

Den kulturelle Gudenåmarch

Projektet har et klart sundhedsmæssigt sigte ved siden af det kulturhistoriske perspektiv. Projektet skal inspirere til, at flere mennesker bevæger sig, både ved at de deltager i de konkrete kortere/længere vandring i projektet, og ved at de via projektet bliver inspireret til at vandre langs Gudenåen på andre tidspunkter. Gudenåmarchen bliver gennemført første gang i uge 21 i 2009. Den gennemføres i projektperioden derudover i ugen med Kristi himmelfartsdag i 2010, 2011 og 2012.

Arrangørkreds

Kredsen bag projektet er de fire kommuner, særligt afdelinger/udvalg for kultur, teknik/miljø og sundhed/forebyggelse, turistbureauer i de fire kommuner, Skov- og Naturstyrelsen, Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger og relevante kulturinstitutioner, som har en naturlig tilknytning til Gudenåen. For projektledelsen står Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger, og de primære samarbejdspartnere ud over DGI Midtjylland er de fire turistbureauer og Skov- og Naturstyrelsen.

Projektet er nyt, men bygger videre på igangværende samarbejder, projekter og eksisterende fysisk infrastruktur, som er blevet eller bliver helt eller delvist finansieret af en eller flere i arrangørkredsen. Det gælder f.eks. Hærvejsmarchen, projektet bestigbjerg.dk og stierne Randers-Silkeborg og Silkeborg-Horsens. Det er oplagt at søge arrangørkredsen udvidet med Midtjysk Turisme og derudover søge samarbejder med de tre øvrige kommuner, som Gudenåen løber gennem (Hedensted, Skanderborg og Favrskov).

Projektet kort fortalt

Projektets omdrejningspunkt er hvert af årene en femdages vandring/en firedages cykeltur fra Gudenåens kilder i Tinnet Krat ved Tørring til Randers Fjord via de fire kommuner. I forbindelse med turene vil "den store historie" om udviklingen på egnen blive formidlet med udgangspunkt i Gudenåens historie. Herunder fortællingen om, at Gudenåen tidligere løb til Limfjorden frem for til Randers Fjord. "De små historier", lokale udgaver af "den store historie", vil i forbindelse med marchen blive formidlet til borgere og turister i de fire kommuner via kortere vandring med historiefortællere.

Projektet tematiseres i de fire år, hvor Gudenåmarchen foregår. I 2009 er temaet "til lands" (fokus på vandring/cykling), i 2010 er temaet "til vands" (fokus på f.eks. kano/kajak.), i 2011 er temaet "i luften" (fokus på f.eks. bjergbestigning eller ballonfærd), og i 2012 er temaet "energi" (fokus på den fysiske udfordring f.eks. gennem adventure race).

Projektets eksemplariske værdi

Gudenåen er den eneste flod i Danmark. Den binder de fire kommuner sammen i en fælles kulturel historie om både den fjerne og nære fortid og nutiden. Fra flodens løb i ly af Danmarks højeste bjerge nær Horsens og Silkeborg til udløbet i Limfjorden i fortiden over pramdragernes færden fra Randers i nord mod syd og vest i det forrige århundrede og frem til dagens diskussioner om motorvejsbyggeri og sløjfningen af Danmarks største kunstige sø, Tange Sø.

I denne ”store historie”, som bindes sammen af Gudenåmarchens vandringmænd og -kvinder, ligger en række ”små historier” og venter på at blive fortalt til borgere og turister. De lokale kulturinstitutioner har fortællingerne under huden og vil kunne formidle dem på nye måder i form af vandringer i kulturlandskabet, hvor tankens og kroppens bevægelser kan stimuleres sideløbende. På den måde kan den kulturelle Gudenåmarch inspirere andre til også at udvikle projekter, der kobler oplevelser af kulturhistorie og natur med motion.

Vejledende resultatkrav

- 1) Vandringerne fra Gudenåens kilder til Randers Fjord via de fire kommuner gennemføres i hvert af projektårene 2009-2012 med minimum 100 deltagere pr. år på vandringen og 50 deltagere pr. år på cykelturen.
- 2) I projektugen gennemføres hvert år min. 30 vandringer af fra få timers til en dags varighed med i gennemsnit 25 deltagere i Gudenåens nærhed, ledet af fortællere fra kommuner, museer, naturskoler, turistbureauer, Skov- og Naturstyrelsen m.m.
- 3) Materialet fra de kulturelle fortællinger inkl. kort over vandringerne langs Gudenåen gøres permanent tilgængeligt på projektets hjemmeside, så vandringerne kan gentages uden for selve projektugen.

Formidling af projektet

Kommunikationsstrategien for projektet er tostrengt:

- Der sigtes mod at få nationale og regionale medier (tv, radio, dagblade) til at dække Gudenåmarchen som en fysisk strabadserende udfordring for vandrere og cyklister i et rigt og varieret kulturlandskab præget af Danmarks eneste flod.
- Der sigtes mod via lokal omtale, annoncering og markedsføring at få borgere og turister i de fire kommuner til at deltage i en eller flere af de kortere vandringer med lokale fortællere.

Budget og finansiering af projektet

Budget for den kulturelle Gudenåmarch 2009-12	
Informationsmateriale (hjemmeside og trykt materiale)	300.000

Presse og annoncering	150.000
Sekretariat	450.000
Ugevandringen/cykelturen (tilskud til kost og logi, materialer m.m.)	210.000
Dagsvandring (honorar til fortællere, materialer m.m.)	240.000
Diverse	61.000
Administration og projektkoordinering	273.000
I alt	1.684.000
Finansiering af den kulturelle Gudenåmarch 2009-12	
Sponsorater, fonde/puljer, eget bidrag, samarbejdspartnere og deltagerbetaling	900.000
Kulturregion Østjysk Vækstbånd	325.000
Puljen til kultur i hele landet	459.000
I alt	1.684.000