** Natur- og rekreativt landskab **Typologi** Grid **Rådgivere** Lytt Architecture, ADEPT, SYSTRA, BARK Rådgivning samt JAC Studio
Projektperiode 2012 – 2023 **Realisering** 2021 –

Wayfinding skal bane vejen for de natur-uvante

CASE: NATURPARK AMAGER

EN NATURPARK I VERDENSKLASSE

I 2018 udskrev Naturstyrelsen, Københavns Kommune, Tårnby Kommune, Dragør Kommune og By & Havn en konkurrence om udviklingen af Naturpark Amager. Målet var klart: at skabe en naturpark i verdensklasse, der forbinder byen og naturen og gør det lettere for besøgende at finde vej til friluftsoplevelser tæt på Københavns centrum.

Naturpark Amager, med sine 3.500 hektar varieret natur, er en af Europas største bynære naturområder. Men på trods af sin størrelse og nærhed til byen har området

længe været relativt ukendt for mange københavnere. Konkurrencen blev udskrevet for at ændre dette. Visionen var at skabe et sammenhængende landskab, der både inviterer og inspirerer – og som balancerer udvikling med beskyttelse af områdets sårbare natur.

FLERE SKAL UD I NATUREN

For at nå målet om at fordoble besøgstallet til 2 mio. kr. årligt fokuserer Naturpark Amager på at tiltrække både naturvante og -uvante besøgende. Mange af de potentielle gæster bor få kilometer væk i København, men har aldrig besøgt området. Dette skyl-

des ofte fysiske eller oplevede barrierer, som projektet har søgt at nedbryde.

Med initiativet 'Naturpark for Alle' er der etableret faciliteter, der gør naturen mindre fremmed for nye brugere. Faciliteter som toiletter, legepladser, grillområder og ly skaber trygge rammer, der inviterer til ophold og aktiviteter. Langs kysten er der desuden opført badezoner, flydebroer og madpakkehuse, som binder byen og vandet tættere sammen og giver besøgende nye grunde til at udforske området.

Disse tiltag i Naturpark Amager – både praktiske og formidlingsmæssige – arbejder netop med at bygge bro over denne kløft. Målet er at tilbyde en naturpark, hvor alle kan finde noget, der tiltaler dem – fra ro og fordybelse til leg og fysisk aktivitet – og samtidig invitere til en dybere forbindelse til naturen som en del af vores fælles kultur og historie.

LANDSKAB OG ARKITEKTUR VISER VEJ

I vinderforslaget blev præsenteret en vision, hvor arkitektur og landskab smelter sammen i en helhedsorienteret tilgang. Centralt i forslaget er udviklingen af et stedbunden "vokabular," der definerer, hvordan landskabstyper, materialer og aktiviteter integreres i en sammenhængende oplevelse. De ikoniske pejlemærker er nøgleelementer i denne tilgang. Disse konstruktioner fungerer som både orienteringspunkter og samlingssteder, der skaber forbindelse mellem by og natur, samt ikoniske pejlemærker, der fungerer som visuelle orienteringspunkter i landskabet. Pejlemærkerne er strategisk placeret og synlige fra både vand og land, hvilket hjælper besøgende med at navigere og orientere sig.

Pejlemærkerne er designet med bæredygtige materialer som karboniseret træ, der sikrer både holdbarhed og en æstetisk kontrast til naturens egne farver. Derudover fungerer pejlemærkerne som friluftslabo-

ratorier og undervisningsrum, hvor besøgende kan lære om områdets biodiversitet og historie.

Ledetråde er en anden vigtig del af designet. Disse wayfinding-elementer guider besøgende intuitivt gennem landskabet og skaber en rød tråd mellem pejlemærkerne. De er udført i enkle, bæredygtige materialer, som harmonerer med omgivelserne, og fungerer samtidig som formidlingsværktøjer med integrerede oplysninger og kort. Arkitekturen er nænsomt integreret i landskabet for at minimere påvirkningen af den sårbare natur. Hvert anlæg og hver konstruktion er designet med respekt for terrænet og skaber balance mellem tilgængelighed og naturbevaring. Denne tilgang sikrer, at både funktionalitet og æstetik går hånd i hånd og skaber rammer for aktiviteter, læring og fordybelse.

EN SAMMENHÆNGENDE FORTÆLLING

Formidlingen i Naturpark Amager er en central del af oplevelsen. JAC Studio har udviklet genkendelige formidlings-elementer som kortsten, formidlingstavler i træ og Digterbroen.

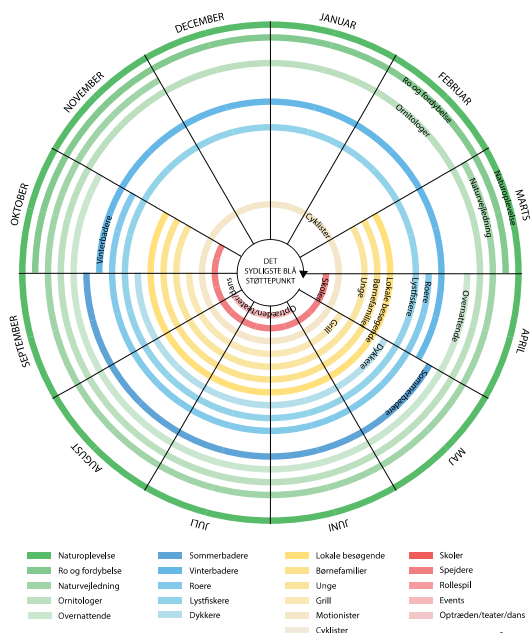
Kortstenen, lavet af lokale ledeblokke, fungerer som både orienteringspunkt og en invitation til at udforske parkens vilde områder. Gennem tekst, kompas og kort hjælper den besøgende med at finde vej og lære om landskabet.

Kortstenen har en særlig historie, da den er en ledeblok, der blev transporteret fra Sverige til Danmark under istiden. Denne naturlige rejse gennem landskabet knytter stenen til områdets geologiske fortid og skaber en dybere forbindelse mellem naturens forandringer og nutidens formidling.

Træplintene, der er spredt rundt i naturen, er et andet vigtigt element i formidlingen. De fungerer som små, diskrete informationsstationer, hvor besøgende



'Kortstenen' er et centralt formidlingselement i Naturpark Amager, som formidler kort, kompas, ruter og stiforløb. Det giver de besøgende overblik over, hvor de står, og guider dem samtidigt videre til andre steder og oplevelser i naturparken. Formidlingen giver inspiration til at udforske det 'vilde' og ukendte, og undervejs understøttes det af dels grafik og tekster på træplinte og små metalplader, som peger på de sjældne og særlig arter, man kan møde i Naturpark Amager.



Årshjulene fungerede som et centralt værktøj i planlægningen. De gav overblik over milepæle og deadlines og gjorde det muligt at strukturere inddragelsen på en måde, der sikrede, at alle aktører blev hørt på rette tidspunkter. Denne transparente proces skabte tillid og opbakning, som har været afgørende for projektets fremdrift.



Tilgængelighed har været et nøglefokus i udviklingen af Naturpark Amager for at sikre, at naturparken kan bruges af alle – også personer med nedsat mobilitet. Eksempelvis er en af badebroerne designet med ramper, så den kan anvendes af kørestolsbrugere.



Stier, ramper og andre faciliteter er udformet med fokus på at skabe tryk og nem adgang til naturen for alle besøgende.

kan lære om parkens biodiversitet, historie og aktiviteter. Plintene er designet i naturlige og holdbare materialer, der harmonerer med omgivelserne, og formidlingen er integreret gennem graveringer og taktile overflader, der inviterer til både visuel og fysisk interaktion.

Disse formidlingselementer skaber en sammenhængende fortælling, hvor parkens natur og historie væves sammen og gøres nærværende for alle besøgende – uanset om de er naturvante eller oplever naturen for første gang. Kombinationen af sanselige og informative elementer sikrer, at Naturpark Amager bliver et sted, hvor man både kan lære og opleve.

FRA DIALOG TIL UDVIKLING

Inddragelsesprocesserne har været essentielle for projektets succes. Allerede inden konkurrencen i 2018 blev der afholdt åbne borgermøder og workshops, hvor borgere og interessenter kunne give input til konkurrenceprogrammet. Disse processer fortsatte efter konkurrencen, hvor interessenter som lokalforeninger, skoler og grønne organisationer bidrog til den videre udvikling.

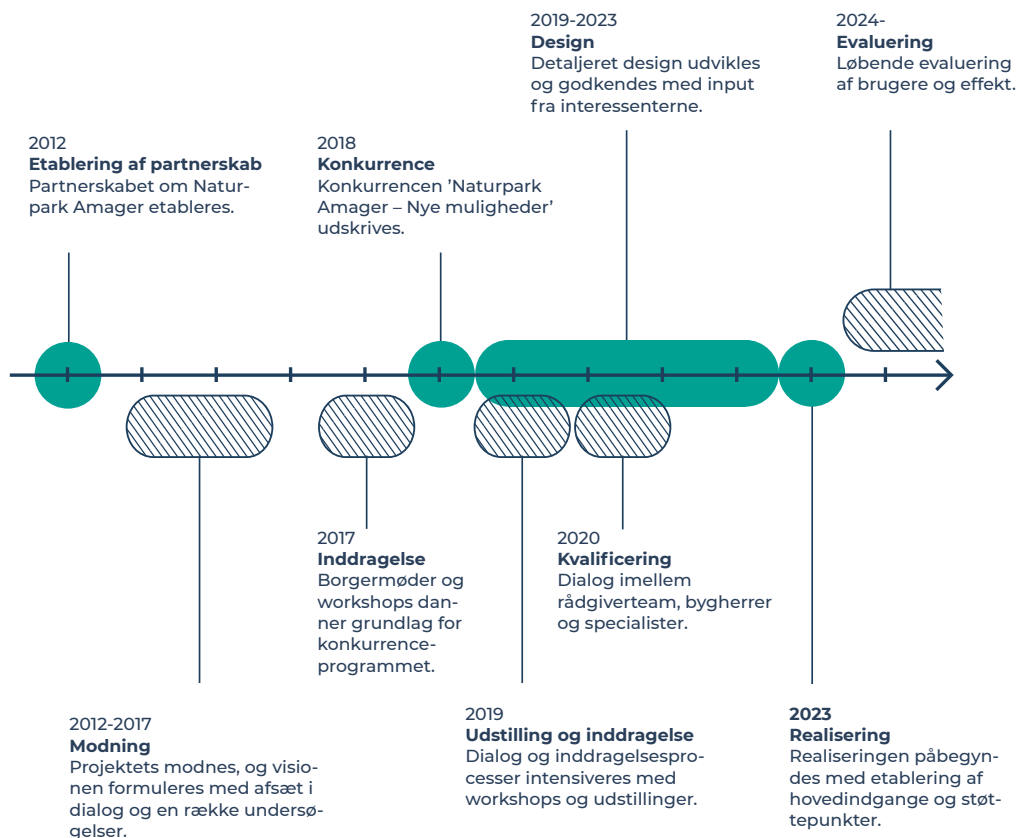
Dialogen afdækkede konkrete behov som sikkerhed på delte stier, flere bålpladser, tilgængelighed for kørestolsbrugere og bedre skiltning. Disse input blev indarbejdet i projektets design, hvilket sikrede, at løsningerne ikke blot var æstetisk og funktionelt stærke, men også praktiske og relevante for brugerne.

PLANLAGT EVALUERING VIL SKABE VÆRDIFULDE INDSIGTER

Der er planlagt en afsluttende evaluering efter færdiggørelsen af de tre hovedindgange og fire blå støttepunkter. Evalueringen vil vurdere, om projektets mål er opnået, herunder om det har formået at

tiltrække flere besøgende, især blandt de naturvante grupper. Resultaterne vil give værdifuld indsigt i, hvorvidt de nye faciliteter har bidraget til at gøre naturen mere tilgængelig og attraktiv for en bredere målgruppe.

Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra Naturpark Amager

- 1 Wayfinding som bro mellem by og natur:** Wayfinding-løsningerne er designet til at gøre naturen mere tilgængelig for både naturvante og -uvante besøgende. Arkitektur og landskab arbejder sammen for at guide gæsterne intuitivt gennem parken blandt andet via ikoniske pejlemærker, der fungerer både som orienteringspunkter og samlingssteder.
- 2 Sanselige og informative formidlingselementer:** Formidling spiller en afgørende rolle i at gøre parken forståelig og indbydende. Elementer som kortstenen, træplinte og ledetråde kombinerer æstetik, taktilitet og informativ værdi, hvilket skaber en sammenhængende fortælling om parkens natur og historie.
- 3 Tilgængelighed og tryghed for alle:** Projektet har haft stort fokus på at fjerne både fysiske og oplevede barrierer. Initiativer som ramper til badebroer, toiletter, grillområder og badezoner skaber trygge rammer, der inviterer flere målgrupper til at bruge parken.
- 4 Inddragelse og løbende evaluering:** Lokale borgere og interessenter har været involveret i udviklingen gennem work-shops og borgermøder, hvilket har sikret løsninger, der afspejler brugernes behov. Projektet inkluderer også en planlagt evaluering for at vurdere, om wayfinding-tiltagene har haft den ønskede effekt på besøgsoplevelsen og tilgængeligheden.



En national fortælling om at bygge bro mellem natur og menneske

CASE: NATURSTYRELSEN

Naturstyrelsen, Vejdirektoratet og DSB er de eneste i Danmark, som har udviklet et nationalt skiltesystem, som alle danskere på et eller andet tidspunkt møder på deres vej. Naturstyrelsen er dog den eneste, som har udviklet et system direkte til rekreative områder – og deres vej dertil er en del af deres fortælling om at bygge bro mellem menneske og natur – hjulpet på vej af samfundsmæssige faktorer.

”Laan maa ej fortabis, men skal lydisløst hjemkomme og lige saa got, som mand det annammede”.

— Danske Lov

Sådan lyder første sætning i Danske Lovs 5. bog, kapitel 8, fra 1600-tallet. Under det gemmer der sig ifølge Lars Bendix Poulsen fra Naturstyrelsen en kulturel værdi, som den dag i dag har betydning i den frie natur. Oversat til nudansk er pointen, at vi i Danmark er flasket op med en århundreder gammel tradition for, at vi låner ting og afleverer dem tilbage og i princippet ubeskadiget udover af almindeligt slid. Og det er en væsentlig forudsætning for, at danskerne har fri adgang til naturen, og at der i naturen mange steder er bålpladser, shelters eller bænke frit til rådighed.

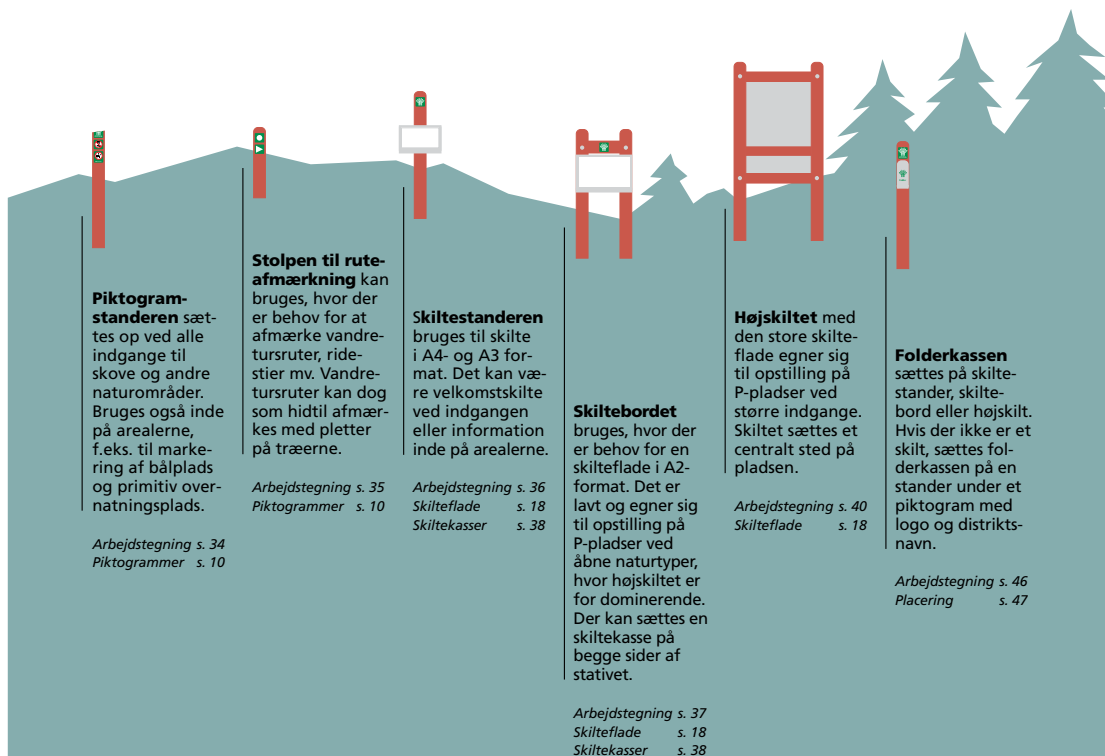
Sådan har det ikke altid været. Og det er en af historierne, der gemmer sig under det fælles skiltesystem, som Naturstyrelsen udviklede i 1980'erne.

