

Klimatorium

Danmarks internationale klimacenter



c2c
Coast to Coast
Climate Challenge



LEMVIG VAND



Lemvig Kommune

“Foranalyse Klimatorium”, summary in English

Pre-analysis, September, 2017

Climatorium is a research center in coastal and fjord-like environments. A showcase for companies, organizations and authorities in the field of water and climate. A meeting point for knowledge and insight into and understanding of climate problems and solutions.

The purpose of the preliminary analysis

- To examine the key stakeholders, wishes and needs in relation to Klimatorium
- To concretize the understanding of what Klimatorium is and must be
- To screen and uncover potentials and inspiration projects
- To provide input for the preparation of construction program and architectural competition
- To identify key points of attention for its further course for the realization of Klimatorium

Interview with stakeholders

Qualitative, semi-structured interviews with selected stakeholders constitute the primary data base of the analysis. Total an interview was conducted with 17 stakeholders who were appointed in collaboration between Lemvig Vand and Spildevand and Lemvig Municipality. In the table on the next page there is one overview of the interviewed actors. The interviews had

a duration of 30-60 minutes and was completed over the phone.

Interviewed stakeholders

- Companies, authorities, educational institutions, etc. :

Navn	Stilling	Organisation
Oliver Back	Direktør	Wintec
Jonathan Cope	Salgschef	Fortum Waste Solutions
Henrik Ibsen	Adm. direktør	Geopartner A/S
Hans Axel Kristensen	Direktør	Plastix
Christoffer Buch-Larsen	Projektleder for innovation i C2C	Region Midt
Sarah Lund,	Kontorleder	Udenrigsministeriet, Handelskontor i New Zealand
Lotte Thøgersen	Forsknings- og uddannelseschef	VIA University College
Bo Larsen	Rektor	Lemvig Gymnasium
Ane Høiberg Nielsen	Afdelingschef, Kyst og Klima	Kystdirektoratet
Thomas Holst	Projektleder	Geopark Vestjylland
Kristian Hansen	Turistchef	Lemvig Turistforening
Erik Flyvholm	Borgmester	Lemvig Kommune
Ole Pedersen	Direktør, Familie og Kultur	Lemvig Kommune
Mariane Vistisen Lindskov	Leder af plan og projekt	Lemvig Kommune
Jørgen Nørby	2. viceborgmester, Formand for Lemvig Vand og Spildevand	Lemvig Kommune og Lemvig Vand og Spildevand
Anette Vesterbæk Andersen	Spildevand	Lemvig Vand og Spildevand
Albert Jensen	Økonomichef	Lemvig Vand og Spildevand
	Ledningschef	

Cross-cutting main results:

The main results from the stakeholder analysis can be summarized in five points that paint an overall picture of how the stakeholders perceive Climatorium - and what they attribute special significance for the realization and success of the project.

- 1. A visionary and ambitious project with broad support

The interviewed stakeholders express great interest in Climate control and expresses broad support for the project. Overall, Climatorium is experienced as a meaningful project with high ambitions and great potentials. However, it is emphasized that that it is a challenging project whose realization places great demands to the organization and the people in charge of it.

- 2. A meaningful placement that commits

The majority of the interviewees experience that Klimatorium connects naturally depends on the place-based characteristics and qualities that characterizes Lemvig. They estimate that Klimatorium is doing well along with the geography of the area and the historical and contemporary initiatives and activities in the area. At the same time, several point out that the attractive location at the port of Lemvig provides Klimatorium an obligation to open up and give something back to the city.

- 3. The organizational structure is as important as the physical one

Many people see it as crucial that Klimatorium is not just thought of as one physical building. In their eyes, it is the activities and relationships that physics must form a framework that has the real value. Therefore is it in absolutely crucial, early to establish a good organizational framework for the actors, activities and networks that must form the heart of Klimatorium.

- 4. Local anchoring and good external collaborations are crucial

The vision with Klimatorium enjoys great local support and good will. That is a strong starting point for the realization of the project. But it is important to be aware that this support is based on a number – not completely uniform - expectations and notions of what Klimatorium can be. It is therefore important to support the local anchoring and good external collaborations.

- 5. Need for prioritization of activities and target groups

In the realization phase, there will be a need to concretize the vision and make a wide range of priorities. This will mean opt-in and opt-out of different parts of the project. To ensure continued good will, support and local anchoring, there will be a need for involvement and involvement of key stakeholders.

Input to construction program - Collection on wishes and needs:

The interviewed actors have many overall ideas and wishes for facilities and functions in Climatorium, but only limited input to the concrete design of the building and disposition. The actors do not yet have the necessary prerequisite to be able to formulate their own needs for Climatorium as they do not have an accurate picture of Climatorium's physical and organizational design.

Should the wishes and needs that the stakeholders have as a whole for Climatorium, there is a need to think together functions and create multifunctional, flexible frameworks. In the process leading up to the final space program, it is important to focus on features, rather than concrete design. It is the precondition for being able to create a solution that covers so as many needs as possible.

Across the board, there is an overall desire for cabinets:

- An iconic and spectacular building whose architecture reflects its function
- An open, inviting and accessible building
- A flexible and scalable building that can be adapted different needs over time
- A multifunctional building whose space is programmed to accommodate more features
- An economically sustainable building where there is correlation between the value you get and the price you pays

At the more concrete level, more stakeholders are in demand the following conditions:

- A mix of closed and open office workplaces
- Reception / daily management / hosting
- Good working environment (sound, light, indoor climate) and attractive jobs for companies, researchers and students
- Canteen / cafe / social gathering point - with public access
- Communication architecture - exhibition environment inside and out
- Good conference facilities (eg multifunctional auditorium)
- Group rooms, work rooms, meeting rooms in different sizes
- An inspiring, inviting and activating outdoor area
- Changing facilities (with clean / dirty entrance)

- Parking for commercial vehicles close by

Tourism and visitor potentials

Climatorium can - depending on the functions of the house and marketing - have an interest in both business developers and other people with professional or private interest in climate.

Business tourism

Within business tourism, Danish and international employees will from municipalities, wastewater and water supplies be special obvious. In addition, consultants and companies that develop new ones solutions could also be of interest. To take advantage of this potential best and expand the market for business visits in

Climatorium, visits must be facilitated and packaged so that it becomes easy for interested players to familiarize themselves with other relevant offers

in the area, arrange accommodation, transport, tour, etc.

There is a concept in the region within energy solutions, namely Energisafari, which organizes tour visits for 6,000 - 7,000 energy business tourists a year. A similar concept or direct collaboration with Energisafari would therefore be obvious.

Destination tourism - the coast pulls

With its location in Lemvig, Klimatorium is centrally located in relation to some of the largest Danish coastal destinations. It allows to attract the particular segments interested in nature and culture. There are already a number of offers for these segments in the area, eg Coastal Center Thyborøn, Geopark, West Jutland, Frilandsmuseet Hjerl Hede, Struer Museum, Lemvig Museum, Thyholm Regional Museum, Holstebro Museum, Jyllandsakvariet, Kjærgaard Mølle and Bjørndal Kalkgrav Nature School.

The actual visitor potential is great. But tourists must be drawn in larger number for Climate Change, an experience beyond that is required usual measures. Lemvig is visited annually by a large number of yachtsmen and coastal and nature tourists. According to Statistics Denmark had Destination Hvide Sande about 3.7 million. overnight stays and Destination Enjoy Limfjorden 2.1 mio. overnight stays. It is estimated from previous surveys that 35% of these guests visit museums and

exhibitions. It is not only the very close tourist destinations that has potential, for guests are often prepared to drive far for them attractions. According to Visit-Denmark, almost half are willing to to drive between ½ to 1 hour to visit cultural attractions and barely a quarter, willing to drive all the way up to between 1 and 1½

hour. The majority of the tourists arrive in their own means of transport the resorts.

