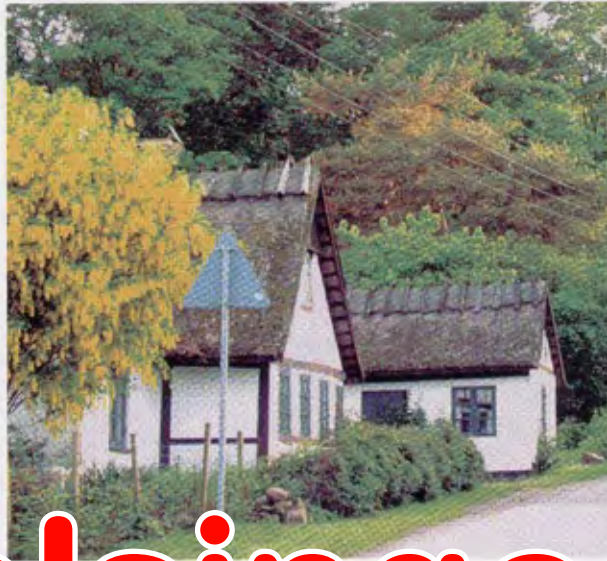




Helsingør

Re-modellering af Helsinge

Facts og tal

Helsinge Kommune er fra sin start den 1. april 1970 en sammenslutning af de tidligere kommuner Helsinge-Valby, Ramløse-Annisse og Vejby-Tibirke samt Mårum sogn fra Græsted-Gilleleje Kommune.

Arealmæssigt er Helsinge Kommune en af Nordsjællands største kommuner. 14.581 ha. strækker kommunen sig over. Et område med skov, søer, moser, klitter, sand og byer.

Der bor i dag 19.398 indbyggere i kommunen.

Der findes mere end 5.500 sommerhuse i kommunen.

Afstande i bil

Til Hillerød: ca. 10 min.

Til Helsingør: ca. 25 min.

Til København: ca. 40 min.

Til Øresundsbron: ca. 45 min.

