



2013
ÅRSBERETNING

Årsberetning 2013

BERETNING FRA LEDELSEN

Ledelse.....	4
<i>Et nyt nationalt akvarium.....</i>	6
Støtte fra fonde.....	8
Priser modtaget i 2013	8
Ledelsesberetning	9

NØGLETAL

Resultatopgørelse.....	12
Balance	13
Andre nøgletal	13

BERETNING FRA OMRÅDERNE

Driftsområdet	
<i>Fra Danmarks Akvarium til Den Blå Planet</i>	15
Dyrehold.....	17
Forskning og naturbevarelse	20
Veterinære forhold.....	23
Teknisk afdeling	25

Det Kommercielle område

<i>Et Power Brand fra starten</i>	27
Billet og service	29
Program og events	31
PR og markedsføring.....	33
Skoletjenesten	36
Salg og Booking	39
Sponsorer.....	42
Spisestedet ØST, Meyers Køkken	43
Butikken, Event Network	44

HR

<i>En fantastisk holdindsats</i>	45
Medarbejdere og organisation	47

CSR

Miljø og socialt ansvar.....	50
Medlemsskaber og tillidsposter	52
Konferencer og uddannelsesrejser	53

Beretning fra ledelsen



Ledelse

BESTYRELSE

[Flemming Normand Frandsen](#)

Professor, Dr. Scient.

Formand for bestyrelsen, tiltrådt 1997.

Medlem af bestyrelsen, indtrådt 1997.

Andre bestyrelsesposter:

Medlem af bestyrelsen,

Bygningsfonden Den Blå Planet.

Næstformand og medlem af

bestyrelsen, Knud Højgaards Fond.

[Niels Axel Nielsen](#)

Koncerndirektør, DTU, Cand. Stat.

Næstformand for bestyrelsen, tiltrådt 2013.

Medlem af bestyrelsen, indtrådt 1996.

Andre bestyrelsesposter:

Medlem af bestyrelsen, Nordsøen

Forskerpark/Nordsøen Oceanarium.

Medlem af bestyrelsen, Dianova A/S.

Medlem af bestyrelsen, Dansk

Fundamental Metrologi A/S.

Medlem af bestyrelsen, Copenhagen

Cleantech Cluster.

Medlem af bestyrelsen, Fonden

Nordic Synergy Park .

[Peter Koefoed Bjørnsen](#)

Direktør, UNEP-DHI Centre for
Water and Environment, Ph.d.

Medlem af bestyrelsen, indtrådt 2000.

[Lars Bernhard Jørgensen](#)

CEO, Wonderful Copenhagen.

Medlem af bestyrelsen, indtrådt 2012.

Andre bestyrelsesposter:

Medlem af bestyrelsen, Danes Worldwide.

Medlem af bestyrelsen, VisitAarhus.

[Benny Dalgaard Loft](#)

CFO & Executive Vice President, Novozymes A/S

Medlem af bestyrelsen, indtrådt 2013

Andre bestyrelsesposter:

Fungerende formand for bestyrelsen,

Dong Energy.

Medlem af bestyrelsen, Xellia

Pharmaceuticals ApS.

[Helle Lis Søholt](#)

Founding Partner & CEO,
GEHL Architects, Arkitekt MAA

Medlem af bestyrelsen, indtrådt 2013

Andre bestyrelsesposter:

Medlem af bestyrelsen, Realdania

Medlem af bestyrelsen, Danish Design

& Architecture Initiative

DIREKTION

[Dorte Gleie](#)

Administrerende direktør

[Mette Broksø Thygesen](#)

Kommerciel direktør

[Kai Frydendahl](#)

Driftsdirektør

CHEFGRUPPEN

[Jesper Horsted](#)

Projektdirektør

[Anita Rosendahl](#)

Billet – og servicechef

[Bjørn Koefoed](#)

Teknisk chef

[Christian Yssing](#)

PR og marketingchef

[Christina Brodersen Chudner](#)

Salgs- og bookingchef

[Lars Skou Olsen](#)

Kurator, chef for dyreafdelingen

[Lasse Due Andersen](#)

Program- og eventchef

[Peter Gravlund](#)

Forskningschef

[Sara Tougaard](#)

Leder af Skoletjenesten

[Tim Wilhelm-Hansen](#)

Økonomichef

[Christina C. Rejnhold-Piper](#)

Direktionsassistent



Et nyt nationalt akvarium

Det er en sjældenhed, at en ny kulturinstitution åbner i Danmark, og helt unikt at den nye attraktion allerede første år blander sig i toppen blandt landets mest besøgte. Med 1,1 million glade gæster i 2013, dobbelt så mange som forventet, og massiv interesse fra medier i ind- og udland var modtagelsen af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium både varm og overvældende.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er i sit udgangspunkt en relancering af Danmarks Akvarium, men samtidig lanceringen af

Nordeuropas største akvarium og af en topattraktion, der i alle aspekter fra dyrebestand, over akvarieteknologi til servicefilosofi og branding ligger lysår fra det elskede, men nedslidte, akvarium i Charlottenlund.

Allerede længe før Danmarks Akvarium lukkede i oktober 2012, var åbningen af det nye akvarium under forberedelse, herunder med udvikling af strategier, organisationsplanlægning og besættelse af nøglestillinger. Men i de første måneder af 2013 tog det ekstra fart. Et massivt program af dyreflytninger og dyreankomster sikrede dyr og planter i akvarier og anlæg. Godt 100 nye medarbejdere blev ansat og introduceret til opgaverne, stedet og hinanden. Der blev indkøbt teknologi, it-systemer, uniformer, møbler og skabt et helt nyt brandunivers – alt der skulle

til for at komme godt fra start. Ikke alt kunne forudsiges, og udfordringer var der mange af, men det lykkedes over al forventning at sørge for, at det nye akvarium.

Den 21. marts 2013 åbnede Hennes Majestæt Dronningen, ledsaget af Hans Kongelige Højhed Prinsgemalen, officielt Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Dagen efter blev dørene åbnet for gæsterne, der allerede fra første dag stod i kø for at opleve det nye nationale akvarium ved Kastrup Havn.

TOTALOPLEVELSER I DYBET

Den Blå Planet, Danmarks Akvariums mission er at få børn og voksne hjerter til at banke for vandets forunderlige liv. Der er lagt op til en totaloplevelse, der kombinerer prisbelønnet

arkitektur i verdensklasse, fascinerende dyr fra hele kloden, medrivende oplevelser samt lækker mad med fokus på frisk fisk og skaldyr fra havene omkring os, serveret med en spektakulær udsigt over Øresund i Spisestedet ØST.

Bygningen, der har rejst sig som nyt arkitektonisk vartegn, er tegnet af det danske arkitektfirma 3XN og tager form som en hvirvelstrøm, der drager gæsterne ned i dybet på en forunderlig verdensomsejling under havet. Beliggenheden er unik – lige ud til Øresund og tæt på lufthavn, Metro og Øresundsbroen. Et trafikalt smørhul, der gør Den Blå Planet, Danmarks Akvarium til en oplevelsesdestination for hele regionen og for turister fra resten af verden.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er en hyldest til vores smukke blå planet. 20.000 fisk og havdyr fordelt på 450 arter, bebor 53 akvarier og anlæg med i alt 7 millioner liter vand. Tro mod Danmarks Akvariums fundats er alle fire vandtyper repræsenteret, det varme og kolde saltvand og det varme og kolde ferskvand. Udstillingen kommer hele kloden rundt – fra Nordatlantens iskolde hav til tropernes varme oceaner og fra de tempererede danske sør til Amazonas varme flodvand. Lynhurtige hammerhajer patruljerer koralrevet i den enorme, tropiske Oceantank på 4,1 millioner liter, Nordeuropas største stimepiratfisk er nabo til hidsgive anakondaer i regnskovsområdet, og sprælske söløver henrykker i havvand tappet direkte fra Øresund.

Historiefortælling og service er den menneskelige komponent i totaloplevelsen. Et korps af fortællere sørger for den personlige historiefortælling fyldt med fascinerende viden om vandets forunderlige liv ved fodringer, shows og rundvisninger. Gæsteværter sørger for en varm velkomst og hjælper til rette med personlig betjening, der skaber smil. Alle sejl er sat til for at skabe en unik oplevelse, der får gæsterne til at ønske at komme igen og igen.

Det gælder også for virksomhederne, der med den Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har fået et nyt spektakulært sted at afholde events, konferencer og fester. Maden er i absolut topklasse ved Meyers Køkken i samarbejde med de tidligere noma-kokke Søren Westh og Torsten Vildgaard.

Forskning er en vigtig strategisk indsats på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Dyrebestanden, de nye rammer og ansættelsen af forskningschef ph.d. og zoolog Peter Gravlund betyder, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium kan engagere sig i en bred vifte af forskningssamarbejder. Derved kan akvariet spille en aktiv rolle i skabelsen af ny viden, som kan benyttes direkte i historiefortællingen og i udstillingen.

Børnene er nøglen til kommende generationers værn om vandets forunderlige liv. Det er her, forældrenes i blæksprutter, hammerhajer og piratfisk bliver til livslang fascination. Skoletjenesten på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium modtog i

2013 tusinder af skolebørn til undervisning i alt fra økosystemer til rødspætters camouflage – altid med levende dyr i centrum.

FORBEREDT TIL FREMTIDEN

Fortsat udvikling, og en til alle tider høj medarbejder- og gæstetilfredshed, er selve rygraden i Den Blå Planet, Danmarks Akvariums strategi for fremtiden.

Arkitekturens smukke organiske former er forberedt til kommende udvidelser. Armene, der stråler ud fra bygningen, kan forlænges og rumme kommende udvidelser. Bygningen vil kunne gro organisk og smukt videre og blot understrege den grundlæggende form yderligere.

Den første udvidelse af akvariet er allerede på tegnebrættet og ventes færdig inden for en horisont på fem år. Samtidig vil der løbende blive præsenteret nye spændende dyrenyheder, og program og udstilling udvikles således, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium også i fremtiden er et af verdens mest spektakulære akvarier og en topattraktion i regionen.

Støtte fra fonde

TAK TIL BYGNINGSFONDEN DEN BLÅ PLANET

TAK TIL HOVEDBIDRAGSYDERNE TIL OPFØRELSEN AF DEN BLÅ PLANET, DANMARKS AKVARIUM:

- Realdania
- Knud Højgaards Fond
- Tårnby Kommune
- Dronning Margrethes og Prins Henriks Fond

TAK TIL FØLGENDE FONDE FOR STØTTE I 2013:

- Bikubenfonden
- Familien Hede Nielsens Fond
- Tips- og Lottomidlerne
- Brødrene Hartmanns Fond
- Bodil Pedersen Fonden
- Oticon Fonden
- Beckett Fonden
- Vinhandler V Bach Hansen & Hustrus Lånefond
- Augustinus Fonden
- Toyota-Fonden

FUNDRAISING

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium engagerer fonde og bidragsydere som samarbejdspartnere omkring nye, større projekter.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium fokuserer på projekter, der er til gavn for en stor skare af gæster og skolelever, og som har et fokus på personlig historiefortælling, naturbevaring og skabelse af viden, læring og leg.

Det er en stor glæde for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium, når fonde og bidragsydere ønsker at indgå i et samarbejde om at skabe rammerne omkring enestående oplevelser og bistå Den Blå Planet, Danmarks Akvarium i fortsat udvikling og fornyelse.

PRISER 2013:

Byens Bedste Børneoplevelse 2013

AOK

'Bedste bygning' i kategorien 'Display'

World Architecture Festival

Arkitekturprisen 2013

Bevaringsforeningen
for Tårnby Kommune

In-Situ Prisen 2013

Dansk Byggeri

Ledelsesberetning

2013 var et fantastisk år for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Det nye nationale akvarium i Kastrup Havn åbnede den 21. marts 2013 og blev mødt af en overstrømmende interesse med besøg af hele 1,1 millioner gæster de første ni måneder, dobbelt så mange som forventet.

Særligt åbningen op til påske og den efterfølgende lockout på folkeskoleområdet gjorde, at mange gæster fik mulighed for at aflægge besøg i den første tid. Årets resultat på 34 millioner kr. ud af en nettoomsætning på 166 millioner kr. betragtes som særdeles tilfredsstillende og langt over det oprindeligt forventede resultat.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har en målsætning om at være blandt Danmarks fem mest besøgte attraktioner, og med 1,1 millioner gæster er det mål allerede nået med ni måneders drift i 2013. Målsætningen om at skabe mange loyale gæster afspejles i salget af Blåt Kort, der også blev næsten dobbelt så højt som forventet. Aftalen med Tårnby Kommune har betydet, at 14.000 ud af de over 35.000 solgte Blåt Kort blev erhvervet af indbyggere i Tårnby, hvilket svarer til ca. en tredjedel af kommunens befolkning.

BRANDSTRATEGI

Høj personlig service og nærværende, unikke oplevelser er byggesten i Den Blå Planet,

Danmarks Akvariums strategi, og der er dagligt ca. 20 programsatte oplevelser for gæsterne. Oplevelserne spænder lige fra børneteater med Hammerhagen HIK, over dissekeringer af blæksprutter og fodringer, til koncepter, der er helt unikke for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Det gælder f.eks. Fortællerbattle, hvor to dygtige fortællere dyster indbyrdes på sjov og overraskende viden om vandets liv foran gæsterne.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er lanceret i et nyt markant grafisk univers, bygget op omkring "en forunderlig verden i dybet". Universet er stringent og gennemgående på alle platforme fx digitale kanaler, printmedier og Outdoor. Lokale, nationale og internationale medier har givet Den Blå Planet, Danmarks Akvarium stor og vedvarende omtale.

Det nye brand "Den Blå Planet, Danmarks Akvarium" er blevet landskendt, hvilket også fremgår af verdens største brandanalyse BAV (Brand Asset Valuator). Den Blå Planet, Danmarks Akvariums brand er målt på styrke og vitalitet i forhold til 800 andre brands i Danmark. Den første måling viser, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium allerede nu er karakteriseret som "Power brand".

