

ViaHH

Att. Peter Slåtorn

Hellebæk, torsdag den 22. april 2010

100 BEDSTE...

Hvor går man hen, når man har set Kronborg og Sofiero?

Moderne mennesker (det har intet med alder at gøre) lader sig hverken byde eller nøjes med hvad som helst. Det gælder hvad enten man er turist eller bosiddende i Helsingør eller Helsingborg kommuner. Flertallet er nysgerrige efter andet og mere end de traditionelle turismål, der måske besøges 1-5 gange i livet, men som år efter år promoveres gennem annoncer i turistorganisationernes standardiserede guider, som ligner hinanden verden over. De rummer intet nyt og er blot udtryk for, at nogen har råd til at betale for opmærksomheden.

Såvel turister som fastboende er interesseret i og har behov for noget helt andet, som udvider horisonten. Det samme har de 2 nabokommuner på hver sin side af Øresund. Noget der både fører og forfører, viser nye veje og skaber større identitet til begge kommuner. For når alt kommer til alt, er Helsingør og Helsingborg andet og mere end verdenskendte flagskibe som fx Kronborg og Sofiero. Meget mere.

Idé

At lave et tiltag, der fører til noget. Et unikt tiltag, som åbner øjnene for andre sider af Helsingør og Helsingborg og kan anvendes lokalt og globalt. Et tiltag, som kan udvikles i det uendelige og fungere på alverdens platforme.

Mål

1: At vise og fortælle om de steder, som tilsammen tilfører Helsingør og Helsingborg en unik identitet, der fører længere end til Kronborg og Sofiero.

2: At skærpe interessen for Helsingør og Helsingborg og få folk til at komme lidt oftere og blive meget længere.

3: At markere hh-samarbejdet som en fremsynet, vital og aktiv spiller, der søsætter projekter ud over det almindelige. Til gavn og glæde for endnu flere.

Metode

En personlig guide med 100 personlige anbefalinger af steder og seværdigheder, der er værd at komme efter i henholdsvis Helsingør og Helsingborg kommuner.

Indhold

100 steder, som fordeles frit mellem de to kommuner, alt efter, hvor de mest interessante steder findes.

De udvalgte steder skal have postadresse og være tilgængelige inden for Helsingørs og Helsingborgs kommunegrænser.

Format

Første udgave af guiden skal trykkes på papir og være i lommeformat. Desuden udarbejdes flere digitale udgaver.

Redaktionel profil

Stederne beskrives og fotograferes af personer, som både har et kærligt, bredt og dybt kendskab til byernes mangfoldigheder samt øje for det særegne og kontrastrige i forholdet til alt det store og velkendte.

Redaktionen består af 3 personer – undertegnede samt 1 fra Helsingborg og 1 fra Helsingør, som – udover de egenskaber, der er beskrevet ovenfor – kan gøre det ukendte interessant, relevant, levende og attråværdigt. Kort sagt: Fortælle en god historie, der begejstrer, engagerer og viser vej til mange gode oplevelser.

Redaktionen skal være uafhængig af forretnings- og andre særinteresser og ingen kan købe sig til en plads i solen.

Stederne

De udvalgte steder vælges ud fra personligt kendskab og vurdering. I princippet kan hvem som helst komme med. Eneste kriterium er, at de har noget ekstraordinært at byde på inden for de respektive kommunegrænser. Det kan være en lille bladviosk, og det kan være et stort supermarked, et lille galleri og et stort museum, en farvehandler og en grønthandler, en café og en gourmetrestaurant, et hotel og en campingplads, en isbod og en pølsevogn, en strand og en svømmehal, en sø og et fiskehul, en løberute og en cykelsti etc.

Om stedet har kort eller lang tid på bagen er for så vidt underordnet. Hovedsagen er, at stedet byder på noget ekstraordinært, som er værd at komme efter.

Derimod er det 100 % sikkert, at man ikke kan købe sig til en plads i solen blandt de 100 udvalgte. Det er redaktionen, der bestemmer. Og det er redaktionen, der må lægge ryg til eventuel kritik.

Sprog

Guiden udsendes på dansk, svensk og engelsk. Hvert sprog har sin egen udgave.

Redaktionen oversætter fra svensk til dansk og omvendt. Den engelske version oversættes fra dansk til engelsk af en professionel oversætter.

Oplag

Udgangspunktet er et samlet oplag på 100.000 eksemplarer, fordelt på 3 sprog. Antal af hvert sprog fastlægges senere og antallet kan naturligvis korrigeres.

Distribution

Guiden skal kunne fås til lands og til vands. Eventuelt også i luften på SAS' ruter til København.

De omtalte steder får et passende antal eksemplarer hver af alle 3 sprogvarianter, som de kan udlevere til deres kunder og gæster.

