



Geopark Odsherred

GEPARK ODSHERRED

Strategi 2015-2018

Geopark Odsherred - Strategi 2015-2018

Udarbejdet af:

Geopark Odsherred - marts 2015

Tekst og tilrettelæggelse:

Sekretariatet for Geopark Odsherred

Fotos og illustrationer:

Forsidefoto: varder på Gniben, Claus Starup

Foto s. 7: Vejrhøj i morgendis, Claus Starup

Foto s. 9: Geopark puslespil, Silvadanica

Illustration s. 10: Tidslinje over seneste istider, Geopark Odsherred

Foto s. 12: Geopark Fesitval på Ordrup Næs 2014, Claus Starup

Foto s. 14: Geopark spisestel fra MULD+GULD, Nina Lemkow

Foto s. 15: Nyoptagede gulerødder, Claus Starup

Foto s. 16: Screen-dump fra Landskabet som isen skabte-app, Mediafarm

Foto s. 17: Vandring på Højderystien, Claus Starup

Foto s. 18: Geokids-makser i Veddinge, Claus Starup

Foto s. 19 : Geokids ude-undervisning i Egebjerg, Claus Starup

Foto s. 22: Plejerupdyssen, Claus Starup

Foto s. 23: "Velkommen til Geopark Odsherred", Nina Lemkow

Afsender:

Bestyrelsen for den Erhvervsdrivende Fond Geopark Odsherred

Kontakt:

Geopark Odsherred

Holtets Plads 1

DK-4500 Nykøbing Sj.

Mail: geopark@odsherred.dk

Web: geoparkodsherred.dk

Bestyrelsens resumé 2015

Bestyrelsen indsats og arbejde i 2015 vil gå på 2 ben: 1) realisering af initiativer/aktiviteter som er "lavthængende frugter" og 2) strategiske valg, som skal sikre geoparkens langsigtede profil. Indsatsen i år bærer desuden præg af den opstartsfasen Den Erhvervsdrivende Fond – Geopark Odsherred befinder sig i.

Indsatsen i 2015 vil således bygge på fortsat at drage nytte af nyheden om den første globale geopark i Danmark med støtte fra UNESCO i form af kommunikation, formidling og markedsføring.

De konkrete tiltag i 2015 vil tage afsæt i at realisere synlige aktiviteter, herunder færdiggørelse af igangværende projekter i kommunalt regi : Etablering af ny website, indvielse af 1. etape af Højderystien, skiltning af istidslandskabet samt formidlingsprojektet Landskabet som isen skabte. Desuden vil der i sommersæsonen blive udbudt guidede vandre- og busture for et betalende publikum og igen i år finansierer Geopark Odsherred en del af budgettet på årets Geoparkfestival, og vil desuden bidrage ved relevante events.

Kendskabet til og forståelse for geopark-begrebet både lokalt og nationalt er afgørende for Geopark Odsherreds fremtidige eksistens, og det er derfor bestyrelsen magtpåliggende at få skabt en klar profil af Geopark Odsherred både indadtil og udadtil. Gennem fire fokusområder – vækst, formidling, læring og partnerskaber, – vil bestyrelsen i 2015 fastlægge en række konkrete små og store projekter, som til sammen skal gøre Geopark Odsherred genkendelig for den brede omverden i den næste 4-årige periode frem til næste re-evaluering i 2018.

Derfor vil bestyrelsen allerede i 2015 tage hul på 2 vigtige, strategiske indsats; nemlig dels strukturen for fremtidens besøgsservice ("visitorcenter") og dels udpegningen af de 3 – 4 vigtigste besøgsmaal ("Flagskibe").

Med udgangspunkt i landskabets dannelse, kulturhistorien, kunsten og de lokale råvarer ser bestyrelsen Geopark Odsherred som en samlet, dynamisk ramme for udviklingen af Odsherred som egn. Viljen til nytænkning og forandring er til stede, der sammen med en bred samarbejdsflade giver de bedste betingelser for bestyrelsen arbejde i fremtiden.

Vi glæder os til at komme i gang!

Indhold

1. Baggrund	5
2. Interessenter i Geopark Odsherred	6
4. Fokusområder 2015-2018	8
4.1 Vækst	9
4.2 Formidling	10
4.3 Læring	11
4.4 Partnerskaber	12
5. Strategiske valg frem til 2018	13
5.1 Vækst og markedsføring	14
5.2 Formidling og kommunikation	16
5.3 Undervisning og forskning	18
5.4 Samarbejde og identitet	20
6. Organisering	21
7. Processen frem til 2018	23

1. Baggrund

I september 2014 blev Geopark Odsherred officielt anerkendt som en global geopark. Med optagelsen af Geopark Odsherred i hhv. European - og Global Geoparks Network (EGN/GGN) er en vigtig milepæl nået. Med dette som udgangspunkt, skal der nu arbejdes med at udfolde geoparken i forhold til at skabe vækst, identitet og læring.

Samtidig med den internationale anerkendelse, bliver Geopark Odsherred selvstændiggjort, idet den erhvervsdrivende fond Geopark Odsherred etableres med virkning fra 2. kvartal 2015.

Dette dokument skal derfor sætte retning for det videre arbejde. Med udgangspunkt i en klar vision, skal der opsættes mål, strategi og handlinger for arbejdet frem til udgangen af 2018. Dokumentet er også et centralt arbejdsredskab for Geoparkens bestyrelse som for sekretariatet. Men det er også et dokument, der beskriver hvordan Geopark Odsherred er et dynamisk netværk, der omfatter og inddrager en bred skare af interessenter, ikke mindst lokalt i form af partnerskaber med organisationer, lokalsamfund, foreninger og virksomheder.