Med arkitektur i verdensklasse som spidsen har Den Blå Planet, Danmarks Akvarium

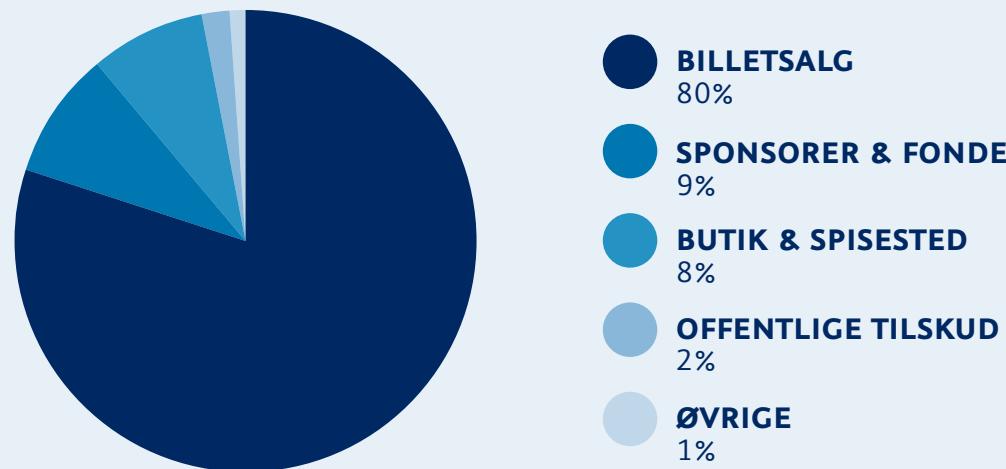
modtaget både priser og nomineringer i ind- og udland. Mest spektakulært modtog arkitekterne, 3XN, prisen for bedste bygning i kategorien Display Building ved den prestigefyldte arkitekturfestival World Architecture Festival i Singapore. Læserne hos AOK.dk stemte oplevelsen i top således, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium kunne hjemtage prisen som Byens Bedste Børneoplevelse 2013. Allerede inden åbningen blev Den Blå Planet, Danmarks Akvarium kåret som Danmarks bedste fyrtårnsprojekt inden for turisme og oplevelsesøkonomi.

MEDARBEJDERE

Der er 120 medarbejdere (91 års værk) på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Hertil kommer medarbejdere hos forpagterne af hhv. butik og Spisestedet ØST. Resultatet af årets medarbejdertilfredshedsanalyse foretaget af Ennova viser, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har en høj arbejdsglæde og en høj loyalitet blandt medarbejderne. Resultatet ligger 14 indekspoint over det generelle niveau for det danske arbejdsmarked, hvorfor Den Blå Planet, Danmarks Akvarium kan betragtes som værende blandt Danmarks bedste arbejdspladser. Tilfredse og loyale medarbejdere skaber begejstrede og loyale gæster og understreger sammenhængen mellem medarbejdertrivsel og økonomisk resultat.

SAMLET OMSÆTNING
165.659.000
SAMLEDE OMKOSTNINGER
131.808.000

ÅRETS RESULTAT
33.851.000



DYR OG ANLÆG

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium drives på et videnskabeligt grundlag. I det forløbne år har Den Blå Planet, Danmarks Akvarium medvirket i en række relevante forsknings- og naturbevarelsesprojekter.

Akvariets dyrehold tager udgangspunkt i ønsket om at formidle viden om livet i og omkring vandet og viser en bred biodiversitet, der repræsenterer de vigtigste økologiske biotoper.

FREMTIDEN

Åbningen af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium og driften det første år har været en kraftpræstation, hvor alle medarbejdere har ydet en imponerende indsats. At målene ikke blot

blev nået, men også overgået, skyldes i høj grad denne dedikerede indsats, som fortjener en meget stor tak.

Også en meget stor tak til bestyrelsen for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium og til Bygningsfonden Den Blå Planet for et altid visionært og stærkt samarbejde.

Nye kulturinstitutioner oplever traditionelt et fald i gæstetal efter det første åbningsår. For fortsat at kunne tiltrække gæster skal Den Blå Planet, Danmarks Akvarium fortsat arbejde for at være relevant som oplevelsesdestination for de mange gæster. Det kræver udvikling, geninvestering og et fokus på at skabe nærværende og personlige oplevelser for gæsterne.

Skoleelever skal tiltrækkes med interessante og relevante undervisningstilbud, og Den Blå Planet skal bidrage aktivt til forskning og naturbevarelse, hvor dette synes relevant i forhold til dyreholdet.

Kort sagt, Den Blå Planet, Danmarks Akvarium skal fortsat blive ved med at få børn og voksne hjerter til at banke for vandets forunderlige liv.

Nøgletal



NØGLETAL

Resultatopgørelse

(1.000 DKK)	2013	2012	2011
Driftsindtægter	146.153	8.705	10.421
Sponsorater	1.180	85	189
Tilskud	18.326	11.563	3.484
Samlede indtægter	165.659	20.353	14.094
Personaleomkostninger	(48.132)	(13.208)	(7.198)
Driftsomkostninger	(15.169)	(796)	(1.303)
Ejendomsomkostninger	(48.395)	(3.027)	(2.818)
Vedligehold og anskaffelser	(11.496)	(380)	(778)
Øvrige omkostninger	(8.813)	(3.211)	(2.045)
Omkostninger i alt	(132.005)	(20.622)	(14.142)
Resultat før afskrivninger og finansielle poster	33.654	(269)	(48)

(1.000 DKK)	2013	2012	2011
Af- og nedskrivninger	–	–	(105)
Finansielle poster	197	–	–
Årets resultat	33.851	(269)	(153)

NØGLETAL

Balance

(1.000 DKK)	2013	2012	2011
Anlægsaktiver	135	–	100
Omsætningsaktiver	69.321	6.786	3.539
Aktiver	69.456	6.786	3.639
Egenkapital	34.376	525	795
Hensættelser	517	3.080	333
Langfristede gældsforpligtigelser	746	1.103	1.103
Kortfristede gældsforpligtigelser	33.817	2.078	1.408
Passiver	69.456	6.786	3.639

NØGLETAL

Andre nøgletal

(1.000 DKK)	2013	2012	2011
Antal gæster (antal)	1.086.857	123.606	142.264
Årsværk (antal)	82	24	15
Antal solgte Blåt Kort (stk.)	35.372	1.154	4.737
Indtægter i alt pr. gæst (kr.)	152	166	99
Offentlig tilskud pr. gæst (kr.)	2	8	7
Andel driftsindtægter (%)	88 %	43 %	74 %

Beretning fra områderne



DRIFTSOMRÅDET

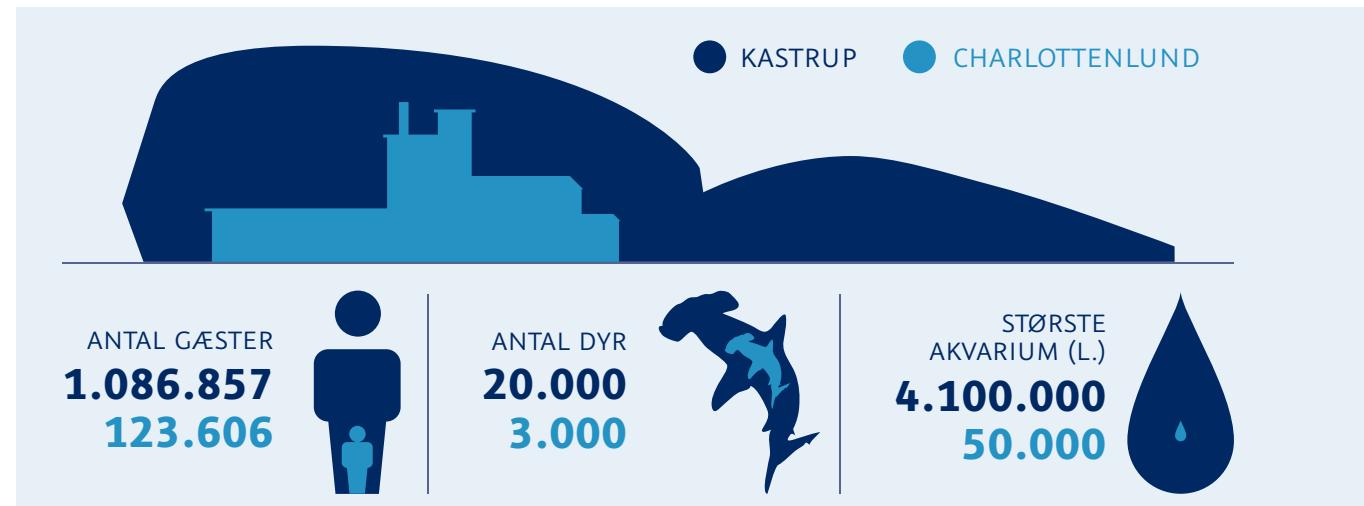
Fra Danmarks Akvarium til Den Blå Planet

Rejsen fra Danmarks Akvarium til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium var en rejse på flere planer. En kompliceret og nøje forberedt fysisk flytning af dyr og medarbejdere var central, men lige så meget var det en mental rejse mod en ny vision. Nye strategier, nye organisationsværdier og et nyt, unikt brandunivers blev udviklet. En betydeligt større organisation blev skaleret og i flere faser besat med topmotiverede medarbejdere fra et bredt udsnit af brancher. Samtidig blev der lagt planer for, hvordan den nye bygning og de smukke nye, akvarier skulle indtages.

FRA KLASISK AKVARIUM TIL OPLEVELSER I DYBET

Da Danmarks Akvarium i Charlottenlund åbnede i 1939, stod der lige så mange gæster i kø, som da Den Blå Planet, Danmarks Akvarium slog dørene op i 2013. Vandets liv kunne dengang som i dag fascinere og tryllebinde, og i begge tilfælde åbnede det nye akvarium som en topattraktion, der bød på noget helt særligt.

På Danmarks Akvarium i Charlottenlund kunne gæster i alle aldre opleve vandets fascinerende væsner i smukke akvarier, der bragte en



fremmed verden op til beskuelse på land. Den Blå Planet, Danmarks Akvarium skaber illusionen om det modsatte – her er det gæsterne, der drages med under overfladen og besøger livet i have, floder og øer. Den nye udstilling er skabt med en scenografi, der har denne illusion for øje. Den spiller på lys og mørke, refleksioner af lys gennem vand samt lyde, der giver følelsen af at være under vandet.

Det klassiske akvarium i Charlottenlund, der afdækkede naturen med moderne, videnskabeligt klarsyn, har således givet plads for en oplevelse, der vækker alle sanser, og som på en helt anderledes måde giver gæsterne oplevelser i dybet. Det største akvarium i Charlottenlund var på 50.000 liter – nu dækkes hele synsfeltet af en 8 x 16 meter panoramarude ind mod det

4,1 millioner liters Oceanakvarium med hele seks hajarter og 1.300 smukke, farvestrålende tropiske fisk.

AV-teknikken, der skaber illusionen, er blot en del af den sofistikerede teknologi, der holder Nordeuropas største akvarium kørende i det daglige. Verdens mest moderne akvarieteknologi er selve hjertet. De 7 millioner liter vand, som cirkulerer i systemet, kan renses på en time, og den ypperste vandbehandlingsteknologi sikrer, at alt fra koralfisk til sölører kan boltre sig i lige præcis det vand, de trives bedst i.

DYR FRA HELE VERDEN OG FRA CHARLOTTENLUND

Den største og mest kritiske del af rejsen var dog transporten af i alt 20.000 dyr, der forøgede Danmarks Akvariums 250 arter til 450 arter, inklusive spændende nye arter som hammerhaj og pjaltefisk.

Det kræver sin dyrepasser at indfange og flytte tusinder af små piratfisk med knivskarpe tænder, eller bare en enkelt, og særligt hidsig, alligator-skildpadde, der med et hurtigt bid kan klippe dyrepasserfingre af, som var de tørre kviste.

Flytning af såvel farlige som ufarlige dyr blev planlagt minutiøst og inkluderede hajtransporter gennem tæt trafik under politieskorte. Dyretransporterne var på papiret et rædselskabinet af ting, der kunne gå galt. Men alt gik efter planen, og under kyndig ledelse af kurator Lars Skou Olsen blev 3.000 fisk og havdyr flyttet fra Charlottenlund og fik selskab på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium af 17.000 nye dyr, hentet hjem fra hele kloden.

Dyreflytninger og dyreankomster blev fulgt af en lang række medier og bidrog til at skabe den overvældende interesse, som Den Blå Planet, Danmarks Akvarium blev mødt med i hele 2013.

EN OPDAGELSESRÆJSE

Åbningen af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium, og tiden efter, har været en opdagelsesrejse. Muligheder og begrænsninger har vist sig i arbejdet med at få den nye arkitektur og teknologi til at spille sammen med produkter, arbejdssprocesser og skabelsen af gode gæsteoplevelser.

Årets gang og elementernes rasen, det større slid på bygningen med dobbelt så mange gæster som forventet, mågernes mangel på respekt for en smuk bygning til 730 millioner kr. Mange erfaringer er blevet gjort.

Tilpasninger har været nødvendige, herunder udbygning af garderobe og inddragelse af det planlagte særudstillingsområde til picnicområde, og beslutningen er allerede taget om at udskifte hele formidlingsdelen af udstillingen med en investering på 13 millioner kr. over de kommende to år.

Frem for alt har 120 medarbejdere lært deres nye omgivelser og arbejdsplads godt at kende, og Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er vel-estableret som Danmarks nye nationale akvarium og en ny topattraktion for hele regionen.



DRIFTSOMRÅDET

Dyrehold

v. Kurator Lars Skou Olsen

20.000 fisk og andre havdyr. Dedikerede dyrepassere og barske dykkere. Nordeuropas største og mest moderne akvarium. På Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er alle sejl sat til for skabe en unik jordomsejling under havet.

Med flytning af ca. 3.000 dyr fra Danmarks Akvarium i Charlottenlund, indkøb og transport af 17.000 nye dyr fra leverandører verden over, etablering af en større og mere bredt funderet afdeling for dyrehold og endelig med en overgang til drift af 53 splinternye akvarier og anlæg, blev 2013 et travlt og fantastisk spændende år.

Som bestemt i Den Blå Planet, Danmarks Akvariums fundats er alle fire vandtyper repræsenteret og tager gæsterne med fra det kølige ferskvand i de danske sører, over nordens iskolde have, til tropiske korallrev og regnskovens varme flodvand.

Afdelingen består af 18 medarbejdere og fem dyrepaserelever under ledelse af kurator Lars Skou Olsen.

DYREBESTANDEN GENERELT

Opgaven med at flytte dyr fra Danmarks Akvarium i Charlottenlund var en stor og nøje planlagt operation, der strakte sig over flere måneder og kulminerede i talrige transporter, hvoraf en enkelt, transporten af hajer, foregik under politibeskyttelse og med TV2 NEWS' nyhedshelikopter svævende over ruten til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

Den populære tv-vært, Sebastian Klein, var med til at flytte flere af de mest krævende dyr. Det betyder, at dyreflytningerne kan følges på DR ULTRA i programserien "Sebastian på dybt vand", der havde premiere, da Den Blå Planet, Danmarks Akvarium åbnede og siden har været genudsendt flere gange. Programserien har været voldsomt populær og har åbnet mange børns og voksne øjne for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium som attraktion og for det fascinerende ved vandets livsformer.

En af de sidste større opgaver inden flytningen var opformeringen af Danmarks Akvariums piratfiskeflo. Det resulterede i Nordeuropas største flok af piratfisk, ca. 3.000 individer, der flyttede ind i et smukt anlæg i regnskovsanlægget 'Amazonas' med eget vandfald.

