

DEN DANSKE RIVIERA

HORN BÆK

HORN BÆK I VERDENSKLASSE

Potentialeplan for Hornbæk

BYGNINGS
ARV



MANTO

AB
SO
LUTLA
NDS
KAB

HORNBÆK I VERDENSKLASSE



Udarbejdet for VisitNordsjælland, 2013-2014.

Redaktion: Dansk Bygningsarv A/S, Manto, Absolut Landskab

Layout: Dansk Bygningsarv A/S



DEN EUROPÆISKE UNION
Den Europæiske Socialfond



DEN EUROPÆISKE UNION
Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid

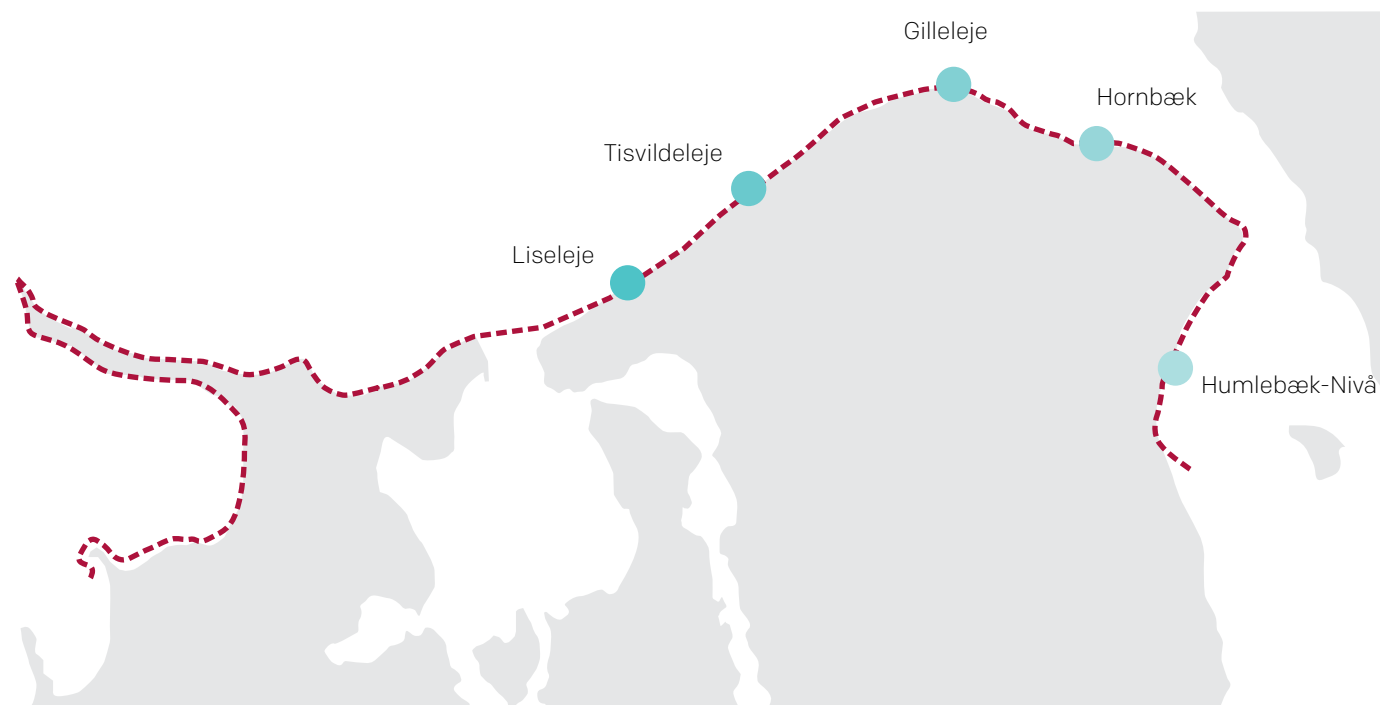
INDHOLD

INDLEDNING	S. 4
HORNBÆK I DAG	S. 8
VISION: HORNBÆK I VERDENSKLASSE	S. 10
IDENTITET & MÅLGRUPPER	S. 12
OPLEVELSER & AKTØRER	S. 16
BY & LANDSKAB	S. 20
INDSATSOMRÅDER	S. 26
DIN IDÉ	S. 31
OM POTENTIALEPLANEN	S. 32

FAKTA OM PROJEKTET DEN DANSKE RIVIERA

Formålet med projektet Den Danske Riviera er at styrke og udvikle turismen og gentænke den klassiske badeferie i danske kystbyer. Projektet er udviklet på initiativ af VisitNordsjælland i samarbejde med Humlebæk-Nivå, Hornbæk, Gilleleje, Tisvildeleje og Liseleje. Mere end 130 erhvervsdrivende og ildsjæle fra de fem byer har deltaget i projektet og har tilsammen lagt over 1.000 timer som medfinansiering i projektet. Fredensborg Kommune, Gribskov Kommune, Helsingør Kommune og Halsnæs Kommune har bidraget til projektet med opbakning, viden og ideer. Rådgivere fra Dansk Bygningsarv, Manto og Absolut Landskab har stået for kortlægning, analyse og udarbejdelse af de fem potentialeplaner.

Projektet er støttet af EU og er del af et samarbejde med VisitNordjylland, Kerteminde og Guldborgsund. Det samlede budget for de fire samarbejdspartnere er 36 mio. kr., heraf 22 mio. kr. i støtte fra EU. Projektet realiseres i perioden 2012-2014.



FORVENTNING TIL BESØG I HORN BÆK OG NORDSJÆLLAND

Hvilke af følgende kystferiebyer i Danmark (19 danske kystferiebyer listet) forventer du at besøge på et kortere eller længere privat ferieophold inden for de kommende fem år?

	Nordsjælland incl. Hornbæk	Heraf Hornbæk
Danmark	30%	5%
Norge	15%	3%
Sverige	35%	8%
Tyskland	11,1%	3%

Kilde: Udvikling af stedbundne turismekoncepter i danske kystbyer - Nulpunktsmåling Epion 2013

VELKOMMEN TIL HORN BÆK PÅ DEN DANSKE RIVIERA

Den Danske Riviera er en unik kyststrækning tæt på København. Rivieraen løber gennem smuk og varieret natur, stejle kyststrækninger og børnevenlige badestrande. Samtidig byder strækningen langs Den Danske Riviera på kulturhistoriske oplevelser, karakteristisk kulturarv, inspirerende gallerier og festivaler. Læg dertil en stor portion stolthed og værtskab, og der tegner sig billedet af en af Danmarks stærkeste kystdestinationer med store potentialer.

Denne potentialeplan handler om Hornbæks udvikling som international turistdestination på Den Danske Riviera. Planen er udviklet som del af et fælles projekt, der skal udvikle og markedsføre det særlige liv i badebyerne langs Den Danske Riviera, gentænke den klassiske badeferie, og udvikle stedbundne turistkoncepter i danske kystferiebyer. I projektet deltager også Tisvildeleje, Liseleje, Hornbæk og Humlebæk. Hver af de fem byer har sin helt egen karakter, sin egen duft, smag og atmosfære. Hver for sig rummer byerne

unikke kvaliteter og potentialer, som gør dem til en stærk destination. Det er kvaliteter, som skal udvikles i hver af de fem byer og i fællesskab for at skabe en international kystferiedestination.

For at sikre sammenhæng og synergi i udviklingen af Den Danske Riviera er der udarbejdet en potentialeplan for hver af de fem byer. Derudover er der skabt en fælles vision for, hvordan de fem byer skal arbejde med at styrke sammenhænge og samarbejde på tværs.

Visionen og de fem potentialeplaner henvender sig til alle, der arbejder med udvikling af Den Danske Riviera - turistaktører, erhvervsdrivende, kommunale planlæggere, lokale investorer og ildsjæle. Planerne kan bruges i finansieringsøjemed, være et væsentligt bidrag til kommunale planer og strategier og i forbindelse med projektudvikling og -forankring i de enkelte byer. De kan downloades på: www.visitNordsjaelland.com/badebyer

HVORFOR EN POTENTIALEPLAN FOR HORNBÆK?

Med en samlet omsætning på 34 mia. kr. og 68.500 direkte og afledte job i Danmark er kystturismen et betydningsfuldt forretningsområde i dansk turisme. Men den danske kystturisme er udfordret. De udenlandske turister kommer ikke som tidligere og konkurrencen fra feriedestinationer i udlandet bliver stadig hårdere. Samtidig stiller turisterne krav om højere kvalitet i både oplevelser, service og de fysiske rammer. Det har ramt de danske kystdestinationer hårdt med faldende besøgstal, lavere omsætning og tab af arbejdspladser til følge.

