

HELSINGØRS VISION - Værdisæt, personlighedstræk, kreativ idé og fordele for brugerne



HELSINGØRS VISION

En platform baseret på brugerens behov

I dette kapitel opstiller vi visionen for Helsingør i form af en platform for den fremtidige udvikling og kommunikation. Platformen understøttes af en række konkrete initiativforslag i det efterfølgende kapitel.

Med udgangspunkt i de fire grundlæggende brugerbehov, vi har fundet i analysen, har vi opstillet fire kerneværdier for Helsingør. Kerneværdierne kommer til udtryk i et sæt tilhørende personlighedstræk og det hele bindes sammen af en samlende kreativ ide for Helsingør.

Dette kapitel beskriver:

- Helsingørs værdisæt
- Helsingørs personlighedstræk
- Den samlende kreative idé
- Visionens fordele for brugerne

Helsingørs vision er relevant for alle, der arbejder med Helsingørs udvikling, hvad enten det er i en af kommunens forvaltninger, på en institution eller som led i et privat initiativ.

Visionen skal bruges til at skabe sammenhæng og stærkere identitet for Helsingør både internt og eksternt. På det praktiske plan kan visionsplatformen bruges til at skabe, prioritere og styre fremtidige udviklings- og kommunikationsinitiativer.

BEHOV

Giv mig rum til fordybelse og kreativitet, tid til de ting der virkelig tæller
- giv mig mulighed for at udleve drømme og aspirationer

Giv mig et socialt netværk, fællesskab og et samlingssted
- få mig til at føle mig velkommen og delagtiggjort

Giv mig mulighed for at føle og mærke den lokale historie gennem alle sanser
- giv mig et ærligt sted

Giv mig mulighed for at gå på opdagelse i de lokale hemmelige historier
- gør mig nysgerrig og overrask mig



VÆRDISÆT



HELSINGØRS VÆRDISÆT

I forlængelse af analysen i det foregående kapitel har vi koblet fire kerneværdier, som enkeltvis og tilsammen imødekommer de væsentligste gennemgående behov, vi har fundet hos Helsingørs brugere. Samtidig udgør værdierne et hele, som markerer det særegne ved Helsingør.

De fire kerneværdier udspænder visionen for, hvad Helsingør skal være kendt - og elsket - for i fremtiden. Værdierne er det, som initiativerne i kommunen skal holdes op i mod.

Visionen for Helsingør bygger på følgende kerneværdier:

- Autenticitet
- Ro
- Nærhed
- Gådefuldhed

- **Autenticitet**
Helsingørs styrke ligger i den lokale forankring, rødderne, de lokale historier – som kan opleves på en håndgribelig måde. Oplevelsen af Helsingør skal gennemsyres af kvalitet og ægthed.
- **Ro**
Helsingør rummer den adstadighed, som gør det muligt at fordybe sig, lade op og få plads til at udleve sine drømme.
- **Nærhed**
Helsingør har en umiddelbar varme, som imødekommer vores grundlæggende ønske om tryghed og samvær. Helsingør inviterer en til at komme tættere på hinanden, på historien, på detaljerne.
- **Gådefuldhed**
Helsingør skal opdages. Der er noget pirrende i de skjulte lag: myterne, de hemmelige historier, gamle gyder, usynlige gårdhaver, magisk natur.

BEHOV

Giv mig rum til fordybelse og kreativitet, tid til de ting der virkelig tæller
- giv mig mulighed for at udleve drømme og aspirationer

Giv mig et socialt netværk, fællesskab og et samlingssted
- få mig til at føle mig velkommen og delagtiggjort

VÆRDIER

RO

NÆRHED

AUTENTICITET

GÅDEFULDHED

Giv mig mulighed for at føle og mærke den lokale historie gennem alle sanser
- giv mig et ærligt sted

Giv mig mulighed for at gå på opdagelse i de lokale hemmelige historier
- gør mig nysgerrig og overrask mig

VÆRDISÆTTET SOM FILTER

Hvornår er et tiltag er i tråd med visionens værdigrundlag?

