

H.C. Andersens Odense
– en international provinsby



*Under pressens bevågenhed lægges de første fodspor.
Foto: Odense Bys Museer.*

H.C. Andersens Odense

– en international provinsby

I midten af 1800-tallet skrumpede verden, og mulighederne voksede. *"Nu er Odense jo ikke stort længere fra København, end den i min Ungdom var fra Nyborg!"*, kommenterede H.C. Andersen udviklingen i eventyret "Et Stykke Perlesnor" fra 1859: Jernbanestrækningerne forvandlede rejsen til en udflugt. Nu, i dag, er selv Kina ikke længere fra Odense, end København var, da H.C. Andersen som fjortenårig rejste ud for at søge lykken. Verden er blevet lille og mulighederne enorme. Det mærker vi også i H.C. Andersens Hus. Op mod 70 % af gæsterne er internationale turister, og de kommer i stigende grad langvejsfra. De senere år har vi eksempelvis oplevet en kraftig vækst af gæster fra Kina, der i 2014 blev den største gruppe af udenlandske besøgende. Målt på vores besøgende er museet så internationalt, som det kan blive. Det er uhyre positivt, da det fortæller en historie om, at H.C. Andersens eventyr stadig er relevante og vedkommende for folk på tværs af afstand

og tid. Men er H.C. Andersen en turistmagnet for H.C. Andersens Hus og Odense, så har hverken museum eller by fået det optimale ud af H.C. Andersens attraktionskraft. Verden er blevet lille; men det er ikke nødvendigvis blevet meget lettere at være turist i en fremmed kultur af den grund, og hverken museum eller by er måske internationale nok i forhold til de turister, vi tiltrækker.

I de senere år har der fra Odense Bys Museers side været et øget fokus på H.C. Andersens Hus som international attraktion. Det indebærer også, at det ikke længere er nok, at vi kan glæde os over at være internationalt besøgt – H.C. Andersens Hus skal også være internationalt orienteret: Museet skal forsøge at møde turisterne, hvor de er, og tage afsæt i deres behov. Forfølger man dette mål, kan man skitsere en række spørgsmål – eksempelvis:

1. Hvilke kvaliteter rummer byen og H.C. Andersens Hus ift. de behov og ønsker, turisterne har?
2. Hvilke muligheder har gæsterne for at finde frem til den viden og de oplevelser, de efterspørger?
3. Hvilke muligheder har gæsterne for at tilægne sig viden og oplevelser på de forskellige steder?

Forsøger man at besvare disse spørgsmål, opstår hurtigt et misforhold, for egentlig har byen meget at byde på, men alligevel er det ikke nemt at være Andersen-turist i Odense. Byen har en lang række autentiske lokaliteter og et stærkt Andersen-indhold, men skiltningen er mangelfuld, miljøet er fremmed, og lokaliteterne er umiddelbart vanskelige at finde frem til. H.C. Andersens Hus gemmer sig eksempelvis væk ved at lukke sig om sig selv med indgangen i Lotzes Have og

en motorgade mellem byens liv og museet. Erfaringsmæssigt lader det samtidig til, at turister, der trods alt finder hovedmuseet, afstår fra at besøge andre relaterede attraktioner, simpelthen fordi de føler sig usikre på, hvordan de finder frem til dem. Eksempelvis har H.C. Andersens Barndomshjem i mange år ligget som en hemmelighed i Munkemølle Stræde bag ved Magasin. Enstemmigt har de få turister, der alligevel har fundet frem til stedet, fortalt, hvor besværligt det var at finde. Den mest oplagte løsning på dette problem ville være at øge mængden af det, byen allerede gør for at hjælpe turisterne: flere skilte. Men flere skilte fjerner ikke den grundlæggende usikkerhed, det er at begive sig ud i og navigere i et miljø, hvor man ikke kender koderne. Flere skilte fjerner ikke besværet, som følger, når man som turist i en fremmed kultur hele tiden må orientere sig og indoptage, bestemme og kategorisere alle de forskellige indtryk, der møder én.

