

DESTINATIONSUDVIKLING

SYDHAVNEN

KERNEFORTÆLLING, BORGERINDDRAGELSE OG RESULTATER



PHOTO CREDITS

Lukas Bukoven
Gitte Mikkelsen
Büro Jantzen
Maria Preisler
Abdellah Ihadian
VisitCopenhagen

INDHOLD

Introduktion 4

Hvad er destinationsudvikling? 6

Metoder: inddragelse af besøgende, lokale aktører og beboere 8
Analyseproces 9
Interviews og workshops 10
Vi har mødt beboere, besøgende og turister forskellige steder i Sydhavnen 11
Indsigter og anbefalinger 12
Involvering af lokale aktører 14

Hvem er de besøgende? 16

Kernefortælling Sydhavnen 18

Livet ved vandet 20
Arbejderhistorie og ildsjæle 22

Lokales tips til oplevelser 24

Aktivering & resultater 28

Idékatalog 30



INTRODUKTION

Sydhavnen er en unik del af København med sin helt egen sjæl og spændende kontraster. Sydhavnen er en by-i-byen, her er der plads til alle og fællesskabet og den lokale identitet er stærk.

Denne publikation omhandler projektet med at udvikle Sydhavnen som en sammenhængende destination. Projektet er ledet af Wonderful Copenhagen i samarbejde med Københavns Kommune, Dansk Erhvervsfremmebestyrelse og en lang række aktører.

Formålet med projektet er at opnå en større geografisk spredning af turister til områder af København, som de ikke besøger i dag, til gavn for de erhvervsdrivende og det lokale liv i de enkelte områder. Gennem inddragelse af borgere og lokale aktører har vi i fællesskab defineret bydelens kernefortælling, styrkepositioner og potentialer for videre udvikling. Dette vigtige arbejde kan du læse mere om i denne publikation.

God læsning!

> Jeg tror da klart at flere besøgende vil skabe mere liv, der vil komme flere restauranter, og der vil komme caféliv.
>
> *Michael, 45, Beboer, Sydhavnen*

HVAD ER DESTINATIONSUDVIKLING?

En destination er et område, hvor der er en række oplevelser samlet. Altså hvor man kan opholde sig i området i længere tid og fx både spise, få en kulturel oplevelse, handle, slappe af, drikke kaffe og gå en tur indenfor en overskuelig afstand. Alt sammen mens man fornemmer områdets karaktertræk. Området kan være en hel bydel eller blot en gade eller en plads. Så længe der er en sammenhængende identitet med sammenhængende værditilbud.

I Wonderful Copenhagen arbejder vi aktivt med udvikling af destinationer for at skabe gode og sammenhængende områder i København, både for lokale og turister. Vi ønsker at bidrage til at gøre byen god for borgere og samtidig at skabe en spredning af turisterne til dele af byen, hvor der ikke er mange turister i dag. Vi udvikler sammen med de lokale borgere og erhvervsdrivende en samlet fortælling for området, som de kan benytte til at styrke områdets kvaliteter. Herigennem kan der skabes gode oplevelser hos den enkelte aktør eller på tværs af aktører i området til gavn for både københavnere og besøgende.



Hvem er Wonderful Copenhagen?
Wonderful Copenhagen er hovedstadsregionens officielle turismeorganisation og har til formål, på non-profitbasis, at fremme og udvikle erhvervs- og ferieturismen til gavn for almennyttige interesser. Vi arbejder strategisk for at sikre en turismeudvikling, der er til gavn for lokalsamfundet. Både ved at turismen kan bidrage til ny lokal udvikling. Og for at mindske de udfordringer, der knytter sig til at mange gæster befinder sig på samme sted. Derfor arbejder vi på at skabe større geografisk spredning af turister, både på tværs af bydele og på tværs af hele hovedstaden. Vi samarbejder med borgere, lokale aktører og kommuner i hovedstadsregionen om destinationsudvikling, nye oplevelsessammenhænge og bæredygtig mobilitet.

METODER

INDDRAGELSE AF BESØGENDE, LOKALE AKTØRER OG BEBOERE

Analysen baserer sig på interviews med beboere, besøgende, erhvervsdrivende samt øvrige kerneaktører. De har alle aktivt bidraget til kernefortællingen om Trianglen-området som destination og sikret god forankret. Vi har fået indsigt i deres oplevelser af bydelen, syn på potentialer og ikke mindst fremtidsønsker og idder til udviklingen for området.