Heldigvis er Nordsjælland gået fri af denne landsdækkende tendens, og har igennem de senere år haft moderat stigende overnatningstal. De danske kystferiedestinationer rummer et stort potentiale, fordi grundproduktet rummer mange af de elementer, som internationale turister efterspørger: Smuk natur, gode strande, autentiske historier, kulturliv og mulighed for nære og lokale oplevelser.

KYSTTURISMENS VUGGE

De Nordsjællandske badebyer er historien om den danske kystturismes fødsel. Som bærere af vores fælles kulturarv, vidner de fem byer langs Den Danske Riviera om tidligere tiders værdier,

drømme, hverdagsliv og ferieliv. Det fysiske miljø: strandene, havnene, landskaberne og de gamle badehoteller trækker spor tilbage i den danske kulturhistorie, som det er beskrevet af Jørgen Hansen i kulturanalysen af danske kystbyer, "Den fælles fortælling". Det udgør en central ressource for turismeerhvervet. Den Danske Riviera har den autentiske atmosfære og identitet, som knytter sig til fortællingen om badeferiens begyndelse, samt unikke oplevelser og aktører, der levendegør det enkelte sted. Tilsammen danner det et stærkt fundament for, at kunne tiltrække flere, mere købestærke, internationale turister.

HVAD ER EN POTENTIALEPLAN?

En potentialeplan er et strategisk redskab til at skabe udvikling, der er baseret på det enkelte steds unikke stedsbundne kvaliteter. Potentialeplanen anviser en vision og en retning for en helhedsorienteret udvikling, der inddrager potentialerne i et steds historie og identitet, erhvervs- og foreningsliv og fysiske miljø.

Planen består af en vision, nogle overordnede principper og en række konkrete anbefalinger til udvikling af formidling, udbud og det fysiske miljø. Derudover indeholder den forslag til, hvilke tværgående indsatsområder



Næsten 70 procent af kystturisterne nævner naturoplevelser, strand, kyst og hav som motiver for at vælge Danmark som rejsemål.

/ 'Kystturisterne i Danmark', Videncenter for Kystturisme, 2013



og projekter, der særligt bør arbejdes med. Potentialeplanen henvender sig således både til lokale ildsjæle, erhvervsdrivende, investorer, kommunale planlæggere og andre, der gerne vil tage del i og bidrage til udvikling og formidling af Den Danske Riviera som international kystdestination.

Potentialeplanen er bygget op af fem afsnit: 1: Visionen, 2: Identitet & målgrupper, 3: Oplevelser & aktører, 4: By & landskab, 5: Indsatsområder & projekter.

ANTAL OVERNATNINGER 2010-2013 I LANDSDEL NORDSJÆLLAND FORDELT PÅ OVERNATNINGS- FORMER

	2010	2011	2012	2013
Hoteller og Feriecentre	511.168	550.682	571.080	594.193
Camping	506.998	486.489	464.570	427.214
Vandrerhjem	66.869	69.171	76.672	84.570
Lystbådehavne	53.017	48.619	53.714	64.003
Feriehuse	353.366	364.911	420.008	463.102
I alt	1.491.418	1.519.872	1.586.044	1.633.082

Kilde: Statistikbanken - Turisme - Danmarks Statistik 2013
Campingtal er baseret på estimat.

KYSTTURISMENS ØKONOMISKE BETYDNING FOR DANMARK & NORDSJÆLLAND

- / Kystturismens samlede omsætning i Danmark er 51,5 mia. kr.
- / Heraf står ferieturisterne for 39,3 mia. kr., mens godt 12 mia. kr. kommer fra møder, kurser og konferencer.
- / Udenlandske kystferiegæster skaber en omsætning i Danmark på 19,3 mia. kr.
- / Inkl. indirekte og afledte effekter skaber kystturismen 71.251 job i Danmark (årsværk).
- / Kystturismens værdi til samfundet løber op på 25 mia. kr. (værditilvækst), når de indirekte og afledte effekter tælles med.
- / Turisterne i Nordsjælland brugte i 2012 i alt 4,99 mia. kr. i området inkl. indtægter på endagsturister og foretog knap 1,3 mio. registrerede overnatninger.
- / Inklusiv afledte effekter skabte turismeforbruget knap 3,2 mia. kr. i værditilvækst, knap 2,4 mia. kr. i skatteindtægter og godt 6.200 jobs i regionen i 2010. Herved står turismen bag 5,4% af al værditilvækst og 5,8% af alle job i de syv kommuner.
- / Effekten af turismeforbrug er stor. Når regionen opnår en million kroner i ekstra turismeforbrug er effekten i gennemsnit inklusiv afledte effekter 1,32 job (årsværk), 670.000 kr. i værditilvækst og skatteindtægter på 500.000 kr.

Kilde: VisitDenmark, turismeregnskabet 2011 (2013) og Turismens økonomiske betydning i Kongernes Nordsjælland 2013.

HORNÆK I DAG

Hornbæk er allerede i dag et fantastisk sted på Den Danske Riviera. I Hornbæk er der strand, havn, by og natur. Her er eksklusive sommerhuse og badeliv. Her er ressourcer og skabertrang, samarbejde og udsyn. Hornbæk er byen, som tidligere tiltrak store kunstnere, før de tog videre til Skagen. I dag er byen trækplaster for udlandsdanskerne og turister i store biler og dyre både. Hornbæk har alle muligheder for at åbne den klassiske danske badeby op mod omverdenen, de nyeste tendenser og de globale markeder.

TURISMEN I HORNÆK

- / **Overnatning:** Hornbæk har tre hoteller, to sommerhusudlejningssteder, en række B & B og DCU Camping.
- / **Restauranter:** Der er et varieret udbud af restauranter i mellemklassen, men få spisesteder i den eksklusive, internationale klasse.
- / **Oplevelser:** Hornbæk tilbyder en bred palette af oplevelser inden for sport og aktivitet, kunst og kultur, shopping og velvære.
- / **Turisternes kendskab:** Hornbæk er den tiende mest kendte danske badeby blandt danskere. Blandt svenskere og nordmænd er kendskabet endnu højere. Her kommer Hornbæk på en 6. og 3. plads, som den by flest har hørt om tidligere. Hornbæk har altså et højt kendskab på nærmarkederne, Norge og Sverige.

UDLANDSDANSKERENS EKSIL

Hornbæk er velkendt på nærmarkederne Norge og Sverige og har en stemning og atmosfære, der tiltrækker markante og ressourcestærke personligheder. Det er her udlandsdanskeren vender hjem for at holde ferie med familien. Hornbæk har ingredienserne til den gode kystferie: Eksklusive sommerhuse, levende lystbådehavn, hvid sandstrand, autentisk lokalmiljø og handelsgade.

FRA FISKERBY TIL BADEBY

Hornbæk er opstået som et mindre fiskersamfund omkring havnen, og har senere udviklet sig til badeby med aktiv lystbådehavn, handelsliv og sommerhuse og ferieboliger langs kysten på begge sider af byen. Byen er omgivet af natur og ligger mellem sø, strand og plantage, og orienterer sig ud mod kysten. Det er både en helårs- og sommerby med smalle, hyggelige gader omkring kirken, og den åbne Stejleplads i byens hjerte. Ved havnen står den markante bygning, som tidligere rummede byens badehotel.

ENGAGERET OG GÆSTFRI HELÅRSBY

I Hornbæk er der beboere, foreninger og erhvervsdrivende, som alle er dybt engagerede i byens udvikling, og som i høj grad ser turisme som en naturlig del af byens identitet. Der er et velorganiseret samarbejde om at få events og oplevelser op at stå – både for beboere og turister. Her er rart at være, og man føler sig velkommen, også selvom man ikke er vokset op i byen. Det mærker både landliggerne og turister.



VISION

HORNBÆK I VERDENSKLASSE

Hornbæk skal realisere sit internationale potentiale og blive de købestærke turisternes foretrukne badeby på Den Danske Riviera. Hornbæk skal tilbyde den bedste kvalitet, de mest eksklusive oplevelser og de smukkeste omgivelser. Byen skal åbne sig op for de nyeste og internationale tendenser, der skal skrues op for volumen og spilles på alle tangenter: I Hornbæk finder du det aktive liv, de eksklusive oplevelser og velvære i autentiske omgivelser. Her kan du forvente luksus i verdensklasse. Her lever du livet!



HORN BÆK I VERDENSKLASSE

'Hornbæk i verdensklasse' er visionen for Hornbæks fremtidige udvikling. Visionen er baseret på kortlægning og vurdering af Hornbæks kvaliteter og inddragelse af byens aktører. Her er visionen beskrevet i en række overordnede principper og anbefalinger. På de næste sider uddybes Hornbæks potentialer og udfordringer, og der gives konkrete ideer til, hvordan Hornbæk kan udvikle sig til en badeby i verdensklasse.

