
Referat af offentligt dialogmøde om turisme i Indre By

Tirsdag den 21. marts kl. 18.00 – 21.00 i Bethesda

Velkomst v. Bent Lohmann, formand for Indre By Lokaludvalg

Bent Lohmann bød velkommen og fortalte indledningsvis om formålet med mødet: Mødet skal ses som et led i udarbejdelsen af den bydelsplan, som Indre By Lokaludvalg skal aflevere lige om lidt. Lokaludvalget ser mødet som en god anledning til at blive klogere på hvordan turisme i Indre By kan spille sammen med det øvrige liv i bydelen, ligesom lokaludvalget gerne vil have belyst de potentialer og udfordringer, der er ved en stigende turisme i Indre By.

Bent Lohmann præsenterede ligeledes aftenens program og oplægsholdere.

Oplæg v. Steen Juhl Olesen, medlem af Indre By Lokaludvalg

Steen Juhl Olesen præsenterede til en start de tanker og problematikker om turisme i Indre By, der har været fokus på i lokaludvalget. Lokaludvalget oplever en kraftig forandring i turismen i disse år. Dette tilskrives blandt andet billigere transportmuligheder, der betyder, at flere har råd til at rejse oftere, ligesom turister pga. Airbnb har fået mulighed for at vælge en autentisk overnatningsform i lokale borgeres hjem. Lokaludvalget er bevidste om de mange arbejdspladser og den betydelige omsætning, turismen i Indre By skaber, men samtidig skal vi have fokus på ikke at få en negativ udvikling som i andre europæiske storbyer, hvor turismen har taget overhånd.

Lokaludvalget vil derfor gerne sætte fokus på, hvad det er, vi skal tilbyde turisterne, og hvordan vi bevarer Københavns historiske centrum som attraktion. En øget turisme kræver desuden, at service og faglighed er i orden i form af professionelle turguides, ordentlige toiletforhold, en ansvarlig cykelturisme og en bedre skiltning i byen. Samtidig er det vigtigt, at tænke i en hensynsfuld turisme, så bydelens borgere også høres i debatten. Lokaludvalget har derfor spurgt oplægsholderne om, hvordan en stigende turisme kan spille sammen med borgere og erhverv i bydelen, og hvordan vi kan påvirke, at turismen i byen fortsat udvikles i en positiv retning.

Oplæg v. Mikkel Aarø, Wonderful Copenhagen

Mikkel Aarø indledte med at præsentere Wonderful Copenhagen's formål om at fremme og udvikle erhvervs og ferie/fritids-turismen i Region Hovedstadens område, ligesom han beskrev WoCo's arbejdsområder og turismeudviklingen i København og andre storbyer.

Wonderful Copenhagen har lavet en ny turismestrategi, der sætter samspillet mellem borgere og besøgende i fokus. Ifølge Mikkel Aarø skal turismeindsatsen gentænkes, fordi turisten ikke længere blot er en turist, men opfatter sig selv som en 'midlertidig lokal'. Turisterne er her hele tiden, og vi skal derfor integrere turisterne bedre. Hovedpointen i Wonderful Copenhagen's vision 'Localhood for everyone' er derfor, at det lokale er essensen, som skal bevares og udvikles, så København er lokal i en global verden, og at 'everyone' tæller både borgere og turister, og at mødet mellem disse to grupper skal fremmes.

Samtidig skal hovedstaden i højere grad sælges internationalt ved, at flere synliggør destinationen mere og bedre. Digitale og sociale medier har medført, at alle er med til at markedsføre København, og vi er derfor alle med til at påvirke den historie, der fortælles om København. Heldigvis viser Wonderful Copenhagen's undersøgelser, at borgerne er positivt indstillede over for turisme, idet 98 % mener, at turismen bidrager positivt til Hovedstadsregionen, og 88 % er enige i, at turismen gør København til en mere international metropol.

