



I SAMTALE MED KØBENHAVN

EN KVALITATIV ANALYSE AF
BALANCEN MELLEM TURISME
OG HVERDAGSLIV I KØBENHAVN

I SAMTALE MED KØBENHAVN

– En kvalitativ analyse af balancen mellem turisme og hverdagsliv i København.

Rapporten er udarbejdet for Wonderful Copenhagen. 2018.

Analyse og tekst: Søren Møller Christensen, Christina Juhlin og Astrid Riffbjerg, carlberg | christensen.

Opsætning og grafisk bearbejdning: Isabella Marchmann Hansen.

Alle billeder og kortmateriale er udarbejdet af carlberg | christensen.

INDHOLD

INDLEDNING	1	KORTLÆGNING 2.2 - bevægelse og balance	15
FORMÅL	1	KORTLÆGNING 2.3 - overnatning og værtskab	17
METODE	1	KONKLUSIONER PÅ TVÆRS OG OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER	19
EMPIRI	2	FORSLAG	20
OPBYGNING AF RAPPORT	2		
DELANALYSE #1		DELANALYSE #3	
Status: Hvad siger de lokale om turismen i København?	4	Københavns kvaliteter og kvarterer	23
DELKONKLUSIONER	4	DELKONKLUSIONER	23
PERSPEKTIV	4	PERSPEKTIV	23
KORTLÆGNING 1	5	KORTLÆGNING 3	24
KORTLÆGNING 1.1 - Turismens bidrag til byen	5	KORTLÆGNING 3.1 - kvalitetskortlægning	24
KONKLUSIONER PÅ TVÆRS OG OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER	8	KORTLÆGNING 3.2 - kvartersportrætter	26
FORSLAG	8	Nørrebro	26
		Vesterbro	28
		Indre by	30
		Byens nye områder	32
DELANALYSE #2		KONKLUSIONER PÅ TVÆRS OG OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER	34
Synergier og konflikter mellem hverdagsliv og turisme	11	FORSLAG	35
DELKONKLUSIONER	11		
PERSPEKTIV	11		
KORTLÆGNING 2	12		
KORTLÆGNING 2.1 - oplevelser og forskellige måder at opleve byen på	12		

INDLEDNING

FORMÅL

Formålet med denne analyse er at opbygge viden om og komme med forslag til, hvordan turisme i København kan udvikle sig på en måde, der både er til glæde for turisterne og københavnernes. Derfor fokuserer analysens tre dele på:

- 1) De lokales opfattelser af turisme
- 2) Københavns kvaliteter set fra et lokalt synspunkt, og byens forskellige kvarterers forudsætninger for at udbrede oplevelsen af København for de rejsende
- 3) Konflikter og synergier i mødet mellem lokale og turister

Analysen er en del af et analyse- og udviklingsprojekt, som har til formål at skabe et nyt vidensgrundlag for udviklingen af Københavns turisme mod 2030. Analyserne i 10XCopenhagen anlægger tilsammen et helhedsperspektiv på København som destination og som by og sætter nye standarder for en sammenhængende tilgang til turisme-, destinations- og byudvikling. Nærværende analyse er et bidrag til denne samlede indsats.

METODE

Analysen er udført af analyse- og rådgivningsvirksomheden carlberg/christensen i tæt samarbejde med Wonderful Copenhagens analyseteam. Analysen er kvalitativ og baseret på et ønske om at få lokale i samtale om deres brug af byen samt deres møde med og opfattelse af turisme. Analysens metoder er derfor valgt ud fra 3 principper:

I SAMTALE: Analysen er baseret på samtaler fra gadeinterviews med lokale og turister over lokale fokusgrupper til ekspertinterviews.

DET STEDSSPECIFIKKE: Samtalerne har været afholdt forskellige steder på tværs af byens kvarterer med henblik på at forstå sammenhængen mellem steders forskellige identiteter og turismens påvirkning og potentiale.

DET TVÆRSEKTORIELLE: Endelig hviler analysen på et omfattende antal interviews med aktører i krydsfeltet mellem turismen og hverdagslivet. Disse aktører spænder bredt mellem lokale ildsjæle, repræsentanter for turismesektoren, byplanlæggere, arkitekter, kulturinstitutioner og kommercielle aktører. Rapporten henvender sig til dette tværsektorielle felt af aktører.

Wonderful Copenhagen er i besiddelse af rapportens appendiks, men af hensyn til beskyttelse af persondata vil appendiks for denne rapport ikke blive offentliggjort. Spørgsmål til appendiks kan rettes til Wonderful Copenhagens analyseafdeling.

EMPIRI

Baggrundsviden

Medieanalyser, kvantitative analyser og forskning udgør analysens kontekst og forståelse for problemfeltet, som dels er udgjort af mediernes stigende opmærksomhed på overturisme dels turismerelaterede analyser og forskningsprojekter, som tegner et billede af nye tendenser indenfor turisme.

→ **Desk research** internationalt

→ **Desk research** København

→ Øvrige **10X analyser**

→ **Turismerelateret forskning**

Stedsspecifikt feltarbejde

Det stedsspecifikke feltarbejde har til formål at komme tæt på den lokale opfattelse af turisme og forstå, hvordan den hænger sammen med de forskellige steder i byen.

→ **123 Gadeinterviews** med lokale

→ **32 Gadeinterviews** med grupper af turister

→ **Byrumsanalyse:** Observation og billeder

Dialoger

Workshops og dialoginterviews tager afsæt i et ønske om at inddrage både borgere og professionelle aktører, som ofte befinder sig udenfor turismens sædvanlige afgrænsning. Der har særligt været fokus på at arbejde i krydsfeltet mellem turisme, byplanlægning og borgerinddragelse. Valg af informanter til ekspertinterviews og -fokusgrupper er foretaget eksplorativt i forhold til undersøgelsens resultater. Særligt workshoppen med aktører på tværs af byudvikling og turisme, som fandt sted i begyndelsen af analyseprocessen, bidrog til at indkredse emner, som ekspertinterviews og -fokusgrupper senere er brugt til at opnå yderligere viden om.

→ **3 kvartersspecifikke workshops** med aktører fra forskellige dele af København (*samlet antal deltagere: 26*)

→ **1 workshop med aktører**, der arbejder på tværs af byudvikling og turisme (*samlet antal deltagere: 14*)

→ **8 ekspertinterviews** *

→ **1 fokusgruppe** med beboerforeninger og lokaludvalg i Indre By (*samlet antal deltagere: 11*)

→ **2 fokusgruppeinterviews** med Airbnb superhosts (*samlet antal deltagere: 22*)

→ **2 ekspertfokusgrupper** med repræsentanter fra turismeforskning og byplanlægning. **

→ **1 kvalificeringsworkshop** med Wonderful Copenhagen

OPBYGNING AF RAPPORT

Rapporten består af 3 delanalyser. Hver delanalyse er baseret på rapportens samlede empiri, men anvender empirien til at foretage 3 forskellige kortlægninger:

Delanalyse #1: Status: Hvad siger de lokale om turismen i København?

Delanalyse #2: Synergier og konflikter mellem hverdagsliv og turisme

Delanalyse #3: Københavns kvaliteter og kvarterer

DELANALYSE 1-3

INDLEDNING Hver delanalyse indledes med de konklusioner og det perspektiv, som delanalysen har ført frem til.

KORTLÆGNING Dernæst følger selve kortlægningen, som i rapporten er markeret med en grøn bjælke øverst på siden. Undervejs refereres til de bilag, hvor empirien kan findes.

DISKUSSION OG DELKONKLUSIONER Efter kortlægningen i hver delanalyse præsenteres en række konklusioner og opmærksomhedspunkter, som diskuterer kortlægningens empiri.

FORSLAG På baggrund af dette præsenteres en række konkrete forslag relateret til delanalysens strategiske forslag.

*

Jesper Hylidal, Københavns Kommune KKF
Mads Uldall, Kødbyen
Andreas Bonde Hansen, Professionshøjskolen Absalon
Hanne Nehmar, Your Best Destination Partner
Christer Bedgaard, La Banchina
Kasper Møgelvang, Orange Elevator
Tanya Lindkvist, DAC
Knud Foldschack, advokat for Christiania

**

Turismeforskning:
Jonas Larsen, Roskilde Universitet
Carina Ren, Aalborg Universitet

Byplanlægning:
Jesper Pagh, KADK
Tina Saabye, Københavns Stadsarkitekt
Poul Høilund, Norrøn
Marco Berenthz, Norrøn



DELANALYSE #1

STATUS: HVAD SIGER DE LOKALE OM TURISMEN I KØBENHAVN?

OPSUMMERING AF DELANALYSE 1

Delanalyse #1 giver et indblik i de overordnede årsager til, at turisme af størstedelen af de lokale opfattes som et positivt bidrag til byen. Desuden gives et indblik i de forbehold, som fører til, at især nogle områder af byen er præget af mere negative holdninger til turisme. Delanalyse 1 udgør desuden en overordnet status og indledning til de efterfølgende analyser.

DELKONKLUSIONER

- De lokale anser turisme for tæt integreret med byen, når de foruden økonomi angiver byliv og diversitet som turismens væsentligste bidrag til byen.
- De væsentligste årsager til negative opfattelser af turisme er, når koncentrationen bliver for høj og kvaliteten for lav. Dette opleves især i Indre By og på Christiania.
- Ofte er de negative opfattelser af turisme begrundet med strukturelle problemer fremfor mødet med den enkelte turist. Det indikerer et behov for et mere tværsektorielt turismesamarbejde, hvor blandt andet turismeerhvervet og byplanlægning skal gå sammen om at imødekomme nogle af de problemer, turisme opleves som en del af.

PERSPEKTIV

ARBEJD TVÆRSEKTORIELT

Hvis der fremadrettet skal arbejdes med at styrke københavnernes opfattelse af turisme, må tilgangen til turisme være tværsektoriel: Turisme påvirker mange forskellige sider af de lokales hverdagsliv, og løsningerne skal derfor ofte findes i et samarbejde mellem turismeerhverv og kommune. Turismeerhvervet kan i højere grad tage ansvar for, at de produkter, der udbydes, er i balance med hverdagslivet, og byplanlægningen kan i højere grad tænke turismen ind som en drivkraft, der kan være med til at skabe en god by af høj kvalitet.

KORTLÆGNING 1.1 - TURISMENS BIDRAG TIL BYEN

Mange respondenter svarer i gadeinterviews, at turisme er godt, fordi det gavner økonomien til Danmark, København og lokalområdet. De udsagn vidner om, at mange lokale vurderer turisme i en større sammenhæng fremfor blot igennem deres eget møde med turisme (se bilag 1A).

"Det er positivt at møde turister, og det giver penge i kassen. Så jo flere jo bedre!" – Respondent i Kgs. Have

Samtidig peger de lokale på, at turismens bidrag til byen kan gøres op i meget mere end blot økonomi. Mange respondenter sætter deres opfattelse af turisme i forhold til deres egen aktivitet som rejsende i andre byer (se bilag 1A). Der synes at være en bevidsthed om, at hvis vi selv er turister andre steder, må vi også byde turister velkommen i vores egen by.

