

KULTURVÆRFTETS VÆRDI



SILVERLINING RESEARCH FOR KULTURVÆRFTET
APRIL 2025

Silverlining
RESEARCH

INDHOLDSFORTEGNELSE

<u>INTRODUKTION</u>	3
<u>TILGANG OG METODE</u>	4
<u>SAMMENFATNING</u>	6
<u>OPSUMMERENDE SWOT-ANALYSE</u>	10
<u>KULTUREL VÆRDI</u>	16
<u>SAMFUNDSØKONOMISK VÆRDI</u>	32
<u>VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET</u>	38
<u>SOCIAL OG DANNENDE VÆRDI</u>	51



Ved at klikke på ikonet ud fra indholdsoverskrifterne vil du blive henvist til det angivne afsnit i rapporten. Du kan vende tilbage til rapportens indholdsfortegnelse ved at klikke på 'Hjem'-ikonet

INTRODUKTION

Kulturværftet i Helsingør åbnede i 2010 som et nyt kulturelt vartegn for Helsingør og omegn. Ud over at huse hovedbiblioteket for Helsingør Kommunes Biblioteker anvendes bygningerne på havnen tæt ved Kronborg, til såvel store som små koncerter, teaterforestillinger og arrangementer. Formålet er at tilbyde både turister og lokale samt folk fra oplandet et bredt udvalg af kulturelle oplevelser. Organisationer er fusioneret med det ældre kulturhus Toldkammeret, hvor der tilbydes aktiviteter som billedkunstundervisning, fællesspisning, mindre koncerter og meget mere.

I 2024 afholdt Kulturværftet et stort antal arrangementer, som tilsammen tiltrak over 100.000 gæster. Dette gør stedet til et samlingspunkt for byens borgere og et kulturelt knudepunkt for hele Nordsjælland – med gæster på besøg fra blandt andet København og Helsingborg.

Kulturværftet og Toldkammeret bidrager ikke kun med kulturelle oplevelser, men har også en betydelig økonomisk og social indflydelse.

På denne baggrund har Kulturværftet i samarbejde med konsulenthuset Silverlining Research iværksat en omfattende undersøgelse. Formålet er at skabe en samlet kortlægning af kulturcenterets værdiskabelse og betydning for Helsingør og omegn – for byens borgere, samfundsøkonomien og lokalområdet som helhed.

Resultaterne præsenteres i denne rapport.

Undersøgelsen afdækker, hvordan Kulturværftet bidrager til samfundsøkonomien, brugernes oplevede nytteværdi og centrale aktørers vurdering af Kulturværftet som institution.

Via en flerstreget analysetilgang bidrager rapporten med indsigter på fire niveauer ved at:

- ➔ Opsummere nøgletal om besøgende, aktiviteter og formidling
- ➔ Estimere de samfundsøkonomiske effekter
- ➔ Afdække brugernes oplevede nytteværdi og syn på Kulturværftet
- ➔ Kortlægge centrale aktørers vurdering af Kulturværftet som institution.

Resultaterne i denne rapport skal danne grundlag for Kulturværftets fortsatte strategiske udviklingsarbejde, samt skabe transparens og dialog om den samlede værdiskabelse for lokalsamfundet og dets borgere.

Analysens formål

Formålet med undersøgelsen er den samlede værdiskabelse, der genereres af Kulturværftet og Toldkammeret. Det inkluderer blandt andet kulturproduktion og -formidling, uddannelsesaktiviteter samt funktioner som møde- og samlingssted. I rapporten anvendes betegnelsen "Kulturværftet" som en samlet reference for hele kulturcentret, der omfatter både Kulturværftet og Toldkammeret i Helsingør Kommune.

AT OPGØRE KULTURVÆRFTETS VÆRDISKABELSE FORUDSÆTTER EN FLERSTRENGET ANALYSETILGANG

Denne rapport er baseret på en flerstrengt analysetilgang med det formål at estimere Kulturværftets samlede værdi og betydning for lokalsamfundet og dets borgere. I stedet for udelukkende at fokusere på markedsomsatte værdier, såsom omsætning fra salg, anerkendes det at kultur også skaber ikke-markedsomsatte værdier, der gavner lokalsamfundet og dets borgere. Tilgangen og de fire anvendte metoder er opsummeret herunder.

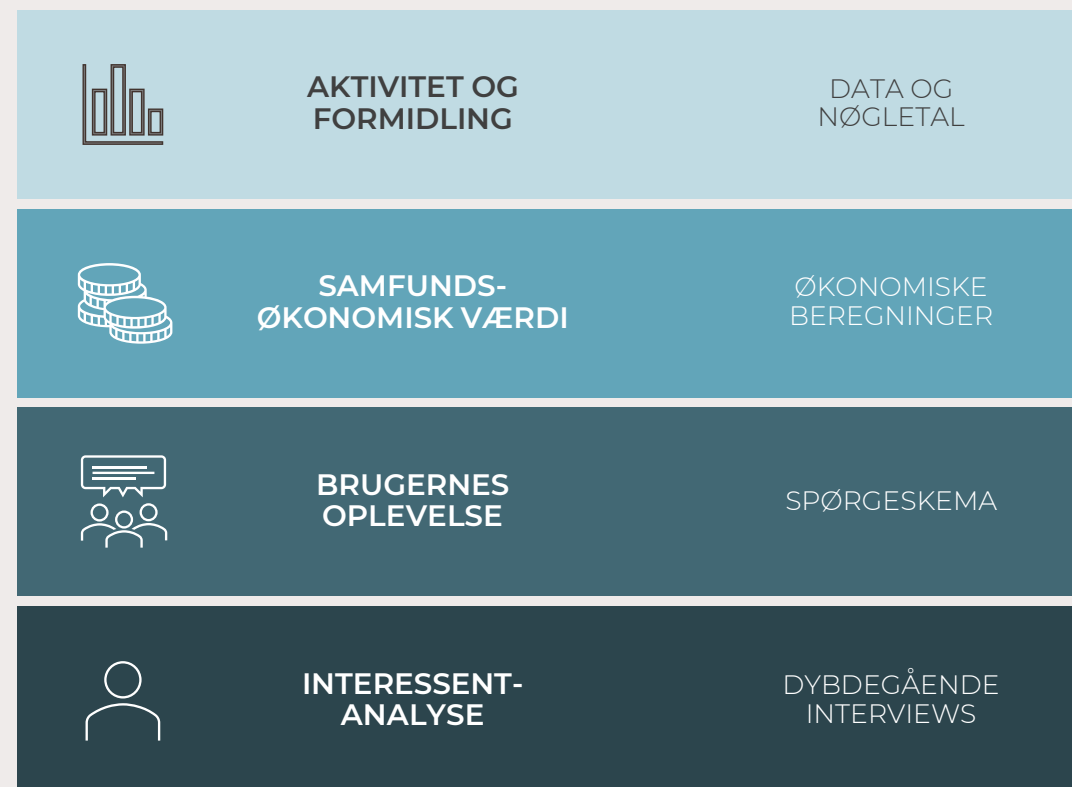
Med afsæt i tilgængelige nøgletal og data opsummeres Kulturværftets samlede produktion, indhold og aktivitet, herunder antal arrangementer, gæster formidlingsaktiviteter m.v.

Den samfundsøkonomiske værdi estimeres på baggrund af Kulturværftets nøgletal samt viden om turismeskabt omsætning. Tilsammen afdækker disse faktorer Kulturværftets økonomiske indflydelse i form af både direkte effekter som omsætning, og afledte effekter som turisme og jobskabelse, der gavner samfundsøkonomien.

Via en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse blandt 1.073 borgere fra Helsingør og omegn undersøges borgernes oplevelse og nytteværdi af Kulturværftet. Derudover er der gennemført en særskilt spørgeskemaundersøgelse blandt 359 borgere i Helsingborg og 38 forældre til elever på Billedskolen.

Endelig er der gennemført 12 dybde interviews med interessenter i Kulturværftets interessesfære. Det omfatter både nære samarbejdspartnere og aktører med kulturel, politisk og erhvervsmæssig interesse i Kulturværftet. De interviewede personer er:

- Tina Steinbrenner, U/NORD
- Jeanne Brammer, Brammers Menu
- Esben Marcher, Dansk Live
- Birgitte Bergman, MF KF
- Knud Mogensen, Helsingør Byråd
- Claus Andersen, ejendomsmægler
- Benedikte Kiær, Borgmester Helsingør
- Jens Frimann, Helsingør Teater
- Piet Petersen, SparNord og Helsingør Handel
- Adam Engel, Wonderful Copenhagen
- Kim Jørgensen, Helsingør Kommune
- Michael Mathisen, Helsingør Byråd



UNDERSØGELSENS RESULTATER ER STRUKTURERET I FIRE TEMATISKE KAPITLER



SAMMENFATNING



SAMMENFATNING

FRONT RUNNER PÅ HELSINGØRS FORTÆLLING - FRA VÆRFTSBY TIL VÆRTSBY

Kulturværftet er kendt af flere, og har en helt særligt lokal forankring i Helsingør

Selvom Kulturværftet modtager positive besvarelser fra respondenter i andre kommuner, står billedet stærkest i Helsingør Kommune. Her er kendskabet størst, besøgstallet højest og opbakningen mest positiv. Som en af aktørerne udtrykker, så er Kulturværftet ganske enkelt en del af Helsingørs DNA - både gennem husets fortid som værft og dets nuværende rolle som kulturudbyder og moderne forsamlingshus. Cirka hver femte af de adspurgte i Nordsjælland har besøgt Kulturværftet inden for de seneste to år. Særligt de lokale i Helsingør har besøgt Kulturværftet for nyligt (82%), men også mange fra nabokommunerne har lagt vejen forbi i samme periode (37%).

Kulturværftet er en vigtig økonomisk bidragsyder til Helsingørs lokaløkonomi

Kulturværftet spiller en central rolle i Helsingørs økonomi med sine 552.304 besøgende om året. Stedet har en stærk lokal forankring, da 65% af de besøgende er fra området. De resterende 35% kan betegnes som turister, hvoraf omkring 193.000 hvert år besøger Kulturværftet. Disse gæster – sammen med offentlige tilskud – bidrager til et økonomisk grundlag på omkring 37 mio. kr. årligt. Midlerne dækker blandt andet løn- og driftsomkostninger, hvilket direkte understøtter 21 fuldtidsstillinger og skaber afledte skatteeffekter. Af afledte effekter, vurderes det på baggrund af en rapport fra Wonderful Copenhagen, at de 193.000 turister, der blandt andet besøger Kulturværftet, genererer en turismeskabt omsætning på cirka 122 mio. kr., som understøtter omkring 117 fuldtidsstillinger i lokalsamfundet.

SAMMENFATNING

KULTURVÆRFTET ER ANBEFALELSERVÆRDIGT, OG KENDSKABET SPREDES OFTEST Gennem WORD-OF-MOUTH

Kulturværftet giver en særligt høj nytteværdi blandt brugere og lokale

Resultaterne fra undersøgelsen viser, at 35% af de adspurgte er villige til at betale et fast månedligt beløb før skat for at bevare Kulturværftet. Betalingsvilligheden er højest blandt Helsingørs borgere (52%), mens 30-39% fra andre kommuner ønsker at bidrage. I gennemsnit vil lokale betale 64 kr., borgere fra nabokommuner 43 kr., og øvrige kommuner 33 kr. om måneden. De vigtigste årsager til betalingsvillighed er kulturelle tilbud til børn (58%), livekoncerter og arrangementer (49%) samt Kulturværftets betydning for turisme og lokaløkonomi. De vigtigste årsager imod betalingsvillighed er, at de ikke bor i kommunen (63%), at de ikke bruger det nok (47%), samt at de ikke kender nok til hvad Kulturværftet tilbyder (20%), hvilket peger på et potentiale for øget synlighed uden for Helsingør.

Kulturværftet anbefales i høj grad. Mange kender til Kulturværftet, fordi de hører om stedet fra familie, venner og kolleger.

Kulturværftet har en stærk tilstedeværelse på sociale medier, dog er det særligt word-of-mouth, som spreder kendskabet til kulturinstitutionen. Knap halvdelen har hørt om Kulturværftet fra andre, mens 17% har hørt om det via sociale medier. Generelt har Kulturværftet også en pæn Net promotor score på 31, som blot bekræfter dette billede.

SAMMENFATNING

KULTURVÆRFTET HAR STORT POTENTIALE VED DE SYDSVENSKKE KULTURINTERESSEREDE NABOER

Stort potentiale for at udvide målgruppen i det sydsvenske

En af aktørerne inden for turisme anser de sydsvenske – og særligt beboerne i Helsingborg – som en stor potentiel målgruppe for Kulturværftet. Dette understøttes yderligere af resultaterne fra undersøgelsen i Helsingborg, hvor 78% af de adspurgte har kendskab til kulturelle attraktioner og seværdigheder i Nordsjælland. Derudover angiver 78%, at det er sandsynligt, at de vil besøge kulturelle attraktioner og seværdigheder i Nordsjælland i fremtiden.

Kulturværftet og Toldkammeret bidrager til øget trivsel og understøtter sociale relationer

Kulturværftet er gennem sine arrangementer og aktiviteter med til at skabe social værdi for borgerne i kommunen. I alt er 61% af de adspurgte enige i, at Kulturværftet understøtter trivsel i Helsingør Kommune, mens 56% også mener, at det bidrager til en følelse af fællesskab. Aktørerne nævner, at Kulturværftet formår at favne bredt og fungerer som et mødested for alle aldre. Derudover skaber Kulturværftet, via Billedskolen, rammerne for trivsel og sociale forbindelser blandt børn og unge i kommunen.

SWOT



SWOT

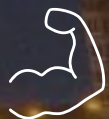
ANALYSE AF KULTURVÆRFTETS STYRKER, SVAGHEDER, MULIGHEDER OG TRUSLER



I forlængelse af sammenfatningen er der også udviklet en SWOT-analyse. Analysen er struktureret ud fra relevante emner i dybdeinterviewene med inddragelse af resultater fra det resterende data for at give de bedst mulige indsigter, præsenteret kort og præcist.

Analysen fremhæver styrker, svagheder, muligheder og trusler for Kulturværftet. Ved at strukturere data gennem en SWOT-analyse skabes mere handlingsorienterede forslag til, hvordan Kulturværftet strategisk kan udvikle sig fremadrettet.





STRENGTHS

- **En del af Helsingørs DNA**

Kulturværftet fremhæves af interessenter som en integreret del af Helsingørs identitet – både gennem sin historie som skibsværft og i sin nuværende form som et symbol på byens satsning på kultur. Derudover viser undersøgelsen, at de lokale værdsætter tilbuddene, da over halvdelen af de adspurgte i kommunen angiver, at de er villige til at betale ekstra for at bevare Kulturværftet med et gennemsnitligt månedligt bidrag på 64 kr.

- **Bred målgruppe og varieret indhold**

Kulturværftet appellerer til en bred målgruppe bestående af både lokale borgere, besøgende og turister. Arrangementerne spænder fra kommercielle og brede tilbud til mere nicheprægede kulturelle oplevelser. Data viser, at kvinder i lidt højere grad har besøgt Kulturværftet inden for de seneste to år, ligesom målgruppen 45+ er overrepræsenteret.

- **Social og dannelsesmæssig værdi**

Kulturværftet fungerer som et socialt samlingspunkt og bidrager til fællesskabsdannelse i Helsingør – noget, som 56% af de adspurgte er enige i. Initiativer som fællesspisning og samarbejder med uddannelsesinstitutioner understøtter dets rolle som mere end blot et eventsted; det er et sted, der fremmer trivsel og kreativ udfoldelse.



WEAKNESSES

- **Forbedringspotentiale i markedsføring**

Kulturværftet er ikke altid top-of-mind for turister og potentielle gæster fra København og Sverige. Markedsføringen kan styrkes ved at differentiere sig fra større spillesteder og gøre oplevelserne mere synlige og let tilgængelige. En mere aktiv tilstedeværelse i pressen og andre medier kan også øge kendskabet.

- **Underudnyttelse af faciliteter og udeområder**

De fysiske faciliteter, herunder 1. sal og udeområderne, har potentiale til at blive taget mere i brug til møder, konferencer og mindre events. En øget opmærksomhed på udlejningsmulighederne kan desuden understøtte erhvervsturismen i området og bidrage til den samlede turismelevn.

- **Udviklingspotentiale – samarbejde og netværk**

Kulturværftet har et solidt fundament og en stærk lokal forankring, men interesserterne giver udtryk for, at samarbejdet med erhvervslivet kan udvides og styrkes – eksempelvis gennem en revitalisering af et erhvervsnetværk.



OPPORTUNITIES

- **Kulturværftet kan styrke samarbejdet med Helsingørs erhvervsliv**

Flere aktører peger på behovet for et tættere samarbejde mellem byens forskellige kultur- og erhvervstilbud for at skabe en samlet oplevelse af Helsingør og Nordsjælland – for eksempel gennem oplevelsespakker. Derudover kan et genetableret erhvervsnetværk samle aktørerne og styrke samarbejdet.

- **Udnyttelse af kulturarven som en del af Kulturværftets profil**

Flere lokale aktører ser husets historiske rolle som skibsværft som en værdifuld, omend underudnyttet, del af Kulturværftets branding. Den historiske identitet kan inddrages i oplevelserne, for eksempel i caféens menu eller som tema for særlige events.

- **Udnyttelse af det svenske marked**

Både Helsingborg som by, og dens beboere, har en stor kulturel interesse, hvilket Kulturværftet kan drage fordel af ved at gøre det lettere for svenskere at besøge huset – for eksempel gennem målrettet markedsføring og samarbejder med andre kulturinstitutioner i Helsingør. Det nævnes dog også, at der er mange kulturtilbud i Helsingborg, som Kulturværftet skal konkurrere med. Dette skærper behovet for at tilbyde et særligt attraktivt produkt, der henvender sig specifikt til den svenske målgruppe.



THREATS

- **Manglende forankring uden for Helsingør**

Kulturværftet står stærkt i forhold til både kendskab og besøg blandt lokale borgere, men der er potentiale for at øge både kendskab og besøg blandt potentielle gæster uden for Helsingør Kommune. Især fordi kendskabet falder gradvist, jo længere man bevæger sig væk fra Helsingør. Et mål kan derfor være at nå bredere ud med kendskabet, da interessenterne mener, at programmet allerede er alsidigt og appellerer til de fleste potentielle gæsters interesser.

- **Konkurrence med andre kulturudbydere**

Kulturværftet konkurrerer både med kulturtilbud i København og med Royal Stage i Hillerød. Derudover er det svenske marked en potentiel styrke, men indebærer også konkurrence fra lokale udbydere i Helsingborg. For at stå stærkt er det afgørende at positionere sig med et unikt og konkurrencedygtigt produkt.

- **Usikkerhed om fremtidig offentlig støtte**

Det er vigtigt at arbejde for større økonomisk selvstændighed, da offentlig støtte til kulturlivet kan variere. Samtidig bør man løbende sikre legitimiteten af den støtte, man modtager, blandt andet ved at kommunikere den værdi, Kulturværftet tilfører lokalområdet.

KULTUREL VÆRDI



KULTUREL VÆRDI



I dette afsnit præsenteres resultaterne af den kulturelle og indholdsmæssige produktion og betydning, som Kulturværftet bibringer både Helsingør og hele Nordsjælland.

