

KULTURCENTER

Idégrundlag

Den overordnede idé med et kulturcenter er, i overensstemmelse med kommunens målsætnings- og handlingsprogram side 16 samt amtets turistpolitiske handlingsplan, at udvikle en pakke af kulturelle tilbud, som kan benyttes af alle grupper i kommunen såvel som for tilrejsende. Endvidere er det hensigten at skabe et forum, hvor alle brugere (herunder turister) kan mødes på lige fod og udveksle ideer og erfaringer samt via kurser og åbne værksteder skabe kunst af såvel billedmæssig som musikalsk art. Det er desuden meningen, at denne kunst skal indgå i specialudstillinger (kunstmuseum og/eller galleri), teaterforestillinger, forfattersymposier etc. Ud over at virke som kulturel drivkraft og produktudvikler af nye tilbud, skal kulturcenteret indgå i et netværk med andre samarbejdspartnere således at "turismefunktionerne" oplevelse, transport, bospising og overnatning er opfyldt (bilag 15). Herved vil kommunen være i besiddelse af en god ramme for videre kulturel- og naturmæssig udvikling.

Målsætning

Kort sigt: Fase 2

Projektgruppen ønsker her at skabe et kulturcenter med kunst i form af et kunstmuseum, udvikling af kunstkurser og salg af kunst fra galleri. En centralt placeret bygning skal danne rygrad i et senere netværk, hvorfor der i denne fase allerede bør tages højde for organisation, samlet administration og intern kommunikation samt oprettelsen af en database.

Mellemlang sigt: Fase 3

Kulturcenteret videreudvikles så alle turismefunktionerne nævnt ovenfor er

opfyldt. Herved vil centeret fremstå som et fuldt udbygget kulturhus. Samtidig udbygges det kulturelle netværk via samarbejdspartnere som Odder Museum, Lokalarkivet, biblioteket, teaterforeninger, musikforeninger og grupper og biografer (bilag 16 og 17).

Lang sigt: Fase 4:

Endelig er det tanken at skabe et fuldt udbygget netværk i denne fase. Et sådant netværk skal ud over de kulturelle samarbejdsparter omfatte alle andre relevante og interesserede deltagere; - eksempler herpå er naturcenteret ved Uldrupsgård, diverse virksomheder og forretninger samt andre aktivitetscentre, sports- og fritidsforeninger (bilag 16).

Målgrupper: Unge arbejdsløse i beskæftigelsesprojekter
 Kultur og kunstuddannede som undervisere
 Kultur- og kunstinteresserede borgere og turister

Sidstnævnte gruppe skal da kunne købe en pakkeløsning af aktiviteter, således at man kan vælge hjemmefra alt efter interesse og økonomi (et fuldt udbygget netværk giver pakkeløsninger med valg af transport, spisning, overnatning og aktiviteter); specielt for lokale borgere tænkes centeret at fungere som kursustilbud og aktivitetssted med "værksted fra gaden".

Handlingsplan

Fase 2:

Opbygning af et kulturcenter i form af en kunstbygning. Valg af en central bygning (evt. Centralhotellet, Stampemølle eller Danvand, reovering og anden istandsættelse. Egnede lokaler findes til oprettelse af administration og database. Indretning af udstillingslokaler til kunstmuseum med dertil egnede lysforhold.

Fase 3:

Fuld udbyggelse til et kulturhus idet en teaterscene kommer til og det sikres at turismefunktionerne opfyldes ved indretning af kursusfaciliteter: undervisningslokaler, atelier, galleri, maleridatabase, cafe; overnatningsforhold for kursister, lokaler til kunstforeninger og andre tilknyttede kunstområder.

Endvidere sikres transportforholdene ved cykeludlejning og gode buslinier samt information om øvrige transportmuligheder og god skiltning.

Desuden forudsættes i denne fase:

Påbegyndelse af kulturelt netværk via databasen.

Netværksparter: Odder Museum
 Lokalarkivet
 Biblioteket
 Teaterforeninger
 Musikforeninger og musikgrupper
 Biografer
 Kunstforeninger og gallerier

Parternes funktion i netværket er nærmere beskrevet i bilag 16.