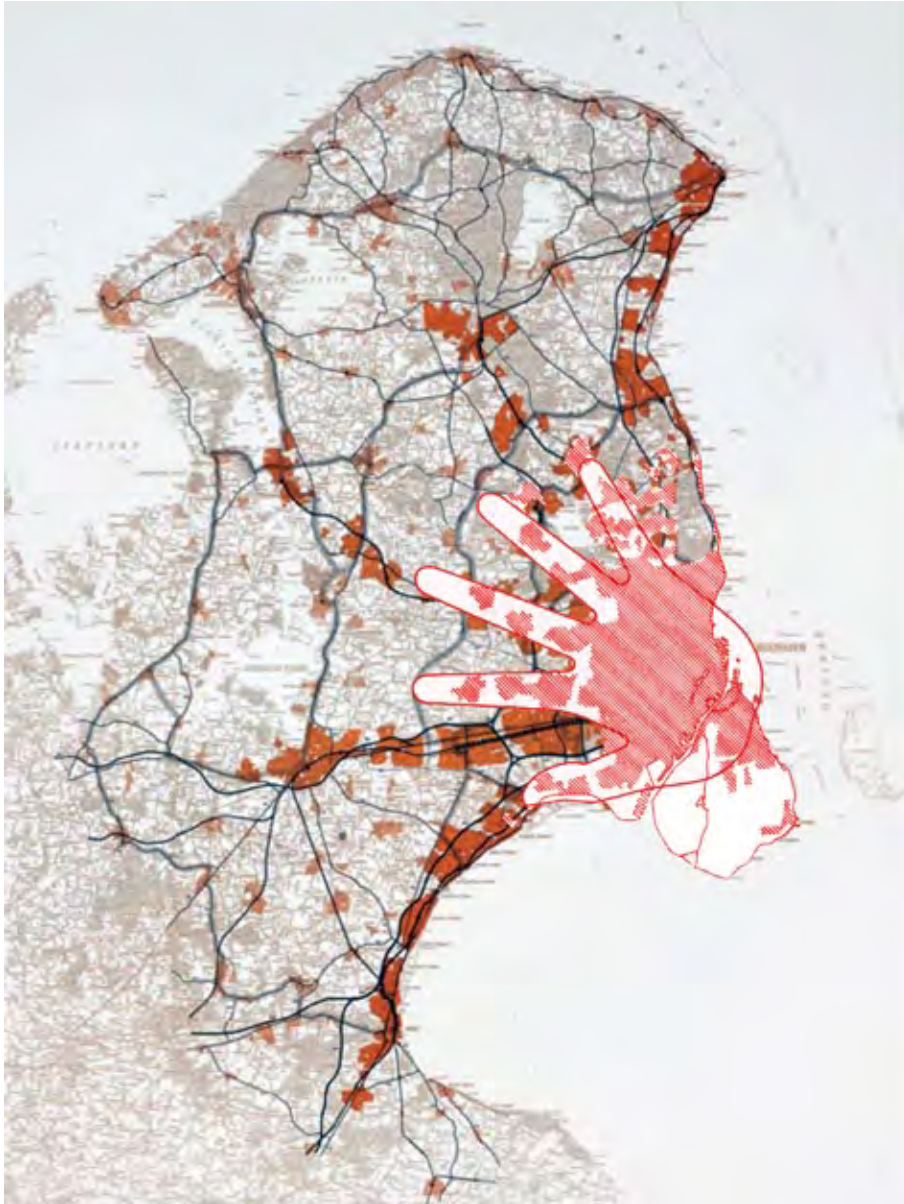
Til Storebæltsbroen: ca. 2 timer

Til Rødby: ca. 2,5 timer

Helsinges centrale placering i Nordsjælland



Hovedstadsregionen



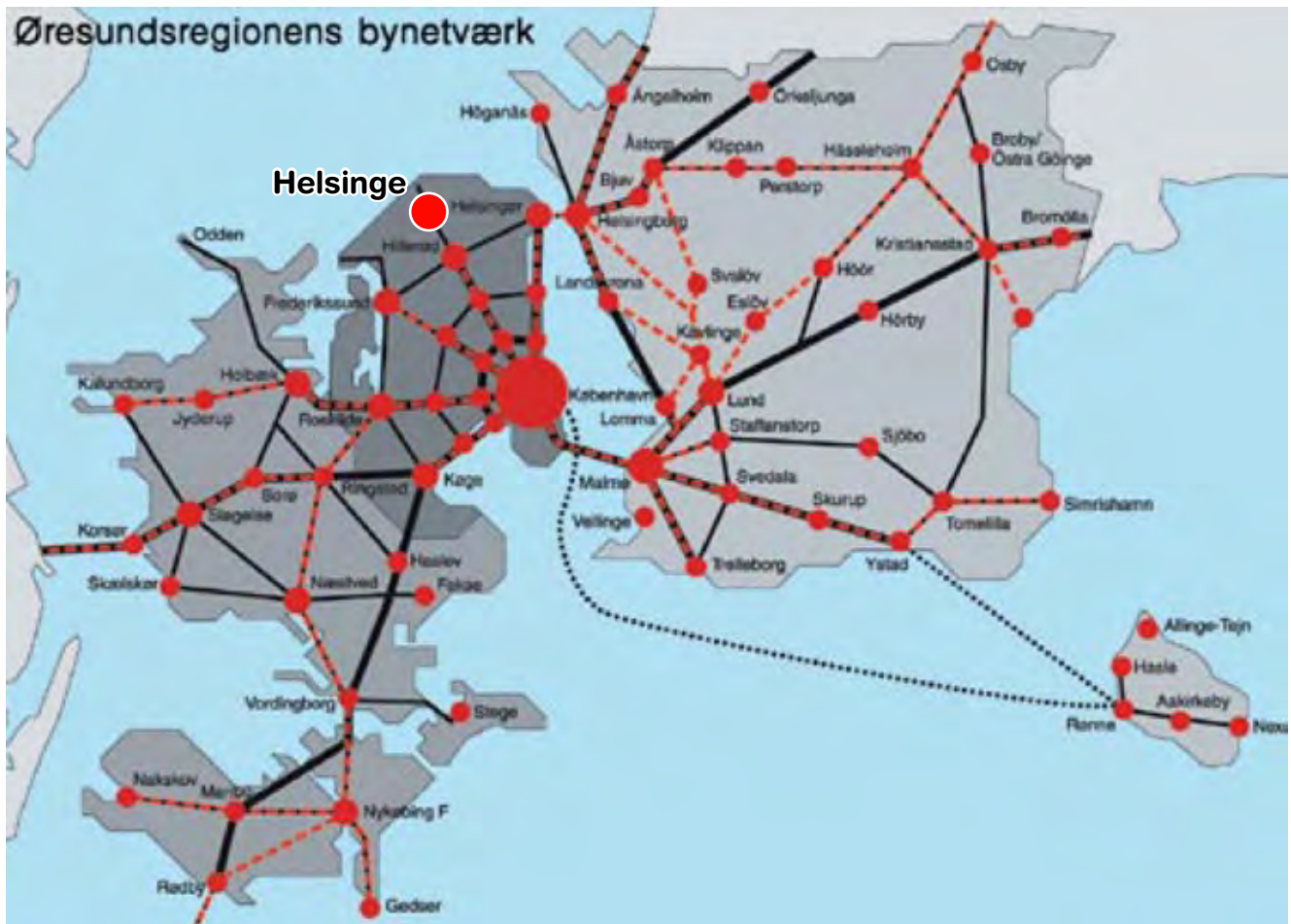
Negativ fokus



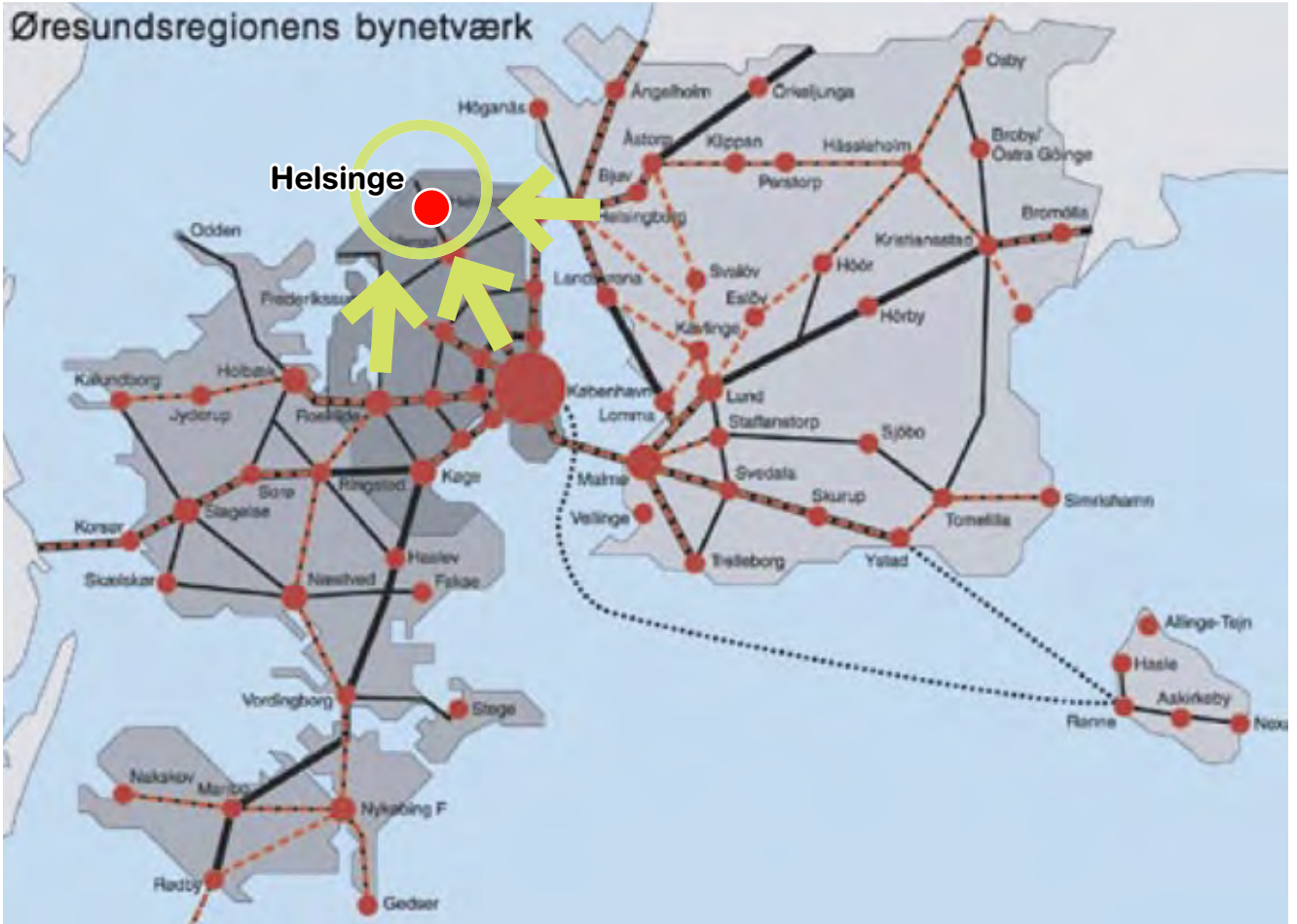
Positiv fokus



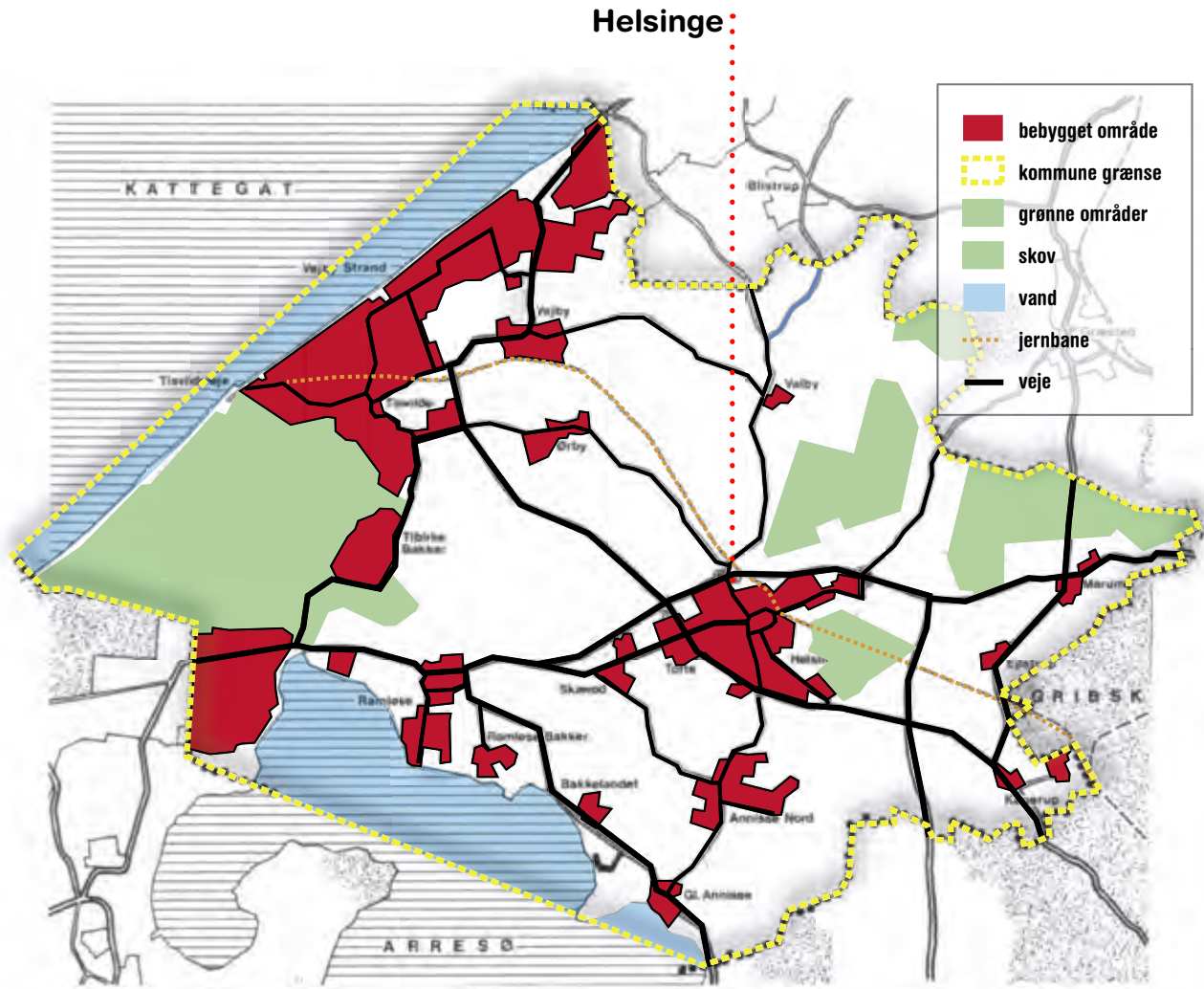
Øresundsregionen



Øresundsregionens bynetværk



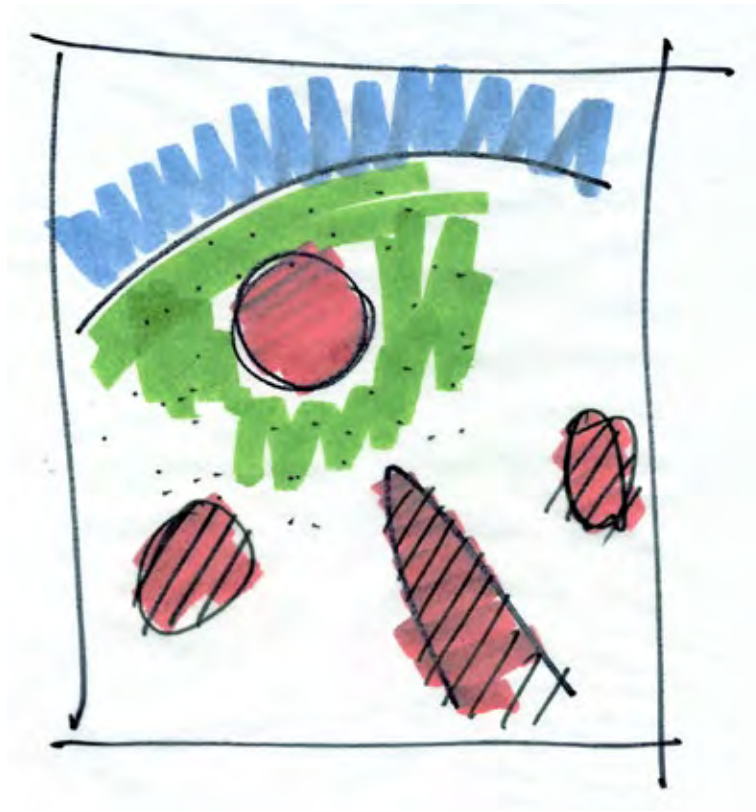
Kommunen



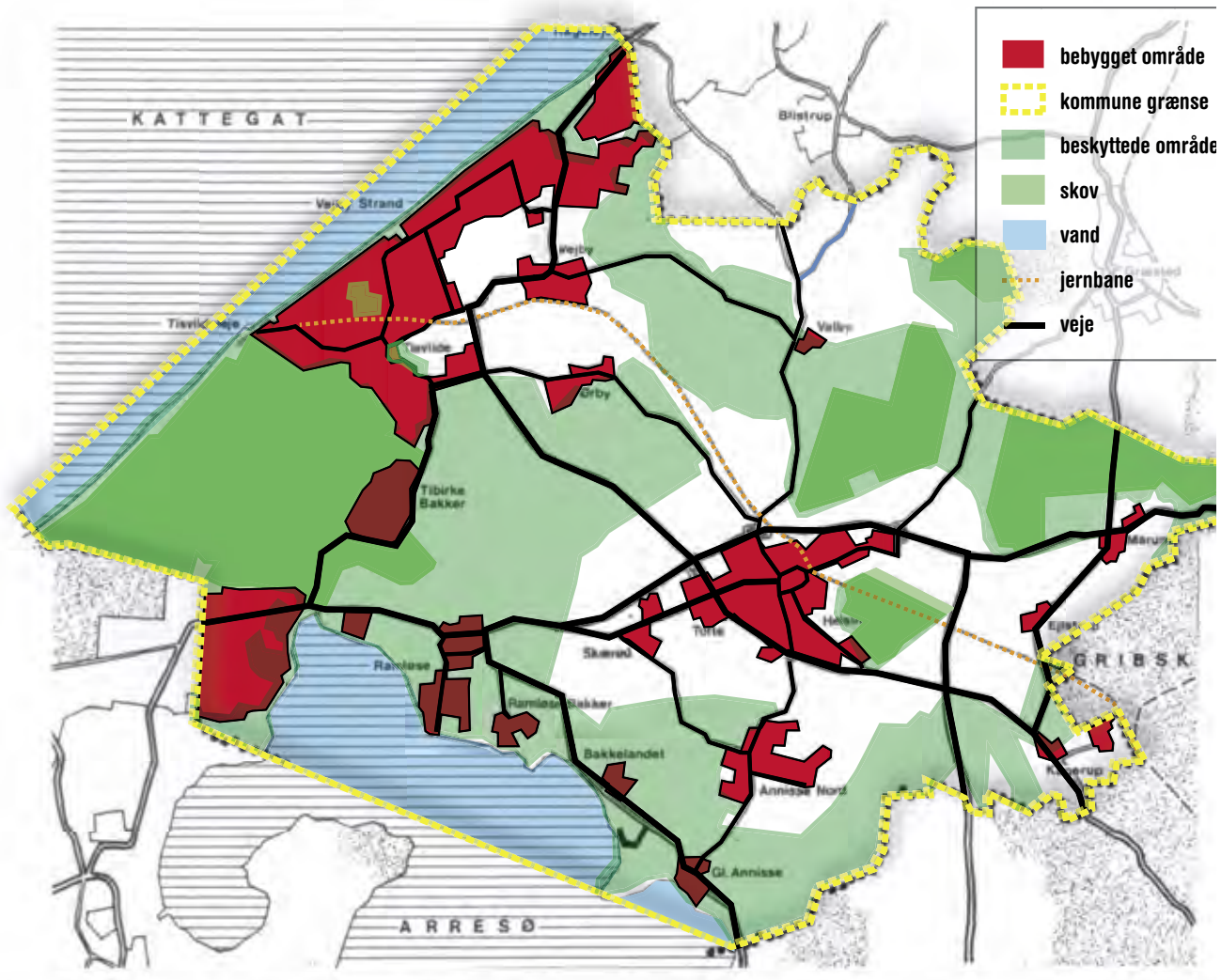
Kommunen har en plan...