Ankomsten af hammerhajer fra Taiwan var et af de mest spændende øjeblikke i opbygningen af den nye dyrebestand. Hammerhajerne var udset til at være Den Blå Planet, Danmarks Akvariums absolutte spektakulære arter, og de skuffede bestemt ikke. De har tilført den store Oceantank et unikt islæt, og mange gæster er kommet for især at se dem. Hammerhajer er skrøbelige dyr at flytte. Desværre måtte vi konstatere, at de to første hammerhajer var døde ved ankomsten. Men de senere leverancer af i alt 10 hammerhajer gik godt, og de blev lukket ud i Oceantanken under stor mediebevågenhed. Siden er en enkelt hammerhaj desværre død, men resten trives storartet og vokser godt til.

I indflytningsperioden i Den Blå Planet, Danmarks Akvarium voksede antallet af medarbejdere, og der blev udviklet nye rutiner. Der er rekrutteret medarbejdere, der matcher de fire vandtyper og de mange nye dyrearter, og Den Blå Planet, Danmarks Akvarium indgår også som læreplads i uddannelsen af nye dyrepassere.

Ved årets afslutning fremstår dyrebestanden sund og stærk. Flytningerne af dyrene fra Charlottenlund og de talrige leverancer af nye dyr gik uden større komplikationer. Nye dyrearter, herunder forhåbentlig havslanger og havoddere, ventes i 2014.

PJALTEFISK I TRYKKAMMER

Pjaltefiskene var tiltænkt en rolle som spektakulære arter ved lanceringen af Den Blå Planet,



Danmarks Akvarium. Men de har i løbet af året givet store udfordringer. Den store art pjaltefisk er særligt sart, og det er et kendt fænomen, at den får "luft" i tarmene, så den flyder op til overfladen uden mulighed for at svømme ned igen. Det medfører oftest døden.

Desværre blev to af pjaltefiskene ramt af denne tilstand. Der er beskrevet metoder til at fjerne luften med brug af kanyler. For at undgå dette indgreb fulgte i stedet en egenudviklet idé, hvor pjaltefiskene blev sat i trykkammer på Rigshospitalet.

Rigshospitalets trykkammerafdeling ville gerne hjælpe til under den forudsætning, at menneskepatienter naturligvis fik førsteret til trykkammeret, der bl.a. benyttes til at behandle dykkere med dykkersyge. Pjaltefiskene blev installeret i

trykkammeret, og behandlingen startede. Ved et tryk svarende til 50 meters dybde begyndte pjaltefiskene at stå næsten rigtigt i vandet igen.

Desværre fortog bedringen sig, da trykket blev udligget, og i løbet af nogle dage døde begge pjaltefisk. Men resultaterne var lovende, og en længere periode under tryk kan være den effektive behandling, der kan spare pjaltefisk for kanyler og forbedre trivslen af de sarte dyr i akvarier verden over.

AMAZONAS

I regnskovsanlægget 'Amazonas' er der kommet yderligere arter til. En sommerfuglepopulation er under opbygning. De importeres fra en sommerfuglefarm i Costa Rica, hvor de opdrættes af lokale farmere. Flere frøarter er også sat ud, og

de yngler allerede i de små kar, som dyrepasserne har sat ud i regnskoven. De voksne frører har en meget karakteristisk lyd, der minder om cikader, og de er primært tiltænkt rollen som lydtapet.

Parakitter er blandt de nye fuglearter. Det er håndtamme fugle, som lukkes ud på bestemte tidspunkter. Dyrepasserne kalder de prægtige fugle til sig, således at gæsterne får en stor oplevelse ved at komme i nærkontakt med de flotte, nysgerrige fugle.

HAVODDERE

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium fortsatte arbejdet med at etablere hold af havoddere i et samarbejde mellem forskningschef Peter Gravlund, dyrehold og dyrlæge Kasper Jørgensen. To medarbejdere blev sendt til Alaska for sammen med Alaska Sea Life Center at starte procesen mod en officiel ansøgning til de amerikanske myndigheder.

Senere på året drog dyrlæge Kasper Jørgensen til akvariet i Monterey Bay for at lære om den veterinære pasning af havoddere, herunder bødvelse og behandlingsformer.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium vil i 2014 sende fire dyrepassere til Alaska for at lære at passe de havoddere, som akvariet skal modtage, hvis tilladelsen til udførsel bliver givet. Samtidig ombygges det nuværende søløvebassin til odderanlæg.

UNGER

En lang række arter af fisk har ynglet på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Blandt de mest interessante arter er firøjne, killifisk og ferskvandsrokker.

Firøjne er en fisk fra Sydamerika, der lever i mangroven. I modsætning til de fleste fisk føder firøjne levende unger og lægger altså ikke æg. Ferskvandsrokkerne har også ynglet, og den unge, der er resultatet, vokser godt til.

Fra åbningen af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har det ikke været muligt at skaffe nok killifisk til at udstille dem i Afrikas sører. Men den lille gruppe ungfisk, som kunne skaffes er nu begyndt at yngle, og arten forventes udstillet i løbet af 2014.

DRIFTSOMRÅDET

Forskning og naturbevarelse

v. Forskningschef og zoolog
Peter Gravlund, ph.d.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er et dyk ned under vandet til et smukt, uhindret blik ind i en ellers skjult verden. Indsvøbt i oplevelsen ligger en masse viden, som gæsterne – store som små – oplever og får med sig hjem.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium ønsker ikke blot at være en passiv formidler af denne viden, men også at deltage i at opbygge ny viden gennem deltagelse i forsknings- og naturbevarelsesprojekter og videreforsmidle denne viden på inspirerende vis til vores gæster.

For at skabe ny viden arbejder Den Blå Planet, Danmarks Akvariums forskningsafdeling for at tiltrække og skabe samarbejder med forskere og studerende fra danske og udenlandske forskningsinstitutioner.

Forskningsafdelingen ledes af forskningschef Peter Gravlund.

ETABLERING AF FORSKNING OG NATURBEVARELSE PÅ DEN BLÅ PLANET

2013 har i høj grad handlet om at opbygge en forsknings- og naturbevarelsesstrategi og etablere forskningsafdelingen som en integreret del af Den Blå Planet, Danmarks Akvariums organisation.

Opstarten på arbejdet med en elektronisk chipmærkning af akvariets større dyr og en registrering af alle dyr i den globale database ZIMS blev gennemført. Det er en større opgave, der skal sikre et forbedret fundament af viden for Den Blå Planet, Danmarks Akvariums dyrehold og et mere professionelt engagement i de brancheorganisationer og samarbejder, som Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er medlem af.

Et meget frugtbart samarbejde er etableret med dyrehold og dyrlæge Kasper Jørgensen omkring forskningssamarbejder og registrering af dyr. Det samme gælder PR og markedsføring, hvilket har resulteret i en bred og meget tilfredsstillende eksponering af Den Blå Planet, Danmarks Akvariums forskningsaktivitet og faglighed i interne og eksterne medier.

Ellers blev året primært domineret af tre større opgaver: Havslangeekspeditionen til Ny Guinea, forberedelserne til modtagelse af havoddere og etablering og gennemførelse af forskningssamarbejder.

HAVSLANGEEKSPEDITION

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium deltog i årets sidste halvdel i havslangeekspeditionen til Ny Guinea og Sulawesi, Indonesien. Danske og udenlandske forskere deltog i ekspeditionen, der forløb meget succesfuldt.

Ekspeditionens vigtigste resultater var, at der blev indfanget rigeligt med havslanger, som kunne undersøges af de deltagende forskere, og der blev skabt vigtig erfaring og viden, der kan udnyttes til kommende hold og udstilling af havslanger på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

Ekspeditionen afledte rigeligt presseomtale og dækning på Den Blå Planet, Danmarks Akvariums egne digitale kanaler. Dette bidrager til at positionere Den Blå Planet, Danmarks Akvarium som attraktiv forskningspartner.

Der blev optaget en meget stor mængde undervandsfotos og film på ekspeditionen. Det skal nu bruges som inspiration til at skabe et realistisk miljø for havslangerne, når de skal udstilles på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium fra formentligt midten af 2014. Ekspeditionen har allerede ledt frem mod en række fremtidige forskningsprojekter, og en leverance af havslanger til udstillingen ventes at komme i stand gennem et australsk samarbejde direkte afledt af Den Blå Planet, Danmarks Akvariums deltagelse.



Forskningschef Peter Gravlund håndterer en anakonda ved opbygningen af regnskovsanlægget Amazonas

HAVODDERE

Ønsket om at udstille nordlig havodder på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium kom tættere på opfyldelse gennem et stort arbejde på tværs af organisationen. Arbejdet har især involveret kurator Lars Skou Olsen, forskningschef Peter Gravlund og dyrlæge Kasper Jørgensen.

Ansøgninger til de amerikanske myndigheder har været omfattende, og en række rejser og invitationer har støttet indsatsen. Lars Skou Olsen deltog i 2012 ved havodder-kongres i Seattle, og Peter Gravlund besøgte Alaska Sea Life Center (ASLC). I januar 2013 inviterede Den Blå Planet, Danmarks Akvarium samarbejdspartnere fra ASLC til Danmark. Tre dyrepassere besøgte havodder-anlæg i Monterey Bay Aquarium og Vancouver Aquarium, og dyrlæge Kasper Jørgensen har besøgt havodderdyrlæger ved tre akvarier i USA.

Arbejdet skridt planmæssigt frem, men så længe myndighedsbehandlingen af de forskellige ansøgninger ikke er afsluttet, kan det ikke med sikkerhed siges, om, og i så fald hvornår, Den Blå Planet, Danmarks Akvarium modtager havoddere.

FORSKNINGSPROJEKTER

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har deltaget i en række større og mindre forskningsprojekter. Blandt disse kan nævnes et projekt om aborren i Køge Bugt, som modsat den hidtidige konsensus konkluderede, at aborrer kan yngle i saltvand. Andre projekter undersøgte

ottearmede blæksprutters syn og årsagen til strandkrabbens farveskift i relation til skalskifte. I alle disse tilfælde leverede Den Blå Planet, Danmarks Akvarium sparring, dyrehold og akvarier til gennemførelse af forskningsindsatsen.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har også gen nemført en adfærdsundersøgelse af fugle og fisk i anlægget Det færøske fuglefjeld, fordi sammensætningen af dyrebestanden i anlægget ønskedes vurderet på en videnskabeligt saglig baggrund.

Af stadig igangværende projekter kan nævnes den helårige snorkel-survey af sammensætningen og mængden af fisk i Øresund omkring Den Blå Planet, Danmarks Akvarium, DNA-sekvenseringen af den elektriske åls genom og to større projekter, der omhandler henholdsvis fiskeadfærd i og omkring kunstige stenrev og et åleforskningsprojekt i samarbejde med DTU-Aqua og Aarhus Universitet. Projektet skal kulminere i 2014 med deltagelse på et tog til Sargasso-havet for at fange ålefælærver og forsøg med at opdrætte europæisk ål.

Et af årets største forskningstiltag er engagementet i et ph.d.-studie om grønlandshajen. Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er med til at finansiere projektet, der kommer til at forløbe fra 2014 til 2017, og som ventes at resultere i masser af ny viden om grønlandshajen. Resultater vil løbende gøres tilgængelige i videnskabelige artikler, gennem foredrag, i udstillingen på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium og gennem medierne.

NATURBEVARING

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har engageret sig i en række projekter med fokus på naturbevarelse. Der er hovedsageligt tale om helt nye projekter, men enkelte er en videreførelse af indsatsen på Danmarks Akvarium i Charlottenlund.

Havslanger er en gruppe af marine krybdyr, der er meget sårbarer. Det skyldes bl.a., at de er eftertragtede af konsum- og læderindustrien, og at de ofte fanges som bifangster. Havslangeekspeditionen til Ny Guinea og Sulawesi, hvor Den Blå Planet, Danmarks Akvarium deltog, skulle bl.a. undersøge hvilke havslangearter og hvor mange individer, som lever i området. Denne basale viden er nødvendig som forbedret grundlag for at vurdere eventuelle tiltag til beskyttelse af havslangerne.

Planerne for udstilling af havslanger på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium i 2014, hvor en gruppe af danske og australske forskere skal undersøge havslangernes fysiologi og generelle biologi, samt arbejde på at løse, hvordan man kan mærke slangerne elektronisk, vil styrke indsatsen. Især den elektroniske mærkning vil være nøglen til at hente en unik, ny viden om slangerne i naturen.

Under hjemlige himmelstrøg deltager Den Blå Planet, Danmarks Akvarium i den helårige snorkel-survey af sammensætningen og mængden af fisk i havet omkring Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Denne viden bidrager til

arbejdet med Dansk Saltvandsfisk Atlas, der udarbejdes og koordineres af Statens Naturhistoriske Museum. En grundlæggende viden om de danske fiskearters fordeling i de kystnære farvande er nødvendig for at kunne forstå disse habitater bedre og vil danne basis for en mere optimal bevaringsmæssig forvaltning af såvel fiskearterne som deres levesteder.

Den endnu ikke afsluttede indsats for i 2014, at kunne holde og udstille nordlig havodder, er en forlængelse af succesfuld naturbevaringsindsats, der har gjort havodderen til et ikon i naturbevarelsessammenhæng. Efter mange års intensiv pelsjagt var bestanden af havoddere nede på 1.000-2.000 individer i 1911. En stor naturbevaringsindsats har siden sikret, at bestanden i dag er oppe på ca. 100.000.

Havoddere i udstillingen giver en unik mulighed for at fortælle vores gæster om naturbevaring og om, at det nytter at gøre en indsats, og at selv meget truede arter kan reddes. Den Blå Planet, Danmarks Akvarium planlægger en række formidlingstiltag mod både skolebørn og gæster, der fortæller denne historie på engagerende vis. Havodderne på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium kommer derved til at fungere som ambassadører for arten, men i endnu højere grad for naturbevaring som begreb.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium samarbejder med akvarier og zoologiske haver verden

over omkring hold og opdræt af truede dyrearter. Der er til formålet oprettet avlssamarbejder, såkaldte studbooks, for en række arter, så der kan avles uden indavl. Aktuelt indgår Den Blå Planet, Danmarks Akvarium i avlssamarbejder omkring zebrahaj, vestafrikansk dværgkrokodille, plættet ørnerokke og sorttippet revhaj.

Endelig skal det nævnes, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium viderefører det mangeårige samarbejde med Dyer Island Conservation Trust omkring forskning og bevaring af den store hvide haj ved Sydafrika.

LISTER OVER SAMARBEJDSPARTNERE:

- Biologisk Institut, Københavns Universitet
- SUND, Københavns Universitet
- Statens Naturhistoriske Museum, Københavns Universitet
- Lund Universitet, Sverige
- Bergen Universitet, Norge
- Grønlands Naturinstitut, Grønland
- DTU-Aqua
- University of Adelaide, Australien
- Aarhus Universitet
- Konservatorskolen ved Det Kongelige Danske Kunsthakademii.