Fase 4:

Udbygning af netværket i overensstemmelse med opfyldelsen af turismefunktionerne.

Optimering af intern kommunikation via telefonnet, konsulenter og kontaktpersoner hos netværksparterne.

Ekstern kommunikation (formidling og information) sker via udbygning af skiltning samt indførelse af "Infovision" (bilag 19).

Netværksparter: Naturcenter
Kommunale institutioner
Private virksomheder
Forretninger og handelsstandsforeninger
Turistforeningen
Fagbevægelser
Sports- og fritidsforeninger
Andre aktivitetscentre

Økonomi

Anslåede omkostninger ved gennemførelse af fase 2-4:

Løn og materialer m.v. til Projektgruppen:

78 uger (1½ år); timesats á 300 kr. = ca. Kr. 865.000

fordelt på:

fase 2:

26 uger: Erhvervelse af egnet bygning
Projektstyring i forbindelse med Renovering og indretning
af egnet bygning
Oprettelse af database

fase 3:

26 uger: Udbygning af kulturcenter til kulturhus
Udbygning af kulturelt netværk

fase 4:

26 uger: Udbygning af netværk med øvrige samarbejdsparter
Indførelse af "Infovision"

Kulturcenteret oprettes som selvejende institution.

Støtte fra offentlig og privat side i 3 år; herefter skal centerets drift hvile i sig selv.

Indtægter fra 3. år i form af kursusgebyr og billetsalg ved udstillingsvirksomhed og diverse arrangementer. Hertil kommer tilskud fra netværkspartner (evt. i form af kontingent til en "kulturnetværksforening").

En aktivitetsplan for kulturcentret er beskrevet i bilag 18.

Perspektiver

Et fuldt udbygget netværk, som vist i eksemplet bilag 16, vil gøre Odder kommune til en attraktiv bopælskommune i kraft af de mange kulturelle tilbud og det stærke samarbejde som ligger i netværket vil være en yderligere styrke med stor synergieffekt. Denne synergi kan konkret sælges til turister i form af pakkeløsninger som nævnt ovenfor.

Samtidig vil kulturcenteret blive stedet hvor man mødes (både lokale og turister !!!).

Øvrige overvejelser

- Størrelsen af tilstrømning (turister og kursister) til kommunen og specielt Odder by.
- Parkeringsforhold
- Overnatning
- Bospisning
- Overensstemmelse med lokale beboere (netværk og centre skal oprettes på lokalbefolkningens præmisser).
- Overensstemmelse med kommunens og amtets regionplanlægning.

NB! Det tilstræbes at alle de faciliteter som udvikles gøres handicapvenlige.

Bilag 2: **Netværksmodel for Kulturcenter**

GENERELT:

Modellen er tredimensional og regionen er geografisk naturlig (topografisk afgrænset af vandløb, hav, bakkedrag etc.

Kommunikationsvejene er forbundet mellem alle parter ved optimalt netværk. Kommunikation med turister og andre brugere styres af "Infovisionsstandere" kombineret med en database placeret i sekretariatet. Intern kommunikation sker via telenet og personlig kontakt med konsulenter og kontaktpersoner hos samarbejdspartnerne.

FORUDSÆTNINGER:

- Regionen er defineret.
- Størrelse og sammensætning af målgrupper.
- Sammensætning af forholdet mellem turismefunktionerne.
- alle parter deltager på lige fod.
- netværket er en integreret del af amtets eller kommunens planlægning for lokalsamfundet.
- udvidelser af modellen og anden beslutningstagen sker i Samarbejdsrådet, som består af deltagere fra amt, kommune og brancheorganisationer samt foreninger.
- udvikling i modellen skal foregå på lokalbefolkningens præmisser.
- Modellen er dynamisk med mulighed for feed-back efter hvert trin.

Økonomi:

- driftsomkostninger (herunder løn til konsulenter og driftsmidler til sekretariatet kan tænkes dækket via salg af annoncer, reklamevideo, virksomhedsskat, fondsmidler, egnsudvikling, medlemskontingenter, netværksaktier eller anden indtægtsgivende virksomhed (f.eks. afholdelse af "historiske markedsdage", hvor diverse gaveartikler sælges).