"Vi rejser jo også selv ud! Turismen kan give et verdensperspektiv – København er jo en lille andedam!" – Samtale på Dronning Louises Bro

"Jeg elsker selv at rejse, så det skal andre selvfølgelig også have lov til." – Samtale på Tove Ditlevsens Plads

"Det er godt at tage venligt imod folk, så tager de forhåbentligt også venligt imod en, når man selv rejser ud." – Samtale i Kongens Have

Denne "noget for noget" holdning kan også forklares ud fra Københavns socio-økonomiske beboersammensætning, hvor mange har råd og overskud til at rejse og derfor kan sætte sig ind i turistens tilstand og behov. Dette kan ses som en væsentlig forklaring på københavnernes store opbakning til turisme og står i kontrast til eksempelvis sydeuropæiske storbyer med en mindre

ressourcestærk beboersammensætning, hvor kontrasten mellem turistens adfærd og dagliglivet er større med flere konflikter til følge.

Mange københavnere er desuden stolte over, at København er en by, andre ønsker at besøge. Flere nævner også det positive i at turister nyder ting, vi selv tager for givet ved byen (se bilag 1A).

"Når jeg viser folk rundt, ser jeg byen som meget pæn." – Samtale i H.C. Ørstedsparken

"Man er vært og bliver opmærksom på sin egen by på ny." – Samtale på Dronning Louises Bro

Turisme bidrager også til København ved at skabe mere diversitet i gadebilledet.

"Turisme er godt for en by, og det giver blandede mennesker. Vi lever i en global verden, så det er en illusion at ville vælge fra." – Samtale på Dronning Louises Bro

Svar, der handler om turismen som bidrag til byens diversitet og mangfoldighed, berører turismens sociokulturelle potentialer. Turisme er ikke blot kommerciel, men er også en kulturel åbning mod verden, som kan virke positivt tilbage på én selv. Dette mere ideologiske perspektiv på turisme pointeres både af lokale og turismeforskere i undersøgelsens empiri (se bilag 2).

KORTLÆGNING 1 STATUS: HVAD SIGER DE LOKALE OM TURISMEN I KØBENHAVN?

FORBEHOLD: KVALITET OG KONCENTRATION

Samtidig har de lokale nogle klare forestillinger om hvilke former for turisme, der bidrager positivt til byen og hvilke former for turisme, der ikke gør. Overordnet skelner lokale mellem den type turisme, som indpasser sig i hverdagens liv og den type turisme, som skiller sig ud fra byens hverdagsliv.

"Det er negativt, når turisterne bare skal 'tjekke steder af' og bevæger sig i store grupper. Men hvis folk kommer i mindre grupper og virker oprigtigt interesserede, så er det positivt." – Samtale på Københavns Hovedbanegård

Denne kvalitative forskel på turisme eksemplificeres på Christiania, hvor lokale repræsentanter fortæller, at fristaden oplever store problemer med guidede grupper, som ikke forstår at vise stedet frem på dets egne præmisser og som tjener penge på at vise store grupper rundt i Fristaden på måder, der ikke giver noget tilbage til stedet (se bilag 10). Holdningen på Christiania er, at der stadig er masser af plads til turisme – men ikke al slags turisme. På Christiania efterspørger man turister, som bruger penge, fordi de dermed giver noget tilbage til stedet, ligesom man sætter pris på turisten, der sætter sig ned og oplever stedet fremfor blot at blive guidet hurtigt igennem (se bilag 10 og 14).

"Vi vil gerne have gæster. Der er nemlig forskel på gæster og turister. Vi vil gerne have brugere, der bruger Christiania, hvor man drikker kaffe og spiser på restauranterne, køber lidt og deltager, hygger sig og tager det som en oplevelse. Men dem, der går ind i en strøm med en paraply med 50 mennesker i rumpen og tager selfies og hverken kigger til højre eller venstre, det gavner ikke os på nogen måde". – Rundvisergruppen på Christiania

De samme forbehold udtrykkes gennem interviews og workshops med Indre

Bys beboere, hvor det især er koncentrationen af turisme som gør, at der her er flere negative holdninger til turisme end i resten af byen.

"En ting er den enkelte turist, man møder, noget andet er masseturismen. Den kan man ikke håndtere: Den fylder meget. Det gælder grupper, der fræser igennem Nyhavn med 10, 20, 30 mennesker, der skal igennem ved hjælp af en turguide, og så går der tre sekunder, og så kommer den næste turguide med en flok." – Svend Hugo Madsen, Stræderne og Strøgets Beboerforening

I forlængelse af denne kvalitative skelnen viser undersøgelsens mange gadeinterviews, at der blandt de negative holdninger til turisme skelnes mellem den enkelte turist og turismeapparatet. Respondenter med negative holdninger til turisme opfatter oftest ikke mødet med den enkelte turist som et problem. I stedet er det turismeapparatet omkring turisten i form af blandt andet markedsføring, logistik og dårlig kvalitet, der kritiseres (se bilag 1A).

"Jeg er meget kritisk overfor de ting, vi stiller til rådighed for turisterne. Hvor er sammenhængen mellem det, København brandes for, og så for eksempel Strøget, især op mod Rådhuspladsen? Og hvad er det, vi viser turisterne på Rådhuspladsen?" – Samtale i H.C. Ørstedsparken

I Indre By opfattes turistbusser, som af beboere knyttes til særligt krydstogtturismen, eksempelvis som et udtryk for et turismeapparat, der kun tænker på at servicere turister uden at give noget tilbage til stedet (se bilag 6 og 10). Beboerforeninger og Indre By Lokaludvalg peger også på, at det politiske landskab uforbeholdent understøtter vækst i turisme, mens de lokale repræsentanter ser et behov for at begynde at regulere og lovgive ved at spørge mere kritisk til, hvad det er for en turisme, byen ønsker.

KORTLÆGNING 1 STATUS: HVAD SIGER DE LOKALE OM TURISMEN I KØBENHAVN?

DEN INTEGREREDE TURISME

Går på individuel opdagelse i byens daglige liv – og ofte også i byens mindre befærdede steder

Benytter lokale transportmidler

Bliver en del af byens liv gennem forbrug og deltagelse

(se bilag 1A og 10)

DEN SYNLIGE TURISME

Store grupper som fylder i gadebilledet
Turistbusser

Krydstogtskibe og menneskemængder som forbindes med krydstogtturisme

Turister som skiller sig ud ved ikke at kende lokal cykelkultur
Benytter sig af tilbud, som alene tjener turismesektoren

(se bilag 1A og 10)

KONKLUSIONER PÅ TVÆRS OG OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

I dette afsnit er københavnernes opfattelse af turisme blevet kortlagt. Overordnet set er opfattelsen meget positiv, og turisme ses som en aktivitet, der på mange måder beriger byen. Ser man mere specifikt på forbeholdene overfor turismen går disse ikke så meget på et ønske om mindre turisme, som på et ønske om mere kvalitet. Det er kombinationen af stor koncentration og oplevelsen af lav kvalitet, som fører til forbehold, snarere end det er den enkelte turist. Lav kvalitet og en høj koncentration af turister i enkelte områder tilskrives af mange beboere de strukturelle forhold, som styrer turismen (turismesektoren såvel som planlægningen af byen). Selvom københavnere altså overordnet mener, at turismen bidrager til byen på nogle ret væsentlige punkter – økonomi, byliv, diversitet – er der også nogle forbehold mod turisme som peger på turismeerhvervets ansvar for at de produkter, der udbydes, har respekt for hverdagen, og på at politikere udstikker retningslinier for kvaliteten. At der stadig er overvejende positive holdninger til turismen er Københavns momentum til at arbejde proaktivt med de lokales forbehold.

PERSPEKTIV

ARBEJD TVÆRSEKTORIELT

Hvis der fremadrettet skal arbejdes med at styrke københavnernes opfattelse af turisme, må tilgangen til turisme være tværsektoriel: Turisme påvirker mange forskellige sider af de lokales hverdagsliv, og løsningerne skal derfor ofte findes i et samarbejde mellem turismeerhverv og kommune. Turismeerhvervet kan i højere grad tage ansvar for, at de produkter, der udbydes, er i balance med hverdagslivet, og byplanlægningen kan i højere grad tænke turismen ind som en drivkraft, der kan være med til at skabe en god by af høj kvalitet.

FORSLAG:

LÆR FRA CHRISTIANIA: TVÆRSEKTORIELLE LØSNINGER

Der er selvfølgelig flere forhold, som adskiller Christiania fra den øvrige by: Der bor relativt få mennesker, Christiania er en fristad med lovmæssig forpligtelse om åbenhed, og den fysiske struktur gør grænserne mellem inde og ude, offentligt og privat, mere flydende. Men som en af byens største attraktioner, har det betydning for hele byen, hvis turismen på Christiania genererer lokal modstand og ringere oplevelses- og livskvalitet. For at håndtere dette har Christiania en række løsningsforslag, som kan være til inspiration for hele byen. Målet er ikke at begrænse turisme, men at forpligte den på at give noget tilbage til stedet.

- Christiania stiller forslag om at den kommercielle turisme (som kommer med guide organiseret af incoming bureauer og lignende) giver tilbage til lokalsamfundet gennem socialøkonomiske tiltag, så den kommercielle turisme understøtter stedets udvikling. Overført til hele byen kunne det betyde, at kommercielle turismeaktører skulle bidrage til det lokale ved eksempelvis at købe lokale produkter og samarbejde med socialøkonomiske virksomheder forankret i stedet.
- Christiania stiller forslag om at arbejde med adfærdsregulerende tiltag i det byggede miljø, som gør det lettere for turister at navigere mellem offentligt og privat, attraktion og hverdagsliv, gennemfart og ophold, eksempelvis ved at bruge farvede zoner og forskellig belægning. Overført til hele byen kunne sådanne adfærdsregulerende tiltag på steder med stor koncentration af både turister og lokale afhjælpe konflikter omkring forskellige tempi på cykelstier, larm fra natteliv i små beboelsesgader, eller store flows af mennesker på smalle passager.
- Christiania stiller forslag om at informere bedre om stedet på stedets egne præmisser. Hvis Christianitterne kan genkende deres bydel i markedsføringen, kan der opbygges større ejerskab til Christiania som

- attraktion, og turister får en oplevelse, der i højere grad er i overensstemmelse med deres forventninger. Overført til hele byen ville det betyde, at markedsføringen af de enkelte kvarterer og attraktioner i København skal udvikles med de lokale for at sikre sig, at de lokale kan understøtte de historier, byen bliver solgt på.
- Christiania ønsker at implementere de ovenstående forslag i forpligtende partnerskaber mellem Københavns Kommune, Wonderful Copenhagen og Christiania. Bag dette ønske ligger en tilgang til turisme som et tværsektorielt felt, hvis udfordringer ikke kan løses af enkelte aktører alene. Overført til hele byen betyder det en ny tilgang til turisme, hvor forskellige parter med hver deres interesser forpligtes til at samarbejde.