Med afsæt i tilgængelige nøgletal og data opsummeres Kulturværftets samlede produktion, indhold og aktivitet herunder antal bookinger, gæster, besøgende, informationskanaler medvidere.

Derudover præsenteres borgernes kendskab til og oplevelse af Kulturværftet fra de gennemførte spørgeskemaundersøgelser.

I afsnittet suppleres de kvantitative resultater med interessenternes opfattelse og vurdering af Kulturværftet som kulturinstitution.



KERNETAL OM KULTURVÆRFTET

Kulturværftets bredde, bookinger og online tilstedeværelse

Kulturværftet og Toldkammeret har tilsammen haft over 585.000 årlige besøgende, hvor næsten hver femte kommer i forbindelse med et af Kulturværftets kulturprogrammer. Programmet er aktivt de fleste dage om ugen og spænder bredt. Som en af aktørerne udtrykker det i et dybdeinterview: *"Kulturværftet samler den brede, folkenære kultur med det mere eksperimenterende og grænsesøgende."*

Udover at modtage gæster i huset, til koncerter, comedy og teater, så får Kulturværftet også folk til fællesspisning, brætspilscafe og open mic. Man favner bredt i både betalte og gratis arrangementer, men også med kunstneriske indslag med alt fra symfoniorkester til hiphop.

Der er for 2025 allerede planlagt flere end 170 arrangementer inden for et bredt spænd af oplevelser.

Kulturværftet når ud til gæsterne gennem nyhedsbrevet, besøg på hjemmesiden og via forskellige SoMe-kanaler. Særligt har Kulturværftet en god rækkevidde gennem nyhedsbrevet, som en stor andel åbner og læser. Derudover skabes der også meget omtale i lokale samt nogle nationale medier.

Gæster og besøgende

552.304 Besøg i Kulturværftet

103.625 Gæster til Kulturprogram i Kulturværftet

Ca. 35.000 Besøg i Toldkammeret

2.543 Bookinger i Kulturværftet

Online tilstedeværelse

22.659 Følgere på Facebook

5.809 Følgere på Instagram

1.061.426 Besøg på Kuto.dk

18.339 Modtagere af hovednyhedsbrevet, hvoraf 57% åbner nyhedsbrevet

26.268.606 kr. Skabt i annonceværdi*

*Opgjort af InfoMedia. Beskriver hvad omtale fra for eksempel avisartikler havde kostet som betalte annoncer.

KULTUREL VÆRDI

KULTURVÆRFTET – ET UNIKUM FYLDT MED KULTUR FOR BÅDE BREDDE- OG NICHEPUBLIKUM

Kulturværftet betragtes af mange af de interviewede som et helt særligt sted med en stærk lokal forankring. Det nævnes, at husets charme blandt andet skyldes dets størrelse, som skaber en unik atmosfære ved alle afholdte events – stort nok til at have spændende kunstnere på scenen, men småt nok til, at arrangementerne føles intime og nærværende. Denne størrelse giver samtidig fleksibilitet til at præsentere et bredt udvalg af musik, kunst og teater, der både appellerer til den brede befolkning og til mere nicheprægede segmenter. Dog kunne en udvidelse af kapaciteten på den største scene være ønskelig for at tiltrække større navne, som kan trække gæster langvejsfra. Succesen med større events ses blandt andet til Sommer koncert på havnefronten i 2024.

Flere oplever, at Kulturværftet har fundet en model, der fungerer for dets størrelse, og det har skabt en stærk position i forhold til andre kulturhuse og musiksteder uden for København. Det er en scene og et kulturhus, som andre sjællandske aktører ser op til. En påpeger, at det særligt er, når man har booket internationale kunstnere, at koncerterne i området er blevet mere interessante for ikke-lokale og har bidraget til stedets ry som en attraktiv koncertdestination.

Endelig spiller husets historiske forbindelse til det tidligere skibsværft en væsentlig rolle i, hvordan det opfattes. Det skaber en stærk relation til borgerne – særligt dem, der selv har arbejdet på værftet eller har familie, der har. Helsingør er generelt kendt som en historisk interessant destination, og denne fortælling er også en vigtig del af Kulturværftets identitet.

Derudover bringer Toldkammeret kultur via sine arrangementer, som appellerer mere til lokale, herunder open mic, men også up-and-coming kunstnere. Dertil kommer mere traditionelle kunstneriske events såsom croquis-tegning.



“ For folk, der opdager Kulturværftet, er det et unikum.”

“ Når man ser efter koncertsteder uden for København, kigger man mod Kulturværftet. Helsingør tiltrækker ikke kun lokale, men også turister – særligt inden for live-musik.”

“ Værftet var engang et samlingspunkt for arbejdsmarkedet. Nu er Kulturværftet et kulturelt samlingspunkt.”

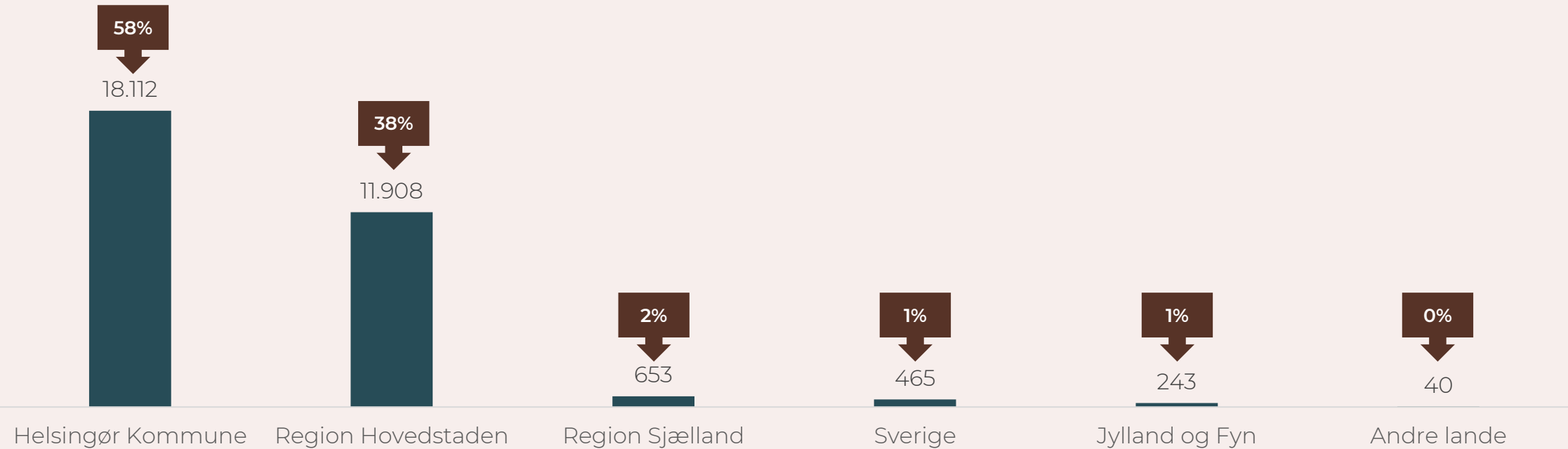


KULTUREL VÆRDI

OVER HALVDELEN AF BILLETTERNE SOLGT I 2023 BLEV SOLGT TIL LOKALE I HELSINGØR KOMMUNE

Over halvdelen af Kulturværftets besøgende kommer fra Helsingør Kommune, mens over en tredjedel kommer fra resten af Region Hovedstaden. De resterende besøgende kommer fra andre dele af landet, samt knap 500 fra Sverige.

Billetter solgt i 2023 per region, n=31.421

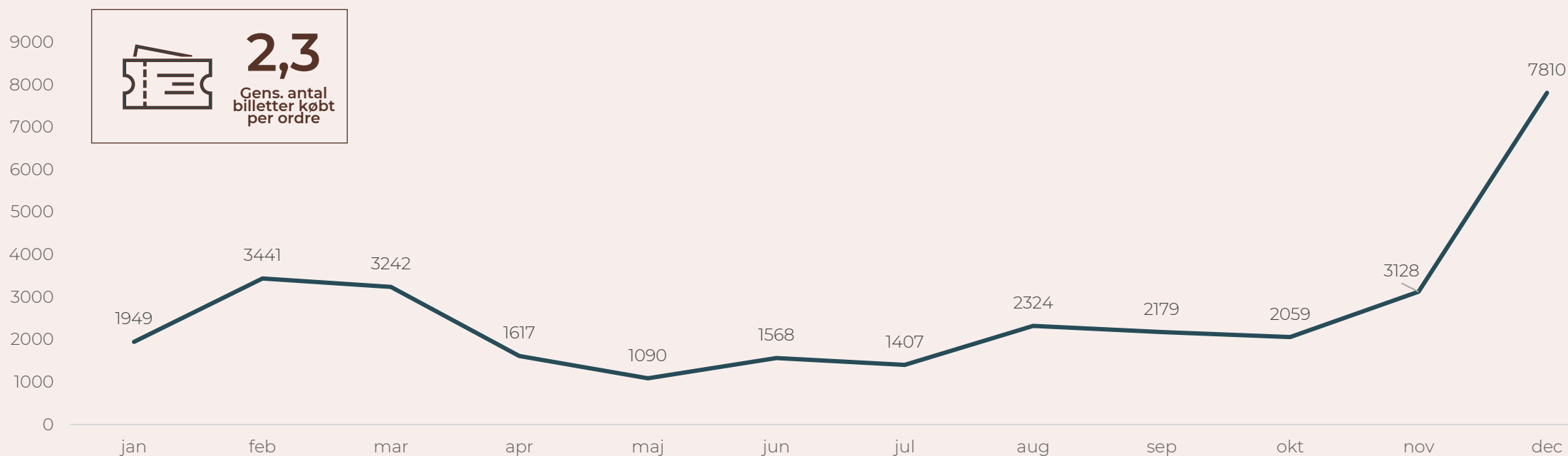


KULTUREL VÆRDI

STIGNING PÅ 150% I SOLGTE BILLETTER MELLEM NOVEMBER OG DECEMBER

Billetsalget for 2023 steg fra januar (1.949) til februar (3.441), hvorefter det falder frem mod maj (1.090). Fra juni til oktober er salget stabilt mellem 1.407 og 2.324, før en markant stigning ses i november (3.128) og topper i december med 7.810 billetter, som kunne være en blanding af julegaveindkøb og at billetter til Sommerfest 2024 blev sat til salg den 2. december.

Antallet af billetter solgt per måned 2023 (n=31.814)



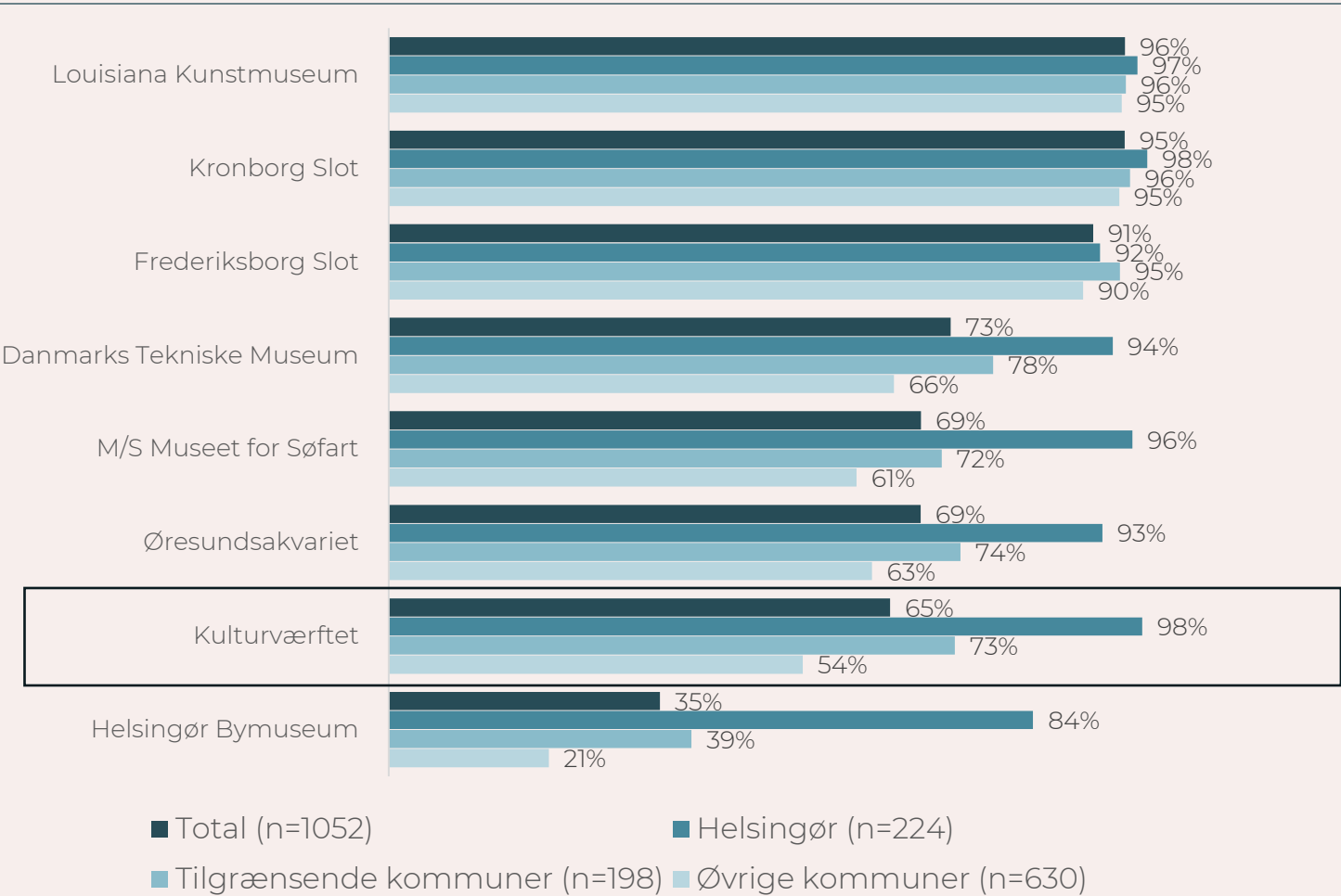
OVER HALVDELEN FRA ØVRIGE KOMMUNER KENDER TIL KULTURVÆRFTET

Blandt de adspurgte i Nordsjælland er der generelt et stort kendskab til de forskellige kulturattraktioner i området, hvor særligt borgerne i Helsingør har et bredt kendskab til alle de nævnte attraktioner. 98% af borgerne i Helsingør kender til Kulturværftet.

Overordnet set placerer Kulturværftet sig dog som den næstmindst kendte attraktion blandt de nævnte. Det er imidlertid ganske flot, taget i betragtning, at Kulturværftet ikke har et nationalt forskningsopdrag, hvilket de øvrige attraktioner øverst på listen har. Kendskabet er derfor ganske pænt, særligt når det næsten er på niveau med M/S Museet for Søfart og Øresundsakvariet.

Kendskab til Kulturattraktioner

Hvilke af følgende attraktioner og seværdigheder i Nordsjælland kender du, eller har du hørt om?



*Tilgrænsende kommuner inkluderer: Fredensborg og Gribskov
**Øvrige kommuner inkluderer; Allerød, Helsingør, Hillerød, Hørsholm, København, Lyngby-Taarbæk og Rudersdal.

KULTUREL VÆRDI

KENDSKABET TIL
KULTURVÆRFTET ER STØRST
LOKALT

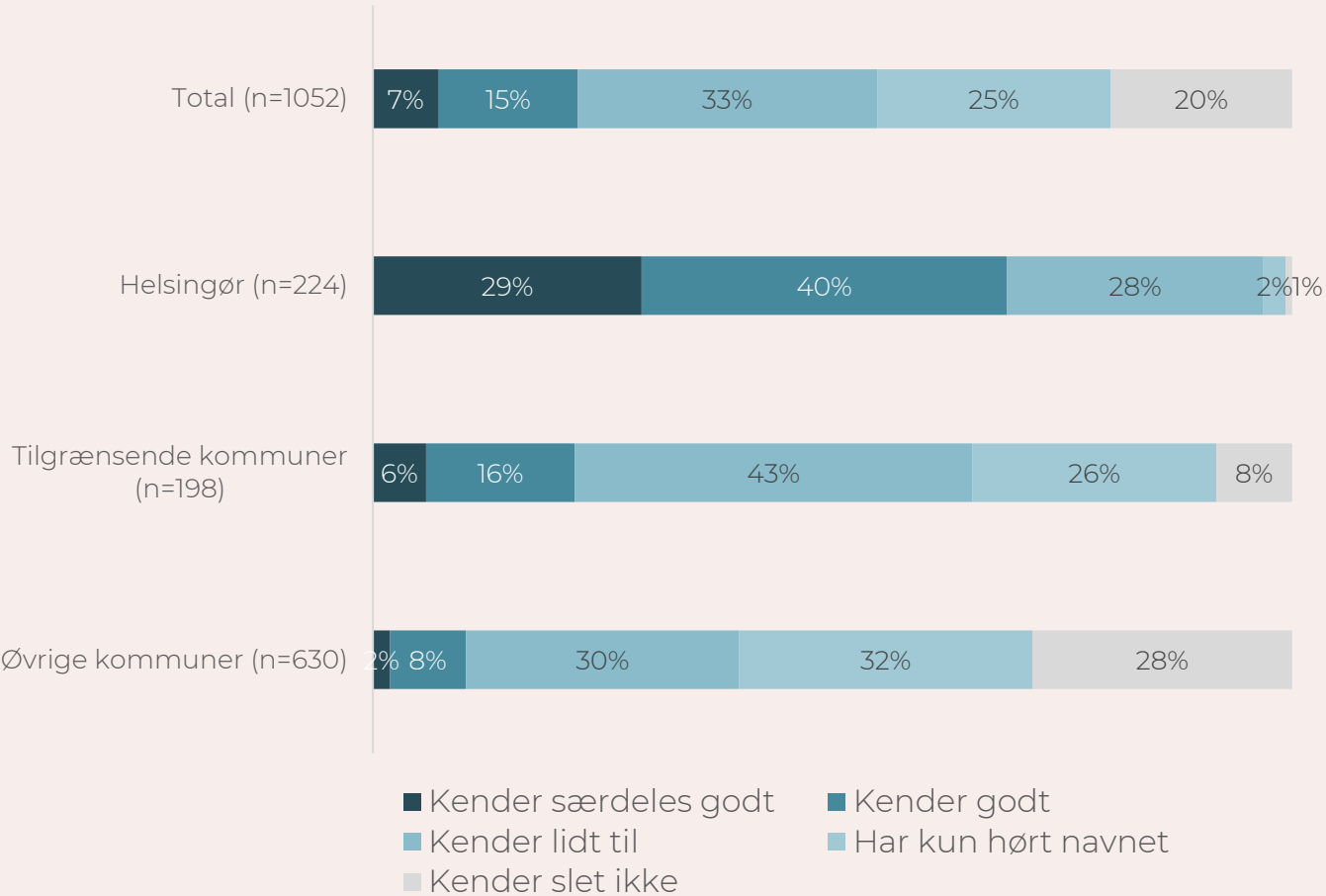
Kendskabet til Kulturværftet er størst blandt dem, der bor i eller tæt på Helsingør. Næsten 70% af de lokale fra Helsingør Kommune kender Kulturværftet særdeles godt eller godt, mens kun 3% kun har hørt navnet eller slet intet kendskab har til det.