AUTENTICITET

Det er AUTENTICITET, hvis:

- ...der ikke er nogen tvivl om oprindelsen
- ...det er unikt
- ...det har affektionsværdi

Det er IKKE AUTENTICITET, hvis:

- ...du bliver nødt til at erklære det som værende autentisk
- ...det er en reproduktion eller facade
- ...det er kønsløst og uden særlige kendetegn

RO

Det er RO, hvis:

- ...du ikke har brug for at komme andre steder hen
- ...du har tid til at lægge mærke til detaljerne
- ...det får dig til at glemme tiden

Det er IKKE RO, hvis:

- ...du bliver rastløs
- ...det bare er stilhed før storm
- ...du keder dig

NÆRHED

Det er NÆRHED, hvis:

...alle føler sig velkomne

...man kan relatere sig personligt til det, se sig selv i det

...det er uformelt og uden særlige restriktioner

Det er IKKE NÆRHED, hvis:

...det er påtaget, tvunget

...det er kompliceret og utilgængeligt

...mange siger: "Det er ikke noget for mig"

GÅDEFULDHED

Det er GÅDEFULDHED, hvis:

...man bliver nysgerrig, og folk taler om det i kroene

...det er overraskende og fortæller noget, du ikke vidste

...du gerne vil kende slutningen, men ikke vil have det til at ende

Det er IKKE GÅDEFULDHED, hvis:

...det er stillet til skue

...Hillerød og Horsens gør det samme

...du kun gider læse overskriften

PERSONLIGHEDSTÆK





HELSINGØRS PERSONLIGHED

Værdier er ikke meget bevidt, hvis de ikke bliver udlevet og udtrykt. Der er derfor brug for at knytte nogle personlighedstræk til de fire kerneværdier. Personlighedstrækkene oversætter de mere abstrakte værdier til den stemning, som man gerne skal opleve i Helsingør.

Personligheden skal kunne mærkes i de fysiske rammer, i kommunens aktiviteter og tilbud og ikke mindst i kommunens kommunikation og visuelle identitet - på tværs af alle forvaltninger.

Helsingørs personlighedstræk er:

- Ærlig
- Reflekterende
- Inkluderende
- Hemmelig



ÆRLIG

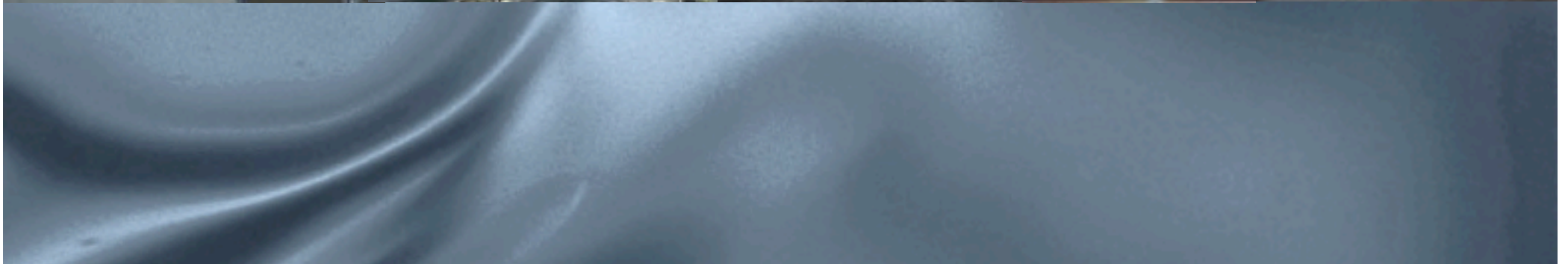
Der er noget sandfærdigt og ægte over Helsingør, noget der fornemmes med alle sanser og som giver en stærk følelse af forankring. Helsingør er usnobbet og står ved sig selv og sin historie, sine rødder. Den menneskelige mangfoldighed, de historiske bygninger og de naturskønne omgivelser udgør råmaterialet til den fælles identitet.



REFLEKTERENDE

Helsingør har en ro, som er et godt udgangspunkt for nytænkning. I modsætning til en tilstand med konstante indtryk og pres udefra, hvor det er svært at være kreativ. Refleksion er et uundværligt element i at nå sine aspirationer. I samspillet med Københavnsområdet tilbyder Helsingør en fantastisk balance mellem refleksion og dynamik. I Helsingør er der plads til fordybelse og tid til alle de ting, der betyder noget.





