

Dato: 14.5.2026

Strategien til kampagnen: *Oplev din Bydel*

En bydel i Høje-Taastrup kan stimulere lokalpatriotisme ved at skabe en tydelig og genkendelig lokal identitet, tilbyde levende mødesteder, understøtte et aktivt lokal- og erhvervsliv, og ved at være rammen om kulturelle og sociale aktiviteter. Samtidig bæres områdets sjæl af lokale foreninger, organisationer, ildsjæle, kulturinstitutioner og virksomheder, som gennem deres engagement, historie og aktiviteter gør bydelen unik, interessant og værd at være stolt af.

Kommunen opdeles i 6 Bydele, således:

1. Taastrup inkl. Taastrup Valby og Klovtofte
2. Høje-Taastrup inkl. Kragehave
3. Hedehusene inkl. Baldersbrønde og Kallerup
4. Reerslev inkl. Stærkende
5. Fløng inkl. Marbjerg, Soderup og Vadsby
6. Sengeløse inkl. Vridsløsemagle

Der vil således være 3 tætte byområder og 3 by- og landområder.

Turistforeningen vil gennemføre en kampagne for at lancere bydelene og give dem identitet, med 2 bydele hvert år:

2026: Taastrup og Sengeløse

2027-2028: Hedehusene og Reerslev, samt Høje-Taastrup og Fløng.

Det er Turistforeningens intention, at udpege og visualisere de væsentlige informationer og interessepunkter i kommunen, og formidle dem til ca. 60.000 borgere, ca. 2.800 virksomheder, ca. 44.000 beskæftigede og nogle tusinde turister.

Dermed markedsføres Høje-Taastrup kommunen overfor borgerne, virksomhedens ansatte og besøgende.

Med lancering af kampagnen fokuseres der på hver af de 6 bydele som derved vil fremhæve deres egne identitet, deres egne stærke og svage sider, og mulighederne for at afhjælpe de mangler der måtte være.

Vi vil stimulere den sammenhængskraft der mellem borgerne, virksomhederne, organisationer og aktører i bydelen.

Bydelene vil fremhæve potentialer som kan udvikle sig til mere, til det unikke og til noget, man kan blive stolt af.

Turistforeningen synliggør kampagnen via sin hjemmeside Høje-Taastrup Turistforening som indeholder en interaktiv funktionalitet med en geografisk dimension, og som gør det muligt at visualisere interessepunkterne og emnerne ud fra nogle parametre, som den besøgende af hjemmesiden vælger at anvende.

Grundlaget og målgruppen for kampagnen er, de lokale samfund som bl.a. består af indbyggerne, de beskæftigede, foreninger / organisationer, aktørerne samt de faciliteter som p.t. er registreret (med forbehold for fordeling af indbyggere og beskæftigede i bydelene, som er et kvalificeret estimat):

Bydel	Indbyggere ca.	Virksomh. / beskæftig. ca.	Forening/organisat. min.	Aktører min.	Faciliteter**) min.
Taastrup	20.000	1.200 - 20.000	24	10	149
Høje-Taastrup	18.000	900 - 14.000	15	4	95
Hedehusene	15.000	500 - 7.000	13	7	91
Fløng	3.500	150 - 1.500	14	5	38
Sengeløse	2.500	30 - 1.000	18	6	64
Reerslev	1.000	20 - 500	15	5	49
Total (est.)	~ 60.000	~ 2.800 - ~44.000 *)	99	37	486

*) heraf indpendler 32.000 udpender 22.000

**) de kommunale institutioner er ikke medtaget

Kampagnen vil indeholde 4 elementer, gældende for hver af de 6 bydele:

- 1- Fremstilling af en brochure
- 2- Opsætning af QR- koder
- 3- Fotokonkurrence med tema "*Oplevelser i din Bydel*"
- 4- Digital fortælling om bydelen, fra oldtiden til nutid

Ad 1: Brochuren skal vise hvilke interessepunkter m.m. der er i Bydelen, med udgangspunkt i de elementer der er beskrevet på hjemmesiden og som er samlet i 6 grupper med hver en række kategorier:

- 1- *Oplevelser, (Seværdigheder, Sport, Kultur/Fritid, Kirker m.v., Natur, Byvandring, Skattejagter, Bygning bevar.)*
- 2- *Spis og sov, (Hoteller, Spisesteder, Pub & bodega, Autocamper parkering, Overnatning det fri)*
- 3- *Shopping, (Butikscenter og lign., Butikker)*
- 4- *Motion, (Cykling og vandring, Legepladser, Fitness)*
- 5- *Fællesskaber og aktør, (Foreninger og organisationer, Lokale ildsjæle og aktører)*
- 6- *Virksomheder. (Serviceerhverv, Sundhedserhverv, Fritids erhverv, Håndværkere, Liberalt erhverv, Øvrig)* idet de virksomheder der omtales er dem, der er medlemmer i Erhvervsforum og Turistforening.

Brochuren vil være i format A5 (15x21) på ca. 12-16 sider, i et oplag på 500-1.000 stk. fordelt i Bydelen
Hjemmesiden bliver i denne forbindelse omstruktureret og moderniseret.

Ad 2: På strategiske og synlige steder i Bydelen, opsættes små vejrbestandige skilte med QR-koder, som via smartphonen henviser til de interessepunkter m.m., der er beskrevet på hjemmesiden for den pågældende Bydel.

Der produceres 3 typer QR-koder: som aluminiumskilte til flader, bygninger, stoppesteder m.m., som plastikskilte og fleksible til lygtepæle m.m., og som klæbefolie til butikker og andre.

QR-koderne er i format A6 (10x15) og A5 (15x21).