For at realisere sine potentialer, skal Hornbæk styrke og formidle sin profil i forhold de ressourcestærke og internationale turister og med fokus på sport, aktivitet, familieliv, velvære, kunst og kultur. Historien og det lokale særpræg skal stå klarere frem, og byen skal tilbyde

tematiserede helhedsoplevelser på tværs af turismens værdikæder. Strand, havn og natur skal i endnu højere grad bruges som ramme om sportslige og kulturelle oplevelser, og kvaliteten af overnatning, spisesteder og byens fysiske rammer skal have et løft.

PRINCIPPER FOR HORN BÆK I VERDENSKLASSE

TÆNK EKSKLUSIVT

**DYRK DET
INTERNATIONALE**

**STYRK DET AKTIVE
OG SUNDE LIV**

**FORMIDL HISTORIEN,
KULTUREN OG DET
LOKALE SÆRPRÆG**

ANBEFALINGER

IDENTITET & MÅLGRUPPER

- / Dyrk nærheden til København og de internationale markeder
- / Formidl det kulturelle Hornbæk
- / Formidl det aktive Hornbæk
- / Formidl Hornbæk som familiedestination

OPLEVELSER & AKTØRER

- / Øg kvalitet og udbud på overnatninger
- / Skab oplevelser for børn og aktiviteter og aftenliv for unge
- / Dyrk udsøgt gastronomi
- / Sats på afslapning og velvære
- / Tilbyd kunst og kultur i international liga
- / Styrk samarbejde og udbud af sports-events

BY & LANDSKAB

- / Opgrader havnen og forstærk havnens sammenhæng med byen og det tidligere badehotel
- / Styrk mødet mellem by og strand langs Øresundsvej
- / Skab attraktive uderum af høj kvalitet med udgangspunkt i byens skala og karakter
- / Skab bedre adgangsforhold og ruter i landskabet, som formidler og iscenesætter Hornbæks åbenlyse naturkvaliteter



Det hvide hus ved stranden var opholdssted for flere kunstnere i slutningen af 1800-tallet. Det var i tiden før Hornbæk blev for populær, og malerne søgte videre til Skagen. I dag er huset til salg for et to-cifret millionbeløb.

“

Hornbæk ER natur! Og Hornbæk er familie. Jeg synes, der er en masse rammer for aktive familier, der gerne vil bruge naturen.

/ Borger, Hornbæk

“

IDENTITET & MÅLGRUPPER

Hornbæk er tæt på København. Her er sejlerliv, badeliv, aktivitet og udeliv ved stranden, på havet og i havnen. Her mærker du kroppen og vejret, og bader sommer og vinter. Her trak fortidens store kunstnere sig tilbage for at male. Her er sportsvogne, flotte sejlskibe og stiletter. Her vender udlandsdanskere hjem for at holde ferie med familien. Det er de fortællinger, der gør Hornbæk attraktiv for familien, eventyreren og kulturturisten – også de internationale af slagsen.

Modellen til højre viser fire målgruppetyper, som er typiske for Den Danske Riviera. Turisttyperne har forskellige værdier, går efter forskellige overnatningsformer og oplevelser, og deres døgnforbrug varierer. De fire turisttyper er udviklet med afsæt i de fem badebyer langs Den Danske Riviera: Humlebæk-Nivå, Hornbæk, Gilleleje, Tisvildeleje og Liseleje. Hornbæk vurderes at have særligt stort potentiale for at tiltrække tre typer: Kulturturisten, Eventyrturisten og Familieturisten.

	MOTIV	OVERNATNING	FORBRUG	VÆRDIER
KULTURTURISTEN	Det gode liv	Slot, kro & badehotel	Højt	Efterspørger kultur, museer og historiske seværdigheder og vil gerne betale for den autentiske oplevelse.
EVENTYRTURISTEN	Det spændende liv	Hotel & natur-camp	Højt	Efterspørger natur, action og wellness, og betaler gerne for særlige oplevelser, som styrker krop og sjæl.
NATURTURISTEN	Det enkle, naturlige liv	Afsondret & i naturen	Lavt /middelt	Efterspørger ægte oplevelser i uspoleret natur og interesserer sig for bæredygtighed og lokal kulturhistorie.
HYGGETURISTEN	Underholdning & samvær	Campingplads, kroer & sommerhus	Lavt /middelt	Efterspørger stemningsfulde rammer om samvær, og deltager gerne i folkelige arrangementer.
FAMILIETURISTEN	Samvær, leg & læring	Campingplads & sommerhus	Lavt	Efterspørger sjove oplevelser og aktiviteter, der kan samle generationerne og facilitere samvær i familien.

DET INTERNATIONALE HORNBÆK

Store og eksklusive sommerhuse er et af Hornbæks kendetegn og styrker. Byen er både mentalt og fysisk tæt på København, ligger 'lige lidt oppe ad kysten', og både nordmænd og svenskere kender Hornbæk ganske godt. Turisten kan besøge attraktioner i de omkringliggende byer eller i København og vende hjem til sommerhuset i Hornbæk for at slappe af. Det er en unik position og et potentiale, som Hornbæk kan udnytte aktivt til at tiltrække internationale turister og udenlandsdanskere.

>>

IDÉER: Dyrk Hornbæks eksklusive image og tiltrækningskraft på udenlandsdanskere og de internationale turister /Lav en kampagne for Hornbæk i Københavns Lufthavn. /Udbyd oplevelsespakker til Hornbæk for gæster på Københavns eksklusive hoteller. /Indled samarbejde med internationale rejsebureauer. /Kobl Hornbæk på Air B&B. /Arranger shuttlebus til Hornbæk fra lufthavn og hoteller i København.



MÅLGRUPPER SOM HORNBÆK BØR SATSE PÅ

- / **Kulturturisten**, som tiltrækkes af det gode liv herunder kultur, velvære og gastronomi.
- / **Eventyrturisten**, som godt kan lide det aktive liv og gerne vil lægge nogle turistkroner for at leje en kajak eller deltage i et løb.
- / **Familieturisten**, som efterspørger ro, natur og nogle gode rammer for familieferien.

DET KULTURELLE HORN BÆK

Kulturturisten tiltrækkes af den historiske og autentiske oplevelse. Hornbæk har ikke en enkeltstående stor historisk attraktion eller oplevelse til kulturturisten, men Hornbæk har fiskerihistorien, den kunstneriske atmosfære og en række mindre oplevelser, der tilsammen udgør et trækplaster. Kulturturisten tiltrækkes af Hornbæks unikke historie som gammel kunstnerkoloni. Her kan du følge i kunstnerens fodspor og opleve arbejdende kunstnerværksteder og gallerier og få historierne: Hvor malede de, hvor spiste de og hvor i byen diskuterede Hornbæks kunstnerelite? Lokale beboere giver gerne en anekdote med på vejen og viser turisterne vej til Drachmanns hus eller Rudolph Tegnernes Museum og skulpturpark. Samtidig er kulturturisten ikke bange for at bruge penge og han vil gerne have en velværeoplevelse med i købet og afslutte dagen med en gourmetrestaurantoplevelse. Hornbæk kan tiltrække flere kulturturister ved at formidle og markedsføre samlede fortællinger om det kulturelle Hornbæk. Formidlingen skal tænkes ud over det lokale og gå ad de kanaler, hvor kulturturisterne ofte orienterer sig som fx kunstforeninger eller landsdækkende nationale aviser.

>>

IDÉER: Formidl det kulturelle Hornbæk / Skab totaloplevelser, hvor mindre attraktioner og oplevelser kædes sammen i en samlet fortælling. / Tilbyd en dag i Tegnernes liv afsluttet med solnedgangs-sejltur og gourmetmiddag.

DET AKTIVE HORN BÆK

Eventyrturisten tiltrækkes af Hornbæks natur og aktiviteter, hvor krop og sind udfordres. De lokales handlekraft er alfa omega i forhold til at skabe nogle oplevelser, der tiltrækker eventyrturisten. Uge 31 i Hornbæk (se side 28) er et godt eksempel på en aktivitet, der tiltrækker den aktive og eventyrlystne målgruppe. Det bør formidles bredere ud, sådan at Uge 31 i Hornbæk udvikles til en regional og national event, der tiltrækker et bredt opland af turister. Eventyrturisten tiltrækkes af fysiske aktiviteter, gerne særlige aktiviteter og gerne muligheden for flere aktiviteter på samme tid. Eventyrturisten skal altså tiltrækkes i forbindelse med en længere perlerække af aktiviteter og gerne i højsæsonen, hvor der sker noget som fx Uge 31 i Hornbæk. Hornbæk kan tiltrække flere eventyrturister ved at indgå strategiske samarbejder med nationale og internationale aktører som fx DGI byen, friluftsland og større internationale sportsforeninger og -forretninger med henblik på at udvikle og sammen formidle tilbud om aktiv ferie.