DRIFTSOMRÅDET

Veterinære forhold

v. Dyrlæge Kasper Jørgensen

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er hjem for 20.000 dyr og 450 forskellige dyrearter fra hele koden, og de kan blive ramt af alt fra simple parasitter til mystiske lidelser, som kræver intensiv og eksperimenterende behandling. Undertiden er der brug for hurtig udrykning og længerevarende behandlingsforløb. Derfor er der brug for en dyrlæge, der kender Den Blå Planet, Danmarks Akvarium og dyrene som sit eget hjemmekvarium.

Allerede ved flytningen fra Danmarks Akvarium i Charlottenlund blev det besluttet at ansætte egen dyrlæge, der samtidig fik ansvar for at bistå i den ønskede professionalisering af dyrehold og ved den forbedrede registrering af dyrene, som fordres gennem de nationale og internationale zoologiske samarbejder.

Valget faldt på dyrlæge Kasper Jørgensen, der startede i maj 2013.

BEHANDLER OG SPARRINGSPARTNER

En dyrlæge ved en masse om sygdomme, sygdomsudvikling, anatomi, fysiologi, bakteriologi, virologi, parasitologi, lovgivning, adfærd, fodring og behandling. Det er grundviden.

Men at agere dyrlæge for et helt nyt akvarium, Nordeuropas største, er en noget større opgave. Der er blevet udviklet nye procedurer, rutiner og ofte også eksperimenterende behandlingsformer, som f.eks. det kreative forsøg på at behandle pjaltefiskene for "luft" i bugen ved at sætte dem i tryktank på Rigshospitalet. De fælles anstrengelser med Rigshospitalets dygtige personale bar desværre ikke umiddelbart frugt, men kan vise sig at kunne udvikles til en ny og mere effektiv behandling på et kendt problem i akvarier verden over.

Med en fastansat dyrlæge løftes niveauet af dyreholdet markant. Det er dyrlægens primære opgave at hjælpe til med at holde et højt niveau af dyresundhed, og det betyder oftest, at det ikke bliver nødvendigt at behandle så mange dyr.

Der har siden begyndelsen været en konstant og meget givtig dialog med dyrepasserne med fokus på at skabe rutiner og bedre løsninger. Der har været tid til og rig mulighed for at forklare dyrepasserne, hvorfor man behandler med det ene produkt frem for det andet, og hvilke faktorer der spiller ind ved udviklingen af forskellige sygdomme. Dette giver dyrepasseren en dybere forståelse af samspillet mellem dyrenes biologi, adfærd og behov, samt de sygdomme, dyrene kan lide af, og det tætte samarbejde giver også mulighed for sammen at følge op.

Fortællerne og andre medarbejdere kommer med spørgsmål om dyrene, som de søger svar på. Ligeledes bliver der sparret med Skoletjenesten omkring, hvordan der holdes en høj hygiejne og dyrevelfærd i Skoletjenestens vandborde. Der er også bistået ved udvikling af professionelt udformede certifikater til samhandel med dyr. Procesen går hurtigere, og dyrlægen kan til enhver tid underskrive nødvendige papirer.

Som fiskedyrlæge bliver man naturligt branchens sparringspartner. Der er skabt gode kontakter til de andre zoologiske institutioner i Danmark og Europa, og Den Blå Planet, Danmarks Akvarium bliver jævnligt kontaktet af andre zoologiske haver og akvarier, der har brug for sparring omkring sundhedstilstanden hos fisk.

Kompetencerne er bl.a. udvidet gennem en rejse til tre akvarier i USA, der holder havoddere. Det er sket i forberedelserne til den mulige ankomst af havoddere i 2014. Gennem længerevarende besøg hos akvariernes dyrlæger med speciale i havoddere er Den Blå Planet, Danmarks Akvariums dyrlægeberedskab parat til at modtage de pasningsmæssigt krævende dyr.

20.000

DYR I ALT

450

FORSKELLIGE ARTER

53

AKVARIER

DRIFTSOMRÅDET

Teknisk afdeling

v. Teknisk chef Bjørn Koefoed

At få 20.000 fisk og havdyr til at trives i akvarierne kræver stabil vandtemperatur og upåklagelig vandkvalitet. At sikre knap 1,1 millioner gæster en enestående oplevelse kræver rengøring, en udstilling, der virker upåklageligt og en bygning, der vedligeholdes og forbedres. Men så er der også lagt op til en fantastisk oplevelse.

Teknisk afdeling har som opgave at drive og vedligeholde Den Blå Planet, Danmarks Akvariums tekniske systemer og selve bygningen. Dertil kommer ansvaret for rengøring og vedligehold af udearealer, herunder koordination med leverandører, kontraktstyring mv.

Teknisk afdeling består af otte medarbejdere under ledelse af teknisk chef Bjørn Koefoed.

FØR ÅBNINGEN

Indflytning og ibrugtagning af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium skete den 15. november 2012. Det forløb problemfrit, og op til åbningen blev drift af akvarieanlæggene udført i samarbejde med AAT Advanced Aquarium Technologies, den australske leverandør af akvarieteknik.



Der foregik i samme periode en del afsluttede tilpasninger og udbedringer af bygningen, hvilket var udfordrende, da der stadig pågik afsluttende byggeri. Men med et godt samarbejde med Bygningsfonden Den Blå Planets medarbejdere og de eksterne entreprenører gik det over forventning.

EFTER ÅBNINGEN

Rengøringen har givet anledning til en del justering undervejs, da gæstetallet var dobbelt så stort som forventet. Gæstetallet i ferier og weekender har været flere gange højere end estimeret. De første uger efter åbningen mindede områder af udstillingen lidt mere om en festivalplads, trods to fuldtids servicemedarbejdere på job i hele åbningstiden.

Som det altid er tilfældet, når der bygges nyt, har der været indretnings- og pladsmæssige udfordringer. De fleste problemer er nu løst, og framadrettet vil der være fokus på løsninger med afsæt i den konkrete driftserfaring.

Ved åbningen var parkeringsanlæggene kun delvist klar, og i kombination med de ekstraordinært mange gæster, gav dette visse udfordringer for både gæster, parkeringsselskab og Den Blå Planet, Danmarks Akvariums medarbejdere. Etablering af et nyt parkeringssystem og færdiggørelse af alle parkeringspladser ved årets afslutning betyder, at kapaciteten passer til gæstetallet, dog undertiden med lidt underskud på de meget travle dage.

Det har hen over den varme og solrige sommer været populært at benytte Den Blå Planet, Danmarks Akvariums udendørsområder til ophold, solbadning og indtagelse af medbragt mad. Omfanget af brugen har overgået det forventede og har medført ændringer af indretningen for at reducere slidtagen på græs og bede. I højsæsonen, hvor der var ekstraordinært mange gæster, har det været af stor betydning, at gæsterne har kunnet trække udenfor, så antallet af gæster i udstillingen har kunnet mindskes.

I forlængelse af efterårsstormene kan det konstateres, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er solidt bygget. Største potentielle problem var den høje vandstand i Øresund efter stormen 'Bodil'. Da kølevandsindtaget er placeret på et forholdsvis lavt område mod Øresund, er det ret utsat ved høj vandstand, og kølevandspumperne var nær oversvømmet af indtrængende vand. Ved hjælp af ekstra pumper kunne vandet heldigvis pumpes væk i tide. Et nyt beredskab skal sikre, at problemet ikke opstår igen.

1 ÅRS GENNEMGANG

I efteråret har der været afholdt 1 års gennemgang på en stor del af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. På trods af det store antal gæster det første år, er der kun registreret meget få skader, og det kan konstateres, at huset generelt er godt og solidt bygget.

På udvendige skrånninger er græstørven udskiftet med marehalm og sandhjelm. Ændringen er foretaget ud fra et æstetisk synspunkt, der spiller på bygningens placering ved havet, og fordi disse hårdføre planter ikke kræver megen vedligeholdelse. Blivende hegning omkring områderne etableres i 2014.

DET KOMMERCIELLE OMRÅDE

Et Power Brand fra starten

v. Kommerciel direktør Mette Broksø Thygesen

Med stor respekt for Danmarks Akvariums 75 årige historie i Charlottenlund blev Danmarks Akvarium relanceret ved Kastrup Havn som et nyt spektakulært brand i særklasse, og en ny historiefortælling kunne begynde.

Danmarks Akvarium tog juridisk navneforandring til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium (National Aquarium Denmark). Således bevarede Danmarks nye nationale akvarium sin faglige stolthed og mangeårige historie og med tilføjelsen af "Den Blå Planet" blev innovation og global tænkning præciseret.

I tæt samarbejde med designbureauet Kontrapunkt blev Den Blå Planet, Danmarks Akvariums nye brandunivers udviklet. Brandessensen "En forunderlig verden i dybet" tog sit afsæt i brandværdierne: Sanselige, personlige, berigende og modige, og med funktionelle fordele som unik arkitektur, en enestående geografisk beliggenhed og kategorisering som Nordeuropas største akvarium, var der lagt an til en unik historiefortælling.

Den Blå Planet, Danmarks Akvariums vision, mission og organisationsværdier blev skabt ud

fra de grundlæggende brandværdier/brandunivers, og selvfølgelig med respekt for den eksisterende fundats.

Vision: En international anerkendt oplevelsesdestination der udfordrer opfattelsen af naturens universer.

Mission: Vi får børns og voksnes hjerter til at banke for vandets forunderlige liv.

Organisationsværdier: Professionelle, modige, empatiske, autentiske og enestående værter.

Med afsæt i et foranderligt brandunivers blev et nyt og differentierende grafisk designprogram udviklet i forhold til printmedier, Outdoor og digitale platforme som APP, Web og Facebook. Designprogrammet indeholdt også corporate branding elementer som brevlinje, typografi, visitkort, autosignatur, screensaver, design af seks forskellige logoer mv.

I kommunikationskampagner fokuseres der på alternative og modige medievalg med hovedvægten på digitale platforme, Outdoor, guerilla markedsføring og PR.

Netop den personlige historiefortælling er et bærende element i Den Blå Planet, Danmarks Akvariums brandunivers, og hele organisationen er opbygget med afsæt i dette. Der blev således rekrutteret seks afdelingschefer og 74

medarbejdere til det kommercielle område på ganske få måneder. Med lanceringen af Den Blå Planet skulle forretningsstrategierne stå sin prøve i det virkelige liv for de forskellige områder: Billet og service/B2C, program og event, udstilling, PR/kommunikation, markedsføring B2C, digital, Skoletjenesten, salg og booking/B2B og sponsorer.

Essensen af de forskellige forretningsstrategier er:

- PR/kommunikation: Vi udfordrer og skaber nysgerrighed – vi er "talk of the town".
- Salg og marketing B2C: Formidle og sælge "En forunderlig verden i dybet".
- B2B: Vi leverer eventyrlige B2B arrangementer i et unikt felt af smuk arkitektur, æstetik og gastronomi i særklasse.
- Program og event: Vi vil udfordre og involvere vores gæster med program og events i verdensklasse.
- Skoletjenesten: Skoletjenesten sætter den faglige ramme om elevernes læring og sanselige møde med naturen og naturvidenskaben.
- Sponsor: Vi tilbyder lukrative strategiske partnerskaber.
- Udstilling: Nærværende, overraskende, involverende og underholdende.

Der blev ligeledes iværksat udvikling af loyalitetskoncepter for Blåt Kort, VIP Kort og sponsorater. Via benchmark-analyser og tidligere feasibility-studier blev der fastlagt en overordnet prisstrategi i forhold til entrébilletter (digital kontrabilletsalg), Blåt Kort, sponsorater, B2B udlejninger, B2B rundvisninger, udlejning af auditoriet mv.

Med Opel Danmark A/S's flotte sponsorat af en stor varebil (Opel Movano) og en stationcar (Opel Insignia) blev Den Blå Planet, Danmarks Akvarium godt kørende.

Den Blå Planet måtte desværre i løbet af det første driftsår erfare, at den udstilling (skilte, grafik og interaktive omstillinger), som den nye bygning var født med, ikke havde den forventede kvalitet. Det commercielle område overtog i efteråret 2013 ansvaret for udstillingen (skilte, grafik og interaktive omstillinger) og ansatte i den forbindelse en projektleder til at drive og projektere et helt nyt udstillingskoncept til 13 millioner kr.

Det nye udstillingskoncept indeholder digitale artsskilte, temaskilte, interaktive opstillinger, stemningsgivende elementer, lys, lyd og særudstillinger, og denne forventes implementeret medio 2015.

Med til historiefortællingen hører naturligvis også en gastronomisk oplevelse i særklasse. Derfor indgik Den Blå Planet, Danmarks Akvarium samarbejdsaftale med to tidligere kokke fra noma, Søren Westh og Torsten Vildgaard i samarbejde med Meyers Køkken.



DET KOMMERCIELLE OMRÅDE

Billet og service

v. Billet- og servicechef Anita Rosendahl

Gæsten er den vigtigste person på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium og omdrejningspunkt for det gode værtsskab. Med enestående gæsteværter på alle kontaktpunkter skabes grundlaget for en opsøgende og unik gæsteservice. Det har været udgangspunkt for billet- og serviceteamet siden første åbningsdag.

Ambitionen er, at 95 % af gæsterne har lyst til at anbefale Den Blå Planet, Danmarks Akvarium til venner og familie.

Den fornemmeste opgave er at vide, hvad gæsten har brug for, inden gæsten selv ved det. Tilfredse gæster er godt, men begejstrede gæster er endnu bedre, og fokus er at skabe en emotional og personlig kontakt. Målet er det 'lille ekstra', som begejstrarer og får gæsten til at føle sig set og imødekommen. Det er en følelse, de gerne skal bære i sig og tage med hjem fra besøget på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

Der er 21 medarbejdere i afdelingen under ledelse af billet- og servicechef Anita Rosendahl.

ENESTÅENDE VÆRTER OG SERVICE

Etableringen af et smidigt og velorganiseret team begyndte med rekruttering af gæsteværter



og servicemedarbejdere og med at skabe en organisation, der kunne sikre enestående service og solide beslutningsgange. Rutiner og procedurer blev udviklet og genjusteret i mødet med de mange gæster.

I 2013 har der været fokus på fem hovedindsatsområder, hvor gæsterne kommer i kontakt med Den Blå Planet, Danmarks Akvariums gæsteværter.

VED INDGANGEN

Allerede når gæsten træder op ad trappen til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium, byder en gæstevært velkommen og viser vej. På travle dage, hvor ventetider og kø er uundgåelige, underholder Hammerhøj HIK, og fortællere fremviser frører, krabber eller andre interessante dyr. Der uddeles også blå hajfinne-slikkepinde.