Helt tilbage i starten af 1900-tallet var det på baggrund af en lov fra 1872 sådan, at medmindre man havde spurgt og fået lov, var det forbudt at færdes på jord, som man ikke selv ejede. Og da al natur i Danmark ejes af nogen, var der ikke adgang til naturen – heller ikke til statens naturarealer. Der eksisterede frem til 1917 ingen lovning om formel adgang til offentlige naturområder, bortset fra færdsel i Jægersborg Dyrehave, hvor kongen havde åbnet for adgang allerede i slutningen af 1700-tallet. Det blev ændret med en ny lovgivning om offentlige arealer, hvor borgerne fik lov til at færdes i de offentlige skove.

I årene efter gik udviklingen videre.

I 1924 indtog spejderne ledet af Jens Hvas Dyrehaven nord for København i en verdensjamboree (spejderlejr). Jens Hvas var en af de første spejdere i Danmark, og han var væsentlig i spejderbevægelsens fremvækst i Danmark. Som skovrider og ansvarlig for Rold Skov var han en af de første til at indse, at skoven ikke kun var et produktionsapparat for tømmer, men tillige et rekreativt område og en gode for danskerne. Det var startskuddet på en anden brug af naturen og på koblingen mellem friluftsliv og fri natur.

I 1938 kom ferielovgivningen, så danskerne fik bedre tid og mulighed for at opleve Danmark. Statsminister Thorvald Stauning var optaget af naturens betydning for befolkningen og gennemførte en række initiativer,



som har fået markant betydning for naturen og friluftslivet. Han var en af hovedkræfterne bag den skelsættende naturfredningslov fra 1937, der fx gav Danmarks Naturfredningsforening ret til at rejse fredningssager.

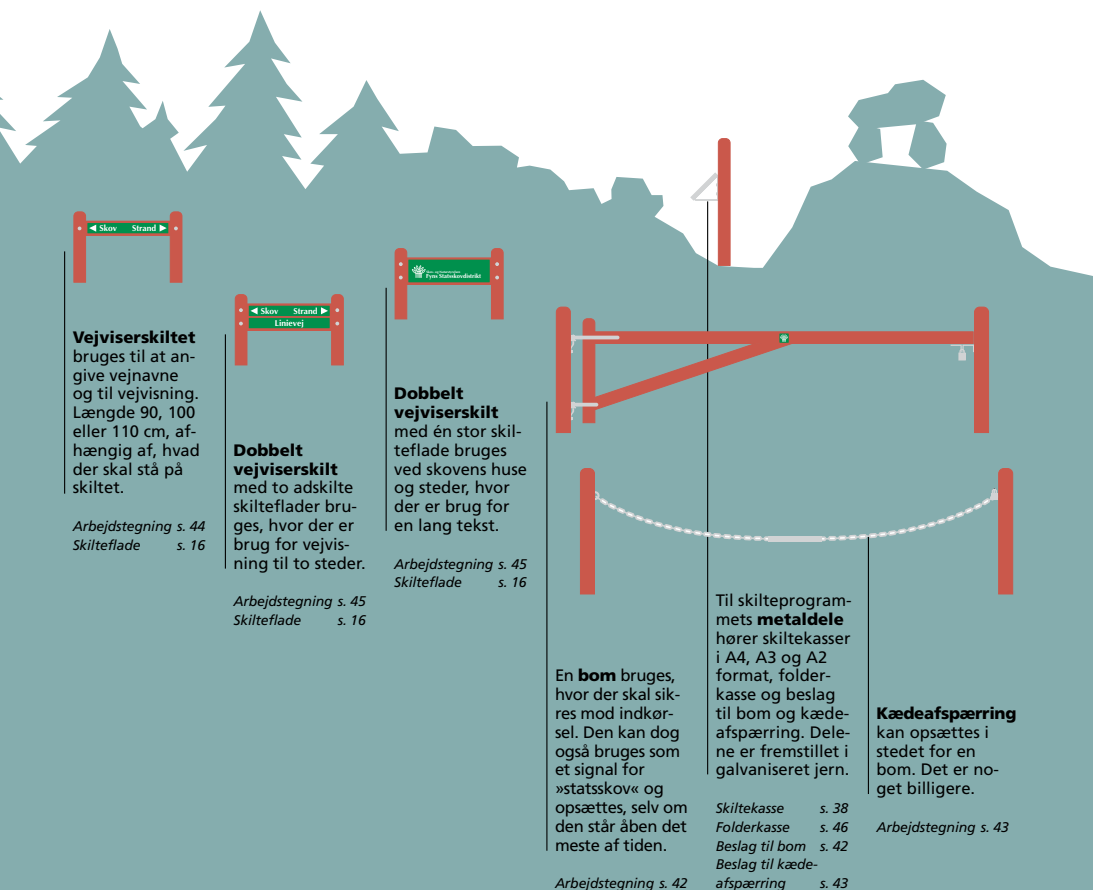
Langsomt går udviklingen videre.

I 1964 landede den første folder, der beskrev naturen i Tisvilde Hegn (indtil da var træ blot noget, man kunne fælde og sælge). Og inspireret af blandt andet de amerikanske nationalparker lancerede man for de statsejede naturområder de første vandretursfoldere, som formidler naturens oplevelser. Også i 60'erne kom de første skovrejsningsprojekter, som var resultatet af det nye syn på naturen, hvor skoven også skal understøtte befolkningens friluftsliv. Et af de første skovrejsningsprojekter i nyere tid er Vestskov

ved København, som blev besluttet i 1967. Siden er mange flere kommet til, og der findes derfor store nye skove nær mange af de større byer for at sikre adgang til naturen, for at beskytte drikkevandet og for at skabe bedre levevilkår for vilde dyr.

Midt i 70'erne pegede undersøgelser fra Københavns Universitet på, at flere og flere søger ud i naturen. Og i 80'erne stod det klart for forvaltningerne af de stats-ejede naturområder, at udviklingen med at vise folk på vej i naturen gik for langsom og var uden retning. Der var et virvar af forskellige skiltesystemer, de var for dyre at bruge for de enkelte aktører, og kvaliteten var for dårlig.

Ud af dét opstod ideen om et fælles skiltesystem.



Forslaget om et fælles skiltesystem blev testet over et par år, og derefter udvikledes det endelige system. Det endelige valg faldt på de røde pæle og skilte, som vi kender i dag - ud fra tre begrundelser, der også er gyldige i nutidens designtænkning:

1. De er af træ, som virker mindst fremmed i naturen.
2. De har et diskret og ydmygt design, men som stadig er synligt.
3. De har med den røde farve, som er hentet fra våbenskjoldet fra den danske kongefamilie, et design, der signalerer danskhed.

Det nye skiltesystem bliver lanceret i 1994 og er frit at bruge for alle kommuner og lodsejere, kun med det ene forbehold, at den røde farve for så vidt kun anvendes i de statslige naturområder. Systemet er siden udvidet med andre elementer, herunder småhuse inspirere af dansk byggeskik.

Året efter, i 1995, udgives 'Oplevelser i statsskovene', som er endnu et tiltag i at få danskerne til at bruge naturen og friluftslivets rige udfoldelsesmuligheder i de offentligt ejede naturområder. Her omtales også det nye skilte-design:

"Formålet med designet er at skabe et fælles udtryk for statsskovene. Således vil skiltene i sig selv fortælle, at området ejes af [staten], og dermed gøre opmærksom på de udvidede rettigheder, befolkningen har."

— Oplevelser i statsskovene

På lignende vis har styrelsen i takt med borgernes interesse for at færdes i naturen udviklet en række faciliteter. Faciliteterne i Naturstyrelsens eksempelsamling følger en standard, baseret på det danske landskab samt dansk byggeskik, og de er nemme at bygge og ligger inden for et passende udgiftsniveau. Også her kan borgerne frit anvende eksempelsamlingen.

Op gennem 2020'erne er der naturligt kommet fokus på digital formidling, da mange begynder deres kommende naturoplevelser ved at søge information og inspiration i et digitalt univers.

De faciliteter, ruter, foldere og muligheder, som styrelsen stiller til rådighed ude i naturen, findes derfor i en digital pendant, der fortsætter tankegangen omkring skiltning, eksempelsamling og design ind i den digitale tidsalder. Friluftsdata stilles til rådighed i en åben, offentlig database (GeoFa) med valide data, hvor enhver kan gribe og formidle mulighederne, underbygge en brobygning mellem de oplysninger, som brugerne finder digitalt, til den oplevelse, som brugerne kan få ude i naturen.

Skiltene skal tydeligt signalere, at nu er man i et område, hvor man gerne må færdes. De viser vej, de viser Naturstyrelsens identitet, og de viser, at man er velkommen til at låne såvel naturen som de mange shelters, bålpladser, cykelstier, fugletårne og bænke. De bygger på tillid til den indlejrede kulturelle norm, om at brugerne afleverer tilbage i ordentlig stand.

"Naturen er ikke kun én ting, naturen er mangfoldig og giver plads til mangfoldige former af benyttelse og beskyttelse".

— Lars Bendix Poulsen

Forvaltningen af statens naturområder foretages af følgende:

De kongelige skove (fire fra 1864 tre overførsterembeder): -1911, Direktoratet for Statsskovbruget: 1912-1975, Skovstyrelsen: 1975-1987, Skov- og Naturstyrelsen: 1988-2010, Naturstyrelsen: 2011-
Klitvæsenet (kun statens klitplantanger langs den jyske vestkyst): 1867-1971 (indgik i Direktoratet for Statsskovbruget)



De røde skilte byder velkommen ved Jydelejet, som er et åbent overdrev, der skærer sig ind i landskabet bag Møns Klint. På trods af det afdæmpede design har de røde pæle og skilte gennem årene opnået en stærk genkendelighed. De er blevet et symbol på statens engagement i naturforvaltningen og en tryk markør for friluftslivet. Uanset hvor i landet, man møder dem, fortæller de den samme historie: Her er et område, hvor naturen er tilgængelig for alle, hvor man trygt kan træde ind og opleve landskabet på egne præmisser.



Modsatrettede interesser forenes i fælles vision

CASE: NORGES NATIONALPARKER

BEHOVET FOR WAYFINDING OPSTOD PÅ GRUND AF MODSATRETTEDE BEHOV

Projektet i Norges Nationalparker blev igangsat i 2013/2014 af Miljødirektoratet i Norge, som fører tilsyn med forvaltningen af Nationalparkerne. Behovet for et wayfinding-system blev tydeligt, da afdelingen for Bevaring og Beskyttelse fusionerede med afdelingen for Turisme, som tydeliggjorde en dissonans mellem målet om at beskytte naturen og nationalparkerne og målsætningen om at øge turismen. Denne modsætning blev udgangspunktet for projektet.

EN FÆLLES DIGITAL PLATFORM STYRKEDE BÅDE PROCES OG DIALOG

I 2013 blev Snøhetta tilknyttet som rådgiver og designer. En væsentlig del af deres opgave var at gennemføre en proces, der kunne finde en fælles vision, som både afdelingen for Bevaring og Beskyttelse og afdelingen for Turisme kunne blive enige om. Inddragelses- og dialogprocessen løb over mere end et år og var et afgørende afsæt for selve designprocessen. Et af deres værktøjer var udviklingen af en fælles digital blog, som sikrede, at alle involverede på tværs af alle nationalparker kunne holde sig opdaterede om projektets status, og at

de forskellige lokale nationalparker kunne følge med i hinandens udvikling. Dermed var der sikret total gennemsigtighed på tværs – også nationalparkerne imellem.

FOKUS PÅ GÆSTESERVICE OG ADFÆRDSDESIGN

I projektet var der stort fokus på at skabe en samlet fortælling gennem nationalparkerne. Skiltenes formidling og placering guider besøgende, så der er mulighed for både læring og oplevelse. Ved at formidle parkens historie og økosystemer – og invitere helt tæt på naturen – skabes der en dybere forståelse for stedets betydning, hvilket øger gæsternes incitament til at tage vare på naturen.

“Vi diskuterer ofte begrebet 'intimitet', når vi arbejder i det byggede miljø, og begrebet kan med fordel anvendes på naturen. Når du har adgang til og kan være helt tæt på naturen, begynder det at føles, som om den er en del af dig. For eksempel er den stol, jeg sidder i nu, min stol, men når jeg forlader kontoret, bliver det Snøhettas stol. Denne nærhed fremmer en følelse af ejerskab. Derfor var det også en vigtig del af strategien, at nationalparkerne fremstår 'imødekommande' og bringer folk tættere på naturen, så de føler ejerskab og får en relation til stedet. Håbet er derved, at folk tager et større individuelt ansvar og passer på ikke bare parkerne, men naturen som helhed.”

— Martin Gran, Snøhetta

ET DESIGN DER FAVNER ØNSKET OM BÅDE BENYTTELSE OG BESKYTTELSE

Et langt og værdifuldt forløb med analyse, inddragelse og diplomati blev til sidst smeltet sammen til én konkret idé: Portalen.

Konceptet med en portal har to vigtige egenskaber. For det første fungerer det som en beskyttende ramme, som vakte

genklang hos dem, der er ansvarlige for at betjene og beskytte parkerne. For det andet er en portal noget, man kan se igennem eller gå igennem, og den fungerer som en port, der inviterer folk ind og appellerer dermed til dem, der fokuserer på at øge turismen.

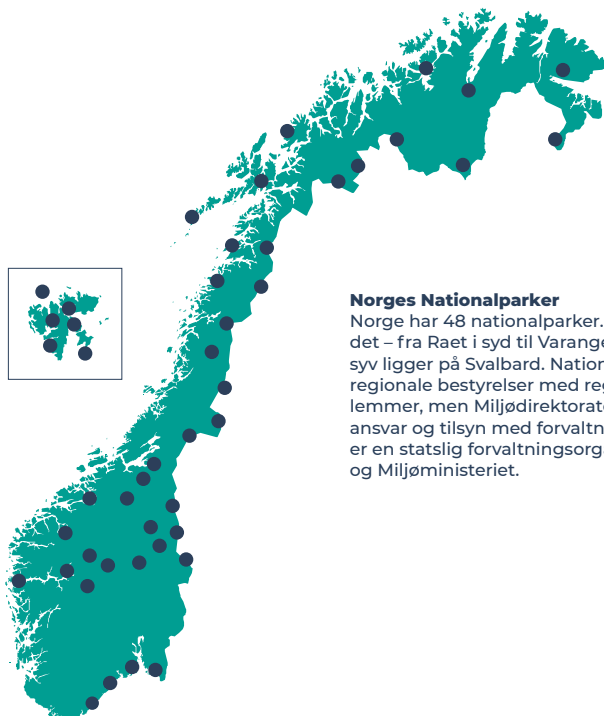
Denne dobbelthed gør det muligt for strategien at give genlyd på tværs af de modsatrettede ønsker og giver mulighed for at skabe en sammenhængende visuel identitet. Portalen symboliserer et »N« for Norge og et »N« for nationalparker, hvilket tilføjer flere betydningslag.

BALANCE MELLEM DIGITALE VÆRKTØJER OG NATUROPLEVELSER

Digitale værktøjer er en integreret del af vores hverdag – også når det handler om at finde vej. Ifølge Snøhetta bør vi dog prioritere den direkte og personlige kontakt med naturen frem for den digitale interaktion. Fordybelsen i naturen skaber en tættere relation og dermed større forståelse for naturen. Til glæde og gavn for både natur og gæst, fordi 1) Vi passer bedre på naturen, når vi forstår den, 2) Ro og nærvær i naturen gavner den mentale sundhed.

“Ideelt set bør folk efterlade deres telefoner, før de starter deres rejse i naturen. I stedet for at være afhængig af, at digitale enheder giver information for hver kilometer, bør de fordybe sig i det naturlige miljø. Jeg vil argumentere imod at integrere digitale kontrolpunkter langs naturstier. Folk bør være i naturen for naturen.”