Blandt borgere i nabokommunerne har 22% et særdeles godt eller godt kendskab, mens 34% kun har hørt navnet eller slet intet kendskab har.

For borgere fra øvrige kommuner, herunder København, har cirka 10% et godt kendskab til Kulturværftet, mens 60% kun har hørt navnet eller intet kendskab har overhovedet.

Samlet set har 22% af befolkningen et godt kendskab til Kulturværftet.

Kendskab til Kulturværftet
Hvor godt er dit kendskab til Kulturværftet*?



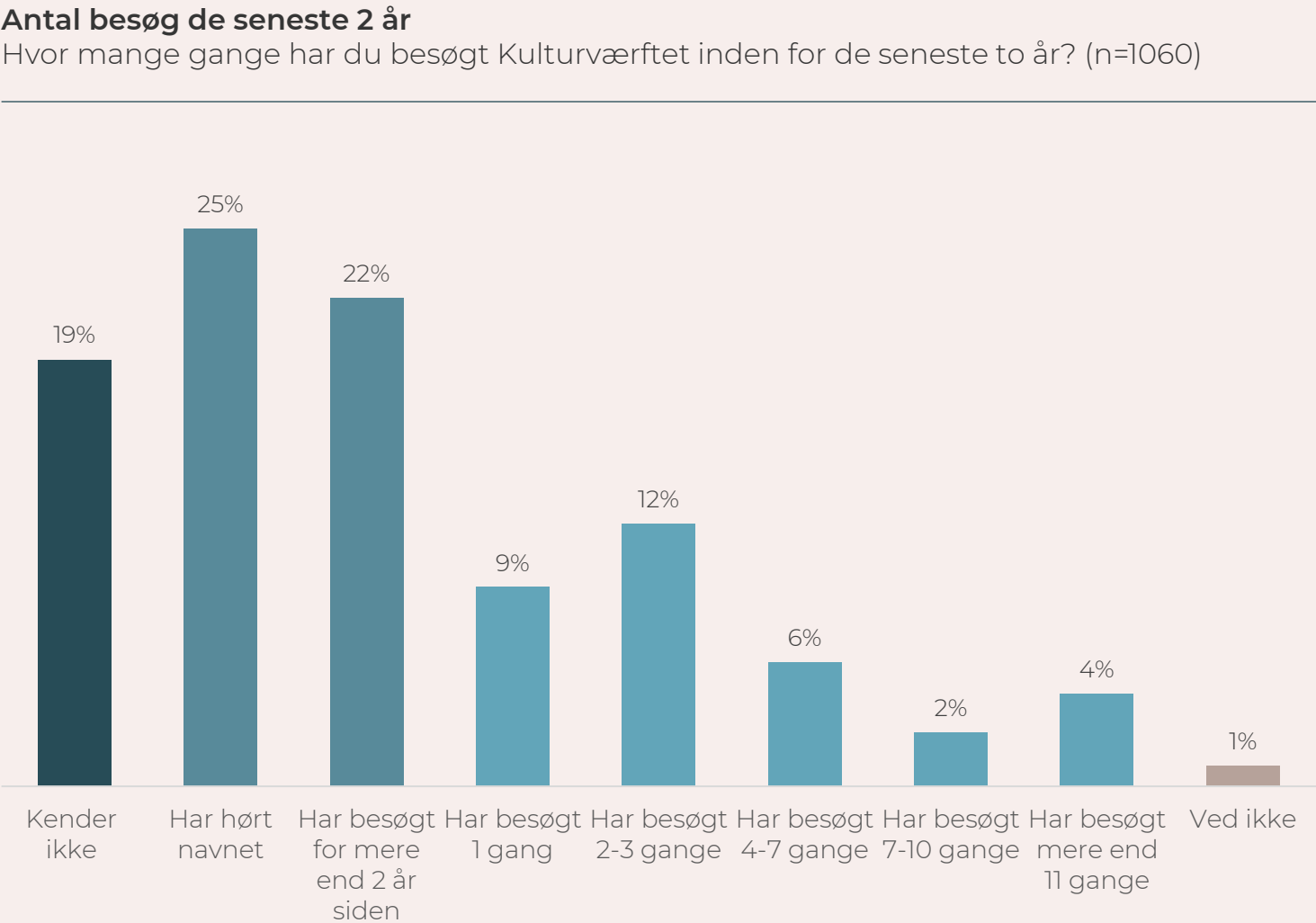
*I introteksten til spørgsmålet nævnes det, at Kulturværftet indebærer både lokationen for Kulturværftet i Allegade samt Toldkammeret på Havnepladsen

KULTUREL VÆRDI

HVER TREDJE HAR BESØGT
KULTURVÆRFTET INDEN
FOR DE SENESTE 2 ÅR

Figuren viser, hvor stor en andel af de adspurgte der har besøgt Kulturværftet, og i så fald hvor ofte – inden for de seneste to år. Knap hver femte har ikke kendskab til Kulturværftet, mens hver fjerde kun har hørt navnet. Derudover er der en andel, som har besøgt stedet før, men dog ikke inden for de seneste to år. Dem, som angiver en årsag, nævner blandt andet helbred og mangel på tid.

Hver tredje har besøgt Kulturværftet inden for de seneste to år. Denne andel er betydeligt højere i Helsingør Kommune og falder gradvist, jo længere væk fra Helsingør man bor. Særligt udgør borgere i Helsingør en stor andel af dem, som har besøgt Kulturværftet mere end 11 gange. Det skal dog bemærkes, at disse tal dækker over generelle besøg og ikke nødvendigvis deltagelse i events eller koncerter.



KULTUREL VÆRDI

MERE END HVER TREDJE
BORGER I HELSINGBORG
KENDER KULTURVÆRFTET

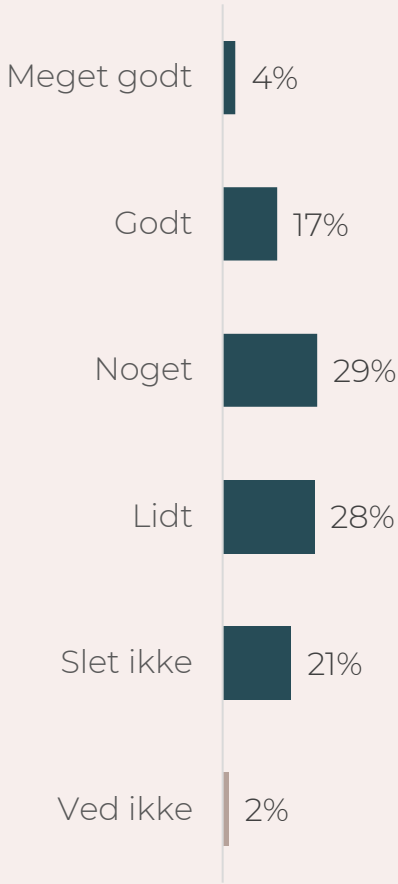
21% af borgerne i Helsingborg har et godt eller meget godt kendskab til attraktioner og seværdigheder i Nordsjælland.

Blot 21% af helsingborgenserne angiver, at de slet ikke kender til disse attraktioner og seværdigheder.

Mere end halvdelen af borgerne i Helsingborg kender til Kulturværftet, hvilket svarer til kendskabet til Øresundakvariet.

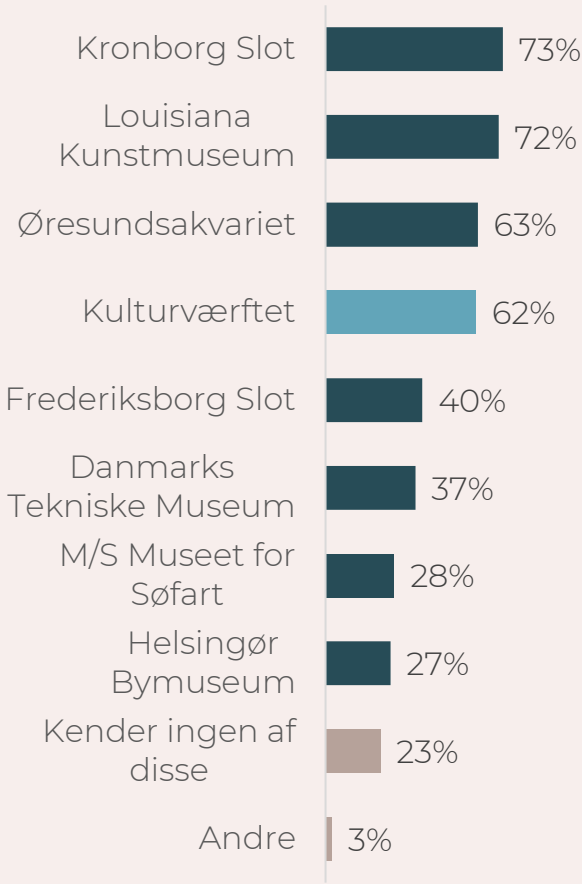
Kendskab til nordsjællandske
seværdigheder

Hvor godt kender du til attraktioner og seværdigheder i Nordsjælland generelt?
(n=465)



Kendskab til Kulturattraktioner

Hvilke af følgende attraktioner og seværdigheder i Nordsjælland kender du, eller har du hørt om? (n=465)

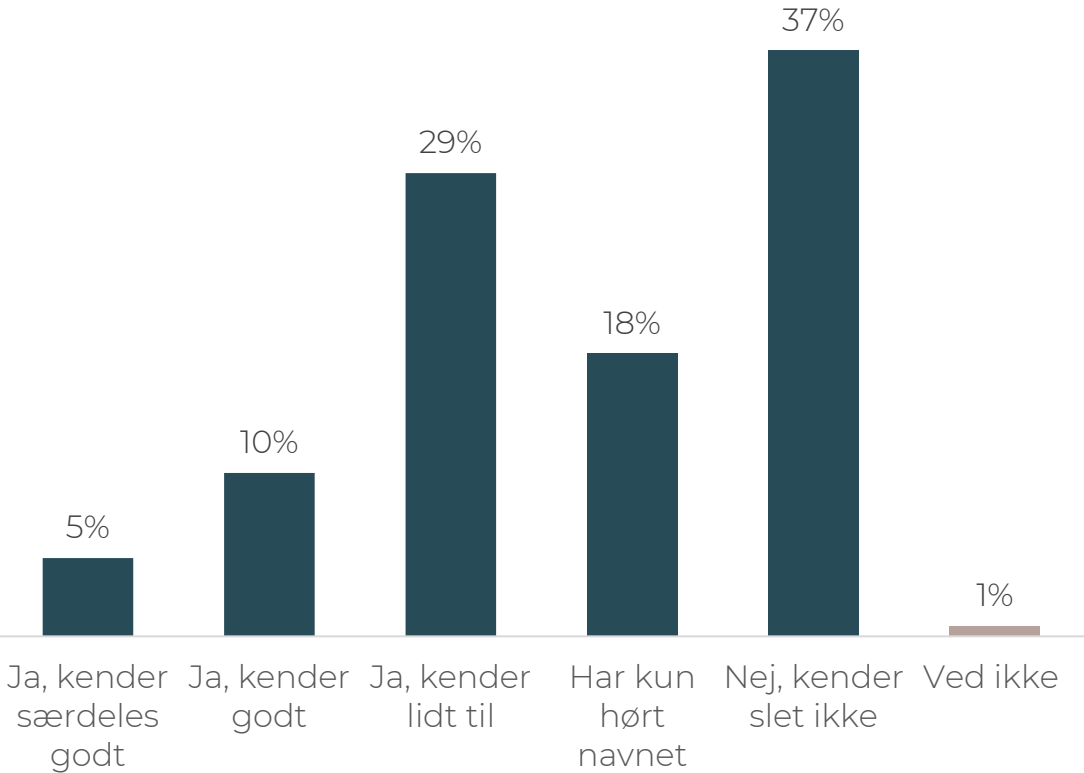


KULTUREL VÆRDI

62% AF BORGERNE HAR EN FORM FOR KENDSKAB
TIL KULTURVÆRFTET, HVORAF 15% HAR ET GODT
ELLER SÆRDELES GODT KENDSKAB

Kendskab til Kulturværftet

Kender du til kulturcenteret Kulturværftet i Helsingør? (n=465)



Fotograf: Mark Tanggaard

KULTUREL VÆRDI

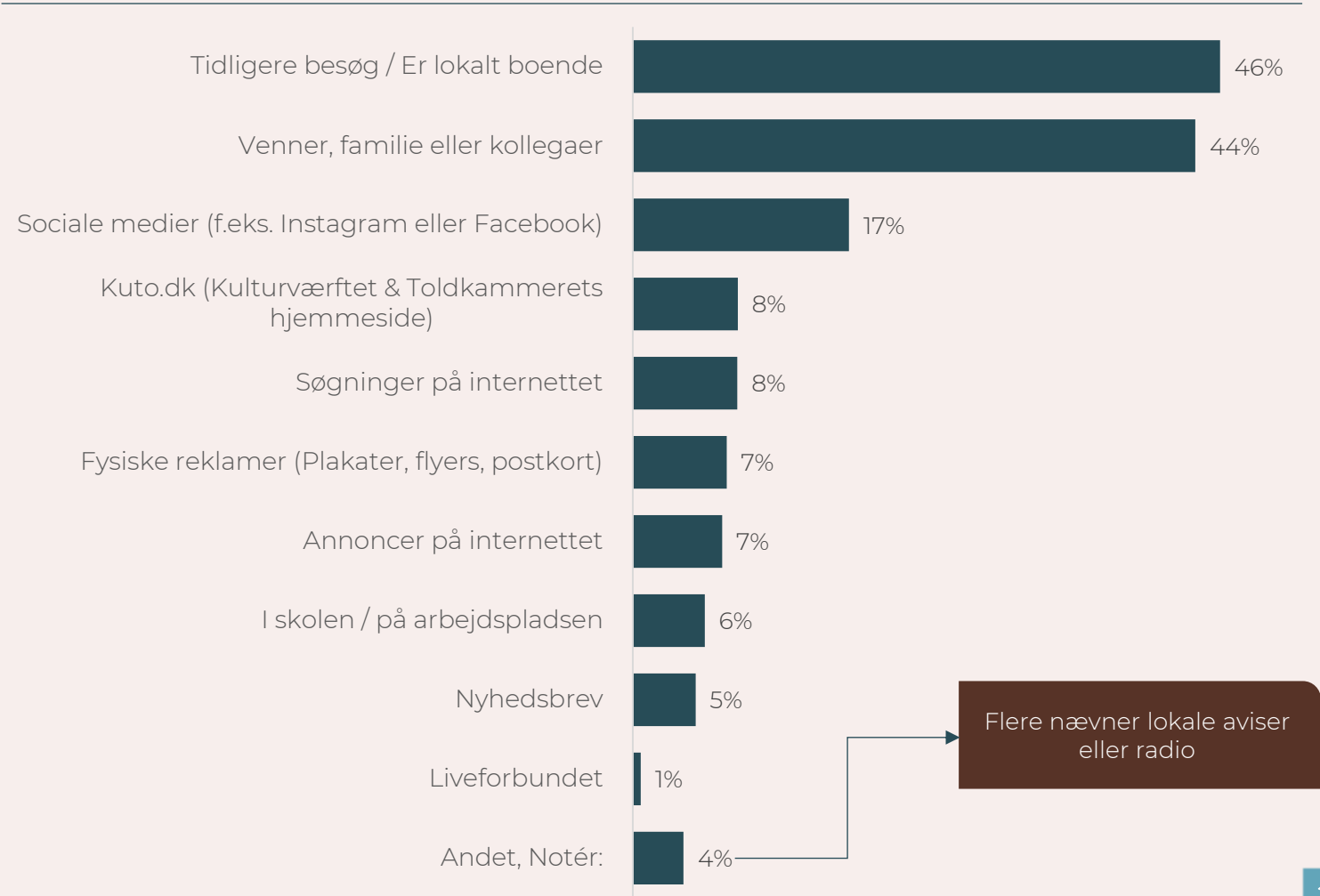
NÆSTEN HALVDELEN KENDER KULTURVÆRFTET FRA TIDLIGERE BESØG ELLER VIA VENNER OG FAMILIE

Knappt halvdelen af respondenterne fra panelundersøgelsen i Nordsjælland, som har kendskab til Kulturværftet, kender Kulturværftet via anbefalinger fra venner, familie eller kollegaer, mens mange også kender det, fordi de er lokale i området.

17 % siger, at de kender Kulturværftet fra sociale medier, hvilket indikerer, at disse platforme også bidrage til kendskabsgraden.

I "andet"-kategori nævner mange, at de har hørt om Kulturværftet via lokale aviser eller radio.

Kanaler hvor man kender Kulturværftet fra
Hvor har du hørt om Kulturværftet henne? (n=874)



KULTUREL VÆRDI

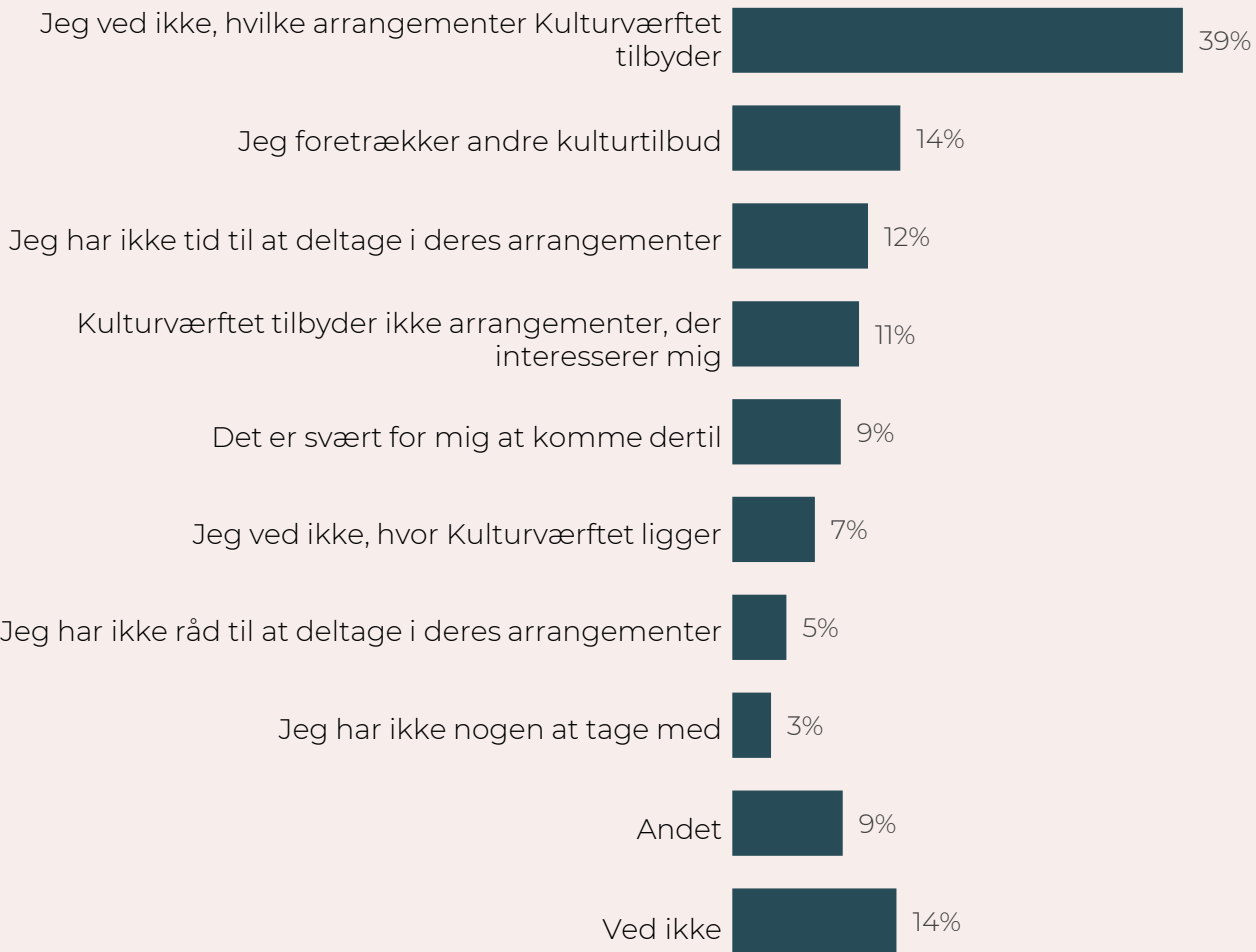
MERE END HVER TREDJE, SOM
IKKE HAR BESØGT, MANGLER
MERE INFORMATION OM
KULTURVÆRFTETS TILBUD

For de beboere i Helsingør, der ikke har besøgt Kulturværftet, skyldes det primært, at de ikke finder arrangementerne interessante. For respondenter bosat i andre kommuner handler det derimod i høj grad om manglende kendskab til, hvad Kulturværftet tilbyder.