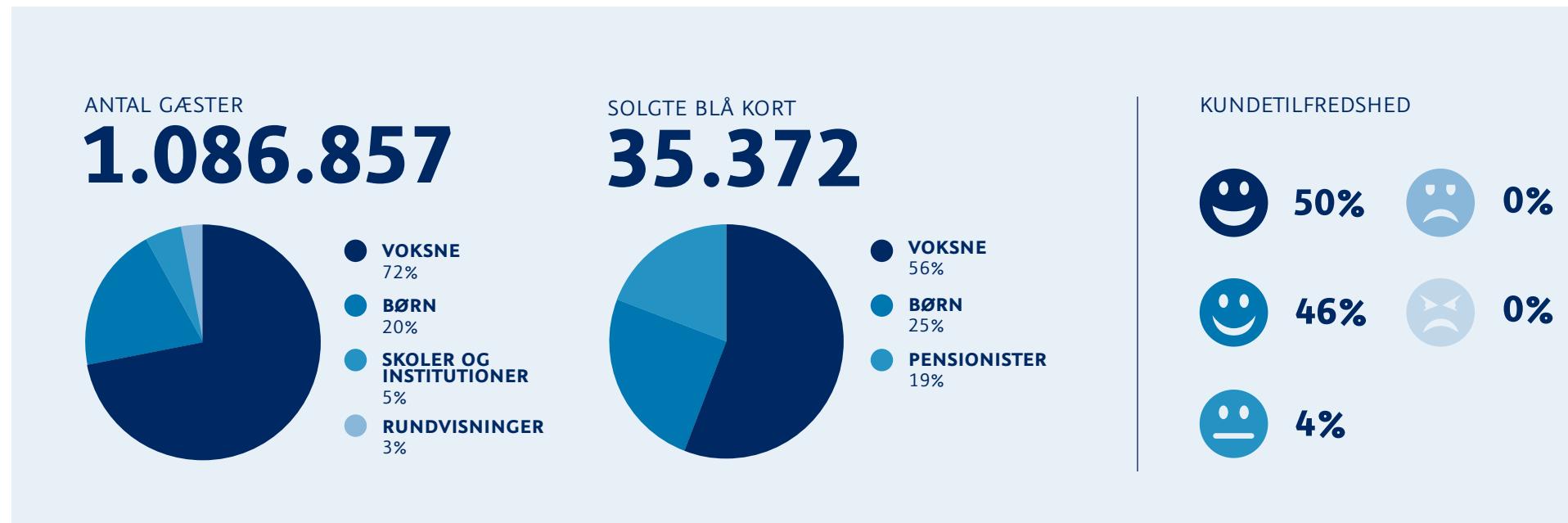
Grupper er med stor succes blevet mødt af en dedikeret gæstevært, som tager imod og viser gruppen gennem indgangen.

I BILLETSLALGET

Gæsteværterne vejleder gæsten om køb af billetter og Blåt Kort. Her er en helt naturlig lejlighed for en uformel dialog, hvor professionalisme, personlighed, humor og karisma er nøgleord. Loyale gæster er guld værd – så der fokuseres konsekvent på at promovere loyalitetsprogrammet Blåt Kort.

VED MØLLERNE

Ved møllerne skal gæsten scanne sin billet eller kort. På de store besøgsdage guider værter gæsterne gennem møllerne.



Gæsteværterne har personligt hilst på samtlige 1.086.857 gæster, som i 2013 besøgte Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

RUNDT I AKVARIET

Gæsteværterne bevæger sig i så vid udstrækning som muligt rundt i udstillingen. De står til rådighed og møder gæsterne med godt humør og stor imødekommenhed.

RECEPTION OG WEBSHOP

Receptionen på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er det usynlige ansigt udadtil. Det er herfra, at alle opkald til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium besvares, og alle generelle mailhenvendelser håndteres. Receptionen er samtidig knudepunkt for mange administrative opgaver, og det er med succes lykkedes at

komme i mål med etablering af bemanding, procedurer og daglige rutiner.

Det skal være let og logisk for gæsten at forberede og planlægge besøget på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. I 2013 har det været nødvendigt at udvikle en ny webshop med lettere tilgængelighed til produkterne og større funktionalitet. Webshoppen har fra første dag været en succes, og tilbagemeldingen fra gæsterne er, at brugervenligheden er i top. Over halvdelen af gæsterne køber således deres entrébilletter hjemmefra.

Anden udrulning af funktionalitet i webshoppen er berammet til 2014. Den vil bl.a. gøre det muligt at sælge merchandise, rundvisninger og levere et mere fintvævet gæstedatagrundlag.

DET KOMMERCIELLE OMRÅDE

Program og events

v. Program- og eventchef Lasse Due Andersen

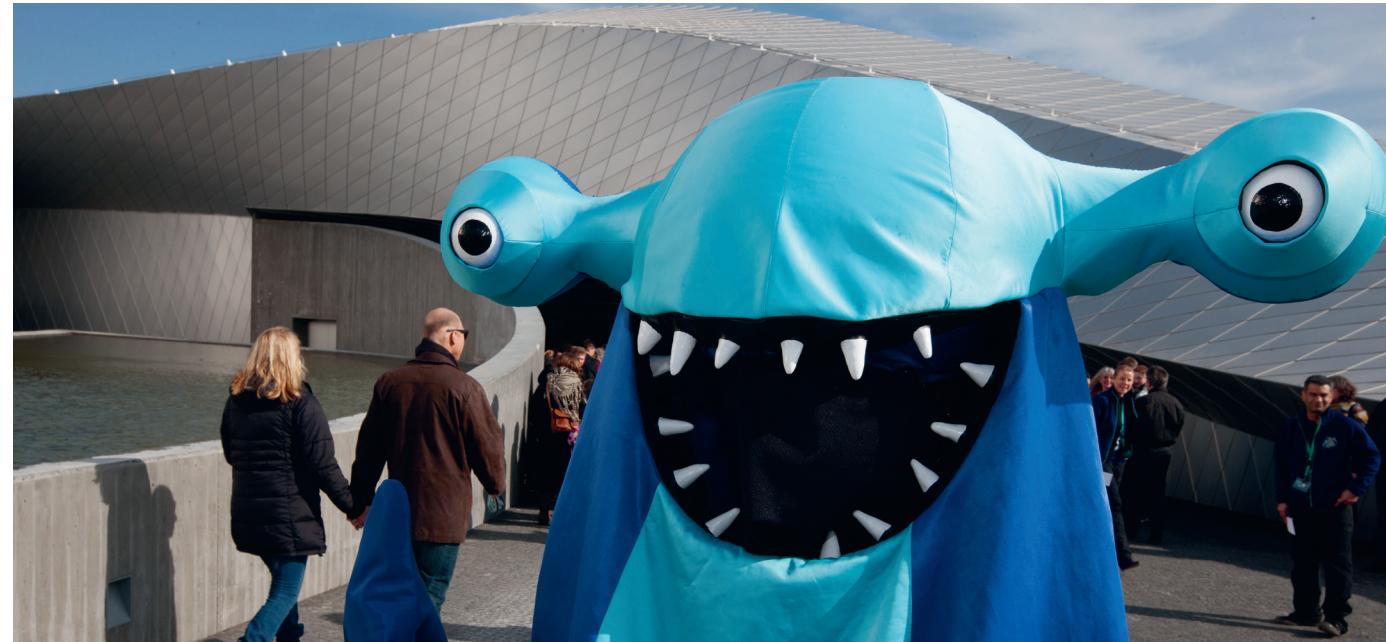
Tigerhaj på spring og dragefisk i skjul. Siden Den Blå Planet, Danmarks Akvarium slog dørene op, har Program og event haft som sin fornemmeste opgave at informere og underholde gæsterne ved at gøre historiefortællingen personlig og ved at inddrage både børn og voksne i en bred vifte af oplevelser.

Den store og vigtigste opgave er at fortælle historier, og der er fortalt historier af mange slags for at engagere de knap 1,1 millioner gæster, der besøgte Den Blå Planet, Danmarks Akvarium i 2013. Fortællerteamet udgøres af alt fra biologer til en undervandsarkæolog og en vinder af "Hvem vil være millionær?". Alle er valgt særligt ud, fordi de er gode til at fortælle historier på en måde, så gæsterne rives med og går hjem nysgerrige efter at lære mere om vandets forunderlige liv.

Program og event består af 32 medarbejdere under ledelse af program- og eventchef Lasse Due Andersen.

FORTÆLLERNE

Planen var oprindeligt at ansætte fortællere svarende til tre års værk, men den nye direktion



ønskede et styrket strategisk fokus på den personlige historiefortælling.

Der blev i alt rekrutteret 22 fortællere i slutningen af januar efter en audition, hvor uddannelse var sekundær i forhold til evnen til at fortælle en god historie med personligt islæt. Det var således ikke en forudsætning, at fortællerne vidste noget om fisk i forvejen, men det var vigtigt, at de kunne fortælle historier på en indlevende måde, så gæsterne blev gjort nysgerrige.

Efter audition blev de udvalgte kaldt til en reel jobsamtale. Der foregik herefter faglig oplæring af de udvalgte kandidater i februar og marts, således at alle de spændende historier kom under huden, og den vigtigste fiskefaglige viden kom på plads.

Gruppen af fortællere er gennem 2013 udvidet yderligere og er nu på 27 fortællere, inklusive tre fastansatte teamledere, der sikrer den daglige vagtplanlægning og forankring af opgaverne. Program og event overtog i efteråret 2013 ansvaret for udstillingen, som tegner sig for 2 medarbejdere.

Megafons gæstetilfredshedsanalyse fra september 2013 viste, at 49 % af gæsterne havde været i kontakt med en fortæller, og 91 % af disse udtrykte tilfredshed med fortællernes viden. Det understreger effekten af den personlige historiefortælling og styrken i det strategiske fokus på at tiltrække og uddanne enestående historiefortællere.

DAGLIGT PROGRAM

Fra begyndelsen var det ønsket at udvikle et dagligt program, der var rigt på oplevelser, og som ikke lå tilbage for nogen af de topattraktioner, som Den Blå Planet, Danmarks Akvarium sammenligner sig med.

Ud over de klassiske speakede fodringer, er der året igennem udviklet en række nye koncepter, herunder børneteater, et science show og andre fortælleformater som f.eks. quiz- og historiekonceptet 'Søforklaringer'. Især disse nye, egenudviklede koncepter har givet pote hos gæsterne.

Blækspruttedissekeringer og eksotiske pudse-rejer, som kan rense fingrene på gæsterne, samt de utroligt populære rørebassiner, hvor man kommer i kontakt med fisk, eremitkrebs, sø-anemoner og mange andre havskabninger, giver gæster i alle aldre mulighed for at komme helt tæt på dyrene. En fortæller sørger naturligvis for at fortælle spændende historier om dyrene, fyldt med viden.

Fortællerne bemande også de daglige rundvisninger i udstillingen og bag kulisserne for både alm. gæster og virksomheder. Fortællerne tager gæsterne med på en rejse rundt i den hvirvlede bygning, hvor havets historier og mysterier røbes. Rundvisningerne kan efter aftale bestilles på engelsk, svensk, tysk og fransk.

Der er også en fortæller inden i en af hajerne, nemlig Hammerhajen HIK, der hurtigt har

vundet hjerterne hos de mindste børn. HIK laver børneteater og hilser på børn og voksne og skaber begejstring i køen på store besøgsdage.

SÆSONAFHÆNGIGT PROGRAM

Program og event udvikler og tilbyder derudover løbende oplevelser, der varierer efter årtiden og dyrenes aktuelle adfærd.

Blandt de sæsonafhængige tilbud er fiskeri for børn og voksne efter hornfisk og krabber i Øresund. Akvariets harpunjægere har demonstreret jagt på havets bund. 300 krebs blev sat ud i Den Blå Planet, Danmarks Akvariums sø og fanget løbende i krebsetejn. Dertil kommer rusetømning, hvor børn kan hjælpe med at tømme ruser med dyr fra Øresund over i Den Blå Planet, Danmarks Akvariums udendørs rørebassiner.

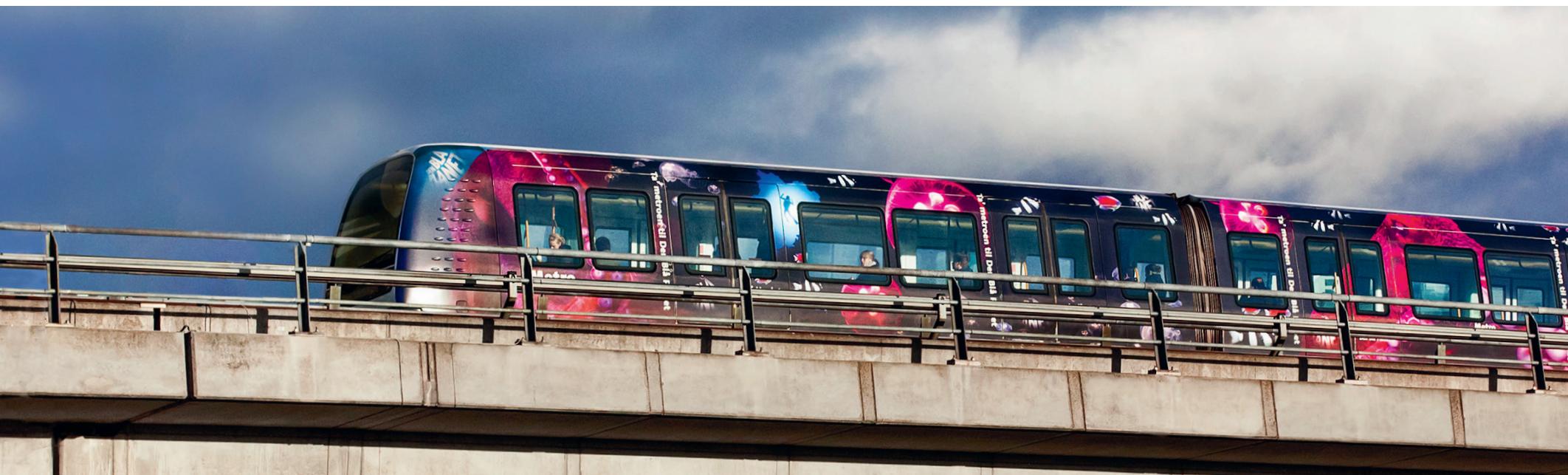
Program og event deltager også ved arrangementer uden for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. I forbindelse med Den Lille Havfrues 100 års fødselsdag på Langelinie, planlagt af Wonderful Copenhagen, deltog Den Blå Planet, Danmarks Akvarium således med en særudgave af 'Søforklaringer' om havfruer.

ET KIG FREM TIL 2014

Konceptudviklingen kommer ikke til at ligge stille i 2014, og en række helt nye tiltag er allerede under udarbejdelse ved årets afslutning.

Der er også truffet beslutning om at udskifte formidlingsudstillingen over de kommende to

år med en investering på 13 millioner kr. Dette sker for at skabe en mere engagerende platform for den gode historiefortælling og dertil bedre udnyttelse af nye teknologier.