Formålet med aktiv inddragelse gennem interviews er at skabe dybdegående indsigt i de lokale samt besøgenes oplevelse af Trianglen-området. Gennem interviews opnår vi lokal viden om bydelens værdier, styrkepositioner og potentialer for videre turismeudvikling.

Dette hjælper os samlet set med at opnå en større geografisk spredning af turister til områder af København, som de ikke besøger i dag.



METODER

INTERVIEWS OG WORKSHOPS

DESTINATIONSINTERVIEWS med beboere og besøgende

DYBDEINTERVIEWS med lokale aktører

WORKSHOPS med lokale aktører

INTERVIEWS med turister og besøgende

> Jeg har boet på Nørrebro, Frederiksberg og Vesterbro, og jeg synes, at den fedeste bydel i hele København er Sydhavn.
>
> *Ditte, 26, Byrumsbruger, Sydhavnen*

> Der må gerne kommer nogle flere cafeer. Sådan nogle hipster-cafeer som på Vesterbro.
>
> *Marvin, 20, Beboer, Sydhavnen*

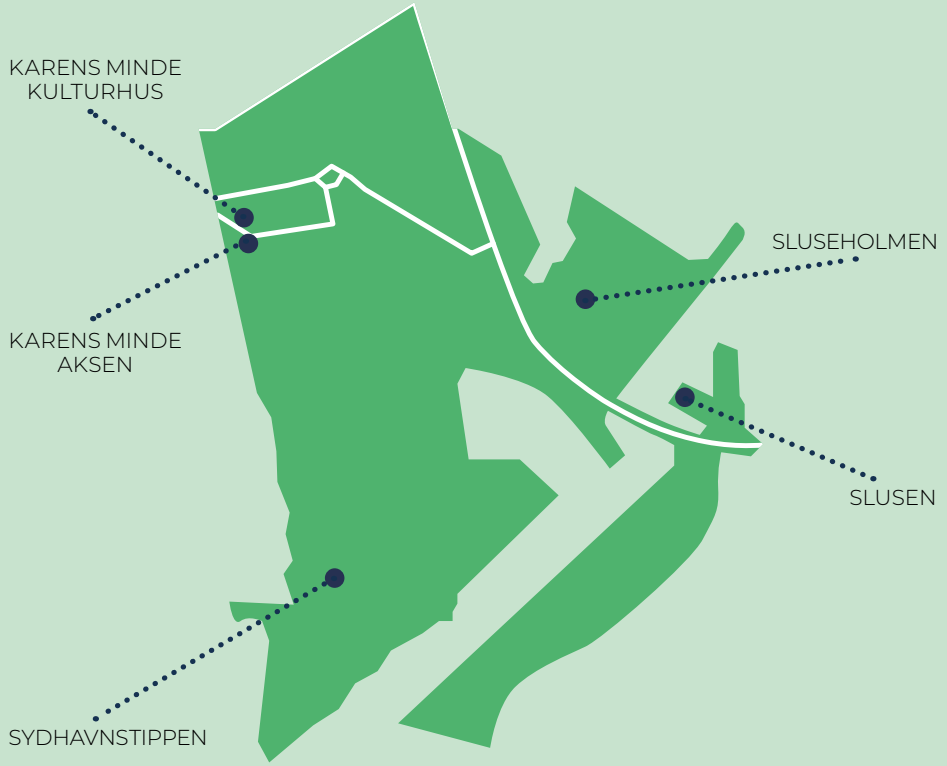
> Jeg synes, man får en oplevelse af en anden side af København – meget anderledes end brokvarterene. Der er noget nostalgi omkring kvarteret.
>
> *Michael, 45, Beboer, Sydhavnen*

> Jeg ville synes, at det var fint, hvis man kunne vise bydelen frem, på en respektfuld måde, hvor dem, der kommer, også er interesserede i den særegenhed, der er.
>
> *Michael, 45, Beboer, Sydhavnen*

> Jeg ville sige til mine gæster, at de skulle foretage sig et eller andet med vand – hoppe i kanalerne og bade, sejle kajak, tage havnebussen eller paddlesurfe.
>
> *Sara, 40, Beboer, Sydhavnen*

> En af de fede ting er, at vi har rigtig mange almene boliger, så der vil være mangfoldighed.
>
> *Zenia, Erhvervsdrivende, Sydhavnen*