Dette peger på et behov for at øge markedsføringen uden for Helsingør Kommune, da flere potentielt ville besøge Kulturværftet, hvis de var bedre informeret om arrangementerne og de muligheder, der er.

Årsager til man ikke har besøgt Kulturværftet

Er der nogen bestemte årsager til, at du ikke har besøgt Kulturværftet?(n= 494)



KULTUREL VÆRDI

KULTURVÆRFTET HAR EN
POSITIV NET PROMOTOR SCORE

Kulturværftet opnår en NPS på 31 blandt besøgende de seneste to år – et solidt, positivt resultat, der viser, at mange er tilfredse og vil anbefale stedet.

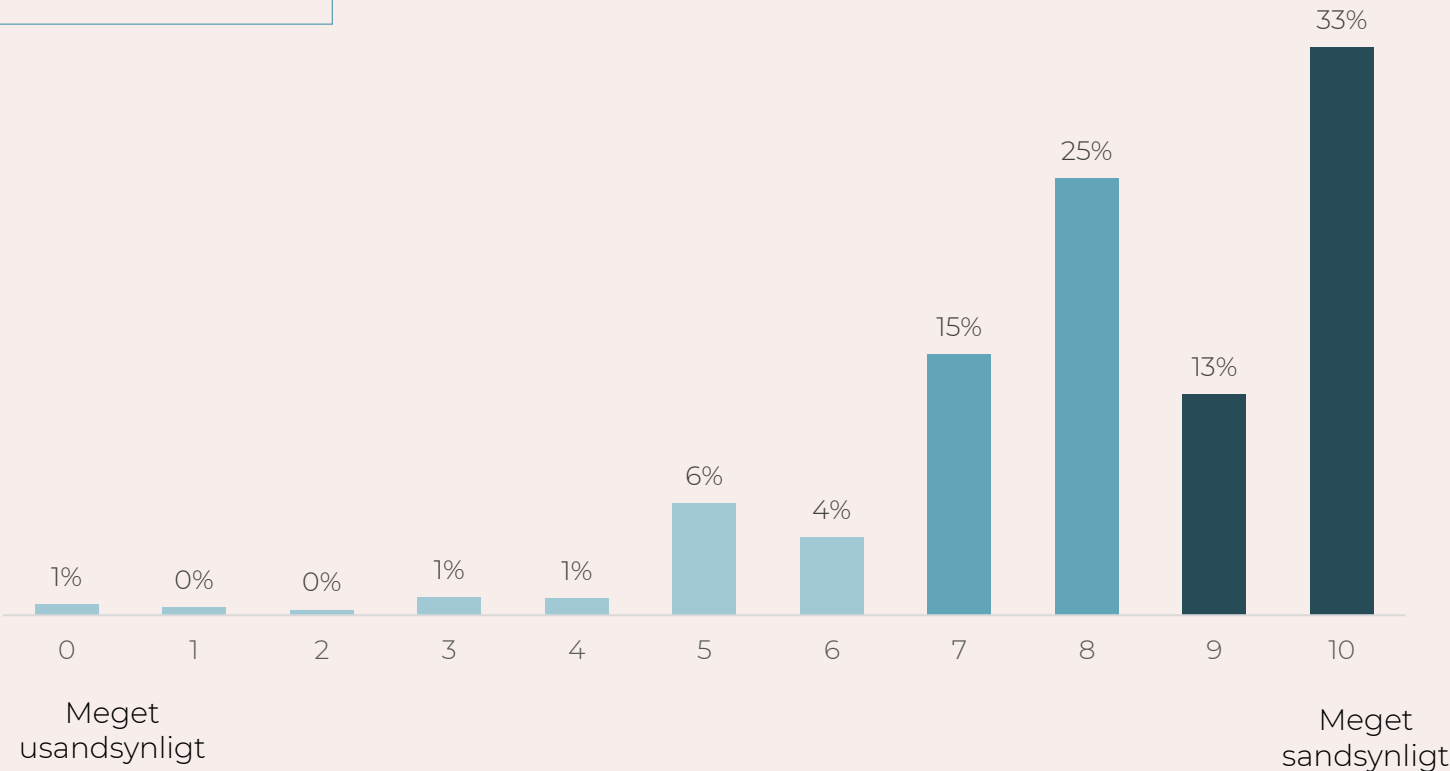
Scoren påvirkes dog af en stor andel passive respondenter (score 7–8), som hverken anbefaler eller fraråder et besøg. Der er derfor potentiale i at løfte disse til en højere tilfredshed, så de i stedet aktivt anbefaler stedet til deres venner og familie.

Det er særligt borgere fra andre kommuner og ældre, som giver en score på 6 eller derunder. Det er dog værd at nævne, at også mange ældre er positive.

NPS kan sammenlignes med resultater fra andre organisationer i samme branche, men metoden er mest værdifuld, når den anvendes internt over tid for at følge udviklingen og identificere forbedringsmuligheder.

Net promoter score

På en skala fra 0-10, hvor 10 er "meget sandsynligt", hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Kulturværftet til familie, venner eller kollegaer? (n=369)



NPS = Total% Promoters (9-10) - Total% Detractors (0-6)

KULTUREL VÆRDI

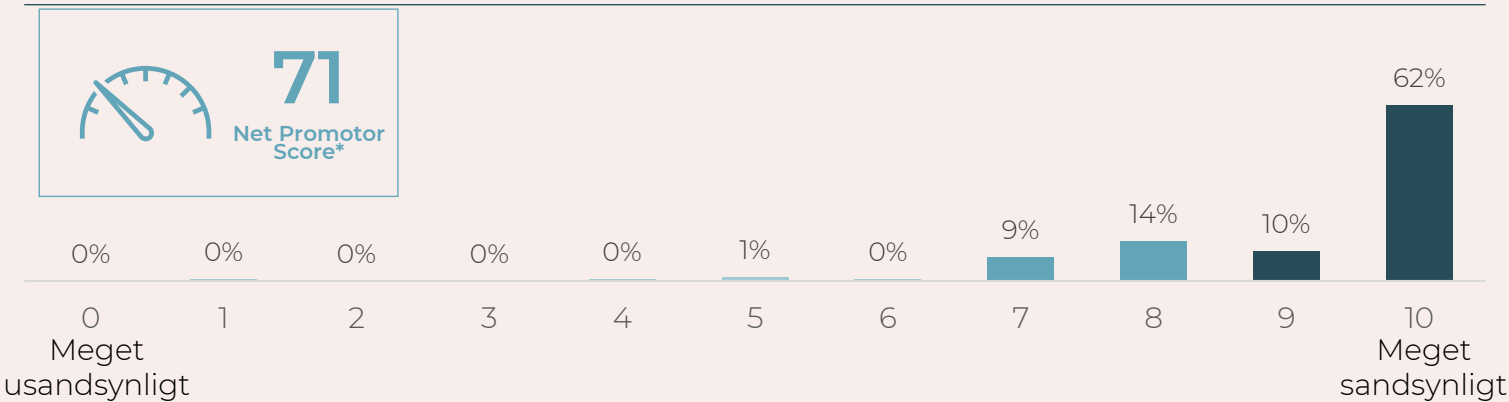
MEGET POSITIV NPS SCORE
BLANDT BESØGENDE, DOG
EN LAVERE SCORE HOS
HELSINGBORGENSERNE

Blandt respondenter, der enten er blevet interviewet ansigt til ansigt eller har udfyldt undersøgelsen via en QR-kode, er scoren meget positiv. Dette tyder på, at gæsterne i huset generelt er meget tilfredse og gerne anbefaler stedet til andre. NPS-scoren vil dog ofte være højere, når interviewet gennemføres i forbindelse med, eller kort tid efter, et arrangement, fremfor efter flere måneder eller år.

Svenske besøgende vurderer også Kulturværftet positivt, men der er stadig plads til forbedring. Forskellen mellem de to grupper skyldes primært, at der er flere passive besøgende (karakter 7-8), som generelt er tilfredse, men ikke aktivt anbefaler Kulturværftet til andre. Derudover er der også en del *detractors* (karakter under 6), som ikke er helt tilfredse med deres besøg og derfor heller ikke anbefaler stedet til andre.

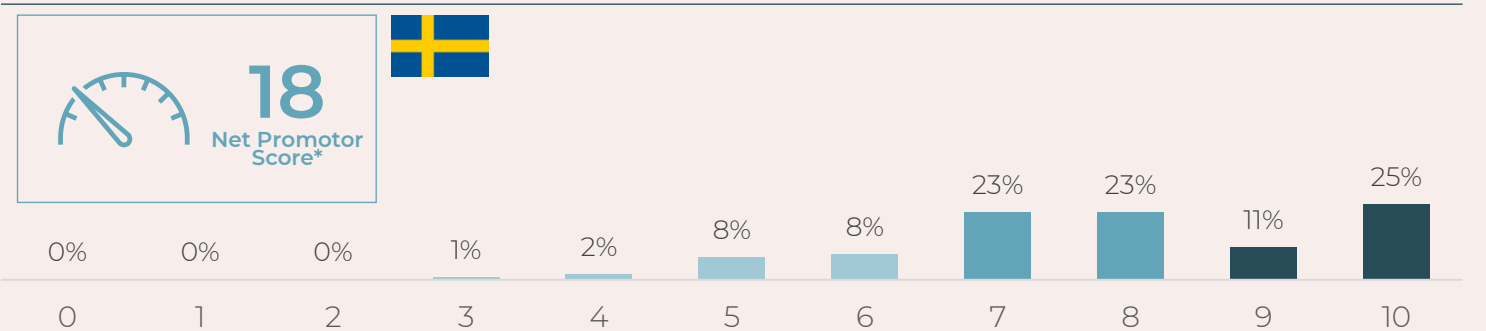
Net promoter score

På en skala fra 0-10, hvor 10 er "meget sandsynligt", hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Kulturværftet til familie, venner eller kollegaer? (Face to Face/QR interviews - n=253)



Net promoter score

På en skala fra 0-10, hvor 10 er "meget sandsynligt", hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Kulturværftet til familie, venner eller kollegaer? (Borgere Helsingborg - n=119)



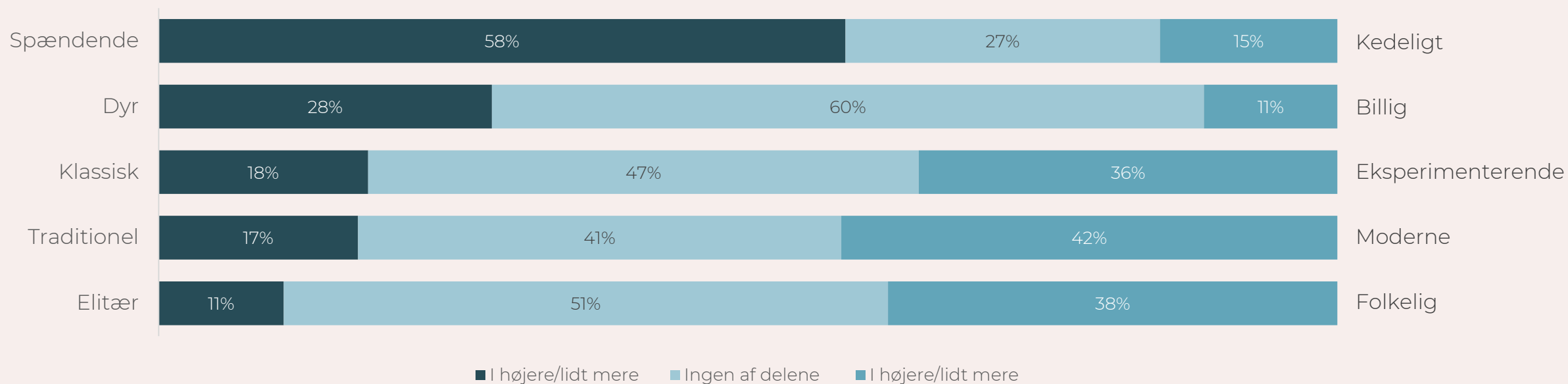
KULTUREL VÆRDI

KULTURVÆRFTET BESKRIVES SOM VÆRENDE SPÆNDENDE, MODERNE OG FOLKELIGT

Kun få vil beskrive Kulturværftet som elitært eller traditionelt og bruger i stedet ord som moderne og folkeligt. Særligt vurderes Kulturværftet som spændende. Dog siger 28% af respondenterne, at de oplever Kulturværftet som dyrt i forhold til at være billigt. På nogle af de opstillede ordpar oplever respondenterne det som værende svært at svare entydigt – det gælder særligt i forhold til prisniveauet.

Ord der beskriver Kulturværftet

Vælg det ord, i hvert par, som du mener, er mest passende for Kulturværftet (n=614)



SAMFUNDSØKONOMISK VÆRDI



SAMFUNDSØKONOMISK VÆRDI



I dette afsnit præsenteres resultaterne af Kulturværftets samfundsøkonomiske værdi og betydning baseret på dets økonomiske nøgletal samt viden om turisters forbrug i Helsingør.

Kulturværftets økonomiske indflydelse estimeres både i form af direkte effekter, såsom omsætning og indirekte effekter, såsom turisme og jobskabelse, der gavner samfundsøkonomien.

Derudover suppleres de økonomiske beregninger med interessenternes opfattelse og vurdering af Kulturværftets betydning for samfundsøkonomien og erhvervslivet i Helsingør.



SAMFUNDSØKONOMISK VÆRDI

OVER EN TREDJEDEL AF
KULTURVÆRFTETS
BESØGENDE ER TURISTER

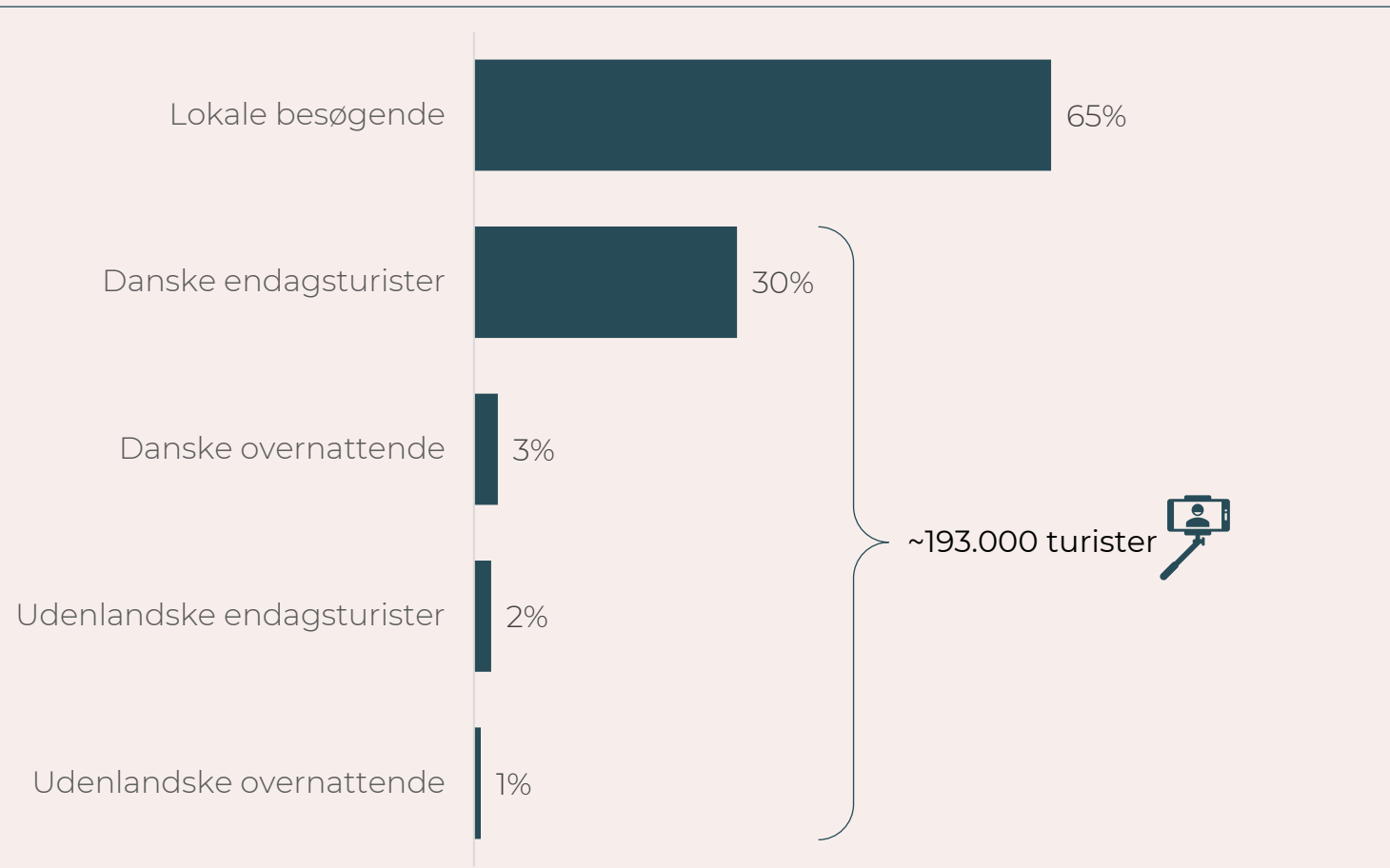
Et af de vigtigste elementer i udregningen af Kulturværftets samfundsøkonomiske værdi er de besøgende, som institutionen tiltrækker. Disse besøgende bidrager til den lokale økonomi gennem billetsalg og forbrug, såsom bespisning, shopping samt overnatninger for dem, der kommer langvejs fra.