Oplæg v. Michael Ryan Andersen, Kultur- og Fritidsforvaltningen

Hvor Wonderful Copenhagen arbejder for at tiltrække turister til København, har Kultur- og Fritidsforvaltningen ansvaret for mødet med byens gæster under deres ophold. Michael Ryan Andersen præsenterede København som en attraktiv turistdestination, som skaber meget værdi for mange københavnere. Samtidig giver det udfordringer i form af skrald, støj, tyveri og mange mennesker, at en stor andel af de attraktioner, turisterne gerne vil opleve, ligger i Indre By. Når koncentrationen af turister i et område bliver for stor, resulterer det i, at byens borgere bevæger sig væk fra området, som så mister sin autenticitet. Kultur- og Fritidsforvaltningen har derfor dialog med andre storbyer om, hvordan de arbejder med disse problematikker.

Kultur- og Fritidsforvaltningen arbejder ud fra en vision om, at København fortsat skal være verdens bedste storby for både borgere og gæster. En af metoderne til dette er at sætte hele regionen i spil, så et større område bliver attraktivt for turisterne. Turisterne betragter sig selv som midlertidige lokale og vil gerne

opleve københavnervivet, som de har set i TV-serier, og dette liv kan opleves mange steder i byen. Helt konkret har Kultur- og Fritidsforvaltningen lavet bykort, der dækker et større område, oprettet decentrale turistinformationer, der orienterer om, hvad der sker lokalt, ligesom de arbejder med outreach til andre regioner og fx kobler ture til Den Lille Havfrue med besøg i H.C. Andersens hus i Odense.

Spørgsmål til Wonderful Copenhagen (WoCo) og Kultur- og Fritidsforvaltningen (KFF)

Spørgsmål: Hvordan måles antallet af overnatninger, når folk bruger Airbnb?

Svar: (WoCo) Tallet er usikkert, men vi har et estimat, der siger, at vi kan lægge 15 % til de viste tal, hvis Airbnb skulle tælles med.

Spørgsmål: Har I gjort jer overvejelser om, at åbningen af metroringen må kunne medføre flere Local Hoods? På grund af turismen har Indre By har allerede fået fede restauranter mm.

Svar: (WoCo) Vi skal kigge længere ud end metroringen og tænke i, hvad det næste nye Local Hood er. Hvordan tiltrækker vi fx turister til Sydhavnen? København skal ligesom New York udvikle sig, så der hele tiden er nye områder i spil.

Spørgsmål: Hvad er forklaringen på, at Malmø topper listen med 14 % flere turister?

Svar: (WoCo) Der har været et andet vækstgrundlag, og der er kommet flere nye hoteller.

Kommentar: Man bør gøre mere for at styrke de danske butikker, så det ikke er kædebutikker, der vinder på turismen. Ligeledes bør man give den enkelte turist valgmuligheder og viden om, hvor meget forskellige turismetilbud forurener.

Spørgsmål: Når nu vi har så store indtægter ved turismen, kunne man så ikke stille kvalitetskrav til turisternes transportmidler?

Svar: (KFF) København arbejder allerede på sit image som grøn og bæredygtig by.

Spørgsmål: Arbejder WoCo også på at tiltrække nationale turister?

Svar: (WoCo) Vi har fokus på internationale turister, der lægger flere penge. Samtidig ser vi København som en port til hele landet.

Svar: (KFF) Internationale turister ahr en sæson. Nationale turister kommer hele året. I KFF arbejder vi på at sætte hele sæsonen i spil.

Kommentar: Det er sympatisk at tænke turisten som en midlertidig beboer, og at forsyne turister med kvalificeret fakta. Vi bør dog også fortælle turister om, hvordan samfundet er indrettet og tænke informationen anderledes. Fx italienske turister vil ikke se højhuse – de vil se en by i menneskelig målestok. De kommer for at opleve en tryk og afslappet livsførelse og ikke på grund af moderne byggeri.

