

# PLACEMAKING

TRYGHED, FÆLLESSKAB OG EJERSKAB I BYRUMMET

Kunst som drivkraft for borgerinddragende byrumseksperimenter

## INDHOLDSFORTEGNELSE

Forord	3
Indledning – Hvad er PLACEMAKING?	4
<i>Stedsans</i> i borgerinddragelse og byrumseksperimenter	6
Projektets aktører	8
Aktivitets- og tidsplan 2014-15	9
Mål	10
Succeskriterier	11
Kunstneriske strategier	12
Budget- og finansieringsplan	13
Tre mulige eksempler på PLACEMAKING (Køge, Furesø og Hillerød Kommune)	Bilag 1
Specificeret tids- og aktivitetsplan	Bilag 2

## FORORD

### PLACEMAKING og Det aktive byrum

PLACEMAKING er et led i det tværkommunale projekt *Det aktive byrum*, der har til formål at afprøve nye koncepter for byrum og finde nye veje til samspil mellem kommunen og selvorganiserede brugere. Målet for *Det aktive byrum* er at bruge de kulturelle institutioner og tilbud til at generere og indsamle viden om, hvad der kendetegner de gode, offentlige steder, så kommunerne fremadrettet kan skabe levende og attraktive byrum for alle. Allerød, Furesø, Gribskov, Halsnæs, Hillerød, Helsingør og Køge deltager i projektet, der løber i perioden 2012-2015.

*Det aktive byrum* er et projekt under KulturMetropolØresund. KulturMetropolØresund er en kulturaftale mellem 26 kommuner, Region Hovedstaden og Kulturministeriet. Målet for kultursamarbejdet er at styrke den kulturelle sammenhængskraft i regionen og markere sig stærkt som kulturmetropol i den internationale konkurrence. En metropol, hvor kulturen spiller en afgørende rolle som social, innovativ og økonomisk værdiskaber. Dette gøres gennem en række projekter, som finansieres af kommunerne selv med støtte fra Kulturministeriet og Region Hovedstaden. Læs mere om Kulturaftalen på [www.kulturmetropol.dk](http://www.kulturmetropol.dk).

### Konkretisering og invitation

Denne præsentation af PLACEMAKING skal på den ene side betragtes som en konkretisering af *Det aktive byrums* indhold i perioden 2014-15 for de kommuner, der allerede deltager. På den anden side er dette materiale en invitation til de øvrige kommuner i KulturMetropolØresund om at være med i projektet. Til eventuelt nytillkomne kommuner bør det understreges, at et tilsagn kun er bindende, hvis den angivne finansieringsplan realiseres, samt at konceptet kan justeres, hvis der ønskes tilføjelser eller mindre ændringer.

## INDLEDNING

Hvordan ser din kommunes ideale sted, byrum og kulturmiljø ud? Og hvordan ønsker borgerne, at det skal se ud? Er det muligt, at værdier som **tryghed, fællesskab og ejerskab** kan få en større plads og gennemslagskraft i byens rum fremover? Og kan midlertidige, kunstneriske og fysiske eksperimenter og begivenheder spille en betydningsbærende rolle for borgernes daglige adfærd og interaktion i byrummet? Det ønsker syv kommuner under KulturMetropolØresund at undersøge gennem samarbejdsprojektet PLACEMAKING.

### PLACEMAKING - borgerinddragende workshops og byrumseksperimenter

PLACEMAKING er et tværkommunalt eksperiment, der gennem borgerinddragelse og midlertidige kunstværker i det offentlige rum, ønsker at undersøge hvorvidt værdier som **tryghed, fællesskab og ejerskab** kan få en større plads i byens rum. PLACEMAKING handler om steder og om at skabe steder. Begrebet PLACEMAKING peger på handlingen at *skabe* et sted, mens det i omvendt ordstilling, *making place*, betyder at *gøre plads* i forståelsen af andre mennesker, holdninger etc. Projektet består af borgerinddragende workshops og kunstværker i det offentlige rum, kaldet *byrumseksperimenter*. Workshops og byrumseksperimenter udføres af billedkunstnere, designere eller arkitekter.

