

INITIATIVER - Primus motor, fælles fortællinger, drømmesyner, forbindelser, forankring og formidling



# INITIATIVER

Til realisering af visionen

I dette kapitel præsenterer vi vores forslag til initiativer, der vil understøtte visionen for Helsingør.

Initiativerne falder i to hovedkategorier:

**- Kulturelle initiativer**

**- Forankrings- og formidlingsinitiativer**

Det er væsentligt, at mange af initiativerne er konkrete og overskuelige i omfang. Formålet med dem er at skabe et stærkere tilhørsforhold blandt borgerne, og det kræver, at initiativerne adskiller sig fra store abstrakte og upersonlige udviklingsprojekter.

Det er også vigtigt at understrege, at de enkelte initiativer ikke kan stå alene. Det er kombinationen af initiativer, der sammen med kommunens daglige arbejde skal realisere visionens Helsingør.

De fleste af initiativerne er af kulturel karakter, og en del af dem spiller tæt sammen med realiseringen af kommunens store projekt, Kulturværftet. Vi mener, det er oplagt at gøre Kulturværftet til en krumtap i Helsingørs videre udvikling. Samtidig er det vigtigt at fastslå, at initiativerne generelt prøver at favne hele kommunen, da samspillet mellem by og land er et afgørende element i visionen.

Vores forslag til kulturelle aktiviteter er tænkt med lokalsamfundet som kerne, fordi lokalt medejerskab og inklusion er en forudsætning for at den foreslåede vision kan realiseres.

For at synliggøre initiativernes kobling til visionen har vi for hvert forslag angivet, hvilke kerneværdier i visionsplatformen, de udspringer af og understøtter.

I sidste del af appendix gennemgår vi en række gode eksempler på konkrete initiativer, der er med til at skabe en stærk overordnet identitet.

## KULTURELLE INITIATIVER

### PRIMUS MOTOR

#### FÆLLES FORTÆLLINGER

- Fortæl og formidl!
- Fortællinger i praksis
- Børn som fortællere
- Værftshistorier
- Nordisk Fortællefestival

#### DRØMMESYNER

- Naturen i byen
- Kronborg i nyt lys
- "Lån os din stue i en uge"
- Drømmesyner *Live*
- Kulturpladsen

#### FORBINDELSER

- Vejen derop
- Mellem by og havn
- Hemmelige ruter
- Naturen som kunstværk

## FORANKRING OG FORMIDLING AF VISIONEN

### DIREKTE HENVENDELSER

- Manifestet
- Overgangsritualer
- Helsingørinformationen
- Residensprogrammet
- Satellitkontorer
- Iværksætterpuljen
- Bo sammen - hver for sig
- B&B luksus

### VEJEN FREM

- Roll out
- Succeskriterier

# PRIMUS MOTOR

Bindeled mellem borgere, forvaltninger, eksterne aktører og besøgende

Som nævnt består initiativkataloget af en række større og mindre idéer, som tilsammen skal styrke Helsingørs fremtidige profil. For at sikre, at de mange tiltag vitterlig trækker i den samme - og rigtige - retning, foreslår vi først, at kommunen nedsætter en arbejdsgruppe. Fordi gruppen skal drive udviklingen frem, har vi valgt at kalde den **PRIMUS MOTOR**.

**PRIMUS MOTOR** har til formål at sikre visionens fremdrift, at implementere og synliggøre forandringerne i Helsingør. Dens arbejde løber i første omgang over tre år og kulminerer med indvielsen af Kulturværftet. Det strategiske formål med gruppen er at skabe forbindelse mellem borgerne og kommunen i transitionsfasen. Og ikke mindst at skabe tillid blandt borgerne til kommunen, visionen og Kulturværftet.

**PRIMUS MOTOR** er åben og tilgængelig for borgerne, for eksempel en gang om ugen - hvor brugerne inviteres inden for til en kop kaffe (saftvand til børnene) og en samtale om Helsingørs udvikling i relation til gruppens initiativer. Desuden bør gruppen jævnligt holde egentlige borgermøder med oplysning og aktiv involvering. Gruppen består af en eller to permanente visionære kuratorer/organisatorer suppleret med tre kreative konsulenter, der udskiftes hvert halve år.

Alternativt kan man vælge at udlicitere opgaven til en virksomhed eller institution, der allerede arbejder med at integrere byudvikling og kultur. Men den løsning forudsætter, at opgaveløserne kan være tilstede i Helsingør, da gruppen skal være synlig i hverdagen.

**PRIMUS MOTOR** arbejder selvstændigt med bevilling fra kommunen og beføjelser til at iværksætte tiltag. Men gruppen refererer direkte til en følgegruppe, sammensat af en chef fra hver af kommunens forvaltninger.

Dette visionsoplæg og idékatalog fungerer som gruppens retningslinie og inspirationsgrundlag, sammen med følgegruppens anvisninger og løbende sparring. For eksempel er det **PRIMUS MOTORs** opgave, at koordinere og supervisere de forskellige tiltag og aspekter af initiativerne om *story telling* og *story mining*.

Alle projekter tænkes som et integreret hele - en del af en større bevægelse, der skaber forandring og fremdrift i kommunen, og som fremelsker Helsingørs evner til at få drømme og virkelighed til at mødes. **PRIMUS MOTORs** opgave er at virke som rådgivende organ for kommunens enkelte forvaltninger og eksterne aktører, med henblik på at alle i kommunen trækker i visionens retning.

**PRIMUS MOTOR** bor i en mobil enhed, der flytter sig og er med til at synliggøre forandringer i Helsingør ved at tage ophold der, hvor tingene sker og komme ud i bykvartererne og landsbyerne, hvor folk bor. Det er vigtigt, at så mange som muligt får mulighed for at komme i kontakt med gruppen. Hver gang enheden flytter sig, sender gruppen invitationer ud til beboere og virksomheder i nabolaget. Små idékonkurrencer og præmiequizzes specifikt om Helsingør skal lokke flere af de tilbageholdende brugere til. Præmierne kan med fordel sponsoreres af lokale virksomheder, der vil gøre opmærksom på sig selv. **PRIMUS MOTOR** har sit eget websted - en interaktiv site, der får borgernes meninger og fantasi i spil.

**PRIMUS MOTOR** skal desuden sammen med kommunen sørge for, at der bliver kommunikeret til omverdenen, hvad Helsingør står for. **PRIMUS MOTOR** skal ikke udarbejde det konkrete kommunikationsmateriale, men sikre en sammenhængende stil og generere ideer til, hvordan kommunen får synliggjort sine kvaliteter og initiativer.

**PRIMUS MOTOR** skal følge op på visionsarbejdet ved at lave tilbagevendende undersøgelser af kommunens image og brugernes tilfredshed. På den måde kan de holde øje med, om kommunens udvikling går den rigtige vej i det rigtige tempo, og om borgerne ser sig selv som en del af udviklingen og føler stolthed over Helsingør.

**Fordele:** Udviklingen bliver drevet fremad i det daglige. Visionen og forandringerne i Helsingør bliver synlige, konkrete og tilgængelige for alle. Borgerne får tillid til processerne og bliver inddraget. Der sikres sammenhæng i aktiviteterne, så omverdenen får et klart og konsistent billede af Helsingør.

A close-up photograph of several vertical wooden planks. The planks are painted a dark, muted green color, but the paint is heavily worn, peeling, and chipped away in many places, revealing the natural light-colored wood underneath. The wood shows signs of age and weathering, with numerous knots, small holes, and irregular textures. The lighting is somewhat uneven, with brighter areas where the paint has been removed and darker shadows in the crevices between the planks. The overall appearance is that of old, well-used, and perhaps neglected wooden siding or a fence.