FORSLAG:

SÆT TURISME IND I EN STØRRE SAMMENHÆNG

At turisme opleves mere negativt i Indre By og på Christiania end i resten af byen peger på, at den generelle opbakning til turisme skal ses i lyset af, at enkelte steder i byen oplever et større pres end resten af byen. Selvom den positive opbakning statistisk set fylder mest, er der altså grund til at fokusere løsninger ud fra de negative opfattelser, som analysen indkredser.

- Turismesektoren kan gå forrest i tværsektorielle løsninger på nogle af de problemer, som rækker udover turisme, men som ofte angives som årsagen til negative opfattelser af turisme: Eksempelvis natteliv, bus- og cykeltrafik. Ved at anerkende turismens andel i disse problemer, men samtidig sætte dem ind i en større sammenhæng gennem samarbejde, kan mange konflikter imødekommes.
- I forlængelse af københavnernes positive opfattelser af turisme, kan kommunikation af turismens positive indflydelse på byen bredes ud til i højere grad at omfatte turismens positive kulturelle effekter i form af eksempelvis det kulturliv og den diversitet, turisme er med til at opretholde. Samtidig er det vigtigt at markedsføringen af byens forskellige kvaliteter og kvarterer stemmer overens med lokales egne opfattelser af deres by; eksempelvis ønsker Christiania at blive markedsført mindre, mens Nørrebro gerne vil bruge turisme til at gøre op med et delvist blakket ry.



DELANALYSE #2

SYNERGIER OG KONFLIKTER MELLEM HVERDAGSLIV OG TURISME

OPSUMMERING AF DELANALYSE 2

Delanalyse #2 bruger rapportens samlede empiri til at kortlægge synergier og konflikter mellem turisme og hverdagsliv i København.

DELKONKLUSIONER

- Turister og lokale har mange behov og typer af adfærd til fælles og kan dermed dele mange af byens funktioner, som på nuværende tidspunkt er adskilte.
- Den turisme, der fungerer adskilt fra byens hverdag, opfattes mere negativt end den, der indpasser sig naturligt i byens hverdagsliv.
- I nogle tilfælde er det dog netop turisternes forsøg på at indgå i hverdagslivet – for eksempel ved at cykle eller bo privat – som fører til konflikter, hvorfor det er vigtigt at forstå, hvornår tipping points mellem det delte og det adskilte indtræffer, så synergier bliver vendt til konflikter.

PERSPEKTIV

SØG FLERE DOBBELTFUNKTIONER

I stedet for at have to parallelle systemer – et til turister og et til københavnere – kan der skabes flere koblinger mellem de to. Det kan både styrke københavnernes hverdagsliv og turisternes oplevelse af København.

KORTLÆGNING 2.1 - OPLEVELSER OG FORSKELLIGE MÅDER AT OPLEVE BYEN PÅ

Hvad betyder byens oplevelser for mødet mellem turister og lokale, og hvornår fører byens oplevelser til henholdsvis konflikter og synergier? Kortlægningen af oplevelser dækker over byens attraktioner og byliv samt måder at opleve byen på.

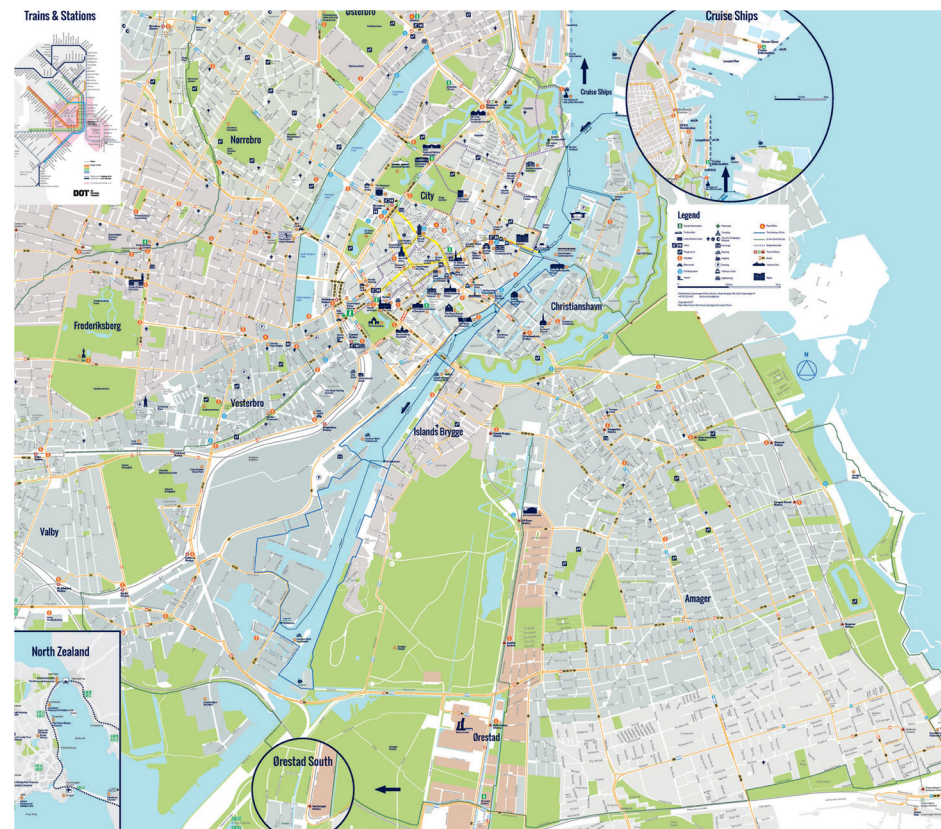
GEOGRAFISK KONCENTRATION AF OPLEVELSER

Kortlægning af den officielle digitale markedsføring af København samt tilgængeligt kortmateriale på turistinformationer viser, at Indre By i høj grad fremhæves for sine topattraktioner. Markedsføringen af brokvartererne er i højere grad baseret på identitet og stemningsbaserede kvaliteter.

"Rækken af oplevelser i Indre København er lang, uanset om du er i hovedstaden på herre- eller tøjsetur, med eller uden børn, ung eller gammel. Der er masser af attraktioner, seværdigheder, sightseeingmuligheder, museer i Københavns historiske centrum. Vi har udvalgt en række af dem her." – Visit Copenhagen 2018

"Det gamle arbejderkvarter summer af god stemning og sjæl, og særligt i weekenderne hersker der en løssluppen men god stemning omkring Nørrebro's barer og spisesteder. Op ad de kulørte bygninger vokser der planter, og den særlige Nørrebrostemning skinner stærkt igennem hvorend du går. Spadser en tur i den hyggelige Assistens kirkegård, Superkilen eller i Nørrebroparken og se hvad vi mener." – Visit Copenhagen, 2018

Til både lokale workshops og fokusgruppeinterviews med Airbnb-superhosts efterspørgeres mere dynamiske fortællinger om byens enkelte kvarterer og desuden officielle bykort for hvert af byens kvarterer. De efterspørger, at byens radius bliver gjort større (se bilag 5D).



Det officielle kort over København, som turisterne finder på Københavns Turistinformation, er finansieret af de attraktioner, som er fremhævet på kortet. Dermed fremhæves mindre - og mere lokale - kulturinstitutioner eller oplevelser ikke. Kortets måde at kommunikere byens attraktioner fremmer derfor koncentrationen af turister i især Indre By.

KORTLÆGNING 2 SYNERGIER OG KONFLIKTER MELLEM HVERDAGSLIV OG TURISME

Workshops med blandt andet kulturaktører fra lokalområderne Nørrebro og Vesterbro viser, at de gerne vil tiltrække flere turister, men at de mangler viden om og ressourcer til at markedsføre sig overfor turister. De lokale kulturaktører udtrykte desuden ønske om i højere grad at bidrage til formidlingen af deres lokalområde, og blive inddraget i en strategisk udvikling af turisme i retning af brokvartererne (se bilag 9). På Nørrebro udtaler Kulturcenteret ASSISTENS eksempelvis, at de gerne vil fungere som en lokal turistinformation, der sender turister videre ud i lokalområdet. For de små kulturaktører er det desuden vigtigt at fungere som en lokal garant for, at den type turisme, der kommer til deres lokalområde, sker med respekt for stedets identitet og de lokale beboere.

OPLEVELSERS BETYDNING FOR BYLIV OG BYUDVIKLING

Samtaler med københavnere viser, at en af turismens positive effekter på byen er det byliv, som turismen bringer til byen, når de oplever og nyder byen (se bilag 1 og desuden kortlægningen af årsager til positive opfattelser af turisme i delanalyse 3.).

Turismeforskere Jonas Larsen (RUC) og Carina Ren (AAU) peger på at meget af det, de lokale holder af i København, er biprodukter af turismen (fx Torvehallerne, Kødbyen, Tivoli). Byudviklingseksperter peger ligeledes på, at turisme kan være med til at indfri ønsker for byens udvikling, blandt andet ved at understøtte udviklingen af nye byområder og infrastrukturelle tiltag (se bilag 2 og 4).

Kvartersspecifik workshop for byens nye områder samt workshop om byens overordnede strategiske udvikling peger på forskellig vis på, at tilstedeværelsen af lokale som regel er et kvalitetsstempel for turister, mens stor popularitet blandt turister kan gøre, at steder for lokale mister deres værdi eller lokale charme (se bilag 7 og 8).

"Papirøen blev et tilløbstykke, hvilket betød vi i højsæsonen kunne have mangel på siddepladser, hvilket måske havde en indflydelse på, om de lokale tog ud til os eller valgte at tage et andet sted hen. Turisterne kom hele året uanset - der er ingen tvivl om at turisterne gerne vil opleve det lokale og møde de lokale." – Maja Tini Jensen, Copenhagen Street Food

Til workshops med beboere i især Indre By udtrykkes bekymring for, at attraktioner/steder, der primært bruges af turister, tager plads fra byens lokale (fx Langelinie og massiv hoteludbygning) (se bilag 6 og 10).

FORSKELLIGE MÅDER AT OPLEVE BYEN PÅ

I et interview med turismeforskere Jonas Larsen (RUC) og Carina Ren (AAU) påpeges det, at København kan ses som en fritidsby, og at københavnere i stigende grad har en "turist-praksis" i egen by: Vi bruger byens parker, madmarkeder, caféer, gode restauranter og byens butiksliv. Denne måde at bruge byen på skaber en potentiel synergi med turisternes måde at bruge København. Samtidig har mange københavnere også selv et mobilt liv, hvor de ofte er turister andre steder. De har dermed en forståelse for turistens behov. Dette synspunkt ses også i andre samtaler med lokale:

"Københavnerne er blevet mere ligesom turisterne selv, fordi de også indtager kunst- og kulturlivet. Derfor virker turismen ikke så massiv" – Samtale på Nørrebrogade

"Vi er alle sammen blevet mere turister i livet, end vi var for nogle år tilbage. Vi får lov til at smage lidt af mange forskellige ting i vores liv: Vi har adgang til alt fra slummen til en penthouse-lejlighed, fordi vi har Airbnb. Det er en anden måde, vi agerer i verden. Det gør vi som danskere, men det er der rigtig mange mennesker rundt omkring i hele verden, der også gør" – Respondent til lokal workshop

KORTLÆGNING 2 SYNERGIER OG KONFLIKTER MELLEMLIV OG TURISME

Trods dette er der selvfølgelig en række forskelle på turistens og den lokales adfærd i byen. Gadeinterviews peger på det klassiske turistkort, sproget, tempoet og rullekufferter samt guidede grupper som eksempler på, hvordan turisterne skiller sig ud, når de oplever byen. Samtidig viser interviews, at mange lokale peger på den "gode turist" som den turist, de næsten ikke

opdager; som ikke skiller sig ud og som har aflæst de lokale normer (se bilag 1 og kortlægning 1).