Foranalyse

Klimatorium

September, 2017



Indholdsfortegnelse

1. Indledning og afsæt	3
2. Om foranalysen	6
3. Tværgående hovedresultater	9
3.1 Et visionært og ambitiøst projekt med bred opbakning	11
3.2 En meningsfuld placering, der forpligter	12
3.3 Den organisatorisk opbygning er så vigtig som den fysiske	13
3.4 Lokal forankring og gode eksterne samarbejder er afgørende	15
3.5 Behov for prioritering af aktiviteter og målgrupper	16
4. Input til byggeprogram	19
4.1 Mange ideer og ønsker, men endnu kun få konkrete behov	20
4.2 Ønsker og behov til de fire aktivitetsspor og den arkitektoniske ramme	21
4.4 Samlede input til byggeprogram	28
5. Turismepotentialer	29
6. Inspirationsprojekter	32

Bilag 1: Inspirationsprojekter

”Klimatorium er et forskningscenter i kyst og fjordnære miljøer. Et udstillingsvindue for virksomheder, organisationer og myndigheder inden for vand og klima. Et samlingspunkt for viden og indsigt i og forståelse af klimaproblemer og –løsninger”

Dagbladet Holstebro Struer, d. 27. april 2017

01

Indledning og afsæt

Indledning

Et højaktuelt projekt

Nye løsninger på globale og lokale udfordringer

Klimaforandringer en global problemstilling, der udfolder sig lokalt på særlige måder. Klimaforandringerne har medført, at tidligere usynlige problemstillinger og processer nu påkalder sig opmærksomhed, træder frem og dukker op til overfladen. Det betyder at udfordringerne – og ikke mindst løsningerne – bliver nærværende og relevante.

Lemvig oplever en række særlige udfordringer i forhold til klimaforandringer. Og har mødt disse med innovative løsninger, der har påkaldt sig stor interesse og international bevågenhed. I den sammenhæng er den visionære idé om et Klimatorium, hvor der udvikles løsninger de forestående udfordringer, opstået.

Lemvig Vand og Spildevand og Lemvig Kommune står sammen om opførelsen af Klimatorium på den østlige del af Lemvig Havn. Projektet er en del af EU's Coast to Coast Climate Challenge program.

Klimatoriums formål

I beskrivelsen af Klimatorium fra september 2015 formuleres projektets formål som følger:

”Etablering af Klimatorium har til formål at skabe et fysisk fyrtårn i Region Midt, hvor både virksomheder, innovatorer, myndigheder og administration og turisme med udgangspunkt i klima kan være under fælles tag. Et hovedmål er at skabe arbejdspladser i regionen og Lemvig. [...]”

Visionen for Klimatorium er at skabe en ikonisk bygning på havnen i Lemvig, der danner ramme om aktiviteter, der relaterer sig til klima i bred forstand, inden for erhverv, forskning, uddannelse og formidling.

Et dobbelt formål

Kort sagt er Klimatorium en ramme for innovation med fokus på klima, bæredygtighed, energiteknologi og cirkulær økonomi. Med det dobbelte formål at udvikle nye løsninger til at håndtere de udfordringer, der opleves overalt på kloden, samt skabe lokal udvikling og arbejdspladser.

Afsættet

Strategisk fundament og strategiske potentialer for Klimatorium

Klimarelateret innovation i fokus

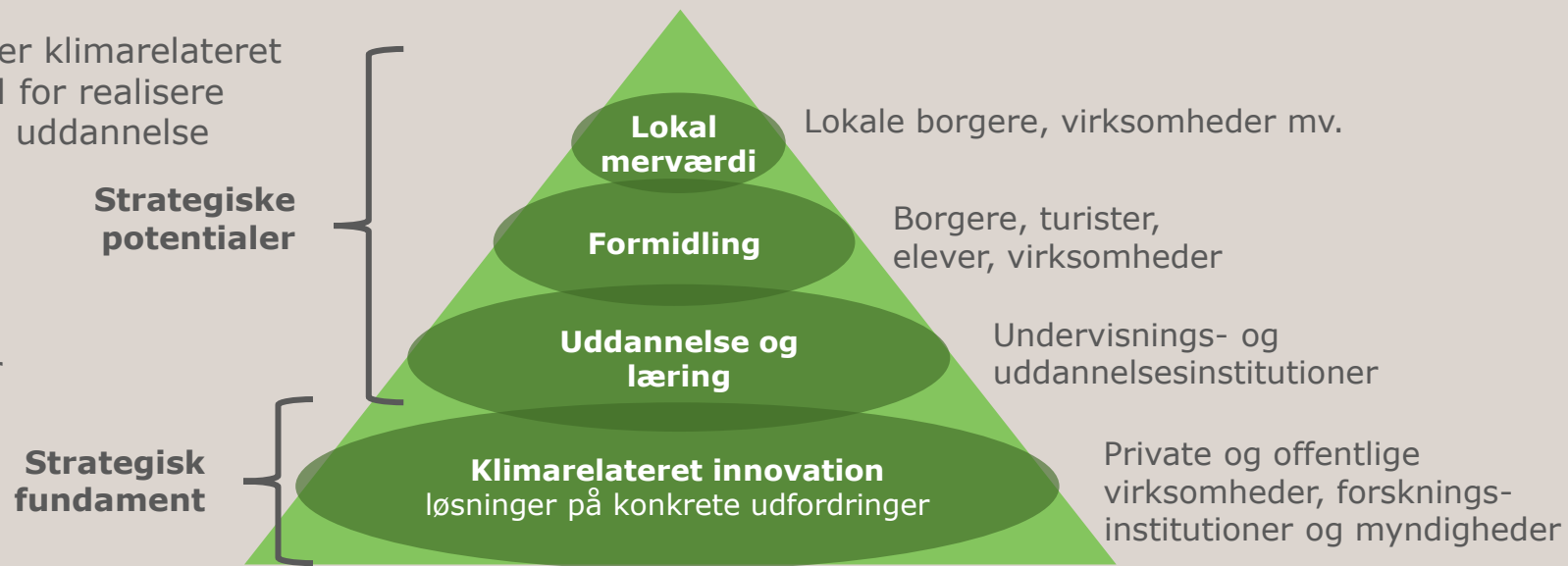
Klimatoriums grundtanke er at skabe en stærk ramme for værdiskabende samarbejder og innovativ udvikling i krydsfeltet mellem fire typer af aktører: Private virksomheder, offentlige virksomheder og myndigheder, forskningsinstitutioner og civilsamfundet.

Det strategiske fundament for Klimatorium er klimarelateret innovation. På det grundlag er der mulighed for realisere en række strategiske potentialer i forhold til uddannelse og læring, formidling og lokal merværdi.

Fra Triple- til Quadrople-Helix

Klimatorium organisatoriske set-up er en udbygning af den traditionelle Triple-Helix innovationsmodel – baseret på samarbejder mellem private og offentlige aktører som forskningsinstitutioner. I Klimatorium tilføjes en fjerde dimension, i form af civilsamfundets ressourcer.

Ved at inddrage offentligheden i Klimatorium, fx gennem formidling, og uddannelsesaktiviteter, skabes lokalt ejerskab og forankring, som gør det muligt at bygge bro til og skabe synergi med de til aktiviteter og ressourcer, som ildsjæle, frivillige iværksættere og andre borgere kan tilbyde.



Figur 1: Strategisk fundament, strategiske potentialer og potentielle målgrupper for Klimatorium

02

Om foranalysen

Om foranalysen

Formål, metode og datagrundlag

Et succesfuldt og aktivt Klimatorium skal være bæredygtigt i både økonomisk, miljømæssig og social forstand. Dette kræver at Klimatorium bliver funderet godt. For at skabe et solidt fundament for realiseringen af Klimatorium har NIRAS gennemført en foranalyse for.

Formålet med foranalysen

- At undersøge centrale interessenters holdninger, ønsker og behov ift. Klimatorium
- At konkretisere forståelsen af, hvad Klimatorium kan og skal være
- At screene og afdække potentialer og inspirationsprojekter
- At give input til udarbejdelse af byggeprogram og arkitektkonkurrence
- At udpege centrale opmærksomhedspunkter for det videre forløb for realiseringen af Klimatorium

Metodisk bygger foranalysen dels på kvalitative telefoninterview og dels på desk research.

Interview med interessenter

Kvalitative, semistrukturerede interview med udvalgte interessenter udgør analysens primære datagrundlag. I alt er der gennemført interview med 17 interessenter, der blev udpeget i samarbejde mellem Lemvig Vand og Spildevand og Lemvig Kommune. I tabellen på næste side findes en oversigt over de interviewede aktører. Interviewene havde en varighed på 30-60 minutter og blev gennemført over telefonen.

Øvrige data

Derudover bygger foranalysen på gennemgang af det eksisterende materiale om Klimatorium, screening af lignende projekter samt afdækning af turismepotentialer. Som del af foranalysen blev der d. 14. september afholdt en kvalificeringsworkshop med repræsentanter for Lemvig Kommune og Lemvig Vand og Spildevand.