INKLUDERENDE

Igennem menneskets historie har ønsket om forbundethed været et af vores primære behov. Vi har behov for at føle, at vi er en del af noget større, at vi hører hjemme i et fællesskab. Vi søger samlingssteder og andre sociale objekter at mødes omkring. Helsingør inviterer den enkelte inden for i det lokale og nære fællesskab uden at overskride de personlige grænser.



HEMMELIG

Der er noget magisk over Helsingør by, over det åbne landskab, kysterne og havet. Der er noget udefinerbart, der gemmer sig under overfladen, noget der vil overraske dig. De mange historier, de fælles, hemmelige og personlige historier beder om at blive opdagede og foldet ud. Helsingør er et drømmelandskab, hvor virkeligheden blandes sammen med de lokale legender. De smukke miljøer, stedets spændende historie, de personlige minder - alle Helsingørs hemmeligheder.



A close-up photograph of a wooden surface painted a vibrant red. The paint is heavily cracked and peeling, revealing the natural wood grain underneath. A prominent vertical groove or crack runs down the center of the image. The lighting is dramatic, highlighting the textures of the cracked paint and the smooth wood grain.

KREATIV IDE



KREATIV IDÉ

På modstående side står vores forslag til en samlet visionsplatform for Helsingør. Den er opbygget af de lag, som er blevet præsenteret i de foregående afsnit: Brugernes behov, Helsingørs kerneværdier og personlighedstræk. Til sidst har vi formuleret en samlende kreativ idé, der udtrykker visionsplatformen i en helt koncentreret form.

Den strukturerede opbygning af visionsplatformen, hvor lagene og hjørnerne hænger sammen, skal sikre, at Helsingørs vision er i tråd med de behov og ønsker, byens brugere har.

Visionens kreative idé 'Helsingør - tættere på' er tænkt som et inspirerende og samlende udgangspunkt for kommunens arbejde og ikke nødvendigvis som et slogan til direkte brug i kommunikation af visionen.

BEHOV

Giv mig rum til fordybelse og kreativitet, tid til de ting der virkelig tæller
- giv mig mulighed for at udleve drømme og aspirationer

Giv mig et socialt netværk, fællesskab og et samlingssted
- få mig til at føle mig velkommen og delagtiggjort

VÆRDIER

RO

NÆRHED

PERSONLIGHED

REFLEKTERENDE

INKLUDERENDE

KREATIV IDÉ

HELSINGØR - TÆTTERE PÅ

ÆRLIG

HEMMELIG

AUTENTICITET

GÅDEFULDHED

Giv mig mulighed for at føle og mærke den lokale historie gennem alle sanser
- giv mig et ærligt sted

Giv mig mulighed for at gå på opdagelse i de lokale hemmelige historier
- gør mig nysgerrig og overrask mig

TÆTTERE PÅ...

En samlende ide for Helsingør

Konceptet *Tættere på* adresserer alle fire hjørner i visionsplatformen. *Tættere på* handler om at være nærværende i alt, hvad du gør - det er den tilstand kommunen skal tilstræbe. Helsingør ligger *tæt på* København og kan på mange måder tilbyde det som storbyen ikke kan:

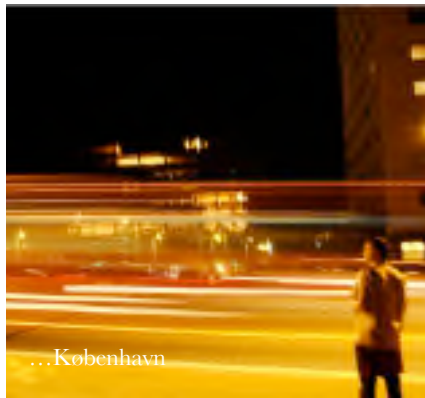
- For at opleve *ro*, må man ned i gear, og det kan man i Helsingør. Her kommer du *tættere på* nuet og har tid til at mærke efter. Her kan du koncentrere dig og få øje på nuancerne.
- I Helsingør kommer du *tættere på* dem, der betyder noget. Her er der plads til at være sammen med venner og familie. I Helsingør eksisterer en umiddelbar *nærhed*, der muliggør robuste sociale netværk, som er en mangelvare i mange urbane kontekster.
- Det er detaljerne som udmærker Helsingør. *Autenticiteten* og patinaen i de gamle historiske bygninger giver Helsingør et særligt kendetegn som kun bliver smukkere jo *tættere på* du kommer.