Figuren viser den estimerede fordeling af gæstetyper på Kulturværftet baseret på den udførte gæsteundersøgelse.

Kulturværftets besøgende er overvejende lokale* (65%), hvilket vidner om en stærk forankring i nærområdet. Derudover har Kulturværftet en tiltrækningskraft, der rækker ud over nærområdets grænser, da omkring 35% af de besøgende falder i kategorien turister**. Denne fordeling stemmer meget godt overens med fordelingen i billetsalget på side 16.

Selvom Kulturværftet primært har en lokal forankring, tiltrækker det altså også en betydelig andel turister, dog primært danske endagsturister.

Fordeling i besøgstyper



*Lokale defineres som personer, der bor mindre end 15 km fra Kulturværftet.

**Turister defineres som personer, der bor mere end 15 km fra Kulturværftet.

KULTURVÆRFTET GENERERER OMKRING 20,5 MIO. KR. I BILLET OG F&B- INDTÆGTER

Diagrammet til højre viser en oversigt over Kulturværftets økonomiske input.

I tidsrummet 2023-2024 havde Kulturværftet 552.304 besøgende, som samlet brugte 20,59 mio. kr. på billetter, mad og drikkevarer (F&B). Dette svarer til, at hver gæst i gennemsnit brugte 51,4 kr. per besøg. Til dette er det værd at nævne, at Kulturværftet både tiltrækker ikke-betalende gæster, gæster der køber mad- og drikke, samt gæster der køber billet.

Grundet Kulturværftets centrale placering i Helsingør modtager Kulturværftet samlet 16,6 mio. kr. i støtte fra samfundet og det offentlige, herunder fondstildelinger, refusioner og tilskud, hvilket bidrager til at sikre driften og styrke institutionens rolle i byen.

Samlet set resulterer dette i en total årlig indtægt, inklusiv F&B omsætning, for Kulturværftet på lidt over 37 mio. kr. i tidsrummet 2023-2024.

Oversigt over Kulturværftets økonomiske input



SAMFUNDSØKONOMISK VÆRDI

KULTURVÆRFTET ER MED TIL AT BIDRAGE TIL SAMFUNDSØKONOMIEN

Diagrammet til højre viser en oversigt over Kulturværftets økonomiske output og afledte effekter. På output-siden (markeret med grønt) har Kulturværftet bidraget med 6,28 mio. kr. til det offentlige gennem skat, moms og afgifter. Derudover har Kulturværftet haft løn- og eksterne omkostninger på ca. 13 mio. kr., hvilket har understøttet både de 21 interne årsværk og yderligere beskæftigelse hos eksterne modtagere. Disse udgifter har også skabt afledte skatteeffekter.

I forhold til de afledte effekter (markeret med orange) viser tal fra Wonderful Copenhagens rapport om turismen i Helsingør, at de 193.000 turister, som blandt andet har besøgt Kulturværftet bidrager med omkring 122 mio. kr. i turismeskabt omsætning. Denne omsætning er udregnet pba. af overnattende og ikke-overnattende turisters forventede dagsforbrug, hvilket estimeres til at understøtte omkring 117 årsværk.

Det er dog vigtigt at understrege, at de afledte effekter af turisterne ikke udelukkende skyldes Kulturværftet, men at Kulturværftet i samspil med andre attraktioner og institutioner i Helsingør har været med til at trække turister til byen og dermed bidrage til den samlede økonomiske effekt.

Oversigt over Kulturværftets økonomiske output og afledte effekter



*Turismeskabt omsætning og afledte årsværk er udledt fra Wonderful Copenhagens rapport: 'Turismen i Helsingør' (2023)

KULTURVÆRFTET SOM KOMMERCIEL KULTURINSTITUTION

Der er blandede oplevelser og meninger om den økonomiske værdi, som Kulturværftet bidrager med. På den ene side mener nogle, at Kulturværftet har et forsvarligt budget, hvor både bredde og kunstnerisk integritet prioriteres. Man tør tage chancer, men sikrer samtidig et solidt fundament med stærke events. Dog nævnes det fra lokale interessenter, at der altid er potentiale for at styrke økonomien blandt andet ved at have større fokus på strategiske og kommercielle initiativer, herunder mere kommercielle events.

En særlig indsats, som Kulturværftet er en del af, handler om at tiltrække turister fra København til Helsingør. Ifølge en ekspert inden for turisme søger mange af de Københavnske dagsturister ud af storbyen for at finde autenticitet og kultur – noget, som Kulturværftet i høj grad repræsenterer og tilbyder. Dog skal Kulturværftet også tilbyde arrangementer og events, som ikke er tilgængelige i København.

Der kunne med fordel være et større fokus på erhvervslivet, herunder samarbejder, der kan bidrage til at tiltrække flere turister til byen. Et muligt skridt kunne være at genetablere erhvervsnetværket, som kan skabe en samlet indsats. Gennem dette kan man ramme erhvervsturismen. Derudover er der et oplagt potentiale i at reklamere mere for Kulturværftets lokaler, som kan lejes til både private og erhvervsmæssige formål.

Der vurderes at være et potentiale for at tiltrække sydsvenske gæster til Helsingør. De har generelt stor interesse for kultur, så med målrettet reklame og information kunne Kulturværftet blive en attraktiv destination for dem. Dog skal man være opmærksom på, at man konkurrerer med de kulturtilbud, der findes i Helsingborg.

“

De skal fastholde og styrke den kommercielle branding endnu mere, så Kulturværftet bliver top-of-mind.

“

Et tæt samarbejde med erhvervslivet er ikke en kerneopgave, men de kan i højere grad indgå i samarbejdet.

“

Kan de holde det økonomiske – så er de en rising star”



VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET



Fotograf: Frida Gregersen

VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET



Værdi for byen og lokalsamfundet er alle de værdier, Kulturværftet bringer til byens branding, tilflytning, omsætning via turisme medvidere. Her tales der dels om indirekte målbare værdier – såsom hvordan Kulturværftet gør Helsingør mere attraktiv som destination og hjemby – men også om den værdi, borgerne er villige til at betale for at bevare et kulturelt tilbud som Kulturværftet.

Det forventes, at Kulturværftet har en positiv indflydelse på byens overordnede ry og omdømme. Det bidrager til at skabe et positivt image, som kan være afgørende for, om folk vælger at flytte deres hjem eller virksomhed til byen.

Afsnittet indeholder en CVM-analyse, der estimerer respondenternes nytteværdi af Kulturværftet. Derudover inddrages elementer fra dybdeinterviews for at undersøge, hvordan Kulturværftets image og indflydelse kan omsættes til værdi for byen – for eksempel i relation til bosætning.



VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

KULTURVÆRFTET – EN LOKAL PERLE MED POTENTIALE

Kulturværftet har etableret sig som en af Helsingørs mest markante kulturinstitutioner og fungerer som et kulturelt fyrtårn, der positionerer byen i en regional og national kontekst. Flere nævner, at byens transformation fra en traditionel værftsby til en kulturby understøttes både visuelt og indholdsmæssigt af Kulturværftets placering og funktion. Derudover spiller Kulturværftet en vigtig rolle i at forbinde byens kulturinstitutioner. Sammen med byens andre attraktioner styrkes Helsingørs samlede narrativ som en by, hvor historie, kunst og oplevelser går hånd i hånd.

Man anser særligt, at kombinationen af store internationale musiknavne, lokale kunst- og kulturaktiviteter samt hybride eventformater bidrager til at cementere Helsingørs identitet som en attraktiv kulturdestination – men også som en attraktiv by for bosætning.

Dog nævner interessenterne, at der med Kulturværftets brede program er potentiale til at nå længere ud og tiltrække flere turister til byen, hvilket skaber værdi for flere dele af turismekæden, herunder hoteller, restauranter og andre attraktioner i Helsingør.

Helsingør Kommune har et særligt fokus på øget tilflytning til kommunen – en strategi, hvor Kulturværftet naturligvis spiller en rolle. Selvom kulturtilbud sjældent er den altafgørende faktor for tilflytning, bidrager de til at gøre byen attraktiv at blive boende i og kan overordnet set styrke Helsingørs appel. Kombinationen af Kulturværftet, der kan præsentere større kulturoplevelser, og Toldkammeret, der formår at knytte den lokale befolkning sammen gennem mindre mad- og kulturarrangementer, skaber et attraktivt sted at bo.

“

Kulturværftet har et godt ry lokalt – alle taler om det og kender til det. Det er en del af Helsingørs DNA og historie”



“

Mit billede er, at Kulturværftet skal bidrage til, at Helsingør er et godt sted at bo.”

“

Det gavner for en by at have et sted som Kulturværftet. Det gør det til et federe sted at bo.. Men det bliver nok ikke tungen på vægtskålen for at flytte hertil”



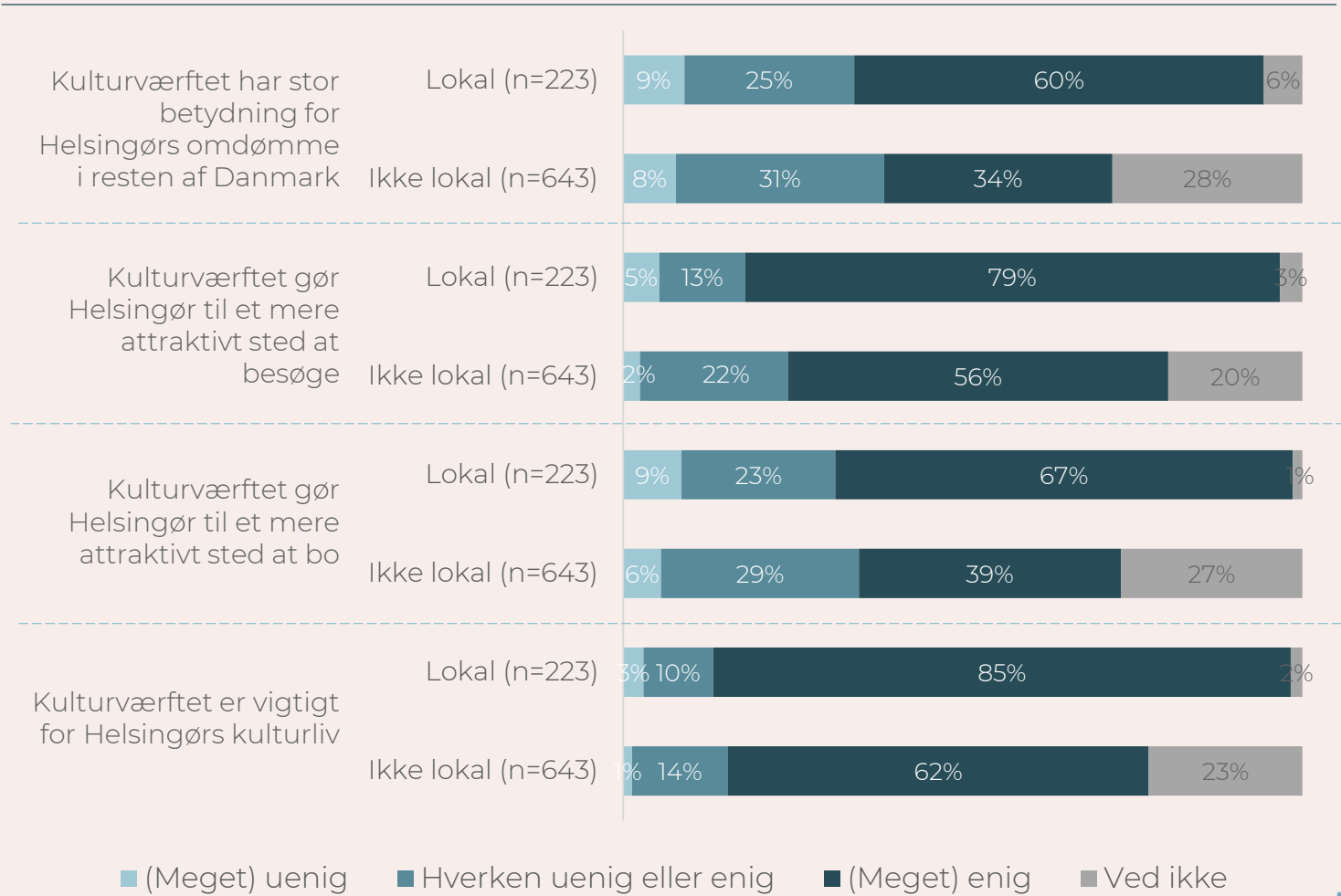
VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

DE LOKALE OPLEVER, AT
KULTURVÆRFTET ER SÆRLIGT
VIGTIG FOR HELSINGØRS
KULTURLIV

De lokale borgere har generelt meget positive holdninger til de adspurgte udsagn, herunder at Kulturværftet har en positiv indvirkning på byens omdømme og attraktivitet. For 67% bidrager Kulturværftet til at gøre byen mere attraktiv at bo i, og for 85% spiller Kulturværftet en vigtig rolle i det lokale kulturliv. Dette bekræfter den stærke lokale forankring.

Blandt ikke-lokale er der særligt en opfattelse af, at Kulturværftet har en positiv indflydelse på Helsingørs kulturliv, og at Kulturværftet gør kommunen mere attraktiv at besøge. Dog er der også en større andel, der er usikre på deres svar, hvilket afspejles i en markant højere andel af "ved ikke"-besvarelser.

Kulturværftets indvirkning på Helsingør
Hvor enig er du i følgende udsagn?



VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

BORGERNE FRA HELSINGBORG, SYNES KULTURVÆRFTET GØR HELSINGØR TIL EN MERE ATTRAKTIV DESTINATION

Hver fjerde borger i Helsingborg, som kender mere til Kulturværftet end bare navnet, er meget enig i, at Kulturværftet gør det mere attraktivt at besøge Helsingør Kommune. Kun få er uenige i dette udsagn.

Den store andel, der finder det sandsynligt, at de vil besøge kulturelle institutioner i fremtiden, kombineret med mange, der mener, at Kulturværftet gør byen mere attraktiv, peger mod en stor potentiel målgruppe, som kan udnyttes yderligere.

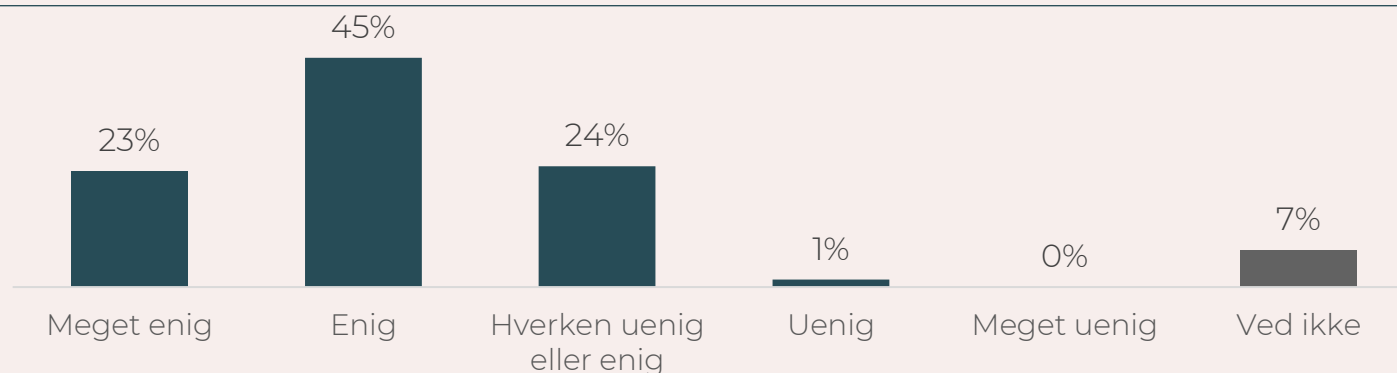
En af de interviewede aktører ser et stort potentiale på den anden side af sundet:

"Det sydsvenske marked er en stor mulighed. Helsingborg er en jo en kulturby"



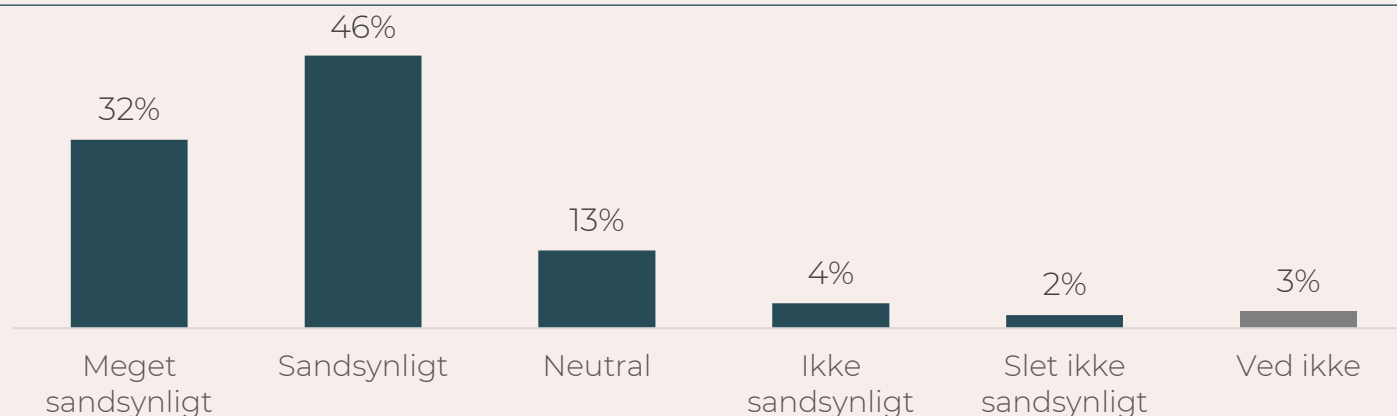
Kulturværftets attraktivitet for svenskerne

Kulturværftet gør Helsingør til en mere attraktiv kommune at besøge? (n=207)



Potentiale for besøg fra svenske turister

Hvor sandsynligt er det, at du vil besøge en kulturel attraktion eller seværdighed i Nordsjælland i fremtiden? (n=359)



VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

OVER EN TREDJEDEL ER VILLIGE TIL AT BETALE FOR AT BEVARE KULTURVÆRFTET

Kvantificeringen af den oplevede nytteværdi fra Kulturværftet er estimeret på baggrund af *Contingent Valuation Method (CVM)*.