For de turister, der finder frem til H.C. Andersens Hus eller H.C. Andersens Barndomshjem, opstår næste problem. Museerne er tekstmættede frem for oplevelsesbaserede og forudsætter derfor kendskab til enten dansk eller engelsk, såfremt museumsoplevelsen skal blive dybere end blot at se H.C. Andersens ikoniske genstande: hat, pen og blækhuis og så videre. Selv fra vores nærmeste naboland, Tyskland, har turisterne ofte svært ved at få fuldt udbytte af museumsbesøget, simpelthen fordi mange af gæster-

ne ikke taler og forstår et tilstrækkeligt engelsk. Værre endnu er det med en række af de sprogområder, hvorfra vi ser en voldsom vækst i disse år: f.eks. Rusland og Kina. Som en konsekvens heraf blev der i al hast udarbejdet nogle simple museumsguides på ti sprog til H.C. Andersens Hus i 2012. Forsøget skulle undersøge behovet for at sprogversionere i højere grad end hidtil, og tilbagemeldingerne fra museets gæster var i overvældende grad positive. Derudover etablerede museet i 2013 eventyrrummet "Forvandlinger", som danner modvægt til museets ordrige og intellektuelt forankrede permanente udstillingsverden med en ordløs, sanselig og oplevelsesorienteret undervandsverden i museets kælder. Sådanne mindre projekter har haft karakter af forundersøgelser, der har afprøvet muligheder og retning for museumsformidlingens fremtidige arbejde for at give turisten en mere helstøbt og facetteret oplevelse af mødet med H.C. Andersens Hus og by.

Et typisk turistbesøg i H.C. Andersens fødeby kan næsten sættes på formel: Turisten foretager rejsen til Odense, enten ved hjælp af turoperatører eller selvstændigt, finder frem til H.C. Andersens Hus og opholder sig der i op til et par timer, hvorefter han/hun tager tilbage igen. Byen får med andre ord ikke meget mere end en indgangsbillet og eventuelt lidt butikssalg ud af turistens besøg. Det betyder også, at den helt nødvendige markedsføring på fjernmarkederne, samar-

bejde med turoperatører og så videre, som bl.a. VisitOdense og Odense Bys Museers marketingsafdeling udfører, ikke kan stå alene. Det er ikke nok at skubbe de eksisterende H.C. Andersen-produkter ud til turisterne, såfremt produkternes indhold eller omstændigheder omkring produkterne besværliggør en tilegnelse. Derfor må det, der i marketingsprog hedder en "push-strategi", suppleres med en "pull-strategi", hvor produkterne og deres indhold i højere grad tilrettes i forhold til de behov og ønsker, turisterne efterspørger. Både de eksisterende H.C. Andersen-attraktioner og byen som helhed har med andre ord brug for både større synlighed og bedre indhold, såfremt turister skal tiltrækkes i større antal og fastholdes i byen i længere tid. Indsatsen foregår i flere spor:

Synliggørelse: De mange H.C. Andersen-attraktioner og tilbud i Odense, som allerede eksisterer, skal synliggøres og udvikles i forhold til turisternes konkrete besøg, så de fastholdes i byen i længere tid.

Tilegnelse: Turen mellem de forskellige attraktioner og tilegnelsen af attraktionernes indhold skal gøres så let og overkommelig som mulig.

Attraktionskraft: Epicentret for byens H.C. Andersen-attraktioner, H.C. Andersens Hus, skal udvikles til en international attraktion i form af det kommende eventyrhus, som

skal skabe en eventyrlig indgang til H.C. Andersens eventyrverden og samle og gen-tænke såvel den nuværende museale formidling som Børnekulturhuset Fyrtøjets formidling.