VI HAR MØDT BEBOERE, BESØGENDE OG TURISTER FORSKELLIGE STEDER I SYDHAVNEN



METODER

INDSIGTER OG STYRKER

INTERVIEWS OG WORKSHOPS
MED LOKALE AKTØRER OG BEBOERE

INDSIGT 1

Beboere i Sydhavnen og oplever deres bydel som 'en landsby' tæt på København – det er en bydel, de er glade for at bo i, men som samtidig kan have et negativt omdømme, de ikke kan genkende

INDSIGT 2

Beboerne er stolte af deres bydel – de viser den gerne frem og oplever, at der både mentalt og fysisk er plads til flere besøgende

INDSIGT 3

Sydhavnen rummer en kontrast mellem den nye og den gamle del. Den nye del kendetegnes af vand og moderne bygninger, mens den gamle præges af grøn, vild natur og arbejderboliger

SYDHAVNENS STYRKER

Naturen er en stor del af Sydhavnen med vand, de store grønne parker og vild natur med alpakaer og får

Stor autenticitet, hvor beboere er solidariske og omsorgsfulde overfor hinanden og området

Gamle arbejderboliger og kolonihaveforeningerne vidner om en årelang historie

Bydelen har flere prisvindende spisesteder

Et stærkt og rigt kulturliv med Karens Minde kulturhus og Sydhavnens teater

Landsbystemning da Sydhavnen er afskåret fra byen, og der er stærk lokal vibe, hvor alle kender og hilser på hinanden



METODER

INVOLVERING AF LOKALE AKTØRER

Vi har fået de erhvervsdrivendes perspektiver på, hvilke styrker og potentialer, de oplever, der er for bydelen set fra et erhvervsmæssigt synspunkt

Vi har også afholdt inddragelsesworkshops med erhvervsdrivende fra hver bydel

I interviews og inddragelsesworkshops har vi fået indsigt i:

- Hvordan de vil beskrive bydelens profil rent fysisk, immaterielt og socialt
- Hvilke fordele/ulemper de ser ved flere besøgende i bydelen
- Hvilken styrker og potentialer de ser fra et erhvervsmæssigt synspunkt
- Deres bud på de væsentligste pointer, som er værd at fremhæve i en kernefortælling om bydelen

ANBEFALINGER

- Positionér den nye del af Sydhavnen som et sted med pionerånd, moderne arkitektur og en unik livsstil på vandet
- Synliggør vandaktiviteter som en tur med havnebussen og havnebad og kajak
- Udvælg lokale restauranter og caféer som ligger ud til eller på vandet
- Vis at den gamle del af Sydhavnen emmer af autenticitet og arbejderhistorie – et klassisk København
- Fremhæv de lokale ildsjæle med hjerte, kampgejst og (politisk) engagement
- Vis evt. lokale gastroperler med ambitioner

HVEM ER DE BESØGENDE?

TRE OVERORDNEDE GÆSTEPROFILER

Det er forskelligt, hvad der motiverer turister til at besøge områder udenfor Indre by, hvorfor der kan være behov for at skræddersy indsatser til specifikke målgrupper. På baggrund af den kvalitative undersøgelser, er der ud fra turisternes adfærd og oplevelsespræferencer under deres besøg i Danmark, identificeret tre overordnede gæsteprofiler: Attraktionsjæger, Kultursøger og Eventyrer.

ATTRAKTIONS-JÆGEREN

KULTUR-SØGEREN

DEN SPONTANE EVENTYRER

Læs mere om gæsteprofilerne i udgivelsen “Minidestinationsudvikling - Gæsteprofiler”



> Jeg planlægger alt hjemmefra og undviger sjældent fra mine planer. Giv mig idéer til hvordan min dag vil se ud i jeres område gennem guidebøger eller turistvenlige hjemmesider. Vis det med billeder, så jeg kan forestille mig, hvad jeg kan opleve derude.
>
> *Attraktionsjægeren*



> Jeg bruger mange forskellige medier til at planlægge, både hjemmefra og på farten. Idéerne er typisk plantet hjemmefra, men jeg kan godt finde på at opsøge lokale rejsetips fx fra mit hotel eller de rejseblogs, jeg følger på Sociale Medier.
>
> *Kultursøgeren*



> Jeg bruger kortet på telefonen til at finde ting at opleve, eller kigger på skiltning i området. Jeg kan sagtens være spontan, så fang mig gerne med reklamer i bybilledet, på telefonen eller på mit hotel.
>
> *Den spontane eventyrer*





KERNEFORTÆLLING SYDHAVNEN

SYDHAVNEN rummer både nyt og unikt byliv ved vandet og autentiske arbejder-kvarterer