FÆLLES FORTÆLLINGER





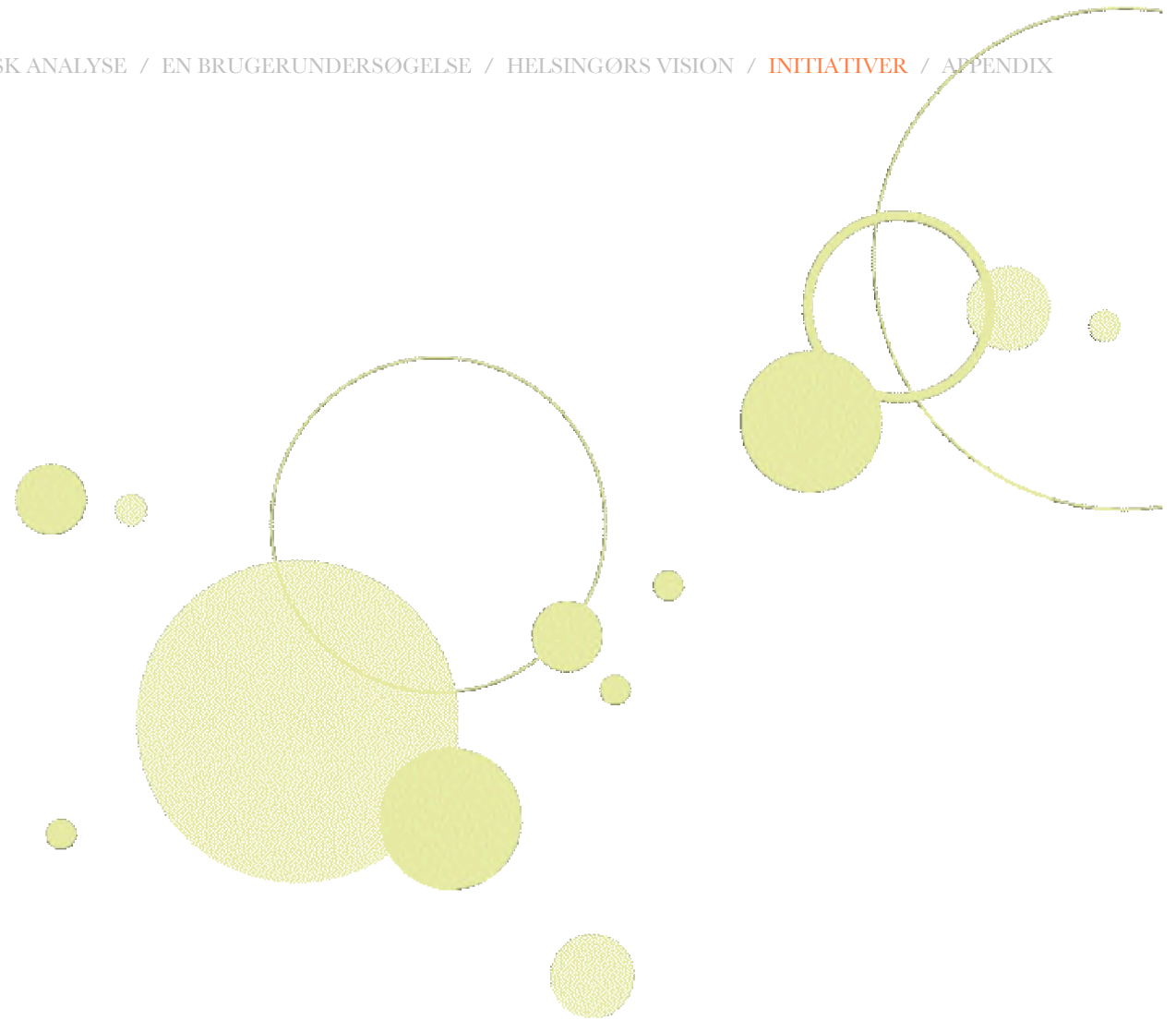
# FÆLLES ●

# FORTÆLLINGER

Helsingørs mange historier lever et stille liv under overfladen - de gemmer sig i folks hukommelse, i steder og i ting, som står hjemme på hylderne. Fra tid til anden tages historierne og tingene frem og deles ansigt til ansigt eller i en lille sluttet kreds. Nogle fortællinger går i arv gennem generationer, andre går i glemmebogen eller tages med i graven.

For at styrke Helsingørs identitet og fællesskabsfølelse og for at aktivere fortællingerne ressource vil vi gerne have historierne frem i lyset, så de kan opleves, deles og videreudvikles af Helsingørs borgere og de besøgende.

Med denne strategi styrker Helsingør fællesskabet mellem beboerne og giver de besøgende muligheden for at komme **tættere på** det lokale liv. Den gode historie er en kvalitetsparameter for både oplevelser og produkter.



## FORTÆL OG FORMIDL

*Fortælling (story telling) er formidling. Ved at give nye muligheder og rammer for formidlingen, kan fortællingerne lokkes frem fra deres gemmesteder (story mining).*

### 1. HELSINGØRHISTORIER FREM I LYSET

Få et lokalt nyhedsorgan som Helsingør Dagblad til at dedikere en ugentlig side til Helsingørshistorier fra læserne med opfordring til at skrive ind med kommentarer og forskellige versioner af historierne. Så som de forskellige forklaringer på, hvorfor området ved Tegners museum hedder Rusland. Der kan eventuelt laves en konkurrence, hvor bedste historie eller bedste formidling vinder en gave fra det lokale erhvervsliv. Man kan gøre det samme med udveksling af gamle og nye madopskrifter fra området.

Biblioteket på Kulturværftet kan invitere borgerne til at komme forbi med historier fra deres eget, familiens og forfædrenes liv. Historier fra gamle dage eller fra lokalområdet. Det kan blive til en udstilling, hvor historierne bliver udfoldet som tekst, som lyd, som billeder og gennem objekter. Siden kan man koble forfattere på et projekt, hvor man bearbejder stoffet til udgivelse som bog, i tidsskrift eller i tegneserieform.

**Fordele:** De individuelle historier kommer frem og bliver delt mellem et stort antal borgere. Det bliver sjovere at læse lokalavis! Borgerne bliver fortrolige med det nye bibliotek, føler ejerskab over det og deles om en oplevelse, hvor de lærer sig selv og hinanden bedre at kende. Fællesskabsfølelsen styrkes.



### 2. INDFLYTTERGAVEN

I forbindelse med åbningen af Kulturværftet inviteres folk til at donere en ting, de synes skal have plads i byens kulturhus. Det kunne være en stol, et billede eller måske et ur. Udvalgte ting bruges til at indrette værftet i samspil med mere funktionelle og specialindkøbte elementer. Hele arsenalet gemmes som en samling af 'Helsingørs særlige ting med historie' og kan bruges løbende til at kuratere nye stemninger og scenografier.

Løbende donationer kunne sælges som lokale souvenirs på et særligt loppemarked ved værftet.

**Fordele:** Helsingørs borgere opbygger et tilhørsforhold til Kulturværftet. Besøgende vil opleve en atmosfære, der skiller sig ud fra andre og mere anonyme kulturcentre. Helsingørs personlighed vil skinne igennem i Kulturværftet.





## FORTÆLLINGER I PRAKSIS

*De indsamlede historier er værdifuldt råmateriale. De kan bruges til at etablere et repertoire for Helsingør som et sted, der fascinerer og drager, et sted hvor udefrakommende kan opleve og overraskes på sanser, følelser og fantasi.*

### 3. HJEMLIG RESTAURANT

I dag mangler Helsingør restauranter og caféer, der er i tråd med visionen. En delikat restaurant af høj kvalitet, indrettet som et hjem, hvor der serveres hjemmelavet mad med opskrifter fra egnen, selvfølgelig sammen med historien bag opskriften. Et sted med hyggelig, afslappet atmosfære og spændende, anderledes mad. Restauranten kan eventuelt tilknyttes kulturværftet.

**Fordele:** Helsingør tilføres en rolig og autentisk kulinarisk oplevelse for feinschmeckere. Det er trendy og hyggeligt på én gang. Se appendix for en *best case* på dette.

### 4. LYDBILLEDER

Lokale borgere indtaler historier eller erindringer om bestemte steder i byen og landskabet på lydfil. Siden hænges små skilte rundt omkring på historiestederne med et nummer, man kan ringe til fra sin mobil for at høre historien.

**Fordele:** Folk kan selv bestemme hvornår og hvor de vil opleve en historie fra Helsingør. Præsentationsmåden er på én gang engagerende, mystisk og bekvem.

### 5. HIST OG PIST

I fortovet, på bænken eller på et træ er indgraveret en historie fra stedet - her stod H.C. Andersen, da han fik idéen til et bestemt eventyr, her kyssede Bente og Ole første gang hinanden osv. Det må gerne være historier om kendte mennesker, men også gerne om helt almindelige helsingoranere.

**Fordele:** Folk kan gå på opdagelse i Helsingørs historier på egen hånd. Byen opleves som mere personlig.

### 6. INTERAKTIV FORTÆLLEMAPPING

Borgerne involveres i et projekt, hvor man laver et geografisk kort over Helsingørs historier. Eventuelt som et skattekort med clues til hemmelige historier og skattejagt på mystiske steder (Buxtehudes orgel - døde han af ulykkelig kærlighed?).

**Fordele:** Gæster og borgere går på opdagelse i Helsingør.



## BØRN SOM FORTÆLLERE

### 7. HVORDAN FORTÆLLES HISTORIEN

Helsingørs skoler laver et storstilet fortælle-projekt, hvor børn går på opdagelse i historienes skatkammer. De indsamler historierne hjemme hos deres familier, ude blandt andre mennesker eller i deres egen fantasi. De lærer at strukturere fortællingerne, så de bliver sammenhængende og giver mening, og de lærer at stå frem og fortælle for et publikum. Skolerne i kommunen kan derefter udveksle historier med hinanden.

**Fordele:** Børnene lærer at begå sig i en verden, hvor evnen til at formidle en historie er essentiel for at klare sig. At forholde sig til hinandens baggrunde kan også hjælpe til at nedbryde sociale skel og fremme integrationen i den enkelte klasse.



Skolerne kan også lave historieudveksling med skoler fra andre kommuner i landet.

**Fordele:** Børnenes tryghedssfære udvides. De lærer noget om andres baggrund. Børnene bliver ambassadører for Helsingør rundt om i landet.



### 8. FORTÆLLEWORKSHOP

Bøms historier: Kulturværftsbiblioteket byder børnene inden for til at forfatte og læse op. Børn bliver indbudt til at kuratere udstillinger om børns historier fra Helsingør. En eller flere forfattere tilknyttes projektet for at støtte børnenes kreative udvikling. Resultaterne formidles i udvalg i den lokale avis. Kulturværftet inviterer også billedkunstnere m.v. (f.eks. Kathrine Ærtebjerg) til at holde workshops for børn.

**Fordele:** Børnene lærer at strukturere og fremstille stof for andre og de bliver fortrolige med det nye bibliotek. Biblioteket manifesterer sig som seriøs institution, der giver et aktivt løft til lokalsamfundet.







## VÆRFTSHISTORIER

### 9. FRIT LEJDE

Historier fra tiden med Skibsværftet i Helsingør inviteres indenfor i det nye Kulturværft. Folk opfordres til at komme og dele de historier, de kender fra værftet. Alle genstande fra det tidligere værft, som er havnet rundt omkring i folks hjem, gives “frit lejde” til at komme på besøg på værftet igen, til en stor udstilling om livet på skibsværftet.

En af opgaverne for udstillingens kurator er at indsamle så mange vidensbyrd som muligt om byggematerialer og andet fra værftet, der er integreret i Helsingørs huse i dag og lave en fotoudstilling i sammenstilling med objekterne fra den midlertidige “frit lejde” samling.

Dem, der har brugt værftet på andre måder i den mellemliggende tid, kunstnere, alternative behandlere, m.fl., bliver også inviteret til at give deres bidrag i en sektion af udstillingen.

Dette projekt kan med fordel afholdes ved Kulturværftets åbning og bruges til at markere begyndelsen på en ny æra for værftet og Helsingør.

**Fordele:** Nogle af de forsmåede følelser omkring Kulturværfts-projektet bliver imødekommet fordi folk selv kommer til orde om deres forhold til stedet og bliver taget alvorligt. Deres bidrag bliver givet plads, og de får lov til at føle ejerskab over stedet igen på nye måder.



## NORDISK FORTÆLLEFESTIVAL

### 10. DEL DIN HISTORIE

Helsingør bliver det første sted i Norden med en egentlig fortællefestival. Her kan folk fra hele Norden samles og fortælle historier, diskutere fortælleformer og idéer samt workshoppe og digte nye historier frem. Kendte og mindre kendte fortællotalenter inviteres til at komme og dele deres historier og kunnen.