Nøgleord:

- samarbejde (netværk)
- oplevelse/ aktivitet
- kvalitet/ faglighed/ service
- rentabilitet

MODEL FOR REGIONSPLANLÆGNING MED TURISMEFUNKTIONER

TURISMEFUNKTIONER:

A= Aktivitet/ Oplevelse
 B= Bespisning
 O= Overnatning
 T= Transport

Trin 1

A	O	T	A
	B	T	O
T	A	O	B
	A	B	A
A	B	T	O

Modellen kan opfattes som en facitliste over ønskede turismefunktioner i en region. Når eksisterende kapacitet er registreret og målgrupperne er defineret, kan modellen anvendes til at kontrollere om der er overensstemmelse mellem ønsket dækning af turismefunktioner og den eksisterende dækning. Forholdet mellem turismefunktionerne er givet på forhånd (jvf. forudsætninger). Eks.: I modellen ses 4 enheder O, hvilket vil sige ønske om 4 overnatningssteder. Disse skal herefter i trin 2 indsættes i model efter type og beliggenhed. Hver turismefunktion bearbejdes særskilt i trin 2. Det sidste trin (trin 3) samler alle typer fra trin 2 i en model med alle samarbejdspartnere og kommunikationsveje tilføjet og der sker atter en forenkling af betegnelserne (f.eks. angives transportmuligheder som T forenklet fra To, Cy, Bu, P, etc.) I den generelle beskrivelse af trin 1 - 3 er opstillingen og antallet af enheder tilfældigt valgt, mens der i gennemgangen af eksemplet med kulturcenteret er taget højde for ønsket forhold mellem turismefunktionerne og den rumlige placering af enhederne samt disses antal.

Trin 2: Aktivitet/ Oplevelse

V = Virksom
 M = Museum/ Oplevelsescenter/ Aktivitetscenter
 Sp= Sport/ Aktivitetscenter
 N = Natur
 U = Uddannelse/ Kurser/ Bibliotek
 S = Seværdighed
 Te= Teater/Biograf

V M N

Sp V

Trin 2: Bospisning

Ca= Café/ Cafeteria
 R = Restaurant
 H = Hotel
 K = Kro

C R H

Trin 2: Transport

Bu= Busselskab
 P = Privat(bilisme)/ taxa
 To= Tog
 Cy= Cykel
 Va= Vandring
 L = Lufthavn
 Ha= Havn

Bu Cy P

Va

Trin 2: Overnatning

C = Camping
 H = Hotel
 Sh= Sommerhus
 Fe= Ferieby
 Mo= Motel
 K = Kro
 Væ= Værelse (privat)
 Vh= Vandrehjem

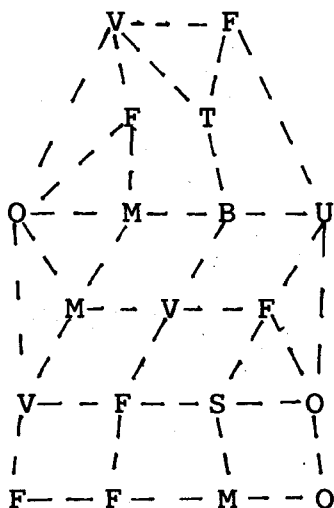
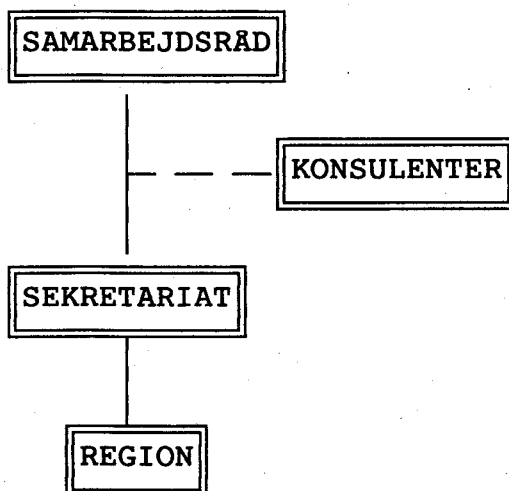
H

C

Fe

MODEL FOR NETVÆRKSSAMARBEJDE

Trin 3:



T = Transport

V = Virksomhed

M = Museum/ Oplevelsescenter/ Aktivitetscenter

S = Seværdighed

B = Restaurant/ Bospisning

F = Forening (erhverv, turisme, amatør, kultur, miljø etc.)