Ad 3: Fotokampagnes afholdes som sædvanligt i perioden 1.7-15.8. Den vil afsløre, hvad deltagerne opfatter som "oplevelse" og som kan være alt muligt fra vilde blomster, en sportsaktivitet eller nydelse til et glas øl på den lokale pub.

Ad 4: Lokalhistorisk arkiv, ved Lars Spatzek, vil producere fortællingen.

Turistforeningen afholder udgifterne til kampagnen indenfor budgetrammen, og andre indgåede aftaler.

Det er hensigten, at kampagnen skal kunne engagere de aktører, som findes i de lokale områder, som foreninger, ildsjæle, virksomheder m.m. og som gør Bydelene forskellige og interessante.

For virksomhederne der engagerer sig vil slogan være: "*Bydelen støtter jer fordi I støtter os*"

Til gennemførelse af kampagnen stiller bestyrelsen sig til rådighed således, at hver Bydel har en repræsentant (*ambassadør*):

Taastrup: *Helle Hviid*

Høje-Taastrup: *Lars Spatzek*

Hedehusene: *Bjarne Kogsbøll*

Reerslev: *Laurids Christensen*

Fløng: *Henning Larsen*

Sengeløse: *Erik Jakobsen*

Claudio Pannicelli bistår og bidrager til alle Bydele

Opgaven for de respektive *lokale ambassadører* i Bydelen vil bl.a. være:

- Opbevaring og distribution af brochuren på egnede steder
- Opbevaring og opsætning af QR- koder på bygninger, læskure, stoppesteder, lygtepæle m.m. på egnede steder
- Opbevaring og levering af QR-koder til butikker og andre egnede steder
- Bistand til opdatering og vedligeholdelse af interessepunkterne
- Bistand til udpegning af lokale fællesskaber, ildsjæle, aktører og virksomheder, som skaber lokale identitet og patriotisme.
- Bistand til markedsføring af kampagnen overfor lokale virksomheder, lokale fællesskaber og lokale aktører.

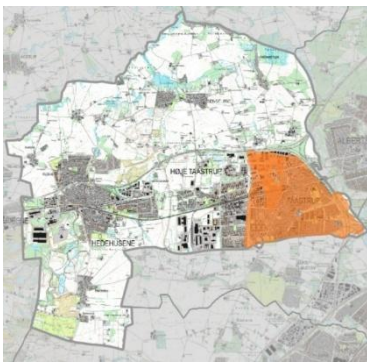
Bestyrelsens repræsentanter vil i øvrigt frem i tiden være kontaktperson i forhold, der vedrører H.T. Turistforening, og så vidt som muligt formidler i andre spørgsmål.

Det ville være ønskeligt at kommunen, på samme måde, også vil udpege et Byrådsmedlem som kontaktperson til hver Bydel.

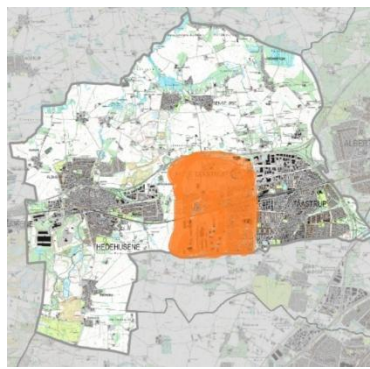
Til brug for udførelse af opgaverne henvises til vedlagte bilag.

Det ville i øvrigt være værdifuldt at udføre opgaverne i samarbejde med lokale aktører.

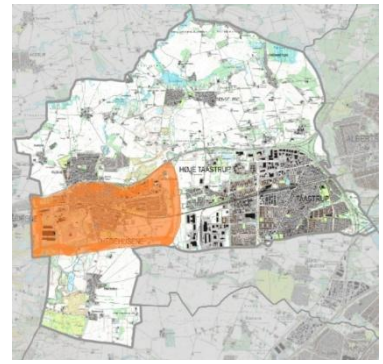
Bydelene:



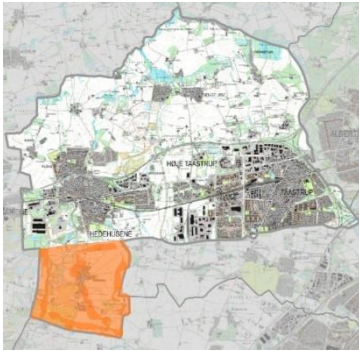
1: Taastrup



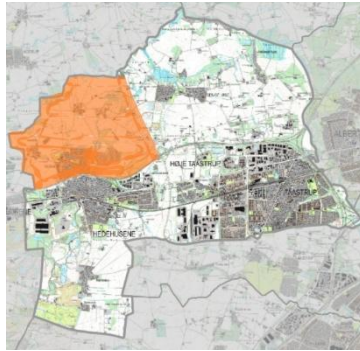
2: Høje-Taastrup



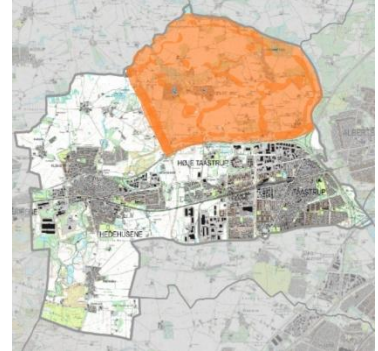
3: Hedehusene



4: Reerslev



5: Fløng



6: Sengeløse

På bestyrelsens vegne

Bjarne Kogsbøll /

Formand

Claudio Pannicelli

Sekretær

Bilag:

- 1- Hvad skaber lokal patriotisme i bydelen?
- 2- Hvem er de lokale fællesskaber og ildsjæle?
- 3- Argumenter for at engagere bydelens virksomheder