Spørgsmål: Bycykler til turister er farlige. Det er godt med fokus på andre byer med FOR mange turister. Her i Indre By oplever jeg problemer med støj, druk og natteliv grundet turismen. Samtidig er der mange store turistbusser og også et lille tog. Hvordan arbejder I med det?

Svar: (WoCo) Det er godt at have en dialog om lokale udfordringer.

Svar: (KFF) Det er vigtigt at tænke over, hvad det er for et billede af København, vi sender ud. Fx har Amsterdam slettet alle historier om sexturisme og coffee shops. De har valgt at fokusere på andre historier for at tiltrække en anden slags turisme.

Svar: (WoCo) I WoCo har vi 5 kernefortællinger, der er gennemgående i vores arbejde: Gastronomi, mangfoldighed, historien – de royale, design og arkitektur samt bæredygtighed.

Oplæg v. Kirsten Wedgewood, Turistførerforeningen

Kirsten Wedgewood lagde ud med at fortælle om Turistførerforeningen. Der er 260 aktive turistførere i Danmark. Hvor det er et liberalt erhverv at være guide, kræver det en uddannelse at kalde sig turistfører, og turistførerne ser sig selv som kulturelle ambassadører.

I Turistførerforeningen har de erfaring med nogle af de udfordringer, det stigende antal turister medfører. Fx starter al krydstogtturisme om formiddagen på samme tid, hvilket kan skabe trafikpropper og kaos ved Den Lille Havfrue, Amalienborg og i Toldbodgade. Trafikalt er turismen et problem på de mest besøgte steder i Indre By, og både toiletforhold og parkeringsmuligheder for turistbusser er en udfordring.

Ifølge Kirsten Wedgewood kommer turister til København for at opleve det København, de har set i TV-serier, pga. byens grønne image, de nye havnebroer, ligesom cykelkulturen også har en turistmæssig værdi. Turisterne kan lide stemningen i København – at byen er en by for børnefamilier, og at her er trygt at være.

Turistførerne fortæller ikke kun om historiske årstal, men er også uddannede til at formidle viden om samfundets indretning.

Oplæg v. Dorthe Weinkouff Barsøe, Tivoli

Dorthe Weinkouff Barsøe fra Tivoli gav som indledning et overblik over Tivolis historie. Tivoli, der er grundlagt i 1843, er en af verdens ældste forlystelsesparker og har helt fra starten koncentreret sig om de 4 forretningsområder: Haven, restauranter, kultur og forlystelser. Tivoli har årligt 4,6 millioner besøgende, hvoraf 31 % er udenlandske turister.

Ifølge Tivolis erfaring er det oplevelser, der tiltrækker turister til København. Hvis København skal rumme en stigende turisme, skal vi derfor være gode til at tilbyde flere oplevelser fordelt på hele året, så turisterne fordeles bedre. I Tivoli har de gode erfaringer med fx Jul i Tivoli, der tiltrækker 1 million gæster til Tivoli om året, ligesom de har udvidet sæsonen fra 1 – 3 uger og derved tiltrækker en halv million gæster, når der er Halloween i Tivoli.

Ifølge Dorthe Weinkouff Barsøe er det gode oplevelser, man kan være sammen om, turisterne kommer til København for. Samtidig er kendskab og synlighed er vigtige faktorer, når turister skal lokkes til København. Da vi deler vores oplevelser på sociale medier, er det derfor vigtigt, at de oplevelser, København tilbyder, er noget, man vil anbefale til andre.

Oplæg v. Mads Vestergaard Olesen, Strømme

Mads Vestergaard Olesen indledte med at fortælle om Strømmas forskellige tilbud i København, der blandt andet tæller turbåde, sightseeing busser og længere busture. Strømme har 75 % udenlandske turister som gæster og har ca. 6-700.000 gæster i højsæsonen og i alt en million gæster om året.