O = Overnatning

U = Uddannelsescentre (skoler, højskoler, akademier, voksen-
undervisning, fritidscentre, højere læreanstalter etc.)

----- = Kommunikationsveje

BILAG 1:

Beskrivelse af netværksparter til projekt kulturcenter .

Netværk:

Kulturcenteret skal indgå i et netværk af kulturtilbud. Her tænkes i første omgang på samarbejde med nuværende kulturtilbud som f.eks. Odder museum, lokalarkivet, biblioteket, diverse teatergrupper og musiktiltag (evt. festivaller) samt kunstforeninger, gallerier og biograf.

Kulturcenteret kan også knyttes til andre netværk bestående af transport-, bospisnings- og overnatningsfaciliteter eller disse turismefunktioner kan udvikles i forbindelse med centeret.

Et fuldt udbygget center vil da bestå af:

"Kulturhus" med administration

- portner/vicevært
- værksteder
- foredragssal
- klasselokaler
- teaterscene
- udstillingslokaler
- kunstmuseum
- musikrum
- café/restaurant
- overnatning
- transportfaciliteter
- lokaler for diverse foreninger og netværksparter

Eksempel:

Eks. på et kursus kunne være akvarelmaling, silkemaling etc. Kurserne kombineres med undervisning i historik og teknikker.

Bygninger:

Indretning af atelier såfremt kursusvirksomhed med maleteknikker. Indretning af øvrige faciliteter sker ved gradvis udbygning (f.eks musikrum, teaterscene, sengekapacitet, restaurant, parkeringsmuligheder m.v.)

Transportforhold:

Disse bør udbygges såvel for Odder by som kommunen. Således tænkes på følgende muligheder ud over de i dag eksisterende:

- Cykeludlejning i forbindelse med centeret.
- Buslinie med små busser i fast rutefart mellem netværksparterne (her kunne nuværende ordning med små turistbusser evt. udbygges).
- Udbygning af skiltning og plancher over Odder med placering af netværksparterne samt tilkobling til "infovision"

Bilag 4: Aktivitetsplan for kulturcenter

Fase 2-aktiviteter:

- 1) Oprettelse af kontorfaciliteter med database
- 2) Indsamling og registrering af data om kunst og kunstnere i Odder kommune.
- 3) Medvirken i valg af egnet bygning til kulturcenter (især kunstbygning i fase 2) [evt. flere bygninger kan udvælges jævnfør netværksideen].
- 4) Medvirke ved projektstyring af renovering og indretning af valgt bygning til kunstmuseum.
- 5) Udarbejdelse af folder m.v. som skal præsentere det nye kulturhus- og kunstmuseet.

Fase 3-aktiviteter:

- 1) Udbygning af kulturcenteret med kursusfaciliteter.
 - medvirke ved indretning af undervisningslokaler.
 - - - - atelier og åbne værksteder.
 - - - - galleri.
 - - - - café.
 - - - - lokaler til diverse foreninger.
 - - - - gode overnatningsforhold.Oprette en maleri-database (markedsføring af kunstnere).
- 2) Medvirke ved udvikling af transport- og informationsforholdene.
 - oprettelse af cykeludlejning.
 - - gode busforbindelser (bl.a. mellem netværksparterer).Udvikle forbedret information i form af bedre skiltning (især mellem netværksparterer).
- 3) Oprettelse af kulturelt netværk.
 - forhandling med diverse aktuelle netværksparterer
 - database med informationer om parter oprettes.
 - foldere med information om parterne udarbejdes.
 - udarbejdelse af "turpas", så brugerne har adgang til alle netværksparterer.