>>

IDÉER: Formidl det aktive Hornbæk / Lav tematiserede tilbud, der tiltaler forskellige grupper af eventyrlystne turister, fx 'vandsportsferie', 'sejlklar på en uge' eller et program i stil med Oure surflinje. / Opbyg strategiske samarbejder med operatører og bureauer i regionen og internationalt.

FAMILIENS HORN BÆK

Familien er velkommen i Hornbæk. Her er natur, luft og masser af plads. Der er plads til at være sammen, men der er også plads til at være hver for sig. Og der er en bred palette af oplevelser tilpasset forskellige målgrupper og behov. Hornbæk har strandlegepladsen til de små, velværeoplevelser til mor og aktive sportsoplevelser til far og hele familien. I Hornbæk er der både ro og plads til 'bare at være', og der er samtidig mulighed for at deltage i en masse specialiserede tilbud og oplevelser. Det gør Hornbæk attraktiv som familiedestination. Hornbæk har rammerne for den perfekte familieferie, og det skal kommunikeres. Det kan gøres ved at få engageret overnatningsstederne, herunder særligt sommerhusudlejningsbureauerne og campingpladsen, som skal klædes bedre på til at formidle og kommunikere Hornbæks mange aktiviteter og oplevelser til børnefamilierne. Der skal skabes stærke strategiske samarbejder på tværs af turismens værdikæde: Overnatning, spisning, transport, oplevelser og værtskab.

>>

IDÉER: Formidl Hornbæk som familiedestination / Skab sammenhæng mellem de mange oplevelser og skab strategiske samarbejder på tværs af turismens værdikæder. / Tænk Hornbæk som et sammenhængende familieresort og tilbyd pakkeløsninger og all-inclusive. / Få et vandrerhjem eller en højskole til Hornbæk.



Strandkiosken i Hornbæk har stort potentiale til at blive ankomstportal og servicespot for strandgæster.

“

Jeg har indtryk af, at borgerne ligefrem venter på turisterne. Det er Danmarks flinkeste by.

/ Borger, Hornbæk

“

OPLEVELSER & AKTØRER

Den aktive brug af naturen, et stort lokalt engagement, iværksætterånd og åbenhed er Hornbæks væsentligste styrker, når det handler om at skabe oplevelser for turister. Hvis Hornbæk for alvor skal realisere sit potentiale, skal byens turistakører øge kvalitet og udbud, og styrke de internationale bånd. Hornbæk skal udbyde eksklusive oplevelser i international liga med fokus på sport, velvære og nydelse og med afsæt i de lokale stedbundne kvaliteter.

STYRKER

- / Eksklusivt sommerhusområde
- / Stort kendskab på nærmarkederne Norge og Sverige
- / Aktiv brug af kysten og naturen
- / Ideer, engagement og iværksætterånd
- / Udsyn og åbenhed
- / Eksklusive butikker og kurbad
- / Kunstnermiljø og historie
- / Hvid bred sandstrand med klitter

SVAGHEDER

- / Middelmådig kvalitet i service og udbud
- / Alt er på dansk - intet internationalt samarbejde
- / Ingen barer/spillesteder - mangler aftenliv og aktiviteter for unge og oplevelser for børn
- / Mangler koordinering af erhvervsliv og turisme

KVALITET OG EFTERSPØRGSEL

Hornbæk appellerer til eventyrturisten og kulturturisten, der gerne betaler for den unikke oplevelse, velvære og god mad. Der er med andre ord et godt grundlag for at tjene penge på turisme i Hornbæk. Det stiller krav til udbud og kvalitet, da det er et segment med høje forventninger. En af Hornbæks udfordringer er, at byen ikke imødekommer det købestærke segments efterspørgsel efter kvalitet, autenticitet og god service, når de spiser, shopper og oplever. Især i havnen er der et ringe udbud, der ikke svarer til efterspørgslen. Hver sommer ligger 5-10 millioner kroner dyre både til, og events på havnen trækker mange mennesker fra luksussommerhusene og oplandet. Men hverken butikker eller restauranter er i samme klasse som de både, der lægger til og de biler, der parkerer. Og der mangler aftenliv og tilbud til de mange unge, der hver sommer ferierer og fester i byen. Generelt mangler Hornbæk restauranter, cafeer, butikker og overnatningsmuligheder af højere kvalitet. Der er et stort potentiale i at øge kvaliteten, dyrke det eksklusive og skabe oplevelser med international højde.

>>

IDÉER: Øg kvaliteten og udbuddet / Skab et gastronomisk fyrtårn på havnen og tiltræk en stjernekok. / Arranger pop up butikker på havnen i højsæsonen med fx. lækker kaffe, raw food og kunsthåndværk i høj nordisk kvalitet. / Tænk på de unge, skru op for aften- og nattelivet i sommermånederne. / Stræb efter at få en restaurant og et hotel i international liga.

KULTUR OG VÆRTSKAB

En anden af Hornbæks styrker er det lokale værtskab. Borgerne i Hornbæk er stolte af deres by, og de vil gerne byde turisterne velkommen. Der er stor opbakning til at lave aktiviteter og udbud netop for turisterne, og der er en åbenhed og et værtskab, som ikke findes alle steder. Det er et vigtigt potentiale, hvis Hornbæk skal tiltrække især eventyrturisten, som er på jagt efter de unikke, lokale og autentiske oplevelser, hvor han føler, at han er kommet ind under huden på det sted, han har besøgt. Det lokale særpræg og Hornbæks historie som gammel kunstnerkoloni er et stort potentiale i forhold til kulturturisten. Samtidig er gourmet og kunst vigtige elementer i forhold til at tiltrække turister uden for højsæsonen. Men der skal skrues op for kvaliteten og det internationale perspektiv. Hornbæk har kunderne, men mangler stjernekokken og kunstkuratøren.

>>

IDÉER: Skab eksklusive oplevelser med afsæt i Hornbæks kvaliteter / Arranger events og masterclasses med internationale sportsstjerner. / Arranger høstfest og lad udenlandske stjernekokke gå på opdagelse i egnens bedste råvarer. / Arranger en international kunstfestival. / Stræb efter at få internationale events inden for sport, gastronomi og kunst til byen.