— Martin Gran, Snøhetta



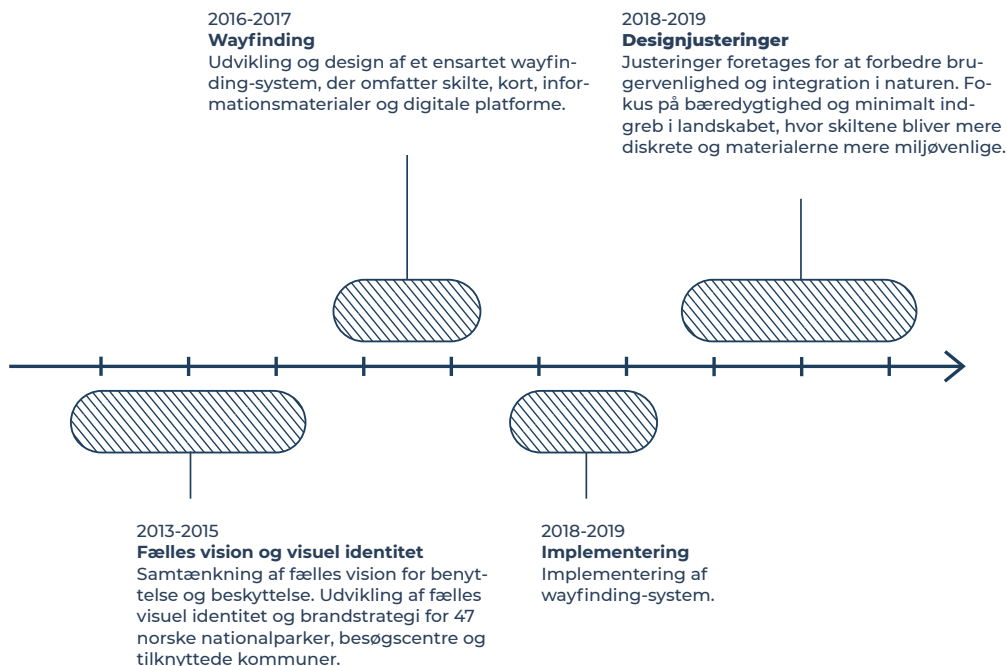
Norges Nationalparker

Norge har 48 nationalparker. 41 ligger på fastlandet – fra Raet i syd til Varangerhalvøen i nord – og syv ligger på Svalbard. Nationalparkerne forvaltes af regionale bestyrelser med regeringsudpegede medlemmer, men Miljødirektoratet har det overordnede ansvar og tilsyn med forvaltningen. Miljødirektoratet er en statslig forvaltningsorganisation under Klima- og Miljøministeriet.



På illustrationen ses skiltefamilien som indeholder de forskellige skilte-elementer og formater for identiteten til Norges Nasjonalparker. Her kan man se, at 'portalen' er blevet en stor del af det visuelle udtryk. 'Portalen' har to vigtige egenskaber. For det første symboliserer portalen en 'overgang' – og en nænsom 'omfavnelse' af et sårbart naturområde. For det andet er portalen en 'invitation' til at træde ind i et område. Derved opfylder portalen de modsatrettede interesser om beskyttelse og benyttelse.

Proces- og tidslinje



Inddragelse på tværs af 48 nationalparker

I Norges Nationalparker var design og designtænkning et væsentligt værktøj i både inddragelses- og udviklingsproces. Metoden er udviklet af forskningsinstitutionen SINTEF og bygger på tre faser

- Forberedelse
- Zoom ud
- Gør det konkret

Netop det videnskabelige afsæt bidrog til at skabe troværdighed blandt ledelsen i Norges Nationalparker og skabte både værdi og fremdrift i arbejdet med at udvikle en fælles strategi. Processen tog afsæt i, at netop uenigheder skaber det bedste:

- Den kreative proces trives med uenighed
- Gode ideer opstår, når de udfordres
- Omfavnelse af modstand er drivkraften, der skaber fremdrift

Centrale pointer fra Norges Nationalparker

- 1 Tid til forankring:** Prioritering af en indledende modningsproces, der krævede både tid og ressourcer. Processen sikrede en fælles vision, bygget og fremelsket af modstridende interesser.
- 2 Transparens:** Udvikling af en fælles digital blog skabte gennemsigtighed og deltagelse blandt projektets parter. Bloggen sikrede, at projektet forblev engagerende og synligt for alle involverede. Og mest af alt: At alle havde ejerskab til projektet.
- 3 Kobling til natur:** Strategi og designløsninger inviterer gæsten helt tæt på naturen og sikrer, at gæsten føler et ejerskab til stedet – og med ejerskab følger ansvar.



Design bygger bro mellem industrihavn og nye funktioner

CASE: ROYAL DOCKS

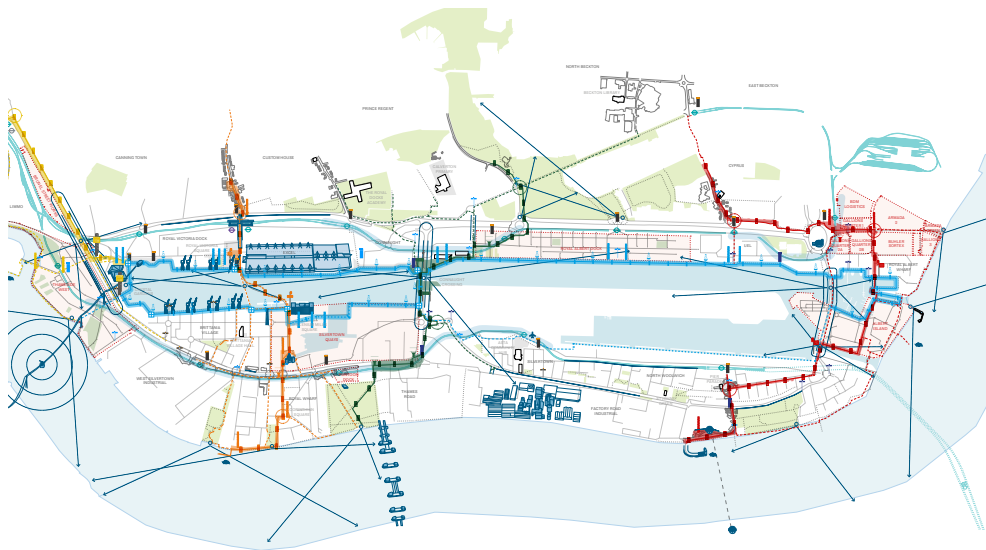
I det østlige London ligger Royal Docks – et tidligere industriområde med en rig maritim historie. Området var i mange år et vigtigt knudepunkt for Storbritanniens økonomi, men har siden oplevet tilbagegang og underudnyttelse. I dag er Royal Docks centrum for en omfattende byudvikling med ambitionen om at forvandle området til en moderne og levende bydel, hvor historie og nutid mødes.

Byudviklingen bygger på en vision om at skabe et sted, hvor mennesker kan bo, arbejde og mødes. Et område, hvor både kultur, erhverv og fællesskaber får plads til at vokse i samspil med omgivelserne. En vigtig del af visionen er at bevare og aktivere stedets særlige identitet – med respekt for dets maritime arv og industrielle karakter

– samtidig med at nye funktioner og oplevelser bringes til området.

I 2019 blev arkitektvirksomheden 5th Studio bedt om at lede det tværfaglige team bag den overordnede masterplan for hele bydelen. Opgaven omfattede desuden tre tematiske designvejledninger med fokus på henholdsvis wayfinding (skiltning og navigation), belysning og landskab.

Royal Docks er i dag udpeget som Londons eneste Enterprise Zone (1) – et statusområde for byudvikling med særligt fokus på jobskabelse og investering i lokalområder. Med denne baggrund arbejder projektet for at gøre Royal Docks til et attraktivt og tilgængeligt byområde, der tiltrækker både besøgende, nye beboere og virksomheder.



Øverst: Masterplan for Royal Docks designet af 5th Studio. Kortet viser de strategiske forbindelsestråde – de såkaldte "stitches" – som binder området sammen på tværs af tidligere adskilte kvarterer. Stitches markerer centrale ruter og overgange, der styrker bevægelse mellem nord og syd og synliggør områdets samlede identitet gennem farver, wayfinding og byrumsdesign.

Nederst: Ekkoer af havnens fortid er blevet indarbejdet i tilgangen til wayfinding, lige fra følsomt oplyste maritime artefakter til skraldespande, er der tænkt over hver eneste detalje. Wayfinding-elementerne bruger maritime genstande som bøjler og skilte som designreferencer - det gælder også de 'siddeplinte', der er udformet efter fortojningspullerter, og som giver mulighed for at hvile sig.



Ved vandet i det fornyede havneområde ved Royal Docks er Crystal-bygningen et vartegn - snart om-døbes den til City Hall og bliver hovedsæde for Londons borgmester. DNCO har også designet wayfinding til City Hall.



WAYFINDING BINDER BYDELEN SAMMEN

Wayfinding-strategien består af tre lag, der tilsammen hjælper folk med at finde rundt i området. De skaber både en rød tråd gennem Royal Docks og giver plads til, at de enkelte ruter og steder kan have deres eget præg:

1. En læsbar wayfinding-strategi

I hele Royal Docks-området er der en ambition om at skabe en mere sammenhængende wayfinding-strategi, som understøtter gang og cykling. Nøglen til dette er den fortsatte udrulning og opdatering af Legible London-produkter (læs mere om Legible London på s. 157), som udgør den grundlæggende wayfinding-palet.

2. Særlige steder, vartegn og udsigter

Vartegn som havnekraner, historiske bygninger og karakteristiske udsigter bruges aktivt i wayfindingen som pejlemærker, der hjælper folk med at orientere sig. De fremhæves gennem placering af skilte, visuelle sigtelinjer og grafik på kort og kortstandere. På den måde bliver stedets identitet tydelig i navigationen, og brugerne får lettere ved at finde vej.

3. Tværgående forbindelsestråde

De såkaldte stitches er gennemgående ruter, der forbinder nord og syd og skaber bedre sammenhæng mellem kvarterer i Royal Docks. De markeres med farver, grafik og særlige designelementer, så man tydeligt kan aflæse, at man følger en forbindelse. Dermed fungerer de både som fysiske ruter og som identitetsskabende greb i byrummet.

SAMARBEJDE OG KREATIVITET BAG TRANSFORMATIONEN

Byudviklingsprojektet – herunder udviklingen af wayfinding – bygger på møder med både interessenter og lokalsamfundet omkring den overordnede masterplan og de specifikke designguides. Der er indsamlet perspektiver fra næsten 2.000 mennesker,

og inddragelsesprocessen involverede over 200 lokale borgere i en række kreative workshops. Processen har ikke blot skabt en visuel sammenhæng og et fælles narrativ, men har også været med til at forankre projektet i lokalsamfundet.

Royal Docks er et fint eksempel på, hvordan wayfinding er et strategisk redskab til at forme oplevelsen af en bydel. Ved at tænke orientering, identitet og tilgængelighed ind fra begyndelsen, er wayfinding blevet en integreret del af den fysiske og sociale transformation af området. Resultatet er et sammenhængende byrum, hvor det er let at finde vej – og let at føle sig hjemme.

“The Design Guides contribute towards Newham’s Community Wealth Building agenda and the ambition to create thriving “15-minute neighbourhoods” that connect communities to critical services, social and civic amenities, to support their health, wellbeing and prosperity. The focus on equalising access to public space and prioritising sustainable travel modes through inclusive design principles is at the centre of this ambition. .”

— Rokhsana Fiaz, the Mayor of Newham and Co-chair of the Royal Docks Enterprise Zone Board



Den maritime arv er interessant for besøgende, men også kilde til stolthed i lokalsamfundet. I nogle af de oprindelige bebyggelser i Royal Docks har nogle beboere nære slægtninge, der husker havnens storhedstid. At se historien synligt indlejret i områdets fremtid skaber tillid til, at det gamle ikke vil blive erstattet af det nye.

Proces- og tidslinje

2019

Analyse og inddragelse

Baseline-analyse og første offentlige høringer, der afdækker behov og ønsker for området.

Visuel identitet

Den visuelle identitet for Royal Docks udvikles og fungerer som fælles afsæt, der forbinder de forskellige initiativer.

2023-2025

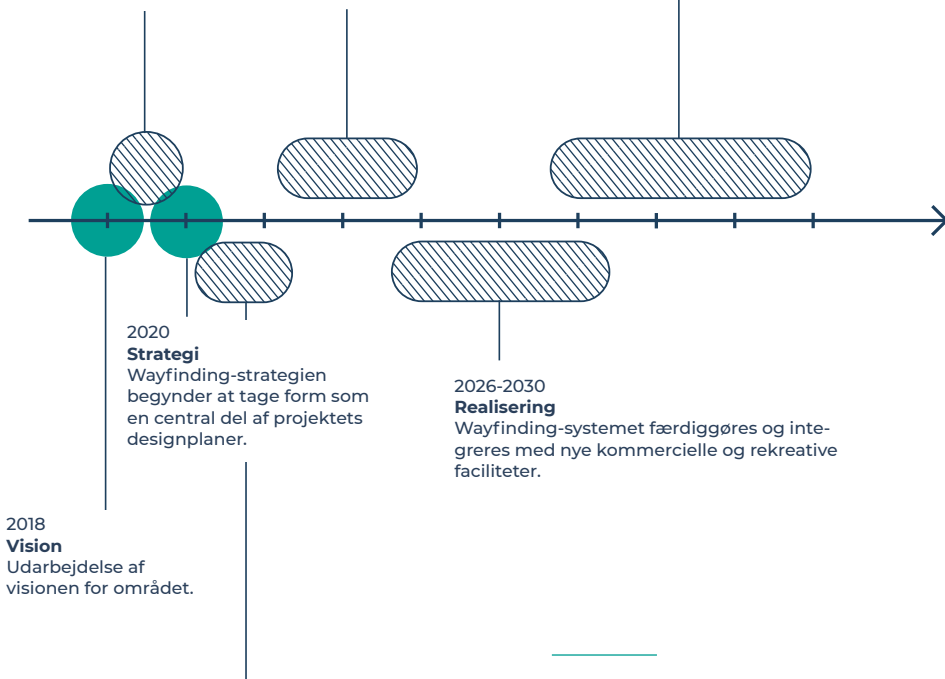
Videreudvikling

De permanente wayfinding-strukturer etableres og større offentlige pladser og parker åbnes for at skabe levende mødesteder.

2030-2035

Vedligeholdelse

Langsigtet vedligeholdelse og justering af wayfinding-elementer sikrer, at Royal Docks forbliver tilgængelig og navigationsvenlig i takt med fremtidige behov.



(I) En Enterprise Zone er et særligt udpeget område, hvor regeringen arbejder med økonomisk vækst og udvikling. Formålet er at tiltrække virksomheder, skabe arbejdspladser, støtte lokal udvikling og tiltrække turister ved hjælp af:

Skattefordele: Virksomheder får ofte rabatter eller fritagelse for ejendomsskatter.

Administrative lettelser: Forenklede regler, så virksomheder nemmere kan etablere sig.

Investering i infrastruktur: Regeringen investerer i bedre veje og offentlig transport.

Økonomisk støtte: Specielle tilskud og låneordninger kan støtte virksomhedernes udvikling.

Centrale pointer fra Royal Docks

- 1 Lokalsamfundet i fokus:** Gennem workshops og offentlige høringer har projektet skabt ejerskab og accept blandt beboerne, som har haft mulighed for at bidrage aktivt til projektets udvikling.
- 2 En sammenhængende visuel identitet:** Kombinationen af historiske referencer og moderne design skaber en autentisk atmosfære, der skiller Royal Docks ud fra andre områder i London og gør det til en kulturelt rig bydel.
- 3 Revitalisering af industrihavn bygger bro til nye funktioner:** Royal Docks har udviklet en wayfinding-strategi, der væver områdets maritime historie ind i det moderne byrum, ligesom der etableres nye forbindelser mellem by, havn og vand.
- 4 Langsigtet og fleksibel tilgang til wayfinding:** Ved at integrere wayfinding som en dynamisk og vedvarende del af udviklingsplanen sikrer Royal Docks, at systemet løbende justeres og tilpasses nye behov. Flexibilitet og samtænkning sikrer, at wayfinding er mere end et ekstra lag, men en central del af områdets vækst og transformation over tid.

Identitet og slow wayfinding understøtter helhedsplan

CASE: SANKT HANS

I det smukke fjordlandskab i udkanten af Roskilde vokser en ny rekreativ bydel frem. I 2020 købte Roskilde Kommune den vestlige del af det tidligere psykiatriske hospitalssområde, Sankt Hans, med en ambition om at omdanne området til 'Roskildes helende baghave':

“... Beliggenheden i det enestående fjordlandskab giver plads til ro og fordøjelse, men også muligheder for aktiv udfoldelse. I de historiske bygninger og i parkens harmoniske helhed genopstår det gamle hospitals historie som selvforsynende samfund og troen på naturens helende kræfter...”

— Helhedsplan for Sankt Hans, 2021

Helhedsplanen for Sankt Hans, som blev politisk vedtaget i 2021, markerer en ambitiøs transformation gennem nænsom renovering af bygninger og genopretning af landskaber:

Genopretning af landskabet: Det omkringliggende naturlandskab skal genoprettes med vådområder, enge og stier, der kobler Sankt Hans Vest til Nationalpark Skjoldungernes Land og Skjoldungestierne. Dette skaber både biodiversitet og nye muligheder for friluftsliv.

Styrkelse af parken: Parkanlægget omkring bygningerne revitaliseres med genplantning af alléer, etablering af fælles mødesteder og dyrkningshaver. Parken skal

fungere som en grøn overgang mellem byliv og natur.

Transformation af bygninger: De historiske bygninger renoveres nænsomt og genanvendes til boliger, erhverv og offentlige funktioner. Nye bygninger designes, så de harmonerer med områdets arkitektur og historie.

Grobund for fællesskaber: Midlertidige aktiviteter og midlertidig brug af bygninger er et centralt greb i udviklingen af området og bidrager til at skabe liv og tiltrække besøgende under udviklingen. I forlængelse af helhedsplanen blev opgaven om at udvikle designlinje og wayfinding-strategi for Sankt Hans igangsat i 2023, som en essentiel del af transformationen af området. Målet var at skabe en sammenhængende visuel identitet og intuitiv navigation, der kunne understøtte områdets historie og nye funktioner. I forbindelse med opgaven blev der udviklet en designmanual, der fremkalder Sankt Hans'

historie og identitet og kan bruges af både Roskilde Kommune og områdets aktører.