Fase 4-aktiviteter:

- 1) Medvirken ved yderligere udbygning af netværket.
 - evt. ansættelse som netværkssk konsulenter.
 - yderligere udbygning af skiltning mellem parter.
 - indførelse af "Infovision", som styres af central database (projektgruppen som database-konsulenter).
- 2) Medvirken ved markedsføring af netværket (intensiv markedsføring af natur- og kultur-tilbud til borgere såvel som turister).

Netværksparterne: indgår alle i tilbud til brugerne med et "turpas"

Odder museum:

Alle former for lokalhistoriske aktiviteter knyttet til museets lovpligtige funktioner, herunder adgang for turister/lokale til permanente- og specialudstillinger; kursusvirksomhed i samråd med kulturcenteret; historiske land- og byvandring, levendegørelse af historien ved brug af diverse formidlings-teknikker (foldere, publikationer, video, film, teater, marked, lege- og syngespil (specielt rettet mod børn) etc. (Projekt Orm som nær samarbejdspartner).

Lokalarkivet:

Fungerer som vidensbank over for lokale og turister, som måtte ønske oplysninger om byens historie og egne forfædre. Forskning og formidling i nært samarbejde med Odder museum vedrørende materiale om nuværende og tidligere indbyggere i Odder-området.

Biblioteket:

Vidensbank i nær tilknytning til øvrige parter; service og oplysning til alle brugere efter nuværende lovgivning. Brugere uden for kommunen låner evt. via turpas.

Teater:

Diverse amatører og professionelle deltager med udvikling af egne teaterstykker. Her kan disse grupper være med til at levendegøre historien. Ligeledes deltagelse i kursusvirksomhed.

Musik:

Afholdelse af festival; deltagelse i kurser, koncerter m.v.

Kunstforeninger og gallerier:

Deltager med oplysning og kursusvirksomhed samt salg af udført kunst; f.eks. kunne man sælge udvalgte værker produceret på kulturcenteret.

Biograf:

Udvikling af "pakker" med film, som fremvises og diskuteres i kursussammenhæng (evt. samarbejde med Malling biograf) tilknytning af café til stedet.

Øvrige netværksparter:**Naturcenter: Uldruggård**

Indgår som et tilbud om kultur- og naturmæssige oplevelser til borgere og turister; omfattende stisystemer med natur- og kulturindhold; oplysning om fåreavl i historisk sammenhæng; kurser; evt. vandrehjem; café etc.

Kommunale institutioner:

Generelt samarbejde med alle kommunale magistrater; eksempler kunne være fremvisning af renovationsordninger, spildevandsrensning, energibesparende tiltag, sundhedssektoren etc.; afholdelse af kurser og fremvisning til turister med faglig interesse; kun fantasien sætter grænser.

Fagbevægelser:

Afholdelse af almene kurser; oprettelse af faglige forbindelser med turister evt. med henblik på udveksling af medlemmer i EU-sammenhæng (mobil arbejdskraft); nært samarbejde generelt om projekter hvor både faglært og ufaglært arbejdskraft behøves.

Sports- og fritidsforeninger:

Nært samarbejde med alle foreninger som har interesse i international udveksling og i at skabe aktiviteter i kommunen. Eksempler: brug af haller til sportsturisme uden for normal sæson; afholdelse af "olympiske lege" med venskabsbyer (f.eks. spil uden grænser - diverse sjove lege hvor man dyster mod hinanden; her kunne sportsklubber fra venskabsbyer inviteres til Odder)

Turist- og erhvervsforeningen:

Naturlige samarbejdsparter ved tiltag som fremmer helårsturismen; et center for viden og information til byens gæster og egne borgere; nær tilknytning til infovision.

Forretninger og handelsstandsforeningen:

Gode indkøbsmuligheder med danske kvalitetsvarer skaber et godt miljø i byen; evt. afholdelse af fælles tiltag som skaber liv i gågaden også uden for normal åbningstid.

Private virksomheder:

Også her er det kun fantasien, der sætter grænser; oplagt er Den Økologiske Have, virksomhedsbesøg for turister, hoteller, restauranter, busselskab etc. (turismefunktionerne oplevelse, overnatning, bespisning og transport skal tilgodeses).