- Vil man opleve alt hvad Helsingør har at byde på må man *tættere på*. Det *gådefulde* univers ligger lige under overfladen, og en del af oplevelsen af Helsingør ligger i de overraskende lokale opdagelser man kan gøre, hvis man kigger efter.

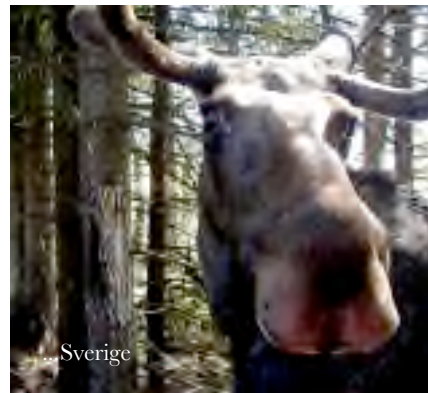
Helsingør vision skal virke tiltrækkende på udefrakommende, tænde folks nysgerrighed og opfordre dem til at komme *tættere på*.

Fremtidens Helsingør skal turde skabe gode rammer for det langsomme liv, hvor man kan komme *tættere på* sig selv og ens nærmeste, også fordi det er et godt afsæt for at være produktiv og skabende i det lange løb.

Helsingør skal i fremtiden gøre det nemmere at komme *tættere på* drømmene og udleve sine ambitioner. Det handler om at tilgode de kreative kræfter i kommunen og tiltrække flere udefra.



...København



...Sverige



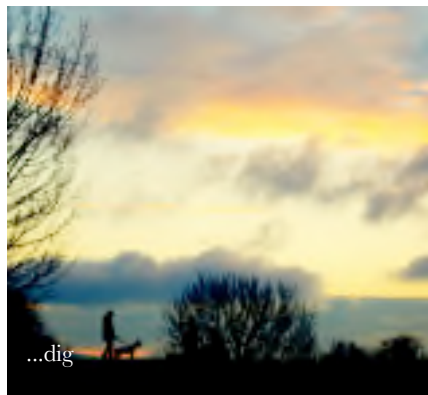
...naturen



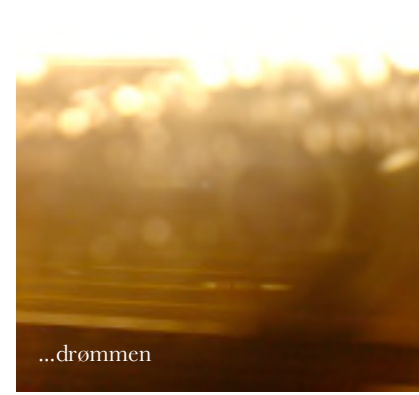
...vandet



...historien



...dig



...drømmen



...hinanden

Tættere på København:

DEN ANDEN BY

Et anderledes sted

Den Anden By er også et anderledes sted. Den Anden By ligger tæt på storbyen, men tilbyder noget helt andet og har sin egen karakter. Helsingør er sådan et anderledes sted, der tilbyder kvalitetstid og fordybelse.

Helsingør kan med fordel udnytte sin geografiske position. København er så tilpas tæt på, at storbyens dynamik og muligheder er inden for rækkevidde. Samtidig bør Helsingør markere tydeligt, at området kan noget andet end København.

For beboerne er Helsingør et anderledes sted, hvor man kan dyrke langsomheden og et mere enkelt liv, mens byens puls er lige i nærheden. For besøgende er Helsingør det primære besøgsål, når man ønsker at komme væk fra København for at opleve natur, historie, mennesker og god mad.

HELSINGØR, DEN BEDSTE ANDEN BY

Helsingør har alt det, der skal til for at blive Danmarks foretrukne Anden By. Erfaring fra andre lande (se appendix) viser, at de grundlæggende karaktertræk for en velfungerende anden by er, at:

...DEN LIGGER TÆT PÅ EN STORBY

... DEN ER ET ROLIGT GET-AWAY FRA STORBYEN

...DEN HAR EN STÆRK EGEN HISTORIE

...DEN HAR USPOLERET NATUR OG GAMLE BYGNINGER

...DEN HAR HØJ SYMBOLSK KAPITAL

Best case:

Borgå

Helsingør har meget til fælles med den historiske by Borgå i Finland, og kan hente inspiration herfra, i forhold til at styrke positionen som den Anden By.