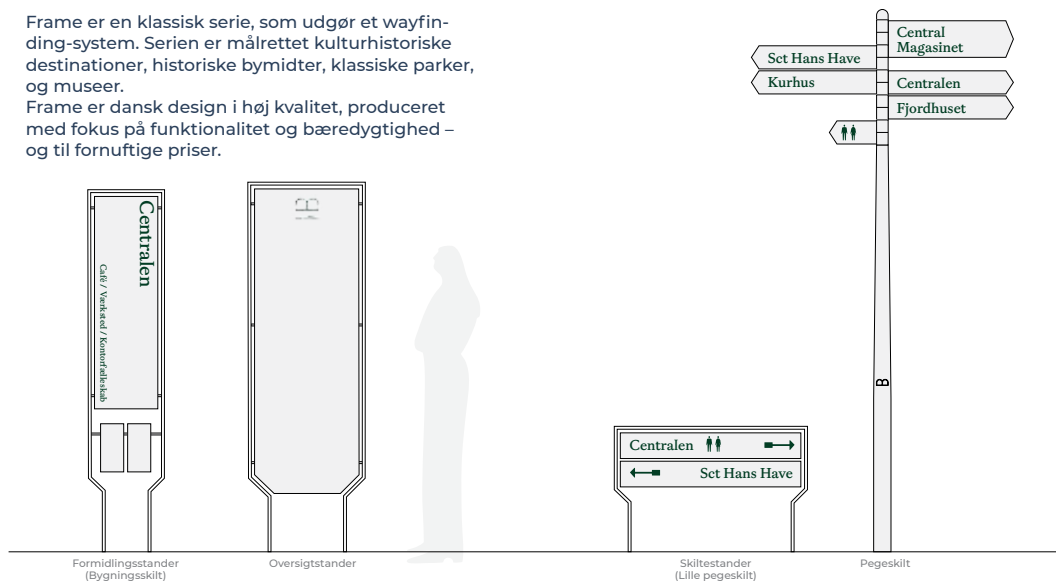
EN FORTÆLLING OM DET PERFEKTE OG DET UPERFEKTE

Formålet med at udvikle en stedbunden og sammenhængende visuel identitet for området udspringer af et ønske om at sikre en tydelig og genkendelig stedsidentitet, der anvendes af alle områdets aktører. Kulturarven, naturen samt psykiatrihistorien er en vigtig del af stedets fortælling – både dengang og i dag – og designguiden bygger derfor på grundelementer, som alle har rødder i historien og samtidig afspejler værdier for den fremtidige bydel.

Balance og sammenhæng: Med sit harmoniske og symmetriske designsprog inspireret af engelske landskabsparker og historicismens æstetik udgør arkitekt Gottlieb Bindsbølls bidrag til Sankt Hans en central del af områdets identitet. Elegante detaljer forbinder arkitekturen med det omgivende kulturlandskab, og natu-

Frame er en klassisk serie, som udgør et wayfinding-system. Serien er målrettet kulturhistoriske destinationer, historiske bymidter, klassiske parker, og museer.

Frame er dansk design i høj kvalitet, produceret med fokus på funktionalitet og bæredygtighed – og til fornuftige priser.



rens helende egenskaber er indtænkt som en integreret del af stedets funktion og æstetik.

Naturen som et bærende element: Både

Bindesbølls parklandskab og dyrkningshaver, som var et vigtigt element i behandlingen af psykiatriske patienter, og i dag, hvor områdets placering i fjordlandskabet og nærheden til Sankt Hans Have bygger videre på tankerne om naturen som et rekreativt og helende element.

Den visuelle identitet for den nye bydel afspejler stedets historie og æstetik. Inspireret af Bindesbølls designsprog og kunstneren Karoline Ebbesens værker – skabt under hendes mange år som patient på Sankt Hans – balancerer identiteten både skønhed og skrøbelighed. Identiteten fungerer som en visuel ramme, der forbinder fortidens historier med nutidens behov og skaber en sammenhængende visuel oplevelse.

WAYFINDING BYGGER BRO MELLEM FORTID OG FREMTID

Wayfinding-strategien er først og fremmest baseret på områdets naturlige pejlemærker med de ikoniske bygninger og alléer kombineret med et netværk af stier, der forbinder bydelen med Nationalpark Skjoldungernes Land, Roskilde Fjord, Boserup Skov og Roskilde by.

I forbindelse med transformationen udvikles Sankt Hans Stien, som er tænkt som et markant landskabselement, der løber langs grænsen mellem parklandskabet og de omkringliggende naturarealer. Stien skal blive både en fysisk sti og en oplevelsesforbindelse, hvor besøgende kan mærke landskabets kontraster og variationer samt områdets kulturhistorie og

naturværdier. Designet er her landskabelige installationer formstøbt af teglstensrester fra de bygninger, som rives ned i forbindelse med transformationen.

Den klassiske skiltning understøtter således områdets kvarters-typologi, der kan beskrives som en åben campusstruktur med store bygningskroppe og mange indgangspartier, hvoraf flere ligger med afstand til veje. Strategi og design indeholder vejnavneskilte, facadenavneskilte samt husnummerskilte – alle inspireret af områdets oprindelige skilte.

På Sankt Hans skal wayfinding således sikre både praktisk orientering og en intuitiv oplevelse, der forbinder besøgende med stedets kvaliteter.

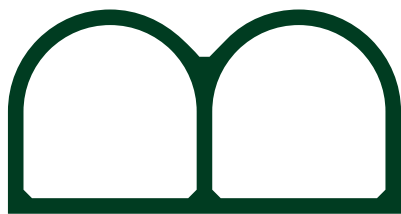


Til områdets rekreative oplevelser er der udviklet et særligt wayfindingdesign, der er formet af områdets historie. Elementerne formstøbes af teglstensrester fra de bygninger, som rives ned i forbindelse med transformationen, ligesom grafikken er inspireret af en kunstner og patient, som boede på Sct. Hans i mere end 40 år. Formidlingsdesignet indeholder både klassisk formidling og landskablige installationer.





Oversigtskort og begyndelsen på en skilteplan for Sankt Hans

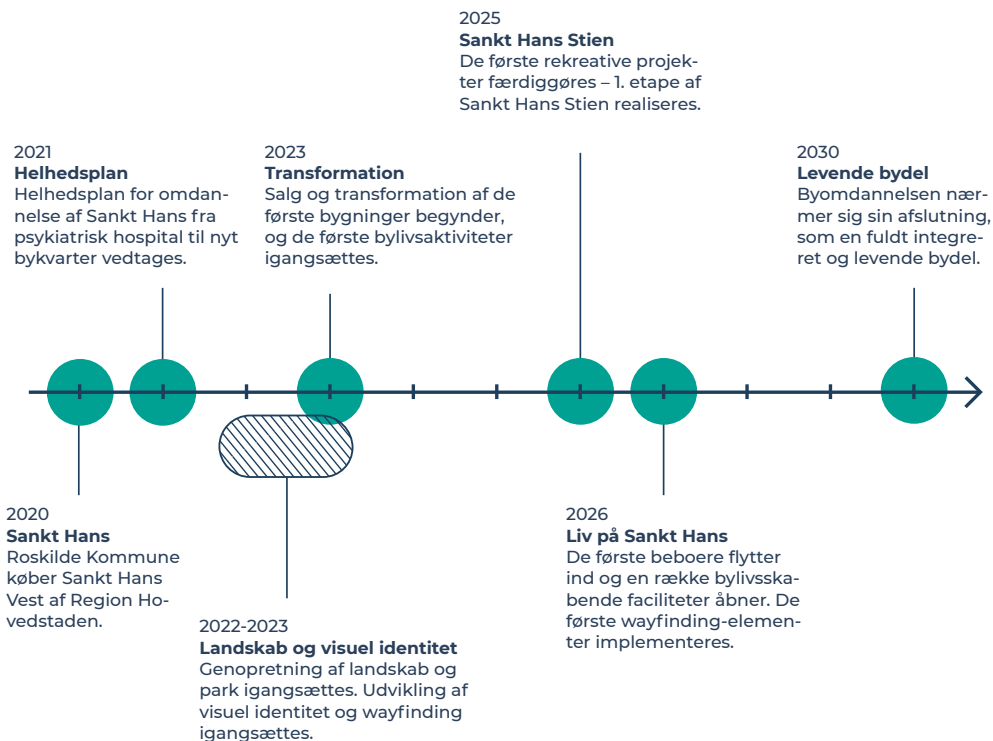


Sankt Hans

Den visuelle identitet og bomærkets formgivning henter sit formsprog fra stedets arkitektur med bueslaget i både vinduer, døre og porte.



Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra Sankt Hans

- 1 Betydningen af kulturarv som en drivkraft for identitet:** Kulturarven, herunder Bindsbølls designsprog og psykiatrihistorien med Karoline Ebbesen, spiller en afgørende rolle i områdets stærke stedsidentitet. Ved at forankre projektet i historiske spor bevares områdets autenticitet parallelt med transformationen.
- 2 Koblingen til naturen:** Naturens rolle som rekreativt, æstetisk og helende element er essentiel for udviklingen af Sankt Hans. Genopretningen af landskaber og etableringen af sammenhængende naturområder viser, hvordan natur kan integreres som et centralt aktiv i moderne byområder.
- 3 Wayfinding som både funktion og oplevelse:** Wayfinding kan mere end blot at lede; det kan skabe en intuitiv og meningsfuld forbindelse mellem historiske bygninger, landskab og brugere. Elementerne, som er designet til blandt andet Sankt Hans Stien, viser, hvordan navigation kan gøres oplevelsesorienteret og stedsspecifik.
- 4 Værdien af en klar visuel identitet:** En stærk og stedbunden visuel identitet sikrer genkendelighed og sammenhæng, både internt i området og i kommunikationen udadtil. Identiteten kan formidle stedets særlige fortælling og skabe en visuel ramme for udviklingen.



Mangefacetteret destination forenes med wayfinding

CASE: STEVNS KLINT

Udvikling af Stevns som destination har været undervejs længe, men tog sit første tydelige afsæt i 2014 med udnævnelsen til UNESCO verdensarv.

Når man bevæger sig langs klinten, kommer man forbi op til flere koldkrigsanlæg, som vækker nysgerrigheden. Nogle steder, fordi der står gamle kanoner, og andre steder, fordi man må gætte sig frem til, hvad

det mon kan være. Udover koldkrigshistorie byder klinten på et særligt fugleliv og store åbne og kridhvvide skår i landskabet med turkise bassiner og eksotiske anlæg.

Det er dog hverken kold krig, kalkbrud eller fugleflugt, som samler den 20 km lange klint på tværs af tematikker, men derimod et lille sedimentlag, det såkaldte 'fiskeler', med asteroidestøv usynligt for de fleste,

men med relevans for os alle. Sedimentlaget vidner om den ateroide, der slog ned for 66 mio. år siden og satte et punktum for dinosaurerne.

TRAMPESTI BINDER SAMMEN PÅ LANGS

Det er et klassisk greb at forbinde steder med en scenisk vandrerute og ikke uden grund – det virker nemlig på flere parametre:

1. Decentrale steder knyttes fysisk sammen, og der dannes dermed afsæt for en fælles fortælling og destinations-tankegang.
2. Anlægningen af en sti berører mange lokale interessenter og lodsejere og afføder helt naturligt diskussioner og dialog, som fremmer inddragelse, ejerskab og forandringsparathed.
3. En rute med korte etaper, et spektakulært kystlandskab med konstant havudsigt set fra varierende højder, med et drys af eksotisk kulturhistorie, er nemt at sælge, nemt at forstå og derfor den perfekte cocktail til at lokke gæster til egnen.

Trampestien blev fundamentet som destinationen stadig står på i dag.

PILOTPROJEKT SKABER FREMDRIFT

Stevns Klint som destination og verdensarv skulle formidles langs kysten med wayfinding og identitetsdesign, der formidler den samme fortælling.

Pilotprojektet tog udgangspunkt i Stevns Fyrcenter, som er et velbesøgt sted og derfor et godt udgangspunkt til at observere brugere både før og efter opsætning. Projektet affødte flere læringer:

1. Et strømlinet og grafisk design gav gæster et indtryk af at være kommet til et sted med en professionel afsender, der ledte tankerne hen på en større kulturinstitution.

2. Den visuelle identitet på skiltene, hjemmeside og folder bandt identiteten sammen på tværs af kanaler.
3. Ændringer i landskabet, som nye sigtelinjer, nye adgangsmuligheder, loops og forløb med henblik på at skabe intuitiv wayfinding, fik flere gæster lænere ind på arealet.
4. At flere forbudsskilte ikke giver mere god opførsel, men at de alligevel er efterspurgt hos naboer og lodsejere.
5. Planlægningsfasen starter digitalt, men det er afgørende for oplevelsen, at det digitale lag genkendes i det fysiske landskab.

CORONA-RYK-IND AFFØDTE EKSPERIMENTER MED MOBILITET

Under corona-krisen oplevede Stevns Klint en eksplosion i besøgstallet med bil- og gæstegener til følge. For at få fordelt gæsterne bedre blev der udformet et lavpraktisk kommunikationssystem med flytbare skilte, som blev placeret strategisk, så bilister kunne sænke farten og nå at læse en kort besked.

Beskeden var simpel: "P-pladsen er fyldt" på vej ind, og med en anbefaling på vej ud "Spis en is i Store Heddinge og kom tilbage senere".

Eksperimentet virkede, men afslørede til gengæld en anden og lidt mere kedelig tendens: at der ikke skal mange flere biler igennem de små omkringliggende landsbyer, før de lokale fik en uvelkommen oplevelse af overturisme. Hermed var der opstået et behov for at arbejde med slow wayfinding.

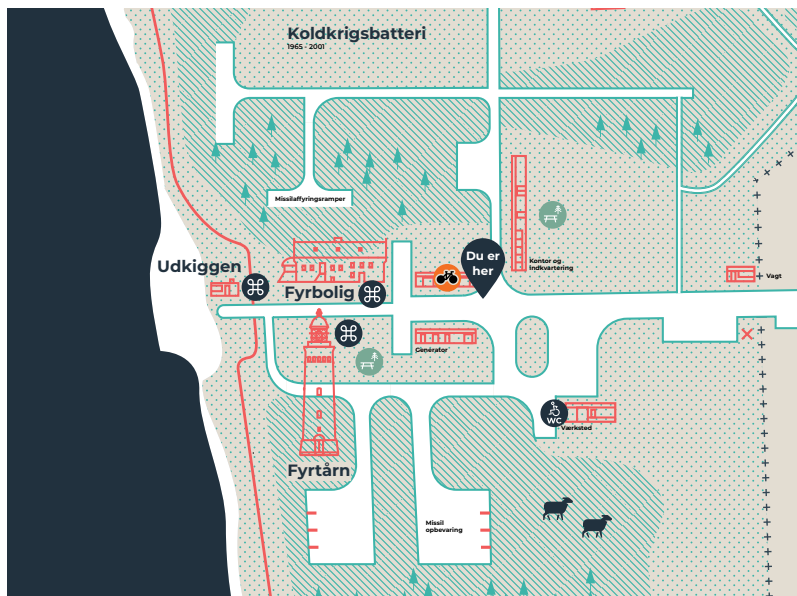
Efterfølgende er destinationen lykkedes med at facilitere Donkey Bike-elcykler på punkter op langs klinten, så man kan parkere, vandre en etape langs kysten og tage en cykel tilbage ad landevejen. Og er det ikke muligt, kan gæster som alternativ hoppe på en sponsoreret shuttlebus.



Pilotprojekt ved fyrcentret, her et skilt ved trampestien, der formidler det sted langs klinten, man er kommet til samt distancen på næste etape.



Flytbart skilt målrettet gæster i bil. Skiltestandere er efterfølgende blevet brugt til alt fra friluftsdstillinger, midlertidig oplysning og test af placering af skiltning.



Udsnit af kort over Stevn's Fyrcenter.



Rutepæle og formidling guider besøgende gennem området.

WAYFINDING PÅ TVÆRS AF KOMMUNE OG DESTINATION

Efter pilotprojektet ved Stevns Fyrcenter igangsatte kommunen et projekt med et nyt skiltesign til kommunens rekreative områder i forbindelse med etableringen af en ny naturpark i Tryggevejle Ådal. Designet blev testet både på eksterne brugere og lokale og gav anledning til en række indsigter:

1. De markante og meget moderne skilte var mere synlige og tiltrak mest opmærksomhed.
2. Formidlingsskilte blev kun læst, hvis de stod i sammenhæng med andet inventar, og gav kun mening, hvis man kunne se det foran sig, som teksten beskrev.
3. Skilte opstillet i lav højde blev oplevet som inkluderende.

Eftersom præmissen for designet var, at det skulle kunne stå skulder ved skulder med designet på klinten, var et slægtskab allerede etableret. Det viste sig at være en fordel, da det nye besøgscenter på klinten tiltrak et mere varieret publikum – og desværre også førte til tilfælde af hærværk. Her havde kommunens design flere styrker: Det er billigt at opdatere, da det blot kræver en ny folie, og der er langt færre malede overflader, som kan ridses.