"De fylder for meget og kommer i store grupper og larmer. De passer ikke ind."
– Samtale til Indre By fokusgruppeinterview

SYNERGIER OG KONFLIKTER FORBUNDET MED OPLEVELSER

KONFLIKTER	SYNERGIER
Koncentration af attraktioner i Indre By	Lokale kulturaktører vil gerne være med til at udbrede turismen
Popularitet blandt turister kan ødelægge oplevelsen for de lokale	Turisme opretholder byliv og relaterede aktiviteter: Caféer, madmarkeder, butikker
Turisters brug af byen tager fysisk plads fra lokal brug/hverdagsaktiviteter	Københavnerne fritidsbrug af byen

KORTLÆGNING 2.2 - BEVÆGELSE OG BALANCE

Hvad betyder byens bevægelse for mødet mellem turister og lokale, og hvornår fører bevægelse til henholdsvis konflikter og synergier? Kortlægningen af bevægelse dækker over bevægelsen rundt i byen via byens infrastruktur samt balancen i bevægelsen mellem byens forskellige dele.

KONCENTRATION AF BEVÆGELSE

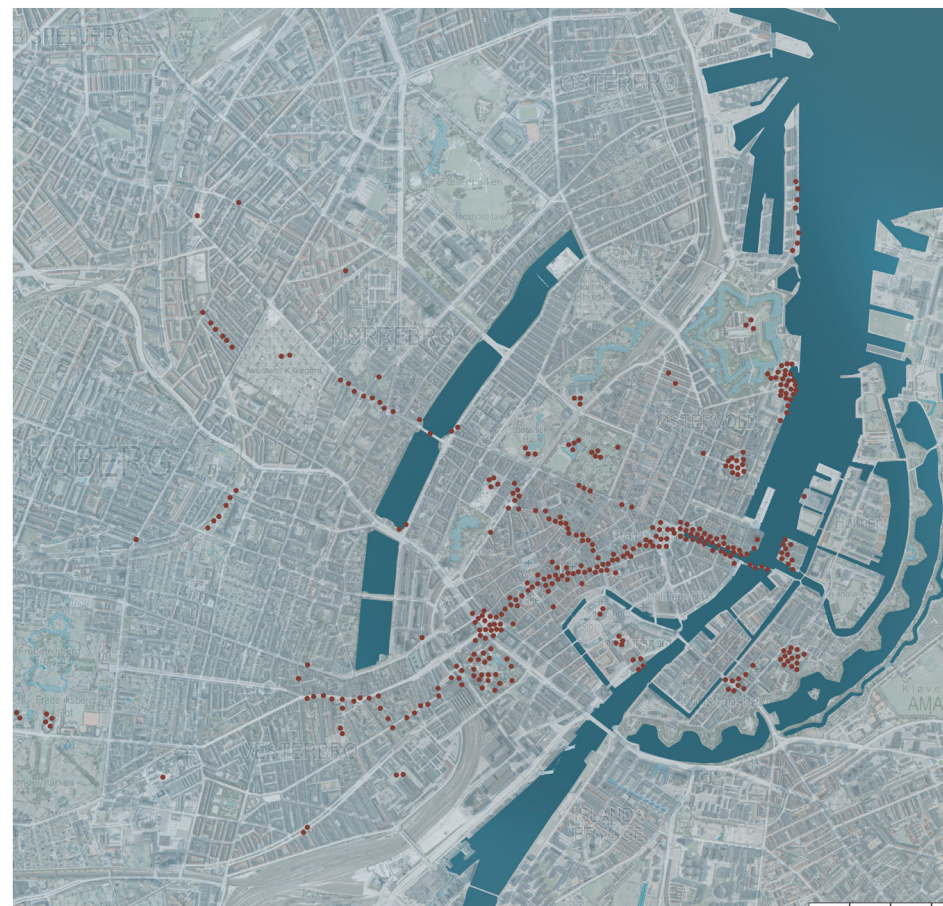
Kortlægning af turisternes bevægelse i København viser en stor koncentration af turister omkring Strøget, Nyhavn og Københavns Havn. Der er dog afvigelser, som vidner om en stigende interesse for især Nørrebro og Vesterbro.

Interviews med turister viser, at de fleste turister går langt i løbet af deres dag i København. De viser dog også, at turisterne går langt indenfor et relativt begrænset område, der stort set udgøres af Indre By (se bilag 12).

Gadeinterviews med lokale peger på, at en af Københavns største kvaliteter er byens overskuelige størrelse. Denne oplevede kvalitet ved byen har betydning for bevægelse og balancen mellem byens forskellige kvarterer, da den potentielt betyder, at man nemt kan færdes på tværs af hele byen (se bilag 1).

MØDET I BEVÆGELSE

Gadeinterviews og lokale workshops viser, at trafik fylder meget i de lokales bevidsthed, når de skal angive årsager til konflikter mellem turister og lokale (se bilag 1 og 7-10).



Kortet er baseret på gadeinterviews hvor lokale er spurgt, hvor de møder turister i deres hverdag og hvilke steder i byen, de associerer med turisme (se bilag 1C) og på turistinterviews, hvor turister er spurgt til hvilke steder de har besøgt eller planlægger at besøge i løbet af deres tid i København (se bilag 12). Empirien viser overordnet et sammenfald mellem de steder, turisterne benytter, og de steder, de lokale associerer med turisme.

KORTLÆGNING 2 SYNERGIER OG KONFLIKTER MELLEM HVERDAGSLIV OG TURISME

Gadeinterviews med lokale viser desuden, at mødet med turisme ofte sker i bevægelse gennem byen på byens cykelstier eller fortove, og at turismen bliver synlig for lokale gennem dens transportmidler. Ofte nævnes krydstogtskibe og sightseeingbusser og andre private busser som infrastruktur, hvor turismen skiller sig ud fra den øvrige by (se bilag 6 og 10).

Både Indre By fokusgruppe-interview og den kvarterspecifikke workshop med repræsentanter fra Indre By viser desuden, at det genererer negative opfattelser blandt lokale, når turismens infrastruktur er adskilt fra den lokale infrastruktur (se bilag 6 og 10).

"Hvorfor skal turisterne bevæge sig som konger, når jeg ikke kan?" – Beboer i Indre By

Indre By fokusgruppeinterview og workshop peger på, at turistbusser belaster de små gader i Indre By og opleves som en stor forureningskilde. Beboere forbinder i høj grad disse busser med krydstogsturisme, selvom andre kilder viser, at der findes mange private busaktører, som ikke er knyttet til krydstogsturismen.

"Vi kan stille krav til kvaliteten. Hvorfor skal turistbusserne overhovedet bevæge sig ind i Nørregade? Byen er jo så lille." – Beboer i Indre By

BEVÆGELSE SET SOM CYKELKULTUR

Cykelkultur er en af de største konflikter og årsag til forbehold i københavnernes møde med turisme, som oftest nævnes af de samme respondenter, som ellers er positivt indstillede overfor turisme. Dog er det værd at bemærke, at mange af de respondenter, der nævner turister på cykelstierne som et problem, også værdsætter turisternes indsats på cykelstierne:

"Turisterne kan være respektløse og irriterende på cykelstierne. Men respekt for at de tør!" – Samtale på Israels plads

"Jeg har generelt en positiv opfattelse af turisme og glæder mig over, at sæsonerne er blevet så lange i København. Men jeg kan godt blive irriteret på cykelstierne – det bliver jo nærmest farligt!" – Samtale på Nørrebrogade

Konflikter er ofte knyttet til, at turister og lokale har forskellige tempi såvel som vaner på cykelstierne. I områder med mange turister beretter lokale om frustrationer, der bunder i forskellen på at bruge cykelstierne funktionelt og rekreativt (se bilag 1 og 6).

SYNERGIER OG KONFLIKTER FORBUNDET MED BEVÆGELSE

KONFLIKTER	SYNERGIER
Koncentration af turister i Indre By	Turister er villige til at gå langt til fods
Særskilt turismetransport gør turismen synlig og opleves mere belastende	København opleves som en overskuelig by med små afstande
Turister bruger cykelstierne til at se og opleve, mens københavnernes vil fra a til b	

KORTLÆGNING 2.3 - OVERNATNING OG VÆRTSKAB

Hvad betyder turistens overnatningsvalg for mødet mellem turister og lokale, og hvornår fører overnatning til henholdsvis konflikter og synergier? Kortlægningen af overnatning dækker over forskellige overnatningsformer og det værtskab, der er knyttet til disse.

KONCENTRATION VS. SPREDNING AF OVERNATNINGSSTEDER

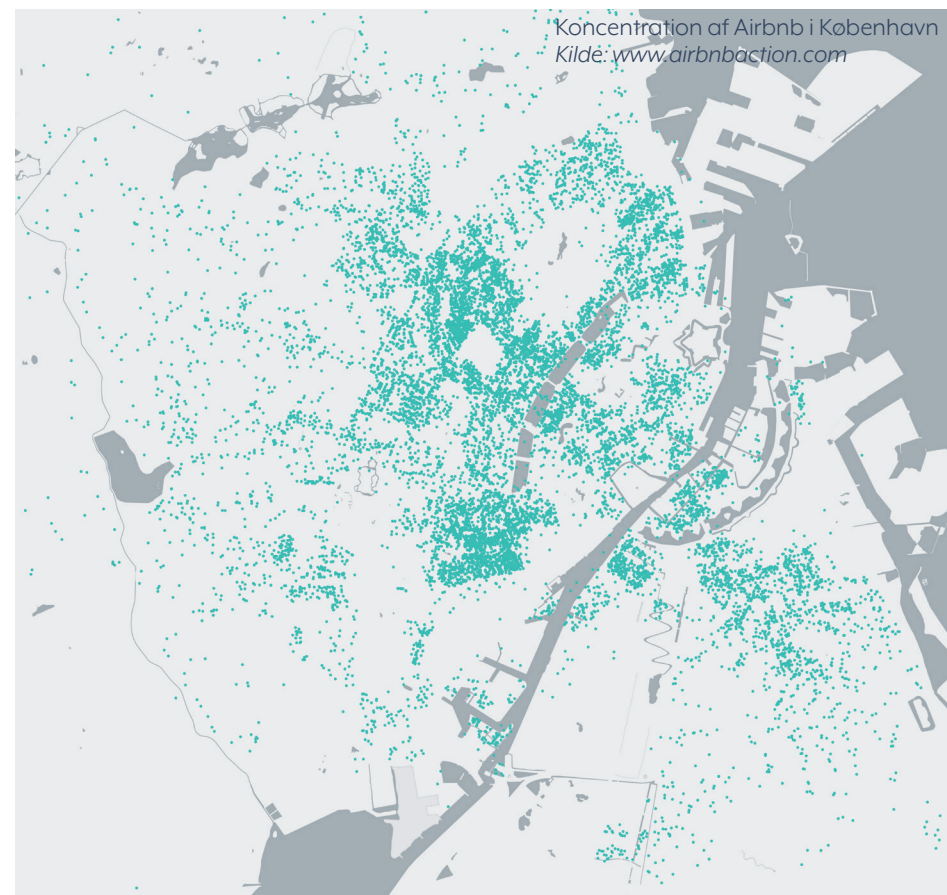
Kortlægning af placeringen af hoteller i København viser, at hotellerne i høj grad er koncentreret omkring de samme steder. Fokusgruppe-interview med byplanlæggere påpeger, at denne udvikling fortsætter og er med til at fastholde turisterne i de samme områder af byen fremfor at fordele dem mere strategisk via hotelplacering (se bilag 4).