Foranalysen er udarbejdet af NIRAS i juni-september 2017.

Interviewede interessenter

Virksomheder, myndigheder, uddannelsesinstitutioner, m.fl.

Navn	Stilling	Organisation
Oliver Back	Direktør	Wintec
Jonathan Cope	Salgschef	Fortum Waste Solutions
Henrik Ibsen	Adm. direktør	Geopartner A/S
Hans Axel Kristensen	Direktør	Plastix
Christoffer Buch-Larsen	Projektleder for innovation i C2C	Region Midt
Sarah Lund,	Kontorleder	Udenrigsministeriet, Handelskontor i New Zealand
Lotte Thøgersen	Forsknings- og uddannelseschef	VIA University College
Bo Larsen	Rektor	Lemvig Gymnasium
Ane Høiberg Nielsen	Afdelingschef, Kyst og Klima	Kystdirektoratet
Thomas Holst	Projektleder	Geopark Vestjylland
Kristian Hansen	Turistchef	Lemvig Turistforening
Erik Flyvholm	Borgmester	Lemvig Kommune
Ole Pedersen	Direktør, Familie og Kultur	Lemvig Kommune
Mariane Vistisen Lindskov	Leder af plan og projekt	Lemvig Kommune
Jørgen Nørby	2. viceborgmester, Formand for Lemvig Vand og Spildevand	Lemvig Kommune og Lemvig Vand og Spildevand
Anette Vesterbæk Andersen	Økonomichef	Lemvig Vand og Spildevand
Albert Jensen	Ledningschef	Lemvig Vand og Spildevand

03

Tværgående hovedresultater

Tværgående hovedresultater

Hovedresultaterne fra interessentanalysen kan opsummeres i fem punkter, der tegner et samlet billede af, hvordan interessenterne opfatter Klimatorium – og hvad de tillægger særlig betydning for projektets realisering og succes.

1. Et visionært og ambitiøst projekt med bred opbakning

De interviewede interessenter udtrykker stor interesse for Klimatorium og udtrykker over bred kam opbakning til projektet. Overordnet set opleves Klimatorium som et meningsfyldt projekt med høje ambitioner og store potentialer. Det understreges dog, at det er et udfordrende projekt, hvis realisering stiller store krav til den organisation og de personer, der står i spidsen for det.

2. En meningsfuld placering, der forpligter

Hovedparten af de interviewede oplever, at Klimatorium knytter naturligt an til de stedbunde karakteristika og kvaliteter, der kendetegner Lemvig. De vurderer, at Klimatorium hænger godt sammen med områdets geografi og de historiske og nutidige initiativer og aktiviteter i området. Flere påpeger samtidigt, at den attraktive placering på havnen i Lemvig giver Klimatorium en forpligtelse til at åbne op og give noget tilbage til byen.

3. Den organisatoriske opbygning er så vigtig som den fysiske

Mange ser det som afgørende at Klimatorium ikke blot tænkes som en fysisk bygning. I deres øjne, er det de aktiviteter og relationer, som fysikken skal danne ramme om, der har den egentlige værdi. Derfor er det i helt afgørende, tidligt at få etableret en god organisatorisk ramme for de aktører, aktiviteter og netværk, der skal udgøre hjertet i Klimatorium.

4. Lokal forankring og gode eksterne samarbejder er afgørende

Visionen med Klimatorium nyder stor lokal opbakning og good will. Det er et stærk afsæt for realiseringen af projektet. Men det er vigtigt at være opmærksom på, at denne opbakning bygger på en række – ikke helt ensartede – forventninger og forestillinger om, hvad Klimatorium kan blive. Det er derfor vigtigt at understøtte den lokale forankring og gode eksterne samarbejder.

5. Behov for prioritering af aktiviteter og målgrupper

I realiseringsfasen vil der være behov for at konkretisere visionen og træffe en lang række prioriteringer. Det vil betyde til- og fravalg af forskellige dele af projektet. For at sikre fortsat good will, opbakning og lokal forankring, vil der i denne fase være behov for inddragelse og involvering af de centrale interessenter.

1. Et visionært og ambitiøst projekt med bred opbakning

De interviewede interessenter udtrykker stor interesse for Klimatorium og udtrykker over bred kam opbakning til projektet. Overordnet set opleves Klimatorium som et meningsfyldt projekt med høje ambitioner og store potentialer.

Langt hovedparten af de interviewede interessenter ser et stort potentiale i Klimatorium projektet, som de vurderer kan tilføre både deres egne organisationer og området som helhed værdi. Flere kan umiddelbart se sig selv spille en rolle i et kommende Klimatorium. Præcist hvilken, understreger de, afhænger dog af hvordan tankerne bag Klimatorium tager form.

Det understreges dog, at det er et udfordrende projekt, hvis realisering stiller store krav til den organisation og de personer, der står i spidsen for det.

- Der er udpræget interesse for og opbakning til Klimatorium
- Projektet opfattes som visionært, ambitiøst og udfordrende
- Interessenterne ser store potentialer i projektet, og vurderer, at kan skabe stor værdi – både lokalt og i et større perspektiv
- Men understreger også, at det vil kræve en kompetent og energisk indsats at realisere det ambitiøse projekt

*”Det er spændende og relevant, [...] har [man] de **store ambitioner**, griber man det rigtig an, så har man **en accelerator for noget spændende** og som kan indløse noget, som man [end] ikke drømmer om nu.” (interview 15)*

*”Det er noget af det allermest spændende, det er at man får skabt den her **smeltedigel mellem forskning og erhverv**.” (interview 8)*

*”Jeg synes, det spændende ved Klimatorium er **den bredde, der er lagt op til**. Det glæder jeg mig til at se udfoldet. Men jeg tror også, det bliver svært. [...] De har en rigtig stor opgave foran sig. Men **lykkes det, bliver det unikt**.” (interview 10)*

2. En meningsfuld placering, der forpligter

Hovedparten af de interviewede oplever, at Klimatorium knytter naturligt an til de stedbunde karakteristika og kvaliteter, der kendetegner Lemvig. De vurderer, at Klimatorium hænger godt sammen med områdets geografi og de historiske og nutidige initiativer og aktiviteter i området. Flere påpeger samtidigt, at den attraktive placering på havnen i Lemvig giver Klimatorium en forpligtelse til at åbne op og give noget tilbage til byen.

- Stor enighed om, at Klimatorium ligger godt og meningsfuldt på østhavnen i Lemvig, på kanten af Limfjorden
- Sammenhængen mellem Klimatoriums indhold og beliggenhed beskrives som stærk og vigtig
- Den attraktive beliggenhed på havnen giver mulighed for at realisere en unik bygning.
- Interessenterne understreger, at beliggenheden på havnen forpligter
- Det er vigtigt at skabe sammenhæng mellem Klimatorium og resten af havnen, og at Klimatorium åbner sig mod og giver noget tilbage til byen
- Udearealerne rumme et godt potentiale for at binde Klimatorium sammen med resten af byen og for at skabe populære aktiviteter og byrum

*”Jeg synes det er en **genistreg** at flytte tingene derud, hvor tingene er. Så vi er absolut positive over for projektet” (interview 1)*

*”Ambitionen er at lave **et unikt hus** som er attraktivt for den type projekter. Vi skal lave rammerne og den skal paceres det rigtige sted. På kanten af Limfjorden så er man i **orkanens øje**” (interview 12)*

*”Som udstillingsvindue er det et **glimrende sted, for det ligger tæt på de klimaændringer, der er**. Som udgangspunkt kan man lave ekskursioner, [...] til de ting der sker, og scenarier til, hvad der kan ske, hvis man ikke tager udfordringerne alvorligt.” (interview 3)*

*”Fordelen ved at være her, det er at der er mere rum for samarbejde mellem universiteter, så man kan gøre sig fri af den universitetspolitiske dagsorden. **Det vil kunne shine på en anden måde [i Lemvig], end hvis det var i Aarhus eller København.**” (interview 3)*

3. Den organisatoriske opbygning er så vigtig som den fysiske

Mange ser det som afgørende at Klimatorium ikke blot tænkes som en fysisk bygning. I deres øjne, er det de aktiviteter og relationer, som fysikken skal danne ramme om, der har den egentlige værdi. Derfor er det i helt afgørende, tidligt at få etableret en god organisatorisk ramme for de aktører, aktiviteter og netværk, der skal udgøre hjertet i Klimatorium.