Helsinge Kommune - et godt sted at bo.

'Helsinge Kommune skal være et godt sted at bo. Helsinge skal være kendt som en kommune, der er attraktiv, fordi der værnes om naturværdierne - skov, mark, strand og frisk luft' (Helsinge Kommune, Kommuneplan 1997 - 2008, s. 4)



Beskyttede områder



Kommunen uden problemer

Helsinge Kommune lever op til den rolle der fra regional og egentlig også national side er tiltænkt kommunen. Helsinge Kommune er et 'grønt åndehul' for hele regionen. Et sted for fritid, rekreation og naturoplevelser.

Der er dog et problem der kan peges på og det er de andre kommuner langs Sjællands nordkyst også i vid udstrækning tjener denne rolle. Helsinge Kommune er således ikke et 'unikum' i denne forstand. Det der trækker 'folk' fra hovedstadsregionen til Helsinge Kommune er ikke Helsinge Kommune, men de naturkvaliteter, der generelt findes langs Sjællands nordkyst. Det er således ikke Helsinge Kommune folk kan placere på et landkort, men der imod Tisvilde, Gilleleje osv.

Sagt lidt provokerende er det altså ikke afgørende for de mange turister, der hvert år besøger Helsinge Kommune, at det er netop Helsinge Kommune de besøger. De besøger nordkysten, havet og naturen. Et forhold de store sommerhusområder vidner om. De ligger jo ved kysten, og ikke inde i landet, som Helsinge by.

Umiddelbart synes det oplagt at det samme forhold gælder for de fastboende i kommunen. De bor der fordi kommunen ligger naturskønt og tæt på nordkysten.

Byen med problemer

Set i et regionalt perspektiv er det tydeligt at Helsingør by har svært ved at 'hæve' sig over de naturgivne kvaliteter regionen har. Byen savner kvaliteter og beliggenhed, der kan supplere de 'heldige naturgivne forhold'. Som eksempel på et positivt eksempel kan nævnes Skagen, hvor by og region flyder sammen. Begge har en markant identitet og begge har kvaliteter, der supplerer hinanden.

Helsingør by må tildeles en meget klarere identitet og nogle formelle kvaliteter, der kan afspejle denne identitet. Dette ville gøre byen til en attraktion i sig selv. En identificerbar ressource i hovedstadsområdets 'grønne åndehul'.

Spørgsmålet er selvfølgelig hvilken identitet og hvilke formelle kvaliteter ?



SKAGEN





Helsingør Bymidte

Gadekær

Byport

Kvickly

Rådhus



Farvel til 'provinsby-modellen' ?



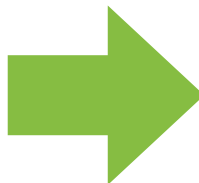


Gågaden har gennem snart 40 år udgjort danskernes foretrukne shoppingmiljø. Et forhold, der i stignende grad er blevet udfordret af diverse shoppingcentre. Når gågaderne har svært ved at konkurrere med shoppingcentre skyldes det bl.a. det forhold, at sidsnævnte er konstruerede udelukkende til shopping - det er 'gamle byer' ikke.

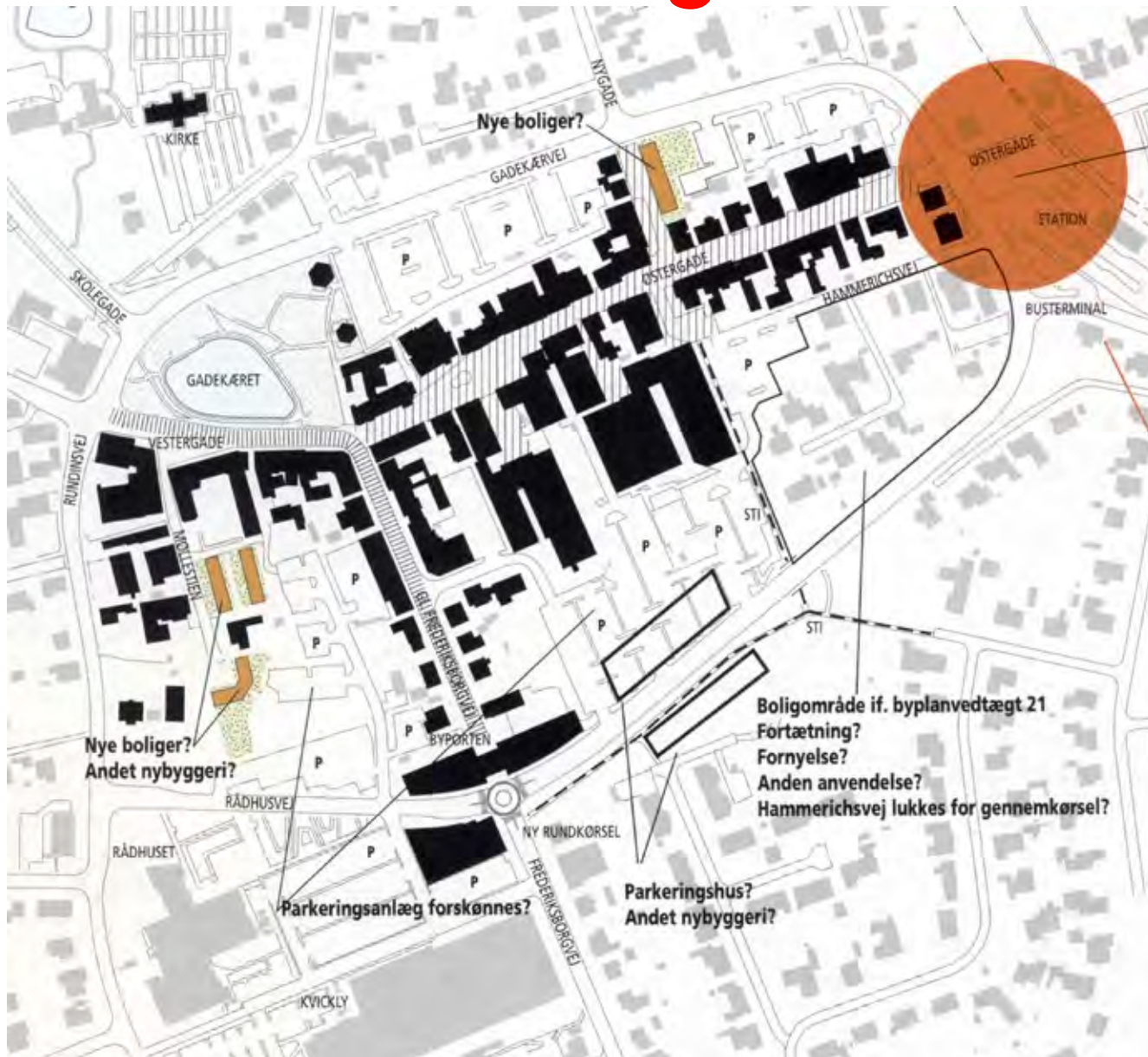
- a. Gågaden er som udgangspunkt et offentligt rum, hvilket betyder at det ikke er de handlende der bestemmer hvad gågaden skal rumme og hvordan den skal udformes.
- b. Gågadens karakter er ofte langstrakt uden interessante start- og slutpunkter.
- c. Gågaden har ofte ingen særskilt identitet - udover det at være 'gågaden' i f.eks. Helsinge.
- d. Gågaderne er som regel ikke overdækkede. De er eksteriøre frem for interiøre.

Når gågaden tilsyneladende klare sig dårligt hænger det også sammen med det faktum at en stor del af den handelsaktivitet, der var tiltænkt gågaden reelt foregår 'bag' gågaden. Dette skyldes at det er her de store supermarkeder er blevet placeret. Det daglige indkøb foregår således ikke i gågaden, men bag denne.

Gågaden skal altså overleve som shoppinggade uden dagligvarehandlen.



Helsingør



Det er måske på tide at overveje om de ressourcer, der er til rådighed skal anvendes til at puste liv i gågaden eller om de istedet skulle anvendes til at skabe et indkøbsmiljø, der i højere grad afspejler de forestillinger, og krav, som nutidens shoppere stiller til deres indkøbssteder.

Gågadebegrebet skal måske ud af den sproglige værktøjskasse vi bruger til at diskutere by med. Begrebet antyder jo egentlig bare at det er en 'gade' man kan 'gå' på..... I en nutidig terminologi ville dette svare til at 'Fields' blot blev navngivet 'Shoppingcentret' - Et sted hvor man kan shoppe. Et forhold, der også gør det svært for udfra kommende at forholde sig til stedet, som et særligt sted med en egen historie og identitet.

Sammenholdes det forhold at store dele af handelsaktiviteterne reelt foregår bag gågaden med det forhold at gågaden som begreb egentlig ikke 'betyder noget', så synes det oplagt at der må være et behov for at introducere alternative modeller for indretningen af bymidter. Modeller der ikke forsøger at fastholde eller reetablere bymidtens liv omkring gågaden, men i stedet søger andre forbilleder.

Et oplagt forbillede er mall'en, der på mange måder er en kunstigt skabt bymidte. Her er der rettet op på de mangler der typisk kendetegner gågaderne:

- a. Gaderne er overdækkede
- b. Gaderne har start og slutpunkter (Ankre)
- c. Gaderne suppleres med torve og pladser,
- d. Gaderne er 'bare gågader' identiteten knyttes til hele mall'en
- e. Gaderne giver adgang til både udvalgs- og dagligvarebutikker.

Fremtidens attraktive byrum...?

