

September 2016

# FRA LOKAL PERLE TIL INTERNATIONAL KULTURBY

Forslag til stedsrejse for Dragør

Udarbejdet af Living Concepts v/ direktør Dorte Kiilerich og EHSB  
v/ direktør Eskild Hansen for Dragør Kommune

## Indhold

BAGGRUND .....	3
Potentialeplan i en kort og intens proces .....	4
GRUNDFORTÆLLING OG FORSLAG TIL RETNING .....	5
Dragørs essens, styrker og potentialer .....	6
FORSLAG TIL STEDSREJSE .....	7
Overblik – de tre store skridt på rejsen .....	8
Dragør som historisk sted .....	9
Liv og aktivitet i Dragør .....	10
En alliance for Dragør .....	11
Appendiks 1. Lokale ressourcepersoner .....	13
Appendiks 2. Kulturturister .....	14
Appendiks 3. Kommunikationsmæssigt ”løfte” .....	15

# BAGGRUND

## Potentialeplan i en kort og intens proces

Dette dokument er resultat af en analyse- og dialogproces gennemført for Dragør Kommune af konsulenterne Dorte Kiilerich og Eskild Hansen. Processen kulminerede i en samtale over to august-dage mellem 20 inviterede ressourcepersoner fra lokalsamfundet (se hele listen i appendiks 1), et panel af lokale beslutningstagere og konsulenterne. I panelet sad:

- Allan Holst, formand for By-, Erhvervs- og Planudvalget i Dragør Kommune
- Axel Bendtsen, formand for Dragør Turistråd
- Claus Rex, erhvervs- og turistchef i Dragør Kommune
- Eik Dahl Bidstrup, borgmester i Dragør Kommune
- Mette Jeppesen, direktør i Dragør Kommune
- Susanne Lindø, næstformand i Dragør Erhverv

Samtalen drejede sig om følgende spørgsmål: Hvad skal Dragør være kendt for i fremtiden? Hvordan skal vi styrke, rendyrke og raffinere Dragør? Hvad er de vigtigste skridt på vejen mod målet? Afsættet for samtalen var turisme/erhvervsliv og mulighederne for at styrke bosætning, turisme og vækst. Dette notat indeholder en sammenfatning af samtalens indhold og konklusioner. Ansvar for notatets indhold påhviler helt og udelt konsulenterne.

### ENESTÅENDE STEDER

Vi hjælper steder med at se deres potentiale for enestående attraktivitet og deres retning i et arbejde, der kan styrke, rendyrke og raffinere stedets magnetisme.



”Steder” er i vores forståelse konkrete, afgrænsede lokaliteter – fx et torv, en havn, en gade, en bykerne, en lysning i skoven eller et udflugtssted. Det er ikke en hel storby, en hel kommune, en hel egn eller et helt landskab.

”Attraktivitet”, som vi ser det, er forankret til og koncentreret på det givne sted. Den ligger i stedets fysik og fremtrædelse. Den følger de mennesker, der vælger stedet, lever der og besøger det. Den kommer også af måden, man taler om stedet og fra de billeder fra stedet, man viser.

”Enestående” indebærer, at stedet har noget særligt – for nogen (forskellige målgrupper) og/eller for noget (arv, atmosfære, identitet, agtværdighed eller lignende). Det kan være svært at sætte fingeren på det ”noget”, der gør et sted enestående. Men man er sjældent i tvivl, om det er der eller ej.

Udgangspunktet for vore arbejde er altid, at der **er** noget enestående og ekstraordinært ved stedet. Vi tror nemlig ikke på det konventionelle og ordinære.