**Fordele:** Helsingør fremhæver sine fortrin som et sted at samles, og stedet profilerer sig internationalt som en historie- og digterby i naturlig forlængelse af Hamlets verdensberømte historie.





DRØMMESYNER



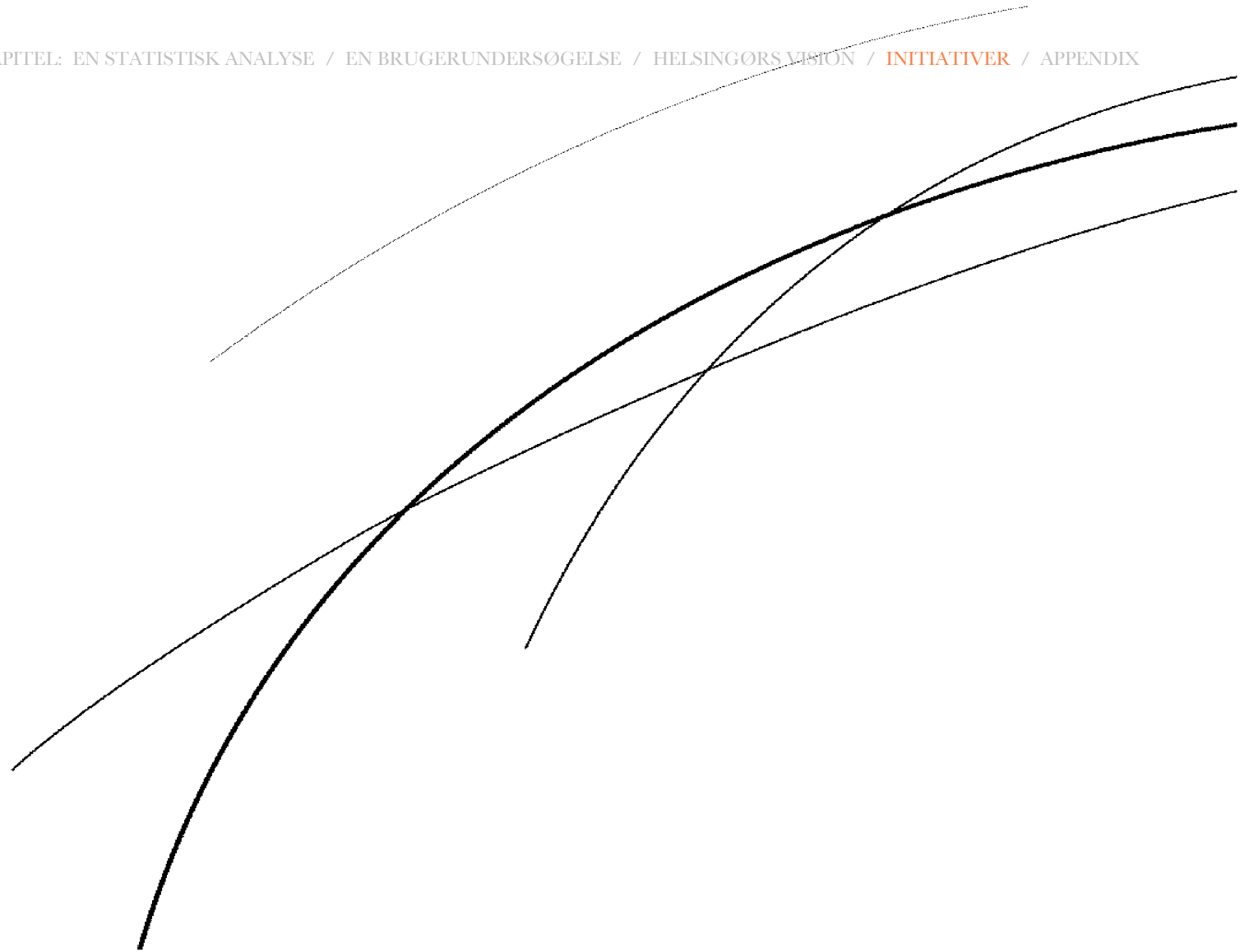


# DRØMMESYNER

I drømme stilles tingene sammen på uvante måder. Den virkelighed vi tager for givet, bliver udfordret. Privat bliver offentligt og offentligt bliver privat, naturligt og kunstigt smelter sammen, steder ses i nyt lys og éns udfoldelsesmuligheder er ud over det normale.

Dette afsnit er en samling af drømmeriske tiltag, der vender op og ned på virkeligheden, frigør fantasien og drager os **tættere på** en drømmestemning, der ikke er søvndyssende, men derimod fyldt med liv og aspirationer mod endnu ikke udlevede drømme.

Initiativerne i dette afsnit er visuelle, sanselige, tankemæssige og fungerer samtidig som synlige tegn på forandring.



## NATUREN I BYEN

*Fremtidens Helsingør er en frisk, grøn oase i Øresundsregionen. Byen viser pionérånd ved at tænke det grønne ind i bylandskabet, i stedet for at afsondre det i små områder adskilt fra hverdagens aktiviteter og væresteder.*

### 1. GRØN BEBOELSESPARK

På den gamle jernbanegrund anlægges en grøn beboelsespark, som et sted hvor folk bor og rekreerer på én gang. Her er små græshøje mellem bygningerne med huler indeni eller værksteder til kreativ udfoldelse. Imellem bygningerne og højene snor sig en sti, der lyser op om aftenen.

Bygningerne er holdt i organiske former og brudte linier for at fremme følelsen af hygge og nærvær, og så det kommunikerer med den gamle bys brudte og bløde linier. I forbindelse med oprettelsen af nye boligkvarterer i Helsingør benyttes samme, grønne model.

**Fordele:** Helsingør placerer sig som frontløber i forhold til megatrends som grønne byer og città slow og viser, at man sagtens kan kombinere en moderne by med grøn frodighed, ro og fordybelse. Helsingør tilbyder flere boliger til den vigtige gruppe af 25 til 40-årige i utraditionelle og engagerende omgivelser. Læs mere om grønne byer i appendix.



### 2. FÆLLESHAVER

Et andet tilgængeligt sted i byen anlægges fælleshaver, hvor folk kan dyrke deres egne grøntsager, urter og blomster.

**Fordele:** Helsingoranerne får et hyggeligt projekt at samles om og får sunde grøntsager med hjem til maden. Se et godt eksempel på dette i appendix.



### 3. VANDRESKOVEN

Vandreskoven er et mobilt overgangsritual, der indvarsler forandringer i Helsingør og involverer borgerne.

Borgere og erhvervsaktører går sammen om at plante en midlertidig skov på et udvalgt sted i Helsingør by, hvor forandringer er undervejs. Når forandringerne påbegyndes flytter skoven til et nyt sted, hvor forandringer er undervejs. Til sidst plantes skoven permanent et sted i byen, hvor der trænger til mere grønt.

**Fordele:** Træer symboliserer rodfæstethed og kontinuitet. Dermed bliver forandringerne knyttet følelsesmæssigt sammen med ro og sammenhold. Erhvervsaktører i Helsingør involverer sig og får PR ved at sponsorere tiltaget.



### 4. KØER PÅ AXELTORV

Kørerne græsser fredfyldt på Axeltorv - drømmer jeg, eller er jeg vågen? Helsingør har allerede køer, der græsser inden for bygrænsen. Et unikum i Danmark. Men inde midt i byen? Det er et tegn på forandring. Tegn på, at Helsingør tager springet ud i en mere fantasifuld udvikling og på, at verden skal rette blikket mod den lille by, der har så mange overraskelser at byde på.

**Fordele:** Helsingør gør gennem denne flamboyante event opmærksom på sig selv og på sin unikke sammenstilling af natur og kultur. Det viser, at man kan vente sig noget af at være i Helsingør. Det understreger, at Helsingør bestemte ikke nogen kedelig soveby. Nok er her idyllisk, men det er også et sted, hvor der bliver taget chancer.







## KRONBORG I NYT LYS

### 5. SOMMERSKOLE PÅ SLOTTET

Kronborg tilbyder forskellige sommerkurser for børn såsom teaterskole og kunstworkshops. Dertil kommer kortere events rettet mod danske og udenlandske turister, for eksempel prinse- og prinsesse-skole, som er en kort workshop, hvor børnene har det sjovt, træder ind i en eventyrverden og samtidig lærer noget. Idé til promotion: postkort til barnet fra Hamlet.

**Fordele:** Kronborg promoveres fra nye vinkler og på en interaktiv måde som et sted med oplevelser og læring. Flere turister vil tiltrækkes af idéen om, at deres børn får en sjov og anderledes oplevelse, eventuelt mens forældrene selv får fred til at gå rundt i den gamle bykerne og shoppe. Lokale lærere og kunstnere inddrages og aktiveres som ambassadører for Helsingør.



### 6. SLOTTET SOM UDENDØRSBIO

Sommerbio på Kronborg, der viser filmatiseringer af Hamlet og evt. andre klassikere. En udendørs-biograf af den mere sofistikerede slags.

**Fordele:** Kronborg indlemmes på en respektfuld måde i moderniteten og borgere såvel som gæster lærer Hamlet bedre at kende.



### 7. KRONBORG SOM LÆRREDE

Inviterede kunstnere bruger slottet til deres installationer, for eksempel Rafael Lozano-Hemmer med interaktivt laser-lysshow, der dirigeres over en internetportal, hvor alle kan deltage. Eller Olafur Eliasson med lysinstallationer på slottets ydermure.

**Fordele:** Kronborg indlemmes i moderniteten og giver en anderledes og forunderlig kunstoplevelse, hvor nutid og fortid mødes. Se en *best case* på dette i ppendix.





## LÅN OS DIN STUE I EN UGE

### 8. THE ELSINORE EXHIBITION

Storstilet Helsingør-udstilling på og ved Kulturværftet: Helsingør udstiller sig selv.

På store fotoplancher står kunstneriske fotografier med scener fra Helsingør-borgeres hjem.