- Interessenter med konkrete erfaringer fra andre innovationshuse påpeger, at den organisatoriske struktur er afgørende at få på plads sideløbende med den fysiske struktur
- Den rette organisation er grundlag for at få de aktiviteter og det liv i huset, som man ønsker
- Grundlaget for husets aktiviteter og samarbejdsånd skal påbegyndes nu
- Der er behov for facilitering af godt, tillidsfuldt samarbejde mellem de forskellige – potentielt konkurrerende – aktører i Klimatorium
 - Daglig ledelse, facilitetering af netværk og samarbejder, advisory boards, support, fundraising, kommunikation, mv.
- Flere udtrykker behov for at se organisationen bag huset – som grundlag for at vurdere eget engagement
- Organisationens skal tænkes ind i driftsøkonomien

*“Man skal sørge for at **tænke det organisatoriske ind fra starten**. Jeg tror, den [del] er ligeså vigtig som den fysiske ramme. **Hvad er det for et samfund og liv, man vil skabe i Klimatorium?** Hvilken stemning skal skabes i huset? Der skal de organisatoriske rammer være på plads” (interview 17)*

*“Så skal man kunne trække projekterne til, så fagligheden bliver interessant. **Vi skal have parterne på plads**. Vi vil hjælpe med placeringen og rejse økonomien. Og så har vi **behov for at samarbejdspartner**, der skal løfte det faglige miljø” (interview 12)*

*“Der er nødt til at være **en tovholder**, en eller to fastknyttet til huset, der arbejder med at det fungerer. Både marketing og salgsmæssigt. Det er huset og idéerne, der skal sælge sig. **Det kan ikke sælge sig selv**. Hvis ikke der er folk tilknyttet, så kan det ikke fungere.” (interview 4)*

3. Den organisatoriske opbygning er så vigtig som den fysiske

"Der skal være nogen, der sikrer, det samarbejde – det vil være svært at skabe synergi mellem de forskellige parter, hvis der er ikke er nogen, der har ansvar for at connecte det her. Triple og quadro helix fungerer kun, hvis nogen har ansvar for at facilitere det. Virksomheder har jo fokus på profit. Så i det daglige vil de have fokus på, hvordan de tjener penge – ikke hvordan, de sikrer en god triple helix ånd i huset. Der skal sættes midler af til at drive huset i den ånd" (interview 17)

"Jeg håber også på et inkubator-miljø, hvor der kan tilknyttes lokale business angels, men **det kræver en vis dynamik i organisationen og i den person, de sætter i spidsen for det.**" (interview 13)

"Det [er] vigtigt, at man inden huset står færdigt, begynder at tage hånd om aktiviteterne. Holder gryden i kog. **Man skal ikke vente.** Der skal etableres samarbejder på tværs og folk skal kobles sammen [...] Der går tre år inden huset står der. **Så kom i gang. Få folk connectet.** Det skal ikke være huset, der målet i sig selv, [...]. Ellers kan det være svært at holde liv i det." (interview 17)

"Jeg tænker i hvert fald åbne lokaler, så man sikrer at man omgås hinanden, så man kan dele, alt fra smil, hilsner og opdateringer" (interview 14)

"Jamen, det skal derhen, at man kan se, at dem der er i huset, **de vil hinanden**, at det ikke bare er tom snak. Der er meget tom snak til. Vi er ikke verdensmestre til at arbejde sammen." (interview 4)

"Jeg forestiller mig at der skal etableres et permanent advisory board, så man samler parter, der kan fortælle hvad de arbejder med. En form for match-making, **en struktureret match-making, så nogen tager vare om, at det kommet til at ske**, at folk snakker sammen. Jeg ringer ikke til Lemvig, hvis jeg ikke er blevet parret [med nogen]. Så et formaliseret netværk [er vigtigt]." (interview 17)

"Har de kraftfulde erhvervsfolk bag, der kan sidde i, om ikke en officiel bestyrelse, så i interessefællesskaber? **Er det de rigtige navne, så man kan få lydhørhed?**" (interview 13)

4. Lokal forankring og gode eksterne samarbejder er afgørende

Interessenterne påpeger, at Klimatoriums succes i høj grad afhænger af, i hvilken grad det lykkes at omsætte den aktuelle lokale opbakning og goodwill samt den interesse de større nationale aktører har vist for projektet til konkrete og forpligtende samarbejder.

- Den lokale goodwill og synergi skal bruges aktivt – og holdes ved lige
- Byg videre på og skab gode samarbejder med de lokale aktiviteter og ressourcer:
 - Ift. virksomheder, services, formidling mv.
- Klimatorium har behov for ressourcer og erfaringer fra større organisationer – regionen, staten mv.
- Byg videre på de eksisterende gode samarbejdsrelationer til forskningsmiljøet – og opdyrk nye
- Ambitionsniveauet skal fortsat være højt for at vedligeholde de større aktørers interesse og omsætte den til forpligtende samarbejder

*”Jamen, vi er nødt til at være opmærksom på, at **det her kan vi ikke løfte alene i Lemvig**. Vi skal have regionens og statens opbakning til det. Ellers bliver det bare ingenting.” (interview 16)*

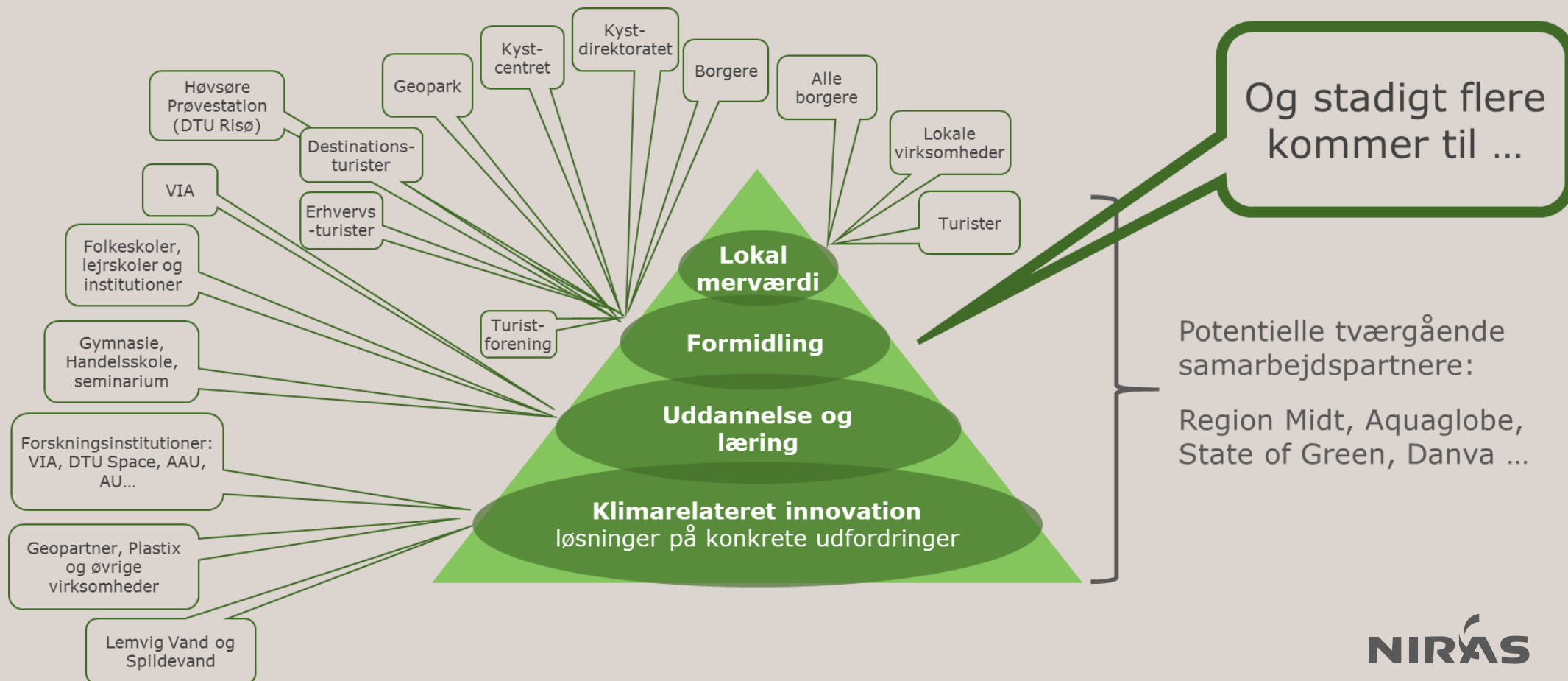
*”Det bliver afgørende at **holde tæt kontakt til de forskningsinstitutioner**, der skal være tilknyttet, så de bakker rigtigt godt op. Det arbejder man sikkert med. Sad jeg som chef for projektet ville jeg arbejde intenst på at det få god opbakning.” (interview 10)*