DET KOMMERCIELLE OMRÅDE

PR og markedsføring

v. PR- og marketingchef Christian Juul Yssing

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium tog 16 år at planlægge og tre år at bygge. Men det nye nationale akvarium landede øjeblikkeligt som en granat i danskernes bevidsthed i foråret 2013 og skabte rystelser helt til Kina, Rusland og Chile.

Over en periode på 3-4 uger før og efter åbningen eksploderede opmærksomheden og mediedækningen af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Ingen kunne næsten undgå at vide, at der var landet ti hammerhajer og 3.000 piratfisk

i et stykke arkitektur af verdensklasse i Kastrup Havn, og at Danmarks Akvarium var blevet til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

Som brand er Den Blå Planet, Danmarks Akvarium kommet stærkt fra start og har fået et grafisk særkende, der både fornyer og forpligter. På tværs af kommunikationen, dvs. i PR-indsatsen, i det grafiske univers, på de digitale kanaler og i reklamekampagnerne slår de fire nye brandingværdier igennem. Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er modig, berigende, personlig og sanselig.

De fire værdier ramte sådan i plet, at de også blev udgangspunkt for udarbejdelsen af de bærende organisationsværdier for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

PR og markedsføring består af seks medarbejdere under ledelse af PR- og marketingchef Christian Juul Yssing.

LAGT OP TIL ET BRAG AF EN ÅBNING

Med de første ansættelser på plads allerede i 2012, blev afdelingen op til åbningen af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium besat med de ønskede profiler og krævede kompetencer. Periodeen op til og efter åbningen har været præget af meget stor travlhed.

Med afsæt i en unik og stærk brandingplatform, et originalt, blåt og mystisk grafisk udtryk, begge dele udviklet i samarbejde med designbureauet Kontrapunkt, og med klare strategiske satsninger, var banen allerede ved indgangen af 2013 kridtet op til en åbning, der skulle give genlyd.

Allerede i ugerne og månederne op til åbningen var arbejdet med at sikre en god og bred presse-dækning omkring åbningen i fuld gang.

Forarbejdet var lagt med en flot PR-indsats fokuseret på at fortælle historien om lukningen af Danmarks Akvarium i Charlottenlund og flytningen af de mange dyr til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Et tv-hold med tv-værtten Sebastian Klein i spidsen og journalister fra bl.a. Politiken og Berlingske Tidende fik særlig adgang til at følge hele operationen på nærmeste hold, og det kulminerede i utroligt flotte artikler og DR ULTRAs populære programserie "Sebastian på dybt vand" lige omkring åbningen. Et samarbejde med Amagerbladet sikrede, at lokalområdet kunne følge med i forberedelserne til åbningen, og med et særtillæg ved åbningen fik Amager sagt behørigt velkommen til den nye topattraktion.

ET MASSIVT MEDIE- OG KAMPAGNETRYK

Håndteringen af medier omkring selve åbningen skete i samarbejde med Bygningsfonden Den Blå Planet, arkitekterne 3XN og de tilknyttede bureauer. Indsatsen inkluderede et pressemøde aftenen inden den officielle åbning af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium, hvor såvel danske som udenlandske medier var inviteret. Den 21. marts var den danske verdenspresse inviteret til at dække den officielle åbning ved Hendas Majestæt Dronningen. Samtidig blev alle interessererede medier tilgodeset med stor brug af Den Blå Planet, Danmarks Akvariums dygtige



talspersoner, hvilket bl.a. blev til tv-indslag og artikler i samtlige landsdækkende medier.

Strategien var succesfuld og pressedækningen i ind- og udland så massiv, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium nærmest erobrede mediebilledet for en periode, og det overvældende gæstetal fra begyndelsen var uden tvivl en effekt heraf.

En anden afledt effekt af medietrykket var, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium etablerede sig som en professionel, fleksibel og kreativ samarbejdspartner for medierne, hvilket efterfølgende har været til stor værdi.

Åbningskampagnen var original og stilsikker i sit udtryk. Slogans som "Blue is the new black",

"Suckers are the new winners" og "Quiet is the new loud", koblet til grafisk stærke billede af spændende dyr, viste med al tydelighed, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium var åbnet som et friskt pust og en ny topattraktion.

Kampagnen havde, som senere kampagner, fokus lagt på Out og digitale placeringer. Det lykkedes at fortrænge selveste Hendas Majestæt Dronningen fra forsiden af Wonderful Copenhagens bykort, og der var fuldfolierede vinduer ved turistinformationen på Vesterbrogade. Det klare fokus på eksponering i og omkring Metroen hjalp med at synliggøre en af de vigtigste trafikale hovedruter til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

Den digitale indsats er en af hjørnestenene i Den Blå Planet, Danmarks Akvariums markedsføring.

Hjemmesiden var, trods en række tekniske problemer, funktionel i perioden op til åbningen, så de første ivrige gæster kunne sikre sig billetter og information. Godt 60 % af gæsterne købte billet online i den første periode. Facebook svulmede fra nogle få tusinde fans til over 20.000 fans på ganske få dage efter åbningen.

KONSOLIDERING OG UDVIKLING

I juli 2013 blev PR-konsulent Christian Juul Yssing udnævnt til PR- og marketingchef for afdelingen.

Siden åbningen er der afviklet kampanjer ved de større ferier, dvs. sommer-, efterårs- og juleferien. Kampagnerne har taget udgangspunkt i, og har videreudviklet, det stærke grafiske univers, der er blevet et særkende for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

Med en række originale mediesamarbejder blev Den Blå Planet, Danmarks Akvarium eksponeret flot over for hovedmålgruppen af børnefamilier. Det skete bl.a. med indstik og en spektakulær forside på Anders And & Co., hvor hele familien And ses flyvende på en glad hammerhaj med Den Blå Planet, Danmarks Akvariums unikke spiralform i baggrunden.

En infomercial i Søndagsavisen, hvor en familie kunne vinde oplevelsen som dyrepassere for en dag, gav flot dækning og 5.000 nye fans på Facebook. Endelig hang Den Blå Planet,

Danmarks Akvariums interaktive julekalender, udgivet i samarbejde med Anders And og Co., på over 6.000 børneværelser i julemåneden.

Fuldfolierede Metrotog skabte opmærksomhed i hele Metronettet og fuldfolierede lufthavnsbusser gjorde det samme ved lufthavnen, hvor både turister og danske rejsende blev gjort opmærksomme på, at Nordeuropas største akvarium ligger bekvemt lige i nærheden.

Modydelserne knyttet til loyalitetsprogrammet Blå Kort blev igangsat med bl.a. afvikling af Blå Kort-arrangementer for voksne og børn. Arrangementerne vakte stor glæde og blev mødt med meget flot fremmøde.

Der er udviklet et generelt nyhedsbrev og et nyhedsbrev for Blå Kort. I alt har Den Blå Planet, Danmarks Akvarium knap 30.000 modtagere af nyhedsbrevene, der udsendes jævnligt.

Strategien for de digitale kanaler blev vitaliseret i takt med, at Den Blå Planet, Danmarks Akvarium overgik til et nyt hjemmesideformat med bedre rammer for historiefortællingen. Salgsindsatsen fik bedre muligheder med udvikling af en ny og mere fleksibel webshop.

Samarbejder med Wonderful Copenhagen, Visit Denmark, Metroselskabet og en lang række andre partnere og organisationer er indgået og konsolideret. Det førte bl.a. til en række besøg

af udenlandske journalister gennem Wonderful Copenhagen og Visit Denmark.

En BAV-analyse (Brand Asset Valuator) blev udført for at måle styrken af brandet 'Danmarks Akvarium'. Analysen skal benyttes som nulpunktsanalyse for kommende BAV-analyser af brandet 'Den Blå Planet, Danmarks Akvarium', hvoraf den første gennemføres i begyndelsen af 2014.

Den digitale indsats blev styrket i slutningen af året med ansættelse af en digital redaktør og strategier for indtagelse af sociale medier som Instagram.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium blev honoreret med prisen som Byens Bedste Børneoplevelse 2013 af brugerne på AOK.dk, og Den Blå Planet, Danmarks Akvarium var det femte mest besøgte sted for brugere af Copenhagen Card.

Ved årets slutning havde Den Blå Planet, Danmarks Akvarium opnået godt 1.500 unikke presseklik alene i Danmark, og interessen for udenlandske medier var så masiv, at kun få danske kulturinstitutioner har oplevet magen til.

DET KOMMERCIELLE OMRÅDE

Skoletjenesten

v. Leder af Skoletjenesten Sara Tougaard

Skoletjenesten på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er inddragende, fascinerende viden og læring om livet i vand for alle landets skole- og gymnasieelever.

Undervisningen er dialogbaseret med fokus på elevernes begrebsudvikling og –forståelse. Den har dyrne som det naturlige omdrejningspunkt og involverer derfor altid levende dyr.

De naturvidenskabelige arbejdsmåder og tankegange er udgangspunktet, og undervisningen gennemføres af professionelle underviserne med styr på både biologisk specialviden og med tårnhøje undervisningskompetencer.

Sidst men ikke mindst, kommer Skoletjenesten lærerne i møde ved at tilbyde undervisning, der er beskrevet, så det er tydeligt for læreren, hvilke områder af Fælles Mål, lære- og læseplanerne, som understøttes.

Skoletjenesten består af 17 medarbejdere under ledelse af Sara Tougaard.

PÅ PLADSERNE! PARAT TIL START! LOCKOUT!

I september 2012 tiltrådte Sara Tougaard som leder af Skoletjenesten, og efter flytningen til

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium blev staben omstruktureret og udvidet. Da der skulle ansættes timeansatte, var det ambitionen at tiltrække de bedste undervisere. Det skete gennem en audition, der blev fulgt op med jobsamtaler.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium åbnede lige til påskeferien, og tirsdag efter påske stod underviserne klar med unikke undervisnings-tilbud i de nye, spektakulære rammer. Men så blev skolerne omfattet af lockouten af lærerne. Det betød, at Skoletjenesten kom langsommere fra start, og da lockouten var forbi, var det blevet eksamenstid i skolerne.

Men i efteråret 2013 tog tingene fart, og Skoletjenesten har fået etableret sig solidt i de nye rammer med besøg fra hele landet og Sødsverige – i alt 39.924 skolebørn og gymnasieelever modtog undervisning eller besøgte Den Blå Planet, Danmarks Akvarium med klassen.

I 2013 har lærere og pædagoger kunnet vælge mellem 11 forskellige undervisningstilbud, lige fra dukketeater for børnehaver, over kontrollerede forsøg med blinde hulefisk, til evolutionsundervisning til gymnasier. Også elever med særlige emotionelle eller kognitive behov kan bestille undervisning.

NYE RAMMER FOR UNDERVISNINGEN

De nye fysiske rammer for undervisningen er fremragende. Underviserne råder over to store



ANTAL ELEVER PÅ BESØG

39.924

ANTAL KLASSER PÅ BESØG

2.010

ELEVER UNDREVIST

8.979

KLASSER UNDREVIST

451

undervisningslokaler, som begge har plads til 28 elever. Hvert lokale har vandborde, koblet på akvariets centrale vandsystem, så havdyr fra både det kolde og det varme, det salte og det ferske vand kan inddrages i elevernes praktiske arbejde.

Undervisningen inddrager også udstillingen til særlige undervisningsforløb, som næsten udelukkende finder sted foran de store akvarier.

I arbejdet med at formulere den overordnede strategi for Skoletjenesten er det pædagogiske værdigrundlag revideret og præciseret. Den Blå Planet, Danmarks Akvariums pædagogik står på to ben: Det ene ben er de levende dyr, som eleverne oplever i udstillingen, og de levende dyr som de kan komme helt tæt på i undervisningslokalerne. Det andet ben er de undersøgelsespørgsmål og aktiviteter, som eleverne udfordres til at arbejde med og diskutere.

Det betyder, at undervisningen altid rummer elevernes oplevelse af de konkrete, levende dyr, som underviseren sætter i relation til naturfaglige begreber og principper. Denne dobbelthed mellem det meget konkrete og sanselige og det mere teoretiske og abstrakte naturfaglige begreb giver unikke muligheder for at udvide elevernes læring og forståelse. De stærke virkemidler, som de levende dyr er, kræver klart formulerede læringsmål og undersøgelsesspørgsmål, så elevernes involvering og engagement har en retning, som understøtter deres naturfaglige læring.



Der er ingen tvivl om, at de levende dyr, som kan sanses og igagttages, er det centrale element i elevernes arbejde med de faglige begreber, men i undervisningen bruger underviserne alle relevante redskaber og elektroniske hjælpemidler for at støtte læringen. I lokalerne er der interaktive tavler til at anskueliggøre faglige pointer og til at fastholde og analysere elevernes igntagelser.

I et stigende antal af undervisningsforløbene erstatter iPads arbejdspapiret, og eleverne bruger iPads som redskab til dataopsamling og til produktion af små formidlingsprodukter. I 2013 fik Den Blå Planet, Danmarks Akvarium en bevilling fra Tips- og Lottomidlerne, som muliggør udvikling af yderlige undervisningstilbud, som i stort omfang inddrager IT.

EKSEMPEL PÅ NYE UNDERSØGELSESSTILBUD

Gennem hele 2013 er der blevet arbejdet med udvikling af nye undervisningstilbud og revidering af de eksisterende. I begge tilfælde har forholdet mellem det konkrete og det abstrakte været centralt i udviklingsarbejdet.

Begrebet 'Camouflage' har været brugt i to meget forskellige undervisningstilbud, der viser spændvidden i den måde, som undervisningen relaterer sig til elevernes alder og kognitive færdigheder.

I undervisningstilbuddet 'Skjulte skabninger' får de små elever i 0.-2. klasse førstehåndserfaringer med fladfisk, som de flytter fra sandbund til stenbund og med deres egne øjne ser fiskene skifte farve. Oplevelsen af fladfiskens farveskift er så konkret og sanseligt, som det kan blive,



og for eleverne repræsenterer fladfiskene nu begrebet 'camouflage'. Derfra udvider underviserne undersøgelsen til at rumme flere eksempler på dyr, der camouflerer sig, så eleverne kan udvide deres teoretiske forståelse af begrebet.

I undervisningstilbuddet 'Fisk og Formidling – med iPads som kreativt værktøj', der er rettet mod elever i 7.-10. klasse, er temaet også camouflage, men mødet mellem det konkrete og abstrakte er struktureret anderledes. I udstillingen får eleverne, via iPad og små videosekvenser, repeteret centrale biologiske underbegreber, som relaterer sig til camouflage, eksempelvis 'modskygning' og 'formopløsning' som bliver forklaret. Elevernes opgave er deretter at udvælge et begreb og udarbejde en kort video eller animation, som formidler begrebet og konkretiserer det i relation til et dyr. Målgruppen for elevernes produktion og formidling er elever fra et yngre klassetrin.