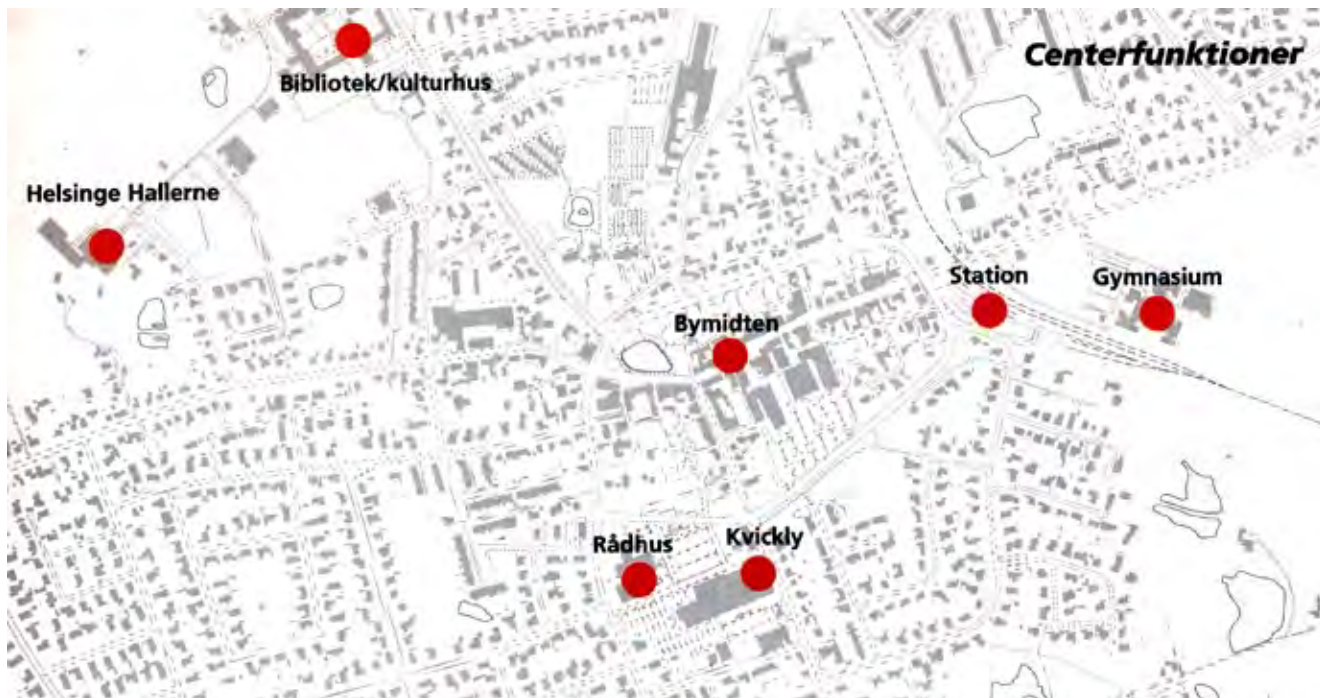
1. Er et socialt rum
2. Er et underholdningsrum
3. Benytter selve det at 'være i byen', som attraktion (Det blandede, det uventede)
4. Består af en blanding af offentlige og private aktiviteter (Der supplerer og understøtter hinanden)
5. Er afhængig af at private interesser skaber og opretholder et offentligt rum
6. Er kommercielt afhængig af sine offentlige rums popularitet.
7. Består af nye og gamle ting sat sammen
8. Forandrer sig hele tiden (Både udseende og indhold – forandring fryder mere end granitbelægninger)
9. Er en tæt by (Bl.a. ved at optage infrastruktur, p-pladser, gøre byen mindre 'porøs')
10. Er integreret med offentlig transport – (fordi det er steder med et højt aktivitetsniveau og store besøgstal)
11. Er rent, sikkert og behageligt
12. Er mange tilbud under et brand

Fremtidens attraktive byrum...?



Den spredte by med mange centre

Zoneopelingen i moderne byer har medvirket til at de funktioner, der samler befolkningens aktiviteter ofte ligger fysisk langt fra hinanden. Helsingør er ingen undtagelse.... Det burde måske overvejes at bryde med zonetænkningen og samle flere 'populære' aktiviteter på ét sted.



Helsingesom by



Helsingesom mall



Helsingesom by-mall

Helsingør bymidte er allerede i dag struktureret omkring handel. Specielt dagligvarebutikkerne klarer sig godt, hvilket betyder at disse udgør de primære attraktorer for de handlendes bevægelsesmønstre i bymidten.

Udvalgsvarer-konkurrencen mod Hillerød og København kan ikke vindes.... Der imod bør der tænkes i andre strategier. Strategier der ikke snævert fokuserer på den enkelte butik, men der imod på Helsingørs handelsliv som én helhed. En overordnet strategisk tematisering af byens handelsliv i tråd med den tidligere nævnte styrkelse af byens identitet og formelle kvaliteter.

Overordnet foreslås følgende tiltag.

a. Tematisering af Helsingør bymidte

b. Tilpasning af bygningsmasse og -program til tematisering

c. Fælles overordnet identitet bestemmes - brand / logo

STRATEGISK

Tematisering af bymidten

4 **identiteter**

Gammel by



Sport City



Family City



GREEN CITY



STRATEGISK

Tematisering af bymidten

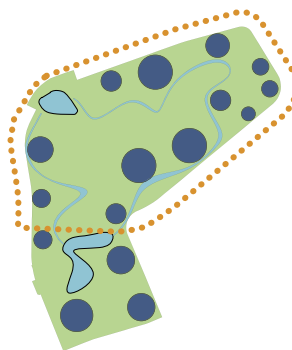
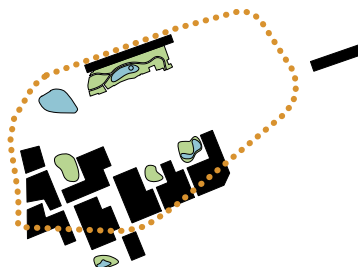
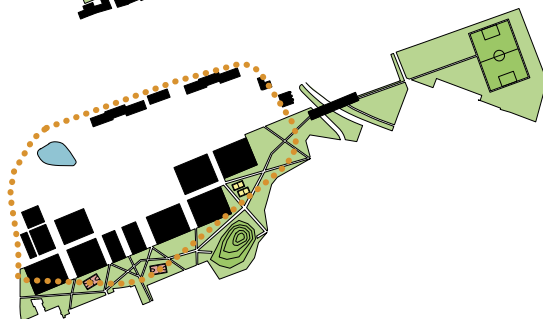
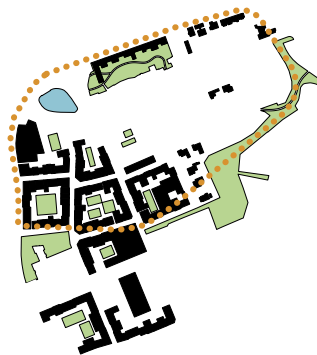
4 **modeller**

Gammel by

Sport City

Family City

GREEN CITY



Gammel by



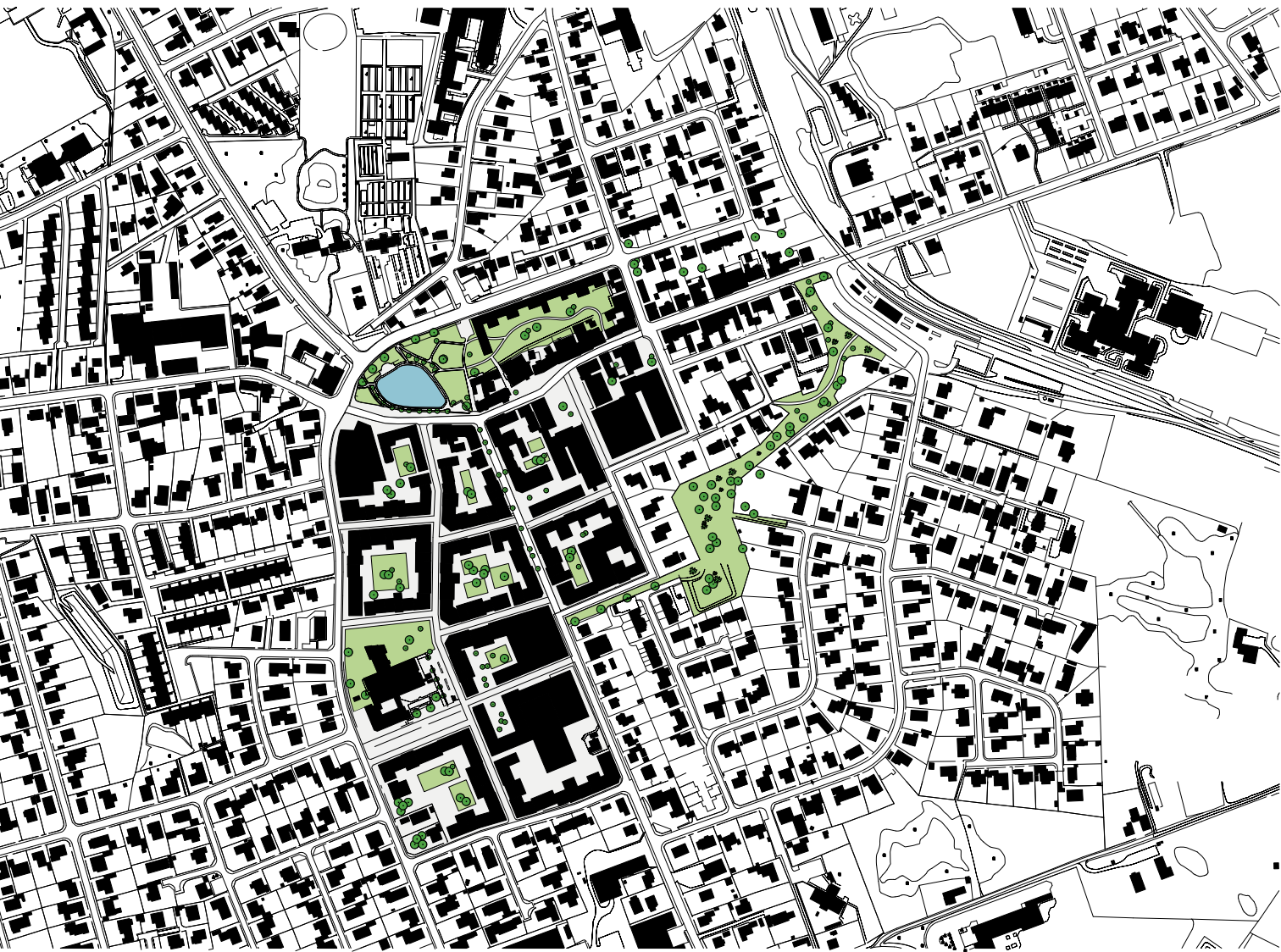
BYENS INDHOLD

- 'Imageneering' - shopping tilført de oplevelser, der typisk knytter sig til gamle bydele. (latinerkvarteret osv.)
- Helsingebymidte 'brandes', som den gamle by med de hyggelige gader, smukke facader - og de gode butikker
- Butiksfacader ligger tæt side om side suppleret med caféer.
- Supermarkeder 'findes ikke her' - I stedet indrettes og markedsføres disse som overdækkede markeder.

