



Helsingørns største turistattraktion skal bygges til museum og køl mere af oplevelse. Somtid skal Kronborg på en ny og bedre måde krydtes sammen med andre – både nye og gamle – institutioner i det der populært kaldes oplevelsesøkonomi. Alt sammen med det formål at styrke erhvervsudviklingen i byen. Foto: Kim Apurton Perfo

# Fra Korsbæk til Facebook

Ved måletrettet at tage udgangspunkt i sin historie sætter Helsingør nu på en erhvervsudvikling, der tager afsæt i byens historie

## Erhvervsudvikling

AF KNUD TEDDY KASPERSEN

Som så mange andre byer rundt om i landet søger Helsingør nu også at sætte væk på sin erhvervsudvikling.

Og det er ikke et øjeblik for tidligt at komme i gang, mener Anders Christian Hjørt fra det offentligt-private partnerskab, Væket og Videt Helsingør A/S, der er oprettet til formålet.

Som en del af Hovedstadsområdet har kommunen selv sagt fået mange fordelagtige forudsætte. Men dem har man bare ikke været god nok til at udnytte.

### Lukker sig om sig selv

«Der har været en lidt Korsbæk-agtig tilgang til tingene», siger Anders Christian Hjørt om de traditionelle netværk, som i hans optik har haft en tendens til at lukke sig om sig selv i regi af f.eks. Rotary, Round Table og lign.

«Formidlingsnetværkene har været meget alle-orienterede, men man manglede et sted, hvor netværkene kryd-ede hinanden», siger han.

Ligesom det er set i mange andre byer, har man derfor samlet en gruppe af professionelle mennesker fra erhvervslivet, detailhandelen, turistbranchen og kulturlivet.

Tanken er, at netværket om søvret fem år skal bestå af 500 medlemmer fra hele Nordjylland. Men førstebig er der kun 88, som nu er gået i gang med at diskutere, hvad der skal til for at gøre Helsingør mere attraktiv, så man kan nå en række mål, hvoraf ét er at skabe 1000 nye kreative og vidertrange arbejdspladser over de næste seks år.

Målet til at nå målene er i høj grad at sætte på det historiske ses, som nu er opbyg-

et Helsingør. Men også at bygge videre på meget af det, som er kommet til i nyere tid. Som Anders Christian Hjørt udtrykker det:

«Målet skal være leverende og fornøjelige historier. Og den vil vi bygge op omkring vores kulturarv og alle de nye historier, vi har i forvejen. De bliver ikke skåret ud i dag – men det vil de blive.»

### Mindre museum

På Kronborg med årligt 200.000 betalende gæster skal der populært sagt være lidt mere oplevelse og lidt mindre museum. Men byens mange turistattraktioner skal også – på en ny og bedre måde – krydres sammen med

andre, gamle og nye institutioner i det, man normalt kalder for oplevelsesøkonomien.

Og det er netop oplevelsesøkonomi, som i høj grad skal trække læsset i de første etaper af udviklingsarbejdet.

«Vi over landkendte steder som Kronborg og Teknisk Museum er det bl.a. et nyt selskabsmuseum.

«Helsingør er jo en rummelig by. Og det skal udnyttes», siger Anders Christian Hjørt.

En vigtig ny brik er i den sammenhæng Kulturskiftet, som med billedotek, teater og biograf vil skubbe liv i midtbyens – også om aftenen.

«Det bliver åbent fra ti til ti. Så vi håber at få livet tilbage til byen, hvilket detailhandelen jo også kan lyste på.»

Som bekendt har byens detailhandel allerede store succeser af de cirka 12 mio. svenske, som årligt krydser Øresund.

Men de rejser som regel tilbage samme dag. Og det skulle der også gerne ændres på.

«I dag går de måske bare en tur på slottet. Men vi vil lave en oplevelsespakke, så de får brug for at være her i et par dage. Og hvis det giver flere overnatninger, bliver hotelterne også glade», siger Anders Christian Hjørt.

### Super kreativt miljø

Til styrkelse af oplevelsesøkonomien harret også at dyrke videre på det kreative miljø, som allerede findes i Helsingør.

«Vi lever bl.a. et super kreativt miljø med glasplast i topklassen. Vores mål er nemlig, at Helsingør skal tiltrække det super kreative klasse, der igen kan tiltrække vidertrange virksomheder.»

Til den ende har man taget kontakt til Copenhagen Capacity, som lige nu søger efter store virksomheder, der kunne overtage et etablert sig i Helsingør. Og det kunne meget vel være medie- eller virksomheder, eftersom her allerede findes en klunge i det nordjyllandske, lyder forventningen.

## Indsats i både analogt og digitalt regi

Bag det nye udvælgingsarbejde i Helsingør står det offentligt-private partnerskab Væket & Videt Helsingør A/S.

49 pct. ejes af kommunen, der årligt har købt et årligt 10 mio. kr. i projekter – i førstebig seks år.

Resten af aktierne ejes ligeledes af fire interessenter inden for helse, erhvervslivet, detailhandelen, turismen og kulturlivet.

Organisationen blev skabt i december 2008. I august ansatte man Anders Christian Hjørt som direktør. Og efter at strategien var taget frem, begynder man

nu også at inddrage brugere og deres forslag.

I weekenden åbete det i analog form, da man indledt til Helsingør Messe, hvor idébrik mødtes for gensidig inspiration. Men også de nyeste møder er taget i brug i et forsøg på at sikre en mere direkte kontakt mellem alle parter.

I forhold til det mere private segment er det på Facebook lykkedes at få 1000 ambassadører i foreningen Vildt Med Helsingør. Og i et mere erhvervsorienteret netværksmiljø på LinkedIn er der indtil videre tiltrådt 125 personer. tidly