SAMMENHÆNG MELLEM OVERNATNINGSSTED OG ANBEFALINGER

Workshop med Airbnb-superhosts peger på, at Airbnb ikke bare giver en anden måde at bo på, men også en anden måde at opleve byen på. De adspurgte Airbnb superhosts går i højere grad end adspurgte hotelreceptionister op i at bruge lokalområdet i deres anbefalinger. Airbnb superhosts peger på, at deres gæster, på grund af værternes anbefalinger, også bruger lokalområdet fx grønthandleren og cykelhandleren, og dermed bidrager til lokal økonomi (se bilag 5C og 17).

"Jeg plejer at anbefale mine gæster at søge væk fra Strøget, væk fra Pusherstreet, og opleve byens andre sider." – Airbnb Superhost

"Efterspørgslen efter hverdagslivet opstår, fordi gæsterne bor i Airbnb. De laver for eksempel mad i køkkenet og har brug for et supermarked at handle i". – Airbnb superhost



En kortlægning af placeringen af Airbnb lejligheder viser, at Airbnb medfører en geografisk spredning af turisme, hvilket modvirker koncentrationen af turisme. Konsekvensen er dog, at Airbnb fører turismen så tæt på hverdagslivet, at det kan opleves som en invasion af dagligdagen. Dette kommer som oftest til udtryk i irritation over støj (se bilag 1 og 5).

KORTLÆGNING 2 SYNERGIER OG KONFLIKTER MELLEMLIV OG TURISME

"Jeg plejer at anbefale Nyhavn, Amalienborg, Den Lille Havfrue, Rosenborg, Christianshavn, Christiania, Middelalderbyen og Tivoli. Men jeg anbefaler dem også at gå rundt om Søerne, det gør jeg selv" – receptionist, hotel Indre By

"Der er en del der kommer med blank tavle og ikke ved, hvad de skal lave. Så plejer vi at sende dem med Hop on Hop of busserne" – receptionist, hotel Indre By

Airbnb superhosts påpeger, at nogle af de ting, der udgør store kvaliteter i København – loppemarkeder, festivaler, midlertidige byrum – er svære for turismesektoren at markedsføre, fordi de ændrer sig, og oftest er initieret af lokale, der ikke tænker deres events ind i en turismesammenhæng. For at indfange disse oplevelseskvaliteter ved byen peger Airbnb superhosts på behovet for mere dynamiske måder, at fortælle om byen, og desuden efter-spørger de officiel markedsføring, der går tættere på byens enkelte kvarterer (se bilag 5C og 5D).

SYNERGIER OG KONFLIKTER FORBUNDET MED OVERNATNINGSFORMER

KONFLIKTER	SYNERGIER
Koncentration af hoteller i Indre By	Airbnb medfører en spredning af turisme og modvirker dermed koncentrationen
Airbnb fører turisme ud i områder, der ikke er vant til turisme	Airbnb medfører mere personlige og nuancerede anbefalinger
Airbnb skepsis kan smitte af på generel turisme-opfattelse	Hoteller kan i højere grad knyttes til lokalområdet ved at lade sig inspirere af den måde, Airbnb laver anbefalinger rettet mod lokale oplevelser

KONKLUSIONER PÅ TVÆRS OG OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

På tværs af de tre kategorier OPLEVELSER, BEVÆGELSE OG OVERNATNING indikerer analysen, at turister og lokale deler mange behov og ønsker i måden, de bevæger sig og oplever på, mens overnatning af naturlige årsager ofte fungerer adskilt i henholdsvis boligen og hotellet. Airbnb udgør dog en undtagelse, fordi den bringer turister ind i københavnernes hjem og tæt på naboernes daglige gøremål, hvor den til gengæld potentielt udløser andre konflikter.

I nogle tilfælde er det netop turisternes forsøg på at indgå i hverdagslivet – for eksempel ved at cykle eller bo privat – som fører til konflikter. Kortlægningen viser, hvordan det at bringe turisme og hverdagslivet tæt på hinanden både kan føre til konflikter og synergier. Overordnet viser synergierne dog, at der i de fleste tilfælde kan være fordele i at tænke byen mere dobbeltfunktionelt: I stedet for at have to parallelle systemer – et til turister og et til københavnere – kan der skabes nye koblinger mellem de to. Det kan både styrke københavnernes hverdagsliv og turisternes oplevelse af København. Især i forhold til bevægelse er der umiddelbart mange konflikter, der kan vendes til synergier, ved at samtænke turistens og lokales behov. I realiseringen af en mere dobbeltfunktionel by er det dog vigtigt at være opmærksom på tipping points, hvor potentielle synergier bliver til konflikter, eksempelvis når turister gerne vil cykle, men hvor det ønske skaber kompromisser for københavnernes funktionelle hverdagsliv. Ligeledes er det vigtigt at være opmærksom på, at den stigende interesse for lokale oplevelser og steder ikke fører til, at oplevelserne forladiges, og at de lokale føler, at de mister tilhørsforholdet til deres parker, caféer, legepladser og kulturhuse. Målet må være, at de lokale oplever turisme som et positivt bidrag til lokalområdet.

De præmisser, lokale opstiller for god turisme – den individuelle, opsøgende turist, som ønsker at lære lokallivet at kende – bliver således til en vis grad opfyldt af den turist, som vælger at bo privat, mens denne overnatningsform også medfører en række konflikter i forbindelse med hverdagslivet.

Dette efterlader et stort potentiale for byens hoteller i at indfri nogle af de synergier, der er knyttet til Airbnb, men samtidig bevare en funktionel adskil-

lelse, som nogle lokale sætter pris på.

PERSPEKTIV

SØG FLERE DOBBELTFUNKTIONER

I stedet for at have to parallelle systemer – et til turister og et til københavnere – kan der skabes større koblinger mellem de to. Det kan både styrke københavnernes hverdagsliv og turisternes oplevelse af København.

FORSLAG:

SKAB BYUDVIKLING GENNEM DOBBELTFUNKTIONALITET

For at indfri synergier i turisters og lokales måder at opleve byen på, er det oplagt i højere grad at tænke turisme som en integreret del af byens udvikling og borgernes hverdagsliv. De københavnere, der er positive overfor turisme, ser især turismens bidrag til byens liv som værdifuld. Samtidig nyder lokale i deres fritid også at bruge byen på måder, der minder om turisternes brug af byen. Der er derfor stort potentiale i at bruge turismen strategisk til at udvikle byen og dens oplevelser.

- Turisme kan i højere grad tænkes ind i udviklingen af nye byområder og bidrage med byliv og udgøre grundlaget for butikker og caféer i boligkvarterer.
- Turisme kan tænkes ind som løftestang i områder af byen, der af forskellige årsager har behov for at blive løftet, for eksempel ved at placere turismerettede attraktioner eller events i disse områder (fremfor at placere dem i områder, der i forvejen har stor koncentration af turisme).
- Københavns attraktioner skal så vidt muligt skabe en dobbelt-funktionel appel til både lokale og turister. Især de mindre attraktioner kan med fordel understøttes via blandt andet hjælp til markedsføring. Mange små kulturinstitutioner har potentiale til at give turister en lokal oplevelse af eksempelvis brokvartererne, men mangler foruden ressourcer til markedsføring også viden om hvordan de kan rette deres aktiviteter mere mod turister.

FORSLAG:

SKAB DOBBELTFUNKTIONALITET I BYENS TRANSPORT

Transport som centralt konflikt punkt mellem lokale og turister kan imødekommes ved i højere grad at tænke byens infrastruktur dobbeltfunktionelt: Hvis både turister og lokale kan bruge de samme busser, havnebåde og cykelstier, og hvis denne infrastruktur planlægges med henblik på en dobbeltfunktionalitet, der imødekommer lokale og turisters behov på lige fod, kan København foregribe det konflikt potentiale, der ligger i den københavnske trafik. Cykelkultur er desuden et af Københavns største brands, og derfor er det afgørende at arbejde for at bevare københavnernes opbakning til cyklende turister.

- Havnen er et vigtigt funktionelt og rekreativt byrum for både lokale og turister. Der ligger et potentiale i at tænke dobbeltfunktionalitet hvad angår transporten på vandet, som både vil indfri havnen som rekreativt rum og funktionelt hverdagsrum.
- I lyset af at cyklen er et af Københavns største varemærker, og samtidig et vigtigt element af københavnernes hverdag, ligger der et stort potentiale i at vende konflikt til synergi ved at stille skarpt på de steder i byen, hvor cykelstierne er under pres og ved at sætte yderligere fokus på at rådgive turister om, hvordan de færdes på cykel.
- Den eksisterende offentlige transport i København kunne i højere grad samtænkes med turismens behov for eksempelvis transport af krydstogtgæster og andre sightseeing-behov. Denne omstilling involverer blandt andet en offentlig transport, som i højere grad er tilgængelig for turister i form af sprogversionering, nem adgang til billetter og oplevelser målrettet. Det kunne skabe flere alternativer til private busser og tage presset fra nogle af de områder af byen, som er belastede af private turistbusser. I denne forbindelse rummer de nye metrolinjer stort potentiale.

FORSLAG: SKAB DOBBELTFUNKTIONALITET I BYENS HOTELLER

Analysen viser, at Airbnb har nogle interessante effekter i forhold til geografisk spredning og personligt værtskab, som medvirker til at skabe flere af den slags turistoplevelser, lokale definerer som 'god turisme' – en integreret, nysgerrig og individuelt præget turismeoplevelse. Ved at tænke dobbeltfunktionelt i forhold til byens hoteller kan hotellerne i højere grad være med til at rykke forholdet mellem delte og adskilte praksisser turister og lokale imellem. Hoteller har store potentialer for at bidrage til en mindre opdelt by, som dog ikke kommer helt så tæt på, som når overboens lejlighed lejes ud på Airbnb. Der ligger derfor en stor synergi indenfor overnatning, som både turister, lokale og erhvervet kan drage fordel af, hvis hoteller kan tage Airbnb's personlige værtskab og forankring i det lokale på sig. Der findes eksempler på hoteller i København, som åbner sig op mod lokalområdet: Steel House har en bar og sociale aktiviteter, som både henvender sig til deres egne gæster og lokale, ligesom hotellet er fysisk åbent på gadeniveau. På Comwell har man taget initiativ til at stille lokaler til rådighed til åbne kontorpladser for blandt andet lokale freelancere.