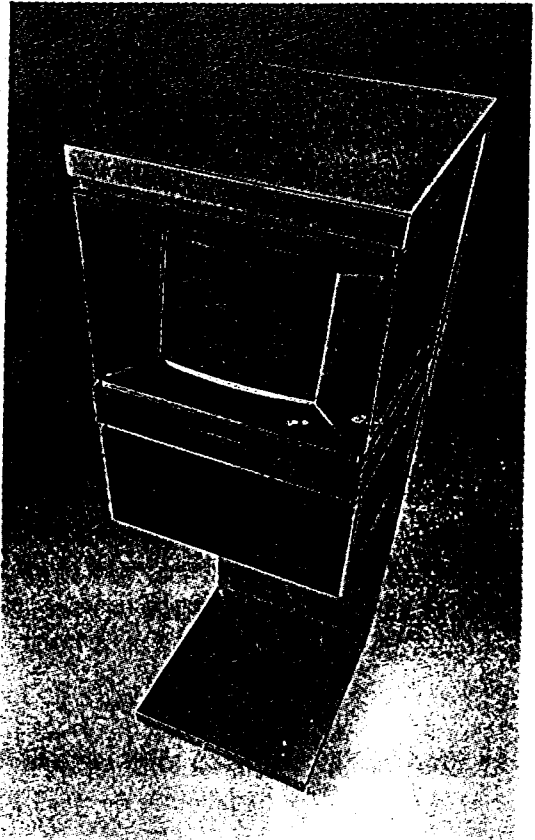
InfoVision

- et levende og effektivt informationssystem for turister og borgere

InfoVision repræsenterer en meget brugervenlig måde at formidle nyttige oplysninger til turister og borgere på. Systemet er dog ikke helt nyt. I løbet af de sidste par år er der rundt omkring i Verden, herunder også i Danmark, blevet opstillet tilsvarende systemer. Så ÅrhusStiftstidendes ønske om at tilføre Århusområdet dette spændende medie bygger delvist på erfaringer udefra. Specielt har systemet i Aalborg været inspirationskilde, og det er da også den samme teknologi, vi har valgt at opstille i Århus.

Hvad er InfoVision?

InfoVision-systemet består af et netværk af interaktive TV-standere, som opstilles på trafikerede steder: byens indfaldsveje, hovedbanegården, rutebilstationen, turistbureauet, Musikhuset, hoteller, butikcentre, stormagasiner m.v. I første omgang opstilles 26 standere, men dette tal vil efter planen blive øget i takt med systemets forventede succes.



Standerne er designet af Jacob Jensen (kendt fra B&O), og ved den fysiske opbygning af systemet gøres der brug af den nyeste teknologi. Hver stander består af en interaktiv TV-skærm, som reagerer på en let berøring, en computer med indbygget harddisk, en CD-I afspiller, en printer og et modem. Til forskel fra en almindelig CD-plade kan der på en CD-I lagres farvebilleder og levende video, foruden musik og tale.

De fleste standere vil i første omgang blive opstillet indendørs, men der er en talestyret model under udvikling, som kan monteres i en ydervæg på samme måde som de hedengangne Dankort-automater.

Hvad kan InfoVision?

Standerne bliver tre-sprogede (dansk, tysk og engelsk), og efterhånden som de fyldes med informationer, vil både turister og fastboende hurtigt og nemt, med en let fingerberøring af skærmen, kunne søge oplysninger om overnatningsmuligheder, spisesteder, forlystelser, underholdning, indkøbsmuligheder, rekreative områder, attraktioner, transport, kommunale forhold etc. etc.

Under kommunale forhold forestiller vi os f.eks. oplysninger om kommunens organisation, byrådsmøder, lokalplaner, park/skov/strand, større byggerier og vejarbejder, parkeringspladser, social og sundhed, børn og unge, fritid og kultur, skoler, biblioteker, de kommunale værker, vand og renovation, Århus Sporveje, Århus Havn etc. etc.