*Metoden ENESTÅENDE STEDER er skabt i et samarbejde mellem konsulenterne Dorte Kiilerich (Living Concepts), Eskild Hansen (EHSB) og Søren Østergaard Sørensen (SORSOSO).*

# GRUNDFORTÆLLING OG FORSLAG TIL RETNING

## Dragørs essens, styrker og potentialer

Dragør er en havneby med en bykerne fra 1750-1850, der næsten står, som da den blev bygget. I Middelalderen var Dragør grundet sildefiskeriet en af Nordeuropas vigtigste handelsbyer. Senere levede byen især af skibsfart, lodseri og bjergning. Store Magleby er Danmarks største landsby og siden 1521 Hollænderby. Mod syd er Søvang indgang til ”den nye Dyrehave” – Naturpark Amager.

Der er tre historiske grundfortællinger: Handelsmarked, søfart og nederlandsk kultur (og dens fokus på bedre grøntsager), som formidles af Museum Amager, lokalarkivet, turistbureauet m.v.

Ift. indbyggertallet er der et stort udvalg af detailhandel, restauranter m.v. Detailhandlen er (målt på antal arbejdspladser) fastholdt på et højt niveau siden 2008; hotel og restaurant er vokset betydeligt og procentuelt hurtigere end i København.

Mange forskellige gæstetyper besøger Dragør. Der er mange naboer fra Amager, København og Sydsverige. Men der er også mange internationale gæster. Der kommer både familier med børn og voksne uden børn; både individuelle besøgende og grupper (krydstogter, busser, firmaer, familiefester o.a.).

## FORSLAG TIL RETNING

### KULTURBY MED INTERNATIONAL APPEL

Dragør er en perle ved Øresund til glæde for Dragørs borgere, naboerne på Amager, i København og i Sydsverige. Dragør er imidlertid også en kulturattraktion med et betydeligt uudnyttet internationalt potentiale. Vi anbefaler, at Dragør åbner op for at udnytte sit besøgs-potentiale og dermed skaber mere liv og bedre service for borgerne samt øget vækst i det lokale erhvervsliv.

I dag er kulturturister<sup>1</sup> blot én blandt mange segmenter af gæster i Dragør. Vi anbefaler, at Dragør målretter udvikling og kommunikation til kulturturismen – både den folkelige og den mere specialiserede. Andre gæster vil naturligvis fortsat være velkomne i Dragør, men for med størst mulig troværdighed og lokal opbakning at realisere stedets besøgs-potentiale, giver det mening, at tilbyde oplevelsesindhold til de gæster, som reelt værdsætter det mest unikke ved Dragør.

<sup>1</sup> Appendiks 2 indeholder en nærmere beskrivelse af målgruppen ”kulturturister”.

# FORSLAG TIL STEDSREJSE

## Overblik – de tre store skridt på rejsen

På rejsen frem mod en position som kulturby med international appel er der tre store skridt, som vi foreslår at Dragør tager:

- **Dragør som historisk sted:** Bevare og videreudvikle i samklang med de historiske byggede miljøer i Store Magleby og Dragør samt udvikle gode og tidssvarende fysiske rammer for liv og aktivitet i de historiske miljøer.
- **Liv og aktivitet i Dragør:** Iværksætte og drive aktiviteter og formidling, der inviterer, engagerer og begejstrer kulturturister fra nær og fjern på besøg i Dragør.
- **En alliance for Dragør:** Et styrket samarbejde mellem lokalbefolkning, erhvervsliv, kulturinstitutioner og kommunal forvaltning om at styrke livskvalitet, attraktivitet, synlighed og vækst.

Det er åbenlyst, at der allerede i dag gøres meget inden for de tre områder. Men der er behov for et markant løft på alle tre felter, hvis visionen om at flytte Dragør fra lokal perle til international kulturby skal lykkes. Eksempler på det konkrete indhold i de tre store skridt er vist i tabellen til højre. De følgende sider indeholder en yderligere uddybning.

