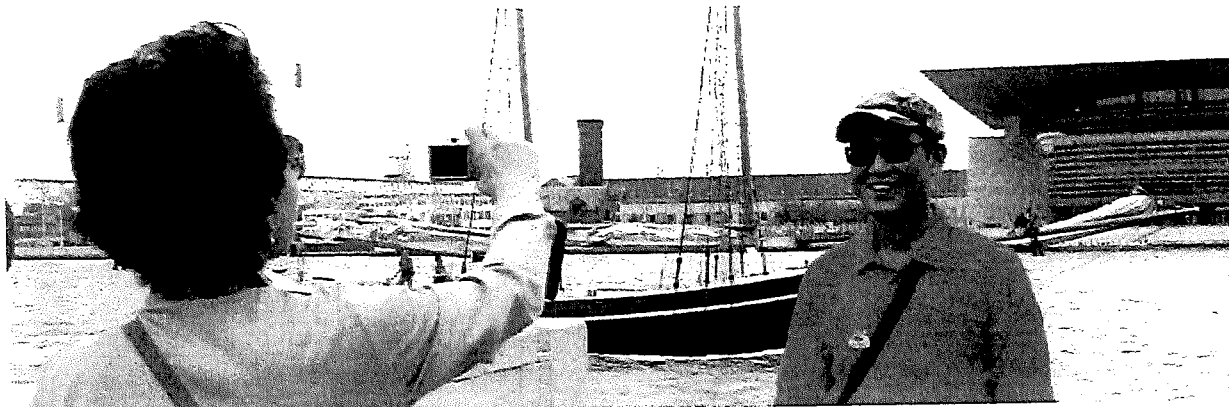


VIDEN OG ERHVERV

UDVIKLINGSPRINCIP: TURISTVENLIG HOVEDSTAD



Indre By Lokaludvalg

PROJEKTFORSLAG 9

Bedre turistinformation i byrummet

BESKRIVELSE OG FORMÅL

Projektet går ud på at opsætte turistinformation i form af skilte i Indre Bys gader eller pladser. Informationen skal gøre det lettere for turister at se, hvilke bygninger og steder de befinder sig ved, og hvilken betydning disse har i geografisk og historisk sammenhæng. Hovedformålet er at give turister en oplevelse ved selv at bevæge sig ud i byrummet, som de ikke ville kunne få ved at søge på internettet, eller ved at slå op i en af de traditionelle turistguides eller rejsebøger.

De steder, der synliggøres, skal gerne være steder, som ikke typisk anses som turistmål. Dermed sættes turisternes aktuelle sted i historisk og samfundsmæssig kontekst og giver dem en aha-oplevelse. Samtidig giver man lokale beboere og brugere af bydelen en bedre forståelse af stedet, hvor de bor og færdes. Projektet belønner turister, der bevæger sig ud på egen hånd og oplever København, uden stramt at følge turistguider. Det giver turisterne et mere nuanceret billede af, hvad København var og er, hvilket gør byen mere interessant og levende at besøge.

Skilte med tekst, fotos, tegninger og skitser sættes op ved bygninger og steder, som kan være interessante for turister, med tekst på blandt andet dansk, engelsk, mandarin og russisk. Derudover kan skiltene suppleres med henvisninger til digitale kilder med yderligere information og fortællinger, f.eks. podcasts, billedmateriale, video-interviews eller andet.

Skiltene skal placeres ved lokale steder, der har en interessant historie, som ikke nødvendigvis kan findes i de gængse rejsebøger. Et eksempel kan være Lavendelstræde, hvis ene side tidligere var kystbred, og hvis navn kommer af den københavnske borgervid, der med et glimt i øjet fortæller, hvilken skøn laven-

delduft der herskede i gaden. Et andet eksempel kan være Det Kongelige Biblioteks Have, der tidligere var orlovshavn, som siden er blevet fyldt op og nu er et skattet lokalt åndehul. Et tredje eksempel er Lædergården, der ligger tæt på Rundetårn, hvis baggård er utrolig smuk med bindingsværk med klatreroser, og som giver et blik direkte tilbage til tiden efter den københavnske brand i 1795.

Fortællinger bør inkludere personlige beretninger fra lokale beboere, som kan give lokalområdet kolorit og et personligt perspektiv. Man kan aktivt inkludere lokalbefolkningen ved at lade de, der måtte ønske det, fungere som frivillige guides. De frivillige guides skal tilbydes lokal viden til brug ved rundvisninger og eventuelt et kursus i mundtlig formidling af Københavns Kommune eller samarbejdspartnere.

SAMMENHÆNG MED ANDRE PROJEKTER

Projektet understøtter kommuneplanens vision om, at viden og erhverv skal styrkes. Ved at give Københavns besøgende en god og overraskende oplevelse kan turismen øges, hvilket kan bidrage til flere jobs i København. Derudover kan en forbedret oplevelse af Københavns Indre By bidrage til byens brand, hvilket kan tiltrække udenlandske investeringer, studerende og arbejdskraft. Projektet understøtter dermed også Københavns Erhvervsstrategi.

Projektet er desuden med til at øge oplevelsen af det byrum, man bor og færdes i, hvilket vil kunne bidrage til København, som et godt sted at bo.

Realisering af projektet

Projektet forankres i Teknik- og Miljøforvaltningen, og der etableres en projektgruppe med deltagelse af Indre By Lokaludvalg, Wonderful Copenhagen, Københavns Museum og eventuelt andre forvaltninger i Københavns Kommune. Andre mulige samarbejdspartnere er Fonden Bycykler i København og de, der vil komme til at drive de kommende pendlercykler. Relevante bygninger og steder udvælges med fokus på skæve vinkler om stederne og bygningerne, man ikke finder i traditionelt turistmateriale.

Information researches og multimedie materiale skal skabes. Skiltene kan også forsynes med QR-koder, så man med en smartphone kan scanne og få direkte adgang til yderligere online materiale på mobilen, ikke mindst videoer og andet multimediemateriale, som ikke kan placeres på skilte. Et godt alternativ kunne være en app, som eventuelt udvikles i samarbejde med Wonderful Copenhagen og Københavns Museum. En app kan gøre det muligt at downloade oplysningerne til mobilen hjemmefra, og man kan dermed undgå roaming-omkostningerne ved at hente oplysningerne på stedet. Derudover skal der undersøges, om det vil være muligt at opsætte WiFi-accesspoints ved skiltene, så turisterne vil kunne hente oplysninger gratis ad den vej. Skilte skal trykkes og sættes op, og de digitale platforme skal lanceres.

Forventet tidsplan for realisering: ni til tolv måneder.

ØKONOMI

Københavns Kommune finansierer projekt med medfinansiering fra øvrige samarbejdspartnere, f.eks. Wonderful Copenhagen.

- Der skal afsættes midler til udvikling af grafisk design og indhold til skilte og multimediemateriale, eventuel uddannelse af guider samt tryk og opsætning af skilte: 1.000.000 kr.