Borgå har en stærk position som udflugtsmål for turister, da man hurtigt og nemt kan komme dertil fra hovedstaden, Helsinki. Vejen til Borgå kan integreres i oplevelsen, da man i sommerperioden kan vælge at ankomme i båd.

Borgå er et yndet sted at besøge, med den smukke gamle bydel som er ideel at vandre rundt i. De lokale historier er kraftigt nærværende i oplevelsen af Borgå, hvad enten det er ældgamle skilte på historiske bygninger, opskrifter med en særlig lokal historie på restauranterne eller bare en historie, der bliver fortalt i de små idylliske håndværksbutikker. Borgere og erhvervsdrivende kender de lokale sjove og spændende historier og formidler dem på forskellige måder til besøgende. Dette har ikke kun styrket Borgås identitet, men også Borgå som brand – lokalt, nationalt og internationalt.

Borgås stærke brand er kun mulig gennem samspillet med og forskellene til den nærliggende hovedstad.



Tættere på det balancerede liv:

LANGSOMHEDSTENDENSEN

Il tempo giusto

Globaliseringen og ”det hurtige liv” gør, at mange steder bliver mere og mere strømlinede, ensartede og dermed anonyme. Samtidig oplever flere og flere mennesker en presset hverdag, hvor alt er døgnåbent, hvor alt er muligt at udrette på alle tidspunkter - og hvor kravene til individet vokser. Mange har en følelse af afmagt og mangel på kontrol over deres eget liv.

Det har affødt en modreaktion i form af den såkaldte *Slow Movement*, langsomhedsbevægelsen, der går i retning af at finde tilbage til basale livsværdier og mere lokal forankring.

Centralt for langsomhedsbevægelsen er ikke nødvendigvis at alt skal ske i langsomt tempo, men i det rette tempo – *il tempo giusto*, som det hedder i Italien, der er frontløber i bevægelsen. Vi skal blive bedre til selv at styre vores liv, være selektive over for vores aktiviteter og være fuldt nærværende i de ting, vi vælger at bruge vores tid på.

Der skal være mulighed selv at styre vores prioriteringer, og plads til de enkle ting så som at bruge tid på at lave lækker mad af sunde lokale råvarer, at nyde det gode måltid sammen med venner og familie, at gå en tur og give sig selv tid til refleksion.

Filosofien er, at vi på den måde finder (tilbage) til en masse gode oplevelser i hverdagen og også sparer os selv og samfundet for stressrelaterede problemer og omkostninger.

HELSINGØR, DANMARKS FØRSTE CITTÀ SLOW?

I 1999 startede 30 italienske byer bevægelsen *Città Slow*. Selv om bevægelsen blandt andet fokuserer på Slow Food og udsprang af en reaktion mod Big Mac-kulturen, handler den om meget mere end at værdsætte lokal mad og traditioner.

En *Città Slow* er en by, hvor det gode liv står i centrum. Nøgle-ordene er kvalitet, bæredygtighed, ærlighed og tid til eftertanke.

Helsingør har muligheden for at leve op til drømmen om det gode og afbalancerede liv. Helsingør kan blive en ægte *Città Slow*.

Der er en stærk tendens blandt unge til at kræve rimelige arbejdstider, og en undersøgelse i England har vist, at antallet, som ønsker kortere arbejdstid, er dobbelt så stort som det antal der gerne vil vinde i lotteriet.

Krop og Fysik, 2006 nr. 3



Tættere på drømmene:

DRØMMENES BY

Stemning

Der er en helt særlig stemning i Helsingør, som er et produkt af lokaliteten, historien, æstetikken, landskabet, bygningerne, symbolerne og fortællingerne. Det er en nærmest drømmende stemning, der også går igen i Helsingørs mest kendte symboler, steder og personer: Kronborgs slumrende Holger Danske, drømmeren Hamlet, heretikerens Frank Jæger, Buxtehudes *Abendmusik* og Gurre Slot, hvor ”Drømmende Ruinen seer paa sin Glands tilbage” (H.V. Kaalund)

I Helsingør støder man hele tiden på den nyere og ældre historie midt i nutiden. Ligesom en drøm blander erindringer og fantasier med aktuelle og konkrete dagsrester. Denne blanding af gammelt og nyt er en stærk inspirationskilde for at tænke kreativt, nyt og anderledes, sådan som kunstnere og visionære til alle tider har brugt deres drømme.