*”Man skal passe på med at det [ikke] bliver et topdown projekt [...] Så de lokale og iværksætterne også kommer ind og kan definere, **hvad der skaber værdi for dem**. Jo tidligere de kan involveres, jo større ejerskab får de også.” (interview 11)*

*”Det [Klimatorium] er **en central hub**, hvor der går tråde ud, og de elementer, som det kan lede ud til [...] det er bare her du starter, men du skal ud og møde aktørerne, for det er også en del af Klimatorium.” (interview 15)*

5. Behov for prioritering af aktiviteter og målgrupper

Der er mange potentielle målgrupper og samarbejdspartnere for i spil



5. Behov for prioritering af aktiviteter og målgrupper

Flere af interessenter påpeger, at mangfoldigheden i aktiviteter og målgrupper både er Klimatoriums styrke og potentielle svaghed. I realiseringsfasen er der behov for løbende konkretisering og prioritering og målgrupper og aktiviteter.

- Erkendelse af værdien i at 'tænke hele veje rundt' (Quadruple Helix)
- Men også erkendelse af nødvendigheden af at træffe klare strategiske valg og skærpe fokus
- En vanskelig, men nødvendig øvelse
- Præcisering og prioritering af aktiviteter og målgrupper som grundlag for:
 - At udarbejde en operationel vision
 - At etablere den rette organisation med de rette kompetencer
 - Etablere gode samarbejdsrelationer med aktører, der kan bringe værdi til centret
 - Klar forventningsafstemning mellem de involverede parter
 - Godt internt samarbejde
 - Tydelig ekstern kommunikation og markedsføring
 - Fordeling af m2 og udarbejdelse af byggeprogram

*"Men det skal **defineres præcist, hvad vi skal være de bedste i verden til?** [D]et skal være strategisk begrundet. [Det er vigtigt at] få en råd tråd i det, så man også får tænkt i målgrupper" (interview 11)*

*"Jeg kan godt følge, at man lige pludseligt vil have alle mulige ekstra synergier på. Men man skal passe på. [...] **Jo flere særhensyn man tager, jo mere udvandet kan konceptet blive.** [...] Man skal honorere det, der harmonerer med dét, man ellers vil med det. Det kan give opbakning lokalt, at man tager de [lokale] hensyn, men på den lange bane er det dyrt betalt, ift. det slør det giver i, hvad Klimatorium egentligt er, og hvad det er sat i verden for." (interview 11)*

5. Behov for prioritering af aktiviteter og målgrupper

”Jeg tror nærmere, man skal skærpe, altså skære fra, end man skal udvide. Men det er svært, for i et hvert valg er der også et fravalg. Og hvad hvis det var dér guldet lå? Men satser man på alle satser, man på ingen.”

(Interview 11)

”På et tidspunkt er det vigtigt, at man snævrer ind på, hvad er det vi vil? Skal vi det hele? [...D]et kan være, at det hele skal være der? Men det kan være, at noget skal være der i særligt grad. Vil vi både have borgere, og start-ups og uddannelse? Den er dialog er rigtig vigtig. Hvor tror vi på, at vi kan leve op til succeskriterier? Tager man en ekstra dimension med, så koster det. Både i kroner og i ører og i energi” (interview 17)

”Klima og energi, det sælger bare ikke sig selv. Vi er inde i noget, der grundlæggende ikke er særligt sexet. Det er ikke Djurssommerland. Man skal gøre sig 100 % klart, at det vil kræve markedsføringsressourcer. Det er ikke forskningsresultaterne i sig selv, der vil gøre Klimatorium kendt.” (interview 5)

04

Input til byggeprogram

Mange ideer og ønsker, men endnu kun få konkrete behov

De interviewede aktører har mange overordnede ideer og ønsker til faciliteter og funktioner i Klimatorium, men kun begrænsede input til bygningens konkrete udformning og disponering. Aktørerne har endnu ikke den nødvendige forudsætning, for at kunne formulere deres egne behov til Klimatorium, da de ikke har et præcist billede af Klimatoriums fysiske og organisatoriske udformning.

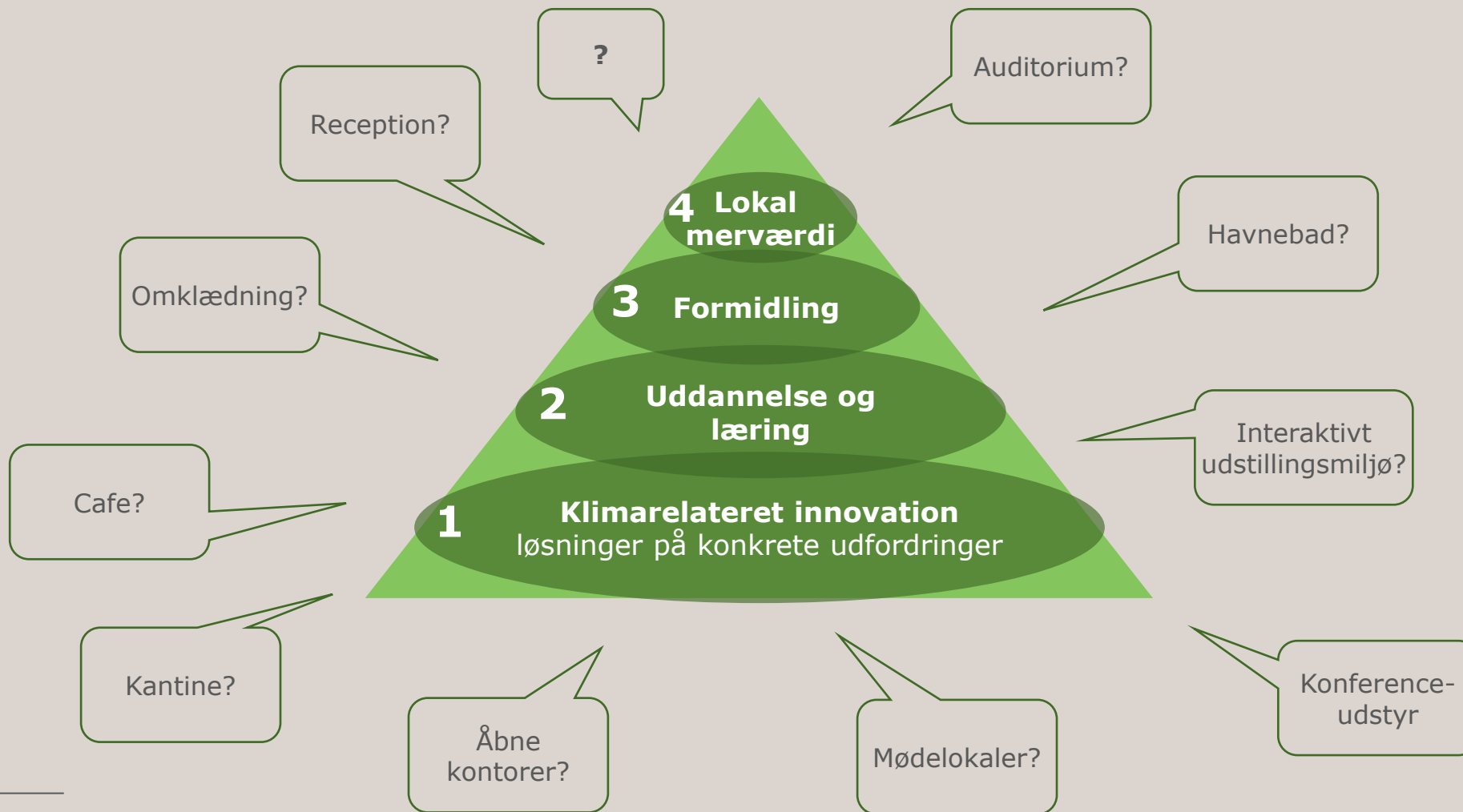
Mange af aktørerne kan umiddelbart se sig selv som en del af Klimatorium, men kan ikke forpligte sig endeligt på noget, før de kender projektet i flere detaljer, fx hvad angår husleje, arkitektonisk udformning, organisering og de øvrige aktører i centret.