Fodspor

Mens arbejdet med udvikling og etablering af det kommende eventyrhus forventes at pågå i de kommende år, kunne Odense allerede den 24. juni 2014 klippe snoren over til et markant projekt, hvis formål er at øge synligheden og muligheden for tilegnelse af de mange H.C. Andersen-attraktioner, som

byen rummer. I foråret 2013 havde Odense Bys Museer de første følere ude i forhold til at lave et projekt, der kunne aktivere de mange autentiske steder rundt i og omkring bykernen, som har direkte relation til H.C. Andersens opvækst i byen. Ambitionen var derigennem at øge mængden af steder og attraktioner, som byder sig til for Andersen-turister. Inspirationen kom fra Boston, hvor man siden 1951 har haft en rute gennem byen markeret som en "rød tråd" i belægningen, der fysisk binder 16 historiske lokaliteter sammen under navnet Boston Freedom Trail.



Boston Freedom Trail. Foto: MamaGeek (CC BY-SA).

Tanken var, at noget lignende kunne gøres i Odense. I årevis har der nemlig allerede eksisteret en rute ved navn "I H.C. Andersens fodspor". Denne rute har imidlertid blot bestået af en lille folder, der kort beskriver en række af byens Andersen-lokaliteter. Odense Bys Museer gik derfor i gang med at undersøge mulighederne for at synliggøre og forbedre dette produkt. Med afsæt i henholdsvis Boston Freedom Trail og fodspors-rutefolderen tegnede der sig hurtigt et ønske om netop at synliggøre en rute i form af fysiske markeringer af H.C. Andersens fodspor, som turister og andre interesserede kunne følge. I modsætning til Boston Freedom Trails abstrakte "røde tråd" ønskede vi derved at fastholde rutevejledningens fysiske aftryk i et ikonografisk og fænomenologisk udtryk. Med fodspor kunne vi pege tilbage på det konkrete menneske. Fodsporenes størrelse peger tilbage på H.C. Andersens store fødder og er baseret på hans skolæster, som H.C. Andersens Hus er i besiddelse af; deres afstand til hinanden peger på hans (særligt i hans samtid) anseelige højde, og det konkrete valg af netop fodspor, der danner en rute, peger på Odense som et rum, H.C. Andersen færdes i. Ruten bliver derved mere end blot en samling af lokaliteter, brugeren bevæger sig imellem. Selve turen er også inficeret af Andersen, fordi fodsporene synliggør mere end blot vejen fra én lokalitet til den næste: Du befinder dig i et andersensk rum – det var her, han løb omkring med træsko på.



En af projektets største udfordringer var at finde et passende fodsporsmateriale. Underlaget på ruten varierer nemlig mellem toppede brosten, brosten, grus, græs og forskellige klinker og fliser. Samtidig var det naturligvis også nødvendigt at vi forholdt os til en række andre hensyn såsom anskaffelses- og anlægspris samt holdbarhed og vedligehold. Vi diskuterede en række løsninger, herunder messing, rustfrit stål, maling, stolper og meget andet. Men alle disse muligheder blev forkastet af enten økonomiske eller holdbarhedsmæssige hensyn. I stedet blev det foreslået at anlægge fodsporene i termoplast – et særdeles holdbart vejmarkeringsmateriale, som bruges til bl.a. at lave striber på veje, fodgængerfelter med mere. Vi fik udlagt prøver i sommeren 2013 og havde derefter et kvalificeret grundlag og overblik over økonomien i projektet, så vi kunne gå i gang med at søge penge til at realisere projektet. Kort før jul gav Region Syddanmark halvdelen af de nødvendige midler, mens H.C. Andersen Fonden gav den anden halvdel omkring 1. februar 2014.

Det muliges kunst

I al sin enkelhed bestod projektet i at skabe synlighed omkring de eksisterende attrak-

