

# Andelslandsbyen Nyvang Strategiplan 2025

December 2018 – seneste tilretning 211019

SEISMON<sup>↑</sup>UT

# Indhold

- Indledning
- Formål
- Afsæt og vision
- Indsatsområder og forslag til aktiviteter
- Proces og vidensgrundlag for strategien

# Indledning

Andelslandsbyen Nyvang er et historisk oplevelsescenter i Holbæk. Med mere end 60.000 besøgende årligt, er Andelslandsbyen en af regionens kulturelle fyrtårne.

Andelslandsbyen har som sit formål at formidle andelsbevægelsens historie, herunder landsbylivet og gamle håndværk, med perspektiver i både fortiden, nutiden og fremtiden. Det sker med afsæt i historisk levendegørelse som det bærende formidlingsprincip.

Andelsbyen har de seneste år arbejdet med at styrke den historiske formidling, ligesom der er sket en professionalisering af Andelslandsbyens virksomhed i forhold til økonomi, personale mv. Andelslandsbyen Nyvang er dog på flere områder præget af stagnation frem for udvikling. Det gælder ikke mindst den manglende realisering af større udviklingsprojekter, som udbygning af butiksgaden og landsbyen, som det ikke er lykkedes at skaffe ekstern finansiering til.

Det betyder også, at Andelslandsbyen Nyvang er klar til at gå nye veje. Det er på den baggrund at strategi 2025 er formuleret.

# Formål

Formålet med strategi 2025 er at sætte rammerne for Andelslandsbyen Nyvangs udvikling i perioden frem til 2025. Strategien skal sikre at Andelslandsbyen:

- Gentænker sig selv og bliver relevant for flere
- Tiltrækker en lederprofil, der kan forløse attraktionens potentiale
- Er i stand til at fokusere og prioritere.

På de følgende sider præsenteres først vision og afsættet for arbejdet med strategien. Dernæst følger strategiens tre overordnede målsætninger og indsatsområder.

S

S

N

T

Afsæt og vision

O

I

E

M

U



# Flere gæster, både lokale og danske turister

Afsættet for strategien er den fortsatte ambition om at udbrede kendskabet til Andelslandsbyen og tiltrække flere besøgende.

Andelslandsbyen er i dag primært lokalt og regionalt funderet, og ønsker at tiltrække besøgende fra et større opland, herunder turister fra Fjordlandet, Vestsjælland, Odsherred og Greater Copenhagen.

For at være interessant for turister, må Andelslandsbyen også i højere grad være noget for flere lokalt og regionalt. Det gælder ikke mindst børnefamilierne, hvor Andelsbyen i dag primært tiltrækker et modent publikum.

Dette skal ses i lyset af, at Andelslandsbyen med dens profil henvender sig til et dansk publikum, og er lokaliseret i et område præget af få turismeovernatninger. Derfor skal Andelslandsbyen også fortsat have fokus på at tiltrække busselskaber, der passer godt i forhold til Nyvangs profil.

Endelig er det fortsat relevant at have et attraktivt tilbud til skoleklasser.

# Andelsbevægelsen rummer en unik fortælling

Med det voksende udbud af oplevelser er kampen om gæsternes opmærksomhed intensiveret. Det betyder at Andelslandsbyen må positionere sig i forhold til andre oplevelsestilbud i området, herunder Brorfelde Observatorium og Sagnlandet. Og i et større opland også Frilandsmuseet i Lyngby, der rent tematisk er den største konkurrent. Dertil kommer konkurrencen fra andre typer af oplevelser og events, der for gæsterne kan udgøre et lige så interessant alternativ til en oplevelse i Andelslandsbyen.

Andelslandsbyen beskæftiger sig i dag med andelslandsbyens historie fra etableringen af den første brugsforening i Danmark i 1866 og frem til 1960, hvor den klassiske andelslandsby er under afvikling. Med fremkomsten af deleøkonomien og den voksende klimabevidsthed er andelstanken genopstået. Heri ligger et stort potentiale i forhold til at aktivere andelsbevægelsen med perspektiver til både nutiden og fremtiden og dermed gøre andelstanken interessant for flere. En historie der både handler om back to basic og om at vi kan skabe noget sammen. Ydermere er det en historie, som ikke fortælles af andre, hvilket kan sætte Andelslandsbyen fri fra konkurrencen med Frilandsmuseet og Den Gamle By om at fortælle historien om det gamle Danmark.

# Én samlende vision

Andelslandsbyen Nyvang er et historisk oplevelsescenter, som gennem levendegørelse og involverende aktiviteter formidler andelsbevægelsens historie med relevans for både nutiden og fremtiden.



# Indsatsområder

Strategien for Andelslandsbyen rummer tre centrale indsatsområder med tilknyttede mål.

1. Fortæt og forskærk oplevelsen
2. Skab øget kendskab og tiltræk nye besøgende via events, samarbejder og markedsføring
3. Skab et stærkere økonomisk fundament for at sikre udvikling.

#1: Fortæt og forstærk  
oplevelsen




# #1: Målsætning

Vi skal fortætte og forstærke besøgsoplevelsen i Andelslandsbyen ved at skabe flere miljøer, mere liv samt flere involverende aktiviteter. Derfor skal vi også skabe større variation i oplevelserne, tale til flere sanser samt aktualisere og perspektivere andelsbevægelsen.