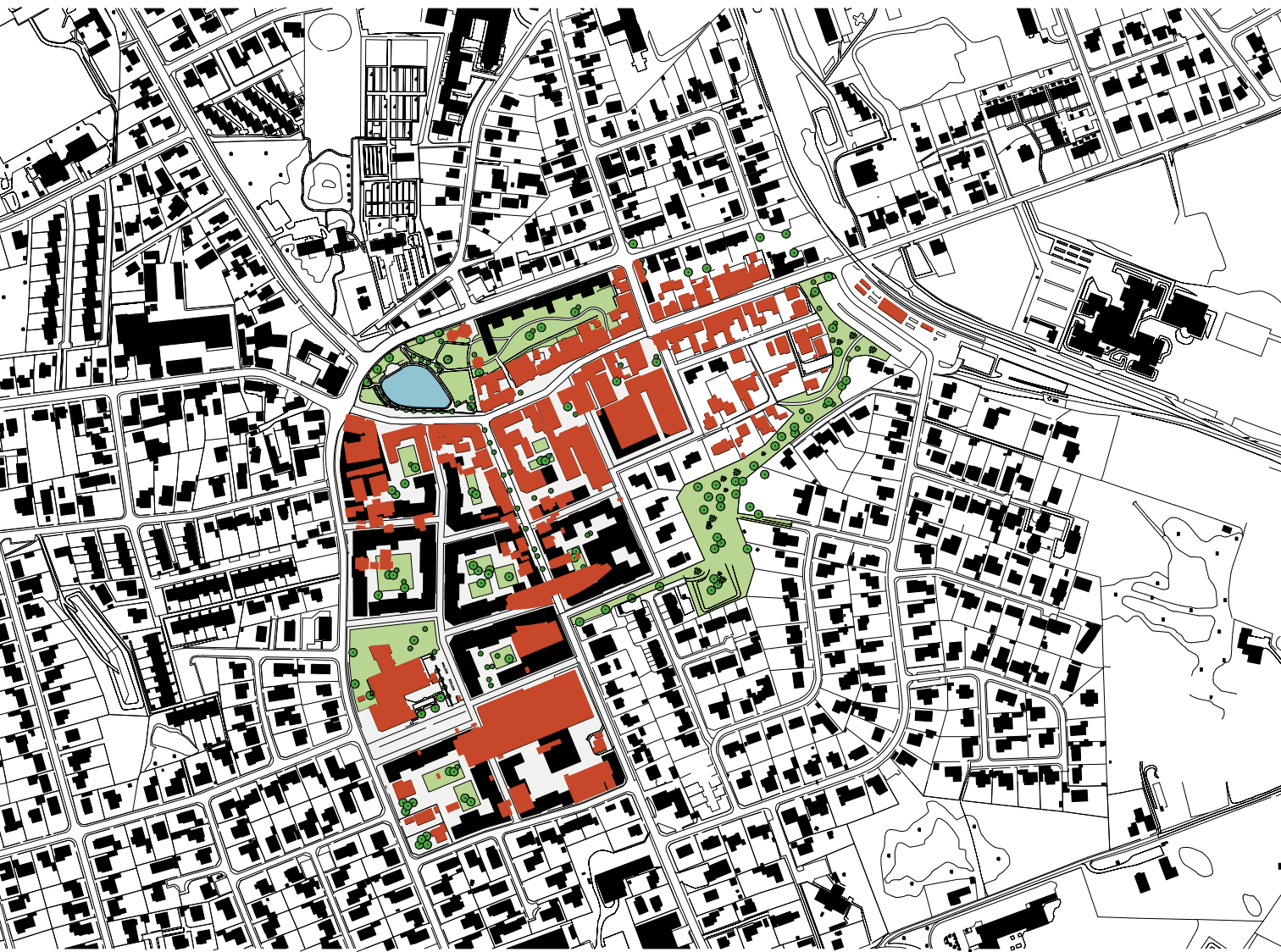
BYENS FORM

- Byen 're-etableres' som tæt by med et fintmasket gadeforløb.
- Frederiksborgvej og Østergade bliver igen byens hovedgade.
- Biltrafik tillades i alle gader.
- Restaurering af bymidten
- Parkeringspladser assimileres overvejende i bygningsmassen.
- Kantstensparkering tillades

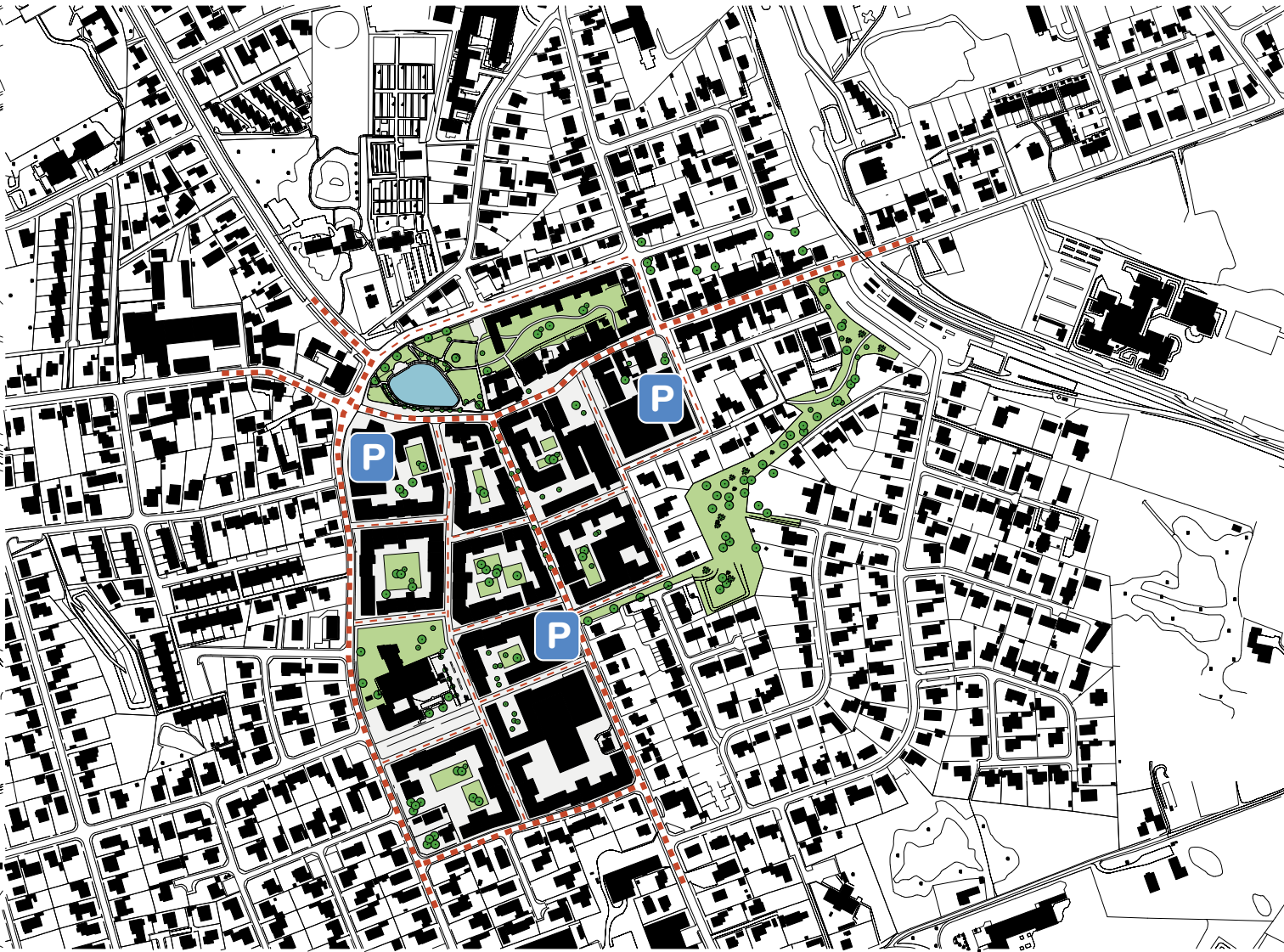
Plan



'nyt - eksisterende'



Infrastruktur



GAMMELBY



Eksisterende bebyggelse (indenfor centerringen + området mellem Rådhusvej og Birkedalsvej)	44.000 m2
Nye bygninger	40.000 m2
Bevarede eksisterende bygninger	24.000 m2
IALT BEBYGGET GRUNDAREAL I BYMIDTE	64.000 m2
NB. AREALER OPGJORT SOM GRUNDAREAL	

Eksisterende parkering (indenfor centerringen + området mellem Rådhusvej og Birkedalsvej)	35.000 m2
Nye parkeringsarealer	23.000 m2
Bevarede eksisterende parkeringsarealer	0 m2
IALT PARKERINGSAREAL I BYMIDTE	23.000 m2