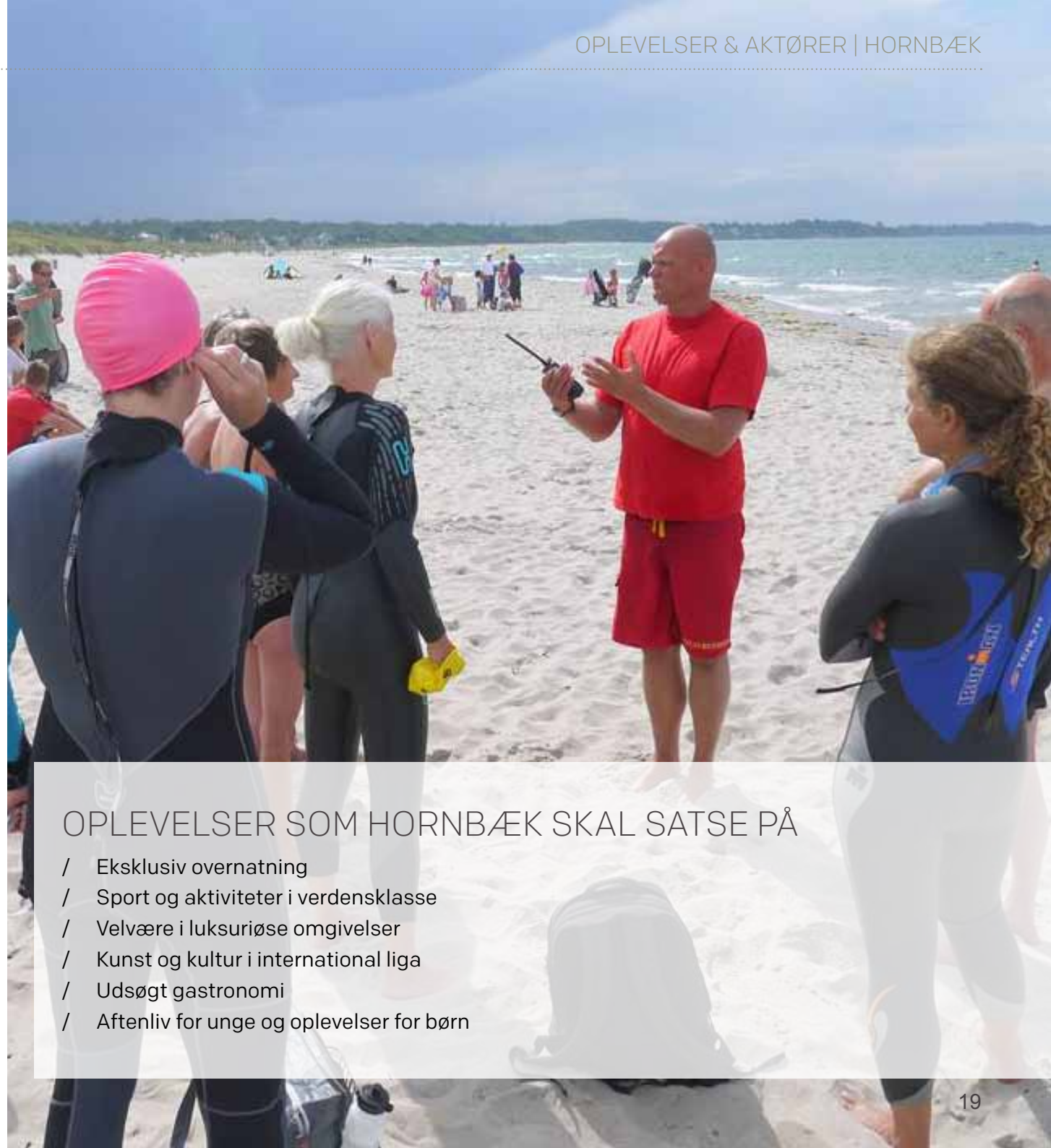
ENGAGEMENT OG SAMARBEJDE

Hornbæk adskiller sig fra de andre byer langs rivieraen med en udtalt og aktiv brug af naturen og kysten. Erhvervsdrivende i Hornbæk er gode til at få ideer og til at føre projekter ud i livet. Der er en forståelse for, at naturen er et trækplaster, der kan tjenes penge på og en åbenhed over for at hægte sig op på eksisterende tilbud. Legepladsen på havnen er blevet til på privat initiativ og driftes af lokale. Der er åbnet et nyt spa- og wellnesscenter, og en ny badeanstalt for sommer- og vinterbadere. Uge 31 i Hornbæk, der blev afholdt for første gang i 2013, er et eksempel på, at turistforeningen og -aktører i Hornbæk er gode til at arbejde sammen om at skabe oplevelser for turisten. Ideerne er mange, viljen stor og udbuddet af oplevelser er mangfoldigt. Men udbud og service i byen varierer for meget i kvalitet. I Hornbæk er der et stort potentiale i at skabe bedre koordinering mellem de mange gode kræfter i erhvervsliv og foreninger, skabe store sportsevents og koble byen op på internationale samarbejdspartnere.

>>

IDÉER: Saml kræfterne, styrk udbuddet af sportsaktiviteter og dyrk internationale netværk / Byg videre på samarbejdet omkring Uge 31 i Hornbæk, og lav en international koordinationsgruppe, der kan skabe store sportsevents. / Styrk samarbejdet i byen, koordiner detailhandelen med turismen. / Skab samarbejder med andre byer langs rivieraen, København og internationale samarbejdspartnere.

Uge 31 i Hornbæk er et godt eksempel på, at viljen og kræfterne til at lave aktiviteter og events er til stede. Se side 26.



OPLEVELSER SOM HORN BÆK SKAL SATSE PÅ

- / Eksklusiv overnatning
- / Sport og aktiviteter i verdensklasse
- / Velvære i luksuriøse omgivelser
- / Kunst og kultur i international liga
- / Udsøgt gastronomi
- / Aftenliv for unge og oplevelser for børn



- 1/ Landsbyen med kirke og huse tæt sammen
- 2/ Hornbæk strand
- 3/ Hovedgaden, Ndr. Strandvej



BY & LANDSKAB



Hornbæk ligger ved kysten omgivet af smuk natur, der inviterer til bevægelse og afslapning ved strand, sø eller plantage. Hornbæk by ligger i læ af klitterne lidt tilbagetrukket fra havnen. Fra havnen og de brede sandstrande er der lange kig til det åbne hav og den svenske kyst. Der er mange kvaliteter i Hornbæks fysiske miljø, men generelt er byens inventar og belægnings nedslidte. Der er store potentialer i de fysiske rammer, som kan udfoldes ved at genaktivere og forbedre de nedslidte og forladte steder, øge kvaliteten og styrke forbindelser i byen og landskabet.



Man kunne lave nogle skilte, der var ensartede og æstetisk pæne, som viste vej til cykelsti, strandlegeplads og ishus. Strandpromenaden kunne lyses op, så der også var pænt om vinteren. Man kan lave det rigtig smukt.

/Borger, Hornbæk



BYRUM & FORBINDELSER

Hornbæk er en sammensat by med vekslende liv afhængigt af sæson og vejr. Byen består af en ældre landsby omkring kirken med mindre huse og smalle gader. Midt i byen er Stejlepladsen, som en åben plads i byens hjerte, der fungerer som parkerings- og markedsplads. Vest for Stejlepladsen og A.R. Friisvej ligger større sommerhusgrunde udstykket i et kvadratisk mønster. På Nordre Strandvej har byen karakter af handeleggade med belagte arealer, byinventar og butikker. Fra søen i syd til havet mod nord snor åen sig gennem byen, som et markant landskabeligt træk, der kunne få en meget større rekreativ og rumlig betydning for Hornbæk. Biltrafik, parkering og bløde trafikanter er en udfordring i Hornbæk, når turisterne valfarter til byen på varme sommerdage. Oplevelsen af Hornbæk kan styrkes ved at gentænke gader, pladser og passager, så bevægelsen fra Nordre Strandvej til kysten bliver bedre og byens baggårde bliver en del af oplevelsen. Samtidig er der potentialer i at forskønne og forbedre byens små pladser og hjørner for at skabe attraktive byrum, som i højere grad tilgodeser gående og cyklende, som færdes i byen både sommer og vinter.

>>

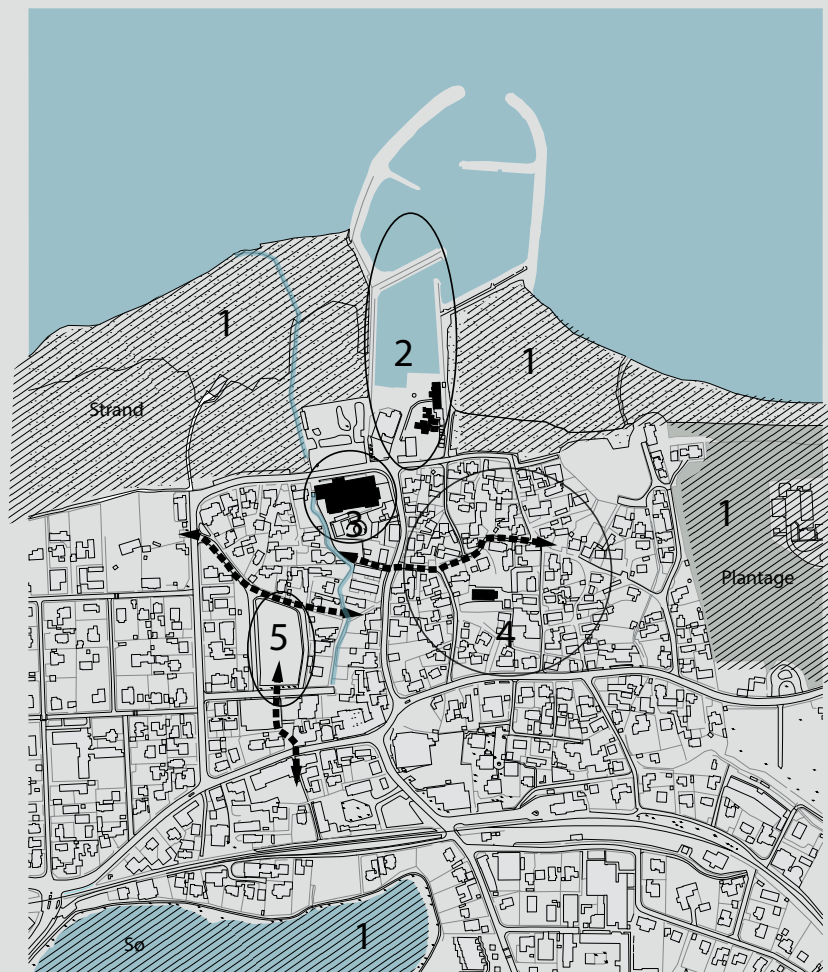
IDÉER: Skab attraktive uderum af høj kvalitet, der tager udgangspunkt i byens skala og karakter / Skab forbindelser mellem sø, by og kyst. / Integrer byens trafik og parkeringsudfordringer i en samlet plan for byens rum, gader og passager, så der også sikres adgang til strand og havn for gående og cyklende.

TIL HØJRE: "Det fedtede hjørne", der har sit navn efter en grillbar, som engang lå her.