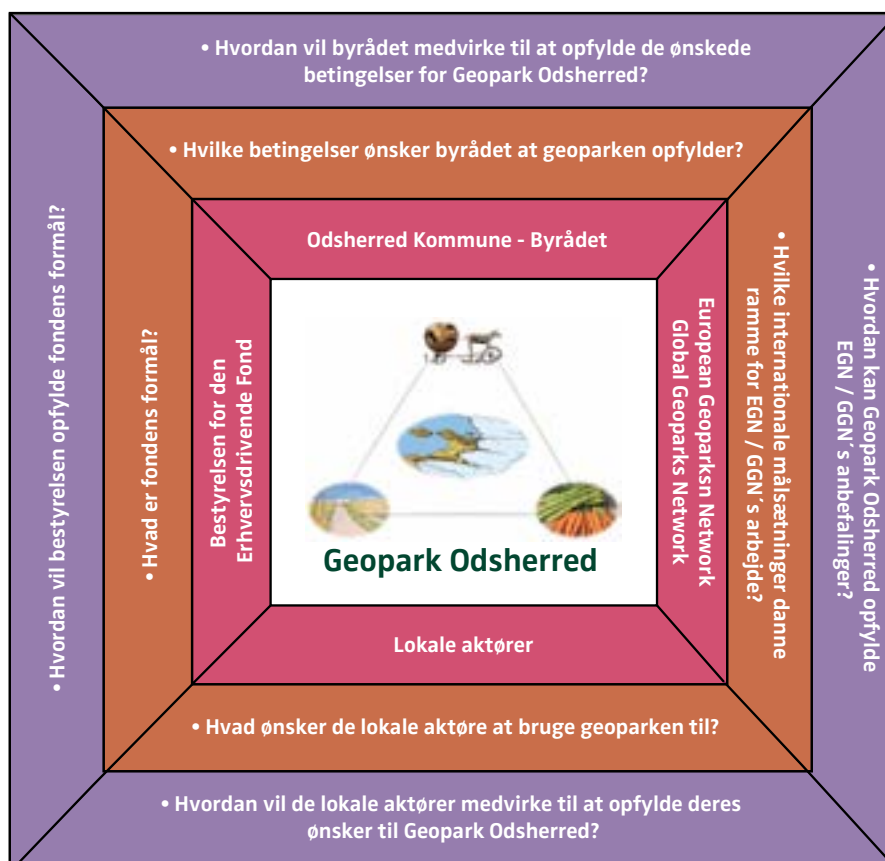
Geopark Odsherred - Danmarks første geopark - blev medlem af Global Geoparks Network i regi af UNESCO i september 2014.

2. Interessenter i Geopark Odsherred

Optagelsen i EGN/ GGN og udskillelsen af Geopark Odsherred fra Odsherred Kommune til en erhvervsdrivende fond har sat geoparken i et nyt perspektiv, hvor der skal være plads til både nye og gamle "aktionærer".

I denne strategi arbejder bestyrelsen med 4 overordnede grupperinger af "aktionærer", som hver især ønsker at få opfyldt forskellige ønsker, betingelser, formål og rammer til den fremtidige udvikling af Geopark Odsherred. Mange mål og ønsker fra de 4 "aktionær-grupper" er sammenlignelige, men har som oftest forskellig vægtning alt afhængig, hvilken gruppe man repræsenterer.

Særligt gruppen af lokale aktører i Odsherred er svær at samle under samme kategori i det de repræsenterer et meget bredt udsnit af både foreninger og institutioner, lokalsamfund og private virksomheder m.fl. som alle har forskellige partnerskaber med Geopark Odsherred.



De 4 aktionær-grupper som har interesser den fremtidige udvikling i Geopark Odsherred. Odsherred Kommune - Byrådet, European- og Global Geoparks Networks, Bestyrelsen for den Erhvervsdrivende Fond og de lokale aktører i Odsherred. De 4 "aktionær-grupper" har alle ønsker, bestingelser, formål og rammer til den fremtidige udvikling af Geopark Odsherred.

3. Vision

”Geopark Odsherred er i 2018 en veletableret geopark. Vi selv og omverdenen oplever geoparken som en samlende og dynamisk ramme for Odsherred som egn”.

Med dette menes, at geoparken i 2018 er den overordnede ramme for en række indsatser indenfor geoparkens 4 temaer kunst, lokale fødevarer, kulturhistorie og disse indsatser udmøntes i forhold til erhverv/turisme, undervisning, forskning og formidling . Dermed skabes en fælles fortælling og identitet.

Forudsætningen er, at vi i frem mod 2018 iværksætter en række konkrete tiltag, som kan være med til at styrke og fremme de stedbundne potentialer samt den enestående position som international geopark.

Målene er overordnet at vi;

- Har skabt vækst indenfor erhverv og turisme.
- Har en udbygget og tilgængelig formidling og infrastruktur i forhold til geoparkens 4 temaer.
- Har udviklet og implementeret et varieret undervisningstilbud.
- Indgår i aktive forskningsprojekter vedr. geologi og landskab.
- Har et bredt velfunderet netværk af samarbejdspartnere i lokalområdet , som alle bidrager til den samlede udvikling af Geopark Odsherred.