For det aktive nutidsmenneske er Helsingør, som tidligere beskrevet, i høj grad et sted, man kan besøge eller flytte til, for at finde ro - og drømme - i en ellers hektisk hverdag.

Dynamik

Det er vigtigt at understrege, at Helsingør ikke er eller skal være en soveby, men snarere en drømmeby. Drømme er en refleksion over dagen og en opladning til ny handling. Drømmens By er også et dynamisk sted, hvor folk kan udleve deres ambitioner og skabe nye aktiviteter og virksomheder.

Med sin beliggenhed tæt på København og Sverige, men i et roligt, æstetisk og mindre dyrt område kan Helsingør tilbyde gode rammer for selvstændige og iværksættere, der samtidig gerne vil have tid og plads til familieliv.

Helsingør bør profilere sig som et sted, der gør det muligt at leve iværksætterdrømmen ud, særligt inden for kreative og æstetiske erhverv, der fungerer godt i spændingsfeltet mellem Helsingørs lokale idyl og Hovedstadsområdet tempo og modernitet. Kommunen kan gøre det nemmere at etablere kreative arbejdsfællesskaber for ’opdyrkere’ som Victoria. Mens selvstændige vidensarbejdere og opstartsvirksomheder, der lever af idéudvikling, kan finde sammen i midlertidige eller permanente fristeder i Helsingør.

“TO SLEEP, PERCHANCE TO DREAM...”

DRØMMELANDET SOM KREATIV KILDE

Psykoanalytikeren C.G. Jung har sagt, at hvis man vågner og husker en drøm og ikke tager sig af den, ikke fortæller den eller skriver den ned, så svarer det til, at man får et brev ind ad døren, men lader det ligge uden at åbne det.

Der er mange eksempler på kunstnere, forfattere, musikere, videnskabsfolk og opfindere, som er blevet inspirerede til store idéer gennem deres drømme: Einsteins relativitetsteori, Bohrs kvantemekanik, benzen-molekylets struktur og symaskinens opfindelse. Men også idéen til historiens mest indspillede popsang *Yesterday*, eller Rolling Stones-hittet *Satisfaction*.

Grundtvig byggede meget af sin højskoletanke på drømme, han havde haft. I 1824 skrev han digtet *Nyaars-Morgen*, hvis 312 vers kom til ham i drømme.

Det er dog ingenting imod profeten Muhammed, der over 23 år fik dikteret alle Koranens vers i åbenbaringer. Og omkring en tredjedel af Bibelens tekster stammer angiveligt fra drømme og åbenbaringer.

Hjerneforskere har peget på, at lydhørhed over for drømme kan bruges i kreative aktiviteter. Drømmene åbner op for forbindelser på kryds og tværs i bevidstheden og underbevidstheden og mellem forskellige perioder i livet. Hvis man aktivt arbejder med sine drømme og drømmemetaforer, så træner man sin evne til at skabe forbindelser, til at sammenstille ting og på den måde skabe ny mening.

Maleren Salvador Dali er måske den kunstner, der har brugt drømmesproget mest eksplicit i sine surrealistiske malerier. Her omformes og kombineres konkrete hverdags-elementer til et symbolladet drømmeunivers med smeltede ure, mærkelige dyr, kropsdele, religiøse symboler osv.

TO BE AND NOT TO BE

Tilvalg og fravalg i Helsingørs vision

Visionsplatformen definerer, hvad Helsingør skal stå for. Det er lige så vigtigt at præcisere, hvad Helsingør ikke skal stå for. En god vision og strategi kræver bevidste fravalg.

Det gælder selvfølgelig om at undgå egenskaber, der direkte vil modarbejde visionens værdigrundlag. Men derudover er visionsplatformen et så koncentreret format, at vi også vil præcisere nogle nuancer i forståelsen af visionen.

Andre er ikke direkte fravalg, men elementer der ikke skal bruges i kommunikationssammenhæng. Eksempelvis er en smidig infrastruktur en nødvendighed, som Helsingør må tilstræbe, men ikke et punkt Helsingør behøver at fremhæve i sin kommunikationsstrategi.