En uge af gangen udstilles indholdet af en hel stue fra et Helsingør-hjem. Udstillingen kører i fem uger, så fem husstande i Helsingør skal være med på at låne deres stue ud i en uge. De interesserede henvender sig, og de heldige udvalgte sendes bort på ferie, mens deres stue udstilles.

Samtidig kører der hver weekend gastronomiske workshops med kendte køgekunstnere, som for eksempel Claus Meyer, med mobile køkkener på pladsen. Her kan familier og venner fra nær og fjern komme og lære nye kogetricks, hygge sig sammen og nyde hjemme-udstillingen samtidig.

**Fordele:** Helsingoranerne samles om et fælles kulturelt objekt: dem selv. Tidsånden fortolkes med en udstilling, der overskrider grænser mellem privat og offentligt. Samtidig indvies pladsen og Kulturværftet med manér og inddrager fra starten Helsingørs borgere meget synligt. De får i høj grad anledning til at føle medejerskab af deres nye kultursted. Alle kan være med - samtidig med at det appellerer til ”jægerne” interesse i det autentiske og lokale som en form for eksotisme.





## DRØMMESYNER LIVE

### 9. LIVE-REKLAME

På udvalgte steder i København opsættes skærme med live-transmissioner fra udvalgte steder i Helsingør og vice versa. For eksempel en mark med køer der græsser, et sted i skoven, færgelejet eller Kulturpladsen. Steder, der toner frem på skærmen som en gateway til en anden verden, på Nørreport eller Rådhuspladsen i København. Det er en slags virtuelt udvekslingsprogram, hvor man kan drømme sig væk til et helt anderledes sted: Den Anden By, Drømmenes Sted. Forskellene mellem Hovedstaden og Den Anden By bliver tydelige, samtidig med at deres nære relation bekræftes.

**Fordele:** I Helsingør skabes stolthed over og bevidsthed om at være noget andet end København. Helsingør kan og skal ikke konkurrere på de samme parametre som Hovedstaden. Omvendt skaber det i København en nysgerrighed og dragning mod roen og skønheden i Den Anden By. Altså en ganske god PR for Helsingør i et område med mange potentielle turister





HELSINGØR

KØBENHAVN

A close-up photograph of a metal frame, possibly a window or door frame, set against a textured, light-colored wall. The frame is made of dark metal and is partially visible on the left and top edges. The wall has a rough, stucco-like texture with some horizontal lines or grooves. The lighting is soft and even.

FORBINDELSER



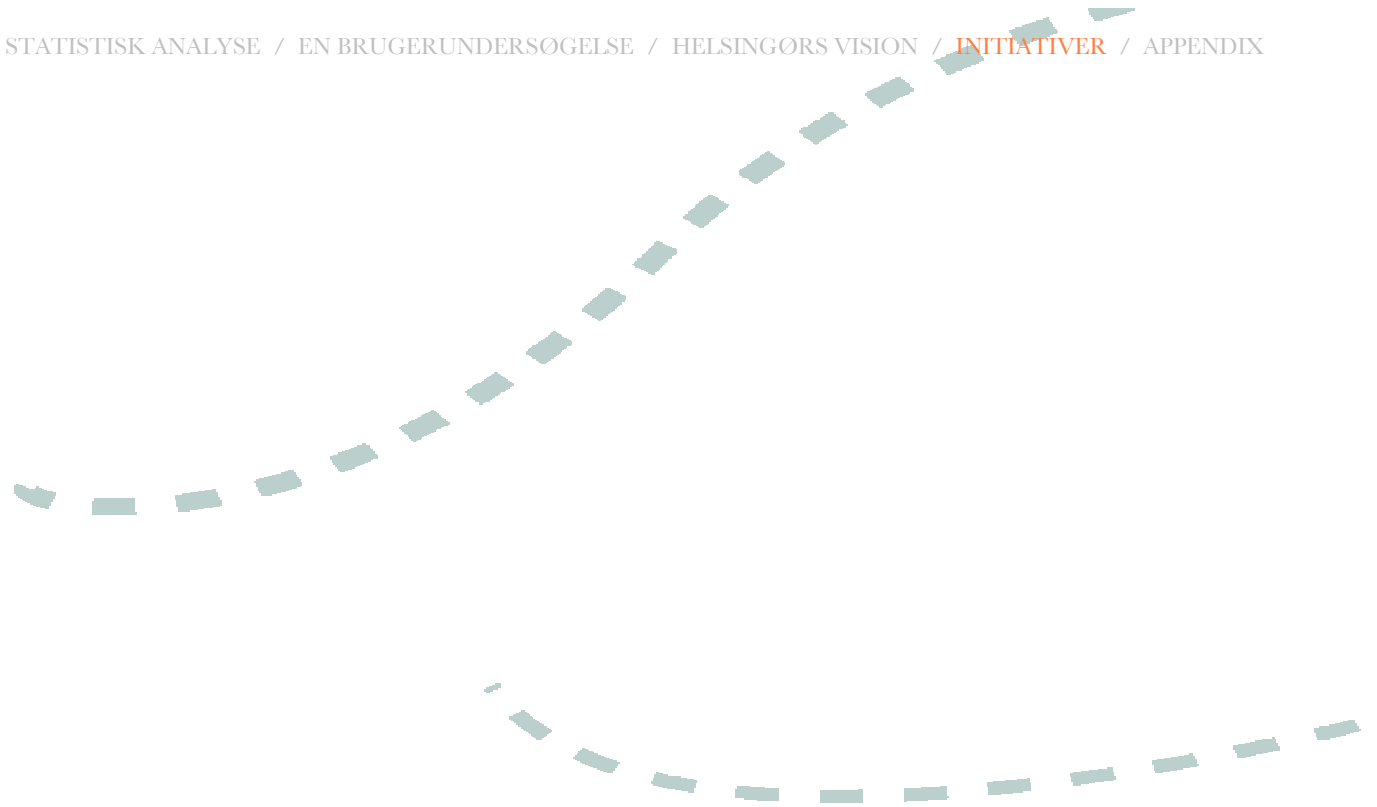


# FORBINDELSER

Helsingør gemmer på mange oplevelser, der ligger spredt i byen og i kommunen. Det er vigtig at skabe en naturlig sammenhæng mellem oplevelserne og at hjælpe de besøgende med at finde frem til de små historier og hemmeligheder, der tilsammen gør Helsingør til en helt særlig oplevelse.

Derfor bør der etableres reelle samlingssteder så som en kulturplads, som kan få Kronborg, Kulturværftet, havnen og den gamle by til at hænge sammen og dermed også samle både borgere og besøgende. Axeltorv er også en plads, der bør fungere som et knudepunkt, der forbinder den indre by og hvorfra man kan drage ud på eventyr i byen.

I dette kapitel handler initiativerne om at skabe forbindelser mellem de alsidige og overraskende oplevelser, så den besøgende kan få en oplevelse af Helsingør som den intime og nærværende by, hvor man kan komme **tættere på** den hemmelige gyde, det lokale liv og de mange historier. Forbindelserne skal ikke servere oplevelserne på et sølvfad, men derimod være tråde, hvor man selv kan finde Helsingørs perler.



## VEJEN HEROP

Det handler om for Helsingør at gøre opmærksom på sig selv og gøre det tydeligt, at selv vejen derop fra København kan være en oplevelse. Strandvejen opleves allerede som en udflugt i sig selv, men på et tidspunkt holder oplevelsen op og man ender i rensningsanlæg og færgeleje. Helsingør skal gøre en indsats for at være et attraktivt link mellem den nordlige og sydlige strandvej

### 1. KOMMUNIKER IGENNEM KBH MEDIER

Helsingør skal gøre opmærksom på sig selv gennem de medier, Københavnerne normalt orienterer sig i, når de skal ud og opleve noget. Trænger man som Københavner til et *get away* uden for storbyen, så er der ikke et naturligt sted at få inspiration. Helsingør skal tage initiativet til at etablere et site på AOK, som henvender sig til dem, der vil et smut ud af Hovedstaden, bare for en eftermiddag eller en weekend.

Desuden kan Helsingør med fordel forsøge at imødekomme en anden slags besøgende ved redaktionel omtale i magasiner som Where2Go og Wallpaper's city guide.

**Fordele:** Helsingør eksponeres over for en aktiv og attraktiv målgruppe. Helsingørs værdigrundlag bliver formidlet eksternt.



### 2. EN VÆRDIG ENTRE

For at føle, at Strandvejens herlighed fortsætter ind i Helsingør, er der brug for initiativer, der forskønner byens entre.

Nogle ting er svære ligefrem at gøre smukke og næsten umulige at flytte, for eksempel byens rensningsanlæg. For at gøre opmærksom på at der er gjort noget særligt ud af ankomsten, inviteres en kunstner til at gøre noget anlægget, give det et nyt ansigt og dermed gøre det til en attraktion. Det kunne være en fotoinstallation, hvor facaden beklædes med billeder af Helsingørs borgere.

**Fordele:** Helsingør bliver bedre i stand til at udnytte sin position for enden af Strandvejen til at tiltrække flere gæster. Helsingør gør noget unikt og viser, at man kan vende en ulempe til en fordel.



### 3. TUREN ER EN DEL AF OPLEVELSEN

En rutebåd mellem København og Helsingør for turister og andre, der har kyst til at tage *the scenic route* og opleve hele kysten på vejen.

**Fordele:** Båden gør Helsingør mere tilgængelig for dem, der ikke gider toget eller bilen. Det vil lokke flere turister til, og rejsen til og fra København bliver en oplevelse i sig selv.





## MELLEM BY OG HAVN

*En række tiltag vil knytte byen mere sammen og skabe sammenhæng mellem Kronborg-området og den gamle by samt gøre det mere indbydende for Kronborg-turisterne at blive længere og se mere.*

### 4. FÆRGEPAKEN

Færgelejet hvor H-H færgerne kommer ind, laves til en færgepark/promenade. En lang, bred, grøn strækning med stier, bænke, åbne pavilloner og oaser til en mangfoldighed af aktiviteter. Dette bliver et af byens mest populære steder, hvor folk kan sidde og se på færgerne komme og gå.

Parkeringspladsen ved siden af Blomstertorvet nedlægges og indtænkes i færgeparken.