4. Fokusområder 2015-2018

For at opfylde visionen, er det nødvendigt at anerkende de udfordringer der ligger foran os – og derfor gøre en fokuseret indsats på udvalgte områder, som gennem strategiske valg og konkrete tiltag kan blive virkeliggjort. Også de fire "aktionær-grupper" har forskellige interesser og ønsker til hvad de kunne tænke sig at Geopark Odsherred skal tage udgangspunkt i. Det er desuden vigtigt at de tiltag og prioriteter, som strategien lægger op til, bliver indarbejdet i den kommende Kommuneplan 2017-2029:

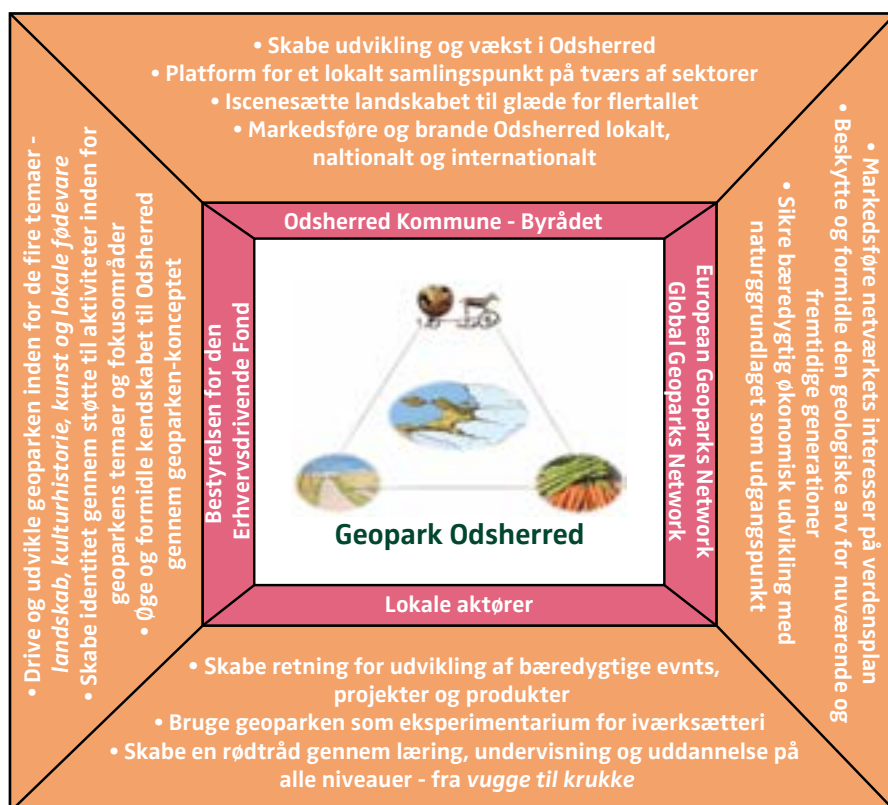
Fokusområder 2015-2018

4.1 Vækst

4.2 Formidling

4.3 Læring

4.4 Partnerskaber



De 4 "aktionær-grupper" har alle forskellige interesser og ønsker til hvad de kunne tænke sig at Geopark Odsherred skal tage udgangspunkt i.

Figuren viser hvad fondens mål er, hvilke betingelser byrådet stiller, hvilke internationale rammer EGN / GGN arbejder efter og hvilke ønsker de lokale aktører har til Geopark Odsherred.

4.1 Vækst

En geopark er ikke en statisk størrelse – tværtimod. Det er afgørende, at geopark – konceptet bruges til at skabe ny vækst med udgangspunkt i de stedbundne styrkepositioner - Landskabet, kulturhistorien, råvarerne og kunsten.

Geopark Odsherred skaber ikke automatisk vækst. Det kræver en fokuseret og aktiv indsats, som både handler om at involvere erhverv/virksomheder og om at skabe en ny efterspørgsel.

Det er oplagt, at Geopark Odsherred skal spille en fremtrædende rolle i udviklingen af Odsherreds turisme. Det indgår da også i den vedtagne turisme-strategi, at geoparken skal fungere som ramme for den fremtidige produkt- og aktivitetsudvikling indenfor turismen. De første skridt er taget, og der arbejdes nu med en række "geopark – koncepter", som skal skabe kommerciel udvikling med udgangspunkt i geoparkens temaer. Pt. laves der ca. 50 guidede ture om året i regi af Geopark Odsherred, men det tal skal fordobles frem til 2018.

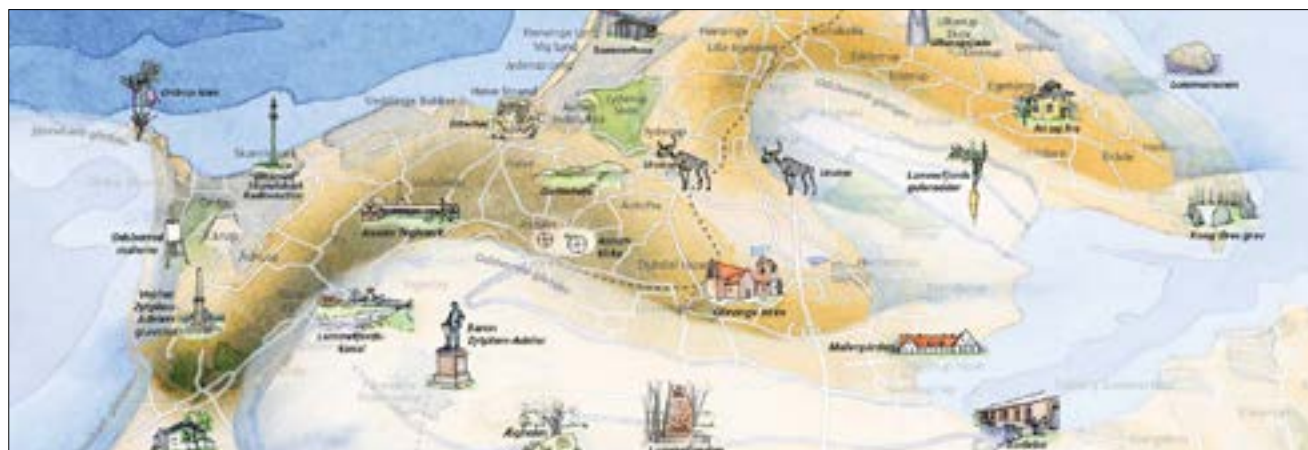
Men der er også muligheder i andre erhvervsgrene. Lokale fødevarer er et oplagt eksempel på et område, hvor der kan hentes synergier og hvor geoparken kan fungere som ramme for produktudvikling og markedsføring. Der er således etableret en klynge, med 8 medlemmer, som bl.a. arbejder med geopark-mærkning af fødevarer, hvor der pt. er ca. 60 mærkede fødevareprodukter.