nord-vest



syd



øst



By-identitet 1



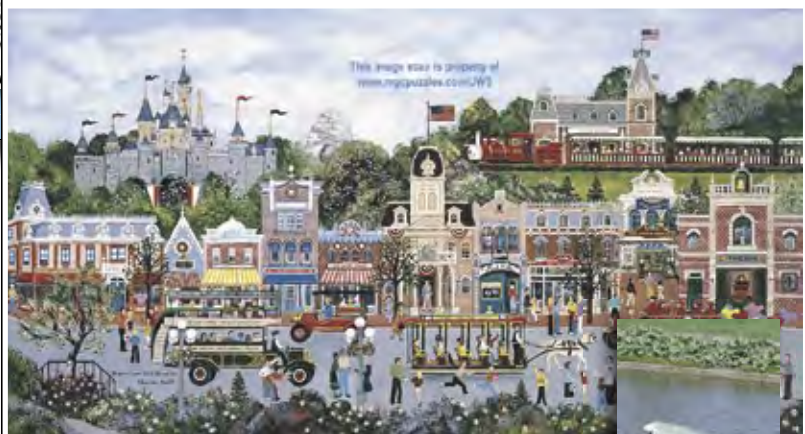
Helsingør



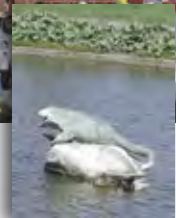
for



nu



Helsingør



By-identitet 2



Sport City



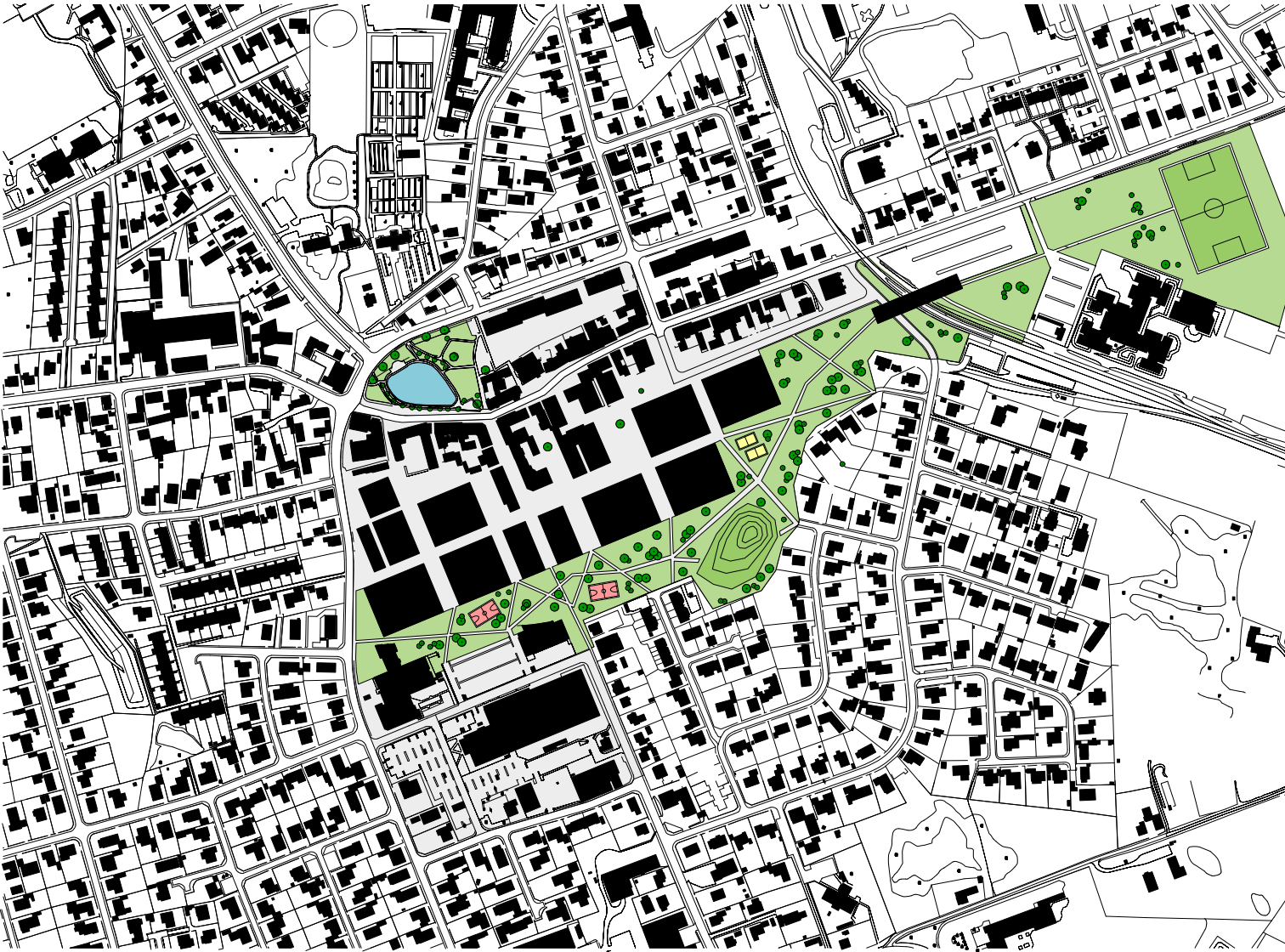
BYENS INDHOLD

- Helsingørse hallerne flyttes til bymidten
- Helsingørse svømmehal flyttes til bymidten
- Der afholdes rekreative arrangementer i eller med udgangspunkt i bymidten
- Store sportsarrangementer afholdes i bymidten. (disse ligger typisk udenfor almindelig åbningstid, hvilket betyder at der kan opnåes dobbeltudnyttelse af bymidtens parkeringskapacitet.)
- Butikker med fokus på fritidsliv / rekreative aktiviteter opprioriteres

BYENS FORM

- Centerringen brydes og et nyt grønt, øst-vest gående bånd etableres. Båndet vil fungere som et rekreativt 'parklandskab', der forbinder bymidten med gymnasieområdet.
- Den eksisterende bygningsmasse flettes tæt sammen med nye store sportsbyggerier. Herved opstår hidtil nye hybride byrum mellem indkøb og rekreation.

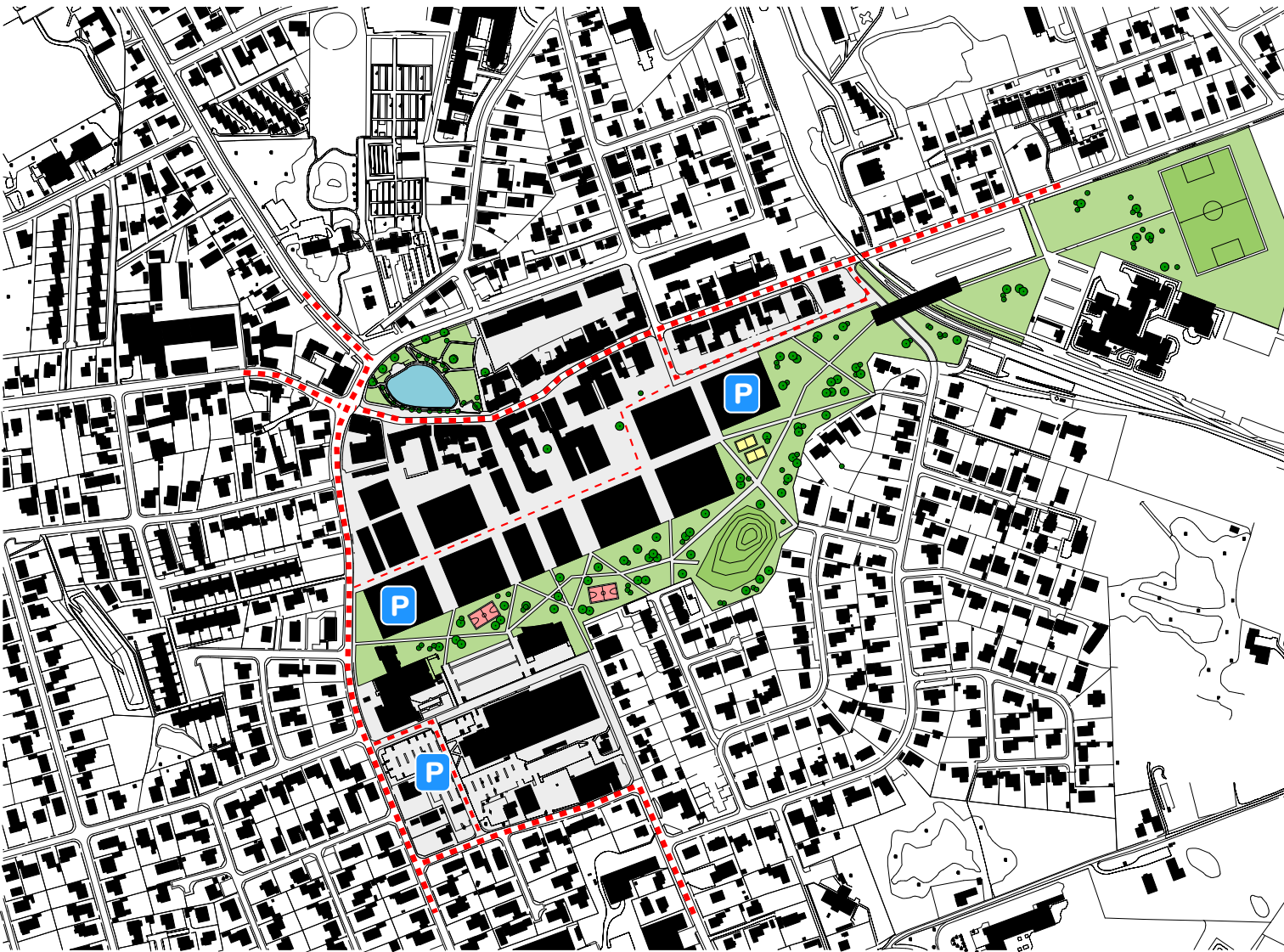
plan



‘nyt - eksisterende’



infrastruktur



SPORT CITY



Eksisterende bebyggelse (indenfor centerringen + området mellem Rådhusvej og Birkedalsvej)	44.000 m2
Nye bygninger	31.000 m2
Bevarede eksisterende bygninger	30.000 m2
IALT BEBYGGET GRUNDAREAL I BYMIDTE	61.000 m2
NB. AREALER OPGJORT SOM GRUNDAREAL	

Eksisterende parkering (indenfor centerringen + området mellem Rådhusvej og Birkedalsvej)	35.000 m2
Nye parkeringsarealer	23.000 m2
Bevarede eksisterende parkeringsarealer	7.000 m2
IALT PARKERINGSAREAL I BYMIDTE	23.000 m2

nord-vest



syd



øst



By-identitet 1



HELSINGE
SPORTS
CITY



TEAM HELSING HÅNDBOLD

By-identitet 2



City Strategies

LIGHT'N UP IN ADELAIDE -

**CITY RECREATION
AND SPORT PLAN**

Family City



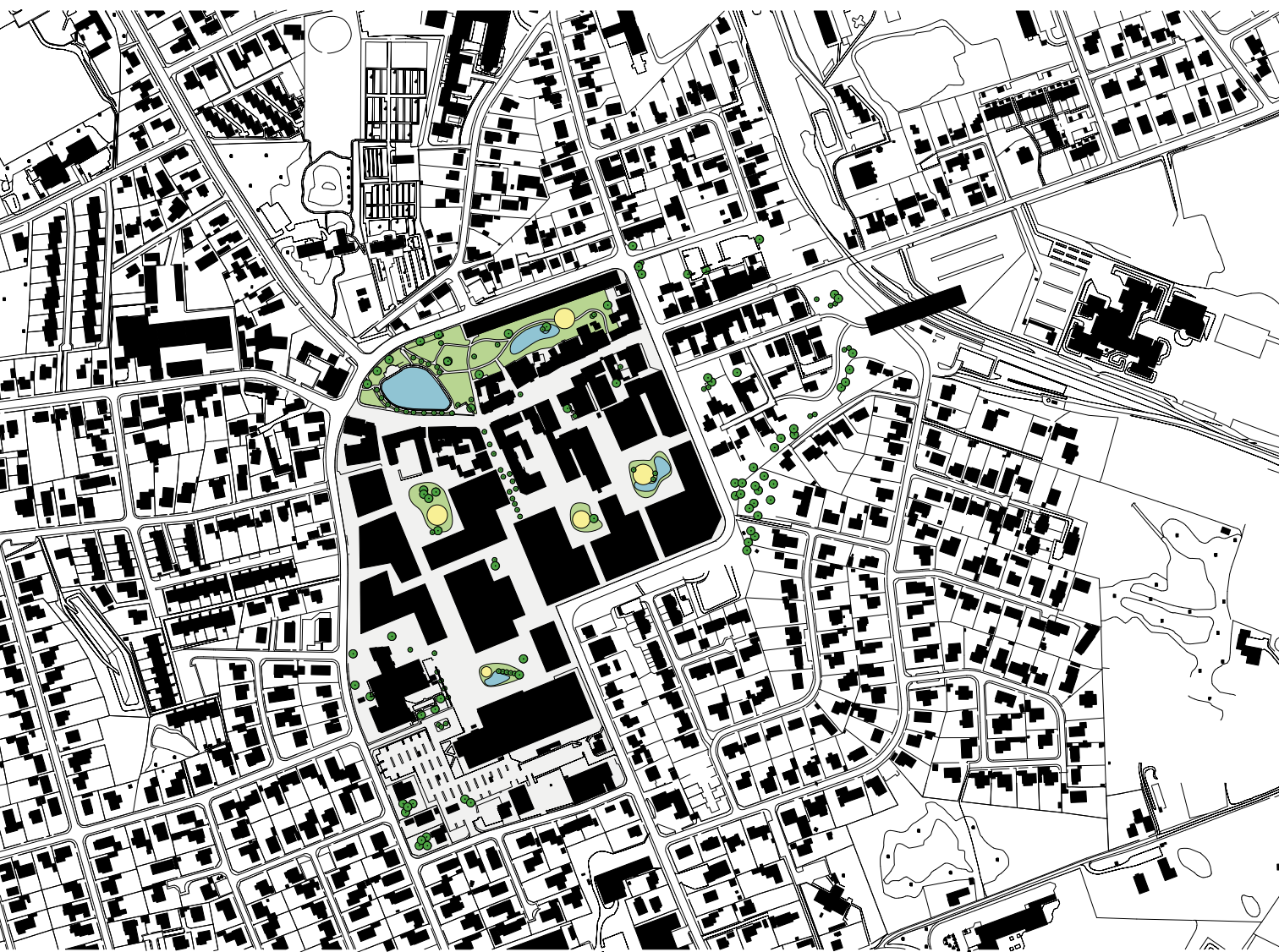
BYENS INDHOLD

- I bymidten etableres spredte rekreative, kulturelle og underholdende tilbud for hele familien.
- Der etableres børnehave og vuggestue til pasning af børn, mens forældrende shopper / køber ind.
- Aktivitetsarealer og legepladser opprioriteres.
- Butikker med fokus på familieliv opprioriteres.
- Bymidten sikres trafikalt, så fodgængere og cyklister opprioriteres