Det er tydeligt, at eleverne i deres faglige diskussioner i produktionsfasen forbinder det teoretiske og abstrakte begreb, de skal formidle, til en konkret fisk og på den måde også arbejder med forbindelsen mellem de levende dyr og de naturfaglige begreber.

DET KOMMERCIELLE OMRÅDE

Salg og Booking

v. Salgs- og bookingchef
Christina Brodersen Chudner

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er født som en af regionens mest spektakulære attraktioner. Arkitekturen, de smukke akvarier, gourmetmaden og den fantastiske udsigt over Øresund gør Den Blå Planet, Danmarks Akvarium til et helt unikt sted for selskaber, events og konferencer.

I Den Blå Planet, Danmarks Akvariums salg og markedsføring over for virksomheder, er der fokus på salg, guidede ture bag kulisserne og på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium som unik ramme for alt fra store selskaber med 800 gæster til små intime middage og møder. Samarbejdet med Meyers Køkken og de to tidligere noma-kokke Søren Westh og Torsten Vildgaard sikrer et højt gastronomisk niveau specielt udviklet til den enkelte lejlighed.

Afdelingen har tre medarbejdere under ledelse af salgs- og bookingchef Christina Brodersen Chudner.

OVERVÆLDENDE FORHÅNDSDINTERESSE

Opbygningen af salgs- og bookingområdet med ansvar for Den Blå Planet, Danmarks Akvariums salg til virksomheder startede i 2012 og tog fart i de første måneder af 2013.





Allerede før åbningen i marts var interessen for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium overvældende. Der var på åbningsdagen forhåndsbooket intet mindre end 5.500 gæster til rundvisning.

Den store efterspørgsel og interesse kunne ligeledes spores i forhåndsinteressen for afholdelse af møder og events, og det nyindkøbte CRM-system sikrede en god håndtering af bookinghenvendelserne. Siden marts 2013 er der eksperteret over 5.000 henvendelser.

ET UNIKT STED

Året har båret præg af udfordringerne ved at etablere drift, lære bygningen og samarbejdspartnerne godt at kende og udvikle procedurer for afvikling af de mangfoldige arrangementer.

Meyers Køkken har været en kompetent samarbejdspartner og har klaret alle udfordringer med stor velvilje og aldrig svigtende professionalisme og gåpåmod. For hvert arrangement er teamet blevet dygtigere og samarbejdet smidigere og mere fasttømret.

Ved årets udgang fungerer de faste rutiner til stor tilfredshed og på tværs af alle afdelinger og samarbejdspartnere således, at Den Blå Planet, Danmarks Akvariums kompetencer og ressourcer opleves af gæsterne som samlet i ét team, og ét produkt med optimal service.

ANTAL GÆSTER

32.000

STØRRE ARRANGEMENTER

77

SAMLET OMSÆTNING

17.600.000

ANTAL KLAGER

0

På den baggrund er det lykkedes at positionere Den Blå Planet, Danmarks Akvarium som et unikt sted at afholde selskaber, events og møder.

Blandt de mange virksomheder, der valgte at holde deres arrangementer på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium i 2013, kan nævnes modefirmaet Designers Remix, der viste deres nyeste kollektion i Den Blå Planet, Danmarks Akvarium foran hundredvis af tilskuere, herunder Hennes Kongelige Højhed Prinsesse Marie. Arrangementet er siden fremhævet som et af modeårets mest spektakulære events i flere modemagasiner.

ÅRET I TAL

Antallet af afholdte grupperundvisninger, møder og events samt solgte B2B-entrébilletter er gået over al forventning med en samlet omsætning på 17,6 millioner kr.

Der har i alt været godt 32.000 gæster på grupperundvisning fordelt på 1.250 grupper. Der er afviklet 77 større arrangementer med tusindvis af gæster, og der er indgået samarbejdsaftaler med 37 hoteller, som tilbyder entrébilletter til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium som en del af deres overnatningspakker.

Succesraten er 100 procent – ikke én eneste klage er modtaget i 2013, og der er ved årets afslutning allerede bookinger i 2015.

DET KOMMERCIELLE OMRÅDE

Sponsorer

v. Sponsorchef Todi Jónsson

Hvad har den lynchurige hammerhaj, den pud-sige kuffertfisk og den nuttede klovnfisk til fælles? Jo, ud over, at de deler adresse på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium, er virksomheder faldet pladask for dem og blevet så forelskede, at de har valgt at sponsorere dem.

Enkeltpersoner, virksomheder og organisationer kan støtte Den Blå Planet, Danmarks Akvarium gennem sponsorater. Der er mulighed for at sponsorere en udvalgt dyreart, et bestemt akva-rium, en hel biotop eller noget helt fjerde – kun fantasien sætter grænser.

Sponsorafdelingen ledes af sponsorchef Todi Jónsson.

NY SPONSORSTRATEGI

Åbningsåret 2013 blev brugt til at skabe en strategi for Den Blå Planet, Danmarks Akvariums tilbud til sponsorer og til konkret produktudvikling, herunder udvikling af sponsorkoncepter til guld-, sølv- og bronzesponsorer.

Sponsorstrategien forventes først at slå endeligt igennem i 2015, men fik en stærk start i 2013 med en omsætning på knap 3,2 millioner kr. i tegnede sponsorater.

TIL FÆLLES FORDEL

Overordnet er et sponsorat på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium med til at styrke Den Blå Planet, Danmarks Akvariums indsats og mission med at få børn og voksne hjerter til at banke for vandets forunderlige liv.

Men et sponsorat på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium kommer ikke kun naturen og Den Blå Planet, Danmarks Akvariums dyr og gæster til gode – sponsorerne har også selv meget at vinde gennem sponsoratets mange fordele.

Sponsorater skaber f.eks. værdi gennem den eksponering, som sponsorerne får med synlighøjrelse i udstillingen og gennem Den Blå Planet, Danmarks Akvariums kommunikation til gæsterne. Dertil kommer værdien i at knytte sit navn til Den Blå Planet, Danmarks Akvariums stærke brand, og for virksomhederne er der store fordele i at aktivere sponsoratet og give medarbejdere og kunder mulighed for enestående oplevelser.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har også skabt et netværk for sponsorerne, der bl.a. udmønter sig i afholdelse af ca. 10 årlige sær-arrangementer for sponsorerne. Formålet er, at knytte sponsorerne tættere til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium, men også at skabe yderligere værdi for sponsorerne ved at bringe dem sammen i fælles oplevelser og skabe hyggelige rammer for at netværke.

SPONSORER

Guld

Siteimprove A/S, Crowne Plaza Copenhagen Tower A/S, Nordea Bank Danmark A/S, Opel Danmark A/S, Flügger A/S, Gjensidige Forsikring A/S

Sølv

Danhostel Copenhagen Amager

Bronze

Fujitsu A/S, HC Container A/S, Anders Andersen Rengøring, Ferring Pharmaceuticals A/S, Rosenberg Bogtryk ApS, Cowi A/S, Amager Fiskehus ApS, Freetrailer ApS, Uni-Safe A/S, Hempel A/S, Øens Ejendomsadminstration A/S, Arbejdernes Landsbank A/S, Tårnby Forsyning Varme A/S, Botium A/S, Admiral Hotel, Lauren Erhvervsrengøring ApS, Orloff Firmatøj A/S, Delfin Vask A/S, Haldor Torpsøe A/S, Maxi Zoo Danmark A/S, Dykkercentret ApS, Beckett-Fonden, Cargill Nordic A/S, Tømrerfirmaet Bjørn Svendsen A/S

Ambassadører

Cafax Amager, Poppi Dyrecenter Østerbro ApS, Camping Danmark A/S, Quality Airport Hotel Dan A/S, Dragør Fort, Dynateam CRM A/S, Sepio A/S, Africa Tours, BankNordik, Cabinn Hotels



DET KOMMERCIELLE OMRÅDE

Spisestedet ØST, Meyers Køkken

v. Kommerciel direktør Mette Broksø Thygesen

Med til historiefortællingen hører naturligvis også en gastronomisk oplevelse i særklasse.

Derfor blev der også hurtigt truffet en væsentlig strategisk beslutning om at indgå samarbejds-aftale med en stærk gastronomisk partner, Meyers Køkken. I samarbejdet indgik to tidlige-re kokke fra verdens bedste restaurant noma, Søren Westh og Torsten Vildgaard.

Uanset om Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er udlejet til en unik forretnings-

middag, eller om det er internationale turister eller den københavnske børnefamilie, der kommer på besøg, serverer Spisestedet ØST en gastronomisk oplevelse.

Menukortet er for alle aldre med vægt på det nordiske køkken, årstidernes friske råvarer og altid med fisk og skaldyr fra havene omkring os.

Forretningsgæster ønsker ofte at nyde middagen efter lukketid foran den store Oceantank med ham-herhajer og rokker, men med en unik udsigt til Øresund er Spisestedet ØST et udflygtmål i sig selv.

Spisestedet ØST ledes af Simon Edvardsen med et fast ledelsesteam bestående af Morten Schneider, Krista Roelsgaard og Marianne Luke. Spisestedet ØST har yderligere 40 medarbejdere.

DET KOMMERCIELLE OMRÅDE

Butikken, Event Network

v. Administrende direktør Dorte Gleie

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium indgik forpagtningsaftale med den internationale amerikansk baseret virksomhed, Event Network, vedrørende butiksdrift.

I butikken kan hele familien finde et udvalg af gaveidéer og souvenirs som bøger, film, smykker, t-shirts og tørklæder med designs inspireret fra Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

Butikken har 9 medarbejdere og ledes af Majbritt Walbom.





HR

En fantastisk holdindsats

Medarbejdere uden lige og en dedikeret holdindsats. Det er grundlaget for såvel den succesfulde åbning af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium som for den idérigdom og kreativitet, der har sikret, at det nye nationale akvarium har kunnet tilpasse sig både udfordringer og muligheder i det første år. Fra første dag skulle driften af den nye bygning være på plads og imødekomme et gæstetal dobbelt så stort som forventet.

En kerne af erfarne medarbejdere drog med fra Danmarks Akvarium til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. For de fleste har det medført nye og anderledes arbejdsopgaver og frem for alt et sceneskift til en attraktion med en helt anderledes forretnings- og organisationsfilosofi, større kompleksitet i arbejdsprocesserne og en betydeligt bredere palet af forretningsområder, der skulle spille tæt sammen.

Arbejdet med at tiltrække de bedste kandidater til stillingerne var, og er fortsat, et strategisk fokus for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

Nye nøglestillinger, herunder ansættelser til en ny direktion og chefgruppe, var i store træk på plads ved flytningen til Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Hovedparten af de 100

nyansatte medarbejdere kom dog til i månederne umiddelbart op til åbningen. Opgaven med at sikre, at de mange nye medarbejdere, som i høj grad var rekrutteret fra andre brancher, hurtigt blev indarbejdet i organisationen, blev håndteret gennem den nyoprettede HR-afdeling.

MEDARBEJDERTILFREDSHED OG NYE VÆRDIER

Den store, fælles oplevelse med at lancere Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har givet en korpsånd langt ud over det sædvanlige, og den mærkes tydeligt i det daglige samarbejde og på tværs af alle afdelinger. Den var også vigtig i at sikre, at åbningen og den meget travle tid efterfølgende blev håndteret så professionelt og så kreativt.

En høj medarbejdertilfredshed er central i Den Blå Planet, Danmarks Akvariums forretningsstrategi, der bygger på Service Profit Chain-modellen. Høj medarbejdertilfredshed giver ikke alene en dedikeret og positiv arbejdsindstilling blandt medarbejderne samt et bedre arbejdsmiljø, den forplanter sig direkte videre i gode gæsteoplevelser og skaber loyale gæster, der har lyst til at komme igen.

I forbindelse med udviklingen af forretningsstrategien og organisationen blev der fastsat et sæt organisationsværdier. På Den Blå Planet, Danmarks Akvarium er vi *professionelle, modige, empatiske, autentiske og enestående* værter. Værdierne skal fungere som rettesnor for den

strategiske udvikling af organisationen, i håndteringen af den daglige ledelse samt naturligvis for medarbejderne i deres daglige arbejde og omgangen med hinanden.

Foruden et styrende sæt værdier er der igangsat et program af introduktionskurser, udviklet en medarbejderhåndbog og sat et intranet i søen, som skal fungere som intern kommunikationskanal og koordinationsværktøj.

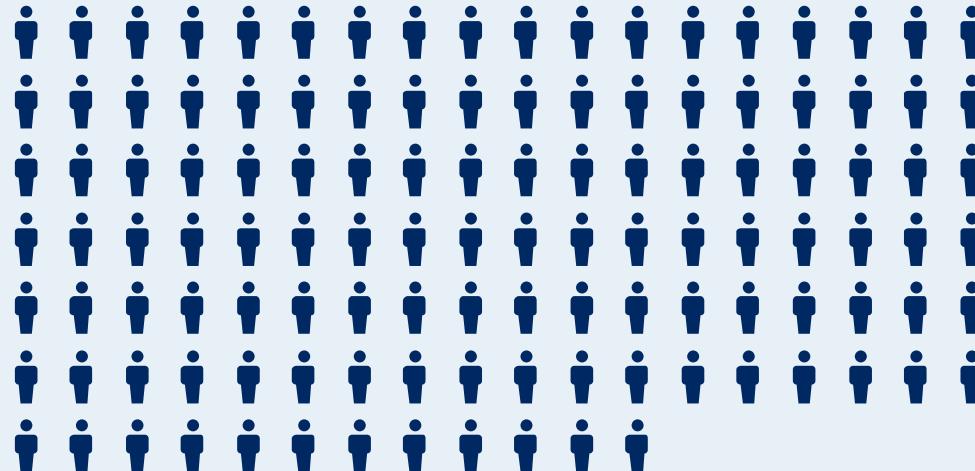
Det første år på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har været en fest. Men rigtige fester skal der også til – og ud over en stor sommertfest og en hyggelig julefrokost, er der afholdt en række sociale arrangementer, der uddover at ryste medarbejderne sammen, ofte også har haft et fagligt fokus.

120

MEDARBEJDERE

91

ÅRSVÆRK



VI TÆLLER BLANDT ANDRE...

- EN TIDLIGERE FÆRØSK LANDSHOLDSSPILLER OG FCK-STJERNE
- EN UNDERSVÆRDARKÆOLOG
- EN MANDLIG UNDERTØJSMODEL
- FLERE TIDLIGERE STEWARDESSER
- EN LINJEOFFICER FRA INGENIØRTROPPERNE
- EN VINIMPORTØR
- PROFESSIONEL SKØJTESTJERNE FRA HOLIDAY ON ICE

HR

Medarbejdere og organisation

v. HR-koordinator Tanja Schmidt Singh

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har i 2013 haft et stærkt strategisk fokus på at tiltrække og fastholde de bedst mulige kandidater på markedet og på at bygge en organisation op, der har kunnet håndtere og sikre åbningen og driften af Den Blå Planet, Danmarks Akvarium. Det er lykkedes at sætte et yderst stærkt hold til at føre Den Blå Planet, Danmarks Akvarium sikkert gennem opstart og videre på ret kurs.