Mulighederne er utallige, og informationsindholdet i standerne kan hurtigt blive meget stort, men en trinvis opbygning med ikoner betyder, at brugeren hurtigt kan bevæge sig rundt i databasen uden at miste overblikket. Det indbyggede modem gør det desuden muligt, via det almindelige telefonnet eller ISDN-nettet, dagligt at opdatere harddiskens indhold fra en central computer, således at oplysningerne altid er aktuelle.

InfoVisions brugsværdi kan forøges yderligere ved indbygning af en kreditkortlæser, der vil gøre det muligt at foretage værelsesreservationer, bordbestillinger etc. direkte fra standerne. Denne facilitet kan dog kun fungere i et tæt samarbejde med hoteller og restauranter.

Herudover er standerne forberedt for indlægning af digitale kort, der vil gøre det muligt for brugeren at få anvist den korteste vej fra standeren hen til det ønskede sted, og endda få ruten skrevet ud på print. Det eneste, der mangler på nuværende tidspunkt, er det digitale kort, som vi håber, at kommunen i egen interesse vil stille til rådighed.

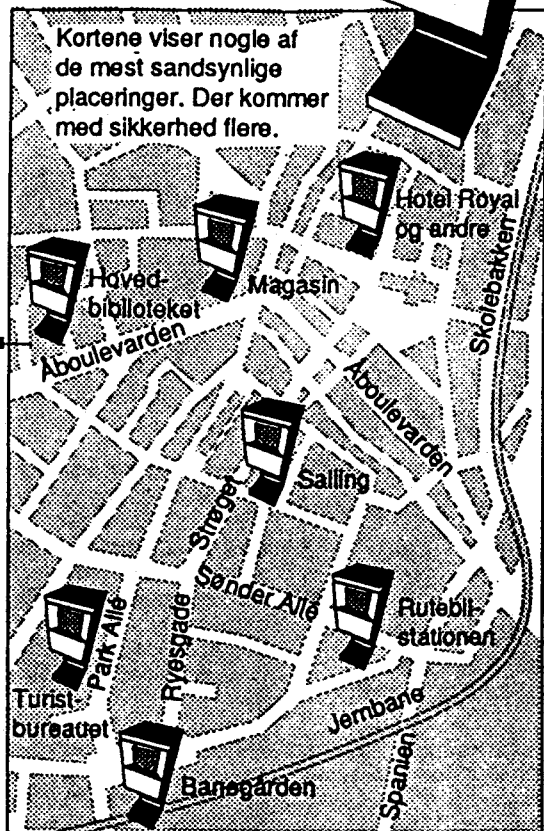
Hvad betyder InfoVision for Århus?

Erfaringerne fra Aalborg og andre europæiske byer, hvor disse eller lignende standere er opstillet, viser, at systemet tiltrækker mange brugere. Med den rette placering og en tydelig markering kan standerne derved være medvirkende til, at turisterne får mere ud af deres ophold og måske bliver lidt længere i byen. Aalborg er indtil i dag den eneste by i Danmark, der har dette højteknologiske system kørende. En opstilling her i byen vil derfor bringe Århus med helt i front på turist og borgerinformationsområdet.

Standersystemet er udviklet i Aalborg af AM Produktion (AM), der er et datterselskab af Aalborg Stiftstidende og Aalborg Medieselskab - med 50% til hver. Aalborg Medieselskab består af 65 lokale foreninger, herunder arbejderbevægelsen.

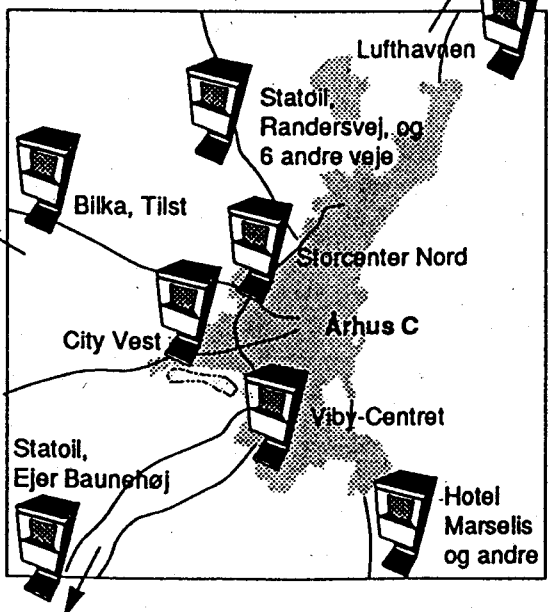
AM har haft 20 standere i drift i Aalborg siden september 1992, og har gjort gode erfaringer med hensyn til brugerreaktioner, opstillingssteder, teknologi m.v., som vi nu kan drage fordel af i Århus. I de første 7 mdr. af 1993 har man i Aalborg registreret 200.000 brugere af systemet, hvoraf nogle selvfølgelig har været gengangere. Ikke overraskende står den mest benyttede stander på hovedbanegården. I lange perioder har der været kødannelse ved standeren, og AM overvejer nu at opstille en ekstra på dette trafikerede sted.