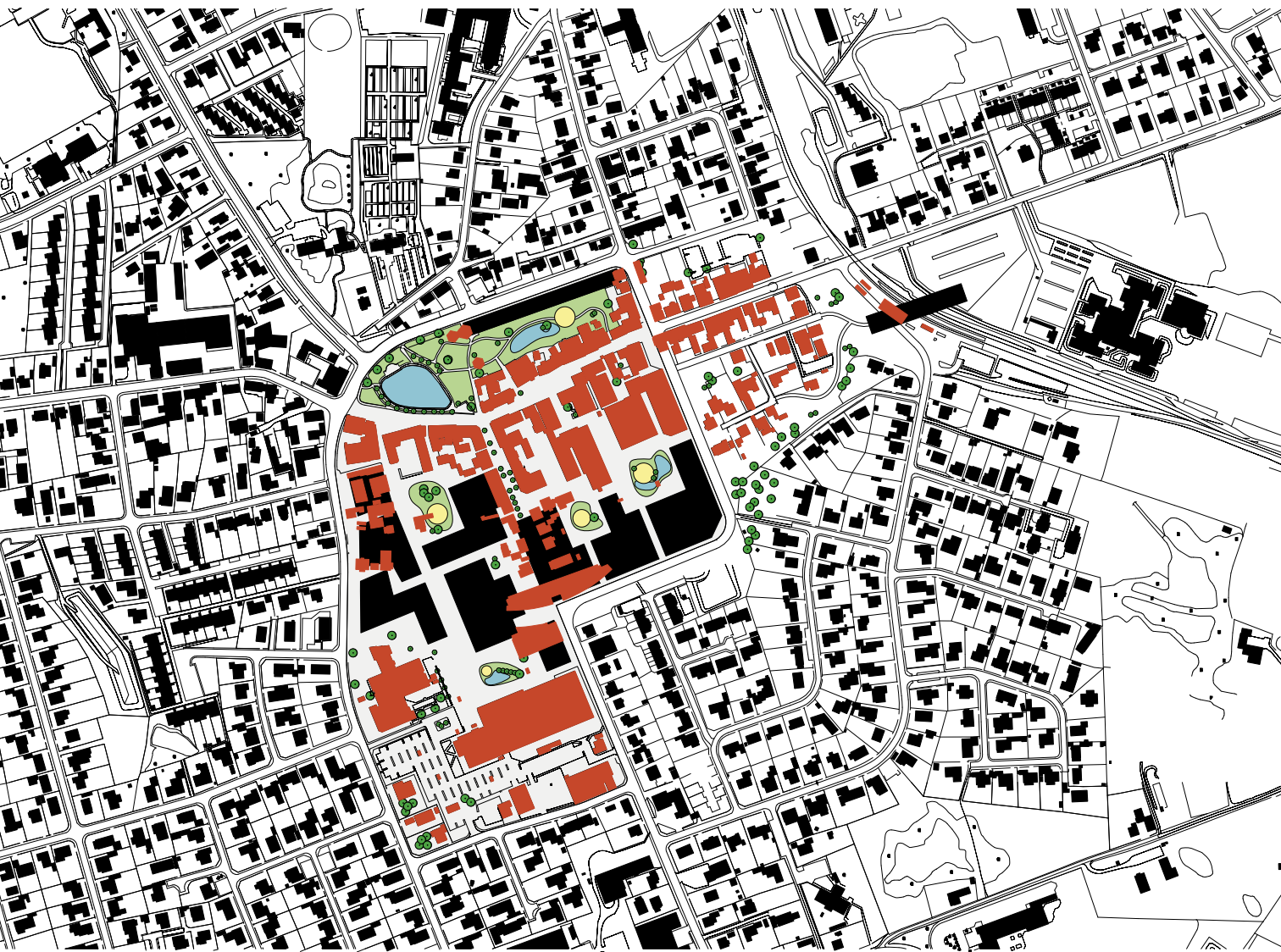
BYENS FORM

- Den fysiske strukturering inspireres af mall'en.
- Centerringen 'omdefineres', så fokus rykkes mod øst og syd.
- Bymidten fortættes så kunderne kan nå flest mulige indkøb inden for en kort radius.

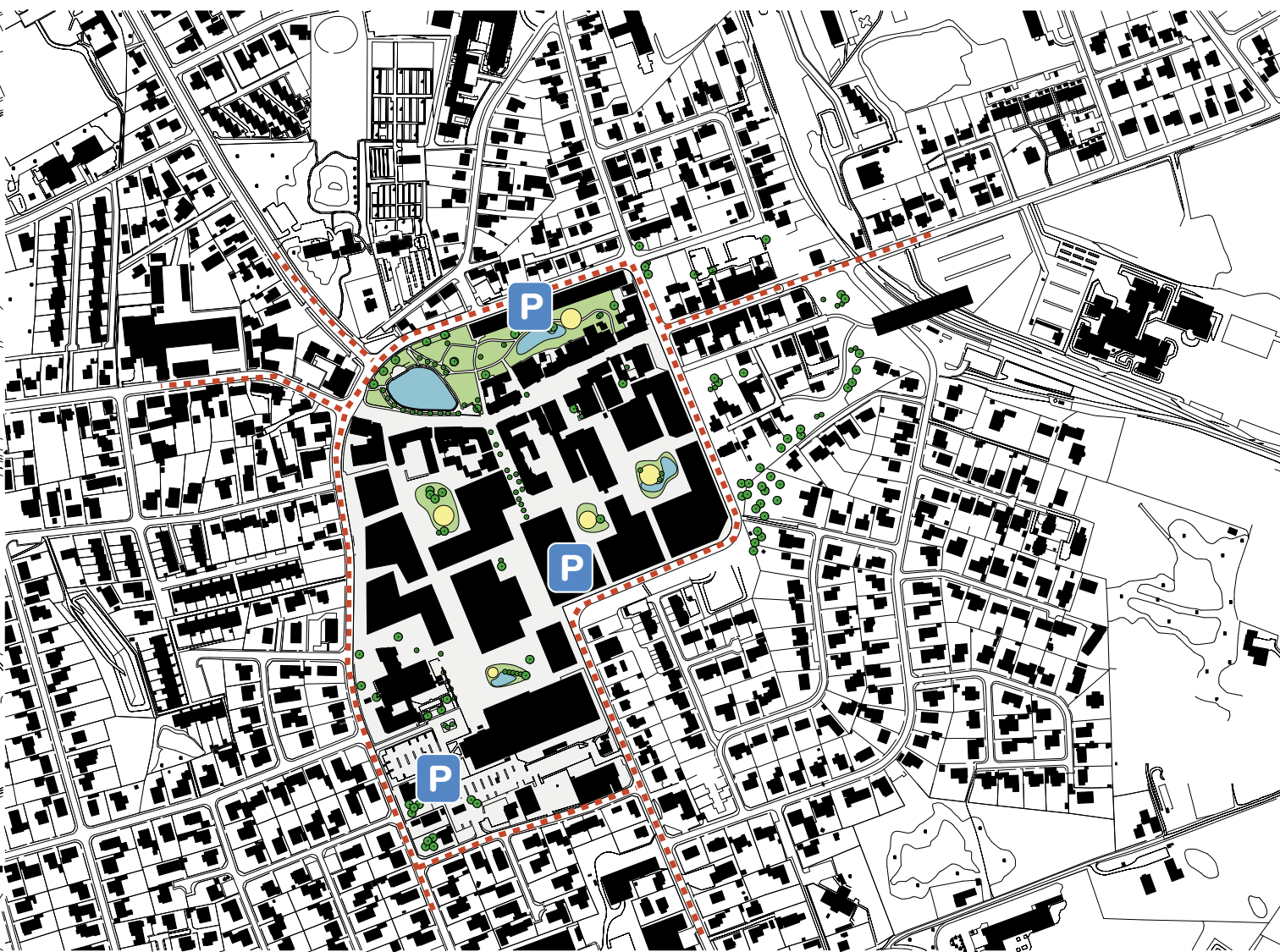
plan



‘nyt - eksisterende’



infrastruktur



FAMILIE BY



Eksisterende bebyggelse (indenfor centerringen + området mellem Rådhusvej og Birkedalsvej)	44.000 m ²
Nye bygninger	28.000 m ²
Bevarede eksisterende bygninger	35.000 m ²
IALT BEBYGGET GRUNDAREAL I BYMIDTE	63.000 m ²
NB. AREALER OPGJORT SOM GRUNDAREAL	

Eksisterende parkering (indenfor centerringen + området mellem Rådhusvej og Birkedalsvej)	35.000 m ²
Nye parkeringsarealer	22.000 m ²
Bevarede eksisterende parkeringsarealer	6.000 m ²
IALT PARKERINGSAREAL I BYMIDTE	28.000 m ²

nord-vest



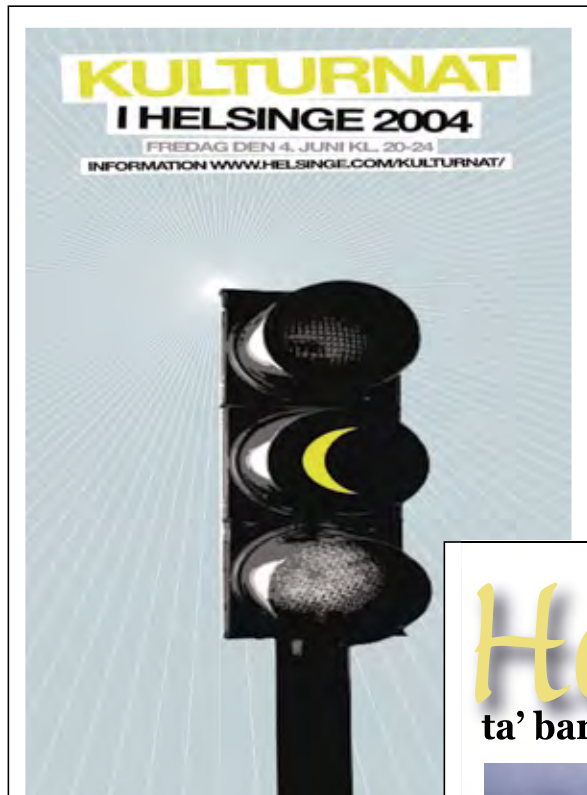
syd



øst



by-identitet 1



Helsingør
ta' bare familien med



by-identitet 2



GREEN CITY



BYENS INDHOLD

- Butikker med fokus på det 'grønne' og økologiske opprioriteres
- Der etableres 'væksthuse', der anvendes som væksthuse i traditionel forstand, men også som erhvervsvæksthuse for nye 'grønne erhverv'.
- Der afholdes 'udendørs' planteudstillinger.