Organisationen er gået fra 16 årværk på Danmarks Akvarium i Charlottenlund til ved udgangen af 2013 at være 91 årværk fordelt på 120 medarbejdere på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

MEDARBEJDERE ER DEN VIGTIGSTE RESSOURCE

Loyale og engagerede medarbejdere er essentielle i forhold til at skabe loyale og tilfredse gæster, og de er dermed også fundament for at skabe en topattraktion og en sund forretning.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har gennem 2013 haft konstant og konsekvent fokus på at sikre og udvikle den interne kvalitet. Ambitionen er en plads blandt Danmarks bedste arbejdspladser, og derfor skal medarbejdernes engagement og tilfredshed løbende måles

og benchmarkes med andre virksomheder i branchen, så der kan følges målrettet op med virksomme initiativer. Den første medarbejder-tilfredsheds måling er fastsat til januar 2014.

Den interne kvalitet er i 2013 særligt blevet understøttet ved modtagelsen af nye medarbejdere, hvilket er sket med meget stor hyppighed i organisationen året igennem. Trods den store travlhed i hele det første år, er det sikret, at nye medarbejdere introduceres til organisationen på strategisk, taktisk og operationelt niveau. Derudover er der løbende fokus på at skabe forståelse for Den Blå Planet, Danmarks Akvariums overordnede strategi og målsætninger.

Såvel medarbejdere som ledere har været gennem servicetræning med udgangspunkt i Service Profit Chain-modellen. Derudover har

ledere nu gennemført uddannelse og træning i kulturbærende ledelse, da ønsket er at skabe en kultur, hvor Den Blå Planet, Danmarks Akvariums organisationsværdier er bærende, og hvor den interne kommunikation fungerer som kulturbærer.

Den Blå Planet, Danmarks Akvariums medarbejdere bliver løbende sat over for nye udfordringer, hvilket gør, at organisationen løbende skal være på forkant med de sidste nye tendenser inden for personlig og faglig udvikling. Dette har i høj grad været en målsætning allerede fra Den Blå Planet, Danmarks Akvariums begyndelse.

Der arbejdes med kompetenceudvikling på strategisk niveau, så der sikres fordeling af viden i afdelingerne og på tværs af dem. HR indgår i samarbejde med leder og medarbejder, så der planlægges gode og dækkende udviklingsforløb.

Det er vigtigt for Den Blå Planet, Danmarks Akvarium at rekruttere de bedste kandidater, men også at tilbyde attraktive arbejds- og udviklingsforhold, som gør, at medarbejderne og det høje faglige niveau hos dem fastholdes.

KURSER OG UDDANNELSE

Chefgruppen

- Grundlæggende ledelsesprincipper v. Mike Hohnen
- Ledelse af team v. Mike Hohnen
- Situationsbestemt ledelse v. Mike Hohnen
- Kundeperspektivet v. Mike Hohnen
- Service by Design v. Mike Hohnen
- Personlig planlægning og effektivitet v. NYE Visioner

Teamledere

- Fra Kollega til teamledere (emotionel intelligens – lederes instrumenter) v. Mike Hohnen
- Den grundlæggende værktøjskasse (Situationsbestemt ledelse, motivation og coaching) v. Mike Hohnen

Individuel lederudvikling

- IPU 1 hos Lindgren+

Medarbejdere

- Servicetræning v. Mike Hohnen

Udvalgte medarbejdere

- Diverse fagkurser, Office-pakken, projektledelse, førstehjælp, speedbådkursus, truckcertifikat, dykkerkursus

MEDARBEJDERE FORDELT I ORGANISATIONEN (OPGJORT ULTIMO 2013)

Direktion	2 medarbejdere
Direktionssekretariatet	1 medarbejder og 1 timeansat
Projektdirektør	1 medarbejder
Økonomi	4 medarbejdere
Billet og service	8 medarbejdere og 13 timeansatte
Salg og booking	2 medarbejdere og 1 projektansat
Program og event	3 medarbejdere og 2 projektansatte og 27 timeansatte
Skoletjenesten	5 medarbejdere og 12 timeansatte
PR- og markedsføring	5 medarbejdere og 1 projektansat
Sponsor	1 medarbejder
Teknisk afdeling	8 medarbejdere
Dyrehold	17 medarbejdere og 5 dyrepasserelever og 1 projektansat
Forskning	1 medarbejder

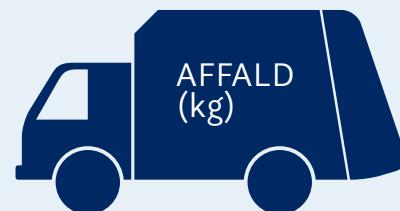
• VANDFORBRUG

23.167 m³

⚡ ELEFTORBRUG

4.348.488 kwh

🌡 VARMEFORBRUG

580 gigajoule

BRÆNDBART

102.580

PAP

6.940

ORGANISK AFFALD

6.600

METAL

195

ELEKTRONIK

50

CSR

Miljø og socialt ansvar

v. Miljøkoordinator Belinda Bell

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har et skærpel fokus på miljø og socialt ansvar. Denne indsats hører samlet under Den Blå Planet, Danmarks Akvariums CSR-strategi.

MILJØ OG NATURBEVARELSE

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium arbejder målrettet på at blive EMAS- og ISO 14001-certificeret inden for de nærmeste år, og der fokuseres på at nedbringe Den Blå Planet, Danmarks Akvariums CO₂-belastning og vandforbrug.

Derfor er der allerede ved indflytningen i Den Blå Planet, Danmarks Akvarium etableret vel-fungerende affaldssortering/håndtering, der bl.a. omfatter sortering ved medarbejdernes papirkurve, opsamling af fritureolie og dyrefoderaffald samt af brændbart affald fra udstillingen og Spisestedet ØST.

Den avancerede akvarieteknik muliggør en høj vandstandard i akvarierne. Forbruget af rent drikkevand, der er en nødvendig komponent i at opnå denne høje standard, nedbringes gennem effektiv rensning og recirkulering, således at vandet kan genbruges igen og igen.

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium har dertil indtag af havvand direkte fra Øresund gennem fast rørledning, og har som de eneste fået

tilladelse til at genudlede vandet direkte tilbage i Øresund. Det skyldes den høje kvalitet, som vandet har, selv når Den Blå Planet, Danmarks Akvariums fisk er færdige med det. Dette nedbringer forbruget af vand markant og samtidig opnås en minimering af spildevand ledt til det lokale spildevandsanlæg.

Først når Den Blå Planet, Danmarks Akvariums har gennemført et helt driftsår den 21. marts 2014 kendes de reelle forbrugstal for vand- og energiforbrug. Når dette overblik er sikret, vil metoder til at nedbringe Den Blå Planet, Danmarks Akvariums CO₂-belastning og vandforbrug blive vurderet.

SOCIALT ANSVAR

Den Blå Planet, Danmarks Akvarium ønsker at tage socialt ansvar og gøre en forskel for

udsatte børn og unge. I 2013 har Den Blå Planet, Danmarks Akvarium således åbnet dørene for mere 1.000 udsatte børn, unge og deres familier og givet dem enestående oplevelser.

Ud over donation af entrébilletter til en række samarbejdspartnere har der også været særligt fokus på enkelte udsatte børn. Nogle er kommet på egen hånd med nærmeste familie og fået en unik og personlig oplevelse, og Den Blå Planet, Danmarks Akvarium også har været vært for otte 'ønskebørn' med familie og venner i samarbejde med Make-A-Wish Ønskefonden Danmark. Her underholdt sangeren Rasmus Seebach med nogle af sine mest populære numre foran Oceantanken.

Indsatsen fortsættes i 2014 under samme fokus.

SAMARBEJDSPARTNERE DER HAR MODTAGET GRATIS ENTRÉBILLETTER:

Afdeling	Deltagere
Barnets Blå Hus i København	20 stk.
Foreningen for Cancerramte Børn	250 stk.
Ronald McDonald's Hus	25 stk.
Røde Kors Center Kongelunden	80 stk.
Børnehjælpsdagen Plejefamilier	350 stk.
Red Barnets Ungdom Lektiecaféen	20 stk.
Eventyr Jul	50 stk.
Børn og unge i nød, ved Dea Kudibal	50 stk.
Forældrefonden – børn med enlige forældre	100 stk.

Medlemskaber og tillidsposter

MEDLEMSSKABER

Danmarks Akvarium er medlem af følgende organisationer

- DAZA, Danish Association of Zoos and Aquaria
- EAZA, European Association of Zoos and Aquaria
- WAZA, World Association of Zoos and Aquaria
- ICOM, International Council of Museums
- EUAC, European Union of Aquarium
- ISIS, International Species Information System
- Dansk Erhverv
- Dansk Kommunikationsforening

TILLIDSPOSTER

Varetaget af administrerende direktør **Dorte Gleie**

- Medlem af Kulturklubben, et ledelsessamarbejde mellem Københavns største kulturinstitutioner
- Medlem af Turisme- og Oplevelsesudvalget under Dansk Erhverv
- Medlem af styregruppe i InViO (Innovationsnetværk for Vidensbaseret Oplevelsesøkonomi)
- Medlem af Det Humanistiske Fakultets Eksterne Råd

Varetaget af kommercial direktør
Mette Broksø Thygesen

- Medlem af Institut for Selskabsledelse, Directors Institut, IS
- Medlem af Kulturklubben, et ledelsessamarbejde mellem Københavns største kulturinstitutioner

Varetaget af projektdirektør **Jesper Horsted**

- Medlem af bestyrelsen i DAZA, Danish Association of Zoos and Aquaria

Konferencer og uddannelsesrejser

JANUAR 2013

Dansk Havforskermøde, Roskilde Universitets Center/Danmarks Akvarium

Forskningschef Peter Gravlund deltog med mundligt foredrag om Den Blå Planet, Danmarks Akvarium og om akvariets forsknings- og naturbevaringsstrategi.

FEBRUAR 2013

Plantekursus, Costa Rica

Dyrepasser Jonas Zingenberg og fodermester Jens Mortensen besøgte Costa Rica for at lære om pasning af planterne i regnskovsanlægget 'Amazonas'.

MARTS 2013

DAZA økonomimøde, Den Blå Planet, Danmarks Akvarium

Økonomidirektør Jens Berthol Hansen, økonomichef Tim Wilhelm-Hansen og økonomiassistent Jette Bøgedal deltog på mødet, der blev afholdt på Den Blå Planet, Danmarks Akvarium.

DAZA årsmøde, Kattegatcenteret, Grenå

Forskningschef Peter Gravlund og projektdirektør Jesper Horsted deltog på årsmødet. Peter Gravlund med foredrag om Den Blå Planet, Danmarks Akvarium og akvariets forsknings- og naturbevaringsstrategi.

MAJ 2013

Kulturklubben

Administrerende direktør Dorte Gleie, kommercial direktør Mette Broksø Thygesen og projektdirektør Jesper Horsted deltog i en række faglige møder i Kulturklubben med tværkulturelle emner på dagsordenen. Den Blå Planet, Danmarks Akvarium var selv vært for arrangementet den 16. maj.

JUNI 2013

Escite Annual Conference, Göteborg

Leder af Skoletjenesten Sara Tougaard deltog i konferencen med oplægget "New aquarium – New rules?"

Simposio ENCIENDE, Madrid

Leder af Skoletjenesten Sara Tougaard deltog i symposiet med oplægget "Scientific inquiry in Schools – the MetodeLabway".

SEPTEMBER 2013

Studietur til Oceanographic Aquarium, Valencia

Administrerende direktør Dorte Gleie, kommercial direktør Mette Broksø Thygesen og økonomidirektør Jens Berthol Hansen deltog.

Kulturstyrelsens årsmøde, Nyborg

Administrerende direktør Dorte Gleie deltog som oplægsholder.

Seminar på Drøbak Akvarium, Drøbak

Administrerende direktør Dorte Gleie deltog som oplægsholder.

EAZA årsmøde og ZIMS-træning, Edinburgh

Forskningschef Peter Gravlund deltog i både workshop med ZIMS-træning og det efterfølgende årsmøde.

MasterClass sponsorkonference, København

Sponsorchef Todi Jónsson deltog på sponsorkonferencen.

OKTOBER 2013**DAZA økonomimøde, Aalborg Zoo**

Økonomidirektør Jens Berthol Hansen deltog.

Studietur til Monterey Bay Aquarium, Californien

Dyrlæge Kasper Jørgensen blev oplært i hold af havoddere med veterinært perspektiv.

Studietur til Aquarium of the Pacific, Californien

Dyrlæge Kasper Jørgensen blev oplært i hold af havoddere med veterinært perspektiv. 28. oktober til 2 november.

EUAC-konference, Billund

Kurator Lars Skou Olsen, fodermester Jens Mortensen og dyrepassere Mette Nielsen og Michelle Lamm deltog.

NOVEMBER 2013**Studietur til Alaska sea life center, Alaska**

Dyrlæge Kasper Jørgensen blev oplært i hold af havoddere med veterinært perspektiv.

Studietur til Monterey Bay Aquarium, Californien

Dyrlæge Kasper Jørgensen besøgte akvariet og deltog i symposium om bruskfisk.

Rundtur til amerikanske akvarier

Dyrepasere Thomas Friis og Matthias Skov besøgte flere akvarier på USA's vestkyst, herunder Aquarium of the Pacific og Monterey Bay Aquarium med fokus på inspiration og deltagelse i den internationale kongres om hajer i Monterey Bay Aquarium.

International Havslangeekspedition til Ny Guinea & Sulawesi, Indonesien

Forskningschef Peter Gravlund & kurator Lars Skou Olsen deltog i samarbejde med en række danske og internationale forskere.

Studietur til Lissabon

Skoletjenesten var på studietur til Lissabon og besøgte undervisningsafdelingerne i Oceanário de Lisboa, Aquário Vasco Da Gama og Lissabon Zoo.

DECEMBER 2013**Studietur til London**

Kommercial direktør Mette Broksø Thygesen, Program og eventchef Lasse Due Andersen, formidlingskonsulent Steen Lomholt, projektleder Dorte Andersen, udstillingsansvarlig Rasmus Jakobsen og udstillingstekniker Mark Moust var på studietur til London med fokus på digitale formidlingsløsninger til den nye udstilling.

Konference, Dansk Erhverv

Salg og bookingchef Christina Brodersen Chudner og konceptsælger Tina Grosell deltog i konferencen 'Møder, konferencer og kongresser – fremtidens vækstmotor' med henblik på udvikling af Den Blå Planet, Danmarks Akvariums produkter.