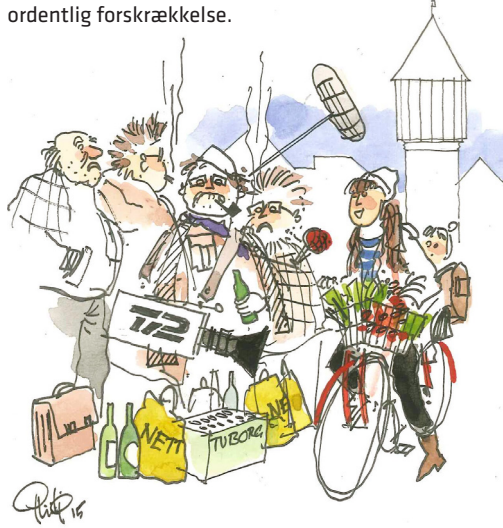


# Byens succes skal ses i bybilledet

Af Philip Rasmussen, By & Landskab, Nakskov

Det har været et dramatisk og skelsættende år for Nakskovs image. Først og fremmest har Lolland-Falster Lovestorm givet byen og hele området en ny veloplagt italesættelse. Det var TV2, der uforvarende kom til at sætte ild til lunten med udsendelsesrækken "På røven i Nakskov". Men til forskel fra fattigfirserne, hvor byen var magtesløs over for den nationale presse, så var danskerne imellemtiden blevet udstyret med smartphone og facebook. Det havde en gruppe unge intelligente kvinder i QLF blik for, hvilket gav den danske medieverden en ordentlig forskrækkelse.



Hovedstadspressen på besøg i Nakskov - på jagt efter den gode historie i Underdanmark. Tegning: Philip Rasmussen.

## Hovedstadspressen på besøg i Nakskov

I jagten på seere og sensationer kunne TV2 ikke modstå fristelsen at bruge Nakskov som slagmark og kulisse til realityshow i den bedste sendetid. Traileren til "På røven i Nakskov" var mindeværdig og en helt fantastisk malerisk egnsbeskrivelse: En rusten alkoholiseret skuespillerstemme byder velkommen til byen, hvor alle er arbejdsløse, mangler tænder og dør tidligt. Der blev brugt billeder af forfaldne huse, der slet ikke lå i Nakskov og lagt et gråt regnvejrsfilter ind over forfilmen, da man i depressions-dokumentar jo ikke kan bruge ægte optagelser fra en landsdel med et mildt klima og meget sol. Reaktionen var da også voldsom, og selv statsministeren måtte afbryde sine aftaler for at besøge katastrofeområdet i solidaritet med den hårdtplagede bybefolkning. I hælene fulgte den sensationshungrende hovedstadspresse i håb om at få et sjældent indblik i den usunde levevis i underdanmark. Til pressens sto-

re ærgelse mødte man kun glade sunde vinterbadere i Nakskov Fjord, veloplagte lovestormkvinder og en fabriksdirektør på Ortofon, der lovpriste byens stabile og motiverede arbejdskraft. Den massive mediedækning fortsatte, og selv på Folkemødet på Bornholm måtte Trykkefrihedsselskabet sande, at Gert Wilders ikke havde samme nyhedsværdi som lovestormen, som facebookdirektøren i sin begejstring klassificerede som det største siden det arabiske forår. Ja, det sagde han faktisk fra scenen.

## Solskin og fattigdom i Nakskov

I rusen over at solen skinner på sydhavsøerne, skal vi ikke glemme, at udgangspunktet for "På røven i Nakskov" var tvivlsomme vinkler på skævriddningen og uligheden i Danmark. Skulle man endelig sætte fokus på Nakskov og fattigdom - så står vi gerne på mål for ordentlig kritisk journalistik. Sagen er den, at Lolland løser en kæmpe social opgave ved at give en stor fattig befolkningsgruppe tag over hovedet. Det kan man selvfølgelig også få i København - hvis man da ellers kan kalde betonen under jernbanebroen i Sydhavnen for et tag for de 10-15 hjemløse, der hver nat overnatter under betonbuerne. I Danmark er der 5800 hjemløse, og det havde klædt TV2 at kigge ud ad vinduet, inden man drøede ned til bodegæen på Østre Boulevard i Nakskov for at konstatere, at der ikke var et øje, og at udkanten derfor måtte være ved at lukke og slukke. I virkelighedens verden har Nakskov altid været en gæstfri og rummelig by - med en stor gruppe velintegrerede indvandrere, der er kommet til byen i flere omgange. Den virkelige historie, som fortjener dybtborende journalistik, er derfor, at der på Lolland-Falster er mange tusinde arbejdspladser, og en befolkning der åbenbart har så meget overskud og medmenneskelighed, at man kan rumme en stor indvandring og store sociale udfordringer uden den sociale uro og bandekriminalitet, som er begyndt at blive en del af bybilledet flere steder i hovedstaden.