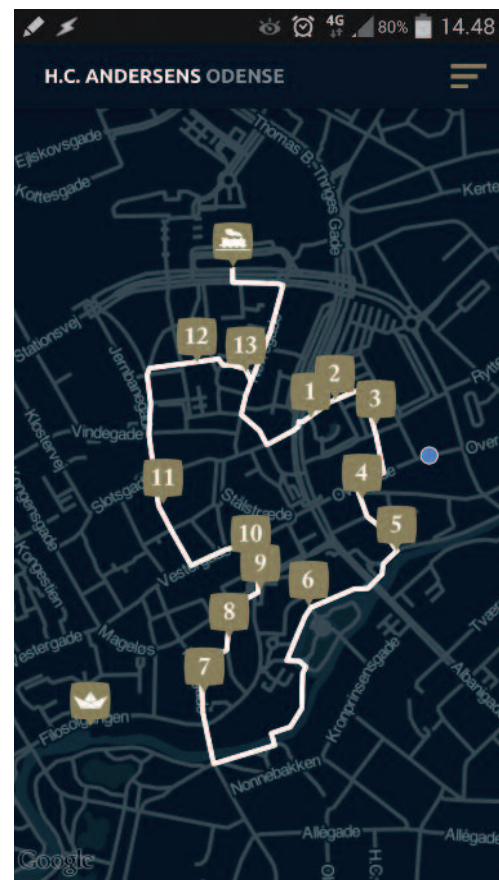
Fodsporene er allerede en integreret del af byrummet og danner eksempelvis som her afsæt for nye kreative udtryk. Foto: CasaBaum.

tioner og aktiviteter ved at binde dem sammen i en samlet pakke, tilgængeliggjort via fysiske fodspor og samlet guidemateriale til H.C. Andersens Hus, H.C. Andersens Barndomshjem og yderligere 11 markante H.C. Andersen-lokaliteter rundt omkring i Odense centrum.

Med udgangspunkt i vores erfaringer fra det hastigt improviserede guidemateriale på 10 sprog, som vi lavede i H.C. Andersens Hus i 2012, besluttede vi os for, at også det samlede guidemateriale til "H.C. Andersens Odense" skulle laves i et tilsvarende antal sprog. Guiden ville vi distribuere igennem H.C. Andersens Hus og Barndomshjem, men vi vurderede samtidig, at der også ville være et behov for at kunne få information, hvis interesserede tilfældigt støder på fodsporene eller en lokalitet. Indholdstung skiltning i byrummet blev fravalgt, da det ville være urealistisk at gennemføre på ti sprog. Større skilte ville samtidig også forstyrre den autenticitets- og attraktionsværdi, som en række af lokaliteterne har. I stedet valgte vi at supplere de trykte materialer med en app på to platforme – Android og iPhone – ligeledes på ti sprog. Ved at formidle indholdet igennem enten trykt guidemateriale eller som app fik vi samtidig mulighed for at arbejde med et mindre indholdstungt, men mere eksklusivt skiltedesign, som gerne skulle understøtte lokaliteternes attraktionsværdi.

Et projekt i byrummet i denne størrelsesorden berører mange mennesker og institutioner og støder dermed også ind i forskellige interesser. Forventningen var derfor også, at realiseringen af projektet ville være en balancegang mellem mange af disse særinteresser. Imidlertid viste oplevelsen sig at være den modsatte. Fra alle sider lød det: *"Det er en god idé; det burde være blevet gjort for længe siden."* Samtidig blev der dog også udtrykt en vis portion sund skepsis over for planerne om at nå det allerede til turistsæsonen 2014. Tidsrammen var stram og udfordringerne mange.

I særlig grad udfordringer omkring anlæggelsen af fodsporene, deres form og størrelse, farve, afstand mellem fodspor, måden hvorpå de går ligeud eller drejer, deres rute og meget andet tog tid. Som det mest synlige element i projektet var det naturligvis væsentligt, at vi både æstetisk og funktionsmæssigt fandt de rette løsninger i forhold til fodsporene. Vi fik derfor udarbejdet et detaljeret kort over ruten, som tog hensyn til dæksler, skilte, bænke og andre elementer, som fodsporene skulle udenom eller forholde sig til. Formålet var at sikre så ensartede og lige ganglinjer som muligt. Ligeledes udvalgte Odense Bys Museer i samarbejde med kommunens landskabsarkitekter relevante farver, som vi fik afprøvet på de forskellige belægninger, fodsporene skulle anlægges på. Sammen afprøvede vi tilfældige forskellige trædesten, som skulle agere



Ruten rundt i Odense er på 3,1 km og fører både folk omkring de grønne områder ved åen og cafélivet i centrum.