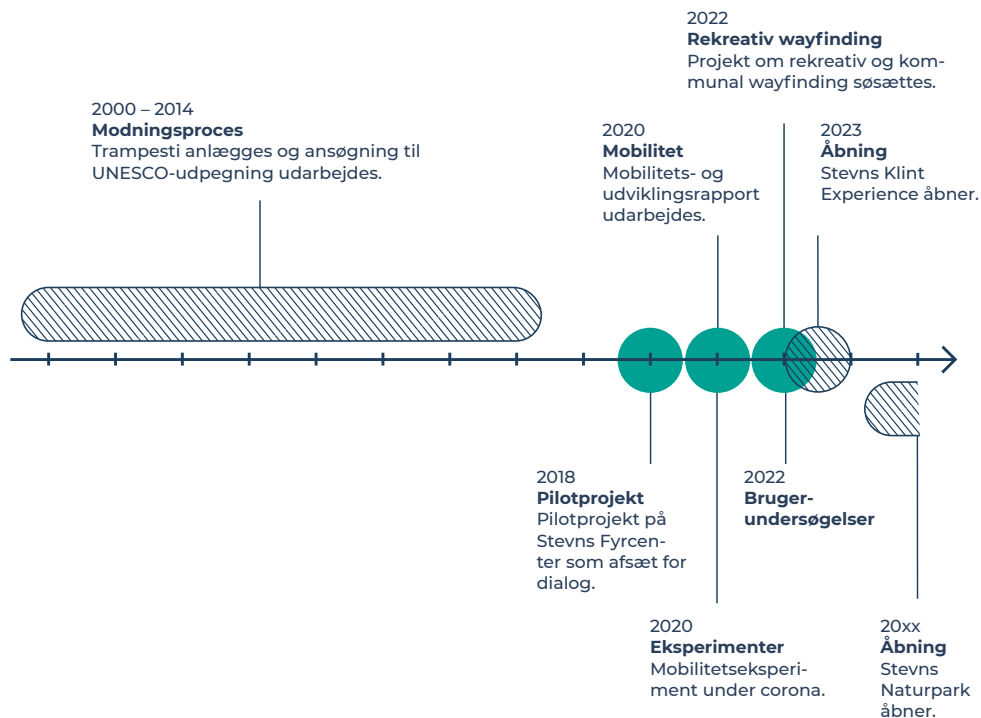


Stednavn fræset i egestolpen, og oversigtskort og foldere giver hurtigt gæsten et overblik over stedet.



Ankomstskilt med oversigtskort og folderkasse.

Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra Stevns Klint

- 1 En fælles fortælling skaber muligheder:** På Stevns Klint har man erfaret, at man står stærkere, når man går sammen under samme paraply. Med trampestien som fundament for en fælles fortælling, har man i den store skala formået at rejse midler til et besøgscenter i et stykke arkitektur, der for nogen vil være trækplaster i sig selv. Og i den mindre skala har det afstedkommet midler renovering af en naturhavn – et projekt der muligvis ikke havde haft de store chancer og ressourcer alene.
- 2 Fokus på mobilitet og rekreativ infrastruktur:** Langt de fleste mennesker synes ikke, det er attraktivt at gå samme vej tilbage, som den man kom fra, og det kan have store konsekvenser for en kystdestination uden muligheder for at lave sløjfer ind i landet. Stevns Klint har været meget bevidste om dette og derfor arbejdet aktivt for at finde løsninger, der gør det nemt for gæster at tage på tur op og ned langs klinten.
- 3 Stærk folkesjæl og kommunalt samarbejde:** Destination Stevns Klint er et ildsjæleprojekt, der ikke havde kunne ladet sig gøre uden engagerede borgere. Kommunen har grebet projektet og bakket op med faglige ressourcer til bl.a. hjælp til myndighedsgodkendelser og andre ansøgninger.



Transnationalt samarbejde skaber grøn turisme

CASE: VENNBahn

Gennem Tyskland, Belgien og Luxembourg bugter Vennbahn sig – en 125 kilometer lang cykelrute på et nedlagt jernbanespor. Jernbanen, der oprindeligt blev indviet i 1889, havde til formål at fragte kul og stål mellem Aachen i Tyskland og stålværket i Troisviergies i Luxembourg og var i over 100 år et uundværligt forsyningsled mellem de tre lande. I dag er Vennbahn en prisvindende cykel- og vandrerute, der slynger sig gennem det historiske og naturskønne grænseland.

Op gennem sidste halvdel af det 20. århundrede mistede Vennbahn gradvist sin

betydning, og de sidste godstog kørte på strækningen i 1980'erne. Efterfølgende blev sporet mellem Raeren og Bütgebach i det belgiske område opkøbt og brugt til turistkørsel op gennem 90'erne. Arrangementet kunne dog ikke svare sig økonomisk, og man søgte efter nye anvendelsesmuligheder og et muligt partnerskab. Man så mod regionen Vallonien i den sydlige del af Belgien, hvor man allerede succesfuldt havde transformeret et større netværk af nedlagte jernbanespor til rekreativ brug. Transformationen var blevet til netværket RAVeL (autonomous network of non-motorised paths), et netværk af 45



Vennbahn-projektet har transformeret en tidligere jernbanelinje til en 125 km lang cykelrute. Ruten åbnede i 2013 og er en af Europas længste sammenhængende cykelstier på en nedlagt jernbanestrækning. @vennbahn.eu



Langs Vennbahn-cykelruten er der flere faciliteter og stoppesteder, der forbedrer oplevelsen for cyklister. Ruten er opdelt i seks etaper, hver med sine egne attraktioner og faciliteter. @vennbahn.eu



Vennbahn-ruten forbinder tre lande og tilbyder cyklister en unik mulighed for at opleve forskellige kulturer og landskaber på én tur. @vennbahn.eu

lokale vandreruter, som blandt andet bruges til ridning, rulleskøjteløb, familieudflugter og cykling. RAVeL-netværket strækker sig over 2.000 kilometer og er desuden forbundet til 10 regionale ruter og 4 internationale ruter, som i særdeleshed anvendes til cykelturisme.

ET SPOR MED MANGE AKTØRER

Ideen om at transformere Vennbahn til en grøn cykel- og vandrerute med forbindelse til RAVeL-netværket blev positivt mødt af de lokale myndigheder og regionale partnere. Selve planlægningen tog sin begyndelse i 2007, og der blev etableret et samarbejde mellem lokale myndigheder, turistorganisationer og jernbanemyndigheder. Der blev udarbejdet en økonomisk plan, som involverede fondsmidler og støtte fra EU's INTERREG-program. Renoveringen blev påbegyndt i 2010, og Vennbahn blev åbnet for offentligheden i 2013. Vennbahn er resultatet af et ambitiøst samarbejde med mange aktører, som har været afgørende for at kunne realisere projektet og den vedvarende vedligeholdelse.

EN FORTÆLLING OVER LANDEGRÆNSER

Da Vennbahn krydser flere landegrænser og kulturer, var det vigtigt for East Belgium Tourism Agency, som stod for projektets markedsføring, at Vennbahn blev opfattet som en samlet fortælling. Derfor udviklede man en strategi i fire dele (The natural offer, infrastruktur, services og marketing), som hver især skulle styrke ruten som et samlet koncept. Man har skabt en branding og fortælling om 'Cycling without borders' og fremhævet Vennbahns rejse fra at være 'Railway to Greenway' samt muligheden for at opleve unik kultur og natur på cykel.

For at gøre Vennbahn mere tilgængelig har man bygget nye cykelvenlige broer, opsat lys i tunneler og oprettet en bevaringsindsats for de historiske landemærker som viadukter og gamle stationsbygninger. Langs ruten finder man

informationstavler og skilte, der viser retning og rute. Udpegede picnicområder, udkigspunkter og shelters inviterer de rejsende til pauser i landskabet. For at understøtte den fysiske wayfinding har man udviklet en hjemmeside til Vennbahn-strækningen, hvor de besøgende blandt andet kan finde interaktive kort, booke overnatninger og læse udvalgte fortællinger om de historiske områder. For at lette hjemrejsen for de mange besøgende, har man sørget for, at ruten er tilgængelig via en togforbindelse.

DRIFT OG FORTSAT UDVIKLING

For at koordinere indsatsen har man etableret et særligt transnationalt Vennbahn-koordinationskontor for at fremme og sikre samarbejdet. Koordinationskontoret fungerer som en brobygger mellem aktører på tværs af grænserne. Det skaber rammerne for løbende dialog, koordinering og beslutningstagning mellem de involverede parter, herunder lokale myndigheder, turistorganisationer, erhvervsliv og civilsamfund. Ved at samle disse funktioner i ét kontor skaber man en effektiv struktur, der ikke kun sikrer Vennbahn-projektets succes på kort sigt, men også gør det muligt at opretholde og videreudvikle samarbejdet og tilbuddene på længere sigt. Dette er afgørende for at bevare Vennbahn som en model for transnational turisme og samarbejde.

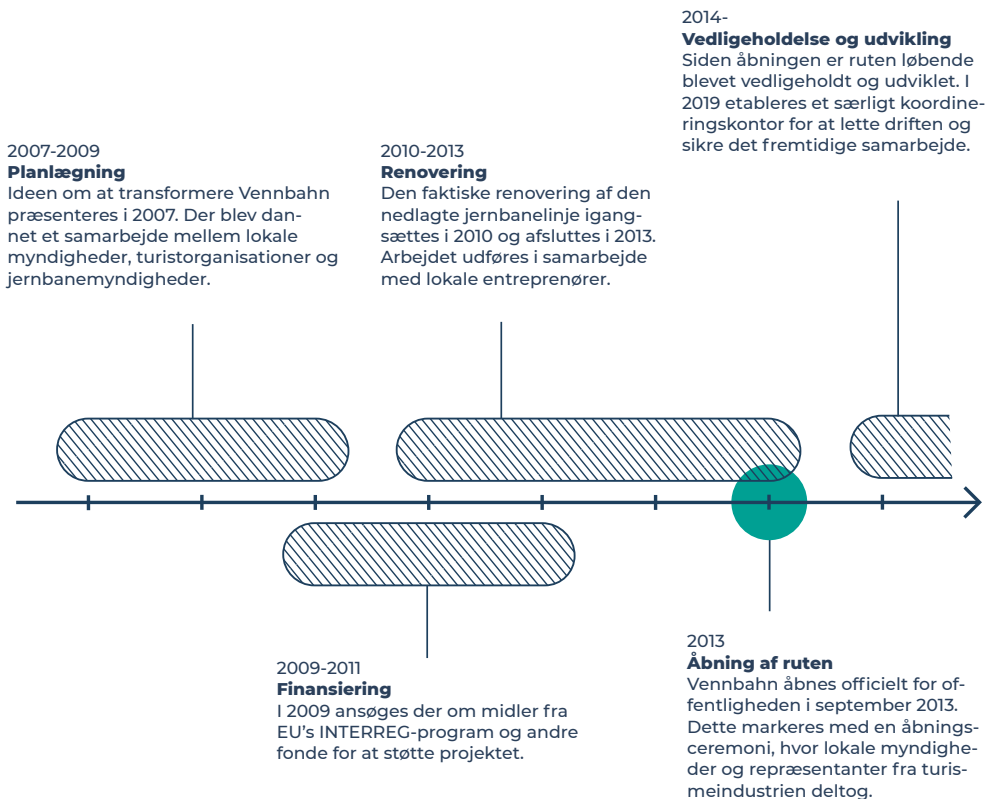
Kontorets primære funktioner inkluderer:

Marketing: Udvikling og implementering af en fælles marketingstrategi for at positionere Vennbahn som et attraktivt turistmål.

Kvalitetsstyring: Sikring af en ensartet høj kvalitet i infrastrukturen og de tjenester, der tilbydes.

Innovation: Fremme af nye initiativer og projekter, der kan forbedre og udvikle Vennbahn i lyset af digitale og miljømæssige udfordringer.

Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra Vennbahn

- 1 Et samarbejde over landegrænser:** Arbejdet med transformationen af Vennbahn fra jernbane til cykel- og vandrerute og den fortsatte drift og udvikling er muliggjort af det stærke samarbejde mellem de tre landes lokale og regionale myndigheder, jernbanemyndigheder og turistorganisationer. Et særligt koordinationskontor sikrer i dag det fortsatte samarbejde mellem aktørerne. Allerede året efter åbningen af Vennbahn blev der i perioden mellem juni og oktober i 2014 registreret 200.000 cykelture på ruten, og belægningsprocenten på hoteller og andre overnatningsmuligheder langs Vennbahn steg med 20 %.
- 2 Storytelling styrker en særlig oplevelse:** Da ruten strækker sig gennem tre lande, har det været vigtigt at skabe storytelling, som styrker den samlede oplevelse af Vennbahn. Historien om rutens tidligere status som uundværlig forsyningslinje, den forskelligartede natur og kultursammenstødene i grænselandet er alle vinkler, som styrker den samlede fortælling. En hjemmeside understøtter og supplerer den information, som fysisk findes på ruten i form af brochurer og infotavler.
- 3 Et naturligt forløb skaber intuitiv bevægelse:** Kombination af landskabelige, designmæssige og oplevelsesorienterede elementer understøtter den sanselige og intuitive navigation for cyklister og vandrere. Vennbahn undgår komplekse vejvalg og stressende trafikmiljøer, hvilket gør det muligt for brugere at bevæge sig intuitivt og uden konstant at skulle tage navigationsbeslutninger.



Kuratering og design forbinder Vestkystens oplevelser

CASE: VESTKYSTENS WAYFINDING

EN SAMLET KYSTOplevelse

Vestkysten er et af Danmarks mest ikoniske landskaber – og netop her, langs den jyske vestkyst, er ambitionen og ideen om at indsamle viden og erfaringer om slow wayfinding opstået gennem projektet Vestkystens Wayfinding. Vestkystens Wayfinding har demonstreret, hvordan skiltning, inventar, digitale løsninger samt lokale fortællinger kan understøtte en mere bæredygtig og nærværende måde at opleve landskabet

på. Erfaringerne herfra har åbnet en række spørgsmål om, hvordan wayfinding kan bruges som et strategisk redskab til at fremme bæredygtig turisme, udvikle lokalområder og give gæster mulighed for at opdage steder i et roligt tempo.

Vestkystens Wayfinding er et godt eksempel på, at wayfinding har potentialet til dels at løfte kvalitet og oplevelsesniveau lokalt dels at binde større geografiske områder

sammen og dermed bidrage til, at Danmark bliver en attraktiv rejsedestination. Her har Vestkystens kommuner netop arbejdet aktivt med at binde lokationer sammen på tværs af kommunegrænser, byer, attraktioner og oplevelser. Her er der skabt en helhedsorienteret oplevelse, hvor wayfinding og turismeudvikling går hånd i hånd. Det sikrer, at både lokale værdier og besøgendes behov tilgodeses, som sammen styrker Vestkystens tiltrækningskraft og bæredygtighed.

Bag projektet står Partnerskabet for Vestkystturisme (1), Dansk Kyst- og Naturturisme samt Realdania – men projektet er udviklet i tæt dialog med Vestkystens tre destinationselskaber, Naturstyrelsen, Vejdirektoratet og Kystdirektoratet.

Parallelt med wayfinding-projektet blev der udviklet et fælles brand for Vestkysten, som danner grundlaget for al kommunikation, markedsføring og wayfinding på Vestkysten.

EN STRATEGI PÅ FIRE BEN

Wayfinding-strategien for Vestkysten er struktureret omkring fire hovedelementer:

1. Udpegning af en scenisk kystvej:

Vestkystvejen – en naturskøn bilroute inspireret af initiativer som de norske 'Nasjonale Turistveger' og den irske 'Wild Atlantic Way' – forbinder kystens feriedestinationer fra Rudbøl i syd til Skagen i nord og tilbyder et alternativ til hoved- og motorveje.

(1) Partnerskab for Vestkystturisme er et strategisk samarbejde mellem destinationsselskaberne og kommunerne langs den jyske vestkyst. De deltagende destinationsselskaber er Visit Nordvestkysten, Destination Vesterhavet og Destination Vadehavskysten. De deltagende kommuner omfatter Hjørring, Jammerbugt, Thisted, Lemvig, Holstebro, Ringkøbing-Skjern, Varde, Esbjerg, Fanø og Tønder kommuner.

2. Fysiske elementer:

De fysiske wayfinding-elementer, herunder skiltefamilie og inventar, er designet til at guide besøgende på en naturlig måde uden at forstyrre omgivelsernes skønhed og autenticitet.

3. Digital wayfinding:

Gæster, der planlægger deres rejse, benytter sig af digitale platforme, og strategien fokuserer på at forbedre den digitale guidefunktion.

4. Vejen til Vestkystens særkender:

Formidlingen af ultralokale fortællinger bringer gæsten tættere på den autentiske Vestkyst og dens indbyggere. Her præsenteres oplevelser, som store rejsesites ikke dækker. De lokale fortællinger skaber en dyb og personlig oplevelse af Vestkysten.