BYENS FORM

- Bymidten omstruktureres til et parklandskab ved at 'puffe' bygninger ud i den nuværende gadestruktur, så området inden for centerringen bliver til en grøn 'shopping park'.
- Der etableres et parkeringsbånd rundt om bymidten. Dette sikrer, at bymidten bliver et felt med ligelig adgang.
- Der etableres 'væksthuse', der tegner bymidtens nye overordnede struktur. Den tilbageblevne, 'bevaringsværdige' bygningsmasse kobles sammen med disse.
- Væksthusenes markante, karakteristiske form vil repræsenterer en arkitektur, der er unik for Helsingør (jvf. Bilbao-syndromet)

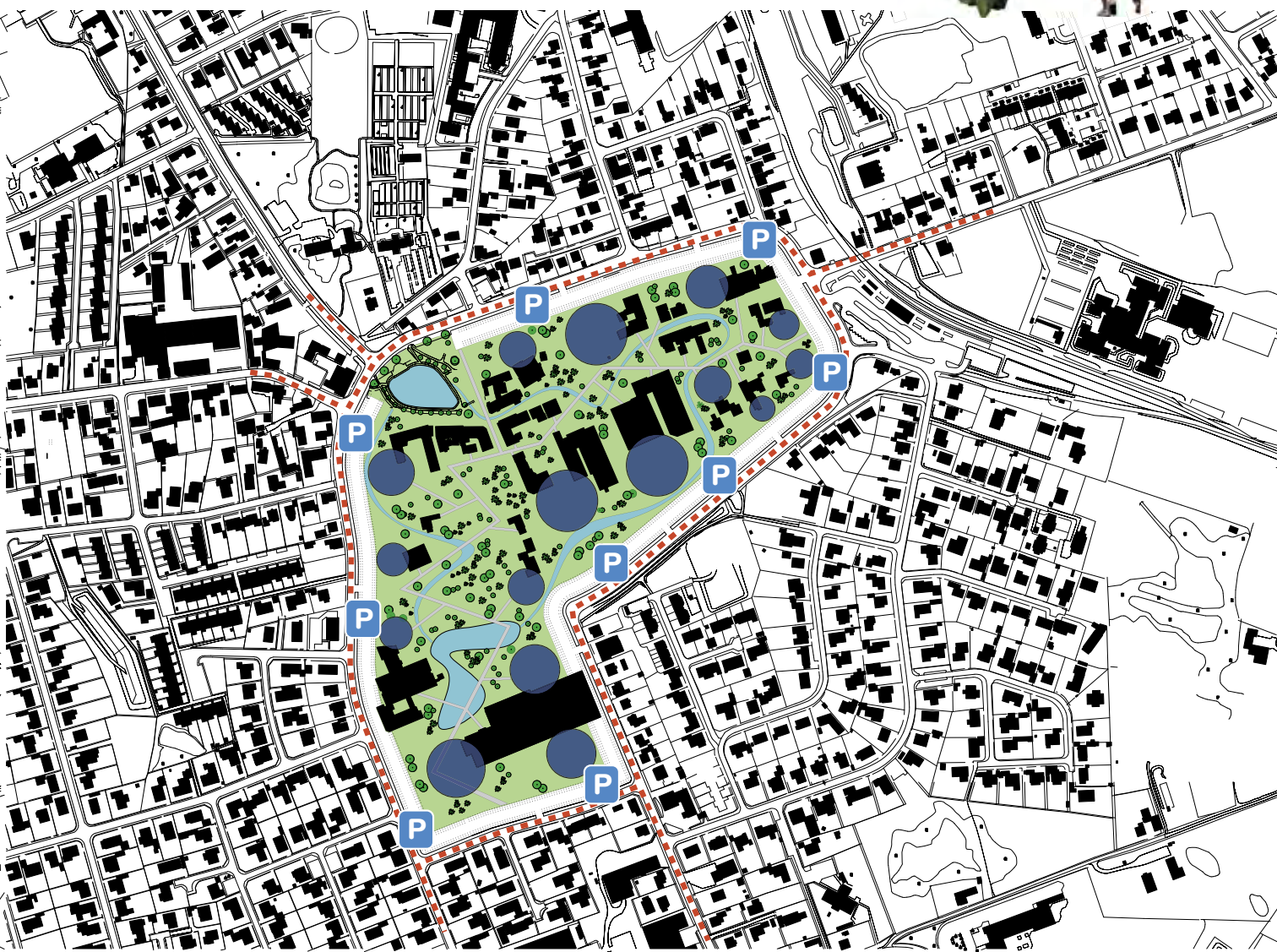
PLAN



'NYT - EKSISTERENDE'



INFRASTRUKTUR



GREEN CITY

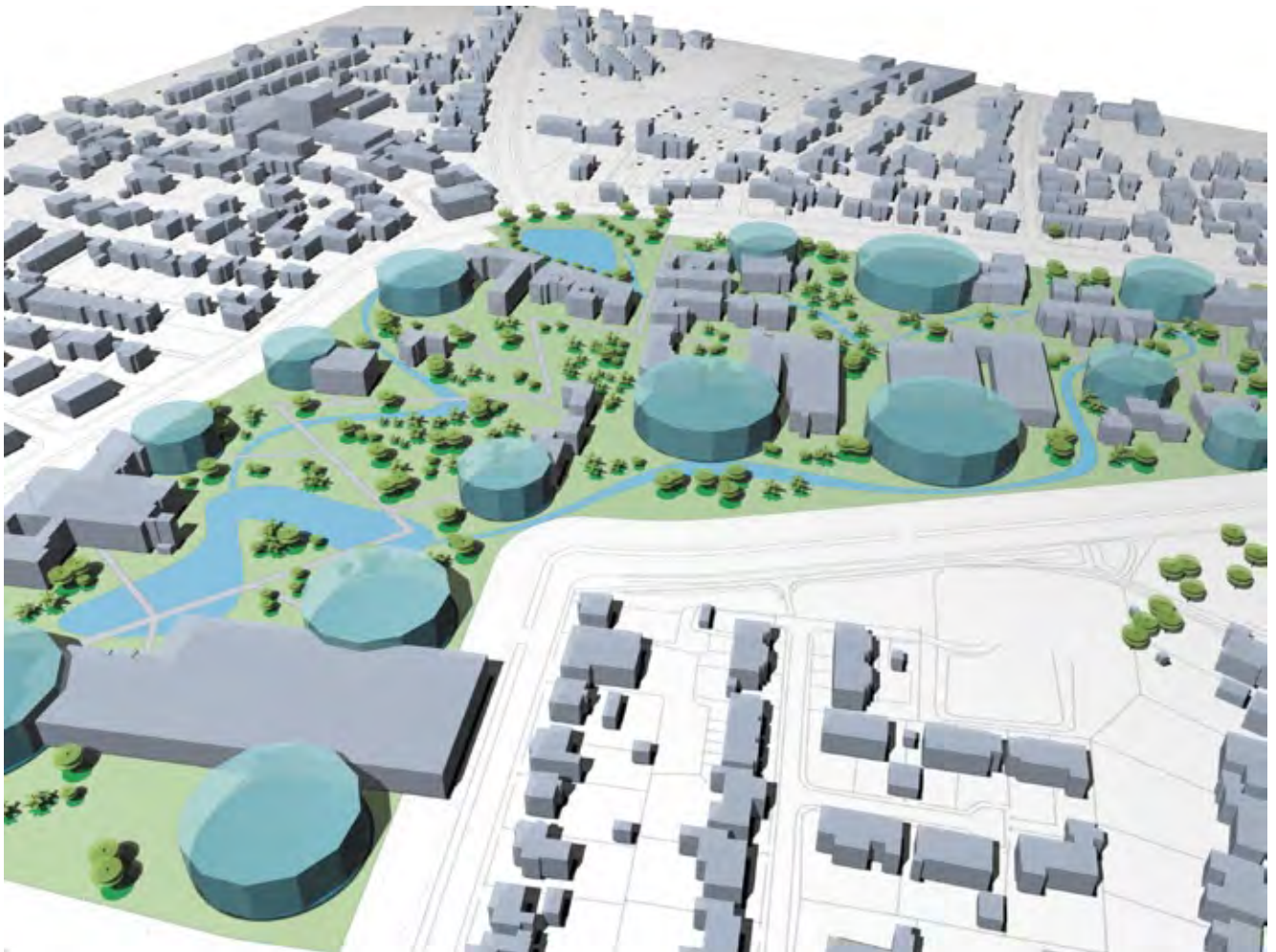
Eksisterende bebyggelse (indenfor centerringen + området mellem Rådhusvej og Birkedalsvej)	44.000 m2
Nye bygninger	24.000 m2
Bevarede eksisterende bygninger	24.000 m2
IALT BEBYGGET GRUNDAREAL I BYMIDTE	48.000 m2
NB. AREALER OPGJORT SOM GRUNDAREAL	

Eksisterende parkering (indenfor centerringen + området mellem Rådhusvej og Birkedalsvej)	35.000 m2
Nye parkeringsarealer	29.000 m2
Bevarede eksisterende parkeringsarealer	0 m2
IALT PARKERINGSAREAL I BYMIDTE	29.000 m2

NORD-VEST



SYD



ØST



BY-IDENTITET 1



Helsingør...



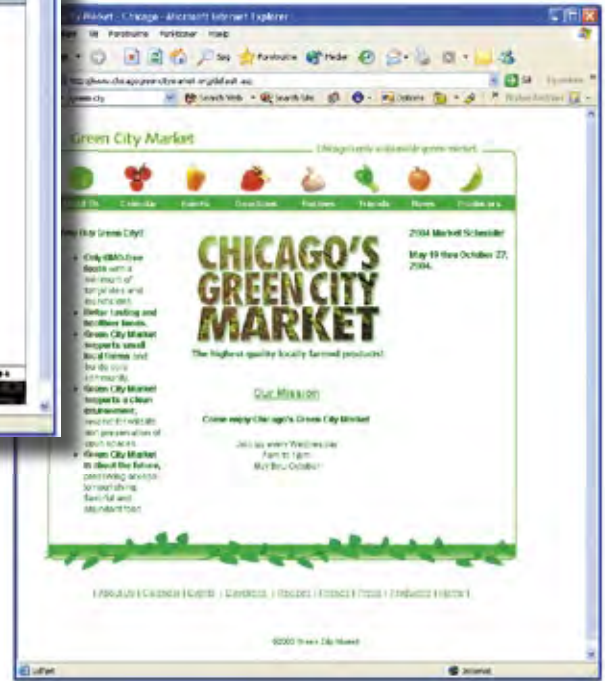
en by i vækst



Helsingør...



BY-IDENTITET 2



Vi ses i Helsingør