Strømme inddeler turister i tre grupperinger, hvor 80 % tilhører det, de kalder 'See'. Dette er turister, der er kortvarigt i byen, og som bare ønsker et overblik over København. 'Discover' er turister, der er på et ophold af længere varighed og gerne vil have dialog om byen, og som tager på de længere og mere informative busture. 'Meet' tæller de turister, der opsøger mødet mellem mennesker og fx tager på sejlture med jazz.

Ifølge Mads Vestergaard Olesen prøver Strømme også at sprede turisterne i byen. Hvor alle turbåde tidligere udgik fra Nyhavn, anbefaler de nu turisterne Gl. Strand, ligesom busholdepladserne i Vester

Voldgade markedsføres, fordi der her er god plads. Hop on Hop off busserne er desuden en effektiv måde at fordele turisterne i byen på, fordi de cirkulerer i et stort område. Strömma fokuserer desuden på at give turisterne de bedst mulige oplevelser med gode guider, der både fortæller om samfundet, men også krydrer fortællingen med mere personlige vinkler.

Oplæg v. Karen Brosbøl Wulf, N.I.C.E.

Karen Brosbøl Wulf indledte med at fortælle om netværket N.I.C.E., der er et pilotprojekt, og som skal udbredes nationalt. N.I.C.E. er et samarbejde mellem uddannelsessteder, forskning, erhverv, virksomheder og WoCo, som arbejder for at skabe mindeværdige oplevelser for turister efter Erhvervsministeriets vision for dansk turisme, der handler om, at Danmark skal skabe ægte og mangfoldige oplevelser af høj kvalitet.

En af de årsager, turister ifølge N.I.C.E. vægter højest, når de vælger Danmark som feriedestination, er den venlige og imødekommende befolkning. Den gode oplevelse vægter højere end prisen, og eftersom vi ikke kan gøre så meget ved priserne, er vi nødt til at skabe værdi og begejstre turisterne gennem den gode oplevelse. Det nye er, at turisterne vil have en personlig oplevelse. De vil have historier og opleve, at de bliver oplevet som noget særligt. Dette stiller dels krav men kræver også et spillerum for medarbejdere i turismeindustrien, der skal have fokus på den enkelte turist og skabe den emotionelle værdi, der giver den mindeværdige oplevelse.

Kommentarer og spørgsmål

Spørgsmål: N.I.C.E. bør lave tilsvarende undersøgelser for fx Barcelona – omkring hvad det er, folk vægter højt.

Svar: (N.I.C.E.) Visit Denmark har lavet mange undersøgelser, som de har på hjemmesiden.

Kommentar: Turister på cykler er en problematik i Indre By. Der skal dels være bedre skiltning, men de skal også vide, hvor de må cykle. Fx cykler mange langs vandet ved Havnegade, hvor man ikke må cykle.

Spørgsmål: København vil gerne være en grøn by, og vi har en miljøzone. Men vi har målt på Movias busser, der stadig sender ultrafine partikler ud. Er der partikelfilter på turistbusserne?

Svar: (Strömma) Vores busser lever op til kravene, som stilles til kørsel med busser i Københavns Kommunes miljøzone. Der er ikke krav om partikelfilter. Der gælder andre regler, hvis busserne også kører

udenfor byen, men vores Hop on Hop off busser kører kun i København. I forhold til parkeringsproblemet har Teknik- og Miljøforvaltningen nedlagt 1.000 holdepladser til turistbusser. Det er en udfordring for os.

Kommentar: Med mindre der er partikelfiltre på busserne, skaber det et sundhedsproblem.

Kommentar: Jeg synes, at vi i Indre By skal satse på kvalitet i stedet for pris. Vi skal skabe diversitet og spændvidde i oplevelser. Måske kan metroringen med tiden minimere antallet af busser? Alle områder skal ikke ligne hinanden. Måske er det dyrere i Indre by, mod at vi så satser på kvalitet og bæredygtighed.