AUTENTICITET OG KVALITET SKABER DE BEDSTE OPLEVELSER

Vestkysten er fuld af store og små oplevelser og fortællinger, og en af strategiens vigtigste pointer er, at kuratering og prioritering er afgørende for kvaliteten i besøgsoplevelsen. En række principper for strategiske til- og fravalg skal sikre høj kvalitet og sammenhæng:

Tænk Vestkysten: Gæsten skal møde den rå og rige natur af de uendelige horisonter og af de storslåede kontraster mellem kulde og varme, lys og mørke, stilhed og storm.

Tænk modtagerorienteret: Alle valg skal tage afsæt i gæstens behov og en vurdering af, hvordan gæsten får en stærk vestkystoplevelse af høj kvalitet. Dét bør veje tungere end enkeltsteders evt. ønske om eksponering.

Tænk kvalitet: Gæsten må aldrig blive skuffet. En attraktion/oplevelse på kortet skal have unikke kvaliteter, der er værd at køre eller gå efter.

Tænk kystnært: Den kystnære Vestkystvej er ryggraden i destinationen, og oplevelser tæt på ruten skal prioriteres. Vestkystens Wayfinding arbejder primært inden for en zone med 10 km til Vesterhavet.

Tænk langsigtet: Skilte og byrumsinventar er en investering, som skal stå i flere år. Derfor bør de oplevelser, der skiltes fra og til, være af en mere blivende karakter.

Tænk strategisk: Tag stilling til, hvor gæster i store tal bør ledes hen, og skån eksempelvis sårbart landskab eller sommerhusområder for gennemkørende trafik.

DESIGN MED RØDDER I KYSTENS OG SØFARTENS FORMSPROG

Designkonceptet til Vestkystens Wayfinding er inspireret af søfartens navigation, hvor fyrtårne, sømærker og bøjer guider de rejsende på havet. I denne wayfinding-familie fungerer skilte og markører som landbaserede pejlemærker, som hjælper kystens besøgende på vej. Designet omfatter en række elementer, der spænder fra simple vejskilte til markante og ikoniske markører, som skaber identitet og genkendelighed langs hele kysten.

Inspirationen fra søfarten ses også i kortmaterialet, hvor visuelle elementer som havdybder, fyrtårne og kompasroser er integreret for at skabe et stedbundet, visuelt udtryk. Kortene tjener samme funktion som traditionelle kort, men har et maritimt udtryk, der forstærker forbindelsen til kysten og dens historie.

FRA PILOTPROJEKT TIL REALISERBART KONCEPT

I foråret 2021 blev wayfinding-konceptet testet gennem et pilotprojekt i Thorsminde, hvor der blev skabt en fælles indsigt i elementernes design, funktion og placering.

Alle involverede aktører; kommuner, destinationsselskaber m.m., blev inviteret til evalueringen, og med en solid forankring i både

lokal viden og strategisk planlægning blev wayfinding-konceptet gjort klar til at blive rullet ud, og der blev indgået aftale med to producenter.

I 2023 blev det besluttet, at der var behov for at genbesøge konceptet, blandt andet fordi udbudsreglerne spændte ben for det på forhånd aftalte samarbejde med to producenter. Derudover pegede flere kommuner på behovet for nye elementer. I foråret 2024 bliver version 2.0 således lanceret og suppleret med produktionstegninger, så alle kommuner selv kan udpege den ønskede producent.



I Blokhus danner Stedmarkøren, Mødestedet, Vestkystmakøren og pegeskiltet en plads, hvor gæster kan mødes og danne sig et overblik over byens oplevelser.

Ankomst & ophold

De største og mest markante elementer.

Bevægelse

De mere diskrete elementer, som hjælper og guider gæsten rundt på Vestkysten.

3,65 m.

1,20 m.

Mødested
Byrumsinventar, der inviterer til samtale og ophold.

Vestkystmarkør
Byrumsinventar i særligt sårbare landskaber.

Stedmarkør
Byrumsinventar ved udvalgte, særlige steder langs Vestkysten.

Overblik og inspiration
Stort pegeskilt m. faner og oversigtskort. Evt. formidlingstavle.

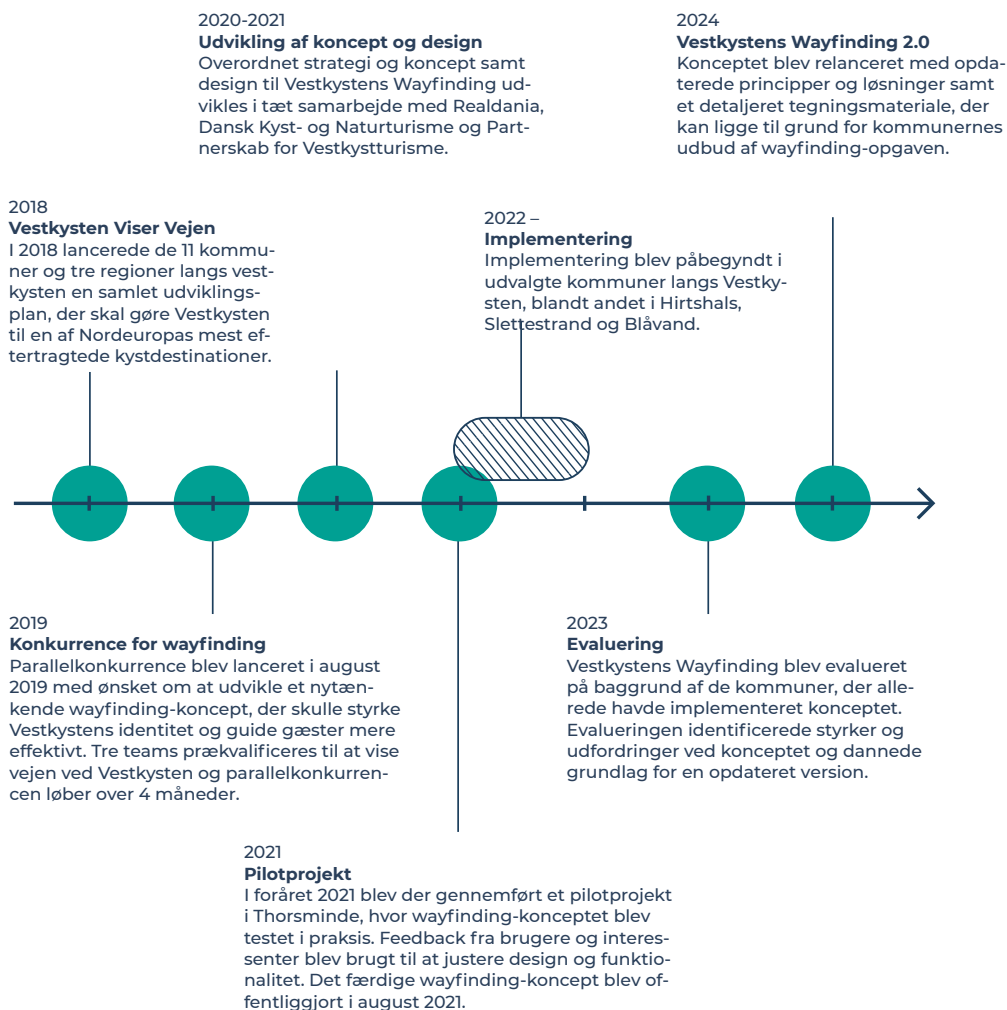
Vejvisning i by og natur
Pegeskilt m. faner. Evt. formidlingstavle

Overgang ml. by og natur
Lille pegeskilt m. faner. Evt. formidlingstavle

Ankomst til natur
Formidlingstavle.

Wayfinding på Vestkysten opererer med forskellige typer skilte og elementer, der på samme tid giver en intuitiv sammenhæng til brandet via sit design og en funktion i form af konkret vejvisning, pausepunkter og overblik. Systemet er udformet og dimensioneret, så de både kan fungere i feriebyer og i naturen.

Proces- og tidslinje



Centrale pointer fra Vestkysten Wayfinding

- 1 Partnerskab for Vestkystturisme:** Et stærkt partnerskab omkring vestkystturismen har bidraget til en bred og engageret indsats om at styrke gæsteoplevelsen og tilgængeligheden. På tværs af kommuner, destinationsselskaber og lokale aktører er der skabt en helhedsorienteret oplevelse, hvor wayfinding og turismeudvikling går hånd i hånd.
- 2 Konsistent og markant design:** Vestkystens Wayfinding bygger på et konsistent og markant design, der skaber en tydelig visuel genkendelighed og understøtter Vestkystens identitet. Særligt stedmarkøren har skabt en lokal stolthed og et stærkt ejerskab og peger på, at prioriteringen af høj kvalitet i både design og materialer skaber værdi på den lange bane.
- 3 Lokale fortællinger peger på den 'skjulte' kulturarv:** De ultralokale fortællinger på pegeskiltene skaber en autentisk og nærværende oplevelse for besøgende, som fremkalder stedets særegne kultur, historie og natur. De lokale fortællinger skaber en dybere og mere eksklusiv oplevelse, fordi de fokuserer på historier, der ikke umiddelbart kan findes på nettet.
- 4 Kortdesign, der åbner landskabet op:** Vestkystens kortdesign gør det muligt for besøgende at få overblik over og udforske det omkringliggende landskab på en overskuelig og inspirerende måde. Kortdesignet vægter landskab, natur og kyststrækning fremfor kommercielle oplevelser – igen for at invitere gæsten helt tæt på.

5

Trafiksikkerhed spænder ben for regionale ruter:

Vestkystens Wayfinding er også et eksempel på, hvordan forvaltningsmyndigheder kan spænde ben for det tværkommunale samarbejde. Den bærende vision i Vestkystens Wayfinding – nemlig at binde hele kysten sammen i en scenisk og naturskøn bilrute – blev aldrig realiseret. I strategien peges der netop på behovet for at forbinde Vestkystens feriedestinationer fra Rudbøl i syd til Skagen i nord via kystnære og naturskønne veje og dermed tilbyde et alternativ til hoved- og motorvejene. På grund af gældende vejregler var det desværre ikke muligt at skilte Vestkystvejen, og i dag lever den kun digitalt.

6

Udbudsregler kan være en barriere: Udbudsregler sikrer gennemsigtighed og lige konkurrence, men gør tværkommunale indkøb besværligt, da hver kommune som selvstændig juridisk enhed ofte skal følge egne udbudsprocesser. Det kan i tværkommunale samarbejder føre til ineffektivitet, højere omkostninger og administrative byrder. Hvis fem kommuner hver især skal købe fem skilte, bliver det væsentligt dyrere, end hvis de køber 25 skilte sammen.



Design understøtter naturoplevelsen

CASE: VØRINGSFOSSEN

Ved Vøringsfossen, en af Norges mest ikoniske naturattraktioner, forenes arkitektur og wayfinding for at skabe en endnu bedre besøgsoplevelse. Vøringsfossen er en del af initiativet 'De Norske Turistveje' (se side 123), og med projektet i Vøringsfossen er der skabt et unikt wayfinding-system, som både øger tilgængeligheden og naturoplevelsen, samtidig med at systemet bidrager til at bevare og beskytte områdets karakteristiske natur.

DESTINATIONSUDVIKLING OG WAYFINDING SOM SIKKERHEDSTILTAG

Vøringsfossen ligger i Eidfjord kommune i Hordaland i det vestlige Norge, hvor vandfaldet styrter fra Hardangerviddas højplateau ned i Måbødalen og skaber et spektakulært udsyn over den smukke

Hardangerfjord. Dette gør Vøringsfossen til et populært stop for både norske og internationale turister, der følger den naturskønne rute gennem Norges dramatiske landskaber.

Arkitekt Carl-Viggo Hølmekbakk fra Hølmekbakk Øymo har været arkitekt og designer på projektet, og han fortæller, at området er kendetegnet ved et netværk af stier og udsigtspunkter, og behovet for et specifikt wayfinding-system blev hurtigt identificeret.

Det havde måske været muligt at bruge et standardiseret skiltesystem, men det er en gennemgående vision bag De Norske Turistveje, at alle løsninger skulle være unikke og skræddersyede til det specifikke sted og bidrage til kvaliteten af projektet som

helhed. Wayfinding-system og skiltesign er således designet i samspil med den øvrige arkitektur – særligt rækværkerne, som også fungerer som vigtige 'signaler' og ledelinjer i anlægget.



DESIGNPROCES: FUNKTION, MATERIALEVALG OG BÆREDYGTIGHED

Designprocessen løb over flere år, da den omfattede alt fra omfang, og hvad der skulle kommunikeres, til form, farver, piktogrammer og tekniske løsninger for de enkelte skilte. Skiltene er udviklet uden tekst, hvilket gør dem universelt forståelige og reducerer behovet for oversættelser. Piktogrammer og visuelle signaler blev nøje overvejet, så hvert skilt fungerer som et selvstændigt designobjekt, der understøtter områdets æstetik og funktionalitet.

Materialevalget fokuserer på holdbarhed og bæredygtighed med skiltestolper og plader formet af sandblæst rustfrit stål, der matcher områdets øvrige stålkomponenter

som fx rækværket. Denne sammenhæng sikrer visuel kontinuitet og en robusthed, der kan modstå de barske klimaforhold i området.

Alle skiltene står på Statens Vegvesens egne arealer, hvilket har betydet, at placering og montering i landskabet har haft en kort og smidig sagsbehandling med få involverede personer.

NATURTURISME OG BRUGEROPLEVELSER

Vøringsfossen er et forbillede på, hvordan destinationsudvikling kan understøtte naturturisme. Wayfinding- og skiltesignet skaber en balance mellem tilgængelighed og respekt for naturen, som giver de besøgende mulighed for trygt at udforske området uden at kompromittere dets skønhed.

Der er ikke udarbejdet en egentlig evaluering af projektet, men Carl-Viggo Hølmekbakk fortæller, at besøgende fremhæver både æstetikken og funktionaliteten i skiltesignet – så meget at nogle turister har stjålet skiltene som 'souvenirs'.

Projektet illustrerer, hvordan gennemtænkte wayfinding-løsninger kan understøtte en bæredygtig og intuitiv turismeoplevelse, som formidler områdets særlige natur.

S. 226-227

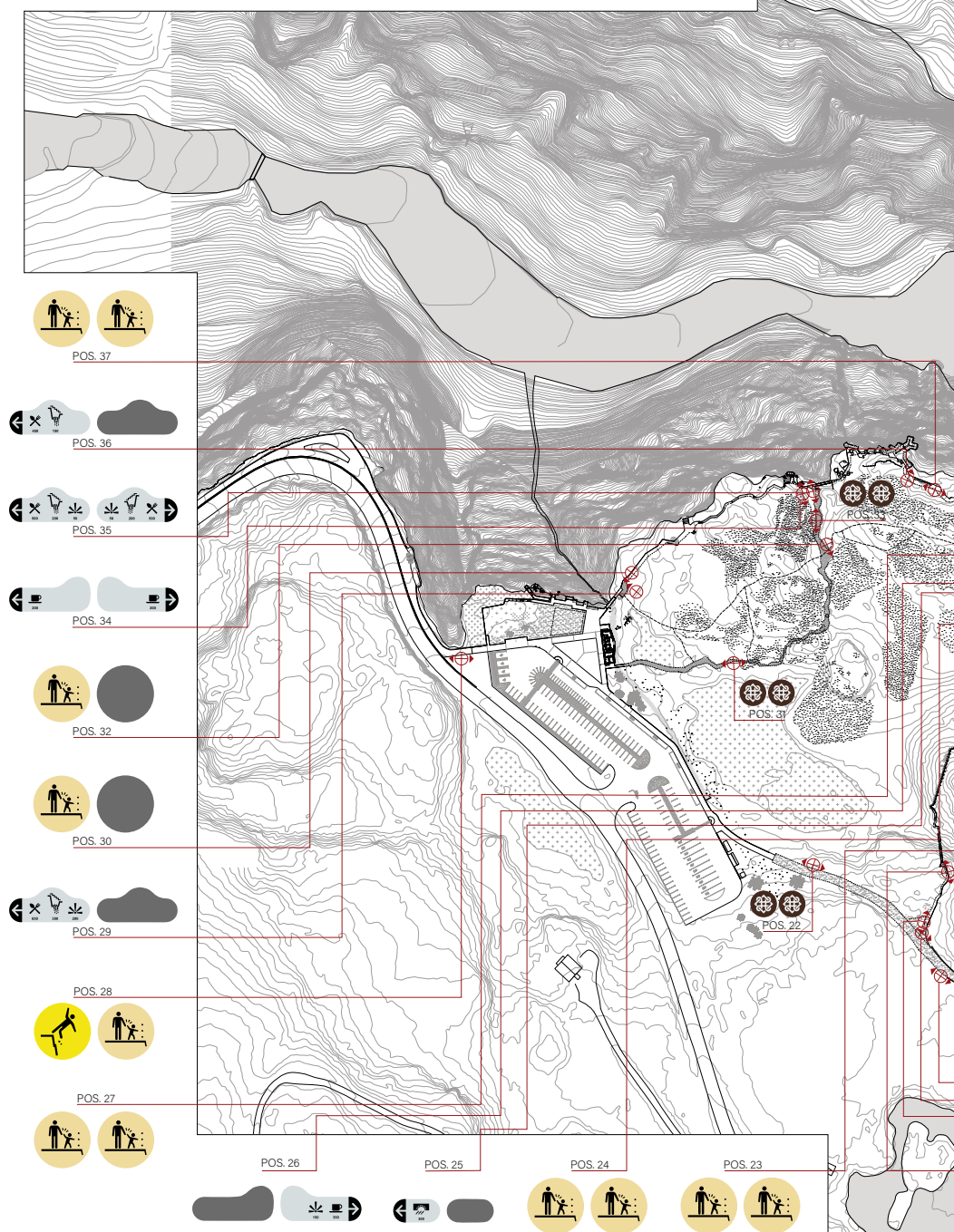
Skilteplan udarbejdet af Hølmekbakk Øymo. Planen illustrerer placeringen af de enkelte skilte samt deres retning. Skilteplanen udarbejdes for at sikre en helhedsorienteret, funktionel og æstetisk afstemt skiltning, der understøtter wayfinding, kommunikation og oplevelsen af stedet. Skilteplanen er den strategiske ramme, der definerer placering, retning, design og budskaber.

