

Finansieringsmodel på begivenheder i indre by 2009

Aktivitet	Cityforeningen	VV	Kommunen
Sommermagasin	40.000 4 sider til spots	25.000 evt. underskud	55.000 køb af 5 sider
Syng Dig glad / Grønne Dage	70.000+ 40.000 fra restauratører	90.000	
Julemarked	135.000	300.000	
Skøjtebanen	50.000	50.000	
Design- og Kunsthåndværkermarked		30.000	
Total udgift til Cityforening:	295.000		
Total udgift Vækst & Viden:	495.000,-		

Sommermagasin

Sommer- og julemagasinerne styrker indre bys position som værende en by med oplevelser i mange genrer. Shopping og kultur går hånd i hånd. Vi fortæller de gode historier om Helsingør – om byens sjæl – dengang og nu og bygger videre på brandet om Helsingør som en by med et rigt kulturliv, oplevelser og god shopping.

Magasinet udgives den 25. maj.

Grønne Dage

Grønne Dage, som er en byfest, har eksisteret i over 20 år – i de sidste 10 år har Grønne Dage være afviklet i samarbejde med Helsingør Bycenter. Tilsammen trækker indre by flere tusinde borgere og turister i disse dage. Forretninger og cafeliv åbner dørene og arrangerer modeshows, smagsprøver, konkurrencer, teater og musik.

Syng Dig glad

"Syng dig glad" blev skabt i 08 og er et nyt "Åh Abe/alsangskoncept" i Helsingør, som i 2008 tiltrak over 3000 gæster. Arrangementet blev afholdt på Axeltorv, hvor der var opsat bænke og ekstra udendørsservering. Der var ligeledes en økonomisk og deltagende opbakning fra alle restauratører på torvet. Arrangementet fik en fantastisk modtagelse af alle. "Syng dig glad" er identitetsskabende for Helsingør fordi det formår, at skabe samhørighed og en fælles oplevelse blandt borgere og turister.

Julemarked

Julemarkedet har eksisteret i 5 år og kører nu på 6 år. Julemarkedet havde premiere i 2004 og formåede at rykke hele julehandlen i indre by - hvilket er meget usædvanligt. D.v.s. at julehandlen gik i gang primo december og ikke ultimo, som den plejer lige før jul.

Detailhandlen fik dermed ekstra ordinært mere ud af julehandlen.

Julemarkedet vurderes at trække ca. 50.000 besøgende (på 24 dage) ud over den normale kundestrøm. Det vurderes at give byen en ekstra omsætning på over 20 mio. kroner.

Kuoni Travel som er et af landets største rejseselskaber, har de sidste 3 år har haft julemarkedet i Helsingør med i deres tour program, "North Sealand Christmas markets and castles tour", for krydstogtgæster.

Derudover har adskillige svenske busoperatører fast julemarkedet med i deres program op til jul. Og forespørger pt. til 09. Herning Folkeblad arrangerede ture til julemarkedet i 08. Og ligeledes får julemarkedet besøg fra Tyskland, Italien, England og Sverige og ikke mindst af alt fra oplandet.

I 2008 fik julemarkedet presseomtale for flere hundrede tusinde kroner - ikke mindst p.g.a. skøjtebanen, som var et godt eksempel på et tværfagligt samarbejde mellem detailhandlen og en institution (Villa 5) i Helsingør Kommunen.

Den CO2 neutrale skøjtebane blev opsat første gang i 2008 i samarbejde med Teknisk Forvaltning. Budgettet for skøjtebanen er afhængig af om Teknisk Forvaltning vil indgå samme aftale som i 08, hvor de stod for op- og nedtagning samt vedligeholdelse - i alt en udgift på 200.000.- Og at Villa 5 er villig til at udlåne skøjtebanen.

Design- og Kunsthåndværkermarked

Visionen med markedet er at synliggøre og promovere nutidigt kunsthåndværk på tværs af Øresund. At vise den mangfoldighed og skaberglæde der findes, både hos klassiske og mere eksperimenterende formgivere i både Danmark og Sverige. Her lægges vægt på kvalitet og på historien bag det enkelte unikke kunsthåndværk.

De sidste 6 år er skabt et dynamisk og stemningsfuldt marked med 50 udstillere, hvor publikum har kunnet opleve og erhverve kvalitetskunsthåndværk.

Det er nu syvende gang, at dette anderledes og stemningsfulde marked skal finde sted i Toldkammeret. Det vurderes, at markedet tiltrækker ca. 3000 besøgende gæster i den pågældende weekend. Gæsterne kommer både fra Sverige, Kommunen, oplandet og København.