### UDMØNTNING AF STEDSREJSEN

Store skridt	Hvad indebærer skridtet?	Hvem tager skridtet?
Dragør som historisk sted	Parkeringsregulering, skiltning, belysning og infrastruktur	Dragør Kommune
	Udvikling af Dragør Havn	Dragør Kommune og private virksomheder
	Ønske om etablering af lukket areal til arrangementer ved Dragør Museum	Museum Amager og Dragør Kommune
	Regulering af møblering, indretning, skiltning, udeservering, tilladelser m.v.	Dragør Kommune, spisesteder, butikker m.v.
	Europa Nostra og UNESCO Verdens arv processer	Lokal initiativgruppe og evt. Dragør Kommune
Liv og aktivitet i Dragør	Årshjul med aktiviteter i drift (julemarked, fastelavn, Sildens Dag, havnefest o.m.a.) og med nye aktiviteter under udvikling	Dragør Turistråd
	Nyt marked med lokale fødevarer	Lokale producenter og Dragør Kommune
	Flere og bedre guidede ture for både grupper og individuelle gæster	Dragør Turistråd
	Udvikle og drive kommunikation og salg - professionelt, kommercielt og internationalt	Dragør Turistråd, Dragør Erhverv, Museum Amager og eksterne partnere
En alliance for Dragør	Skabe og understøtte en uformel kreds af frontløbere, ressourcepersoner og ambassadører	Dragør Erhverv
	Museum Amager som "spilfordeler" i attraktionsudviklingsproces - ambitiøs forretningsudvikling, partnerskaber, kapitalisering m.v.	Museum Amager med bred lokal opbakning samt eksterne partnere
	Fortsætte og udvikle en række debatter, konferencer m.v., der engagerer bredt, sætter Dragør til diskussion og "holder sagen varm"	Dragør Borgerforening, Turistråd, Erhverv, Kommune m.v.



## Dragør som historisk sted

For at være attraktiv overfor danske og udenlandske kulturturisterne er det særlig vigtigt at bevare og videreudvikle Dragørs og Store Maglebys kulturarv knyttet til havnen og byerne. Det er autenticiteten, historien og traditionerne, der er kernen. Kontrasten mellem den stille by og den livlige havn. Kombineret med at man kan gå rundt, ankomme på cykel eller med båd til et landligt sted midt i storbyen.

Der er imidlertid oplevelser og aktiviteter i hele Dragør kommune, men de skal i højere grad vises frem ved hjælp af kort, brochurer, apps, cykel- og vandreture, guidede ture før de bliver let tilgængelige og nærværende for en udefrakommende gæst. Når de første opdages og opleves, er de skønne kultur- og naturbaserede oplevelser, som mange kulturturister gerne vil opleve, men epicentret hvorfra Dragørs største attraktionskraft går, er den gamle by, havnen og landsbyen Store Magleby. Der skal udvikles flere aktiviteter, der viser den levende kulturarv netop knyttet til havneområdet, hvor museet har sin tilstedeværelse i dag.

### KAN MAN DRIVE EN LEVENDE BY SOM EN BESØGSATTRAKTION?

---

Styringsmæssigt adskiller Dragør sig fra andre turistattraktioner fx Kulturhavnen i Helsingør (få store museer og kulturinstitutioner i samarbejde havnen og kommunen; ingen beboere) og Tivoli i København (en lukket have under én ledelse og med mange selvstændige erhvervsdrivende inde i haven; ingen beboere). Det er simpelthen mere kompliceret at udvikle og håndtere turismen i et åbent og levende bysamfund som Dragør, end det er i et lukket system som Tivoli eller i et professionelt kulturmiljø som Helsingør. Udfordringen er kort sagt, at vi gerne skal ses som en samlet attraktion udefra, samtidig med at vi er en levende by, hvor der ikke er én direktør, der bare beslutter, hvad der skal ske. Og styringen af udviklingen er helt afgørende, hvad erfaringerne med oplevelser og turisme i Dragør allerede viser. Der kommer nemt "fribyttere" til byen, som kun er ude på at tjene hurtige penge og som ikke bidrager positivt til helheden (det internationale marked i Dragør blev i samtalerne nævnt som eksempel). Og der er også eksempler på erhvervsdrivende, hvis indretning af facader, områder til udeservering m.v. kan medvirke til at reducere attraktiviteten i gæsternes oplevelse af stedet. Kommunen har naturligvis en række vigtige styringsopgaver, men kan ikke løse opgaven alene. Museet har en central rolle som "spilfordeler" i arbejdet med at udvikle og formidle Dragør ud fra et fagligt og professionelt kvalitetsgrundlag. Men borgere og erhvervsliv skal også engageres bredt i arbejdet med at bevare og videreudvikle Dragør som historisk sted.