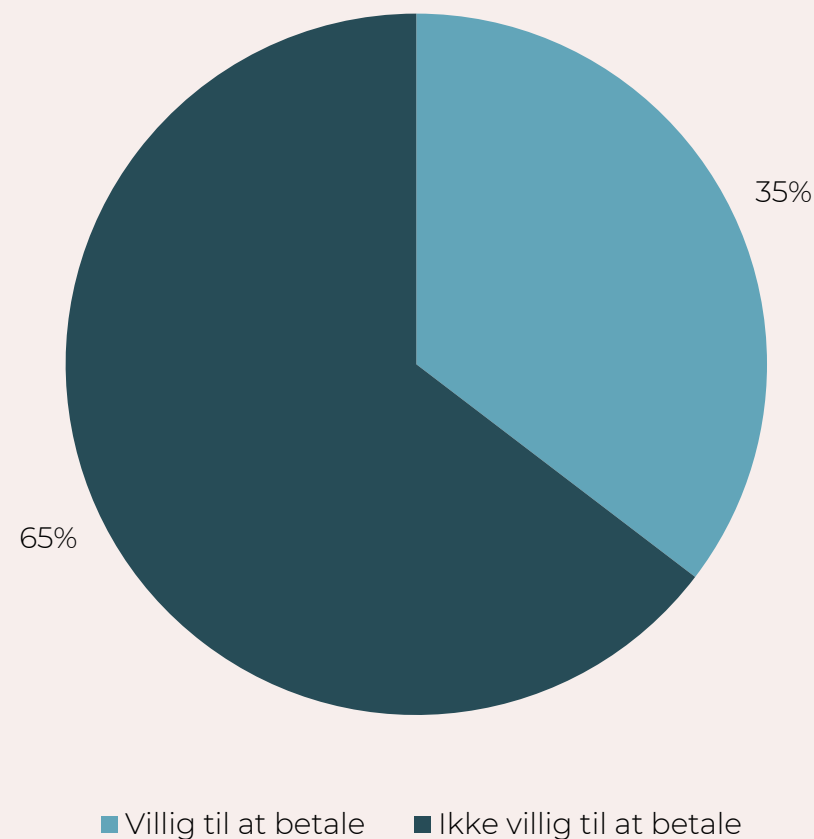
I denne metode bliver respondenterne i spørgeskemaundersøgelsen stillet over for et fiktivt scenarie, hvor al offentlig støtte til Kulturværftet forsvinder, og institutionen, som konsekvens, er i fare for at lukke.

Respondenterne bliver dernæst spurgt, om de er villige til at betale et specifikt beløb mere i skat hver måned for at bevare Kulturværftet. De, der ønsker at betale, bliver efterfølgende bedt om at forholde sig til et inkrementelt højere beløb, indtil de ikke ønsker at betale mere. De, som ikke ønsker at betale, bliver stillet over for et inkrementelt lavere beløb, indtil de enten accepterer et lavere beløb eller angiver, at de ikke vil betale.

Figuren viser, at 35 % af respondenterne vil være villige til at øge deres skattebetaling for at bevare Kulturværftet.

Betalingsvillighed

Villighed til at betale for at bevare Kulturværftet (n=686)

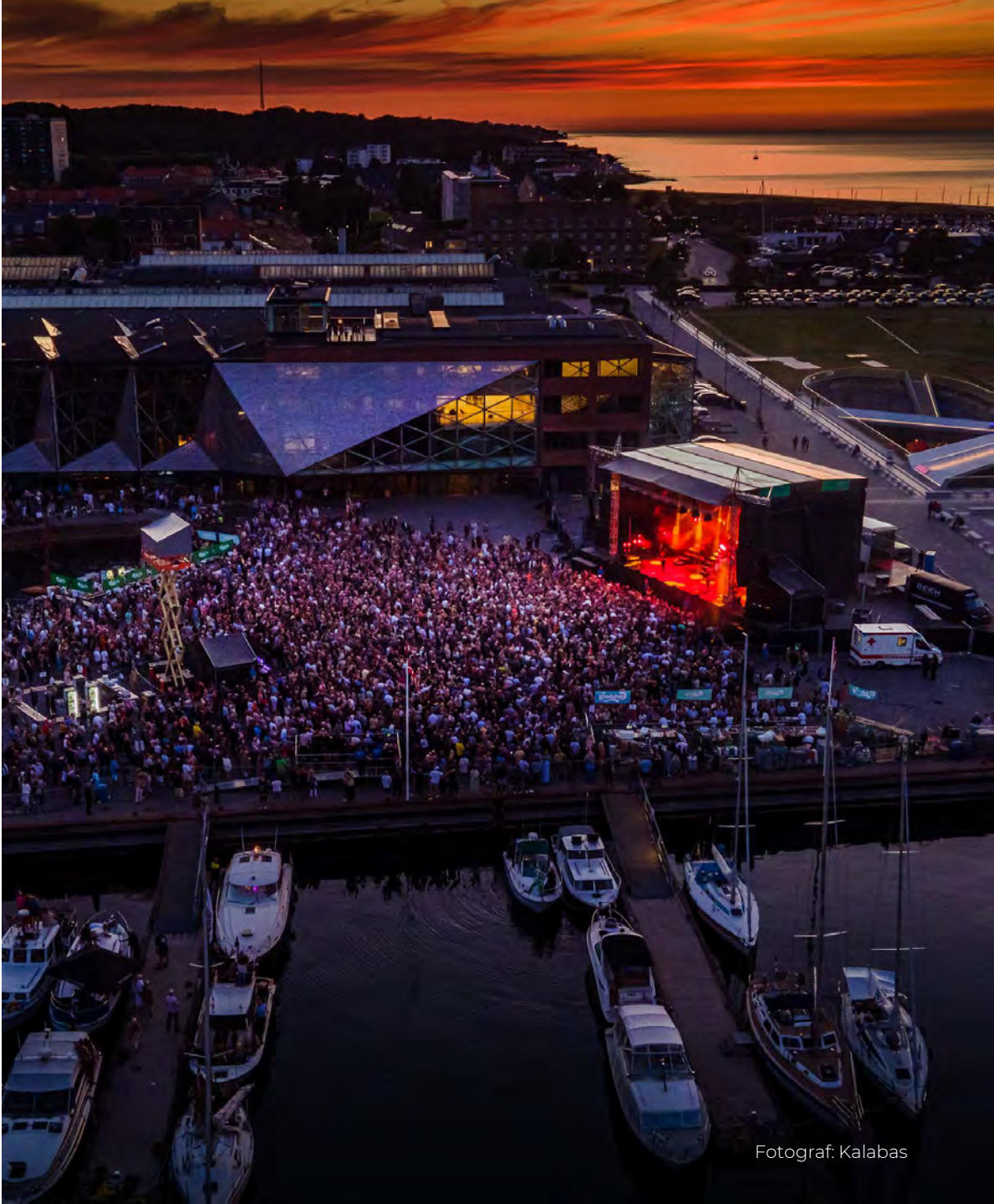
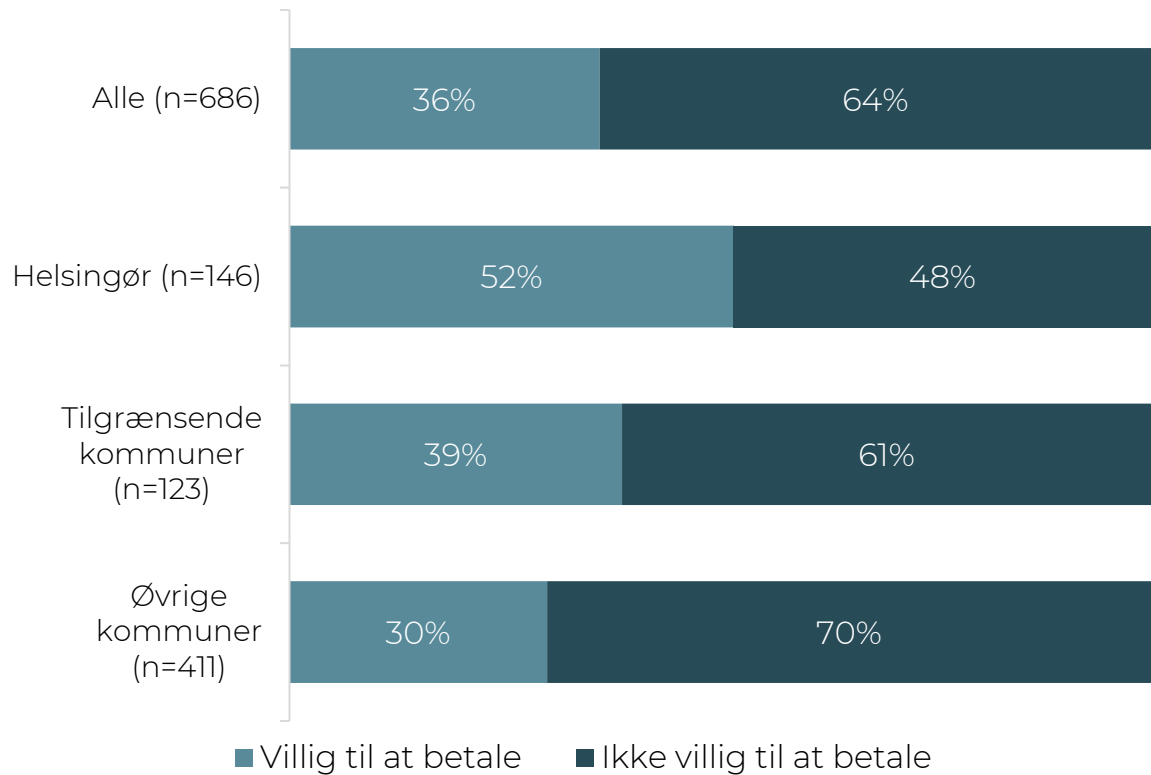


VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

52% AF RESPONDENTERNE FRA HELSINGØR ER VILLIGE TIL AT BETALE FOR AT BEVARE KULTURVÆRFTET

Betalingsvillighed fordelt på kommune

Villighed til at betale for at bevare Kulturværftet



Fotograf: Kalabas

VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

BETALINGSVILLIGHEDEN ER HØJERE HOS RESPONDENTER FRA HELSINGØR END ANDRE KOMMUNER

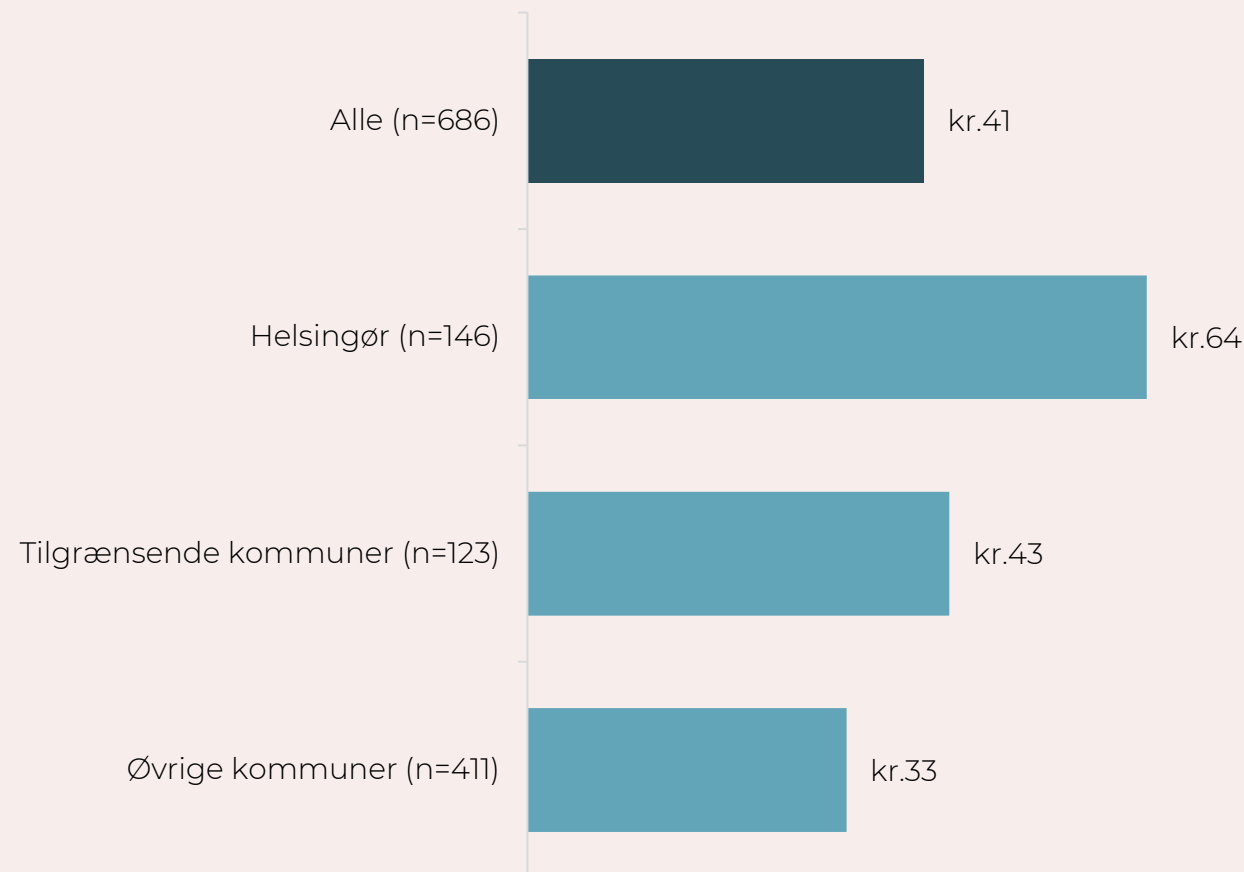
Figuren sammenligner den gennemsnitlige betalingsvillighed for bevarelsen af Kulturværftet fordelt på geografi.

Det fremgår, at respondenter fra Helsingør oplever en større nytteværdi af Kulturværftet og derfor er villige til at betale 64 kr. i gennemsnit. Dette er 20 kr. mere end respondenter fra tilgrænsende kommuner og 33 kr. mere end respondenterne fra øvrige kommuner, hvor betalingsvilligheden ligger på hhv. 43 og 33 kr.

Forskellen mellem respondenterne fra Helsingør og Øvrige kommuner er desuden statistisk signifikant, hvilket understøtter, at beboere i Helsingør har en stærkere tilknytning til Kulturværftet og vurderer dets bevaring som vigtigere og nytteværdi større, end beboere fra kommuner, der ligger længere væk.

Gennemsnitlig betalingsvillighed fordelt på kommune

Hvilken kommune er du bosat i?



*Tilgrænsende kommuner inkluderer: Fredensborg og Gribskov

**Øvrige kommuner inkluderer; Allerød, Helsingør, Hillerød, Hørsholm, København, Lyngby-Taarbæk og Rudersdal.

VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

BETALINGSVILLIGHEDEN ER
STØRST BLANDT DE ÆLDRE
ALDERSGRUPPER

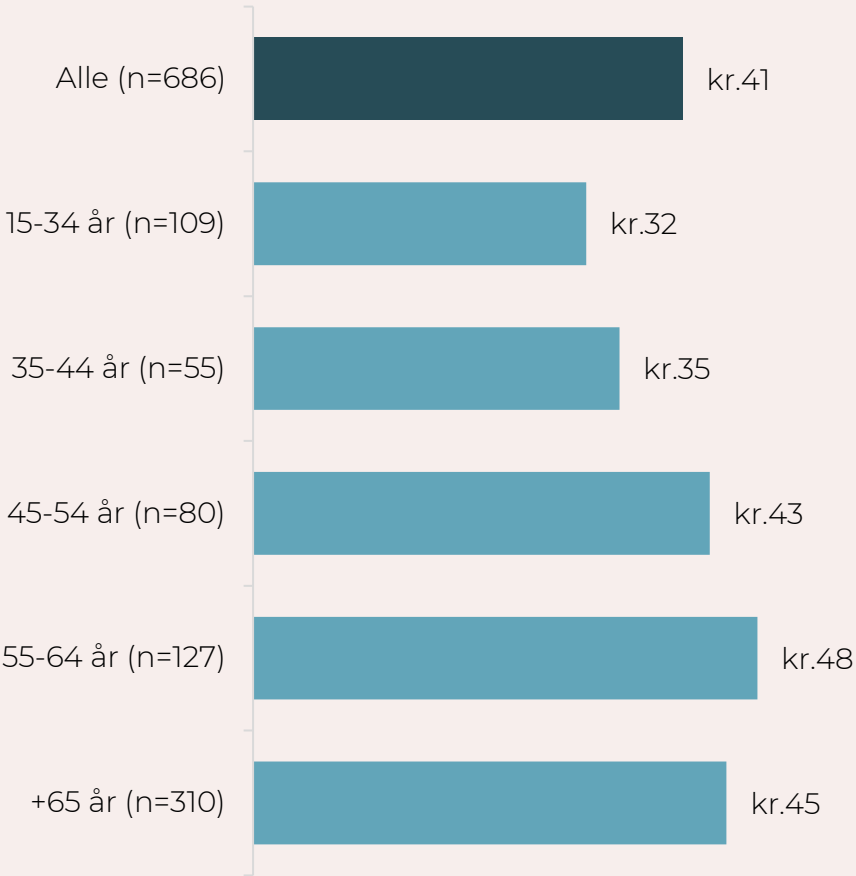
Figuren sammenligner den gennemsnitlige betalingsvillighed for bevarelsen af Kulturværftet fordelt efter alder.

De 15-34-årige har den laveste betalingsvillighed på 32 kr., mens de 55-64-årige har den højeste betalingsvillighed på 48 kr.

Mønsteret viser, at ældre aldersgrupper generelt er villige til at betale mere for bevarelsen af Kulturværftet, end de yngre aldersgrupper.

Disse forskelle er dog ikke statistisk signifikante og kan til en hvis grad tilskrives, at indkomstniveauet generelt stiger med alderen.

Gennemsnitlig betalingsvillighed fordelt på aldersgruppe
Hvad er din alder?



VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

RESPONDENTER MED EN LANG VIDEREGÅENDE UDDANNELSE HAR DEN HØJESTE BETALINGSVILLIGHED

Figuren sammenligner den gennemsnitlige betalingsvillighed for bevarelsen af Kulturværftet fordelt efter uddannelsesniveau. Der er en tydelig tendens til, at personer med højere uddannelse er villige til at betale mere for bevarelsen af Kulturværftet.