I Sydhavnen møder det nye og det gamle København hinanden i en kontrastfyldt bydel. Området omkring Tegl- og Sluse-holmen byder på moderne arkitektur forbundet af små broer og kanaler som i Amsterdam. Her er vandet en essentiel del af det lokale liv, og lokale såvel som besøgende tager havnebussen ind til centrum af København. På den anden side af Sydhavnsgade ligger det gamle Sydhavnen, hvis historie som arbejder-kvarter stadig skinner tydeligt igennem. Her finder man hyggelige butikker og spændende restauranter drevet af lokale ildsjæle, og værdierne er bedst opsum-meret i den lokale fodboldklubs kampråb: 'Kærlighed og Klassekamp'.

Styrker

PIONERÅND OG BYLIV PÅ VANDET

ARBEJDERHISTORIE OG ILDSJÆLE MED HJERTE



LIVET VED VANDET

Oplev den energiske pionerånd og livet ved vandet i det nyligt etablerede blå Sydhavnen

Positioner den nye del af Sydhavnen som et sted med pionerånd, moderne arkitektur og en unik livsstil på vandet. Vis f.eks. billeder af husbåde og kanaler mellem husene, kirken på vandet.

Synliggør vandaktiviteter som en tur med havnebussen og havnebad og kajak (som man som turist ville kunne deltage i).

Udvælg lokale restauranter og cafeer som ligger ud til eller på vandet





ARBEJDERHISTORIE OG ILDSJÆLE

Gå tilbage i tiden til arbejderbevægelsens begyndelse og mærk kampgejsten blandt lokale iværksættere

Vis at den gamle del af Sydhavnen emmer af autenticitet og arbejderhistorie – et klassisk København. Vis f.eks. det gamle arbejderkvarter omkring Borgbjergsvej og fortæl om gaderne opkaldt efter socialdemokrater.

Fremhæv de lokale ildsjæle med hjerte, kampgejst og (politisk) engagement, f.eks. indehaveren af Sydhavnens Vinbar – og at man får en personlig, kvalitetsbevidst betjening (møder ejerne, ikke store kæder)

Vis evt. lokale gastroperler med ambition

LOKALES TIPS TIL OPLEVELSER

- **Valbyparken** fordi det er et stort grønt naturområde
- **Vestre Kirkegård** til gå- og løbeture
- **Karens Minde Kulturhus** hvor der er plads til børn og voksne og i kort afstand til børnenes dyremark, hvor man kan se heste, køer, høns og kaniner
- **Sydhavnstippen** med vild natur, alpakaer og får
- **Havnebadet Sluseholmen** hvor der er afgrænsede bassiner til både børn og voksne
- **Havnebussen** der sejler fra indre by og direkte til den nye del af Sydhavnen