## Liv og aktivitet i Dragør

”Vi skal se vore byer som levende museer” var et af de centrale budskaber fra samtalen. Og parallellerne er indlysende – fra Sønderho, Skagen og Jægersborggade (mest byer) til Christiansø, Andelslandsbyen Nyvang og Den Gamle By i Aarhus (mest museer). Dragør og Store Magleby skal naturligvis vedblive at være rigtige levende byer – de skal ikke være et frilandsmuseum. Men i samarbejde mellem museum, borgere og detailhandel, restauranter, overnatning m.v. kan der skabes levende og autentiske kulturbyoplevelser på internationalt niveau. Oplevelser som er værd at rejse efter. Aktivitetsprogrammet skal have tyngdepunkt i Dragør by og havn samt Store Magleby, men oplevelser og tilbud i resten af kommunen og andre steder på Amager skal også være en naturlig del af det oplevelsesunivers, som kulturturisterne får øje på.

Og der er mange flere, der skal få øje på Dragør! Der skal meget mere gang i kommunikationen bl.a. via de mange internationale journalister, der allerede besøger København. Der skal arbejdes meget mere sammen med de store attraktioner i København. Og der skal sælges meget mere aktivt og opsøgende til turoperatører, arrangører m.v.

### KULTURAKTIVITETER – DER STYRKER ATTRAKTIONSKRAFTEN

Med udgangspunkt i samtalerne vurderer vi, at følgende prioriterede eksempler på kulturaktiviteter vil bidrage til at styrke tiltrækningskraften overfor netop den målgruppe, som Dragør vil elske af få flere besøgende fra:

- Flere guidede ture knyttet til Dragørs hemmeligheder.
- Give museet et frirum af plads til aktiviteter foran museet.
- Sætte et fælles fokus på Dragørs lokalt producerede fødevarer og madtraditioner i forbindelse med events.
- Gøre de lokale fødevarer producenteres, kunstners, restauranternes, caféers og håndværkers produkter og ydelser let tilgængelige fx ved at etablere et ”havnemarked” som afsætningssted.
- Informativ skiltning og kort i såvel den digitale som virkelige verden.
- Lægge endnu mere vægt på at kommunikere indholdet omkring byens nuværende og kommende aktiviteter.
- Opbakning til planlægning og gennemførelse af events og begivenheder, der understøtter positionen som en international kulturby.
- Sikre den logstikmæssige og oplevelsesmæssige sammenhængskraften mellem by, havn og fortet.
- Vurdere muligheden for at gå aktivt ind i samarbejdet med Europa Nostra.
- Vurdere muligheden for at gå aktivt ind i ansøgningen om UNESCO Verdensarv.
- Deltag aktivt i Regional Madkultur Sjælland.
- Hold fast i og om muligt videreudvikle traditioner.

## En alliance for Dragør

Dragør er et stærkt lokalsamfund, der samler mange gode kræfter og alliancer. Hvis Dragør i fremtiden skal spille en ny rolle som international kulturattraktion og i højere grad invitere verden indenfor, så skal de lokale interesser og alliancen for Dragør være meget stærkere og fokuserede på at skabe vækst i og omkring det unikke bymiljø. Det er ikke et "must" for Dragør at skabe ny vækst, for det går jo godt og Dragør er blandt de mest eftertragtede forstæder. Men muligheden er der, hvis Dragør vil! Samtalerne har også vist, at ny besøgsdrevet vækst kun er velkommen, hvis den skabes på et højt kvalitetsniveau og med en høj grad af styring, så stedets kulturarv ikke sættes over styr. Her er Amager Museum<sup>2</sup> en nøgleaktør, men det kræver udvikling af museet, der blandt andet skal kunne investere og tjene penge i højere grad end hidtil. Derfor foreslår vi at ledende kræfter fra turistråd, erhvervsråd, kultur og forvaltning finder sammen i et stærkt teamwork om at drive udviklingen af Dragør som international kulturby.