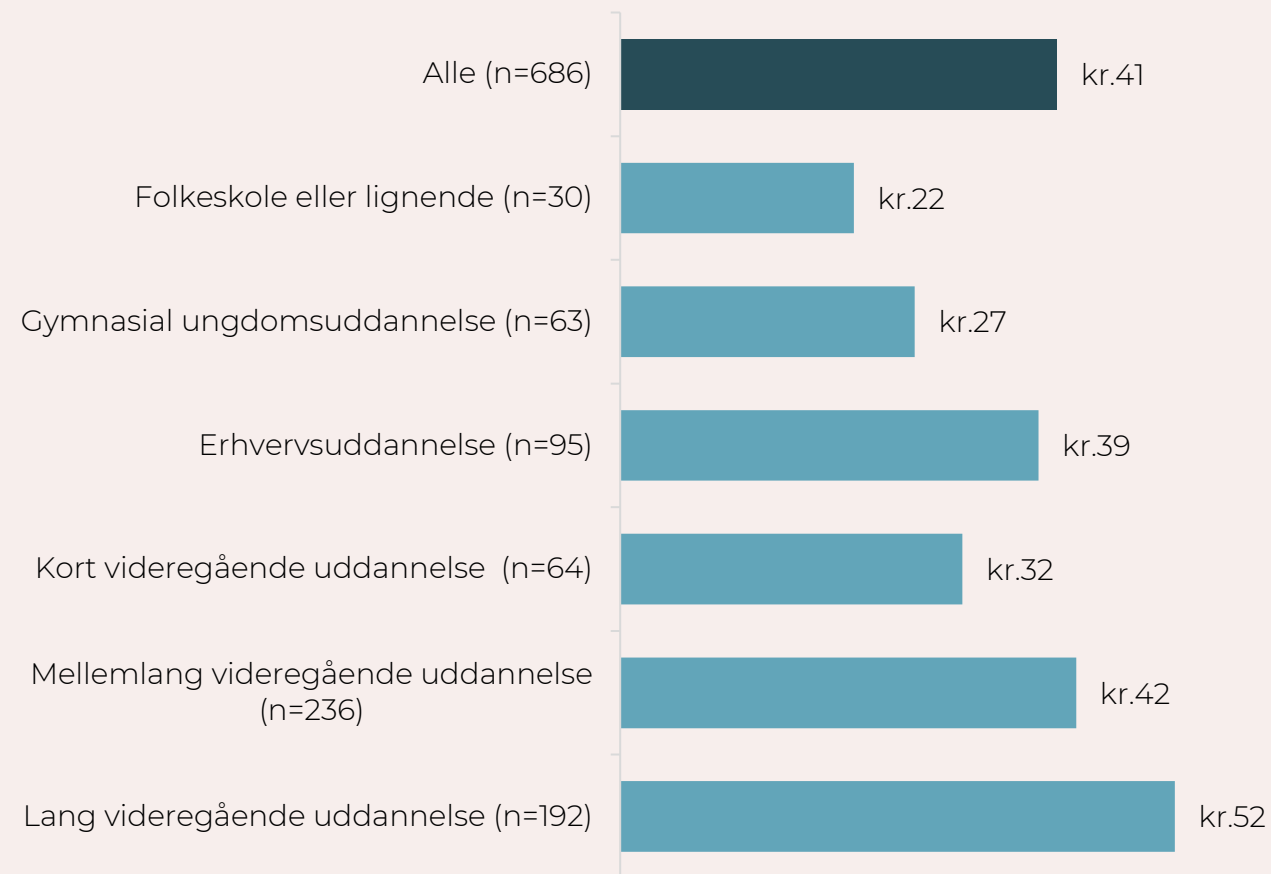
Respondenter med en folkeskoleuddannelse eller tilsvarende har den laveste betalingsvillighed på 22 kr.

Betalingsvilligheden er 42 kr. blandt dem med en mellemlang videregående uddannelse og topper hos personer med en lang videregående uddannelse, der i gennemsnit er villige til at betale 52 kr.

Ligesom på forrige side kan dette mønster til en vis grad også tilskrives, at indkomstniveauet generelt stiger med uddannelseslængden.

Gennemsnitlig betalingsvillighed fordelt på uddannelsesniveau

Hvad er din højeste gennemførte uddannelse?



*Gymnasie dækker over STX, HHX, HTX og HF

VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

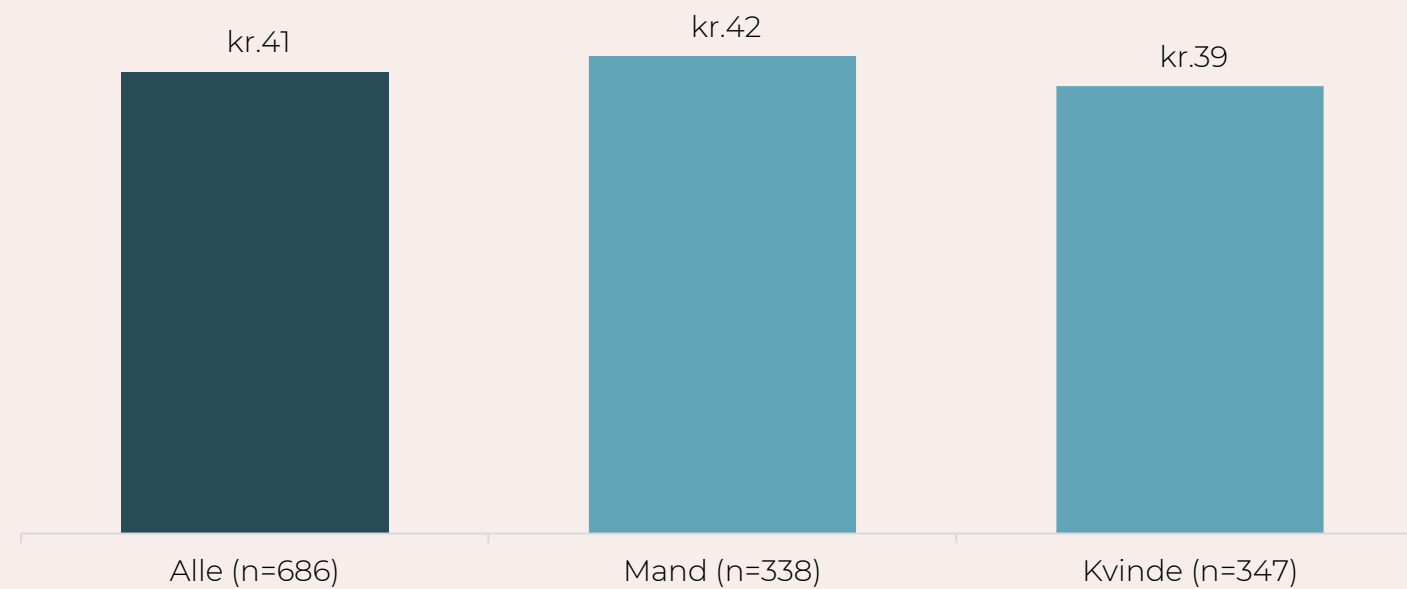
DEN GENNEMSNITLIGE BETALINGSVILLIGHED ER PÅ 41 KR. PER MÅNED

Figuren sammenligner den gennemsnitlige betalingsvillighed for bevarelsen af Kulturværftet for alle samt fordelt efter køn.

Samlet set er den gennemsnitlige betalingsvillighed for at bevare Kulturværftet 41 kr. per måned før skat. For dem, der er villige til at betale, er den gennemsnitlige betalingsvillighed på 118 kr. per måned.

På trods af den synlige forskel på 3 kr. i betalingsvillighed, så er denne ikke statistisk signifikant, hvor der i realiteten ikke er nogen betydelig forskel.

Gennemsnitlig månedlig betalingsvillighed fordelt på køn
Hvad er din kønsidentitet?



BØRN OG UNGES ADGANG TIL
KULTUR ER DEN VIGTIGSTE
ÅRSAG TIL BETALINGSVILLIGHED
FOR BEVARELSEN AF
KULTURVÆRFTET

Figuren viser de vigtigste årsager til, at respondenter ønsker at betale for at bevare Kulturværftet. Den primære begrundelse er, at børn og unge bør have adgang til kulturelle tilbud og aktiviteter, hvilket 58% af respondenterne angiver som motivation.

Andre væsentlige årsager inkluderer Kulturværftets sikring af livekoncerter og andre kulturelle arrangementer i Helsingør (49%) samt dets betydning for turisme og erhvervsliv (49%).

Der er også en stærk lokal forankring i betalingsvilligheden, hvor 32% mener, at Kulturværftet er vigtigt for Helsingørs identitet, og 26% vurderer, at det gør Helsingør til et bedre sted at bo.

Årsager til betalingsvillighed

Hvad er de primære årsager til, at du ønsker at betale til bevaringen af Kulturværftet?
(n=254)



VÆRDI FOR BYEN OG LOKALSAMFUNDET

GEOGRAFISK DISTANCE TIL
HELSINGØR ER DEN PRIMÆRE
ÅRSAG TIL MANGLENDE
BETALINGSVILLIGHED

Figuren viser de vigtigste årsager til, at nogle respondenter ikke ønsker at betale for bevarelsen af Kulturværftet. Den mest fremtrædende årsag er, at respondenterne ikke bor i Helsingør Kommune, hvilket 63% angiver som begrundelse.

Derudover svarer 47%, at de ikke bruger Kulturværftet nok, hvilket gør det mindre relevant for dem at støtte økonomisk. Andre væsentlige årsager inkluderer, at 34% hellere vil bruge deres penge på noget andet, mens 33% mener, at kommunen bør finansiere kulturtilbuddet, mens 20% hellere vil have andre kommunale områder som skoler, ældrepleje og infrastruktur prioriteret.

Samtidigt svarer 20%, at de ikke har nok information om, hvad Kulturværftet faktisk tilbyder, hvilket peger på et muligt behov for øget kommunikation og synlighed omkring institutionens betydning og aktiviteter.

Årsager til manglende betalingsvillighed

Hvad er de primære årsager til, at du ikke ønsker at betale til bevaringen af Kulturværftet?
(n=432)



*Andre grunde omhandler blandt andet, at det bør være brugerbetalt, og at Kulturværftet burde være økonomisk bæredygtigt uden offentligt tilskud.

SOCIAL OG DANNENDE VÆRDI



SOCIAL VÆRDI OG DANNENDE VÆRDI



Udover at løfte spændende og brede kulturelle arrangementer består en vigtig opgave for Kulturværftet i at skabe rammerne for socialt samvær via kreative og kulturelle oplevelser. Dette sker både via betalte og gratis arrangementer, som skal bringe folk sammen – herunder til fællesspisning, brætspilscafé eller open mic.

Derudover er der også en vigtig opgave i at støtte op om børn og unges kreativitet – herunder via aktiviteterne i Billedskolen, hvor 6-18-årige kan gå til klassisk tegning, billedkunst eller fantasitegning.

I denne del af undersøgelsen udforskes både de trivselsmæssige aspekter, som Kulturværftet bidrager til – herigennem spørgsmål besvaret af lokale respondenter i panelundersøgelsen – samt resultaterne af en mindre undersøgelse i Billedskolen. Hertil kommer også nogle af interessenternes perspektiver på den sociale værdi, Kulturværftet bidrager til.



SOCIAL OG DANNENDE VÆRDI

KULTURVÆRFTET OG TOLDKAMMERET ER ET SOCIALT SAMLINGSPUNKT FOR ALLE

Flere af de lokale aktører oplever, at Kulturværftets og Toldkammerets mission om at bygge bro mellem forskellige aldersgrupper og typer af gæster – herunder både lokale og turister – lykkes, måske endda bedre end hos andre aktører i samme branche.

Der er en bred opfattelse af, at huset benyttes af gæster i alle aldersgrupper, hvor nogle arrangementer specifikt henvender sig til unge, mens andre fokuserer på ældre. Dette tyder på, at man via et alsidigt program formår at tiltrække et relativt bredt publikum.

Der er stor begejstring for evnen til at samle forskellige typer af gæster – især til de mindre og mere lokalorienterede begivenheder som Fællesspisning og Mandagsjam. Dette styrker det lokale sammenhold og skaber et fællesskab for kommunens borgere. Derudover præsenteres både lokale og turister for en bred vifte af kulturelle oplevelser, herunder kunstudstillinger, teater og selvfølgelig musik.

Særligt Billedskolen anses for at have en dannende betydning for byens børn og unge. Derudover har samarbejdet med lokale institutioner såsom de tekniske erhvervsuddannelser vist sig at være både positivt og udviklende for de studerende; et samarbejde, der med fordel kan videreudvikles i fremtiden.



“

Kulturværftet fungerer som en bro mellem forskellige grupper – lokale, københavnere og turister. Det spiller også en vigtig dannende rolle med Billedskolen.

“

Kulturværftet rummer alt fra store events som udendørs sommerfestivaler til mindre, nicheorienterede genrer og borgerrettede aktiviteter som fællesspisning. Det gør stedet meget attraktivt for lokalområdet, da det appellerer til så mange forskellige interesser.”



“

Kulturværftet er ikke bare et eventsted, men et sted, hvor fællesskaber skabes, og hvor der tænkes nye tanker.”

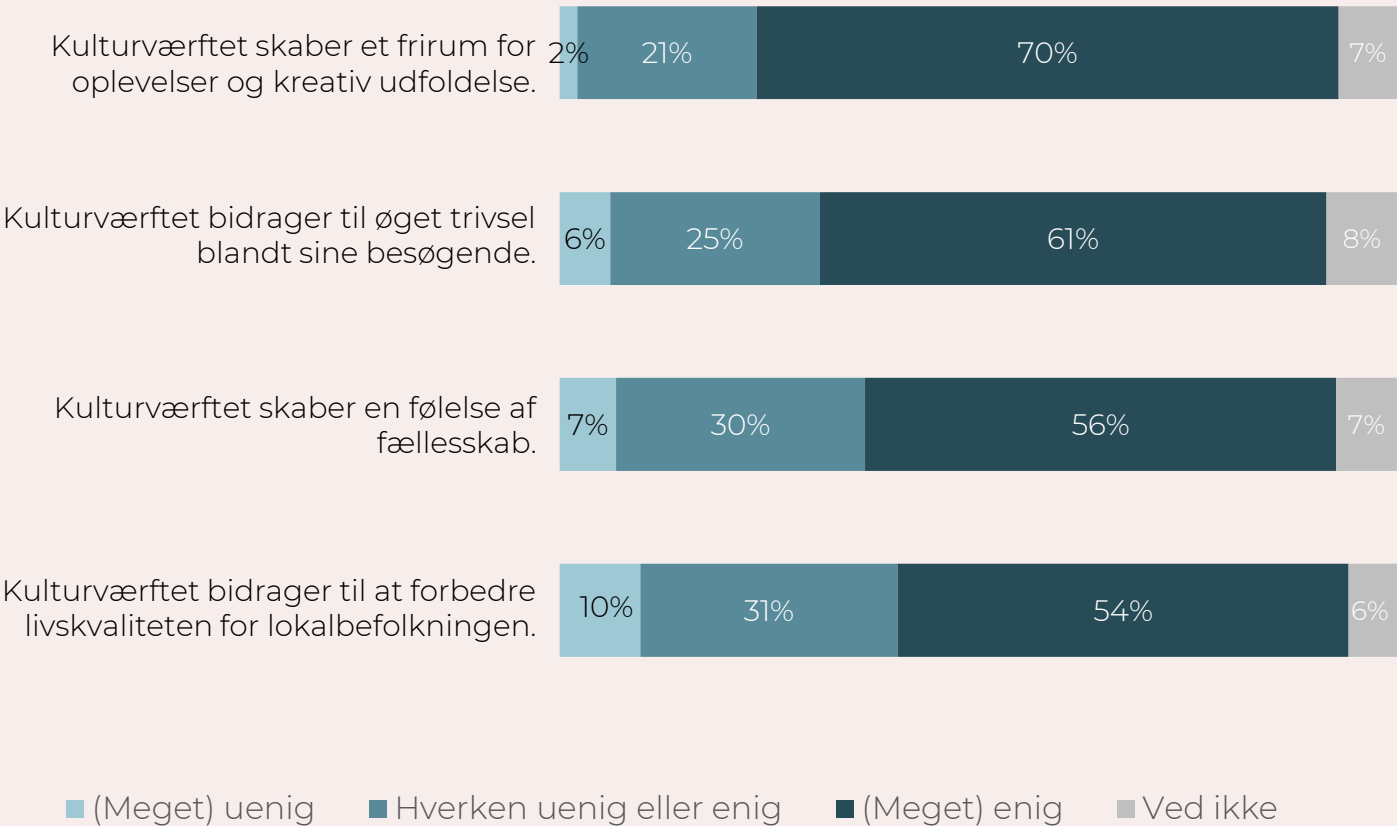
SOCIAL OG DANNENDE VÆRDI

KULTURVÆRFTET STYRKER TRIVSEL OG FÆLLESSKAB

Beboerne i Helsingør mener i særligt høj grad, at Kulturværftet skaber et frirum for oplevelser og kreativ udfoldelse, hvor hele 70% er enige eller meget enige i udsagnet. Mange er også enige i, at Kulturværftet øger trivslen for besøgende gæster, men også i høj grad er med til at skabe en følelse af fællesskab og øge livskvaliteten for lokale.

Det samme mønster forefindes blandt borgere i tilgrænsende kommuner og øvrige kommuner. Dog svarer en større andel her "ved ikke", hvilket sandsynligvis skyldes manglende kendskab til, hvad Kulturværftet faktisk tilbyder.

Oplevede social trivsel og sundhed
Hvor enig er du i følgende udsagn? (kun lokale - n=233)



*Kun besvarelser for personer som er bosat i Helsingør Kommune.

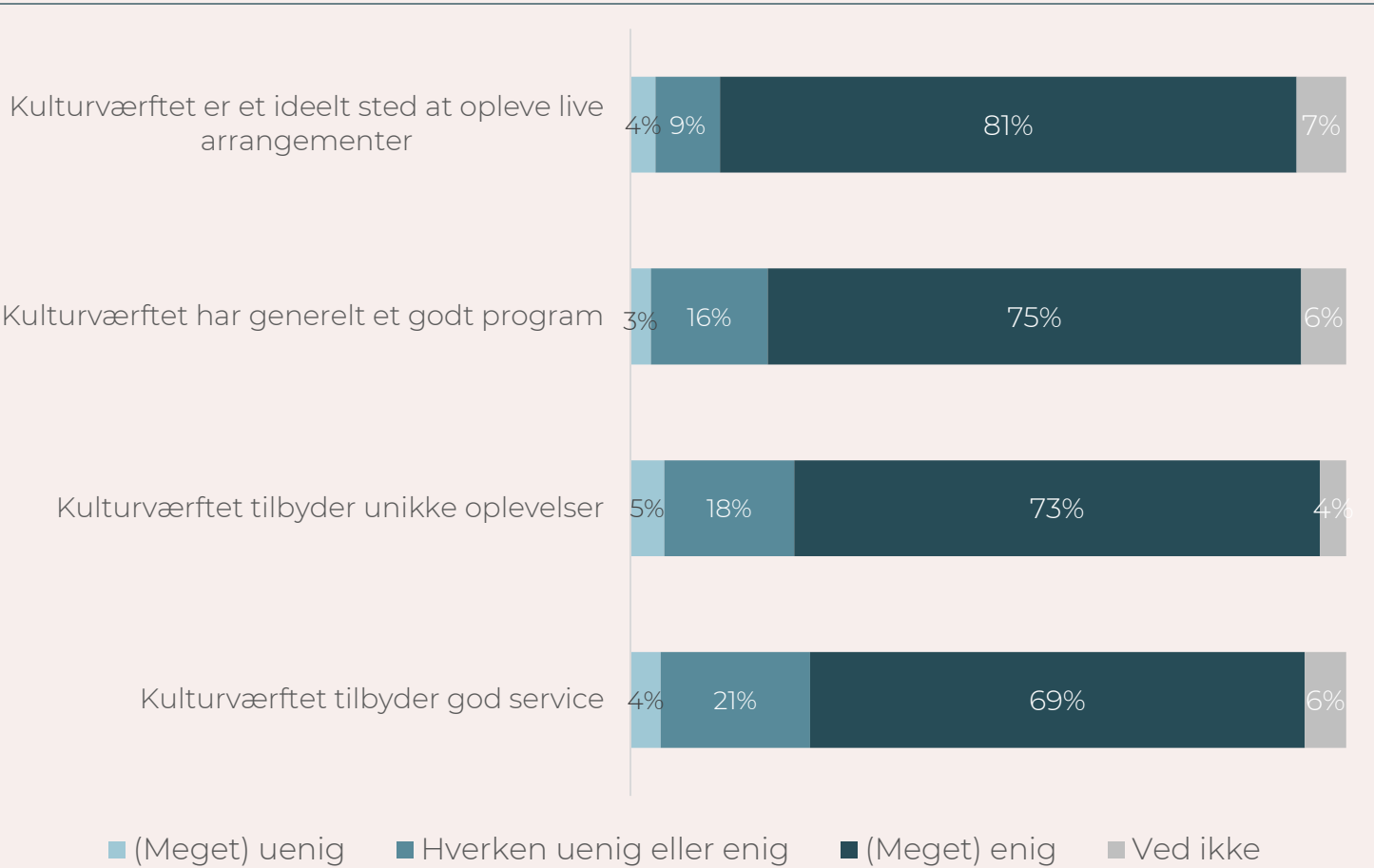
KULTURVÆRFTET FORBINDES MED GOD SERVICE OG UNIKKE OPLEVELSER

Kun ganske få er uenige i de positive udsagn omkring Kulturværftet, hvilket tyder på, at Kulturværftet overordnet set giver en god og unik oplevelse til sine gæster.