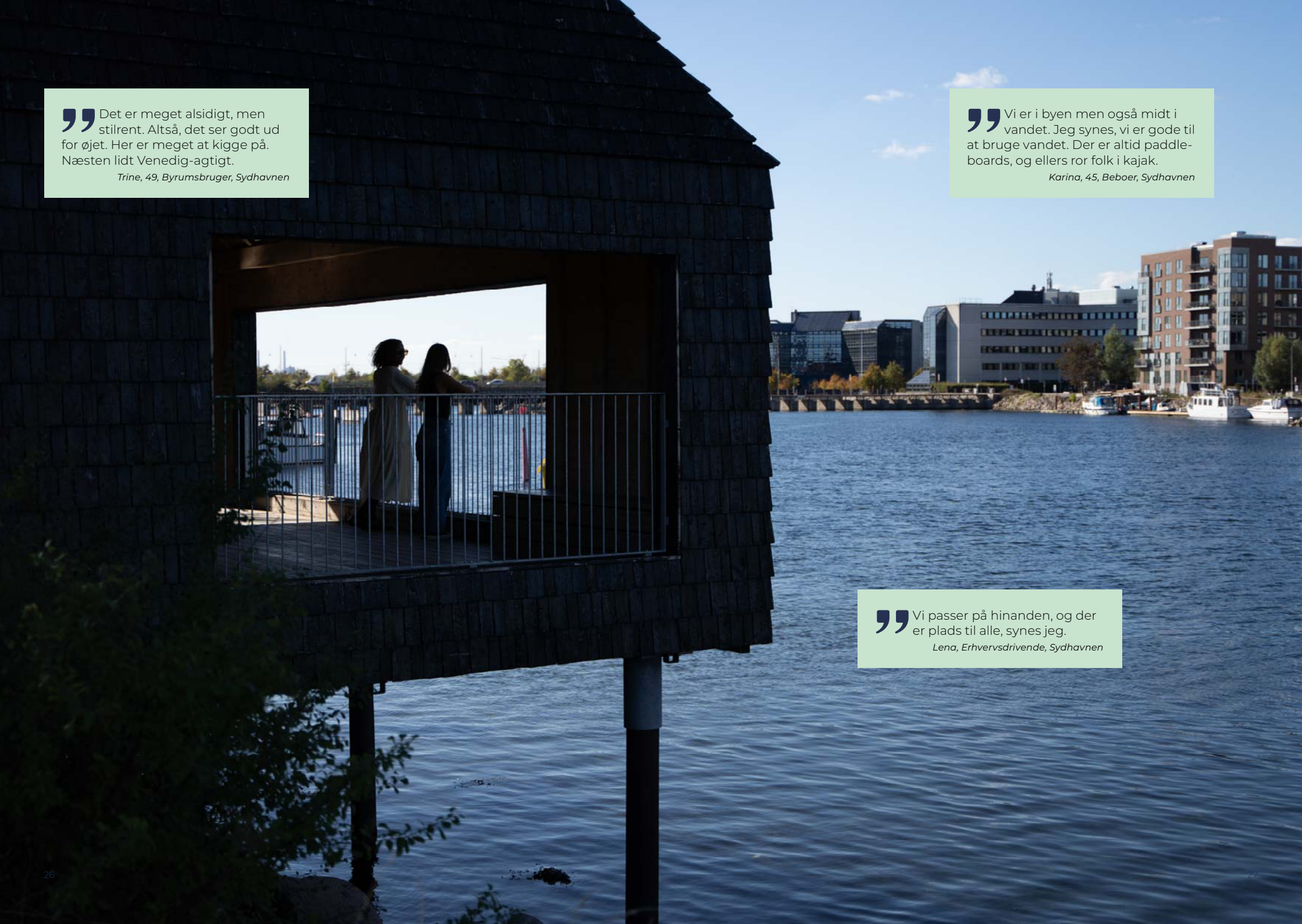












> Det er meget alsidigt, men stilrent. Altså, det ser godt ud for øjet. Her er meget at kigge på. Næsten lidt Venedig-agtigt.
>
> *Trine, 49, Byrumsbruger, Sydhavnen*

> Vi er i byen men også midt i vandet. Jeg synes, vi er gode til at bruge vandet. Der er altid paddle-boards, og ellers ror folk i kajak.
>
> *Karina, 45, Beboer, Sydhavnen*