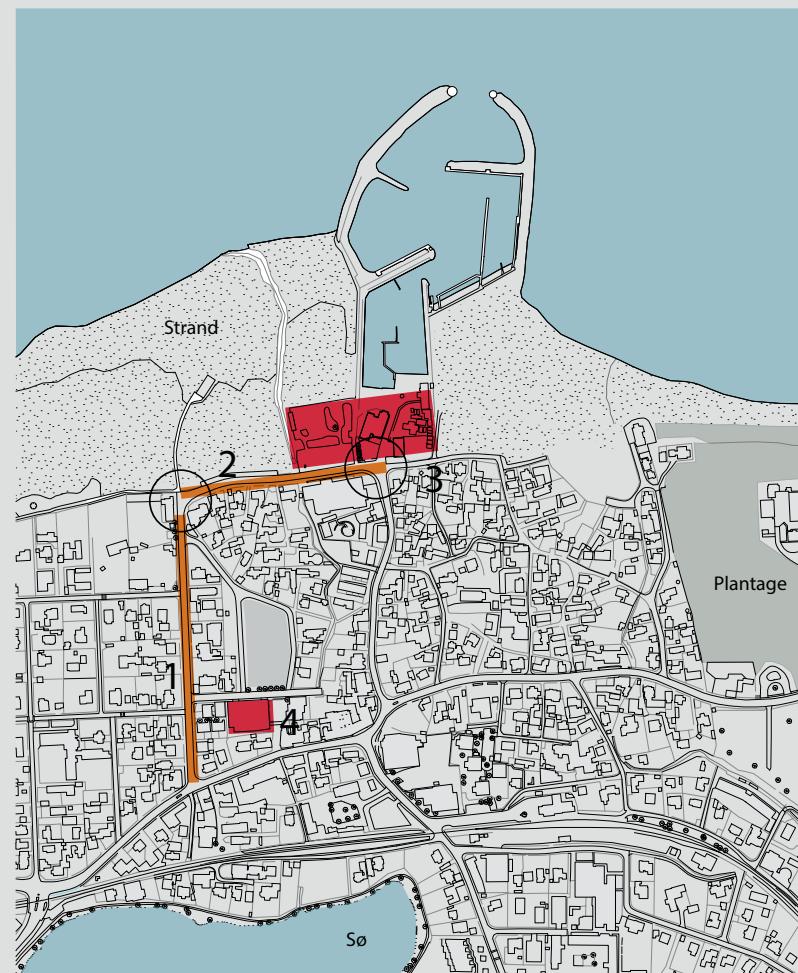
STYRKER

- / Strand, sø og plantage - nærhed til naturen (1)
- / Lystbådehavn – liv og aktivitet (2)
- / Badehotellet - arkitektonisk ikon og unik beliggenhed (3)
- / Landsbyen- kulturhistorie og særlig stemning (4)
- / Stejlepladsen- fleksibelt åbent byrum med små passager til byen (5)



SVAGHEDER

- / A.R. Friisvej - manglende ankomst til by og strand (1)
- / Øresundsvej - nedslidt og nedprioriteret møde mellem by og klitter (2)
- / Havn, badehotel og by – manglende sammenhæng (3)
- / Torvet syd for Stejlepladsen – overset samlingspunkt i byen (4)



BY & STRAND

Hornbæk orienterer sig ud mod klitterne og stranden nord for byen. Ankomsten til byen og stranden foregår ad A.R. Friisvej, som er en lige, bred vej uden særlig karakter. Dele af strækningen er karakteriseret ved slidte facader før landskabet går over i klitter og strand. For enden af A.R. Friisvej går en fin sti ned til stranden og den flot beliggende strandkiosk. Ankomsten til byen og mødet med stranden for enden af A.R. Friisvej matcher ikke stedets kvaliteter og den oplevelse, mødet med havet for enden af stien giver. Øresundsvej har en central betydning for byens grænse og møde med stranden, som et bindeled mellem A.R. Friisvej og havnen, men vejen udnytter ikke den særlige beliggenhed mellem bygninger og klitter.

>>

IDÉER: Opgrader og styrk ankomsten til Hornbæk /Gentænk A.R. Friisvej så den i fremtiden bliver en smuk entre til byen, stranden og havet. /Lav retningslinjer for vejens profil, materialer og husfacader. /Styrk forbindelsen videre ud til stranden og udnyt strandkioskens helt særlige beliggenhed med havudsigt i kanten af klitterne.

/Skab fra kiosken forbindelse til havnen og tilbage til byen. /Transformer Øresundsvej til strandpromenade, og udnyt den unikke placering til at skabe liv og plads til gående, udeservering og aktiviteter.



- 1/ Den nye naturlegeplads
- 2/ Stien til vandet for enden af A.R. Friisvej
- 3/ Øresundsvej

HAVNEN & BADEHOTELLET

Havnen er hjertet i Hornbæk. Den er historien om byens fiskeri, og det er her, sejler- og badelivet udfolder sig i dag. Her kan man om sommeren se på store både og bade fra badeanstalten. Eller man kan slå et smut forbi de små fiskerhuse, der vidner om byens fortid som fiskerby. Det tidligere badehotel, der i dag er genoptræningscenter, markerer Hornbæks nyere historie som ferie- og badedestination. Med planerne om at lukke genoptræningscentret åbner der sig nye muligheder. Yderligere er der i forbindelse med VM i dragesejllads i 2016 givet tilladelse til at omorganisere havnebassinet, og dermed øge kapaciteten. Det skaber en helt unik situation for at udvikle turismen på Hornbæk havn. Det kan ske ved at skabe rammer for nye kvalitetsbutikker og restauranter på havnen, og puste nyt liv i det gamle badehotel, som kan blive et internationalt arkitektonisk vartegn for Hornbæk.

>>

IDÉER: Opgrader havnen og forstærk havnens sammenhæng med byen og det tidligere badehotel /Skab plads til nye funktioner, butikker og restauranter på havnen. /Gentænk det centrale hjørne omkring badehotellet og omdan det til et opholdsrum, hvor by og havn mødes. /Indtænk arealet vest for havnen som en plads for aktiviteter, og lav stiforbindelse fra havn til strand. /Gentænk det tidligere badehotel som et aktiv i turismen og et vartegn for byen.



OMKRINGLIGGENDE LANDSKAB

Hornbæk er kendetegnet ved store naturværdier, som danner rammerne for en aktiv by, der bruger landskabet. Nord for byen er de brede hvide sandstrande, syd for byen ligger søen og mod øst møder byen plantagen. Åen løber fra søen til havet, og visse steder i byen er åen synlig. Naturværdierne er åbenlyse og for de lokale er adgangen til herlighederne kendt og brugt. Trods byens nærhed til sø, hav og plantage er adgangen ikke nem for besøgende, og særligt områder som søen er udfordret af at ligge afskåret fra byen af Nordre Strandvej og jernbanen. Men i takt med at fiskeriet er forsvundet, er kysten, havet og naturen blevet rammen om det aktive ferieliv for hele familien. Og i Hornbæk er der mulighed for løb og cykling i plantagen, sejlads, badeliv og leg på havnen. En bedre formidling af og tilgængelighed til naturen vil styrke oplevelsen af Hornbæk som en by midt i naturen. Potentialerne kan udfoldes ved at lave aktivitets- og oplevelsesruter fra byen og ud i det omgivende landskab.

>>

IDÉER: Udnyt den nære natur til aktiviteter og oplevelser / Lav aktivitetsruter med fitnesspladser / Udarbejd et kort med ruter og beskrivelser af landskabet. / Arbejd med kig til vandet fra havnen, udsigtspunkter og stier langs kysten. / Brug åen og synliggør vandets bevægelse gennem byen.