- Der er behov for at udvikle metoder til, hvordan hoteller kan indgå i lokalområdet ved 1) at stille funktioner og rum til rådighed for lokale initiativer, 2) at indgå konkrete samarbejder med lokale erhvervsdrivende, 3) at åbne hotellet fysisk op mod lokalområdet 4) at udvikle et større kendskab til det lokale og bruge det i anbefalinger til turister. Der kan være værdi i at foretage en international best-practice undersøgelse af hoteller, men også af øvrige turismetiltag, som har haft succes med at skabe lokal forankring.
- Også placeringen af byens fremtidige hoteller kan med fordel tænkes ud fra en idé om dobbeltfunktionalitet, for eksempel ved at hoteller placeres strategisk i nye byområder, der har brug for et større flow af mennesker, mødesteder og økonomi og dermed grundlag for øvrigt erhverv, eller hvor et hotel kan medvirke til en transformation af stedets identitet.



Admiral Hotel

DELANALYSE #3

KØBENHAVNS KVALITETER OG KVARTERER

OPSUMMERING AF DELANALYSE 3

Delanalyse #3 anvender analysens samlede empiri til at kortlægge Københavns kvaliteter (byens DNA) – både byen som helhed og et udvalg af forskellige kvarterer – samt disse kvarterers forskellige forudsætninger for at indgå i en balanceret udvikling af turisme i København. Delanalyse #3 består først af en kvalitetskortlægning, dernæst af en række empiriske kvartersportrætter.

Københavns kvaliteter er indkredset ved at spørge lokale dels i gade-interviews dels i en kvalitetskortlægning foretaget til en workshop med Airbnb superhosts. Respondenterne er blevet spurgt, hvad de opfatter som byens største kvaliteter, og hvor disse kvaliteter kan opleves (se bilag 1B, 5B og 18). Desuden er der foretaget et mindre antal interviews med turister om, hvad de opfatter som Københavns kvaliteter (se bilag 12). Denne empiri fremgår af den følgende kvalitetskortlægning.

Derudover undersøger kortlægningen de specifikke kvaliteter i en række udvalgte kvarterer: Nørrebro, Vesterbro, Indre By og Byens nye områder. Denne empiri er indsamlet via stedsspecifikke gadeinterviews og workshops med lokale aktører (se bilag 1B og bilag 8-10.) Empirien bruges desuden til at vurdere hvert kvarters forudsætninger for at spille en større rolle i den københavnske turisme ved blandt andet at fremhæve udsagn om den lokale opfattelse af turisme samt ønsker for turismens udvikling og fremtidige rolle i kvarteret. Denne empiri fremgår af de efterfølgende kvartersportrætter.

DELKONKLUSIONER

- Selvom de lokale respondenter oftest fremhæver Indre By, når de skal udpege Københavns største kvaliteter, viser analyserne på kvartersniveau, at den samme type kvaliteter vil kunne genfindes i byens øvrige kvarterer.
- Koncentrationen af turisme i Indre By har for lokale beboere en markant betydning for kvaliteten af hverdagslivet.
- De enkelte kvarterer rummer forskellige forudsætninger for at kunne udvikle turisme; forudsætningerne handler både om kvarterets identitet, tilstedeværelsen af attraktioner og om ønsker for kvarterets udvikling fremover.
- Lokale beboere, kulturaktører, forretningsdrivende og politiske repræsentanter fra de enkelte kvarterer vurderer overordnet set, at kvartererne har plads til mere turisme.

PERSPEKTIV

TAG HELE BYEN I BRUG

Ved at tage hele byen i brug kan turister få en bredere oplevelse af København, hvilket både kan øge motivationen for et længere ophold og lysten til at besøge byen igen. For at få det fulde potentiale ud af turismens stigende interesse for byens mere lokale sider – og sikre en balanceret turisme både i forhold til geografi og hverdagsliv – er det vigtigt at tage udgangspunkt i kvarterernes forskellige kvaliteter og behov når steder, som traditionelt ikke har været vant til turisme, skal spille en større rolle i den københavnske turisme.

KORTLÆGNING 3.1 - KVALITETSKORTLÆGNING

KØBENHAVNS KVALITETER IFØLGE LOKALE

Gadeinterviews samt Airbnb superhosts indkredser følgende som Københavns vigtigste kvaliteter: De grønne områder (bynær natur), vandet (kanalerne, havnen og søerne), nærheden (gåafstand, cykelkultur, byens overskuelighed), arkitekturen (særligt historiske bygninger men også byens nye arkitektur) (se bilag 1 og 5A).

Den bynære natur og vandet handler i høj grad om byens rekreative muligheder.

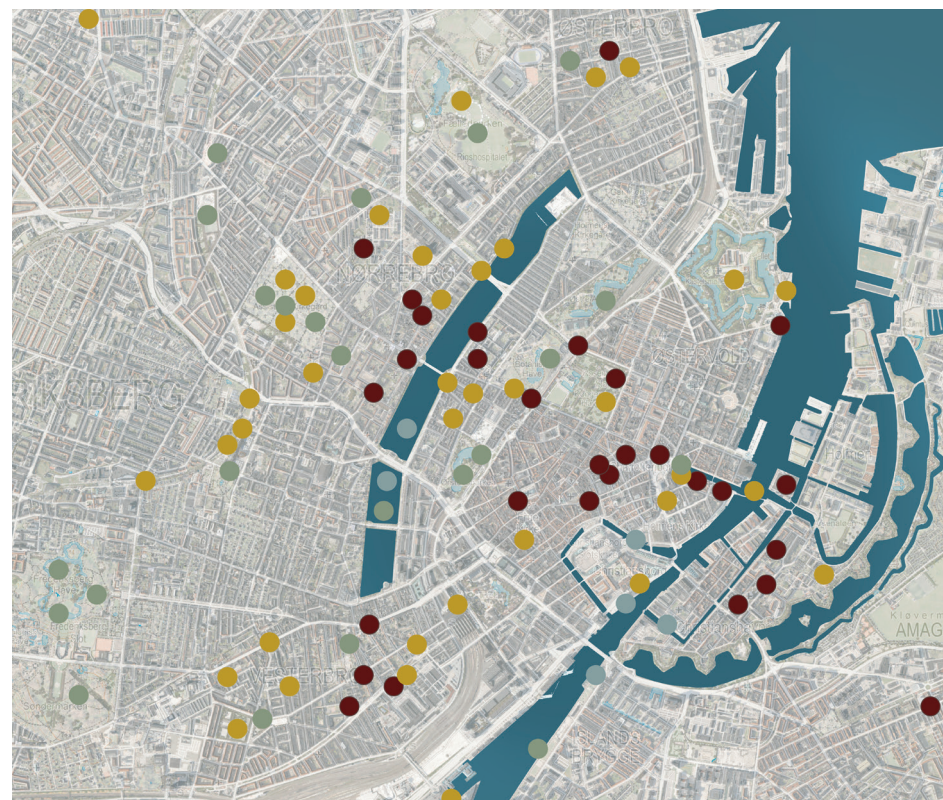
"Det bedste ved København er den bynære natur, og at vi har vand, man kan bade i." – Samtale på Vesterbrogade

Nærhed som kvalitet handler om den måde, vi kommer rundt i byen på og er knyttet til en selvforståelse som en lille by med en storbys kvaliteter.

"København er en overskuelig by. Den er stor uden at være kaotisk, og nem at færdes i." – Samtale i H.C. Ørstedsparken

"København er lille, så man kan finde rundt, og flad, så man kan cykle." – Samtale i H.C. Ørstedsparken

Arkitekturen som kvalitet handler især om Københavns historie, om gamle huse og farvede facader, men peger også mod byens nyere arkitektur.



Københavns Kvaliteter

- De grønne områder (bynær natur)
- Vandet (kanalen, havnen)
- Nærheden (gåafstand, cykelkultur, overskuelig)
- Arkitektur (særligt historiske bygninger og klassisk arkitektur).

Københavns kvaliteter er indkredset ved at spørge københavnere til byens vigtigste kvaliteter, samt hvor disse kvaliteter kan opleves i byen (se gadeinterviews bilag 1 og workshop med Airbnb superhosts bilag 5, samt bilag 18 for den specifikke placering samt kvaliteter udover de 4).

TURISTERS OPLEVELSE AF KØBENHAVNS KVALITETER

Selvom ovenstående kvaliteter er baseret på lokale opfattelse af Københavns styrker, indikerer undersøgelsens empiri baseret på 32 gruppeinterviews med turister, at kvaliteterne vækker genklang hos byens besøgende (se bilag 12):

Vand, arkitektur og det at gå rundt i byen nævnes som centrale elementer i turisternes planer for deres tur i København:

"We wanted to see the water. There's no water in Stuttgart, where we are from." – Turist ved Inderhavnsbroen

"We're here to see the architecture in Copenhagen. We have already been to Superkilen" – Turist i Nyhavn

"We just want to walk around. It's nice to see how people are living". – Turist i Jægersborggade

"We went here because we thought it was a park. It's much nicer here than on the main street." – Turist på Assistens Kirkegård

KORTLÆGNING 3.2 - KVARTERSPORTRÆTTER

NØRREBRO

I det følgende tegnes et empirisk funderet portræt for hver af kvartererne Nørrebro, Vesterbro, Indre By og Byens nye områder med fokus på to aspekter af empirien: Kvarterernes kvaliteter ifølge lokale og kvarterernes forudsætninger for at udvikle Københavns turisme.

KVARTERETS KVALITETER

I gadeinterviews på Nørrebro fremhæves øl på Dronning Louises Bro og solbadning på Assistens Kirkegård som nogle af de bedste kvaliteter ved lokalområdet. Andre nævner mangfoldigheden, udendørslivet og muligheden for at føre nye initiativer ud i livet, men fælles for dem alle er, at det er det levede liv i kvarteret, der skaber kvalitet for beboerne (se bilag 1B).

"Jeg kan godt lide det indforståede fællesskab, der er på Dronning Louises Bro, når solen skinner. Det er solskinssamvær." – Samtale på Israels Plads

"Jeg elsker alsidigheden på Nørrebro. Her er alt fra shawarma til Michelin." – Samtale på Jægersborggade

Ud af de fire typer af kvaliteter (grønne områder, vand, arkitektur og nærhed), som københavnere fremhæver i gadeinterviewene, tydeliggør gadeinterviews med lokale, at Nørrebro har populære grønne områder i form af Nørrebroparken og Assistens Kirkegård, hvoraf sidstnævnte allerede er et stort trækplaster for turister. Herudover er Nørrebros særlige kvaliteter udgjort af områdets mange uafhængige butikker, byrum og byliv, hvoraf særligt Superkilen, Sankt Hans Torv, Elmegade, Ravnsborggade, Rantzausgade, Griffenfeldsgade, Jægersborggade og Stefansgade bliver fremhævet af undersøgelsens respondenter (se bilag 1B).