FREMTIDENS HELSINGØR SKAL FOKUSERE PÅ AT VÆRE:

- gyder og gårdhaver -- ikke smidig infrastruktur og convenience
- fuld af oplevelser -- ikke en 'forlystelsespark'
- dynamisk -- ikke travl
- fremsynet -- ikke moderne
- international med fokus på det lokale -- ikke det globale
- emotionel -- ikke rationel
- overraskende -- ikke med et brag
- nuancer -- ikke effektivitet
- natur -- ikke industri
- sofistikeret og sensitiv -- ikke snobbet og finkulturel
- god tid -- ikke en presset kalender
- nærværende -- ikke distanceret
- kontemplativ -- ikke hurtige beslutninger

FORDELE



FORDELE FOR BRUGERNE

HVAD BETYDER VISIONEN FOR KOMMUNENS FORVALTNINGER?

Helsingør Kommune kan bruge visionen til at ændre dynamikken mellem de forskellige segmenter i befolkningen. Gennem bedre forståelse af sine brugere kan kommunen tilgodese jægerens og opdyrkernes behov, aktivere samlernes ressourcer og derved bane vejen for nye muligheder, drømme og initiativer.

Kommunens nye holdning og forbedrede image vil gøre stedet mere attraktivt for de ressourcerstærke borgere, som tidligere ikke ville identificere sig med Helsingør. De vil betragte sig som værende en del af fællesskabet, bidrage til det lokale liv og spejle sig udad i stedet for indad.

Det kan i det lange løb være med til at bryde noget af den negative sociale arv ved at hjælpe de ressourcetsvage i samfundet til at skabe nye muligheder og deltage aktivt i lokalsamfundet. Drømme og aspirationer er ikke begrænsede til de privilegerede borgere. Kommunens administration skal blive kendt for at være tilgængelig og vedkommende for alle.

Visionsplatformen definerer ikke kun, *hvad* der bør prioriteres, men også *hvor* initiativer bør udføres, og hvad resultaterne i sidste ende gerne skal understøtte.

I forbindelse med for eksempel planlægning af nye boligbyggerier bør visionens fire kerneværdier tænkes ind fra starten, så man fremmer fysiske rammer, der udstråler autenticitet og giver mulighed for refleksion og nærhed. Samtidig bør det gådefulde være indtænkt æstetisk og funktionelt i arkitekturen.

Det samme gælder for idrætsinitiativer, som ikke behøver at blive gemt væk i periferien. I stedet kan det gøres til en synligt inkluderende aktivitet i rammer præget af skønhed og harmoni.

Visionen angiver en sammenhængende tilgang til, hvordan initiativerne udføres, og hvad man ønsker at skabe gennem dem. Derfor retter visionen sig mod hele kommunens virke og er relevant for alle forvaltninger.

HVAD BETYDER VISIONEN FOR BORGERNE

Visionen vil give Helsingør en mere markant, positiv profil og styrke borgernes identifikation med området gennem en fornyet stolthed og en mere udtalt fællesskabsfølelse.

Med visionens fokus på kvalitet og livsstil, de lokale historier og charmerende ejendommeligheder vil Helsingør fremstå som en attraktiv kommune for de 25-40 årige. Det er den gruppe, der typisk har boet i København eller en anden storby under deres deres uddannelse og nu vender tilbage til fødebyen eller søger et nyt sted at slå sig ned og stifte familie. Det er dette alderssegment, Helsingør har brug for at tiltrække for at fremtidssikre kommunen.

Visionsplatformen lægger ikke op til at udvikle eller markedsføre Helsingør som en rendyrket ”familieby”. Det gælder om at skabe rammer, der er attraktive for de ressourcerstærke personer og familier i jæger- og opdyrkersegmentet, der ikke tiltrækkes af det ordinære og forudsigelige, men alligevel ønsker trygge rammer for deres egne og børnenes udfoldelse og udvikling.

For eksempel peger visionen i retning af, at nye boliger skal have en stærkere personlighed end det gængse provinsbyggeri. I Helsingør gælder det om at integrere boligen med naturen på fantasifulde måder og facilitere det nære fællesskab mellem beboerne. I byområdet kan man tilsvarende forestille sig tidligere industri-ejendomme ombygget til kreative boliger i bedste New Yorker *loft* stil med bevarelse af autentiske elementer.