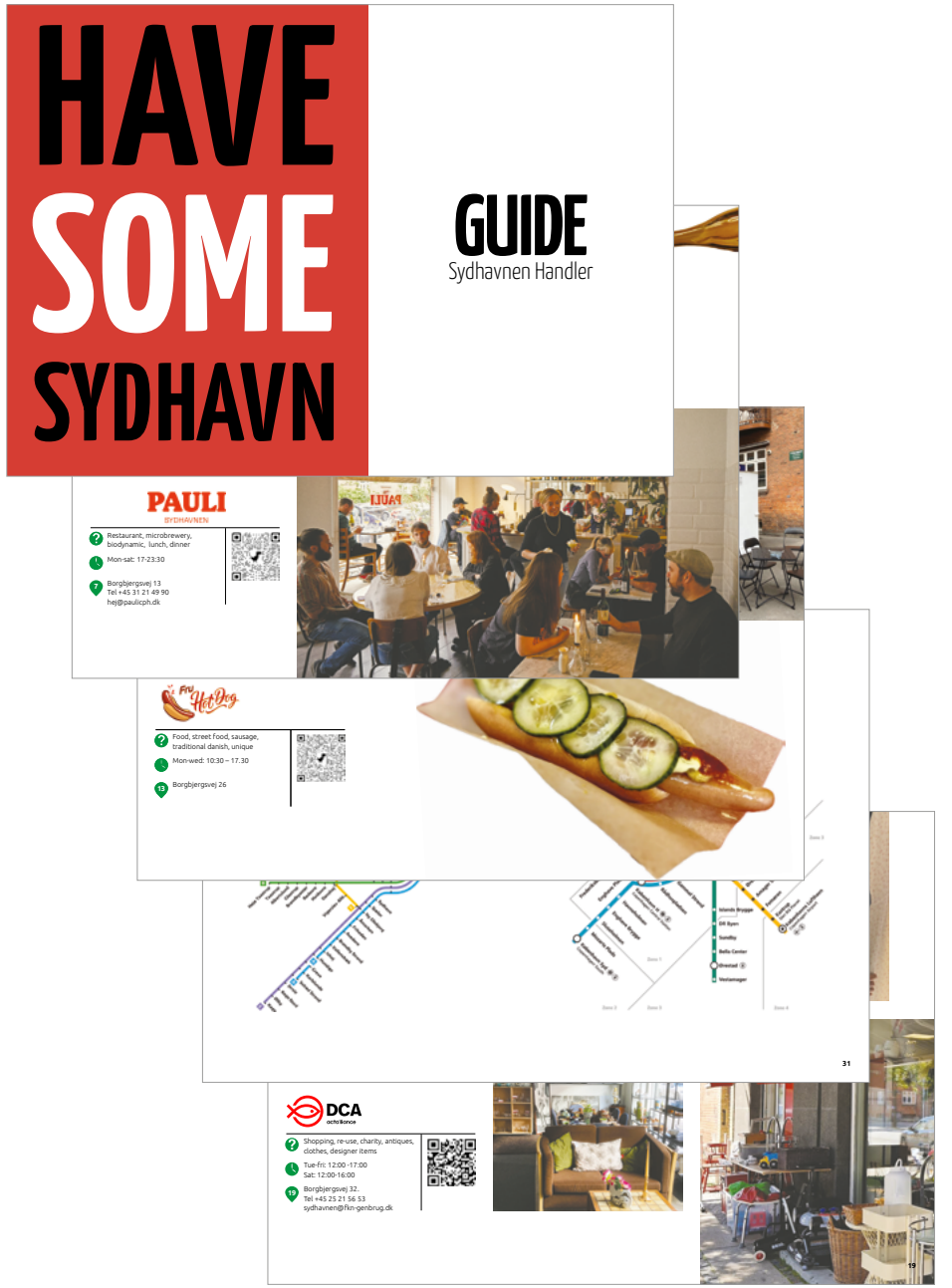
> Vi passer på hinanden, og der er plads til alle, synes jeg.
>
> *Lena, Erhvervsdrivende, Sydhavnen*

AKTIVERING & RESULTATER

Det stopper ikke her. Efter en proces med udvikling af kernefortælling med de lokale aktører - med blik for at skabe sammenhængende oplevelser og værdi for både lokale og besøgende – så er aktivering af denne kernefortælling i fokus. Formålet er at få mobiliserede de lokale aktører og derigennem få opstartet deres arbejde med at realisere kernefortællingen enkeltvis og i fællesskab. De lokale aktører skal i fællesskab koncept-udvikle og afvikle et greb, der realiserer kernefortællingen og på hvilken måde kan variere fra alt fra et julemarked til et oversigtskort eller andet, der bringer områdets aktører sammen og skaber overblik og en "reason-to-go" til området.

Som del af kontinuerlig aktivering af kernefortællingen kan der oplagt etableres en styregruppe og arbejdsgrupper, der løbende sikrer fremdrift og involverer de øvrige lokale aktører. På en måde kan der forsat udvikles og realiseres aktiviteter og værditilbud på tværs af aktører i området, så vi sikrer en vedvarende og lokalt forankret indsats.





IDÉKATALOG

OPSAMLING FRA WORKSHOPS MED LOKALE AKTØRER

HVORDAN KAN VI
AKTIVERE KERNFORTÆLLINGEN?

Styregruppe og undergrupper med fokus på tilbud for hhv beboere, beskæftigede og besøgende

Lokale foreninger:
Sydhavnens Erhvervsfremme Forening og Sydhavnen Handler

HVILKE AKTIVITETER/ SAMARBEJDER KAN LØFTE DESTINATIONEN?

- Fællesspisninger / Langbordsmiddag
- Lysfest / vinterbazar
- Vejfest
- Marked med keramik og kunsthåndværk
- Skattejagt, hvor man køber et klippe-kort og kan komme forbi forskellige butikker og caféer mv og få udleveret en ting
- En selfiespot
- En flyer
- Et kort over området
- En madfestival
- Markedsdag
- Open by night, hvor butikker holder åbent til sent
- Vandpolo i havnen




Jeg kan godt lide, at det ligger i København, men stadig er lidt som en lille landsby. Man hjælper hinanden heromkring.
Martin, 58, Beboer, Sydhavnen
wonderful copenhagen
Danish Board of Business Development