# #1: Forslag til aktiviteter

- Konceptualiser oplevelsen, så fortællingen står tydeligere frem og styr oplevelsen mere, fx med forskellige ankerpunkter, oplevelseskort og spor.
- Udvikl formidlingen med paralleller til nutiden og fremtiden med afsæt i andelstanken.
- Fokuser på indholdet og skab fortættede miljøer med liv og stemning mellem og i bygningerne, fx med flere husdyr og aktiviteter omkring dyrene.
- Skab stærke signaturoplevelser og større variation i oplevelsen. Herunder flere oplevelser, hvor publikum selv kan opleve og lege. Dyrk den analoge oplevelser, hvor man kan være sammen om noget og hvor oplevelsen ikke er afhængig af mange frivillige.
- Giv de frivillige de bedst mulige forudsætninger for at give publikum en god oplevelse, fx via interne kurser.
- Fasthold og udnyt muligheden for at købe historiske varer som en integreret del af formidlingen.
- Hav fokus på rammerne om det gode besøg med god service, faciliteter samt mad og drikke, så Andelslandsbyen kan danne rammen om den gode udflugt.
- Giv lokale mulighed for at få andel i et dyr eller en køkkenhave, som de selv passer, hvilket både forstærker oplevelsen og giver lokale ambassadører

The background features large, semi-transparent teal letters scattered across a dark teal field. A thin red line curves from the top right towards the bottom right, passing behind the text.

#2: Skab øget kendskab og  
tiltræk nye besøgende via  
events, samarbejder og  
markedsføring

## #2: Målsætning

Vi skal øge kendskabet til Andelslandsbyen og tiltrække flere nye besøgende, herunder børnefamilier, via stærke events og samarbejder med andre attraktioner og organisationer, hvor vi også møder gæsterne uden for Andelslandsbyen samt strategisk bruger sociale medier til markedsføring.

## #2: Forslag til aktiviteter

- Fasthold og udvikl signatureventsene så de forbliver relevante og inspirerer til genbesøg (Andelslandsbyen besættes, Høstmarked og Julemarked)
- Skab flere anledninger til at besøge Andelslandsbyen med særlige temaer eller aktiviteter som stumpemarked, spændende ferieaktiviteter samt kurser eller mindre events for særlige grupper (sylte, bage, strikke el. lign)
- Styrk samarbejder og events med andre attraktioner og organisationer for at vise Andelslandsbyen fra en særlig vinkel - også udenfor Andelslandsbyens rammer. Det kan fx være ift. teater, håndværk eller fødevarer.
- Sæt Andelslandsbyen i spil i forhold til andre aktuelle samfundsmæssige dagsordener og/eller samarbejdsprojekter i området, fx klima eller sundhed.
- Opprioriter strategisk brug af sociale medier i markedsføringen, herunder at publikum deler billeder fra Andelslandsbyen. Søg bl.a. inspiration hos konkurrenterne.
- Prioriter en helt ny hjemmeside, der appellerer til de besøgende og har et visuelt udtryk, der understøtter konceptet i dens visuelle udtryk.

The background features a dark teal color with large, semi-transparent teal letters scattered across it. A prominent red arrow starts from the bottom right and points upwards and to the left, ending near the top center. The text is centered in the middle of the image.

#3: Skab et stærkere økonomisk fundament for at sikre udvikling



## #3: Målsætning

Andelslandsbyen vil skabe en højere grad af egenindtjening ved at fokusere på driftsgrundlaget på tværs af aktiviteter og dermed gøre sig mere uafhængig af eksterne finansieringskilder og være en aktiv medspiller i forhold til nye udviklingsprojekter.

# #3: Forslag til aktiviteter

- Øgede indtægter fra salg af Andelslandsbyens produkter som en integreret del af formidlingen
- Etablering af butik på en strategisk placering i Andelslandsbyen med henblik på at øge salget af produkter
- Fokus på hvordan der kan tjenes flere penge på salg af mad og drikke, herunder i forbindelse med aktiviteter og events
- Etablering af strategiske partnerskaber med flere overnatningstilbud, der betaler for adgang til Andelslandsbyen for deres gæster.
- Supplerende indtægtskilder som udlejning af jord, andels-dyr og andels-køkkenhaver, der samtidig vil gøre de lokale til ambassadører
- Forøgelse i antallet af medlemmer.
- Istandsættelse af “den røde lade”, der i fremtiden kan bruges til markeder, koncerter, skuespil foredrag og møder af forskellig af.
- Udbygning af et andelsgartneri, hvor andelshaverne kan købe andele i gartneriet.

# Metode

Seismonaut har været pennefører på strategi 2025 på vegne af Andelslandsbyen Nyvangs bestyrelse. Strategioplægget er baseret på følgende aktiviteter:

- Arbejds møder med bestyrelsen, herunder guidet besigtigelse af Andelsbyen
- Desk research i form af gennemgang af eksisterende strategi, driftsaftale, publikumsstatistik samt øvrigt baggrundsmateriale.
- Casestudier af sammenlignelige attraktioner i form af Frilandsmuseet i Lyngby og Den Gamle By i Aarhus baseret på desk research og interviews med ledende medarbejder hvert sted.
- Bilaterale interviews med interessenter:
  - Anne-Grete Sørensen, turistchef, Visit Holbæk
  - Thomas Kær Mahler, Projektleder, Fjordlandet
  - Lars Holten, direktør, Sagnlandet
  - Julie Bouchet, leder, Brorfelde Observatorium
  - Martin Andersen, skipper, Nationalmuseets Fartøjssamling
  - Eskil Vagn Olsen, museumsdirektør, Museum Vestsjælland
  - Brian W Ahlquist, Kultur- og fritidschef Holbæk Kommune.