Der skal arbejdes videre af dette spor, bl.a. i forhold til at inddrage restauranter, supermarkeder og kommunens institutioner, hvor den helt store udfordring ligger i at få lavet et samlet fødevare-koncept, der kan tilgodese den mangfoldighed af fødevarer, producenter og aftagere der er i Odsherred.

Andre potentialer ligger indenfor kunst, kunsthåndværk og design

Det er afgørende for vækstskabelse, at der etableres partnerskaber mellem virksomheder/organisationer og Geoparken, hvor der bl.a. tages stilling til følgende udfordringer:

- Hvordan sikres det at forskellige erhvervsgrene kan se mulighederne i geopark-konceptet?
- Hvordan vi gennem målrettet markedsføring kan skabe synlige resultater på kort sigt?
- Hvordan vi gennem fælles mål og konkrete projekter skaber klare samarbejdsrelationer mellem virksomheder og Geopark Odsherred – win-win-løsninger?



4.2 Formidling

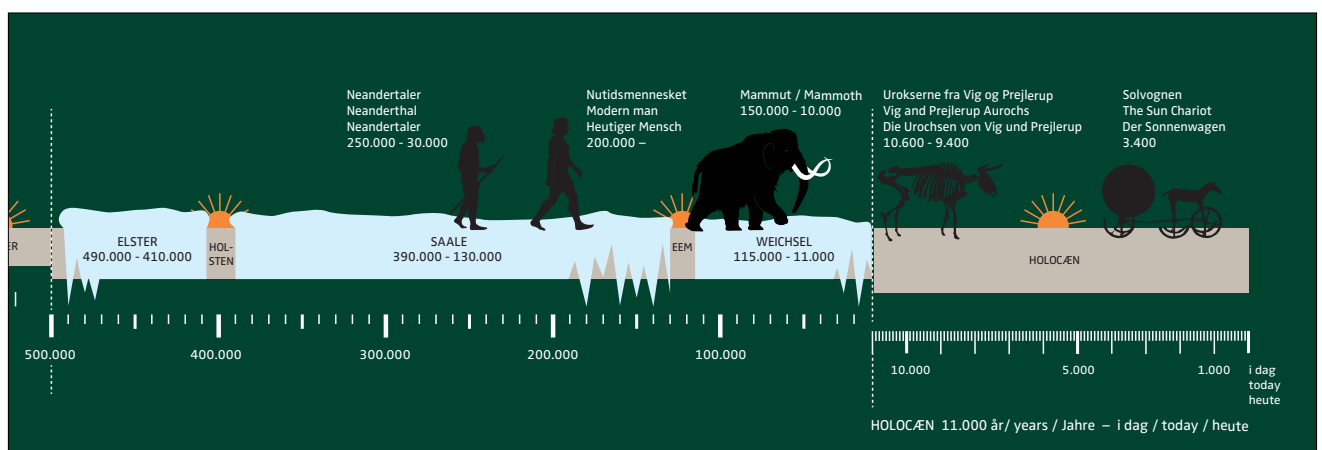
Hvor møder man Geoparken? Det spørgsmål har lydt ofte i årene frem til godkendelsen. Det er nødvendigt, at geoparken er "tilgængelig" – uanset om man færdes i landskabet eller i det digitale univers.

Skiltning, udvikling af website/app/facebook, iscenesættelse af lokaliteter, guidede ture og etablering af besøgssteder m.m. skal gøre geoparken nærværende og konkret, både for borgere og gæster. En del initiativer er sat i værk (skiltning, ny website, udvikling af app), men der skal ske en yderligere udbygning i løbet af de kommende år .

Når Geopark Odsherred skal formidles, er det vigtigt at prioritere hvad der er "kernen". Det betyder, at der bør ske en prioritering af "flagskibs – lokaliteter", hvor det unikke ved Geopark Odsherred er umiddelbart synligt og forståeligt. Højderygstien vil kunne blive et sådant flagskib. Det samme gælder det allerede eksisterende Infopunkt ved Dragsholm slot .

Der skal derfor udvikles en sammenhængende plan for formidling og infrastruktur. Der skal bl.a. tage stilling til:

- Hvordan sikres tilgængelighed til de forskellige geosites?
- Hvad skal være geoparkens flagskibe?
- Skal der være et eller flere besøgscentre ("Visitorcenter")?
- Hvordan synliggøres geoparken ved hovedtrafikårer/indfaldsveje ?



4.3 Læring

Landskabsdannelsen i Odsherred er "eksemplarisk", men der er fortsat forhold vi ikke ved nok om. Det er derfor vigtigt, at Odsherreds landskab fremover gøres til genstand for undersøgelser og forskning indenfor det naturvidenskabelige felt, såsom geologi, geografi, landskabsforvaltning, klimaforandrings påvirkninger m.m.

Det er en udfordring, at sådan forskning ikke er højt prioriteret fra statslig side. En vej kunne derfor være at få studerende til at interessere sig for Odsherreds landskab – og bruge det som udgangspunkt for f.eks. specialer/bacheloropgaver. Dette vil også kunne anspore til PhD-opgaver og egentlige forskningsprojekter.