**Fordele:** Ankomsten til Helsingør fra Øresund såvel som Strandvejen bliver mere attraktiv, og der bliver mere liv ved et af Helsingørs største aktiver: sundet. Den storslåede udsigt over Øresund, som mange "jægere" i undersøgelsen eksplicit ønsker sig, kommer til sin ret og får et rekreativt område.



### 5. DET GRØNNE TRÆK

En bred gangbro over Havnegade gør det lettere og mere spændende at komme fra den ene ende af byen til den anden. Det er en mulighed for at bevare Havnegade som nødvendig færdselsåre og samtidig genetablere relationen til vandet.

Oven på gangbroen er der grund til at standse og dvæle ved udsigten og nyde den grønne park og bænkene på broen. Broen er en oplevelse i sig selv.

**Fordele:** Den gamle bykerne og Kronborgområdet åbnes mod hinanden. Byen får endnu et vartegn af internationalt format. Se *best case* på dette i appendix.



### 6. HAVNEGADE RITUALET

Som event, der kan finde sted inden en permanent sammenbinding af byen og vandet etableres, kan man lege med tanken om, at Havnegade ikke var der. En gang om året spærres gaden og trafikken dirigeres uden om. Denne weekend afholdes gadefest i selve Havnegade.

**Fordele:** Borgerne får en mulighed for at opleve deres egen by fra en helt ny vinkel og opholde sig det sted, der normalt er en barriere.

Det er en måde at gøre opmærksom på det enorme potentiale Helsingør har som en by ved vandet. Det viser, at der ligger planer for fremtiden om at udnytte dette. Den mentale barriere, som Havnegade udgør i dag, vil blive brudt.



### 7. UDKIGSPOSTER

På Axeltorv opsættes et lille tårn, hvor man kan gå op i toppen og se ud over hele byen på én gang.

Et tilsvarende tårn opsættes på pladsen foran Kulturværftet. De to tårne vil fungere som referencepunkter, der knytter byens to vigtigste samlingssteder sammen - et ved vandet og et i byen.

**Fordele:** Overblik over Helsingørs spredte tyngdepunkter. Et nyt syn på området.



### 8. KULTURSATELITTER

På udvalgte steder i den gamle by opsættes skærme, hvor man kan se, hvad der foregår på Kronborg og Kulturværftet lige nu og vice versa.

**Fordele:** Tilstedeværelse på flere steder ad gangen. Stederne gør opmærksom på sig selv og lokker gæster til at gå flere steder hen.





## HEMMELIGE RUTER

### 9. LYSENDE STIER

De hemmelige stier er beslægtet med skattejagten. Med diskrete clues og skilte hjælpes man til at gå ture og komme steder hen i byen og i landskabet, hvor man normalt ikke af sig selv ville gå hen. I byen kan det være en baggård eller en gyde, i det åbne landskab kan det være stier skåret tværs gennem en kornmark eller en særlig smuk lysning. Sporene kan vise sig som lys i mørket. Det, der om dagen er uden sammenhæng, forvandles i mørket til ruter med nye oplevelser. Der anlægges stier nogle steder i landskabet med afdæmpet lys, der hvor man skal træde. Stierne kommer forbi udvalgte steder med naturlig skønhed, natlig stemning og kunstværker kreeret til stederne.

**Fordele:** By og land knyttes sammen i én gåtur og folk tilskyndes til at bruge de mere ukendte steder.



### 10. DRØMMESHOPPING

Shopping-oplevelserne i Helsingør kan gøres endnu mere eventyrlige. De mange gamle baggårde rummer potentiale for drømmeshopping, hvor shopperne føler, at de er på opdagelse og skattejagt. Her kan man lokke kunderne indenfor til varierede oplevelser, overraskelser og kvalitet. Det gamle, fine og unikke fremelskes og promoverer Helsingør som en shoppingby, der er bevidst om sine historiske kvaliteter. Storytelling og følelser indtænkes i atmosfære, butikker og sortiment. Plads til mangfoldighed og variation er vigtig.

Eventuel overdækning af enkelte gader eller gårde kan blive relevant, med glasarkader for eksempel, så det også bliver behageligt om vinteren. Gadebelægningen skal forskønnes og gøres jævn og behagelig at gå på i alle slags sko - gerne med kunstneriske indslag indlagt blandt fliserne.

Citycenteret omlægges til parkeringshus.

**Fordele:** Den gamle bydel bevares intakt og udvikles samtidig til et tidssvarende, trendy shopping-mål. Flere forretningsdrivende (typisk "samlere" og "opdyrkere") tiltrækkes. Flere ressourcestærke high-end turister (typisk "jægere") tiltrækkes til den gamle by. Helsingør markerer sig som en foregangsby, der tør gøre op med det generiske indkøbscenter, som man finder i alle provinsbyer.







## NATUREN SOM KUNSTVÆRK

*Med relativt små interventioner kan naturen ændre karakter og fremstå som et kunstværk, så det på nogle måder bliver mere indbydende.*

*Helsingørs store naturressource vil blive bevaret som rekreativt tilbud, og samtidig vil disse tiltag hjælpe med at nedbryde barrieren mellem kultur og natur.*

### 11. RAMMER

Kunsthæderige rammer opstilles forskellige steder i landskabet og indrammer udvalgte kig i naturen.

Her gøres opmærksom på Helsingørs særligt naturskønne omgivelser, og samtidig vil det være mødesteder og pejlemærker for ophold i naturen

**Fordele:** Endnu en tilskyndelse til at bevæge sig ud i naturen og få en sjov oplevelse. Begreberne natur og skønhed sættes til debat.



### 12. MUSIKFESTIVAL I LYSNINGEN

En festival, hvor omgivelsernes rolige skønhed og kontemplativ musik beriger hinanden.

**Fordele:** Naturens herlighed opleves fra en ny vinkel og får ny betydning. Et mere varieret og kreativt musikmiljø får næring.





A close-up photograph of a wooden door. The door is composed of vertical wooden planks. A prominent vertical crack runs down the center of the image, separating the left and right halves. The wood on the left is a warm, reddish-brown color, while the wood on the right is a darker, almost black color. A dark, horizontal strip, possibly a metal or plastic reinforcement, runs across the middle of the door, intersecting the vertical crack. The text "FORANKRING OG FORMIDLING" is overlaid in white, uppercase letters on the left side of the image, positioned between the two horizontal sections of the wood.

FORANKRING OG FORMIDLING



# FORANKRING OG FORMIDLING

af visionen

Mange af tiltagene på de foregående sider har nyhedsværdi og tiltrækningskraft til at vække pressens interesse nationalt og til dels internationalt. For eksempel vil et ambitiøst og veludført storytelling-projekt og drømmesyner i Helsingør vække folks interesse og nysgerrighed.

En vision for en by er et fælles mål for borgere, erhvervsliv og administration. Mange forskellige aktører, der i fællesskab får en plan.

En vision for fremtiden bliver håndgribelig, hvis den får konkrete konsekvenser for nutiden, og hvis man føler sig involveret i den.

I dette afsnit præsenterer vi tiltag, der skal forankre visionen i nutiden, i Helsingør og omverdens bevidsthed og i praksis. Det sker gennem organisatoriske og kommunikative tiltag indadtil i Helsingør og udad mod omverden.

## ADRESSÉR EKSITERENDE BORGERE

### SKAB TILHØRSFORHOLD OG FÆLLESSKABSFØLELSE

På de følgende sider beskrives initiativer, der kan være med til at formidle visionen til Helsingørs borgere og lave en tydelig markering af, at kommunen tager hånd om området og varsler forandringer med udgangspunkt i Helsingørs latente værdier. Borgere og besøgere kommer **tættere på** forandringerne og de nye tiltag, **tættere på** Helsingørs vision.

1. MANIFESTET
2. OVERGANGSRITUALET
3. DAGLIGSTUEN - Helsingørinformation

# 1. MANIFESTET



Et manifest er et dokument, der offentligt bekendtgør afsenderens intention. En klar og højtidelig erklæring om, hvilken retning man vil gå i, så ingen skal være i tvivl.

Med sit eget manifest forpligter Helsingør sig til at tage sig selv og sin vision alvorligt. Helsingør bekender kulør og viser sig som et sted, der godt tør have en tydelig personlighed. Samtidig er det et kækt og innovativt indslag i kommunens kommunikation til borgerne.

Manifestet udgives som en lille fin bog - en elegant sag, som kan omdeles til alle husstande i kommunen og findes på "Helsingørinformation" (se senere i dette afsnit) i en dansk og engelsk udgave.

**Fordele:** Helsingør synliggør visionen og inviterer borgerne med på turen mod det fælles mål: et nyt og mere markant Helsingør bygget på lokale værdier.

# VISIONSMANIFEST FOR HELSINGØR KOMMUNE



Helsingør Kommune er et enestående sted i Danmark. Vi har en lang og mangfoldig historie, der har efterladt sig mange særslåede mindesmærker, en privilegeret beliggenhed med skov og strand og - ikke mindst - en stærk og mangfoldig befolkning. Vi har værdifulde historier at byde på, for hinanden og for vore gæster - turisterne. Vi har charme, varme og et rædt af historier at fortælle. Nu er tiden inde, til at vi træder i karakter som det unikke og ressourcerige sted, vi er. Vi har fået os en vision - et pejlemærke til fremtidens Helsingør. Det er ikke en branding af os, ej heller en omvæltning. Det er måde at prioritere og samles om det vi er bedst til og blive endnu bedre til at være os selv - mere mere Helsingør.

Vi er glade for at have København så tæt på, så vi kan besøge hovedstaden og få inspiration og så københavnerne kan besøge os og opleve rigdomen ved at leve som vi gør. Men vi er ikke København og vi vil ikke være det! Vi vil være den anden by - den anden slags by. Visionen bygger på og har til hensigt at styrke fire værdier i Helsingør:

*Ro  
Nærvær  
Autencitet  
Gæstfrihed*

Det er de kerneværdier vi har, som giver os vores særlige livskvalitet og som gør os til et helt specielt sted at besøge - et sted, hvor man gerne vil komme igen.

*Ro* kommer af de naturlige omgivelser - som giver ram til fredlybelse og kreativitet, og tid til de ting, der virkelig tæller i livet. Det er men, det giver os overskud i hverdagen og lade os velkomne - samt at dramme.