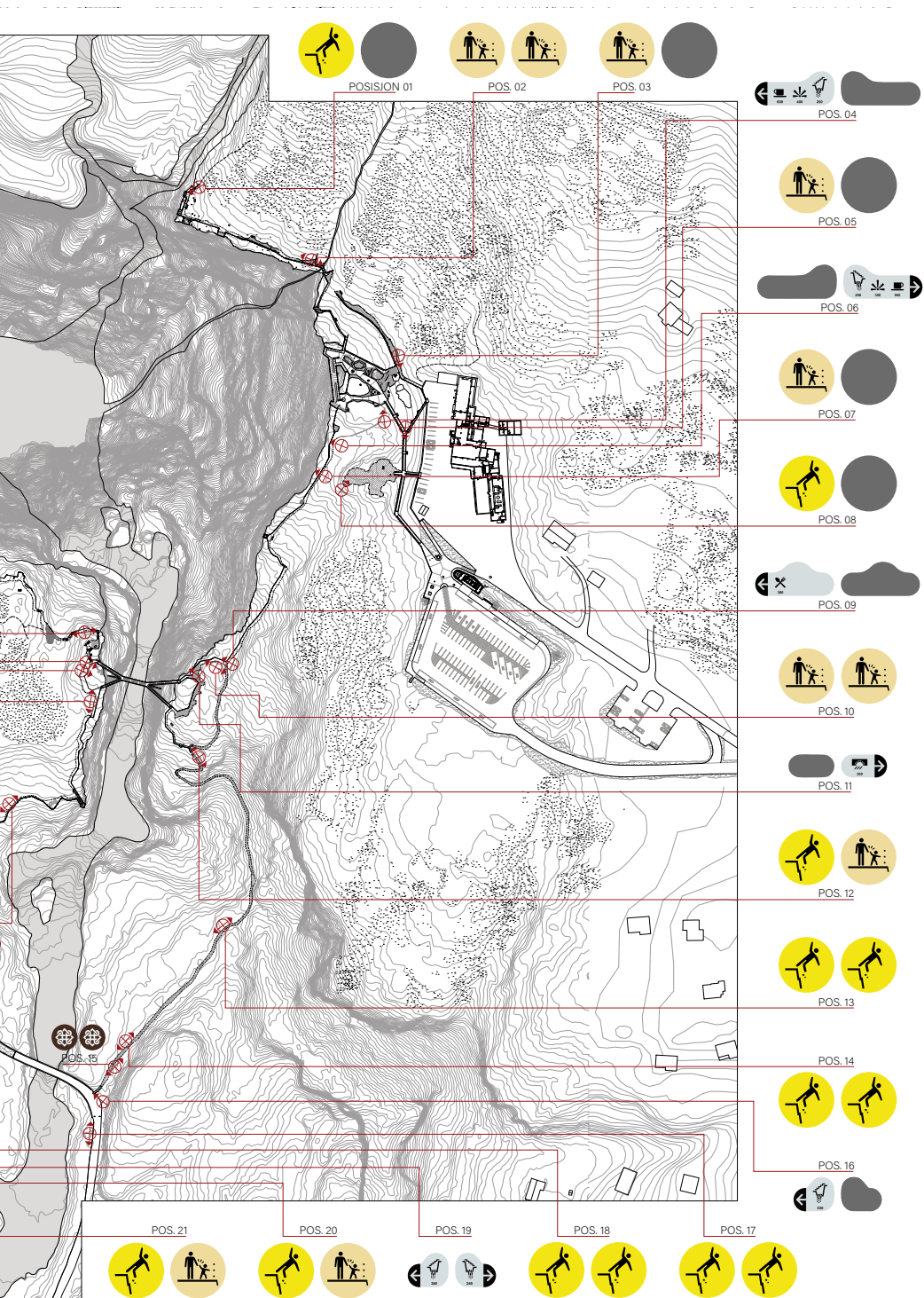


Vøringsfossen er gjort mere tilgængelig og sikker for besøgende, samtidig med at områdets naturlige skønhed og dramatiske landskab er blevet bevaret og fremhævet gennem omhyggelig arkitektonisk planlægning.



Det slanke og minimalistiske gelænder fungerer som en kontinuerlig sikkerhedsbarriere langs ruten, hvilket sikrer besøgendes tryk under passagen.





Proces- og tidslinje

Opstart af 'reiselivsprosjekt'

Hølmebakk blev engageret af Statens vegvesen i Norge til at se på skiltning og information på strækningen over Sognefjellet. På det tidspunkt var turistruteprojektet i en prøveperiode og hed "Reiselivsprojektet i Oppland og Sogn- og Fjordane". Over en periode på flere år blev der oprettet flere prototyper og prøveprojekter. Vøringsfossen er endnu ikke igangsat.

Godkendelse

Nasjonale turistveger blev formelt etablert og godkendt, med økonomisk bevilgning fra Stortinget. Hølmebakks team arbejder videre på planerne for samarbejdet med Statens vegvesen, og i løbet af de næste 5-6 år er Hølmebakks team involveret i flere projekter for Nasjonale turistveger.

Vøringsfossen

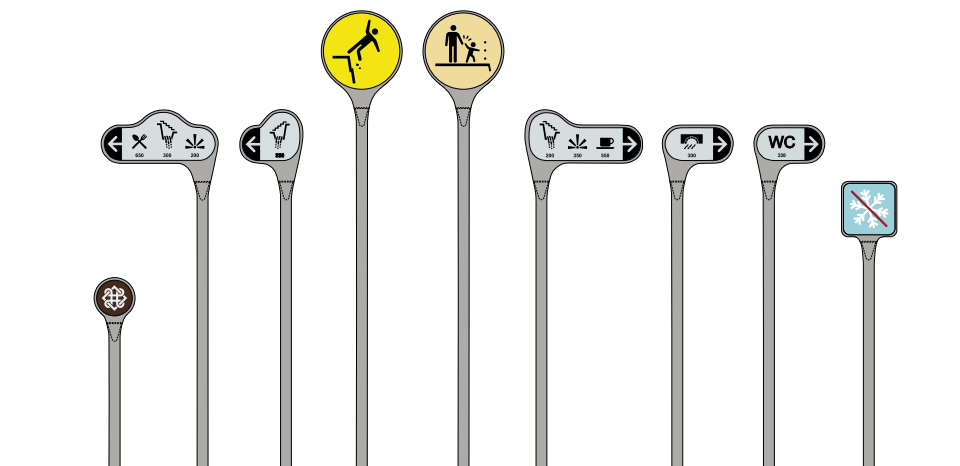
Konkurrence om Vø-ringsfossen igangsæt-tes, og Hølmebakk Øymo vinder opgaven.

Konzeptudvikling

Tidlige idéprojekter og forundersøgelser for skiltning langs de norske turistruter, herunder principper for skiltedesign og materialevalg, udvikles i forbindelse med Sognefjellsvegen. Konceptet om en integreret, stedspecifik arkitektur begynder desuden at tage form.

Undersøgelser og analyser

Forberedende arbejde på Vøringsfossen, som grundlag for konkurrenceprogrammet. Denne proces var Hølmebakk Øymo ikke en del af.



2010-2013

Skitseprojekt

Hølmebakks konkurrenceprojekt bearbejdes, og det konkrete design for udsigtspunkter og gangbroer ved Vøringsfossen udvikles. Planerne inkluderer en robust konstruktion, der kan modstå de barske vejrforhold i området. Arkitekturen tilpasses landskabet og fungerer som en naturlig forlængelse af området omkring vandfaldet, hvilket skaber en unik oplevelse for de besøgende.

2015

Anlægsarbejde

Anlægsarbejdet ved Vøringsfossen påbegyndes, og samtidig udvikles et integreret wayfinding-system, der skal lede besøgende sikkert mellem de forskellige udsigtspunkter. Projektet inkluderer materialer som sandblæst rustfrit stål for både holdbarhed og æstetisk sammenhæng.

2021

Skilte-design

Hølmebakk specialdesigner skilte-løsninger til Vøringsfossen.

2018

Åbning Fossli

Den spektakulære gangbro, som krydser kløften foran Vøringsfossen, installeres som en del af Hølmebakks arbejde. Broen giver de besøgende en dramatisk udsigt og en oplevelse af at være i ét med landskabet.

2020

Åbning trappebro

Trappebroen og det omkringliggende område åbnes for offentligheden i efteråret. Broen giver besøgende mulighed for at krydse kløften foran vandfaldet og opleve landskabet fra nye vinkler.

2024

Åbning Fossatromma

Den sidste del af projektet, de lavere udsigtspunkter, naturstier med specialdesignet wayfinding, realiseres. Hermed tilbyder Vøringsfossen en komplet besøgsoplevelse, der kombinerer arkitektur, naturoplevelse og wayfinding.



Trappebroen ved Vøringsfossen er et imponerende værk, der forbinder vandfaldets to sider. Broen består af 99 trin og har en samlet længde på 47 meter, med en højdeforskel på 16 meter mellem de to ender. Den er designet til at give besøgende en spektakulær oplevelse af vandfaldet og det omkringliggende landskab.



Skiltningen i området er specialdesignet, informativ og harmonisk integreret i landskabet.

Centrale pointer fra Vøringsfossen

- 1 Nationale ambitioner og retningslinjer sikrer høj kvalitet:**

Projekter under De Norske Turistveje bliver nøje kurateret for deres æstetiske værdi. Ligesom det er et krav, at både arkitektur og gæsteservice er skabt med fokus på en harmonisk integration i landskabet og med høj designkvalitet. Derudover får projekter under Turistveje-programmet adgang til ressourcer og støtte til vedligeholdelse og forbedringer over tid, hvilket sikrer en høj og vedvarende kvalitet i besøgsoplevelsen.
- 2 Arkitektur, der værner om både natur og menneske:**

Installation af udsigtsplatforme giver besøgende sikre og optimale steder at opleve vandfaldet fra forskellige vinkler. Ligesom den 47 meter lange gangbro med 99 trin forbinder to sider af kløften og tilbyder en unik oplevelse af vandfaldet. Endelig er designet af et rækværk, der på en gang fungerer som ledetråde i landskabet og minimerer risikoen for faldulykker.
- 3 Forbedrede stisystemer åbner for nye naturoplevelser:**

Udvikling af stier, der fører besøgende sikkert gennem området, herunder til bunden af vandfaldet, giver mulighed for forskellige oplevelser af naturen.

The background of the page is a light beige color. Overlaid on this is a faint, white outline map of the African continent. The map is filled with a pattern of small, light beige dots, creating a halftone effect. The dots are arranged in a grid-like pattern, with some areas having a higher density of dots than others. The overall effect is a subtle, textured background.

APPENDIKS

Metode

Gennem en omfattende researchproces har Le bureau undersøgt adfærdsdesign og wayfinding som strategisk greb til at forme og understøtte menneskers bevægelse, interaktion og oplevelse af steder. Med udgangspunkt i 17 nationale og internationale cases har Le bureau ført samtaler med eksperter og praktikere, der har delt erfaringer og refleksioner om, hvordan design kan guide adfærd med en særlig opmærksomhed på stedet og naturen.

Researchen har resulteret i to centrale former for vidensdeling: detaljerede casebeskrivelser og seks essays, der samler og perspektiverer de tværgående læringer.

Casebeskrivelserne dykker ned i konkrete projekter, hvor adfærdsdesign og wayfinding er blevet anvendt til at løse specifikke udfordringer eller forstærke steders identitet og funktion. Gennem casene er der opnået indsigt i designvalg, implementeringsprocesser og effekter, både tilsigtede og utilsigtede.

De seks essays trækker tråde mellem cases og teorier om adfærdsdesign og wayfinding og udfolder overordnede tematikker, der går på tværs. De diskuterer bl.a. principper for intuitiv navigation, sammenhængen mellem fysisk design og sociale dynamikker, samt hvordan adfærdsdesign kan balancere mellem at vise vej og lade folk opdage nye steder på egen hånd. Essayene fungerer som refleksioner over de større spørgsmål, som researchen har rejst, og tilbyder perspektiver, der rækker ud over de enkelte cases.

Derudover har to workshops givet værdifuld indsigt i både praktiske erfaringer og strategiske ambitioner. Begge workshops er udviklet og faciliteret af Le bureau i samarbejde med NORRØN.

Workshop 1

Erfaringer og vidensdeling

Den første workshop samlede aktører med erfaring fra de tværkommunale wayfinding-projekter langs Hærvejen og Vestkysten. Fra Vestkystens Wayfinding deltog Hjørring Kommune, Varde Kommune og VisitVesterhavet. Fra Hærvejen deltog Frederikshavn Kommune, Jammerbugt Kommune, Vejen Kommune og Udvikling Hærvejen. Herudover Dansk Kyst- og Naturturisme, NORRØN samt Le bureau.

Workshop 2

Ambitioner og løsninger

Den anden workshop samlede arkitekter, designere, styrelser og fonde for at diskutere, hvordan wayfinding kan bygge videre på den danske design- og arkitekturtradition. Her var fokus, hvordan vi sikrer, at wayfinding ikke blot handler om orientering, men også understøtter stedets identitet og æstetik.

Deltagerne var Naturstyrelsen, Nordea-fonden, NIRAS, Somewhere + Empathic Environments, STED By & Landskab/VLA, studerende fra Designskolen Kolding og studerende fra Aarhus Arkitektskole. Herudover deltog Dansk Kyst- og Naturturisme, NORRØN samt Le bureau.

Litteratur

- Bachelard, G. (2022). *Rummets Poetik*. Forlaget Mindspace.
- Bjørn, N. (2024). *Det menneskelige habitat*. Dansk Byplanlaboratorium.
- Botton, A. de. (2003). *Kunsten at rejse*. Gyldendal.
- Bond, M (2020). *Wayfinding: The Art and Science of How We Find and Lose Our Way*.
- Buciek, K. og Juul, K. (red) (2024). *Sted, Magt og identitet*. Dansk Byplanlaboratorium
- Bærenholdt, J. O. (2024). *Engagementet i at udvikle turiststeder*. Roskilde Universitet.
- Dansk Design Center og Dansk Industri (2022). *Design Delivers*.
- Dansk Kyst- og Naturturisme (2024). *Længe leve landskabet*.
- Ebbesen, T. R., Munch, A. V. og Skou, N. P. (2015) Designkulturanalyser. Syddansk Universitetsforlag.
- Eley, P. og Stevenson, A. (2024) Straight Forward, How wayfinding works and why strategy matters, Place Press.
- Epinion (2022). *Turismen og lokalbefolkningen. En analyse af befolkningens holdninger til turismen i Danmark og deres lokalområde*. VisitDenmark.
- Fendley, T. (2009). *Making sense of the city* IN Information Design Journal 17.
- Gentofte Kommune (2023). *Knud V. Engelhardt. Plakatsøjler, vejnavneskilte og husnumre*.
- Grundahl, S. P. (2023) Familie rejser 10.000 kilometer for at bygge sivbåd i landsby, Tv2Syd
- Horneman-Thielcke, M. og Stockmarr, P. (2023). *URBAN HEARTBEATS – Design, der giver byen identitet*. Formkraft. Tidsskrift for Kunsthåndværk & Design.
- Ingold, T. (2015). *The life of lines*. Routledge.
- Ingold, T. (2022). *The Perception of the Environment*. Routledge.
- JAJA Architects og Urland (2023). *Grøn mobilitet i provinsbyer. Scenarier for fremtidens mobilitet*. Realdania.
- Juul Kristensen, H., Nørregaard Frandsen, J., Møller, J. (2010). *Cittaslow – byudvikling med udsyn og omtanke?* Aalborg Universitet
- Kahneman, D. (2013) *Thinking, Fast and Slow*, Macmillan USA
- Lynch, K. (1964). *The Image of the City*, MIT Press
- Munch, A. V (2021). *Gesamtkunstwerk in Design and Architecture*. Aarhus Universitetsforlag.
- Nazzari, J. og Yewdall, S. (2018). *Know Your Place*. Place Press
- O'Connor, M.R. (2024). *Wayfinding: The Science and Mystery of How Humans Navigate the World*, St. Martin's Press
- Paez, R. (2020), *Operative Mapping: The Use of Maps as a Design Tool*, Actar
- Regeringen (2024). *Veje til bæredygtig turismevækst. National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*.
- Sima Vaez, S., Burke, M. and Yu, R. (2019). *Visitors' wayfinding strategies and navigational aids in unfamiliar urban environment*. Tourism Geographies.
- Solnit, Rebecca (2017), *A Field Guide To Getting Lost*, Canongate Canons.
- Sønderstrup, T. (2024.07.19). *Den danske natur sælger godt hos turister. Det bliver kun ved, hvis vi passer godt på den*. Information
- Thau, C. (2010). *Arkitekturen som en Tidsmaskine*. Kunstakademiets Arkitektsskolens Forlag.
- WARP conference. (2022). *Walking as Research Practice. A special issue resulting from the WARP conference*. WARP x Soapbox Journal.
- Weinschenk, S. (2011). *100 Things Every Designer Needs to Know About People*, New Riders Pub.
- Yesiltepe, D., Dalton, R. C. og Torun, A. O. (2021) *Landmarks in wayfinding: a review of the existing literature*, Cognitive Processing.