Kommentar: Alle talere i aften er pro turisme. Det er som om, at aftenens præmis er, at turisme er godt. Jeg har ikke noget imod turistEN, det er tendensen med mere turisme, der er et problem. Byen er ikke KUN et sted, hvor der skal tjenes penge. Her bor også nogen!

Mht. Hop on Hop off busser – hvorfor er de ikke eldrevne? Vi skal have store ambitioner. Det lille tog har i en hel sæson desuden kørt mod ensretningen i min gade. Og mht. Tivoli er der et problem med koncerter. Jeg kan ligge i min seng og høre, hvem der spiller – og jeg kan ikke sove. Husk at vi også skal bo her.

Svar: (Tivoli) Der kommer ca. 500.000 til fredagsrock. Det skal ses i forhold til de 4,6 millioner besøgende, Tivoli har på et år. Og man ER i Tivoli, når man er til fredagsrock. Når vi spørger folk, siger de, at de kommer til et socialt arrangement.

Svar: (Strömman) Jeg synes, at stemningen i aften er, at vi trækker i hver vores retning. Sådan oplever jeg det ikke – vi vil gerne gøre noget, for at borgerne er tilfredse. Strömman er miljøbevidst, og der er lavet pilotprojekter med el-busser. Mht. det lille tog fik vi anvist ruten af politiet. Vi kører kun der, hvor vi har rutetilladelse.

Spørgsmål: (Bent Lohmann, Indre By Lokaludvalg) Hvordan opfatter I Airbnb – hvilke erfaringer har I med det?

Svar: Jeg bor i Toldbodgade i en lille andelsforening, hvor flere og flere begyndte at leje ud. Det var utrygt, fordi man ikke vidste, hvem der boede i huset. Nu har vi lavet en vedtægtsændring, så det ikke er muligt.

Svar: Airbnb er generende, for folk kender ikke regler for affaldssortering mm. Det giver frustration, ligesom elcyklerne også giver frustration. Jeg synes, der skabes et idyllisk billede af turismen.

Svar: Jeg ser en mulighed med Airbnb. Man får spredt turismen til andre dele af byen. Airbnb er stadig nyt, og det kan stadig udvikles. Jeg synes ikke, Airbnb er problemet – det er en løsning til at få folk ud af Indre By.

Svar: Jeg er uenig – Airbnb gæster holder fester og de tager ikke hensyn. Jeg synes, det er et problem, at man ikke har en lejlighed for at være beboer, men for at tjene penge.

Svar: I min forening har vi taget konsekvensen af, at man må tjene 24.000 kr. skattefrit om året på at udleje sin bolig. Man må derfor udleje på Airbnb i 3 uger om året. Ikke mere end det.

Spørgsmål: Jeg oplever ikke det møde med turisten, som I taler om. Turisterne henvender sig ikke længere, for de har næsen nede i deres ipad og mobil. Jeg synes, mødet er en illusion.

Svar: (Turistførerforeningen) Jeg synes, man skal gå hen og tilbyde sin hjælp alligevel.

Kommentar: (Kultur- og Fritidsforvaltningen) Jeg vil gerne bakke op om Strömma. Turisme skaber arbejdspladser i Indre By, og turismeerhvervet skaber også oplevelser for københavnernes. Det er ikke dem og os.

Kommentar: (Strömma) De næste år vil der komme flere og flere gennem lufthavnen, om vi vil det eller ej. Jeg synes derfor, det er et godt forum for at borgernes og turismeerhvervets samarbejde, at vi mødes her i dag og tager hul på snakken om udfordringerne.

Afrunding: (Bent Lohmann, Indre By Lokaludvalg) Der er behov for at samarbejde, for at vi i fællesskab at nå frem til gode løsninger både for turismen og for borgerne i Indre By. Jeg mener derfor, at vi skal arbejde videre med den fælles dialog. Jeg synes, vi skal have fokus på, at hvis byen ikke er interessant for borgerne at leve og bo i, er den heller ikke interessant at besøge. Det skal vi huske, når vi tænker byudvikling.