---

<sup>2</sup> Amager Museum er statsanerkendt, har Dragør som geografisk ansvarsområde og afdelinger i Store Magleby og Dragør. Besøgstallet for alle museumsafdelingerne i Dragør Kommune varierede i 2009-2015 mellem 23.000 (i 2012) og 15.000 (i 2015). Der er et stort uudnyttet besøgspotential, som museet arbejder målrettet på at realisere.

### LØFT AF KOMPETENCER OG RESSOURCER

---

Der er mange gode aktører i Dragør og et fint samarbejde på kryds og tværs mellem borgere, erhvervsliv, kulturaktører, kommunen m.v. Hvis en ambition om at "rykke Dragør op i næste liga" som international kulturby skal lykkes, så er der imidlertid behov for at sætte en gruppe af ledende ressourcpersoner i spidsen for indsatsen. Ikke for at skabe en ny aktør, nye strukturer eller nyt bureaukrati. Men for at anerkende, at opgaven er stor og at der kræves et vist initiativ- og ledelsesrum for at sikre sammenhængskraften, hvis målet om øget, kvalitetsfokuseret attraktionskraft skal nås. Og med kommercielle partnere udefra fx Den Blå Planet, Naturpark Amager, incomingbureauer, bådoperatører, Øresundsbron o.a., er der mange professionelle aktører, der har interesse i den samme kulturbevidste målgruppe. Potentialet i at samarbejde endnu mere med Wonderful Copenhagen og VisitDenmark om tiltrækning af udenlandske gæster kan gearer Dragør Kommunes og Dragør Turistråds midler mange gange. Alliancens formål vil være at:

- 1) Holde fast i et udviklings og markedsføringsmæssigt fokus på målgruppen af danske og udenlandske kulturturister,
- 2) bidrage til at den ny- og videreudvikling, der sker med hensyn til aktiviteter, begivenheder og events understøtter de oplevelser, som kulturturisterne rejser efter og gerne betaler for,
- 3) sikre at produkt- og oplevelsesleverancerne samt måden aktiviteterne gennemføres på har et kvalitative udgangspunkt, der understøtter det i notatets kommunikationsmæssige løfte, som samfundet Dragør leverer til sine gæster.

## KONSEKVENSER VED EN FOKUSERET STEDSREJSE

---

Konsekvenserne af et tydeligt fokus på en attraktiv og relevant målgruppe af kulturturister gør Dragørs grundfortælling "Vores løfte" meget mere nærværende og aktuel for dem, der reelt efterspørger disse oplevelser og vil betale for dem. Dragørs styrke vil træde endnu tydeligere frem for denne målgruppe alene af den grund, at styrkerne er 100 % relevante for målgruppens behov. Konsekvenserne for Dragørs rolle og strategiske retning er, at det nu er muligt at op- og nedprioritere såvel aktiviteter, begivenheder, events, offentlige og private investeringer samt markedsføringsbudskaber og kanaler, så de er relevante for kulturturister, der værdsætter Dragør.

De vigtigste store skridt på vejen skal igangsættes og videreudvikles for at kunne realisere det potentiale, som ligger lige for og som med meget stor troværdighed vil kunne sikre Dragør en fremtid som et enestående sted, der selv har taget et ansvar for udviklingen af sit potentiale som en international kulturby.

God rejse!