De første messingskilte. Foto: Odense Bys Museer.

underlag for fodsporene i parkarealerne, da det ikke er muligt at anlægge fodspor i termoplast på græs eller grus. For at sikre et så naturligt udseende gangmønster som muligt lavede vi desuden flere prøver baseret på forskellige folks gang – både når de gik ligeud, og når de drejede – og én af disse prøver dannede udgangspunkt for skabeloner, som blev brugt i anlægsfasen for at sikre, at fodsporene forløb i en ensartet og ikke mindst naturlig gang.

Også skiltningen ved de enkelte lokaliteter blev vendt og drejet en række gange, inden vi fandt den rette udformning. Trafikale forhold ved nogle af lokaliteterne medførte, at almindelige skilte højst sandsynligt ville blive påkørt. Derfor arbejdede vi i stedet videre med muligheden for at nedfælde skilte i belægningen. En af udfordringerne ved dette var ønsket om at versionere formidlingen på ti sprog. På et nedfældet skilt er der længere fra øje til bogstav, og derfor er det nødvendigt at arbejde med større skrift og mindre information. Det stod hurtigt klart, at det var ganske umuligt at tilføje en større mængde indhold på nedfældede skilte, og vi valgte i stedet at bruge skiltene som en æstetisk markering af, at man er ankommet til lokaliteten. Som æstetisk markering blev skiltene materialekvalitet også i endnu højere grad væsentlig, og vi valgte derfor at lave dem i større stykker messing, hvor vi bortfræsede området rundt om bogstaverne, således at bogstaverne blev "overfladen" på skiltet. Dette

skulle gerne medføre, at sand, skidt og hvad der ellers måtte samle sig i skiltens fræsninger, ikke udvisker bogstaverne, men tværtimod virker som kontrast til messingteksten, der træder frem. Teksten navngiver hver lokalitet på ti sprog og henviser til Andersens-odense.dk, hvor folk kan downloade app til lokaliteterne, såfremt de ikke allerede har fået papirguiden på et af museerne. Derudover viser skiltene hver især et stiliseret kort, som tillader brugerne at orientere sig i forhold til de to museer og banegården. Herved angiver fodspor og skilte henholdsvis retning og ankomst – de synliggør lokaliteterne som en del af H.C. Andersens Odense, mens appen og den trykte guide leverer indhold til de enkelte lokaliteter.

Fra historisk person til eventyrforfatter

Selvom "H.C. Andersens Odense" primært handler om at synliggøre og tilgængeliggøre Odenses eksisterende Andersen-relaterede kulturarv og kulturattraktioner, foretager projektet samtidig en mindre indholdsmæssig forskydning, hvor der i højere grad lægges vægt på de eventyrlige dimensioner, som en række af lokaliteterne rummer, end det traditionelt har været tilfældet. H.C. Andersen er måske en af de forfattere i Danmark, hvor der er stærkest sammenhæng mellem liv og værk. I næsten alle hans værker kan man således finde en rod i det biografiske. I museal sammenhæng har eventyrene derfor traditionelt set været an-

vendt som gennemgangsled til det biografiske. Men den tætte sammenhæng mellem liv og værk giver også mulighed for at gå den anden vej. De historiske lokaliteter udspringer netop af H.C. Andersens eventyrlige univers. Går man i H.C. Andersens fodspor, møder man således ikke bare en række autentiske historiske lokaliteter; man møder også det materielle grundlag, som en række af Andersens fiktioner udsprang fra: man passerer "Aamandens sted" i Odense Å; man går op ad kirkegulvet i Domkirken – samme tur som inspirerede Andersen til eventyret "De røde Skoe" og så videre. Odense er måske ikke en eventyrverden, men det var den verden, som i vid udstrækning inspirerede H.C. Andersen til sine eventyr. Forskydningen af indholdsfokus i retning af det eventyrlige skyldes dels, at denne side har været underbelyst eller endog helt fraværende, dels at det i forhold til at skabe attraktionsværdi for H.C. Andersen-interesserende turister er af afgørende betydning, at de møder elementer, der relaterer sig til det, der i første omgang har bragt dem til byen: Andersens eventyrlige fortællekraft.