Ny forskning er også fundamentet for formidling og undervisning. Geoparkens kerne er landskabet og sammenhængen til det liv der leves i landskabet. Det er vigtigt, at vores børn og unge får viden og indsigt i den særlige sammenhæng mellem landskab og liv som findes i Odsherred. Dette er både vigtigt i forhold til både læring og identitetsskabelse.

Dette fordrer, at geoparken indarbejdes i skolernes undervisning. Men skal dette lykkes, skal der udvikles undervisningstilbud og – materialer til skoler og gymnasier. De første skridt er taget med "Geokids-projektet", men dette skal suppleres med flere, differentierede tilbud.

Der ligger også et potentiale i at udvikle tilbud til områdets mange feriekolonier, som hvert år besøges af tusindvis af børn fra andre kommuner, ligesom der er mulighed for at skabe koncepter omkring ekskursioner.

Endelig er der den voksne del af befolkningen. Her er det vigtigt, at der er uddannede guider, der kan formidle geoparken på guidede ture eller optræde som undervisere på kurser i for eks. aftenskoleregion.

Der skal opstilles mål og kriterier for hvordan vi løser følgende udfordringer:

- Hvordan skaber vi interesse for at bruge Odsherreds landskab/geologi som forskningsfelt?
- Hvordan får vi indarbejdet Odsherreds landskab i de lokale undervisningsinstitutioner og læreplaner?
- Hvordan udvikler vi interessant undervisningsmateriale til lejrskoler, spejdere og feriekolonier m.fl.?
- Hvordan sikrer vi at den voksne del af befolkningen får kendskab og forståelse for Geopark Odsherred?

4.4 Partnerskaber

Der er helt essentielt, at Geopark Odsherred har en bred forankring lokalt. Erfaringen fra Geopark-festivalen i 2014 viser, at der er mange lokale, der gerne vil og kan engagere sig i konkrete opgaver. Denne type engagement er der fortsat behov for, men der er også behov for flere forpligtende aftaler mellem på den ene side forskellige organisationer/foreninger/virksomheder/institutioner og på den anden side Geopark Odsherred. Disse aftaler/partnerskaber kan omhandle konkrete projekter, produkter eller processer. Det afgørende er, at der indgås forpligtende aftaler, der både sikrer en decentral/lokal forankring og et fælles udgangspunkt – og på den anden side en forventningsafstemning af hvad produktet eller målet med partnerskabet er, og hvor kvalitetsniveauet skal ligge.

Partnerskaberne skal bl.a. medføre, at geoparken funderes bredt og at opgaven med at udvikle Geopark Odsherred ikke bliver en ensidig proces, derfor skal der tages stilling til følgende udfordringer:

- Hvordan gøres partnerskaberne attraktive for både aktører og geopark?
- Hvilke funktionelle og forståelige rammer skal der skabes for lokale partnerskaber?
- Hvilke gensidige mål og forventninger skal der være mellem de lokale aktører og Geopark Odsherred?
- Hvordan sikres det at Geopark-brandet anvendes fornuftigt, således at partnerskaber understøtter kommunikation, synlighed og forståelse?



5. Strategiske valg frem til 2018

Med udgangspunkt i strategiens opstillede fokusområder 2015-2018, skal der gennem de næste år frem til re-evalueringen i 2018 træffes nogle langsigtede strategiske valg og prioriteringer dels for at sikre fremdrift og udvikling i Geopark Odsherred og dels for at sætte rammer for geoparkens virke og beskæftigelsesfelt.

Både byrådet, bestyrelsen, geoparkernes netværk og de lokale aktører skal gensidigt bidrage til de indsatser og prioriteringer som skal udgøre geoparkens beskæftigelsesfelt frem til 2018.

Alle valg og prioriteringer skal som udgangspunkt have målbare pejlemærker. På den korte bane i 2015 skal geoparken finde sit fodfæste og holde fokus ved realisering af synlige initiativer og aktiviteter.

Strategiske valg frem til 2018:

- 5.1 Vækst og markedsføring
- 5.2 Formidling og kommunikation
- 5.3 Undervisning og forskning
- 5.4 Samarbejde og identitet



Alle 4 "aktionær-grupper" skal gensidigt bidrage til de strategiske valg og prioriteringer, som skal udgøre geoparkens beskæftigelsesfelt frem til 2018.

Figuren viser hvordan de fondsbestyrelsen, byrådet, geoparkernes netværk og de lokale aktører vil imødekomme de indsatser som skal danne grundlag for Geopark Odsherred.

5.1 Vækst og markedsføring

De strategiske valg handler om at inddrage virksomheder i produktudvikling, branding markedsføring og salg. Forudsætningen for vækst er, at der skabes nye produkter og oplevelser, som kan føres på markedet.

Strategisk prioriteres indsatser, der relativt hurtigt kan føres på markedet og skabe synlige resultater. Det vil være en vigtig forudsætning for yderligere produktudvikling.

Det er i udgangspunktet ikke Geopark Odsherred, der skal udvikle og udbyde produkter, men derimod virksomhederne. Geopark Odsherreds opgave er derfor faciliterende. Det er derfor vigtigt at der identificeres leadpartners – private virksomheder, som allerede arbejder aktivt med geopark-brandet, som kan stå som udbyder og koordinator i forhold til eventuelle underleverandører.

Med udgangspunkt i ovenstående, vil indsatsen i 2015 koncentreres om fødevareproducenter, oplevelsesudbydere og restauranter. Samtidig med dette skal der arbejdes med at facilitere nye produkter og samarbejder indenfor kunst, formidling/guidning og merchandise.

Det er helt afgørende at der hurtigt fastlægges klare retningslinjer for virksomheders brug af geopark-brandet .