Eksempler på distributionssteder kan være:

- hoteller og moteller i Hovedstadsregionen i Danmark
- hoteller og moteller i Sydsverige
- vandrerhjem i Hovedstadsregionen i Danmark
- bed and breakfast-steder i Hovedstadsregionen i Danmark
- campingpladser i Hovedstadsregionen i Danmark
- vandrerhjem i Sydsverige
- bed and breakfast-steder i Sydsverige
- campingpladser i Sydsverige
- tankstationer i Hovedstadsregionen
- tankstationer i Sydsverige
- turistkontorer i Hovedstadsregionen
- turistkontorer i Sydsverige
- Københavns Lufthavn i Kastrup
- SAS-ruter til København (uden- og indenrigs)
- Scandlines-færger mellem Helsingør og Helsingborg
- afgangshaller i hhv. Helsingør og Helsingborg
- Scandlines-færger mellem Tyskland og Danmark
- færger mellem Polen og Sverige
- færgelejer i Sydsverige
- benzinstationer langs E4 i Sverige
- benzinstationer langs E55 i Danmark
- 7-eleven kiosker i Hovedstadsregionen
- kiosker på stationerne i Sydsverige
- golfklubber i Hovedstadsområdet
- golfklubber i Sydsverige
- museer i Hovedstadsområdet
- museer i Sydsverige
- biblioteker i Hovedstadsområdet
- biblioteker i Sydsverige
- banker og deres filialer i Hovedstadsområdet
- banker og deres filialer i Sydsverige
- valutavekslingssteder (Forex fx) i Hovedstadsområdet
- valutavekslingssteder (fx Forex) i Sydsverige

Webudgaver og e-guide i smartphone applikation

Guiden skal have sin egen, selvstændige website. I samme sprogvarianter som den trykte udgave.

Brugerne skal have mulighed for at vurdere og bedømme stederne, give dem karakterer (stjerner), kommentere via et blogfelt samt videresende og anbefale til andre.

Plus mulighed for at komme med forslag til nye emner, ord om og billeder af disse. I praksis bliver det brugerne, der anbefaler og udvikler guiden fremover.

Guiden skal have links til Google-maps og andre navigationsplatforme.

Desuden udvikles en smart-phone-applikation med guide i stil med fx. WallPaper City-guides eller Guide Michelin til iPhone

Markedsføring

Guiden lanceres primært gennem PR. Lokale og regionale aviser vil med glæde skrive om den, og de regionale tv-stationer vil gøre et stort nummer ud af projektet.

Scandlines kan anvende guiden i deres markedsføring af Helsingør-Helsingborg og evt. andre ruter.

Det samme gælder 7-eleven, som har overtaget en stor del af DSB's tidligere kiosker i Hovedstadsområdet.

Tilsvarende for de svenske kiosker på stationerne og færgelejerne i Sydsverige

Desuden skal der være relevante links til guiden på internettet.

Herudover kunne man evt. producere et antal dør/vinduesstreamers, som fortæller, at man kan få guiden her. Dette er dog ikke medtaget i nedenstående tidsplan og estimat.

Tidsplan

Guiden skal udkomme op til Påske 2011 (21.-25. april), hvor de fleste har fri og vejret forhåbentligt er i sit lune hjørne.

Da der ligger et stort arbejde før det færdige resultat ligger klar, ser den foreløbige tidsplan således ud:

Layout, trykt udgave og webudgave	juni-aug. 2011
Research, redaktionsmøde, besøg og foto	aug.-dec. 2011
Tekst, redigering og oversættelse	januar 2011
Rentegning af samtlige sider inkl. korrektur	februar 2011
Programmering af e-guide	februar 2011
Produktion, tryk	marts 2011
Udgivelse, inkl. distribution til de forskellige kanaler	primo april 2011

Tidsplanen revideres når det endelige koncept er fastlagt. Der er afsat lang tid til research, besøg og foto, men det skyldes lige så meget at vi skal have taget mange fotos mens det er sommer og der er blade på træerne. Derfor skal vi igang allerede i august med at fastlægge konkrete steder der skal beskrives.

Estimat

Konceptmateriale, udvikling	kr.	22.000,00
Layout, trykt udgave	-	25.000,00
Layout, webudgave	-	25.000,00
Programmering af web, 3 sprog	-	100.000,00
Programmering, smartphone, 3 sprog	-	100.000,00
Projektledelse	-	50.000,00
Ialt	kr.	322.000,00
Redaktionsmøde	kr.	33.000,00
Besøg, 100 steder	-	100.000,00
Tekst, 100 steder	-	100.000,00
Foto, 100 steder	-	50.000,00
Rentegning	-	100.000,00
Oversættelse	-	33.000,00
Ialt	kr.	322.000,00
Produktionsstyring	kr.	20.000,00
Pakning af dokument/klargøring til tryk	-	5.000,00
Tryk, 12+12 cm, 80 sider, 3 sprog, 100.000 ex.	-	250.000,00
Ialt	kr.	275.000,00
Total	kr.	919.000,00

Forudsætninger

Priserne skal betragtes som et estimat, der korrigeres når de endelige forudsætninger er fastlagt. Da omfanget af distributionskanaler ikke er fastlagt, er ovennævnte estimat excl. distribution og levering til distributionskanaler.

Samtlige priser er DKK og excl. moms.

Ole Konstantyner

Konstantyner Communication & Design