KORTLÆGNING 3 KØBENHAVNS KVALITETER OG KVARTERER

LOKALE FORUDSÆTNINGER FOR UDVIKLING AF TURISME

De lokale beboere er overvejende positive overfor den turisme, der finder vej til Nørrebro. Respondenterne fortæller, at de typisk møder turister omkring Jægersborggade, Blågårdsgade, Nørrebrogade og Elmegade, og selvom enkelte nævner larm i nattelivet på blandt andet Ravnsborggade og Stefansgade som et problem, er det den generelle holdning, at de besøgende gør et godt indtryk og tilføjer kolorit til lokalmiljøet (se bilag 1C).

Dog er der også respondenter, som i tråd med delanalyse 1 skelner mellem kvalitetsturisme og masseturisme i brokvartererne. De ser ikke, at brokvartererne bør udvikle sig i retning af den slags turisme, som de synes kendetegner Indre By, med guidede ture og turistbusser. Som eksempel på det har lokale beboere set åbningen af en uofficiel turistinformation nær Dronning Louises Bro som et eksempel på, at den "forkerte" slags turisme nærmer sig Nørrebro.

Lokaludvalget kobler spørgsmålet om turisme til den aktuelle gentrificeringsproces og påpeger, at det kan være svært for den enkelte beboer at adskille turisme fra de negative konsekvenser, som gentrificering også kan have i form af blandt andet stigende ejendomspriser og caféer til fordel for dagligvarebutikker (se bilag 9).

Deltagere til workshop med lokale repræsentanter fremhæver dog også, at turismen på Nørrebro har været med til at afhjælpe kvarterets blakkede ry og haft stor betydning for, at nye restauranter og specialbutikker har det nødvendige kundegrundlag (se bilag 9).

Kulturcenteret ASSISTENS udtrykker til den lokale workshop ønske om at spille en større rolle som mellemlid mellem turister og den lokale oplevelse af Nørrebro (se bilag 9).

Airbnb superhosts og lokale beboere efterspørger, at det officielle kortmateriale for København i højere grad formidler brokvarterernes kvaliteter, så de kan vise turisterne, at København er større end Indre By (se bilag 5 og 9).

VESTERBRO

KVARTERETS KVALITETER

Deltagere til workshop med repræsentanter fra lokalområdet fortæller, hvordan det gamle og det nye Vesterbro fortsat lever side om side. Samtidig bliver rummelighed, naboskab og sammenhold fremhævet af lokale respondenter som nogle af kvarterets væsentligste kvaliteter, hvorfor børnefamilier, studerende og skæve eksistenser fortsat lever dør om dør (se bilag 9).

"Jeg synes, noget af det bedste ved København er den rummelighed, der er på Vesterbro. Jeg har et stort netværk her med mange forskellige niveauer af mennesker, og vi hilser altid på hinanden." – Samtale på Vesterbrogade

Ud af de fire typer af kvaliteter (grønne områder, vand, arkitektur og nærhed), som københavnere lægger vægt på i gadeinterviewene, viser observationer og gadeinterviews at særligt Enghaveparken, Skydebanehaven og det populære grønne område i midterrabatten på Sdr. Boulevard er vigtige grønne områder på Vesterbro. Herudover rummer Vesterbro en del moderne arkitektur. Endelig har bydelen den turismemæssige fordel i forhold til kvaliteten nærhed, at den ligger i gåafstand fra hovedbanegården og centrum (se bilag 1B).



KORTLÆGNING 3 KØBENHAVNS KVALITETER OG KVARTERER

LOKALE FORUDSÆTNINGER FOR UDVIKLING AF TURISME

Størstedelen af de adspurgte lokale på Vesterbro svarer, at de ofte møder turister i deres hverdag herunder særligt på Vesterbrogade, Sønder Boulevard samt Istedgade og de tilstødende sidegader. Enkelte beboere fremhæver negative oplevelser med turister, der opfører sig ubehøvet på gaden, men generelt er indtrykket af turismen positivt (se bilag 1).

"Jeg møder turister med børn i mit lokalmiljø på Istedgade og ved Skydebanen, og det er altid en positiv oplevelse." – Samtale på Istedgade

Lokale fremhæver især Vesterbros by- og natteliv i områderne omkring Kødbyen, Istedgade og Sdr. Boulevard samt de mange uafhængige butikker på særligt Istedgade og de omkringliggende sidegader som kvaliteter ved

Vesterbro, som kan understøttes af turisme (se bilag 9).

"Selvfølgelig er vi interesserede i, at de turister der kommer, lægger nogle penge, så de kan bidrage til det lokalområde, vi har." - Anja Kure, Forretningsudvikler i den sociale handelsgade Saxogade

Til workshop med lokale repræsentanter udtrykker folkehuset Absalon ønske om at få flere udenlandske besøgende, men siger også, at det er en udfordring, når man ikke er vant til at markedsføre sig overfor turister (se bilag 9).

"Hvis vi kan få Visit Copenhagen til at nævne nogle af vores aktiviteter sommeren over, så vil vi meget gerne det. Vi kan sagtens stå for at give folk en lokal oplevelse i Absalon!" – Martin Lærkesen, Absalon

INDRE BY

KVARTERETS KVALITETER

Københavnere i gadeinterviews og til workshop med Airbnb superhosts forbinder Indre By med et gammelt look, smukt, mange seværdigheder, flotte bygninger og historie. En respondent udtaler desuden: *"Hele Indre By er et museum, hvor man kan gå rundt til det meste og opleve samtidig, mens man bevæger sig rundt."* (se bilag 6 og 10).

Ifølge undersøgelsens gadeinterviews hænger Indre Bys brede turismeappell sammen med bydelens historie og den høje koncentration af museer, kulturinstitutioner og hoteller. Gadeinterviews viser, at københavnere selv opfatter klassiske pejlemærker som Rundetårn, spirerne og de gamle gader i Indre By som essentielle kvaliteter ved byen (se bilag 1).

Respondenterne i Indre By fremhæver begejstret Rundetårns flotte udsigt, arkitekturen langs Strøget, gåture i Stræderne, Pisserendens hyggelige caféer og udelivet i Nyhavn som nogle af kvarterets vigtigste kvaliteter. Undersøges Indre By ud fra Københavns fire hovedkvaliteter, er det desuden værd at bemærke, at både grønne områder, vand, nærhed og arkitektur kan findes mange andre steder end ved kvarterets Top 10 seværdigheder. I gadeinterviewene nævner lokale Ørstedsparken og Sankt Annæ Plads som eksempler på grønne og relativt ubefærdede anlæg i Indre By, mens bydelen også grænser op til Københavns havn og det rekreative liv her. På undersøgelsens bystrategiske workshop bliver Frederiksstaden desuden fremhævet som et unikt kvarter med en særlig københavnsk stedlighed (se bilag 1 og 7).

"Jeg synes, noget af det bedste ved København er slottene, Diamanten og Nyhavn." – Samtale i Kongens Have

"Det bedste ved København er udelivet i Nyhavn, når solen en sjælden gang kommer frem. Det gør ikke noget, der også er turister." – Samtale i Stræderne



KORTLÆGNING 3 KØBENHAVNS KVALITETER OG KVARTERER

LOKALE FORUDSÆTNINGER FOR UDVIKLING AF TURISME

Beboere i Indre By udtrykker markant flere negative opfattelser af turisme end beboere i de andre bydele. De negative opfattelser hænger blandt andet sammen med turismerelateret trafik, pladsmangel, oplevelse af lav kvalitet i butik- og caféudbuddet, og store guidede grupper, som føles invaderende i de små gader og byrum. Endelig spiller nattelivet, og følger som støj og en beskidt by, en stor rolle for modstanden mod turisme, om end beboerne ikke alene tilskriver dette turister (se bilag 6 og 10).

"Jeg elsker mit kvarter. Jeg har boet her i årevis og hilser altid på 10-15 mennesker, når jeg cykler igennem gaderne. Men om aftenen bliver her utrygt på grund af nattelivet." – Beboer i Indre By

"Hvis jeg skulle lave en overskrift over det pres, der er på Indre By, så ville det være, at der er tale om en kamp om det offentlige rum. Der er flere og flere, der gerne vil udnytte den samme plads, men pladsen bliver ikke større."
- Svend Hugo Madsen, Stræderne og Strøgets Beboerforening

Gadeinterviews med lokale peger på, at på trods af, at Indre By rummer mange af byens kvaliteter, vælger københavnere sjældent selv at tage til Indre By, men bruger i stedet bydelen i forbindelse med ærinder, for at krydse byen eller for at vise venner eller familier rundt i København (se bilag 1).

Airbnb superhosts og lokale beboere efterspørger kortmateriale som viser, at Indre By er sammensat af forskellige områder med forskellige identiteter (se bilag 5 og 6).

Lokale beboere i Indre By udtrykker til fokusgruppeinterviews et ambivalent forhold til Indre By: På den ene side elsker de deres kvarter og det lokale naboskab, på den anden side fortæller mange, hvordan kvarteret ændrer ansigt fra dag til nat, og hvordan de må "flygte" fra deres bolig for at komme væk fra natteliv og turisme (se bilag 6).

Repræsentanter fra Lokaludvalget påpeger, at der er forskel på den type turisme, som Indre Bys kvaliteter lægger op til, og den type turisme, de ser realiseret, som ofte opfattes som masseturisme (se bilag 6):

"Indre By Lokaludvalg ser gerne, at Indre By har kvalitetsturisme. Netop fordi det er Indre By med de attraktioner og det liv, der er. Dermed også sagt, at udvalget ser en form for tarveliggørelse eller tivolisering i Indre By, som de gerne vil modvirke." – Christian Christensen, Indre By Lokaludvalg

Endelig viser kortlægningerne i delanalyse 2 i forlængelse af ovenstående, at koncentrationen af turisme i Indre By er stor i forhold til byens øvrige kvarterer. Derfor er en lokal forudsætning for udvikling af turisme i Indre By, at der arbejdes på at håndtere de negavtive konsekvenser af turismen.

BYENS NYE OMRÅDER

De udvalgte nye områder undersøger turismens potentialer i områder af byen, som er under udvikling. De empiriske undersøgelser er foretaget med repræsentanter for Refshaleøen og Naturpark Amager, men i løbet af undersøgelsens øvrige samtaler er også Sydhavn, Nordhavn og Ørestad nævnt som steder, hvor turisme kan gavne den bymæssige udvikling og samtidig udvide turisternes kort over København (se bilag 7 og 8).

KVARTERERNES KVALITETER

Airbnb Superhosts fremhæver den bynære natur på Amager og Kalvebod Fælled nær Ørestaden. Derudover er både Refshaleøen, det nye Nordhavn og store dele af Sydhavnen omgivet af vand, som besøgende kan bade i. Her fremhæver Airbnb Superhosts Havnebadet Sluseholmen, Sandkaj i Nordhavn og Halvandet og wakeboarding på Refshaleøen som populære anbefalinger til deres gæster (se bilag 5A).