Målbare pejlemærker frem til 2018:

- Samlet vækst i kommercielle overnatninger på 10% (svarende til 45.000 overnatninger)- i forhold til det gennemsnitlige overnatningstal for 2012/13. Målet skal nås i samarbejde med VisitOdsherred og forudsætter målinger af gæsternes kendskab til Geopark Odsherred.
- Minimum 100 geoparkmærkede fødevarer produkter.
- Minimum 10 pakketerede oplevelsesprodukter og nye "geopark-koncepter".
- Identificering af leadpartnere, som vil udvikle og udbyde nye produkter inden for Geopark-konceptet.
- Minimum 30 virksomheder fra forskellige erhvervsgrøner og sektorer, der arbejder med Geopark Odsherreds brand, som en del af deres forretning – og har en samarbejdsaftale med Geopark Odsherred.
- Minimum 100 guidede ture på årsbasis.
- Markedsføring og salg af nye produkter; f.eks. kunst og merchandise.

Initiativer og handlinger i 2015

- Foretage 0-punktmåling om gæsternes kendskab til Geopark Odsherred.
- Udarbejde retningslinjer for kommerciel brug af geopark-brand.
- Markedsføring og salg af pakketerede geopark-koncepter i Danmark.
- Yderligere udvikling af Geopark-mærkning af fødevarer.
- Udbygning af guidede ture.
- Udvikling af Geopark-retter i lokale restauranter.
- Generel PR – indsats for Geopark Odsherred i danske medier.
- Presseindsats og markedsføring på det tyske og svenske marked .



5.2 Formidling og kommunikation

Dette strategiske ben handler om at skabe en klar profil både indadtil og udadtil. Derfor skal kommunikationen være klar og entydig i forhold til de mange interessenter der arbejder med og omkring Geopark Odsherred. Dette skal også skabe "fast grund under fødderne" i den eksterne, nationale og internationale kommunikation.

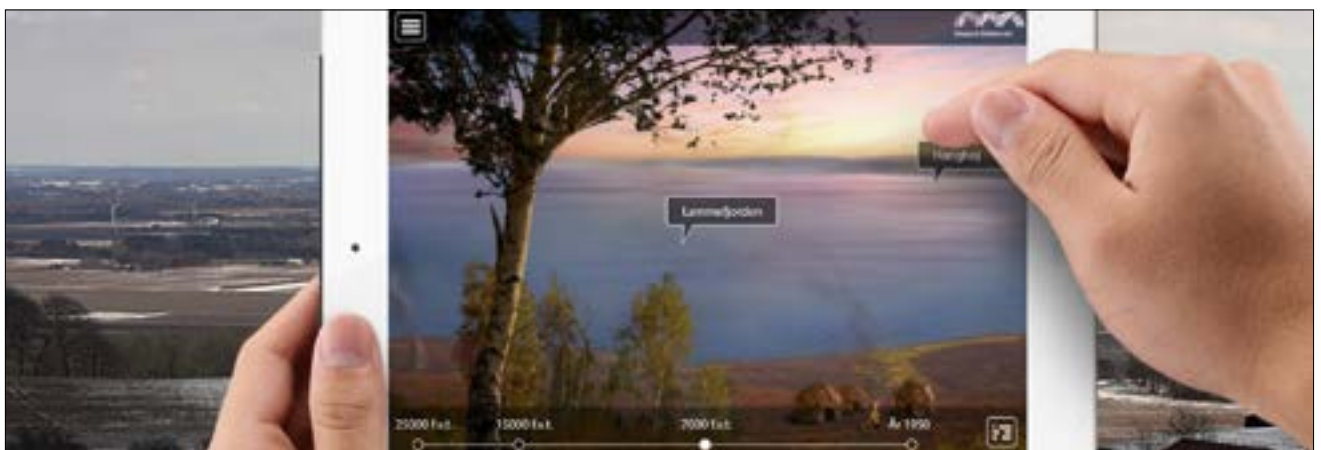
Sideløbende skal den hidtidige kommunikationsplan ajourføres og udbygges. Det er i den forbindelse vigtig af skabe en klar sammenhæng i kommunikationen, uanset om den sker via website, app, nyhedsbreve, presseaktiviteter eller lignende.

Kommunikationen og formidlingen skal sikre en sammenhængende oplevelse. Dvs. at vi skal tænke i følgende "værdikæde":

Skabe kendskab – skabe interesse – skabe præference – skabe handling.

Det betyder, at vi generelt skal kommunikere geoparken bredt til relevante målgrupper, men det skal samtidig være inspirerende og handlingsorienteret. Endelig er det vigtigt at formidlingen "on location" / ved det enkelte site er troværdig og fyldestgørende.

Med henblik på stedfæste geoparken i brugernes bevidsthed, bør der udvikles 3 – 4 "flagskibs-lokaliter" sites og et eller flere besøgscentre. Dermed får Geopark Odsherred nogle tydelige "indgange" eller markører.



Målbare pejlemærker frem til 2018:

- Website med minimum 50.000 unikke besøgende i 2018.
- 500 lokale modtagere af Geoparkens nyhedsbrev.
- Udvikling og etablering af ét eller flere besøgscentre.
- Fortsat udvikling og udbygning af Højderystien.
- Udvikling af 3-4 "flagskibs-lokaliteter.
- Fortsat skiltning af flere geologiske lokaliteter.
- Udvikle tematiserede ruter (Madrute, Bronzealder rute m.fl.).
- Synliggørelse af Geopark Odsherred ved hovedtrafikårer og indfaldsveje – 3 i syd og 2 i nord.

Initiativer og handlinger i 2015

- Etablere ny website.
- Udarbejdelse af kommunikationsplan.
- Udvikle kvartalvis nyhedsbrev.
- Udgive "coffee-table" bog om Geopark Odsherred.
- Skiltning af ca. 6 udpegede sites.
- Færdiggørelse af Højderystien – 1. etape.
- Udpegning af et eller flere besøgscentre.
- Udpegning af 3-4 flagskibs-lokaliteter.
- Udvikle informationsmateriale for geoparkens 4 temaer.
- Drift af Geoparkens Infopunkt.