FYSISKE INDSATSOMRÅDER I HORN BÆK

- / A.R Friisvej – styrk ankomsten til byen og porten til stranden (1)
- / Øresundsvej - omdan Øresundsvej til strandpromenade (2)
- / Havnen – opgrader og skab sammenhæng til badehotellet og byen (3)
- / Strandkiosken – udnyt den unikke placering (4)
- / Naturkvaliteter - Styrk adgangen til landskabet og oplevelsen af strand, klitter, sø, plantage og å. (5)
- / Torvet – gentænk pladsen som et centralt mødested tæt på hande-
delsgaden (6)



HORNBÆK I VERDENSKLASSE

PRINCIPPER

Tænk eksklusivt
Dyrk det internationale
Styrk det aktive og sunde liv
Formidl historien, kunsten og det lokale særpræg

ANBEFALINGER

IDENTITET & MÅLGRUPPER

Dyrk Hornbæk som udenlandsdanskerens og den internationale turists eksklusive badeby
Formidl det kulturelle Hornbæk
Formidl det aktive Hornbæk
Formidl Hornbæk som familiedestination

OPLEVELSER & AKTØRER

Øg kvalitet og udbud på overnatninger
Skab oplevelser for børn og aktiviteter og aftenliv for unge
Dyrk udsøgt gastronomi
Sats på afslapning og velvære i luksuriøse omgivelser
Tilbyd kunst og kultur i international liga
Styrk samarbejde og udbud af sportsevents

BY & LANDSKAB

Opgrader havnen og forstærk havnens sammenhæng med byen og det tidligere badehotel
Styrk mødet mellem by og strand langs Øresundsvej
Skab attraktive uderum af høj kvalitet med udgangspunkt i byens skala og karakter
Skab bedre adgangsforhold og ruter i landskabet, som formidler og iscenesætter Hornbæks naturkvaliteter

PROJEKTER

Uge 31 i Hornbæk

Solnedgangstrappe

Strandpromenade fra havn
til sunspot

Maritime events og højskole/
badehotel

Eksklusivt hotel



Folder med kort og rute

International event koordineringsgruppe

Strandpromenade på Øresundsvej

Shuttlebus fra Københavns eksklusive hoteller og lufthavn



Gourmetrestaurant



Air B&B

Retningslinjer for materialer og facader



All-inclusive for familie



Idékatalog

Adgang til strand for gående



Eksklusiv restaurant på havnen

Pop-up butikker på havnen med god kaffe og raw food

Kunst-festival



Air B&B

Velvære & spa



Sti mellem strand og havn



Eksklusiv cocktailbar



Masterclass med international sportsstjerne

UGE 31 I HORNBÆK

Som led i at teste ideen om at gøre Hornbæk til et hotspot for det aktive liv på Den Danske Riviera, afviklede de lokale borgere Uge 31 i Hornbæk, som løb af stablen i sommeren 2013. På ganske kort tid lykkedes det de lokale ildsjæle og borgere i Hornbæk at få samlet en arbejdsgruppe og skitseret et koncept for Uge 31 i Hornbæk. Planlægningen af ugen blev sat i søen i maj 2013 og afviklet i den første uge af august 2013, med aktiviteter som pilates, yoga, teambuilding, senior gymnastik og moleræs. Ann Christin Mahrt fungerede som tovholder på projektet, som takket være omkring 50 frivillige var en stor succes.

Uge 31 i Hornbæk blev først og fremmest afviklet som en lokal event, men viste sig at tiltrække mange besøgende og turister udefra. Det viser, at potentialerne er der, og at lokaludvikling og turisme sagtens kan gå hånd i hånd i Hornbæk. Næste skridt er at tænke større, eksklusivt og mere internationalt.



Det er lige som at være på La Santa Sport.

/ Deltager, Uge 31 i Hornbæk



ERFARINGER FRA UGE 31 I HORNBÆK

- / **Fokuser på målgrupperne:** Mere målgruffefokus. Stort fremmøde af familier og bedsteforældre med børnebørn, trods aktiviteterne ikke var lagt an på børn, taler for fremover at fokusere på aktiviteter, der samler generationer på tværs.
- / **Nedsæt arbejdsgrupper:** Hver med en ansvarlig tovholder, der varetager hvert deres arbejdsområde: Aktiviteter, kommunikation & markedsføring og strategiske samarbejder, partnerskaber & sponsorater.
- / **Sørg for forankring:** Uge 31 i Hornbæk skal forankres hos en styregruppe, forening eller institution, sådan at ansvar og ressourcer fordeles over flere personer, og dermed også gøres mindre sårbar i forhold til enkeltpersoners deltagelse og engagement.
- / **Engager detailhandel og restaurationsliv:** Fx ved at udbyde sund mad og produkter, der understøtter det aktive tema og aktiviteter, samt via annoncering på markedsføringsmateriale.

PROJEKT BESKRIVELSER

Her er udfoldet fire konkrete projekter, som på forskellig vis bidrager til at realisere visionen om Hornbæk i verdensklasse.

UGE 31 I HORN BÆK

IDÉ: Uge 31 i Hornbæk er en uge i friskhedens tegn - sport, sundhed og velvære på menuen. Idéen er at involvere alle lokale sportsaktører, restauranter og handelslivet, som kunne have lyst til også at tænke temaet ind i deres forretning. Det er også formålet at brede en del af aktiviteterne fra uge 31 ud over en længere periode, så aktiviteterne præger Hornbæk en større del af året.

HVORFOR: Formålet med uge 31 i Hornbæk er at udnytte byens fantastiske rammer; naturen, den smukke strand, det intime havnemiljø og byen. Uge 31 skal tilgodese gæster og turisters behov og ønsker for et aktivt ferieliv og samtidig medvirke til at Hornbæk får et image i omverdenen som en aktiv by.

MÅLGRUPPE: Borgere samt turister og gæster, der kommer til Hornbæk for at dyrke det aktive og sunde liv eller som bliver inspireret til at deltage, når de er her.

VISION: Det er visionen at gøre sportslige aktiviteter til en mere permanent del af sommerens tilbud i Hornbæk, så gæster og turister ikke blot kan dyrke disse aktiviteter i uge 31, men også resten af sommeren.

ORGANISERING: De enkelte aktører skal finde en form for deres aktivitet så den kan realiseres over længere tid end blot uge 31 i Hornbæk. Selve uge 31 i Hornbæk er forankret i Hornbæk Turistforening og styres af en arbejdsgruppe.

INSPIRATION: La Santa Sport, Oure Højskole.

FINANSIERING: Turistaktører, frivillige kræfter og erhvervsaktører.

SOLNEDGANGSTRAPPE

IDÉ: En opholds- og udsigtsplads i form af et trappelignede plateau i træ for enden af den store mole. På opholds- og udsigtspladsen skal mennesker kunne se solnedgang på den ene side og sejlads og havnemiljø på den anden side.

HVORFOR: Formålet er at skabe et nyt område, hvor gæster og turister kan nyde solnedgangen, se sejlads, Sankt Hans bål, sportslige aktiviteter, nyde den smukke strand og opleve det mentale velvære man får ved stranden og vandet. Udover at trappen vil være til glæde for de mennesker som dagligt færdes ved stranden, vil den også understøtte de sejlaktiviteter, som vi har i Hornbæk fx DM og VM i Dragesejlads samt badelivet og SUP – Stand Up Paddling.

MÅLGRUPPE: Turister, gæster og borgere.

VISION: Målet med etablering af opholds- og udsigtspladsen er at skabe et mere attraktivt havneområde med mere liv og mulighed for en attraktiv udsigtsplads nær vandet. Det kan understøtte aktiviteter på havn og strand såsom Uge 31 i Hornbæk, Sankt Hans og Dragesejlads og formentlig flere lignende aktiviteter fremover.

ORGANISERING: Nedsætte en gruppe som kan arbejde med arkitekt, byggefirma og fundraising af projektet i samarbejde med erhvervslivet, frivillige og plan og natur i kommunen.

INSPIRATION: Havnemiljøer i Helsingborg og København.

FINANSIERING: Fonde, investorer, kommune og lokale aktører.

PROJEKTBEKRIVELSER

STRANDPROMENADE FRA HAVN TIL SUNSPOT

IDÉ: At etablere en strandpromenade i form af en belagt stiforbindelse, som forbinder molen på havnen med Sunspot (strandcafe), som ligger på stranden.

HVORFOR: Strandpromenaden skal være med til at skabe noget mere liv på stranden om aftenen. At man kan sætte sig på en bænk og kigge på solnedgang, stranden og vandet. At man kan promenerer "uden sand mellem tæerne".

MÅLGRUPPE: Borgere, gæster og turister.

VISION: På sigt skulle promenaden gerne trække flere mennesker til Hornbæk for at promenerer i de dejlige sommeraftener.

ORGANISERING: Nedsætte en gruppe som kan arbejde med arkitekt, byggefirma og fundraising af projektet i samarbejde med erhvervslivet, frivillige og plan og natur i kommunen.

INSPIRATION: Sandvig Strandpromenade, Hjerting Strandpromenade.

FINANSIERING: Investorer, frivillige kræfter og erhvervsaktører.

MARITIME EVENTS OG HØJSKOLE/BADEHOTEL

IDÉ: At bygge videre på Hornbæks traditioner for store maritime arrangementer, som f.eks. DM i drage i 2014 og Dragon Gold Cup i 2016, ved at satse på at etablere mere permanente services for udlejning, salg og vedligeholdelse, samt gennemføre events med maritime discipliner på strand, havn og vand hen over sommeren.

HVORFOR: Med nye events, services og faciliteter kan Hornbæk styrke sin profil som maritim og aktiv kystdestination, tiltrække flere tursiter og øge omsætningen i turistbranchen.