- Mange ideer og ønsker til overordnede faciliteter og funktioner i Klimatorium
- Få interessenter har et klart billede af projektets endelige form, og det er derfor svært for dem at sætte ord på deres konkrete behov og ønsker
- Interessenternes behov og villighed til at forpligte sig konkret afhænger af, hvordan Klimatorium realiseres i detaljer
- Flere interviewede har gode input på baggrund af erfaringer fra andre, lignende innovationshuse – fx NOVI i Aalborg, Green Tech Center eller Resilience House i Vejle – hvor der bør hentes inspiration, erfaringer og sparring
- Delvist overlap mellem faciliteter og funktioner til de forskellige typer af aktiviteter

*Jeg synes det er **et rigtig godt initiativ**, og vi vil gerne støtte op. [...] ligger der en ramme vil vi bruge den, ingen tvivl om det. **Men hvordan er svært at sige, før det bliver mere konkret.**" (interview 13)*

*"Jeg kender ikke huslejen endnu, så **jeg ved ikke hvor dyrt, det bliver** ... det kan godt være, jeg siger det er fair." (interview 4)*

Ønsker og behov til de fire aktivitetsspor og den arkitektoniske ramme



1. Klimarelateret innovation

Værdi og interesse

Klimatorium kan skabe værdi for virksomhederne på flere måder. Konkrete nævner de interviewede virksomheder, at de har interesse i:

- At blive en del af et innovativt miljø og de synergier, der kan opstå
- At blive en del af en ramme, hvor forskning og erhvervsliv kan arbejde sammen på nye, fleksible måder
- Den attraktive placering på havnen
- At få et udstillingsvindue til større markeder
- Få kontakt til kompetente studerende til sig
- Være en del af et center, der sætter dagsordenen og gør beslutningstagere opmærksomme på problemstillinger, behov og løsninger ift. klima mv.

Men analysen viser også, at der er behov for fortsat højt ambitionsniveau for at skabe værdi for de større virksomheder og organisationer, som grundlag for at få dem ombord.



*"Der er **virkelig brug for det**. Der er brug for forskning indenfor det her – jeg har de første 100 idéer jeg kan give videre til en forsker: 'Kan I forestille jer det her, eller kan I være med til at udvikle det her?'" (interview 4)*

*"At tro at virksomhederne selv formår at løfte det, det tror jeg er farligt. Så vil det hurtigt gå i stå. For **virksomhederne har en bundlinje de skal passe**. Det er deres overlevelse. Men formår man, at få nogen til at gøre det, kan det være **en enorm styrke for en virksomheder at sidde i fællesskabet**. Det er min holdning. Man skal gøre det så attraktivt at sidde i huset, så det er en del af det, man betaler for at sidde i huset." (interview 17)*

*"Man skal virkelig være **globalt ambitiøse**, men skal binde sig" (interview 15)*

*"Det trækker, at der er **temadage** og faciliteter til det. [...] At trække **beslutningstagere** til dage der drejer [sig om] klima. Det giver pay-off. Det giver mere end at turister kan se en højvandsmåler [...] Lemvig ville kun få mere udvikling på erhvervssiden og kendskabssiden hvis det er den vej man går – i stedet for udstillinger" (interview 1)*

1. Klimarelateret innovation

Behov og ønsker til faciliteter og funktioner



De forhold, som virksomhederne nævner som relevante og interessante i Klimatorium er:

- En passende blanding af åbne og lukkede arbejdsstationer
- Fleksibel, skalerbar indretning
- Mulighed for fleksibel tilknytning i form af kortidsleje, ad hoc booking, mv.
- Gode arbejdsforhold (akustik, lys, indeklimate mv.)
- Faciliteter til driftsfolk: ren/beskidt indgang, omklædning, teknikrum, parkering (delvist sammenfald ml. LVS og Geopartner)
- Kantine – vigtigt socialt samlingspunkt til at binde huset sammen og understøtte samarbejde
- Reception – daglig ledelse, frontfigur, facilitering af netværk, samarbejder og eksterne besøg
- Mødelokaler – af varierende størrelser med det rette konferenceudstyr
- Fælles supportfunktioner – fx i forhold til fundraising, it, økonomi, innovation, mv.

*“Det er ikke bare et fortællerhus, men kunne vi samle aktører, de udviklingsorienterede virksomheder, hvor de ville være og udfordre hinanden, ift. **vand, cirkulær økonomi og klima**, der kunne være forretningsudvikling i det.” (interview 12)*

*“Vi har ikke brug for den fysiske ramme, vi sidder ikke nødvendigvis med folk på havnekanten i Lemvig. Det er mere den virtuelle ramme. At man kan være en del af det på afstand. **Den fleksibilitet ville vi have brug for**” (interview 13)*

*“Det der med **fundraising**, der sikrer, at der er aktiviteter og midler og udviklingsprojekter, som reelt finansierer omkostningerne, det er vigtigt” (interview 1)*

2. Uddannelse og læring

Behov og ønsker til faciliteter og funktioner

Uddannelsesinstitutioner udtrykker stor interesse for Klimatorium og ser et stort potentiale for at huset kan understøtte studerende og elevers kendskab til, interesse i og viden om klima, miljø, forretningsudvikling, mv.

Konkret udtrykkes der ønsker om følgende forhold til at understøtte uddannelses- og læringsaktiviteterne i Klimatorium:

- Grupperum og individuelle arbejdspladser til selvstudie, fjernstudier, projektarbejder mv.
- Konferenceudstyr og gode internetforbindelser (til fjernundervisning/fjernstudier)
- Auditorium hvor der kan formidles til større grupper
- Gode kontaktflader til virksomheder og forskning (projekter, inspiration, formidling), så der er en let indgang til de virksomheder og forskningsaktiviteter, der foregår i Klimatorium.
 - Fx en medarbejder eller en god digital platform, der kan facilitere projektsamarbejder mellem Klimatoriums virksomheder og uddannelsesinstitutionerne
- Et læringsrettet udstillingsmiljø med mulighed for eksperimentelle aktiviteter (gerne på forskellige niveauer)



*“Det er jo en af de største globale udfordringer vi har – klimatilpasning. **Det bør være en del af dannelsen hos ethvert ungt menneske.** I et dannelsesperspektiv er det en af de helt store udfordringer, som vi gerne vil sætte fokus på.” (interview 10)*

*“Et velfungerende **konferenceudstyr** [er vigtigt], så de føler, at de sidder i klassen, når de sidder i Lemvig. At vi hele tiden er up to date indenfor det nyeste udstyr i konferenceudstyr. Og gerne **små mødelokaler** [...] Og så ville det være fantastisk, hvis man har virksomheder i Lemvig-området, der kunne tilbyde spændende projekter til vores studerende. Så de ikke behøver at rejse andre steder hen. For det kommer ikke af sig selv. Nogen skal facilitere det.” (interview 17)*

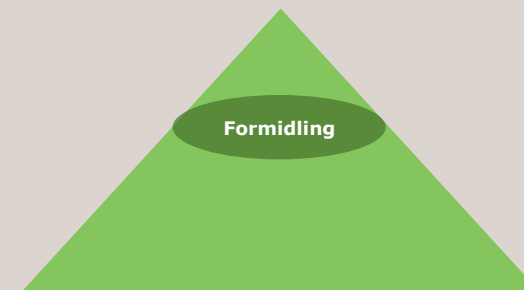
3. Formidling

Behov og ønsker til faciliteter og funktioner

Der er bred enighed om, at de klimarelaterede innovationsaktiviteter i Klimatorium vil skabe et stærkt og afvekslende formidlingsgrundlag. Klimatorium giver mulighed for at formidle vigtig viden om klimarelaterede udfordringer og løsninger på mange forskellige niveauer og til mange forskellige målgrupper.

- Udbredt ønske om at skabe rammer for en levende, engagerende formidling
- Men mange veje at gå for udstillingsmiljøet:
 - Leverandørbaseret eller formidlingsbaseret? Eksperimentelt eller kommunikerende? Hands-on eller interaktiv formidling?
- Design af udstillingsmiljø afhænger af det strategiske valg af målgrupper (primært erhvervsliv, beslutningstagere, turister, børn og unge eller studerende?)
- Ønske om gode faciliteter til konferencer og events, herunder auditorium
- Samt ønske om udendørs formidlingsmiljø og cafe

Flere påpeger, at jo flere målgrupper Klimatorium henvender sig til, jo vanskeligere bliver formidlingsopgaven, og jo flere ressourcer vil det kræve at designe et velfungerende udstillingsmiljø.