Research

CAMØNOEN

Online interview

m. Sabina Trabjerg Lissau, Museum Østkystdanmark og ansvarlig for Camønoen

Baggrundsresearch

- Sitebesøg og observation
- Interview med B&B Elmhøj langs Camønoen
- Længe leve høje Møn. Strategisk-fysisk udviklingsplan for natur og outdorområderne for Østmøn. Dansk Kyst- og Naturturisme 2024
- Vandreture knytter oplevelser sammen IN Stedet Tæller. Realдания 2017.

Links

www.camøno.dk/
www.museerne.dk/camønoen/
www.norøen.dk

CHEMIN DES CARRIÈRES

Kvalitetssikring

Quentin Desfarges, Reiulf Ramstad Arkitekter

Baggrundsresearch

- Amy Frearson: Reiulf Ramstad Arkitekter creates Corten steel structures along Chemin des Carrières trail. Dezeen 2019
- Turistkontoret i Mont Sainte-Odile, Portes Bonheur

Links

www.portes.mso-tourisme.com
www.reiulframstadarkitekter.com

CITY CLUB

Online-interview på TEAMS

m. Nils Norman. Kunstner og arkitekt på arbejdet med City Club.

Baggrundsresearch

- Niels Norman: An architecture of play: a survey of London's adventure playgrounds. Four Corners Books (2003)
- Steen Eiler Rasmussen: Tanker om Milton Keynes. IN Byplan, Årg. 31, nr. 5 (1979)

Links

www.mkgallery.org/about/city-club
www.dismalgarden.com

DE NORSKE TURISTVEJE

Mailkorrespondance

m. Per Johan Axel Ritzler, ansat Statens Vegvesen i Norge (pensioneret i efteråret 2024), og var med fra projektets opstart.

Baggrundsresearch

- Er veien lykken – eller er det et potensial for verdiskaping langs Nasjonale turistveger i Fjord Norge? Rapport. Menon Business Economics AS 2012
- Effektmåling av Nasjonale Turistveger. Rapport. Menon Economics 2019
- Turistvegarbeidet. Nasjonale turistveger 30 år. Statens Vegvesen 2024
- Håkon Hjelle Carlson: Nasjonale turistveger som distriktpolitisk tiltak. Masteroppgave i statsvitenskap. Norwegian University of Science and Technology 2019
- Nasjonale turistveger. Forlaget Press 2023

Links

www.nasjonaleturistveger.no
www.vegvesen.no/vegprosjekter/turistveger

GOVERNORS ISLAND

Leslie Koch er president of the Trust for Governors Island og har været involveret helt fra projektets begyndelse. Vi har forsøgt at få et interview i hus, men uden held, så vidensindsamlingen er hentet fra eksisterende interviews om Governors Island:

- City Talk: Governors Island, interview with Leslie Koch. CUNY TV. 2012
- How Governors Island Became New York's Best New Public Space. Interview with Leslie Koch. Bloomberg, CityLab 2016.
- Jessica Helfand og Michael Beirut: A conversation with Leslie Koch, who revitalized Governor's Island, an abandoned military post in New York Harbor into a public park. Podcast: The Design of Business. 2016

Baggrundsresearch

- West8: Masterplan. Governors Island. 2009
- Haley & Aldrich: Governors Island Park and Public Space. 2012
- Oliver Milman: Ombygget Governors Island

skal modstå klimaforandringer. Information 2016.

- Lily Wan: How Leslie Koch Transformed Governors Island. Surface 2016
- CBI Land Use Committee: Governors Island Planning & Zoning Presentation. The Trust for Governors Island 2020
- Governors Island: 2023 Year In Review

Links

www.royaldocks.london
www.5thstudio.co.uk
www.dnco.com

HIRTSHALS

Løbende dialog

og samarbejde m. Kirsten Munk fra Hjørring Kommune. Projektleder på udviklingen i Hirtshal og tilknyttet Partnerskabet for Vestkysten Wayfinding.

Baggrundsresearch

- Sitebesøg og brugerobservation

Links

www.sted-cph.dk
www.lebureau.dk

HÆRVEJEN

Løbende dialog

og samarbejde m. Katrine Jespersen og Mette Fyhn, Udvikling Hærvejen

Baggrundsresearch

- Hærvejen foranalyse 2020. Bark Rådgivning
- Strategi for udvikling af Hærvejen. Bark Rådgivning 2022
- Kvalitetsstandard. Hærvejens vandre- og cykelrute. 2023
- Hærvejen Årsrapport 2024. Epinion

Links

www.haervej.dk
www.forteadvice.com
www.sted-cph.dk
www.lebureau.dk

LEGIBLE LONDON

Online interview

m. Tim Fendley, partner i Applied Information og hovedmanden bag Legible London.

Baggrundsresearch

- Legible London. A wayfinding study. AIG for Central London Partnership 2006
- Transport for London: Legible London scheme evaluation in new areas 2010
- Transport for London: Legible London. Yellow Book. A prototype wayfinding system London. AIG for Central London Partnership 2007
- Susana F. Molina: London's Wayfinding System Founder: "I Am Looking for Eureka Moments". The Urban Activist 2023

Links

www.tfl.gov.uk/info-for/boroughs-and-communities/legible-london
www.appliedinformation.group

NATURPARK AMAGER

Online-interview

m. landskabsarkitekt Catrine Hancke, LYTT ARCHITECTURE, hovedrådgiver på udviklingen af Amager Naturpark.

Baggrundsresearch

- Amager Naturpark. Nye muligheder. Konkurrenceprogram). Naturstyrelsen, Københavns Kommune, Tårnby Kommune, Dragør Kommune og By & Havn (2018)
- Naturpark Amager. Naturparkplan 2020-2025. Naturstyrelsen, Københavns Kommune, Tårnby Kommune, Dragør Kommune og By & Havn (2019)
- Naturpark Amager. Opsamling på interessedragelse vinter/forår 2019. BARK Rådgivning
- Dispositionsforslag: Naturpark Amager – en iscenesættelse af særlige steder i landskabet. (2019)
- Holger Dahl: Den specielle form fortæller straks, at det ikke er almindeligt. Anmeldelse i Berlingske, 2. sektion, 6. august 2003
- Midtvejsevaluering, Naturpark Amager, udarbejdet af Ineva (2024)

Links

www.naturparkamager.dk
www.lytt.dk
www.adept.dk
www.b-a-r-k.dk

NATURSTYRELSEN

Telefon-Interview

m. Lars Bendix Poulsen, Naturstyrelsen.

Baggrundsresearch

- Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri: Bekendtgørelse om offentlighedens adgang til at færdes og opholde sig i naturen. (1992) Nr 574 af 25/06/1992
- L. Gernow, J. V. Legarth, F. S. Jensen & A. S. Olafsson (2024). National kortlægning af danskernes naturbesøg – Geografiske analyser af friluftslivet i Danmark i forhold til arealanvendelse, beskyttelsesudpegninger og ejerforhold. Institut for Geovidenskab og Naturforvaltning, Københavns Universitet. IGN Rapport Nr. september 2024
- Miljø- og Energiministeriet, Skov og Naturstyrelsen: Oplevelser i statsskovene (1995)
- Skov- og Naturstyrelse: Skov- og Naturstyrelsens Skiltehåndbog (1996)

Links

www.naturstyrelsen.dk

NORGES NATIONALPARKER

Online interview

m. Martin Gran, partner i Snøhetta

Baggrundsresearch

- Tor Bjarne Christensen: Kampen for arvesølv. Naturvernforbundet 2013
- Nasjonalparkene som merkevare. Sluttrapport pilotfase 2014-19
- Overordnet samfunnsøkonomisk vurdering av å etablere nasjonalpark i deler af østmarka. Menon-publikasjon 80/2021
- Strategidokument for Norges nasjonalparkkommuner og nasjonalparklandsbyer 2017-2021
- Tor Bjarne Christensen: Kampen for nasjonalparkene. Naturvernforbundet 2025

Links

www.norgesnasjonalparker.no/en/
www.snohetta.com

ROYAL DOCKS

Mailkorrespondance

m. Beth Lambert, associate, 5th Studio. Leder af det tværfaglige team, Royal Docks.

Baggrundsresearch

- Royal Docks. Public realm frameworks. December 2019
- Street Space: Future heritage - naming Royal Docks places and spaces. 2021
- Royal Docks. Wayfinding Design Guide
- Royal Docks. Landscape Design Guide

SANKT HANS

Løbende dialog

m. Søren Ganer

Baggrundsresearch

- Sankt Hans. Helhedsplan 2020. Roskilde Kommune
- Strategi for byliv. Sankt Hans. Roskilde Kommune 2022.
- Strategi for mobilitet og parkering på Sankt Hans. Roskilde Kommune 2023
- Sankt Hans. Strategi og designkoncept for visuel identitet og wayfinding. Le bureau 2024

Links

www.sankthans.roskilde.dk
www.lebureau.dk

STEVNS KOMMUNE

Interview og løbende dialog

og løbende samarbejde m. Morten Svarre, koordinator for kultur og turisme og Tine Jensen, Naturmedarbejder, Stevns Kommune
Eva Rose Waldorff, Verdensarvkoordinator

Baggrundsresearch

- Mobilitetsrapport og udviklingsplan, Studio Leh og Seismonaut 2020
- Brugerevaluering, Klippinge Bypark 2022

Links

www.stevnsklint.dk

www.lebureau.dk

VENNBahn BELGIEN

Oplæg

v. Christoph Hendrich (Tourismusagentur Ost-belgien).

Hærvejsmødet, 26. september 2024

Baggrundsresearch

- Adfc, Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club: Auswertungsbericht. Erhebung des Vennbahn-Radweges nach den Kriterien zu Klassifizierung von ADFC Qualitätsradrouten (2014)
- Arie Stoffelen: Tourism trails as tools for cross-border integration: A best practice case study of the Vennbahn cycling route, ResearchGate (2018)

Links

www.vennbahn.eu/en

VESTKysten WAYFINDING

Løbende dialog

og samarbejde m. aktører fra Partnerskab for Vestkystturisme

Baggrundsresearch

- Udviklingsplan for Vestkysten
- Vestkysten Wayfinding. Strategi, koncept og implementering
- Digital strategi for Vestkysten Wayfinding

Links

www.sted-cph.dk

www.lebureau.dk

VØRINGSFOSSEN

Mailkorrespondance

m. Carl-Viggo Hølmekjæ fra Hølmekjæ Øymo. Carl-Viggo har været involveret i Nationale Turistveger siden 1994.

Baggrundsresearch

- Undersøgelser og skitser fra Carl-Viggos samarbejde med Statens Vegvesen i perioden 1994-2024
- Sjur Mikal Dolve og Tale Hauso: No er brua over Noregs best besøkte naturattraksjon på plass. NRK 2020

Links

www.nasjonaleturistveger.no

www.holmekjæ.no



Fotos og illustrationer

SMUDSOMSLAG

Design af Le bureau

FORSIDE

Mette Johnsen

INTRODUKTION

- s. 8 Visit Danmark
- s. 18 Dansk Kyst- og Naturturisme

AT FINDE VEJ

- s. 24 Mette Johnsen
- s. 29 Visit Vesterhavet
- s. 30 Øverst: Torben Meyer
Nederst: Jacob Lisbygd
- s. 32 Mette Johnsen
- s. 35 Mette Johnsen
- s. 36 Rosa Lund, Sted by- og
landskabsarkitekter
- s. 39 Le bureau

WAYFINDING STARTER MED INFRASTRUKTUR

- s. 40 Mette Johnsen
- s. 43 Kenneth Stjernegaard
- s. 46 Jakob Vingtoft
- s. 48 Dansk Kyst- og Naturturisme
- s. 50 Tine Uffermann
- s. 51 Le bureau
- s. 53 Le bureau
- s. 55 Dansk Kyst- og Naturturisme
- s. 57 Le bureau
- s. 59 Le bureau
- s. 61 Le bureau
- s. 63 Shutterstock

DESIGN OG KVALITET

- s. 64 Thomas Høyrup Christensen
- s. 67 Nana Reimers
- s. 69 Le bureau
- s. 71 Le bureau
- s. 73 Flying October

KURATERING AF OPLEVELSER

- s. 74 Bo Nørgaard, Silkeborg Kommune
- s. 76 Mitch Wiesinger
- s. 79 Begge fotos: Le bureau
- s. 81 Le bureau
- s. 83 Le bureau
- s. 85 Le bureau
- s. 86 Applied Information group
- s. 88 Michael Fiukowski og Sarah
Moritz

DIGITAL WAYFINDING ER FRISTENDE OG FORSTYRENDE

- s. 90 Jakob Vingtoft
- s. 94 Simon Weckert
- s. 97 Vardemuseerne
- s. 99 Jesper Hedegaard Grønlykke

CAMØNOEN

- s. 104 Lars Engelgaard, Realdania
- s. 106 øverst: Lars Engelgaard, Realdania
nederst: Leif Tuxen, Realdania

CHEMIN DES CARRIÈRES

- s. 110-115 Alle fotos og illustrationer:
Reiulf Ramstad Arkitekter

CITY CLUB

- s. 116-121 Alle fotos og illustrationer: Milton
Keynes Development Corporation

DE NORSKE TURISTVEJE

- s. 122 Frid-Jorunn Stabell, Statens
vegvesen
- s. 125 Fredrik Fløgstad, Statens
vegvesen
- s. 126-127 Frid-Jorunn Stabell,
Statens vegvesen

GOVERNORS ISLAND

- s. 130-137 Alle fotos og illustrationer:
Pentagram

HIRTSHALS

- s. 138 Le bureau
s. 142 Le bureau
s. 143 øverst: Dansk Kyst- og
Naturturisme
nederst: Laila Zielke

HÆRVEJEN

- s. 146 VisitVejle, Kenneth Stjernegaard
s. 149 STED By&Landskab / VLA
+ Le bureau
s. 151 STED By&Landskab / VLA
+ Le bureau
s. 152 øverst: STED By&Landskab / VLA
+ Le bureau
nederst: Advice Forte
s. 153 øverst: Le bureau
nederst: STED By&Landskab / VLA
+ Le bureau

LEGIBLE LONDON

- s. 156-165 Alle fotos og illustrationer: Applied
Information Group and Philip Vile

NATURPARK AMAGER

- s. 166 Morten Aagaard Krogh
s. 169 øverst: LYTT + ADEPT
nederst: Morten Aagaard Krogh
s. 170 øverst: LYTT + ADEPT
s. 170 nederst: LYTT Architecture

NATURSTYRELSEN

- s. 174 Le bureau
s. 176-177 Naturstyrelsen
s. 179 Cathrine Koppel, Realdania

NORGES NATIONALPARKER

- s. 180 Øivind Haug / Snøhetta
s. 184 Snøhetta

ROYAL DOCKS

- s. 186 5th Studio
s. 188 øverst: 5th Studio
nederst tv: 5th Studio
nederst th: DNCO
s. 189 DNCO
s. 190 DNCO

SANKT HANS

- s. 192-199 Alle fotos og illustrationer:
Le bureau

STEVNS KLINT

- s. 200-207 Alle fotos og illustrationer:
Le bureau

VENNBAAH

- s. 208-213 Alle fotos og illustrationer: East
Belgium Tourist Agency NPO

VESTKYSTENS WAYFINDING

- s. 214-221 Alle fotos og illustrationer:
Le bureau

VØRINGSFOSSEN

- s. 222-231 Alle fotos og illustrationer:
Hølmekbakk Øymo

APPENDIKS

- s. 236 Kit Bøhnke
s. 238 Mette Johnsen
s. 244 Frame & Work

I lufthavnen kræves wayfinding, der kan få folk effektivt fra A – B. På en feriedestination gælder det modsatte – her er målet, at wayfinding inviterer til langsommelighed, vækker sanserne og taler til den indre flaneur.

‘Slow wayfinding’ læner sig op ad slow mobility og trækker på ideerne bag slow tourism og slow living. Omdrejningspunktet er at sætte tempoet ned og fremme den langsomme oplevelse til fods eller på cykel i de danske feriedestinationer.

‘Slow wayfinding’ er et værktøj, som kan understøtte lokal udvikling med omtanke og respekt for både natur, kultur og lokalsamfund.

God læselyst.