*Nærvær* beror på de nære bånd mellem mennesker, der tager omsorg for hinanden. Nærheden gør det muligt for os at opbygge sunde sociale netværk, at indgå i fællesskaber og lade os velkomne - samt at være åbne og imødekomende, så vore gæster føler sig velkomne.

*Autencitet* er det, der gør, at ingen er i tvivl om at vi mener det vi siger og siger det vi mener. Vi er en forskelligartet befolkning, med en bredt og mangfoldig historie - det lægger vi ikke skjul på. Vi er ærlige og tålmodige overfor hvem vi er og hvad vi er medlem af.

*Gæstfrihed* er det, der overvælder i Helsingør. Vi er rolige, men ikke kedelige. Vi holder af vores mange underfulde og skæve historier om folk og begivenheder, der har sat sine spor i vores verden og omkring. Man bliver aldrig helt færdig med at gå på opdagelse i vores skattekiste af historier.

Med disse værdier i vores grundvold bygger vi mere og giver plads til at styrke livet i Helsingør. Mens Hamlet grubler i stjerne og Holger sover i kælderen udlever Helsingørs borgere sine drømme i virkeligheden ved at sætte drømme og virkelighed sammen på nye måder. Vi fortæller hvad det vil sige at leve et moderne liv på et traditionært sted. Vi tænker i nye baner og ser kulturskotte, naturhenheder og social mangfoldighed som værdifulde alternativer til kulturel fornyelse. Vi sætter nyt og gammelt, naturligt og menneskeligt sammen på nye måder, så Helsingør bliver et sted, der viser vejen til et menneskeligt og fremtid - et blødt og rent, men samtidig stærkt, drømt og uoverskueligt alternativ til storbyens hårde pulsk. Børnene er vores vigtigste rigdom og fremtid. Vi giver dem muligheder til at udvikle sig og vokse til ressourcerne og stærke individer, der står stærkt verden og står kommer tilbage og står fæstet deres rødder i Helsingørs blågrønne landskab.

Visionen er måske klog, men den er også konkret og til minde sig i et rædt af nye oplevelser og muligheder i Helsingør, som til sammen vil give os kerneværdier og stolthed over vores kommune.

*De nye sprog er henholdsvis:*

at afspejle vores unikke position som privilegeret bærer af kulturskotte, naturhenheder og social mangfoldighed - og at vi tænker disse sammen internt for hver for sig. Det vil sige, at vi fortæller hvad det vil sige, at være kulturbarer og udøver pionerarbejde ved at bruge vores sammenslutning af ressourcer på helt nye måder.

at vi er selektive i vores innovation; at vi ikke bevidst lader alle nye og stærke fenomenet men at vi kritisk vælger hvilke, der virkelig egner sig til vores unikke sted. For eksempel skal vi integrere særlige kvaliteter, der overbygges den charme og autencitet den gamle bykerne i Helsingør udstråler og vi skal være om vores dyrebare kvaliteter: ro, nærvær og autencitet.

at vi ser natur og kultur, by og landskabs forud og fremtid som komplementære kerneværdier, der aktivt skal indgå i nye forbindelser.

at Helsingørs skattekiste af historie og historier er værdifuld, ikke kun for Helsingør og de mange Helsingør-livere hvor de lever, men for verden også. Derfor skal de ikke tages med i graven, men deles ud og holdes i live. At vi aktiverer historierne og gør det gæstfrie, dragende element til en særlig og bevidst del af det, at besøge Helsingør.

at vi definerer os som den anden by i forhold til København - et værdigt alternativ i stedet for en midtvejsværdig pendant.

at vi med Kulturværftet placerer Helsingør på verdenskortet indenfor kunst og kultur- og samtidig skaber kulturelle tilbud, som alle kan nyde og være med til. Kulturværftet er et sted for og i Helsingør og dens fremmeste opgave er at give borgere i Helsingør spændende og berigende oplevelser.

01.01.2008  
Dato

Flemming Jensen  
Kommunalsjef  
Per Tørsbol  
Borgmester



## 2. OVERGANGSRITUALER

Ritualer er handlinger med symbolsk betydning, der integrerer individet i fællesskabet. I et vellykket ritual bekræfter fællesskabet sig selv, og individet føler sig bekræftet som del af fællesskabet. At deltage i et ritual er at deltage i noget alvorligt og virkeligt. En begivenhed, der afklarer livet og samtidig bevarer en følelse af mystik.

Overgangsritualer markerer og legitimerer vigtige forandringer. Typiske overgangsritualer i vestlig kultur er konfirmationen, brylluppet og dimissionen. Et vellykket overgangsritual indeholder tre faser:

**-separationsfasen**, hvor individet tages ud af sin vante sammenhæng  
**-liminalfasen**, hvor virkeligheden som man kender den er suspenderet  
**-reinkorporeringsfasen**, hvor man bliver sluset tilbage til den almindelige virkelighed og har fået offentlig anerkendelse for forandringen: man er nu blevet voksen, gift, student osv.

En af PRIMUS MOTORS opgaver er at koordinere forskellige tiltag, der kan fungere som overgangsritualer. Det er de tiltag, der har potentiale til at involvere og aktivere så mange forskellige aktører som muligt, og som indvarsler visionen og forandringerne i Helsingør. Som ritual betragtet er Helsingør individet, der opnår anerkendelse for sin forandring hos fællesskabet, som udgøres af kommunens borgere.

Nogle af disse tiltag er allerede beskrevet på de foregående sider: **Børns historier** og **Helsingør-historier** på det nye bibliotek inviterer borgerne inden for til de nye faciliteter og giver dem lov til at opleve stedet som deres eget, med nye muligheder for dem. **Værftshistorier** viser respekt for stedets fortid og inddrager dem, der har del i fortiden, i det nye Kulturværft som et sted, der også er deres. **Vandreskoven** og **Køer på Axeltorv** er hyggelige og humoristiske tiltag, der vender modsætningerne mellem land og by på hovedet og viser, at Helsingør vil tage det bedste fra de to verdener i fremtiden. **Lån os din stue i en uge** er et reality-tiltag i tidens ånd, der viser, at ting og historier, der normalt gemmes væk i hjemmets intimsfære, også kan være interessante for omverden. Og at Helsingør netop vil til at åbne sig mere op for omverden. Tiltaget hiver hyggen ud af hjemmet, ud i det fri og inviterer omverden med ind i varmen. Sammen vender disse ritualer vanetænkningen på hovedet, giver nye muligheder for udtryk og peger frem mod Helsingør Kommune som et sted, der er **tættere på**: vi er tættere på hinanden, tættere på skov og strand, tættere på det ægte, tættere på historierne og drømmene.

Ritualerne finder sted på nøglesteder som Axeltorv, Kulturværftet og Kulturpladsen, som borgere og besøgende skal tage til sig og lære at kende som Helsingørs samlingspunkter.

**Fordele:** Borgerne føler sig inddraget og **tættere på** forandringerne i Helsingør. De nye tiltag giver mening. Helsingør profilerer sig som en rummelig og mangfoldig by, der står ved sig selv.

## 3. DAGLIGSTUEN

Helsingørinformation til borgere og turister under samme tag

Ud fra devisen “Local is Global” gøres turistinformationen mere lokal og omdannes til en specifik Helsingørinformation, dvs. et sted med koncentreret ekspertise om lige netop Helsingør by og kommune til gavn for både besøgende og borgere. Al bredere information om andre steder i Danmark er tilgængelig online i informationen, hvis nogen ønsker den, men det fylder ikke op på butikkens hylder. Helsingør bredes ud som et rigt og mangfoldigt sted, man kan få mange dage til at gå med at opleve.

Helsingør fremhæves som unikt sted, og præsentationen af Helsingør bliver mere præcis, detaljeret og opdateret. Det er ikke kun besøgende, der skal bruge Helsingørs oplevelsesudbud, men i høj grad også borgerne.

**Fordele:** Turister og borgere mødes på nye måder og interagerer snarere end at være betragter og betragtet. Helsingørborgernes historier kommer i spil. Helsingør fremhæves som et unikt og levende sted.



## ADRESSÉR ET NYT SEGMENT DIREKTE

### JÆGERE OG OPDYRKERE TIL HELSINGØR

På de følgende sider beskrives initiativer, der kan være med til at tiltrække det segment, som Helsingør mangler for at opretholde en dynamisk synergi i området. Mange af de foregående initiativer henvender sig indirekte til segmentet, de følgende er mere direkte invitationer.

1. RESIDENSPROGRAMMET
2. SATELITKONTORER
3. MÆRKSÆTTERINIMITATION
4. BO SAMMEN - HVER FOR SIG
5. B&B LUKSUS

# 1. RESIDENSPROGRAMMET

## Skabere og tænkere til Helsingør

**Residens** er et internationalt program, der bringer *cutting edge* tænkere og skabere til Helsingør: filosoffer, opfindere, litterater, musikere, kunstnere, kuratorer og andre visionære typer. Det er verdenseliten, jæger-segmentet, der på denne måde bliver engageret i Helsingørs kulturliv og udvikling. Programmet har to aspekter:

- iltning af byens kulturelle blod
- etablering af Kulturværftet som kulturdynamo på internationalt plan

To gange årligt håndplukkes en kapacitetsperson fra Danmark eller udlandet, som inviteres til Helsingør i en periode på op til 12 måneder for at studere og tænke over kommunen/området/byen.

Residenten tilbydes en attraktiv bolig i Helsingør under opholdet, rejseomkostninger betalt og en passende månedsløn til vedkommendes niveau.

Residenten forpligter sig til en aflevering af en vis størrelsesorden, i form af for eksempel workshops, en masterclass, et værk eller en udstilling, der som udgangspunkt foregår på Kulturværftet i Helsingør. Med dette formidlingsaspekt er programmet højt profileret og vækker interesse for Kulturværftet og Helsingør nationalt og internationalt.

Programmet foregår i nært samarbejde med PRIMUS MOTOR og Kulturværftet. Lokale eller nationale virksomheder kan eventuelt ansøges om sponsorater til programmet.