5.3 Undervisning og forskning

Grundlaget for Geopark Odsherred er istidslandskabet. Det er derfor vigtigt, at der arbejdes fokuseret på at formidle viden om dette. Men det kræver også, at der sker en løbende erhvervelse af viden. Det er her forskning er vigtigt. Vi har brug for at uddybe vores viden om landskabets dannelse og om den evige forandring som foregår, dels som følge af menneskets brug af landskabet – og dels som følge af naturpåvirkninger (vejr, vind, klimaforandringer).

Strategisk er det derfor vigtigt at opbygge et godt kontaktnet til universiteter og forskningsmiljøer. Dette er forudsætningen for, at vores landskab kan gøres til genstand for universitetsspecialer, PhD –afhandlinger – og i den sidste ende er det dette, der kan skærpe interessen/skabe grundlaget for egentlige forskningsprojekter.

Med mere viden får vi grundlag for at forbedre formidlingen; både i forhold til skoler, men også i forhold til borgere og turister. Bedre formidling giver højere læring – og dermed større interesse og involvering. Vi skal altså styrke værdikæden *forskning – formidling – læring – involvering*.

Lykkes dette, så vil det også styrke de 3 øvrige strategiske valg.



Målbare pejlemærker frem til 2018:

- Min. 6 bachelorprojekter eller specialer med Odsherreds geologi, geografi e.l. som tema.
- Et større forskningsprojekt med Odsherreds geologi, geografi eller lignende som tema.
- Udvikling af undervisningstilbud til folkeskolen og gymnasiet.
- Udvikling af undervisningsmateriale til feriekolonier, ekskursioner m.m.
- Udvikle undervisningsmoduler til folkeskolen.
- Gennemførelse af et PhD-projekt omkring Odsherreds landskab.
- Udvikling af en dybdegående "geofører"/guide for områdets geologi.
- Initiering af et større forskningsprojekt om Odsherreds randmoræners dannelse.
- Årligt udbyde Geoguide-uddannelsesmodul til potentielle guider m.m.
- Ca. 4000 skoleelever har gennemført Geokids-undervisningsforløbet og har opsat masker som et samlet kunstværk i landskabet.

Initiativer og handlinger i 2015

- Opbygge og udbygge kontaktnet til forskningsmiljøer i forhold til geologi, geografi, landskabspleje m.m.
- Arbejde for, at de første bachelorprojekter/universitetsspecialer med Odsherreds landskab som tema gennemføres i 2016.
- Udvikling af det Geo-guide-kursus til potentielle guider i efteråret 2015.
- Mindst 500 skoleelever har gennemført Geokids-undervisningsforløbet og opsat masker i deres lokale landskab.
- Udvikle undervisningsmateriale til feriekolonier, ekskursioner m.m. til sæsonen 2016.
- Udvikle kurser om landskabet i samarbejde med aftenskoler.



5.4 Samarbejde og identitet

Det er afgørende for en geopark, at den bygger på lokal opbakning og forankring. Målet er at skabe lokal bevidsthed, stolthed, engagement/samarbejde og bruge dette som afsæt for at give Odsherred en klarere og mere sammenhængende profil i omverdenens bevidsthed – hvilket bl.a. er afgørende i forhold til at skabe udvikling, vækst og bosætning. Der skal skabes en balance mellem åbenhed/ inddragelse på den ene side og klar forventningsafstemning på den anden side. Der vil være mange, der gerne vil "bruge" geoparken. Dette er i udgangspunktet positivt, men der bør være en klar grænse for, hvad Geopark Odsherred skal/kan bruges til. Samtidig er det dog afgørende, at det skal opleves som attraktivt at samarbejde med Geopark Odsherred

På den korte bane skal der udarbejdes partnerskabsaftaler mellem geoparken og de forskellige interessenter, ligesom der skal skabes dels et partnerforum, hvor den store delmængde af foreninger, lokalsamfund og ildsjæle kan deltage og hvor der årligt sker en dialog og dels et udviklingsforum, hvor partnere med længerevarende og forpligtende samarbejde kan orientere sig om geoparkens stade og udvikling og koordinere tværgående processer. Samtidig skal der udvikles et regelsæt om benyttelse af varemærket/logoet Geopark Odsherred. Dette skal sikre en gennemskuelse for alle parter.

Geoparkfestivalen har en særlig rolle i denne strategi, idet den er en anledning til at den enkelte borger både kan være aktør i og bruger af geoparken.

Skolerne og kulturinstitutioner er væsentlige aktører i arbejdet med identitetsskabelse. Hvis det lykkes at få geoparken indarbejdet i skolerne dagligdag og i kulturinstitutionernes arbejdsgrundlag, så vil det få stor betydning for borgernes kontaktflader til geoparken – og for forståelsen af egnens særlige styrkepositioner.

Målbare pejlemærker i 2018:

- Minimum 20 samarbejdsaftaler med lokalsamfund, organisationer og foreninger.

Initiativer og handlinger i 2015

- Udvikling og etablering af partnerskabsaftaler.
- Etablering af retningslinjer for samarbejdspartneres brug af geopark-logo.
- Skabelse af årligt partnerforum for foreninger, lokalsamfund og ildsjæle.
- Etablering af udviklingsforum for større geopark-partnere hvor tværgående processer udvikles og koordineres.
- Bidrage til foreningen for Geopark-festivalen omkring etablering af årlig festival – i samarbejde med lokalsamfund, foreninger, kulturinstitutioner og ildsjæle.