Særligt mange er enige om at Kulturværftet skaber en ideel ramme for at opleve live arrangementer.

Derudover oplever 3 ud af 4 gæster der har besøgt indenfor de seneste 2 år, at programmet generelt er godt.

Service og tilfredshed
Hvor enig er du i følgende udsagn? (n=376*)



*Kun besvarelser for personer, som har besøgt Kulturværftet indenfor de seneste to år indgår.

SOCIAL OG DANNENDE VÆRDI

BILLEDSKOLEN ER HØJT ANBEFALET AF FORÆLDRE

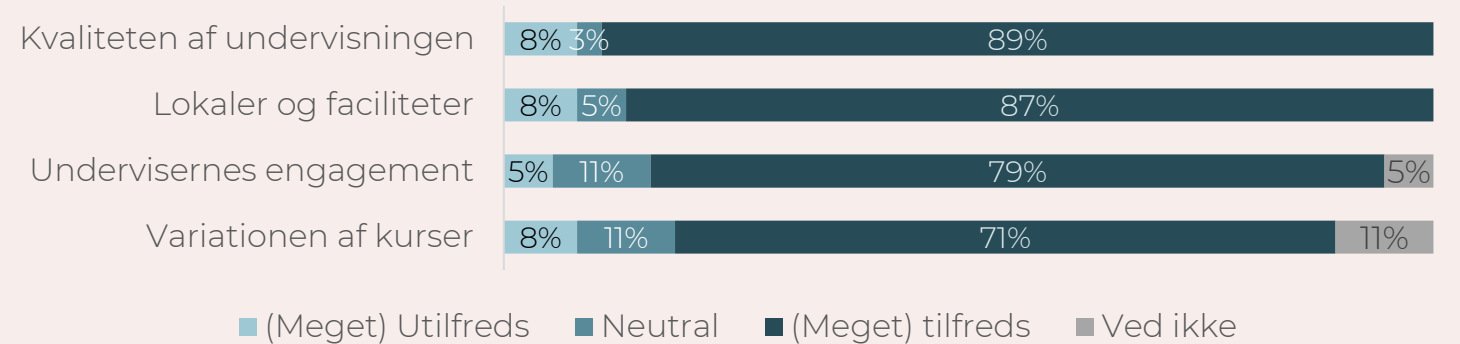
Øverste graf viser en udbredt tilfredshed omkring forskellige aspekter af Billedskolen. Her er det særligt kvaliteten af undervisning samt lokaler og faciliteter. Kun ganske få angiver at være utilfredse med de forskellige aspekter.

I åbne kommentarer beskriver mange af forældrene, at de er glade for undervisningen, men ønsker sig, at tilbuddet bliver endnu bredere inklusiv kurser for voksne.

I nederste graf ses det, at langt de fleste forældre ville anbefale Billedskolen til andre. Dette resulterer i en meget høj NPS-score – dog skal dette tages i kontekst af de 38 besvarelser, der var på skemaet udsendt til forældrene.

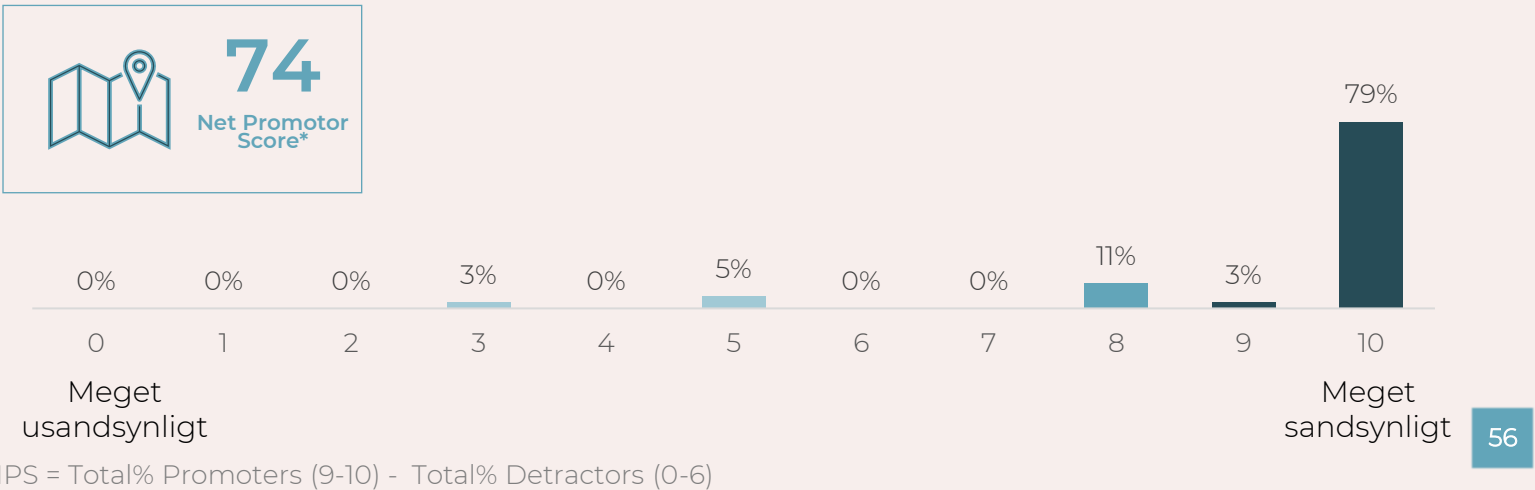
Tilfredshed med forskellige aspekter

Hvor tilfreds er du med følgende aspekter af Billedskolen? (n=38)



Net promoter score

På en skala fra 0-10, hvor 10 er "meget sandsynligt", hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Billedskolen på Kulturværftet? (n=38)



SOCIAL OG DANNENDE VÆRDI

BILLEDSKOLENS ELEVER
FÅR KREATIVT OG
TRIVSELSMÆSSIGT UDBYTTE
AF UNDERVISNINGEN

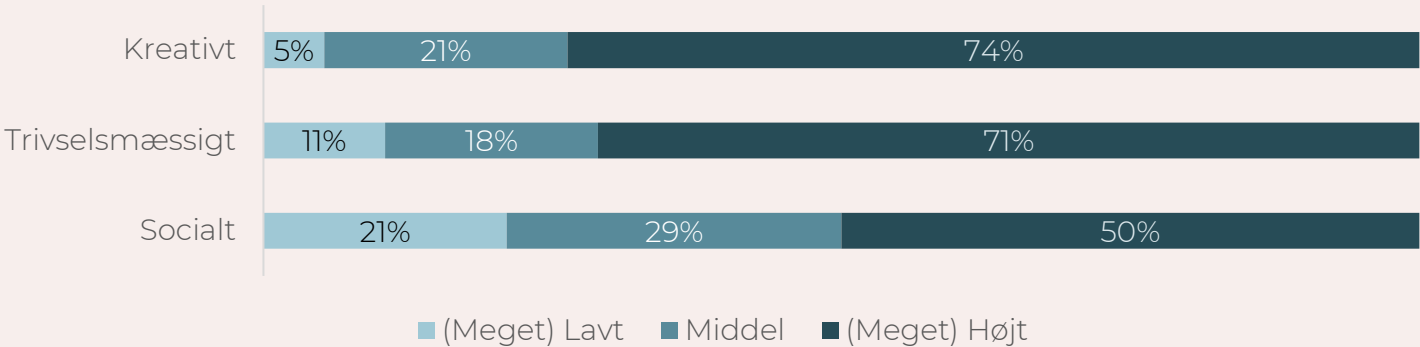
Forældrene oplever, at deres børn har et meget højt kreativt og trivselsmæssigt udbytte af undervisningen samt et udmærket socialt udbytte.

I de åbne kommentarer oplever 2 af de 38 forældre, at alderstrinnene kan være en udfordring, da de ældste på et trin er mentalt mere modne end de yngste, hvilket har forhindret det fulde udbytte.

Derudover rapporterer 47 % af forældrene, at deres børn har fået øget selvtillid, efter de har deltaget i Billedskolens aktiviteter.

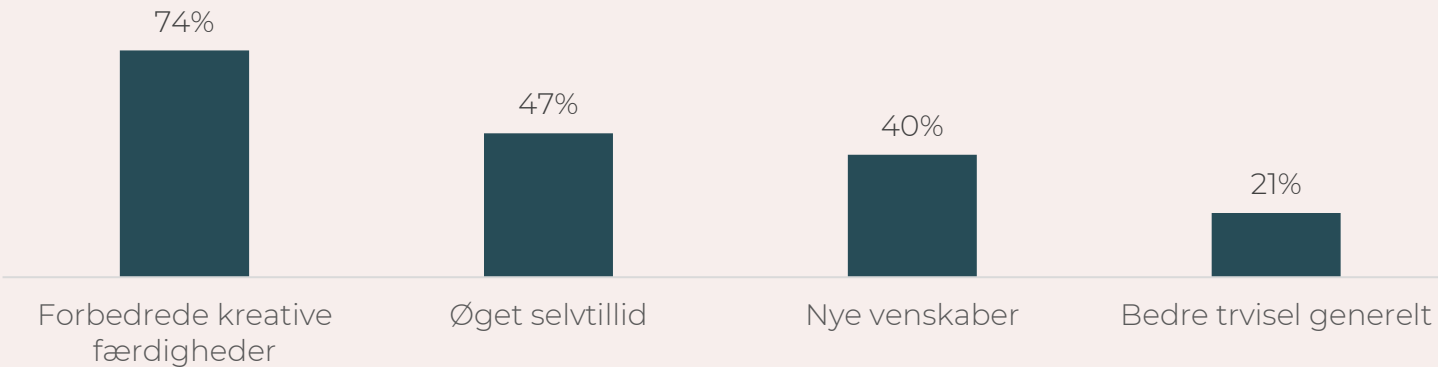
Udbytte fra Billedskolen

Hvordan vurderer du dit barns udbytte af undervisningen? (n=38)



Særligt udbytte fra Billedskolen

Hvad har dit barn særligt fået ud af at gå på Billedskolen? (n=38)



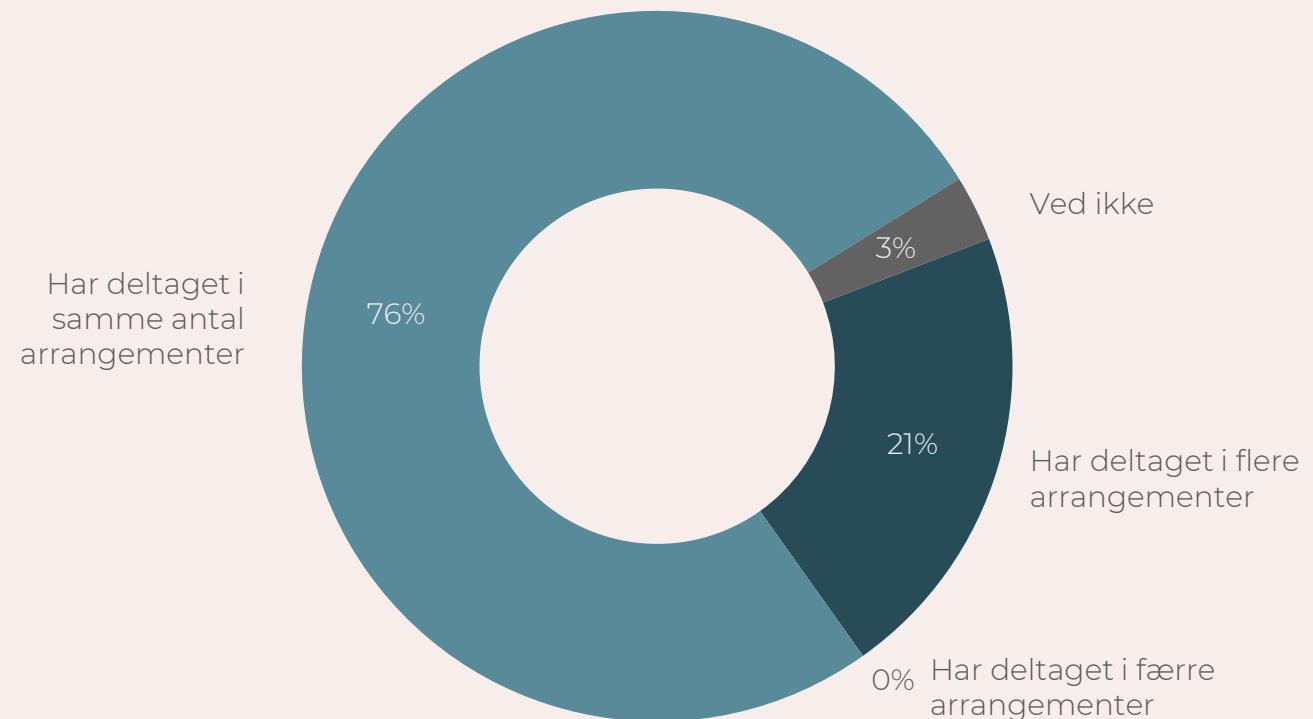
SOCIAL OG DANNENDE VÆRDI

HVER FEMTE HAR DELTAGET I FLERE ARRANGEMENTER EFTER DERES BARN ER STARTET PÅ BILLEDSKOLEN

Grafen viser, at størstedelen af familierne, hvis børn går på Billedskolen, deltager i samme antal eller flere arrangementer, end de gjorde før deres barn begyndte på et af kurserne. Derudover har 21 % deltaget i flere arrangementer efter, at deres barn er startet – og ingen har deltaget i færre.

Deltagelse i Kulturværftets arrangementer

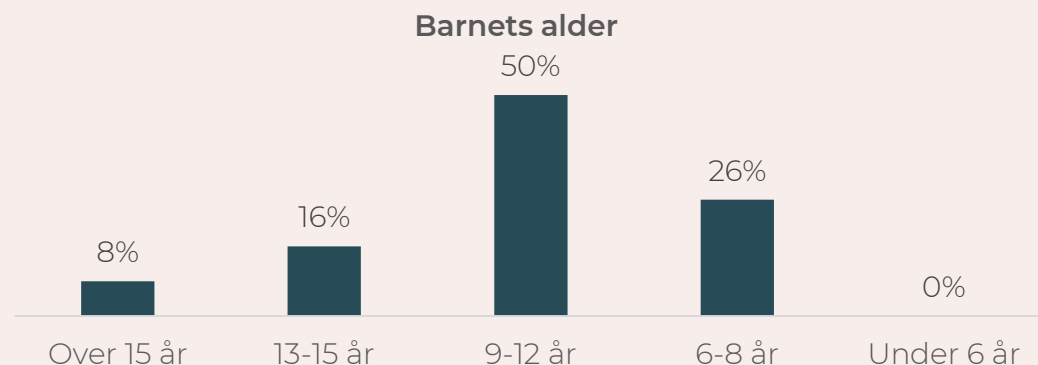
Siden dit barn er begyndt på Billedskolen, har I da deltaget i flere arrangementer på Kulturværftet? (n=38)



BAG OM UNDERSØGELSEN I BILLEDSKOLEN

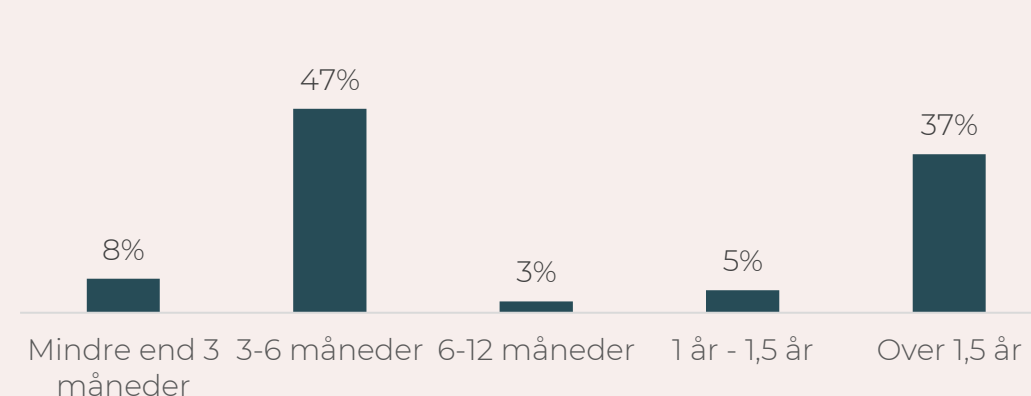
Barnet's alder

Hvad er dit barns alder? (n=36)



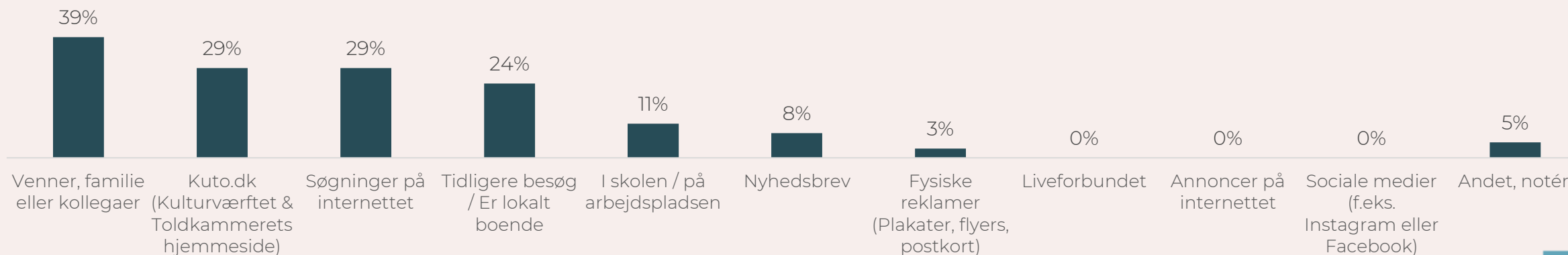
Tid barnet har være tilknyttet Billedskolen

Hvor længe har dit barn deltaget i Billedskolen? (n=39)



Hvordan man hørte om Billedskolen

Hvordan er du/i blevet opmærksom på Billedskolen? (n=39)



KONTAKT



Terje Vammen

Senior Director & Partner

Silverlining Research

E-mail: tv@silverliningresearch.com

Mobile: +45 2986 1515



Helene Nygaard

Manager

Silverlining Research

E-mail: hn@silverliningresearch.com

Mobile: +45 6160 8145



WWW.SILVERLININGRESEARCH.COM