**Fordele:** Jægersegmentet tiltrækkes til området og giver aktive bidrag til Helsingørs udvikling. Helsingør opbygger et godt internationalt netværk og gør opmærksom på sig selv i kreative og entreprenante kredse. Kulturværftet bliver kendt som en kulturinstitution i international klasse.



## 2. SATELLITKONTORER

### Balancér arbejde og familie i Helsingør

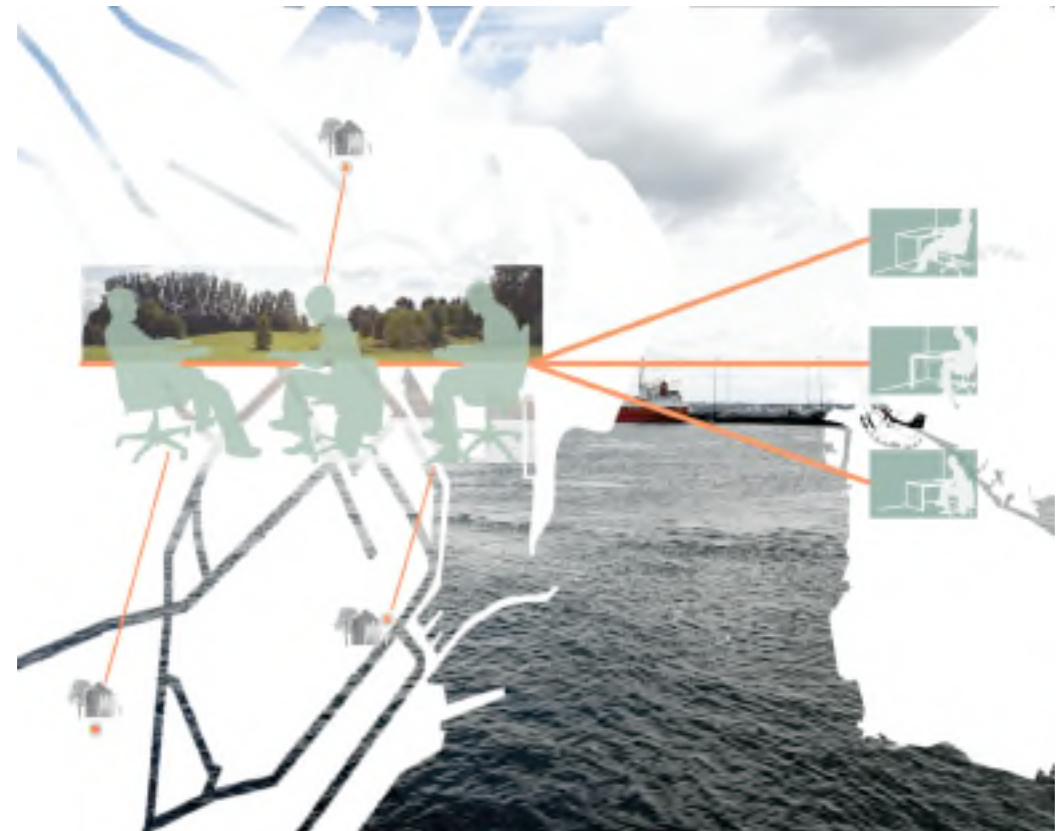
Flere og flere er villige til at pendle længere for at bo det optimale sted og have det optimale job. Men hvorfor ikke give folk den mulighed uden at de behøver at pendle? Flere og flere vil nemlig også gerne arbejde hjemme. Danskerne har europarekord i at arbejde hjemme.

*Med oprettelsen af satellitkontorer i Helsingør kombineres de to tendenser.*

Karrierejobbet, som mange højtuddannede er villige til at pendle eller flytte til, er inden for rækkevidde og samtidig kan man slippe for lang daglig transport eller at flytte fra Helsingør. Folk kan arbejde tæt på hjemmet og selv tilrettelægge deres tid, men samtidig have kolleger, der giver inspiration og netværk. Ved at slippe for pendlingen får folk mere tid til familien og mere ro til fordybelse i arbejdsopgaverne.

Den simple model går ud på at oprette kontorfællesskaber og udleje pladser til enkeltindivider. I den mere ambitiøse model opretter man lokaler og udlejer dem som satellitkontorer for virksomheder i f.eks. København og Hillerød, der har et vist antal ansatte bosat i Helsingør. Man kan forestille sig fleksible ordninger, hvor en medarbejder bruger satellitkontoret tre dage om ugen og arbejder på selve arbejdspladsen resten af ugen. Kontorerne kan ligeledes fungere som satellitter for virksomheders idéudvikling, hvor ansatte kan være i perioder, hvor de har brug for kontemplative rammer.

**Fordele:** Helsingør tiltrækker og fastholder flere kreative og højtuddannede i den erhvervsaktive alder og fremmer sit image som et sted, hvor ro, fordybelse og kreativitet går hånd i hånd.



### 3. IÅRKSÆTTER INVITATION

#### Rådgivningscenter for iværksættere

Hvis Helsingør skal tiltrække nye iværksættere, bliver man nødt til at skabe et ordentligt fundament, hvorpå de kan bygge deres ideer. Kommunen bør fokusere særligt på iværksættere inden for kreative, æstetiske og videnstunge erhverv. Der bør laves et specifikt rådgivningscenter for denne type erhverv. Man kan starte med at lave en pilotgruppe af relevante iværksættere og tilknytte rådgivningsenheden, hvor man sammen arbejder på at hjælpe de selvstændige i gang samtidig med, at kommunen udvikler et fast rådgivningscenter.

Pilotgruppen følges i et år, hvor man opsætter et forløb, som skal hjælpe den enkelte ordentligt i gang. Samtidig kan man gøre dem til lokale rollemodeller og måske mediedarlings ved at fortælle deres historie gennem Helsingør Dagblad med ugentlige artikler om deltagerne og deres projekter. Deres arbejdspladser kan indrettes på Kulturværftet, hvor der kan være åbne værksteder.

Efter en testperiode på et år kan kommunen evaluere indsatsen og eventuelt oprette en fast rådgivningsenhed. Helsingør skal satse på at blive den kommune i Danmark, hvor det er bedst at starte kreativ virksomhed.

Den vigtigste del af opgaven er at oprette et kontormiljø, som er prismæssigt tilgængeligt, og hvor flere iværksættere kan bo under samme tag. På denne måde kan man skabe en synergieffekt, hvor iværksætterne inspirerer og hjælper hinanden.

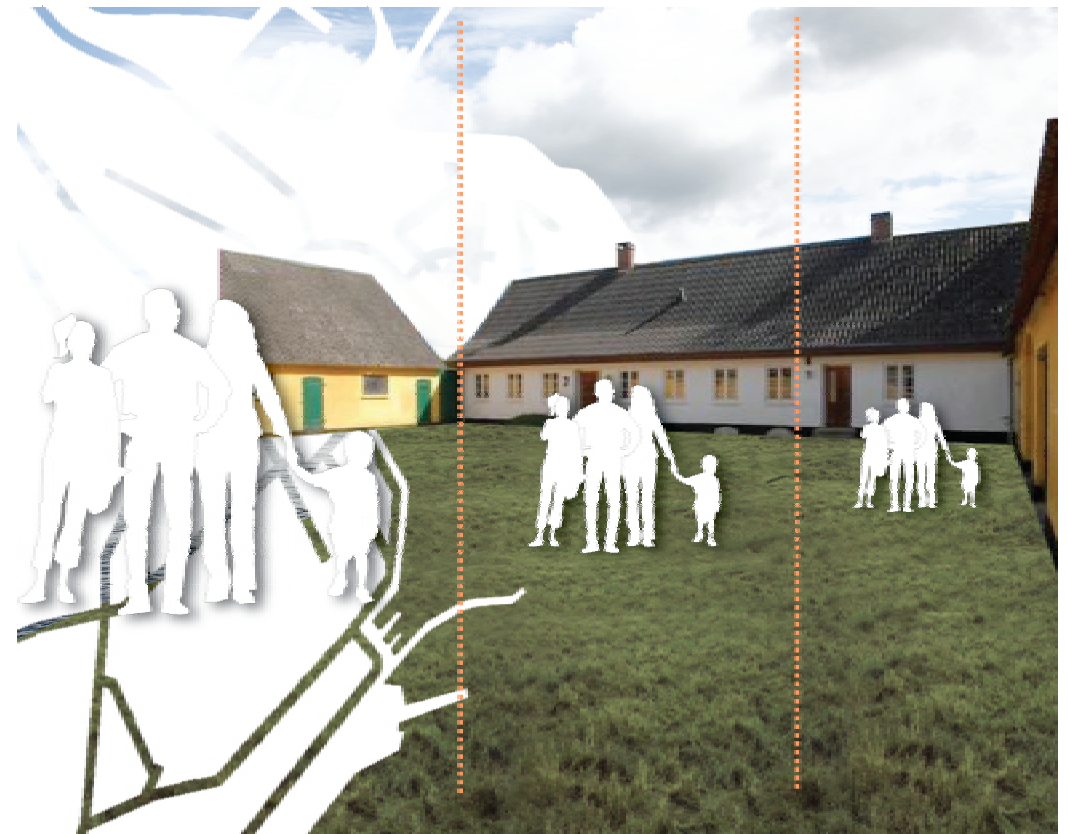


## 4. BO SAMMEN; HVER FOR SIG

Nye typer kollektiver vinder indpas i vores samfund. Kernefamilier ser fordele i at søge sammen med en “kernegruppe”, en gruppe bestående af ligesindede, der kan leve i en åben netværksstruktur med hinanden. På denne måde er man flere om at klare dagligdagens udfordringer så som madlavning, indkøb og børnepasning. Gennem et bofællesskab kan kompleksiteten af ens hverdag nedsættes, hvilket giver mere overskud og tid til at komme tættere på familien, vennerne og de hverdagsdrømme, man hver i sær har. Der er dog ikke tale om kollektiver i den traditionelle forstand. I dag vil man gerne bo hver for sig men have nem adgang til hinanden og noget fælles.