# Appendiks 1. Lokale ressourcepersoner

I samtalerne i Dragør mødte konsulenterne og panelet:

- Annet Plambech, Dragør Turistbureau
- Charlotte Gravenhorst, Restaurant Beghuset
- Charlotte, Cafe Dragør Sejlklub
- Claus Ehlers, lokalhistorisk forening
- Danny Skaaning, Busk Is
- Gerald Dixon, Cottage Farm
- Hanne Bendtsen, Beboerforeningen for Dragør Gamle By
- Henning Sørensen, Dragør Lokalarkiv
- Lena Just Lund, Dragør Turistbureau
- Merete Nielsen, Dragør Røgeri
- Michael Pang-Larsen, Nams Kusine
- Mona Brøgger, Dragør Turistbureau
- Per Hansen, Dragør Turistbureau
- Philip Helgstrand, Dragør Strandhotel
- Rene Schvaner, Dragør Borgerforening
- Richard Barth, Dragør Borgerforening
- Svend Ole Rosenkilde, Pakhuset
- Søren Mentz, Museum Amager
- Tom Pedersen, Beboerforeningen for Dragør Gamle By
- Vibeke Ullitz, Dragør Turistbureau

## Appendiks 2. Kulturturister

Baseret på årligt tilbagevendende dybdegående interviews med et stort antal udenlandske turister i Danmark har VisitDenmark i 2014 udarbejdet analysen *"Kulturturister i Danmark"*. Analysen dokumenterer blandt andet:

- At kulturturisterne ikke kun interesseret i kulturinstitutioner, det handler i lige så høj grad om at skabe inddragende og helstøbte oplevelser, hvor stedets immaterielle kultur: Livsstil, atmosfære, kreativitet, traditioner, madkultur, håndværk og unikke fortællinger går op i en højere enhed med stedets fysiske rammer.
- Nogle kulturturister vil gerne lære Danmark og Danskerne bedre at kende. Andre vil gerne fordybe sig i et område af Danmark som fx Dragør.
- Kulturturisterne omfatter både kulturforbrugere, hvor kultur er én blandt mange forskellige interesser og kulturekspertes.
- 34 pct. af de danske og udenlandske turister i Danmark har kulturelle og historiske oplevelser som ét af deres motiver for at holde ferie i Danmark.
- Den typiske kulturturist tilhører det modne publikum; 64 pct. er fyldt mindst 46 år. 64 pct. er på ferie uden børn.
- Kulturturister er også motiveret af interessante byer; naturoplevelser; strand, kyst eller hav samt befolkningen.
- Foruden kulturaktiviteter bruger kulturturisterne korte gå- og cykelture, restaurationsbesøg, shopping, bybesøg og udflugter i naturen.

## Appendiks 3. Kommunikati- onsmæssigt ”løfte”

Overfor de kulturturister, som vi særligt værdsætter at få besøg af, anbefaler vi, at der afgives et fælles kommunikationsmæssigt løfte om hvad, der venter gæsterne, når de kommer på besøg. På den måde opstår der i forhold til levering af oplevelsesindholdet en gensidig forventningsafstemning mellem borgere og forretningsmæssige samarbejdspartnere og mellem offentlige og private aktører.

Med udgangspunkt i samtalerne bør flere af følgende elementer være bærende i sådan et løfte:

- Et levende sted (by og havn) med en autentisk og stærk historisk arv,
- et levende sted med en kulturarv af international betydning,
- et samfund med mennesker, der i aktive fællesskaber værner om fælles traditioner og livsglæde,
- et sted hvor borgere og gæster trives i tæt samspil med og respekt for de naturgivne præmisser og den menneskeskabte kulturelle arv, dens historier og traditioner,
- et sted som ikke har brug for at pynte sig med lånte fjer, men som forstår at pudse egne fjer og derfor fremstår kvalitetsbevidst,
- et sted som gerne viser sin dagligdag frem og gerne deler dens gøremål og med sine gæster, så det er muligt for enhver at mærke den hyggelige, fredelige og imødekomende puls hvad enten det er forårskådhed, sommersjov, efterårssysler eller juletravlhed.