*"Det er noget af det allermest spændende, det er at man får skabt den her **smeltedigel mellem forskning og erhverv**. Det vil give en dynamisk formidling. Det er en **fødekilde til formidling**. Det er ellers ofte udfordringen. At skabe noget nyt og spændende. Her kan man skabe noget der hele tiden generer ny viden." (interview 8)*

*"Der skal være **noget interaktivt**, noget der engagerer de unge, de skal kunne mærke noget vand, nogle modeller af det. Skal man ofre så mange penge på det, skal man tænke formidlingsaspektet rigtigt meget igennem. **Noget der kan engagere alle** fra børnehave til de ældste elever i gymnasiet. Det er vigtigt." (interview 9)*

*"Vil man have et udstillingsmiljø er det rigtigt vigtigt, at man er **skarp på hvem det er for?**" (interview 17)*

*"Det er **svært at finde et sted at formidle til en større gruppe** [i Lemvig]. Evt. også i forbindelse med konferencer. Men [et auditorium] det kræver voldsomt med plads." (interview 8)*

4. Lokal merværdi

Behov og ønsker til faciliteter og funktioner

Mange interviewede ser et stort potentiale for at skabe lokal merværdi ved at udforme Klimatorium, så det også kan komme lokale borgere og turister til gode. Flere udtrykker ønske om et Klimatorium, der:

- Bliver et åbent rum, der kan fungere som mødested for lokalområdet – ikke et lukket kontormiljø
- Har god sammenhæng med og åbenhed til resten af byen og havnen
- Giver mulighed for at borgerne kan bruge auditorium/mødelokaler til aktiviteter
- Har udeområder med liv og aktivitet – og formidling

Der er mange konkrete ideer, ønsker og muligheder for at skabe lokal merværdi. Fx:

- Formidlingslegeplads, cafe, offentlige toiletter og badefaciliteter, havnebad, klimakunst, højvandssikring, et indendørs offentligt rum. Kommunen har tidligere indsamlet borgerønsker til faciliteter på havnen – og i dette materiale kan findes yderligere inspiration.

Men det er vigtigt at beslutninger om, hvilke merværdi-funktioner, der skal integreres i Klimatorium, træffes med skarpt øje den overordnede vision og det strategiske fundament. De ekstra funktioner må med andre ord ikke tage noget fra helheden.



*“Jeg håber det bliver **en levende del af Lemvig by**, at centret åbner sig mod lokalområdet” (interview 10)*

*“Det er meget vigtigt, at det **ikke bliver et lukket hus**, men et hus hvor borgerne siger “det er spændende at komme derover”. Og også når vi får gæster [udefra]” (interview 16)*

*“Jeg tror det er rigtig vigtigt at åbne op for, at det bliver et oplevelsescenter også for folk udefra. **At det ikke bliver et kontorhus, men et knudepunkt for Lemvig.** [...] Man kunne måske lave et lokalt folkeuniversitet dér, med foredrag for den almindelige borger. Jeg tror meget på det med **at lukke op for byens og regionens borgere. Det tror jeg kunne være en vigtig del af succesen.**” (interview 17)*

*“Man kunne lave [en klimalegeplads med] et udsnit af Jylland hvor Lemvig er med og aftegnet i rigtig højde. **Så hælder du vand i, så du simulerer hvordan det ser ud.** Hvornår forsvinder byen? Hvor forsvinder det der? Hov der røg Grenen” (interview 1)*

Den arkitektoniske ramme

Ønsker og behov

Interessenterne udtrykker opbakning til visionen om, at gøre Klimatorium til en ikonisk bygning. Der er et udpræget ønske om at Klimatorium bliver et arkitektonisk fyrtårn, der:

- Signalerer klima-relateret innovation
- Symboliserer de klimaudfordringer, vi står overfor
- Bruger placeringen og nærheden til kysten
- Levendegør og bruger mødet mellem bygningen og fjorden – fx ved at 'hudflette' hav og landskab
- Passer til og indgår i en dynamisk sammenhæng med resten af havnen
- Er åben og inviterende – i modsætning til et lukket kontorhus

Kort sagt en ikonisk bygning, som er et besøg værd og hvis spektakulære ydre afspejler de spektakulære aktiviteter, der foregår inden for.

Det er her vigtigt at kunne argumentere for nødvendigheden nærheden til fjorden for at opnå de nødvendige dispensationer og tilladelser



*“Det kan være, at bygningen ligger ude i vandet, eller at vi trækker vandet ind på terræn. **At man hudfletter stedet – vand og jord.** Det er i hvert fald oplagt, at stedet kan noget med at man får kontakt til vandet” (interview 7)*

*“Det er vigtigt at arkitekturen i det hele taget er en bygning, der **symboliserer den klimaudfordring** vi står overfor” (interview 9)*

*Man kunne forestille sig **udenoms-faciliteter, der beskrev de løsninger man har i huset.** Så det ikke kun er, når dørene er åbne, at man kan se løsningerne, men også uden for. Fx forsinkelsesbassiner, urban farming og vandrensning med planter” (interview 17)*

Samlede input til byggeprogram

Opsamling på ønsker og behov

Skal de ønsker og behov, som interessenterne samlet set har til Klimatorium imødekommes, er der behov for at sammentænke funktioner og skabe multifunktionelle, fleksible rammer.

I processen frem mod det endelige rumprogram, er det vigtigt at fokusere på funktioner, frem for konkret udformning. Det er forudsætningen for at kunne skabe løsninger, der dækker så mange behov som muligt.

Tværgående er der overordnet set ønske om skabe:

- En ikonisk og spektakulær bygning, hvis arkitektur afspejler dens funktion
- En åben, inviterende og tilgængelig bygning
- En fleksibel og skalérbar bygning, der kan tilpasses forskellige behov over tid
- En multifunktionel bygning, hvis rum er programmeret til at rumme flere funktioner
- En økonomisk bæredygtig bygning, hvor der er sammenhæng mellem den værdi man får og den pris man betaler

På det mere konkrete niveau efterspørger flere interessenter følgende forhold:

- En blanding af lukkede og åbne kontorarbejdspladser
- Reception/daglig ledelse/værtsskab
- Godt arbejdsmiljø (lyd, lys, indeklima) og attraktive arbejdspladser til virksomheder, forskere og studerende
- Kantine/cafe/socialt samlingspunkt – med offentlig adgang
- Formidlingsarkitektur – udstillingsmiljø inde og ude
- Gode konferencefaciliteter (fx multifunktionelt auditorium)
- Grupperum, arbejdsrum, mødelokaler i forskellige størrelser
- Et inspirerende, inviterende og aktiverende udeareal
- Omklædningsfaciliteter (med ren/beskidt indgang)
- Parkering til driftskøretøjer tæt på

05

Turismepotentialer

Et betydeligt, men ikke klart defineret turisme-potentiale

Turisme- og besøgspotentialer

Klimatorium kan – afhængigt af husets funktioner og markedsføring – have interesse for både erhvervsudviklere og andre folk med professionel eller privat interesse inden for klima.

Erhvervsturisme

Indenfor erhvervsturisme vil danske og internationale ansatte fra kommuner, spildevands- og vandforsyninger være særligt oplagte. Dertil vil rådgivere og virksomheder, der udvikler nye løsninger også kunne have interesse. For at udnytte dette potentiale bedst og udvide markedet for erhvervsbesøg i Klimatorium, skal besøg faciliteres og pakketeres så det bliver let for interesserede aktører at orientere sig i andre relevante tilbud i området, arrangere overnatning, transport, rundvisning mv.

Der eksisterer et koncept i regionen inden for energiløsninger, nemlig Energisafari, som organiserer turbesøg for 6.000 – 7.000 energierhvervsturister om året. Et lignende koncept eller direkte samarbejde med Energisafari ville derfor være oplagt.

Destinationsturisme – kysten trækker

Klimatorium ligger med sin placering i Lemvig centralt i forhold til nogle af de største danske kystdestinationer. Det giver mulighed for at tiltrække de særlige segmenter, der interesserer sig for natur og kultur. Der eksisterer allerede en række tilbud til disse segmenter i området, fx Kystcentret Thyborøn, Geopark Vestjylland, Frilandsmuseet Hjerl Hede, Struer Museum, Lemvig Museum, Thyholm Egnsmuseum, Holstebro Museum, Jyllands-akvariet, Naturskolen Kjærgaard Mølle og Bjørndal Kalkgrav.