## Lovestormen giver stof til eftertanke

Det er for tidligt at evaluere de langtsigtede effekter af lovestormen. Men der er noget, der må give stof til eftertanke. Blandt andet har lovestormen vist, at branding ikke handler om fakta, men om hvordan folk opfatter dem. Vi havde i efteråret besøg af journalist Kjeld Hybel fra Politiken, som brugte en dag i vores selskab på at gå på opdagelse i Nakskov. Han betegnede ved sin ankomst Nakskov som landets mest udskaeldte udkant, men skrev loyalt i sin helsidesartikel i Politiken, at arbejdsløsheden er højere i København, og at Nakskov har



Badebroen i Nakskov Fjord er landets længste og tegnet af Philip Rasmussen. Broen blev i årets løb symbolet på de nye tider og det gode liv på Lolland. Blandt andet vandt fotografen Theirin Ottosen en international konkurrence med broen som motiv.



Klimatilpasning og bymiljø tegnet af Philip Rasmussen.

flere solskinstimer. Faktisk går det rigtig godt med begge dele. I Nakskov er det lykkedes at fastholde en byrolle med meget industriproduktion af den slags, der ellers er fossed ud af landet i de senere år. Alene de arbejdspladser, der har relation til Nakskov Havn, tæller 1200, og flere er på vej i den kommende tid. Klimaet er heller ikke til at klage over - hvis man sammenligner med resten af landet. Der er flere solskinstimer, det er et par grader varmere end på Sjælland, og fjorden har landets højeste badevandstemperatur. Klimaet og den gode landbrugsjord skaber store værdier. Der bliver produceret meget mad, der også afføder industriarbejdspladser i Nakskov. Klimaet er desuden forudsætningen for mange fødevarerespecialiteter i verdensklasse - såsom æbleproduktionen på Fejø og de prisbelønnede oste fra Knuthenlund. Endelig skal man ikke undervurdere, at klimaet på Lolland er forudsætningen for en enorm energiproduktion

fra vindmøller og store solcelleanlæg. Der produceres 5 gange så meget strøm, som øens virksomheder og befolkning kan bruge selv, svarende til en mellemstor tysk atomkraftreaktor.

## Problematisk image på trods af mange arbejdspladser

Så skulle man jo tro, at alt var i sin skønneste orden. Men på trods af god beskæftigelse og massiv leverance af strøm og fødevarer til hovedstaden, så har Nakskovs image i mange år været stærkt problematisk. Det har haft store økonomiske konsekvenser for byen. Virksomheder har haft svært ved at tiltrække kvalificeret arbejdskraft, turismen kunne være meget større og huspriserne er kunstigt lave. Eksempelvis er Maribovej og Tårsvej de to veje i Danmark med de laveste ejendomspriser. Der er åbenbart noget, der ikke hænger sammen, når ejendomspriserne er lave i en by med god beskæftigelse. Måske er byens indfaldsveje i netop så triste, at de bekræfter fordommene, som gæsterne møder byen med. Jeg er som arkitekt meget optaget af, hvordan de visuelle effekter påvirker holdninger, opfattelser og hvilke signaler der kommunikerer. Derfor er der for mig en mening med at udforme badebroen på Hestehovedet som et fotogent ikon. Et stykke arkitektur, der skulle bruges til at kommunikere den gode historie om byen, fjorden og landets højeste badevandstemperatur. På samme måde tænker jeg i design og signalværdi ved udformningen af smukke indfaldsveje og havnefront. Lovestormen har gjort det langt lettere at få disse visuelle budskaber ud over rampen. Det er en enestående chance at være arkitekt både i virkeligheden og i den virtuelle verden på samme tid.