MÅLGRUPPE: Segmenterne, der efterspørger "Sjov, leg og læring" og "Det gode liv", som kan betegnes som "almindelige turister". Blandt disse at identificere personer med særlig interesse for en eller flere af de maritime discipliner, med henblik på at etablere en maritim højskole i det gamle badehotel.

VISION: Kursisterne kan være behjælpelige med at gennemføre maritime events om sommeren, hvor højskolen kan fungere som egentligt badehotel. Forår og efterår er tænkt til højskoleaktiviteterne.









ORGANISERING: Lokale aktører, som har interesse i de maritime discipliner, den nye maritime virksomhedsklynge i Helsingør Kommune og idræts-højskoler med maritime aktiviteter.

INSPIRATION: Idræts-højskoler med maritime discipliner.

FINANSIERING: Turistaktører, developere, investorer og fonde.

DIN IDÉ /værktøj til idéudvikling

Har du en god ide, der kan skabe udvikling i din by? Skemaet her er brugt i udviklingsworkshoppen med de lokale aktører og et redskab til systematisk at beskrive en idé i en form, som kan bruges til fundraising. Skemaet blev brugt til idéudvikling på visionsseminaret for Den Danske Riviera i maj 2013, og indeholder de typiske spørgsmål og emner, som skal afklares og beskrives, når man søger fonde og puljer. Vær opmærksom på, at de fleste fonde og puljer har deres eget ansøgningssskema, som skal udfyldes, og at kategorierne kan variere i forhold til fondens eller puljens særlige formål eller støttekriterier. Held og lykke med at realisere din idé.

<p>IDE</p>  <p>Hvad er formålet, hvortil er det en god idé, hvilke udfordringer løser det, hvordan understøtter det potentiaerne?</p>	<p>MÅLGRUPPE</p>  <p>Hvem er den primære målgruppe, er der flere, hvad er deres behov og ønsker, hvordan når vi dem?</p>	<p>HVAD</p>  <p>Hvilke opgaver og aktiviteter kræver det, hvad skal købes og skaffes, hvad skal anlægges, hvad skal der søges af tilladelser?</p>	<p>HVEM</p>  <p>Hvem er aktørerne og hvordan skal de organiseres? Hvem er hovedansvarlig og hvordan er rollefordelingen?</p>
<p>SAMARBEJDSPARTNERE</p>  <p>Kan samarbejde løfte idéen? Tænk i samarbejde med kommune, investorer, andre byer og internationale aktører.</p>	<p>PRIS</p>  <p>Hvad koster det, og hvordan skal det finansieres?</p>	<p>TIDSPLAN</p>  <p>Hvad er første skridt, hvad er der af faser og milepæle, hvad er deadline? Hvor længe skal projektet vare?</p>	<p>RISIKO</p>  <p>Hvad er der af udfordringer og trusler? Hvad kan gå galt? Hvordan løser vi det?</p>

SÅDAN ER POTENTIALEPLANEN BLEVET TIL

Potentialeplanen for Hornbæk er skabt i et samarbejde mellem VisitNordsjælland, rådgivere, erhvervsaktører, borgere og Helsingør Kommune. Tak til alle jer, der har taget jer tid til at spille en aktiv rolle i projektet som del af projektets styregruppe, arbejdsgruppe eller referencegruppe. Også stor tak til alle de, der ikke er nævnt ved navn, men som deltog i byvandring, fokusgruppe og visionsseminar og var med til at gøre Uge 31 i Hornbæk til en stor succes.

BYVANDRING OG KORTLÆGNING

Projektet begyndte med en byvandring i Hornbæk i foråret 2013. Hornbæks beboere og erhvervsdrivende viste rådgivere fra Dansk Bygningsarv rundt i byen, og det blev drøftet, hvor de gode steder er, hvor udfordringerne er, hvad Hornbæk gerne vil være kendt for, og hvor turistaktører i byen ser potentialer for udvikling. Byvandringen blev fulgt op af kortlægning af byen og landskabet ved landskabsarkitekter fra Absolut Landskab og af fokusgruppemøder, hvor rådgivere fra Manto kortlagde turismen i Hornbæk.

VISIONSSEMINAR OG PILOTPROJEKT

På et visionsseminar for de fem byer på Den Danske Riviera blev resultaterne af forårets kortlægning præsenteret. Deltagerne fik inspiration og viden om begrebet stedsans, service og turisternes oplevelse af byerne på Den Danske Riviera. På den baggrund udviklede deltagerne fra alle fem byer og kommuner ideer

til, hvordan de i fremtiden både kan udvikle deres egen by og styrke samarbejdet på tværs af attraktioner, byer og kommuner langs kysten for at skabe en stærk, international destination. På en workshop inddelt i bygrupper arbejdede deltagerne med at beskrive et konkret pilotprojekt, som skulle afprøves henover sommeren. I Hornbæk udmøntede det sig i Uge 31 i Hornbæk, der blev afholdt med stor succes i juli 2013 (se side 26)

TILGANG: STEDSANS

Potentialeplanen er udviklet ud fra tilgangen 'Stedsans'. Stedsans betyder sans for stedets særlige identitet og egenart både i det fysiske og visuelle, der ses i byen og landskabet, det sociale der kommer til udtryk i oplevelser skabt af aktører på stedet og det 'usynlige', som vi fornemmer i stemninger, atmosfærer, sansninger og fortællinger om et sted. Stedsans er med andre ord det, der gør, at vi kan adskille et sted fra andre steder.

- / 'Fakta om dansk kystturisme - Dansk kystturisme og dens betydning for dansk økonomi, vækst og beskæftigelse', Videncenter for Kystturisme, 2013
- / 'Kystturisterne i Danmark – En ABC med regionalt fokus', Videncenter for Kystturisme, 2013
- / 'Tilfredshedsanalysen 2013', Videncenter for Kystturisme, 2013
- / 'Kystferiebyer i vækst - nulpunktsmåling af kendskab og attraktivitet', Videncenter for Kystturisme, 2013
- / 'Kystturismen i Danmark', Udarbejdet af Center for Regional- og Turismeforskning for Videncenter for Kystturisme
- / 'Den fælles fortælling', Jørgen Hansen, TexTour, for VisitNordjylland 2013
- / Statistikbanken - Turisme - Danmarks Statistik
- / VisitDenmark: Turismens økonomiske betydning i Kongernes Nordsjælland
- / VisitDenmark, turismeregnskabet 2011 (2013).

DELTAGERE I PROJEKTET

Ann Christin Mahrt , Turistforeningen

Ilse Jacobsen, Repræsentant for Erhvervsliv og detailhandel

Morten Jepsen , Helsingør Kommune

Allan Vodder , Hornbæk Havn

William Leedgaard , Bådeklubben

Susanne Risom , Galleri

Tanja Bendixen Kryger , Vækst & Viden

Peter Bindsbøll , Grundejerforening Kystvej

Mathias Boberg , Borger

Dorte Lykkegaard , Borger

Jacqueline Friis-Mikkelsen, Borger

Susanne Eriksen , Helsingør Kommune

Lisbeth Jensen, Turistinformatonen/Biblioteket

Åse Kjær, Menighedsrådet/Badelaugat

Anne Borg, Kulturværftet/borger

Karina Pociot, Borger

Bettina Kampmann, projektleder

Dorthe Kiillerich, direktør Visit Nordsjælland /

Annette Sørensen, direktør Visit Nordsjælland pr
1.11.2013

RÅDGIVERE

Signe Sloth Hansen, chefkonsulent, Dansk Bygningsarv

Mette Mechlenborg, projektchef, Dansk Bygningsarv

Christina Juhlin, analytiker, Dansk Bygningsarv

Nielsine Otto, analytiker, Dansk Bygningsarv

Anja Boserup, landskabsarkitekt, Absolut Landskab

Christa Brønd, chefrådgiver, Manto

HORNBÆK I VERDENSKLASSE

Denne potentialeplan handler om Hornbæks udvikling som international turistdestination på Den Danske Riviera. Planen er udviklet som del af et fælles projekt, der skal udvikle og markedsføre det særlige liv i badebyerne langs Den Danske Riviera, gentænke den klassiske badeferie og udvikle stedbundne turistkoncepter i danske kystferiebyer. I projektet deltager også Gilleleje, Tisvildeleje, Liseleje og Humlebæk-Nivå.

Visionen og de fem potentialeplaner henvender sig til alle, der arbejder med udvikling af Den Danske Riviera - turistaktører, erhvervsdrivende, kommunale planlæggere, lokale investorer og ildsjæle. Planerne kan bruges i finansieringsøjemed og i forbindelse med projektudvikling og -forankring i de enkelte byer. De kan downloades på:
www.visitNordsjaelland.com/badebyer

**BYGNINGS
ARV**



MANTO

AB
SO
LUTLA
NDS
KAB