Infovision dukker op i Århus City



Kortene viser nogle af de mest sandsynlige placeringer. Der kommer med sikkerhed flere.

... og omegn:



1. april kommer Infovision op små 30 steder i Århus-området. De fleste af standerne kommer til at stå under tag. En anden plan: Infovision helt ude i gademiljøet. En særlig udgave med slagfast glas er på vej. Den kan bygges ind i en facade ligesom Dankort-automaterne. Oplagt til i hvert fald et par steder på Strøget og Rymsgade. På trapperne er også en erstatning for den berørings-følsomme skærm: computeren der reagerer på almindelig tale - enten på dansk, tysk eller engelsk.

Sådan virker Infovision

Inde i hver stander sidder følgende:

- En tv-skærm, der reagerer på berøring.
- En computer.
- En harddisk.
- En afspiller til cd-i plader.
- En printer.
- Et modem til telefonnettet.

Cd-i pladen minder om en almindelig cd. Denne rummer bare ikke musik, men derimod en meget stor mængde farvebilleder, musik, tale og video. Når De trykker på skærmen, fortæller De computeren, hvad De ønsker afspillet.

Harddisken rummer helt aktuelle oplysninger: Nyheder, adresser, vejoplysninger, valutakurser og måske ledige job.

De kan gøres 100 procent aktuelle via telefon-nettet. Fra én og kun én pc på Århus Stiftstidende sender vi de nyeste oplysninger - hvad enten det er en begivenhed i weekenden eller en restaurant der har skiftet adresse.

De kan altså frit vælge mellem alt, hvad cd-i plade og harddisk rummer - og der kan ligge virkelig meget. Men ærligt talt, hvem står klar med papir og kuglepen midt i gademiljøet?

Det er heller ikke nødvendigt. Tryk på symbolet for udskrift, og en lille printer skriver Dem en bon med de nødvendige oplysninger. Lige til at rive af og tage med.

Infovision er udviklet af AM Produktion, Aalborg. Det er et selskab ejet 50% af Aalborg Stiftstidende og 50% af Aalborg Medieselskab, der blandt andet omfatter fagbevægelsen i den nordjyske hovedby.

Hvad kan man finde?

Infovisions første billede på skærmen er tre flag: Et dansk. Et tysk. Og et engelsk.

Tryk på det danske, og resten foregår på dansk.

Efter en kort reklame (for Ceres) følger den store hovedmenu. Læs her, hvad De kan vælge mellem efter den foreløbige plan:

- Overnatningssteder.
- Restauranter - sorteret efter type.
- Transport - bl.a. DSB's køreplaner.
- Shopping - butikker.
- Underholdning.
- Seværdigheder og attraktioner.
- Aktiv ferie.
- Specielt for børn.
- Aktuelle begivenheder.
- Specielle begivenheder.
- Ledige job.
- Turistinfo fra basen Dandata.
- Service fra Århus Stiftstidendes Livet i Byen.
- Sportsresultater.
- Vejrudsigt.
- Valuta.
- Nødhjælp.
- Kommunal information.
- Amtslig information.
- EF information.
- Vej-information.
- Bykort - med mulighed for at få udskrevet en rute til sit bestemmelsessted.
- Amtskort.

Planerne er foreløbige. Der skal naturligvis træffes en lang række aftaler. Der kan også godt komme mere til.