"H.C. Andersens Odense" forvandler ham nu nok ikke med ét slag fra historisk person til eventyrforfatter – dertil er han for dybt indlejret i en personbiografisk tradition, der de sidste 100 år har omfavnet og karakteriseret formidlingen af ham. Først når et Eventyrhus byder velkommen, kan man gøre sig håb om, at eventyrforfatteren kan komme til sin ret. Alligevel er den indholdsmæssige for-

skydning i "H.C. Andersens Odense", etableringen af eventyrrummet "Forvandlinger" og en mere eventyrlig tilgang til udstillingsdesign i den seneste udstilling i H.C. Andersens Hus en række små skridt på vejen mod et større fokus på H.C. Andersens eventyr.

"Keep it simple, stupid"

"H.C. Andersens Odense" er et meget simpelt produkt. Der er eksempelvis intet fancy over appen eller den trykte guide – ingen hippe ekstrafunktioner – ja, der er knap nok noget overflødigt overhovedet. I stedet for at tilføje ekstra funktionalitet har vi forsøgt at lave et intuitivt produkt, der har fokus på basisfunktionalitet og æstetik, og som kan favne den store diversitet, der er blandt de turister, som besøger H.C. Andersens Hus og H.C. Andersens Barndomshjem. Succeskriteriet er lige så simpelt: Får "H.C. Andersens Odense" turister til i stigende grad at benytte sig af andre Andersen-attraktioner ud over H.C. Andersens Hus? Skaber "H.C. Andersens Odense" større værdi for turisternes oplevelse af Odense som eventyrforfatterens fødeby? Tilbagemeldingerne har været yderst positive. Siden introduktionen af "H.C. Andersens Odense" og fællesbilletten til H.C. Andersens Barndomshjem og H.C. Andersens Hus har Barndomshjemmet oplevet månedlig vækst i antallet af besøgende på over 100 % i forhold til de samme måneder i året forinden. Indtil videre har over 40.000 haft glæde af en



"Simpel, men velfungerende" har været mantraet i udviklingen af både app og den trykte guide.

sprogversioneret trykt guide til "H.C. Andersens Odense", mens over 1.500 har taget turen med en iPhone eller Androidtelefon i hånden. I løbet af 2015 forventer vi samlet set at nå en tredobling af disse tal.

Fodsporene er anlagt, appen udviklet og guiden trykt. Alligevel er projektet ikke slut. De kommende år er det væsentligt, at såvel turistorganisationer, byens kulturinstitutioner som H.C. Andersens Hus og H.C. Andersens Barndomshjem arbejder sammen for at sikre, at H.C. Andersen-interesserede turister fanger fodsporenes betydning. For selvom jeg i sommerens løb stort set dagligt har set børn hoppe fra fodspor til fodspor, og familier eller enkeltpersoner lade sig lede via fodsporene og den trykte guide eller app, kan fodsporene sagtens vise byen frem fra dens bedste side til endnu flere.

Hans Christian Andersen's Odense

During the first six months of 2014, Odense City Museums initiated the project 'Hans Christian Andersen's Odense' in an attempt at meeting the potential desires and needs of the city's international visitors and devotees of Hans Christian Andersen. The general aim was to draw attention to Odense's many authentic Andersen-related places and attractions in order to be able to improve the range of offers to tourists specifically interested in Hans

Christian Andersen. Concurrently with this, efforts were made to link the localities in a way that would enable tourists to easily find their way round and follow the Andersen trail despite being unfamiliar with the language and the city. The article is partly an outline of the basic challenges faced by Odense City Museums in its quest to attract more tourists and, partly, the consideration given to the specific 'Hans Christian Andersen's Odense'

project. The solution was the establishment of a trail marked by actual footprints in Hans Christian Andersen's shoe size further supported by signposting at the specific localities, together with fresh guide material in ten languages covering the Hans Christian Andersen Museum, Hans Christian Andersen's Childhood Home plus a further 11 localities – available in a printed version as well as an app.