HVAD BETYDER VISIONEN FOR BESØGENDE

Med visionen vil Helsingør markere sig som et anderledes sted. Et sted, man tager hen for at få en pause fra hverdagen og det hektiske liv, et sted med plads til eftertanke, overraskelser og nærvær i nuet. Det er stedet, hvor man kan drømme sig tilbage til en svunden tid, genopleve barndommens magi eller gå på opdagelse i de stemningsmættede historiske miljøer. Helsingør skal blive kendt som et af de mest stemningsmættede områder i Danmark.

I Helsingør har man mulighed for på egen hånd at gå på opdagelse og skattejagt i lokale oplevelser og kvalitetsprodukter. Vores undersøgelse har vist, at *high end* turisterne, der lægger betydeligt flere penge end de nuværende endags-turister, tilhører jægersegmentet. For at tiltrække dem skal Helsingør tilbyde høj kvalitet, autenticitet og variation i oplevelserne. Jægerne vil overraskes og udfordres uden at gå på kompromis med komfort og kvalitet.

Danskerne selv står for de fleste turistovernatninger i Danmark, og andelen er stadigt stigende. I Frederiksborg Amt er tendensen endnu mere markant, og hvis det fortsætter viser vores udregninger, at 84 pct. af de overnattende turister i amtet i 2016 vil være danskere.

Selv om Helsingør har et andet turistmæssigt udgangspunkt end resten af Frederiksborg Amt, rummer udviklingen i retning af mere dansk turisme en stor mulighed for byen og oplandet. Men det kræver, at Helsingør formår at tilpasse sine initiativer og markedsføring til de ressourcerstærke danskere.

I dag signalerer Helsingør i høj grad, at det er en port til Danmark, for eksempel med den udbredte brug af danske flag. Med udgangspunkt i den nye vision bør det i stedet markeres tydeligt, at man er kommet til *Helsingør* - et unikt sted i Danmark. Det indebærer bl.a. En turistinformation, der viser, hvad der sker i Helsingør lige nu frem for noget generelt om Danmark.

HVAD BETYDER VISIONEN FOR ERHVERSLIVET

Helsingør kan som tidligere nævnt forvente at få 2.000 færre borgere i den erhvervsaktive alder frem mod 2016, hvis der ikke gøres en særlig indsats. Visionen vil give en stærkere profilering af Helsingør med en identitet og stolthed, der vil tiltrække flere relativt unge og veluddannede personer. Vores brugerundersøgelse tyder på, at Helsingør i dag ikke opleves som et tilstrækkeligt attraktivt og spændende sted at bo og arbejde, især blandt de ressourcestærke og højtuddannede unge, der stiller høje krav til deres hverdag og omgivelser. Disse ressourcestærke unge er ofte jæger-typer, eller befinder sig i en jæger-fase af deres liv, hvor de ikke føler, at dagens samlerdominerede Helsingør har nok spændende oplevelser og tilbud til dem.

Helsingørs virksomheder vil nyde godt af en lokal tilgang af kvalificeret arbejdskraft. Turisterhvervene vil direkte nyde godt af flere besøgende, der tiltrækkes af visionens stærkere, kvalitetsbetonet profil. Endelig vil en række initiativer i forlængelse af visionen kunne tiltrække flere iværksættere og selverhvervende, især inden for kreative, æstetiske og videnstunge erhverv.

I forhold til virksomheder og arbejdsstyrke er det helt afgørende, at Helsingør udnytter sin placering nær ved København. Det gælder om at bruge visionen til at udvikle Helsingør, så det bliver den perfekte komplementaritet til København, i stedet for at forsøge at konkurrere med Hovedstadens tilbud eller fjerntliggende provinsbyers fritsvævende profil som ”kulturby”, ”konferenceby” eller lignende.

Som en konsekvens af dette må man også se pendling som en naturlig og for så vidt positiv del af livet i Helsingør. Men i tråd med visionens værdier er det også vigtigt at skabe bedre mulighed for ikke at være nødt til at bruge meget daglig tid på pendling. Den teknologiske udvikling og nye arbejdsformer inden for især videnserhverv giver i stigende grad mulighed for distancearbejde. Det kan kommunen understøtte ved at skabe faciliteter for arbejde væk fra arbejdspladsen. Kommunale initiativer til at fremme lokalt iværksætteri vil også bidrage til at begrænse udpendlingen.