Selve besøgspotentialer er stort. Men skal der trækkes turister i større antal til Klimatorium, kræves en oplevelse ud over det sædvanlige tiltag. Lemvig besøges årligt af et stort antal lystsejlere og kyst- og naturturister. Ifølge Danmarks Statistik havde Destination Hvide Sande omkring 3,7 mio. overnatninger og Destination Enjoy Limfjorden 2,1 mio. overnatninger. Det anslås fra tidligere undersøgelser at 35% af disse gæster besøger museer og udstillinger. Det er ikke kun de helt nære turistdestinationer, der har potentiale, for gæsterne er ofte parate til at køre langt for de attraktioner. Ifølge Visit-Danmark så er næsten halvdelen villige til at køre mellem ½ til 1 time for at besøge kulturattraktioner og knap en fjerdedel, villige til at køre helt op til mellem 1 og 1½ time. Flertallet af turisterne kommer i eget transportmiddel til feriestederne.

Klima og turisme

Erhvervs-, kyst- og klimaturisme i stigning

Både erhvervsturisme og kyst- og naturturisme er i stigning. Ifølge VisitDanmark, steg erhvervsturisme med 0,7% fra 2015-16 og forventes at stige med 3,9% i 2017. Kyst- og naturturisme steg med 4,7 % mellem 2015-16 og forventes at stige med 2,2%. Både destination Hvide Sande og Enjoy Limfjorden oplevede vækst på 4,7% fra 2015-2016.

Flere påpeger, at et nyt turismesegment er under udvikling, nemlig de klimaturister, der tiltrækkes af klimarelaterede begivenheder som storme, stormfloder mv. Potentialet i dette segment er dog ukendt.

International tendens

Nationalt og internationalt eksisterer, der i dag flere eksempler på centre, som tiltrækker både erhvervs-, ferieturister og skoleelever og studerende. I Wales har Centre for Alternative Technology (CAT) haft succes som en blanding af bæredygtigt undervisnings- og formidlingscenter inden for bæredygtighed og teknologi inden for vandløsninger. I New York er der åbnet et nyt Climate Museum. I Bremerhaven i Tyskland inviterer Das Klimahaus ind i en verden af klimazoner i et center, der sætter fokus på klimaforandringer og -løsninger, ligesom Science Centre Singapore har en permanent udstilling, der sætter der fokus på klima og klimaløsninger. Erfaringer tyder på, at når klima iscenesættes på den rette måde, rummer det et stort oplevelses- og formidlingspotentiale. Se bilag 1 for mere information om de nationale og internationale formidlingscentre.

*"Man skaber noget, der giver en **besøgsmæssig stor værdi**. Det styrker også den politiske synlighed til stedet, så der bliver vilje til at understøtte det. Det bliver altid spændende at se, hvordan man kan skabe **en god business case** på det her. Man får en ekstra fordel ved også at satse på noget **erhvervsturisme**, der kan give en indtægtskilde på faglige arrangementer."* (interview 8)

*"Det viser sig bare at – til min store overraskelse – at der **en fast trafik [af udenlandske erhvervsturister]** hvor turistforeningen er med til facilitere det. Omfanget af gæster overraskede mig, for det aldrig blevet fortalt."* (interview 5)

*"Ser man på rundspørger, fx blandt tyskerne, der bliver spurgt, **hvad de efterspørger ved Vesterhavet**, der efter København er den næstmest efterspurgt destination, så er det **naturen, den friske luft, det at være under den åbne himmel**. Det spiller godt sammen med vinden og vandet, og alt det gør ved landskabet."* (interview 8)

*"Man skal være **knivskarp på at lave den rigtige forventningsafstemning** i forhold til "hvordan bliver det her en attraktion?" – hvis det er dét, man vil."* (interview 5)

06

Inspirationsprojekte

Inspirationsprojekter

Værdifulde erfaringer om sammenlignelige processer og problemstillinger

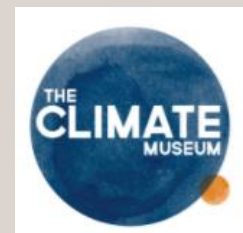
I ind og udland findes en række centre, organisationer og innovationshuse, der på forskellige måder har gjort sig erfaringer med nogle af de samme grundtanker og visioner, som Klimatorium bygger på.

Blandt de særligt interessante eksempler findes bl.a. Økolariet, Resilience House og Green Tech Center i Vejle.

Vidensdeling, dialog og studieture

Der er derfor et betragteligt potentiale for at hente værdifuld inspiration gennem dialog og videndeling med disse aktører. Fx i forhold til emner som organisering, opbygning af drifts- og forretningsmodel, facilitering af interne og eksterne samarbejdsrelationer, vedtægter, driftsøkonomi, kommunikation, formidlings- og udstillingsarkitektur mv.

For at få indsigt i gode og dårlige erfaringer fra etableringen af triple- og quadruple-helix samarbejder og opbygning af bæredygtige forretningsmodeller, opfordres de kommende styre-, arbejds- og eventuelle følgegrupper til at gå i tæt dialog med nogle af disse aktører og indhente inspiration og viden gennem erfaringsudveksling, gæstebesøg og studieture.



Inspirationsprojekter

INNOVATIONSCENTRE MED FOKUS PÅ GRØN INNOVATION			
AquaGlobe	Skanderborg	Innovations- og udviklingscenter	http://www.skanderborgforsyning.dk/aquaglobe
Green Tech Center	Vejle	"En triple helix innovationslegeplads"	http://greentechcenter.dk/
Resilience House og Resilience Lab	Vejle	Quattro Helix Samarbejde. Fysisk sted (Resilience House) og netværk (Resilience Lab)	http://resiliencelabdenmark.dk/dk/resilience-lab-denmark/quattro-helix-samarbejde.aspx
INNOVATIONSCENTRE UDEN SÆRLIGT FOKUS PÅ GRØN INNOVATION			
Scion DTU, Science and Technology Park	Lyngby og Hørsholm	Forskerpark:, hvor iværksættere møder virksomheder, at forretning møder forskning, og at ideer møder penge.	https://sciiondtu.dk/
Innovatorium	Herning	Et innovativt kontorfællesskab	http://innovatorium.info/
NOVI	Aalborg	Innovativt kontormiljø	http://novi.dk/
Innovest	Skjern	Innovationscenter	http://www.innovest.dk/om-os
Vitus Bering Innovation park	Horsens	Udviklingspark for udviklings- og vækstorienterede virksomheder og iværksættere.	
Navitas	Aarhus	Innovations- og videnshus	http://www.navitas-aarhus.dk/
MARKEDSFØRING OG FORMIDLING AF GRØN TEKNOLOGI			
State of Green / House of Green	København	Online platform for information om grønne løsninger i Danmark – samt interaktiv udstilling og besøgscenter.	https://stateofgreen.com/en/pages/about-state-of-green
Energisafari	Skive	Erhvervsrettet formidlingssamarbejde	http://www.energisafari.dk/
FORMIDLINGS- OG LÆRINGSCENTRE MED FOKUS PÅ KLIMA, ENERGI OG RELATEREDE EMNER			
Naturkraft	Ringkøbing-Skjern	Et vidensbaseret oplevelsescenter	http://www.naturkraft.dk/
Økolariet	Vejle	Viden- og oplevelsescenter	http://www.okolariet.dk/
Universe	Als	Oplevelsespark	https://universe.dk/
Naturvidenskabernes Hus	Bjerringbro	Udviklings- og besøgscenter	http://www.nvhus.dk/
INTERNATIONALE FORMIDLINGSCENTRE MED FOKUS PÅ KLIMA, ENERGI OG RELATEREDE EMNER			
Das Klimahaus	Bremerhaven, Tyskland	Innovative leisure attraction	http://www.klimahaus-bremerhaven.de/en/about-us.html
Science Centre Singapore	Singapore	Permanent udstilling med fokus på klima og klimaudfordringer	http://www.science.edu.sg/exhibitions/Pages/climatechange.aspx
Climate Museum	New York	"A hub for climate science, art & dialogue"	http://climatemuseum.org/
Centre for Alternative Technology	Wales	Formidlingscenter med fokus på bæredygtige løsninger i bred forstand	http://www.cat.org.uk/index.html

Se Bilag 1 for mere information om projekterne