6. Organisering

Pr. 1. april 2015 selvstændiggøres Geopark Odsherred. Der etableres et lille sekretariat med 2 medarbejdere og en deltidsdirektør. Det er åbenlyst, at ovenstående strategi ikke kan foldes ud af sekretariatet alene. Det er derfor afgørende, at der opbygges en netværksorganisation, hvor en række partnere indgår i et fast og formelt samarbejde med Geopark Odsherred og sekretariatet.

En række udviklingsopgaver skal således varetages af partnere gennem partnerskabsaftaler. Det gælder eksempelvis:

- Udvikling og udbud af undervisningstilbud.
- Udvikling og etablering af Højbjergstiens næste etaper.
- Udvikling og udbud af kommercielle produkter/turisme.
- Udvikling og udbud af guidede ture.

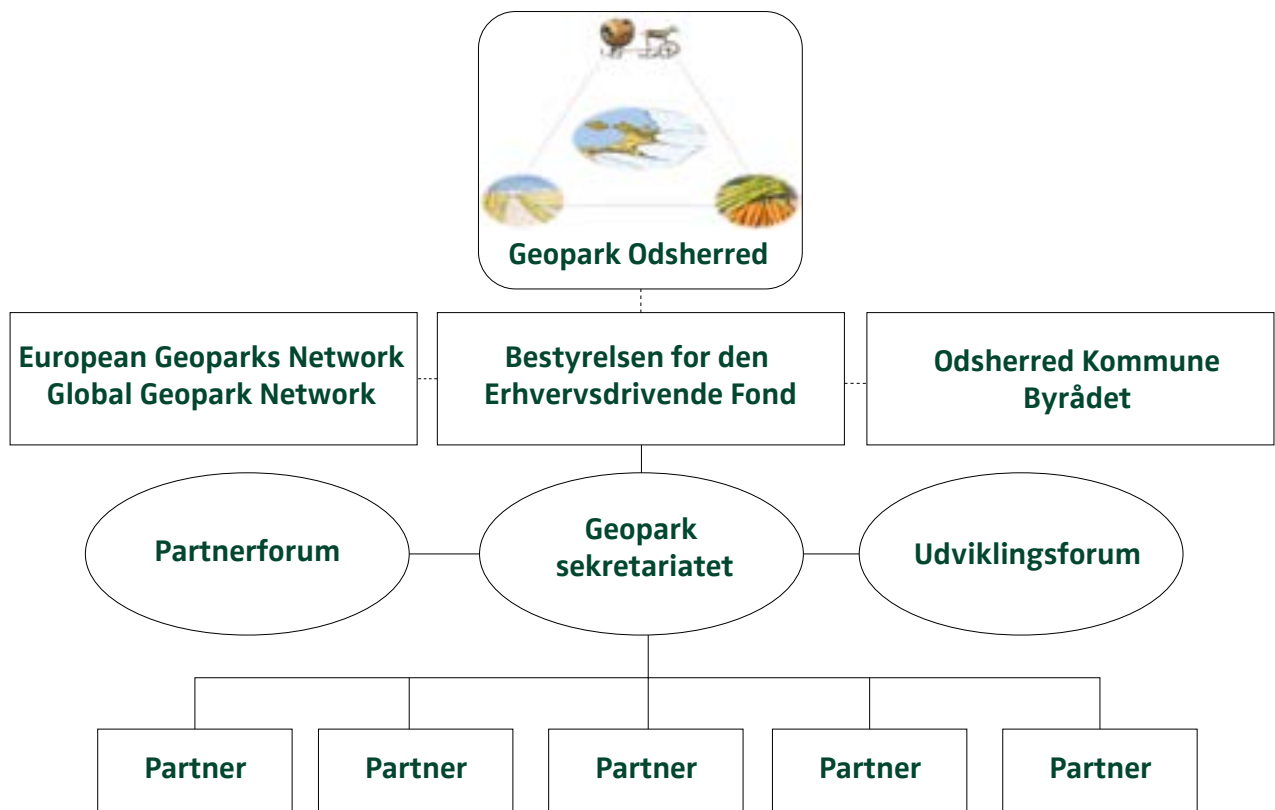
For at sikre en effektiv koordinering mellem samarbejdspartnere og Geopark Odsherred, etableres der i 2. kvartal 2015 et *Udviklingsforum*, som minimum 2 gange årligt mødes med henblik på at koordinere og afstemme de forskellige indsatser.

Udviklingsforum består af de partnere, som indgår i et længerevarende og forpligtende samarbejde med Geopark Odsherred. I udgangspunktet er Udviklingsforum sammensat således:

- Naturstyrelsen Vestsjælland
- Center for Natur, Miljø og Trafik
- Center for Sekretariat og Digitalisering
- Center for Dagtilbud og Uddannelse
- Center for Kultur og Fritid
- Museum Vestsjælland
- Odsherred Teater
- Odsherreds Naturskole
- VisitOdsherred

Udover *udviklingsforum*, afholdes der én gang årligt et *partnerforum*, som vil være en slags årsmøde for alle, der på en eller anden måde arbejder med geoparken.

Oversigt over organiseringen af Geopark Odsherred er vist i diagrammet på næste side.



Organisationsdiagram for Geopark Odsherred.



7. Processen frem til 2018

Denne strategi forelægges den kommende bestyrelse til godkendelse i 1. kvartal 2015. Herefter tages den op til årlig revision i begyndelsen af hvert kalenderår og der udarbejdes en årlig handlingsplan over konkrete initiativer og aktiviteter ud fra de i strategien beskrevne pejlemærker – sammenholdt med de økonomiske ressourcer.

Senest i foråret 2018 skal der tages initiativ til en ny strategi for 2019 – 2022.





Geopark Odsherred



GLOBAL
GEO PARKS
NETWORK



Geoparks