Repræsentanter for Naturpark Amager peger på områdets bynære natur som en stor kvalitet for København, fordi den kan bære meget turisme uden at påvirke byens hverdagsliv negativt (se bilag 8).

På workshoppene med repræsentanter for Refshaleøen og Amager Fælled blev Københavns mange nye cykelruter og åbningen af Cityringen fremhævet som tiltag, der vil gøre flere dele af København mere tilgængelige. Når supercykelstien Københavnerruten står klar senere på året, bliver Nordhavn forbundet med det østlige Amager, mens åbningen af stationer i Nordhavnen og Sydhavnen i henholdsvis 2020 og 2024 vil lette områdernes forbindelse til det øvrige København betragteligt. Samtidig påpeger deltagere fra Reffen og Copenhagen Contemporary, at byens nye områder nogle gange kan forekomme længere væk for travle lokale end for turister på ferie. Desuden påpeger workshoppens deltagere, at nærhed ikke kun er et spørgsmål om geografiske, men også mentale afstande, og at der således kan arbejdes på flere fronter med at bringe byens nye områder nærmere.



KORTLÆGNING 3 KØBENHAVNS KVALITETER OG KVARTERER

LOKALE FORUDSÆTNINGER FOR UDVIKLING AF TURISME

Hverken Refshaleøen eller Naturpark Amager oplever på nuværende tidspunkt, at kvarterene har for mange turister. Tværtimod fremhæver flere deltagere turismens potentiale for at skabe byudvikling i områderne og styrke økonomien blandt lokale kulturaktører som har brug for volumen fra turismen under forudsætning af, at udviklingen sker på lokalområdets præmisser.

Omvendt udtrykker repræsentanter for Refshaleøen, at de ikke ønsker en udvikling med det formål, at Refshaleøen skal aflaste byens spidsbelastede kvarterer. Hvis turisterne skal spredes til byens nye områder, skal spredningen understøtte kvarterernes behov og ønsker.

Repræsentanter for Naturpark Amager peger på udfordringer i forbindelse med at arbejde med natur i en turismesammenhæng, hvor blandt andet skiltning, sprogversioneringer og kommercielle samarbejder kan være vanskelige fordi driften af områder som Naturpark Amager ikke er tænkt ind i en turismesammenhæng.

På workshop med repræsentanter for byens overordnede strategiske planlægning peges der på, at turisme kan være med til at fremme og understøtte byens kulturarv. Her er områder som Refshaleøen og Naturpark Amager oplagte muligheder for at aktivere kulturarven i en turismesammenhæng.

KONKLUSIONER PÅ TVÆRS OG OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

Analyse #3 viser, at kvarterernes forskellige kvaliteter betyder noget for, hvordan turisme modtages og kan udvikle sig i de enkelte bydele. På Nørrebro og Vesterbro er der en mangfoldighed og et spraglet kulturliv, som kommer af skiftet fra arbejderkvarterer til gentrificerede bydele. Det ligger derfor i kvarterernes DNA, at sammensætningen af både beboere og butikker er meget blandet, og turister, der ønsker at indpasse sig i hverdagslivet, har rig mulighed for at gå på opdagelse. Den mangfoldige beboersammensætning gør, at turister ikke nødvendigvis kan skelnes fra den internationale studerende eller andre tilflyttere. Indre By beskrives omvendt ofte gennem kvarterets gamle arkitektur og historiske fortællinger (fx Christian d. 4.'s København). Samtidig er Indre By kendetegnet ved definerede attraktioner, åbne pladser og gå-strøg, som gør bydelen nem at afkode og markedsføre. Skarpt sat op betyder forskellen, at hvor turisterne oplever brokvartererne ved at blive en del af hverdagslivet og i nogen grad forsvinde som turist, oplever de Indre By på mere klassisk turistvis ved at opleve attraktioner og dermed træde ind i en synlig turistrolle. Denne forskel er vigtig at huske. I forhold til brokvartererne kan den nuværende opbakning formentlig hurtigt forsvinde, hvis den klassiske turistadfærd fra Indre By overføres, eksempelvis med busture til Assistens Kirkegård, Absalon Kirke og kirsebærtræerne på Bisbjerg Kirkegård. I forhold til Indre By kan det overvejes, om fokus omvendt skal være på at styrke et hverdagsliv, som kan gøre Indre By mere interessant at besøge som turist og til et bedre sted at bo for de lokale.

Nærheden mellem de store turistattraktioner i Indre By er desuden Københavns adelsmærke og akilleshæl. På den ene side fremhæves nærhed, overskuelighed og det at kunne færdes til fods som vigtige kvaliteter ved København (se kvalitetskortlægningen). På den anden side er det også denne nærhed, som forhindrer byens øvrige kvarterer i at komme mere i spil i turistens planlægning. De analyserede brokvarterer og nye områder oplever ikke turismens tilstedeværelse som massiv. Dog er der i de forskellige kvarterer forskellige forhold, som er vigtige at være opmærksom på. Analysen viser, at de forskellige kvarterer har forskellige lokale forudsætninger for at udvikle turismen. Forudsætningerne handler både om lokale holdninger til turisme og om stedernes ønsker til frem-

tidig byudvikling, og hvordan turisme kan bidrage til disse ønsker.

Kvartersportrætterne viser også, at der i brokvartererne er grundlag for at genfinde de fleste af de kvaliteter, som københavnere og turister fremhæver som centrale for København overordnet set, men at disse kvaliteter udfolder sig individuelt i hver enkelt bydel. Det kan derfor med fordel fremhæves, hvordan de enkelte kvarterer kan indfri det overordnede billede af København, og dermed også hvordan hvert enkelt kvarter kan bidrage til turistens oplevelse af Københavns særlige kvaliteter. Målet er ikke at tage hele byen i brug for at få "mere af det samme", men netop for at få en mere varieret turismeoplevelse i København.

PERSPEKTIV

TAG HELE BYEN I BRUG

Ved at tage hele byen i brug kan turister få en bredere oplevelse af København, hvilket både kan øge motivationen for et længere ophold og lysten til at besøge byen igen. For at få det fulde potentiale ud af turismens stigende interesse for byens mere lokale sider – og sikre en balanceret turisme både i forhold til geografi og hverdagsliv – er det vigtigt at tage udgangspunkt i en forståelse for kvarterernes forskellige kvaliteter og behov, når steder, som traditionelt ikke har været vant til turisme, skal spille en gradvist større rolle i den københavnske turisme.

FORSLAG:

SKAB BALANCERET TURISME Gennem MARKEDSFØRING OG KULTURPLANLÆGNING

Analysen indikerer, at der er sammenhæng mellem det, lokale og turister opfatter som Københavns største kvaliteter og det, både lokale og turister forbinder med Indre By. Dette forklarer, set i sammenhæng med kortlægninger af koncentration af overnatning og oplevelser, hvorfor den københavnske turisme ikke tager mere af byen i brug. Samtidig viser de kvartersspecifikke analyser dog, at Københavns kvaliteter også kan genfindes i andre områder af byen, og at disse områder kan være med til at nuancere oplevelsen af Københavns kvaliteter. Markedsføring og kulturplanlægning kan være veje til at tage større dele af byen i brug og skabe en mere balanceret turisme:

- Tilgængeliggør byens lokale kvarterer ved at fremhæve mindre attraktioner, både i kortmateriale og i online markedsføring og anbefalinger.
- Tilgængeliggør byens lokale kvarterer ved at skabe kvartersspecifikke kort eller ved at gentænke det nuværende kort, så det i højere grad visuelt spejler, at der er "noget at komme efter". Det kan også være med til at udfordre forestillingen om, at København kan opleves til fods på en enkelt dag.
- Skab mere dynamiske fortællinger om byens forskellige kvarterer, eksempelvis gennem samarbejde med Airbnb superhosts eller lokale kulturaktører.
- Skab mere dynamik i fordelingen af turister gennem kommunikation: Hverken Christiania eller Nyhavn har, ifølge beboere, brug for flere turister, ligesom kontinuerligt flere turister på disse steder også risikerer at forringe turisternes oplevelse af disse attraktioner. Til gengæld er der andre områder og attraktioner, som ønsker mere turisme, og som med fordel kan aktiveres for at skabe en mere balanceret fordeling af turister i byen.

FORSLAG:

SKAB BALANCERET TURISME VED AT STYRKE HVERDAGSLIVET I INDRE BY

Et styrket hverdagsliv i Indre By vil både være til glæde for de lokale beboere og skabe grundlag for en bredere byoplevelse for turisterne. Mens mange københavnere også bruger Indre Bys mange attraktioner og butikker, oplever de lokale, der bor i Indre By, at den store popularitet ikke fører til højere kvalitet i bydelens café-, butiks- og natteliv. Der er snarere en tendens til, at mange lokale bruger Indre By på samme måde som turisterne, og det gør det endnu sværere at skabe grundlag for et hverdagsliv i Indre By. Samtidig er tilstedeværelsen af et levende lokalliv afgørende for at bydelen fortsat vil være attraktiv for turister. En indsats for at styrke hverdagslivet i Indre By vil både give turisterne en mere unik oplevelse af København og give lokale i den del af byen, som oplever turismen som mest problematisk, bedre livskvalitet.

- Arbejd aktivt for højere kvalitet i Indre By og modvirk "tarveliggørelsen" af byen, som ikke bidrager til turisternes oplevelse af Københavns kvaliteter, både i forhold til oplevelser og butikker. Dobbelt-funktionalitet kan sættes som et kvalitetsstempel. Hvis lokale bruger en café, en restaurant eller deltager i en oplevelse vil det typisk være fordi kvaliteten er så god, at man har lyst at "komme igen".
- Arbejd med en mangfoldiggørelse af Indre Bys identitet og gør Indre By til et kvarter, lokale også søger mod: I stedet for at "afskrive" Indre By som én stor turistzone, kan Indre By styrkes og markedsføres som et lokalt kvarter i byen, som også rummer mange mindre kvarterer med hver deres lokale identitet og aktive hverdagsliv. Fremhæv caféer, restauranter og kulturtilbud, som orienterer sig mod lokalmiljøet, men også er tilgængelige for turister.
- Øg livskvaliteten i Indre By for at værne om de lokale beboere, som bor i Indre By og bidrager til at gøre bydelen til et lokalområde fremfor et museum. I zoner med stor koncentration af turister kan et ekstra fokus på at skabe gode forhold for et funktionelt hverdagsliv være med til at styrke opbakning til turisme i en del af byen, hvor negative oplevelser er dominerende, og dermed mindske konflikter. Det kunne eksempelvis være ved at udvide cykelstier og opsætte specielt designet skiltning som tydeligt forklarer københavnsk cykelkultur på ruter, hvor mange turister ønsker at cykle. Det kunne også være et øget fokus på renhold de steder i byen, som er mest præget af natteliv, og som er mest eksponerede for turister.