I København giver kommunen tilskud til, at flere og flere loftsarealer inddrages til beboelse. Byen arbejder på at udnytte alle rum optimalt for at skabe nye beboelsesmuligheder. På samme måde kan Helsingør hjælpe med at udvide beboelsestilbuddene ved at give tilskud til at lave nedlagte landbrug om til fælles boliger, hvor flere familier kan deles om grunden. På denne måde kan man gøre det attraktivt for børnefamilier at flytte til landet, hvor de ikke behøver at opgive det fællesskab, som man har i byen, samtidig med at man stadig råder over sit eget individuelle rum.

**Fordele:** Helsingør tiltrækker flere 25-40 årige og skaber alternative beboelsesmuligheder for børnefamilier. Man styrker fællesskabet både inden for kollektivet og kommunen.



## 5. B&B LUKSUS

### Overnatningsalternativer med hjemlig hygge

Helsingør kan allerede tilbyde en stor variation af Bed & Breakfast tilbud i hele kommunen. Denne overnatningsmulighed er et vigtigt redskab for Helsingør, da det er en perfekte lejlighed for besøgende at opleve værdierne, som indgår i visionen.

Denne form for ophold skal fremhæves. For at få flere til at komme fra København til området, skal der gøres en større indsats med at promovere og reklamere for disse tilbud, der hvor brugeren befinder sig. Folk fra storbyen opsøger ikke automatisk Helsingør som en mulighed for et weekend ophold. Man bliver nødt til at gøre Helsingørs små perler mere eksplicite for brugeren, så de kan få en anderledes og mere autentisk oplevelse end et dagsophold i den indre by.

Disse tilbud skal også være let tilgængelige og synlige i Helsingørinformationen. Det er vigtigt, at der er et udbud af Bed & Breakfast steder med meget høj kvalitet, så det appellerer til *high end* turisterne. Man kan forestille sig et autoriseret kvalitetssystem, hvor Helsingørinformationen løbende kategoriserer udbuddet efter bestemte standardnormer.





# UDRULNING

af visionen

Som det første etableres arbejdsgruppen **PRIMUS MOTOR**, der skal sørge for fremdriften af arbejdet med visionen.

**PRIMUS MOTOR** fungerer som bindeled til borgerne for at etablere et større tilhørsforhold til visionen blandt brugerne. Den har også ansvaret for diverse initiativer, der understøtter visionen. Organet er oen rådgiverinstans og sparringspartner for kommunens forvaltninger og eksterne aktører. Endelig sørger **PRIMUS MOTOR** sammen med kommunens kommunikationsafdeling for, at visionen bliver kommunikeret til omverden.

Visionsudviklingens anden etape koncentrerer sig om kommunikationsstrategien og den videre formidling af Helsingørs profil og identitet.

<i>Overordnet idé</i>	<i>Aktører</i>
MANIFEST	Varetages af kommunens udviklingsafdeling og kommunikationsafdeling, eventuelt med eksternt hjælp
DAGLIGSTUEN - Helsingørinformation	Etableres af kommunen i samarbejde med den eksisterende turistinformation og organisationen bag. Primus Motor bruges som rådgiverpanel for at sikre sammenhæng til visionen
FÆLLES FORTÆLLINGER	Initiativerne iværksættes af Primus Motor og nødvendige samarbejdspartnere - både fra forvaltninger og private aktører
DRØMMESYNER	Initiativerne iværksættes af Primus Motor og nødvendige samarbejdspartnere - både fra forvaltninger og private aktører
FORBINDELSER	Initiativerne iværksættes af Primus Motor og nødvendige samarbejdspartnere - både fra forvaltninger og private aktører
RESIDENSPROGRAM	Initiativet løbes i gang som samarbejde mellem kulturforvaltning og Primus Motor.
SATELLITKONTORER	Beskæftigelses- og erhvervsforvaltningen
IVÆRKSÆTTERINVTATION	Beskæftigelses- og erhvervsforvaltningen
BO SAMMEN - HVER FOR SIG	Eventuelt udviklingsafdelingen og teknisk forvaltning
B & B - LUKSUS	Turistorganisationen, på opfordring fra kommunens udviklingsafdeling

*Initiativer, der kan iværksættes straks*

*Initiativer, der iværksættes i forbindelse med Kulturværftet (2010)*

*Initiativer, der kan iværksættes på længere sigt*

Manifestet produceres og sendes ud til samtlige husstande i kommunen		
Nuværende turistinformation ændres til dagligstuen	Der etableres en satellitinformation i Kulturværftet. En anden mulighed er at flytte informationen derned permanent	
Initiativ-eksempler: <a href="#">hist og pist, børn som fortællere, lydbilleder, Helsingør-historier frem i lyset</a>	Initiativ-eksempler: <a href="#">indflyttergaven, frit lejde, fortælleworkshops på det nye bibliotek, hemmelig restaurant på værftet, det interaktive historiekort</a>	Helsingør har markeret sig som 'et område med fortællinger'. <a href="#">Nordens fortællefestival</a> igangsættes som tilbagevendende event
Initiativ-eksempler: <a href="#">vandreskov, køer på Axeltorv, slottet som bio, Kronborg som lærred, live-reklame</a>	Initiativ-eksempler: <a href="#">udstilling: lån os din stue i en uge på kulturværftspladsen, sommerskoler på Kronborg og værftet</a>	<a href="#">Grøn beboelsespark</a> opføres på baneterrænet eller på andre identificerede byggegrunde
Initiativ-eksempler: <a href="#">igennem københavnske medier, missing link, havnegaderitualet, udkigsposter, rammer, lysende stier, musikfestival</a>	Initiativ-eksempler: <a href="#">kultursatelliter i bybilledet, rutebåd mellem Helsingør og København</a>	<a href="#">Færgeparken</a> etableres i forbindelse med <a href="#">det grønne træk, drømmeshopping</a> fungerer optimalt - byens gårdmiljøer er udnyttet, eventuelt med tilføjede overdækninger. Byens erhvervsdrivende er med til at formidle områdets historier
Programmet igangsættes ved at identificere mulige gæster og residenslokationer. Evt lægge billet ind på hospitalet i Hornbæk, der står til nedlæggelse	Programmet fungerer, og gæsterne tilknyttes events på kulturværftet	
Det første kontor oprettes, støttet og organiseret af kommunen. Der kommunikeres bredt om initiativet	Flere kontorer etableres, evt i forbindelse med miljøet omkring Kulturværftet. Målet er at kontorerne fortsat køres som private initiativer.	På baggrund af initiativet etableres der med tiden kontakt til større virksomheder i København med mange medarbejdere i området. De opfordres til, med fordel, at oprette satellit-enheder til virksomheder i kommunen.
Pilotgruppen af kulturelle iværksættere udvælges. Projektet lanceres som en fælles fortælling i Helsingør. Der foretages undersøgelser af, hvad Helsingør skal slå på for at tiltrække kreative virksomheder	En rådgiverenhed oprettes med udgangspunkt i erfaringerne fra pilotprojektet. Kontormiljøer for iværksætterne kobles på Kulturværftets område	På baggrund af dybdegående undersøgelser etableres målrettede initiativer, der tiltrækker flere kreative virksomheder
Der gøres opmærksom på de nye muligheder for tilskud til etablering af bofællesskaber på nedlagte gårde og initiativet kommunikeres nationalt, med særlig fokus på København	En enhed i kommunens forvaltning, eventuelt under teknisk forvaltning, behandler løbende ansøgninger fra gårdejere, der ønsker at omstrukturere.	Der etableres nye boliger i landområderne med udgangspunkt i samme model. Det primære krav til boligerne er en ultimativ tilpasning og synergi med de naturskønne omgivelser
De eksisterende B&B tilbud klassificeres, så denne overnatningsform bliver attraktiv og gennemskuelig. Der køres kampagner henvendt til hovedstadsregionen	Der arbejdes løbende for at B&B tilbuddene styrkes både i kvalitet og antal. Guides og hjemmesider opdateres regelmæssigt	

# ANBEFALEDE SUCCESKRITERIER

Målbare ambitioner for Helsingør i 2016

Visionen får først værdi, når et samlet Helsingør arbejder med samme målsætning. Det er væsentligt, at der er fælles fodslag fra starten. Derefter vil en løbende evaluering være en rettesnor for, om indsatsen trækker i den rigtige retning i det rigtige tempo.

Derfor har vi indkredset nogle centrale kriterier for, om visionen bliver en succes. Vi har ikke kvantificeret alle kriterierne, men det må være en af de første opgaver i næste fase af strategiprocessen. Kriterierne bør fastlægges i samråd med relevante eksperter og aktører, så de bliver relevante, ambitiøse og opnåelige.

Med disse succeskriterier for øje er det muligt for kommunens ledelse at følge med i realiseringen af visionen og efterfølgende at vurdere, om det har været en succes.

BORGERNE SKAL VÆRE STOLTE AF HELSINGØR  
OG FÆLLESSKABET SKAL STYRKES

Successparametre for fremtiden:

1. Borgerne identificerer sig med Helsingørs vision og kerneværdier
2. Borgerne føler, at Helsingør udvikler sig positivt
3. Helsingør vil toppe en fremtidig kendskabs- og imageanalyse for Nordsjællandske kommuner

1.000 flere 25-40 årige giver  
60 mill. kr. mere i årlige  
skatteindtægter til kommunen

En ekstra high-end besøgende  
om dagen giver 1 mill. kr.  
mere i årlig omsætning og  
0,5 mill. kr. i bruttoavance

#### HELSINGØR SKAL TILTRÆKKE YNGRE FAMILIER

Succesparametre for fremtiden:

1. 1.000 flere indbyggere i alderen 25-40 år
2. Flere familievenlige boliger
3. 1.000 flere lokale arbejdspladser
4. Pendling er reduceret til 40 pct. (1996 niveau)
5. Helsingør er kendt som en af Danmarks bedste kommuner for iværksætteri, især inden for kreative, æstetiske og videnstunge erhverv

#### HELSINGØR SKAL KENDES FOR HØJ KVALITET

Succesparametre for fremtiden:

1. Kommunen har væsentligt flere overnattende turister og *high end* besøgende
2. Området er københavnernes foretrukne *get-away*
3. Kvalitetsbetonede specialbutikker er markante i Helsingørs bymidte
4. Helsingør er en af Danmarks fem mest omtalte byer og medie billedet er klart positivt