### PLACEMAKING – en stafet mellem 7 steder og om 7 steder

PLACEMAKING er en stafet mellem syv steder og om syv steder. Byrumseksperimenterne indvies samtidigt i de syv byer, men suppleres af aktiviteter, der som en *stafet* rejser mellem kommunerne. Stafetten opholder sig én weekend i hver by og byder på debatarrangementer, kunstnermøder, borgeraktiviteter etc. Når stafetten fortsætter til næste by gives en udfordring, et spørgsmål eller en aktivitet med videre. Målet er at byerne besøger hinanden og at stafettens aktiviteter trækker en linje mellem byerne og giver mulighed for at reflektere over, hvad der er foregået og hvad der fremadrettet er godt at gøre. Ønsker flere kommuner under KulturMetropolØresund at medvirke, vil perioden blive udvidet.

### PLACEMAKING – målgrupper

PLACEMAKING tager afsæt i målgruppen fra *Det aktive byrums* andet element, *Mobile Faciliteter*: unge piger fra 13-17 år. Ifølge undersøgelsen omkring *Mobile Faciliteter* er de værdier, som unge piger sætter højt netop tryghed, fællesskab og ejerskab. Afsættet skal forstås således, at unge piger kan være bannerførere eller ambassadører for begivenhederne, men at workshops og byrumseksperimenter under PLACEMAKING overordnet set er for alle borgere. I praksis udvælger kommunerne deres egne målgrupper (se afsnit om projektets aktører s. 8)

### **PLACEMAKING – ikke bare en udstilling**

I modsætning til de senere års projekter inden for midlertidig og borgerinddragende kunst eller arkitektur i byrummet er PLACEMAKING ikke en tematisk udstilling eller en festival. PLACEMAKING er en tværkommunal proces, der afprøver, hvad der sker, når den midlertidige kunst går hånd i hånd med det personlige engagement som drivkraft for byudvikling.

### **PLACEMAKING – merværdi**

PLACEMAKING kan bidrage til at styrke byernes kulturelle og sociale værdier og i sidste ende muligheden for at fastholde og tiltrække borgere. Gennem folkelige møder, åben dialog og midlertidige kunstværker skabt specifikt til kommunernes steder, historier, funktioner og brugere, kan PLACEMAKING være med til at igangsætte en mental byomdannelse og en anderledes forståelse af byrummene og dermed på sigt være med til at højne bylivets kvalitet. Hertil kan tilføjes Realdania Bys fem punkter for merværdi i forbindelse med midlertidige indgreb: Drivkraft for byudviklingen, branding af byerne, ejerskab, viden og indikation for fremtidige muligheder.

### **PLACEMAKING – et dogme om stedet**

De borgerinddragende workshops og byrumseksperimenterne udføres ud fra et dogme, en begrebslig ramme, hvor alle led i processen tager udgangspunkt i det lokale sted, det stedsspecifikke og det lokalt forankrede. Borgerinddragelsen og byrumseksperimenterne tager udgangspunkt i begrebet stedsans, som beskrives i næste afsnit. Processen og produktionen af byrumseksperimenterne skal, i det omfang det er muligt, realiseres ved hjælp af lokale materialer og i samarbejde med lokale aktører.

## STEDSANS

Som resultat af en mangeårig ensretning inden for byplanlægning ligner mange danske byer i dag hinanden til forveksling. Den ene bys boligområder, butikcentre, butikker og gågader adskiller sig ikke markant fra den anden bys. Byernes historiske, topografiske og stemningsmæssige forskelligheder er blevet udjævnet. Byernes steder synes at få mere identitet ud fra den funktion de har end ud fra stedets lokale og specifikke områder. Direktør i Dansk Bygningsarv, Thomas Martinsen, betegner disse steder som *ikke-steder*, i og med at de skaber en følelse af rastløshed og af at føle sig hjemme alle steder og ingen steder på samme tid. Han opfordrer kommuner, regioner og staten til at cementere stedets lokale betydning og lade det indgå som koncept i byplanlægningen. Frem for at tænke globalt skal ligningen vendes om og der skal findes frem til, hvad det er, det lokale sted kan og hvad der er unikt og særegent.

PLACEMAKING ønsker i fællesskab med borgere og kunstnere at eksperimentere med at skabe byrum, hvor **tryghed, fællesskab og ejerskab** ikke bare er ord, men noget der kan mærkes. Set i lyset af de senere års forskning i bedre byrum og den højaktuelle brug af midlertidig kunst og arkitektur som drivkraft for byomdannelsesprocesser, vil PLACEMAKING tage udfordringen op fra Dansk Bygningsarv i håbet om at skabe bedre bysteder, der er befordrende for tryghed, fællesskab og ejerskab.

### Stedsans i borgerinddragelse og byrumseksperimenter

Dansk Bygningsarv lancerede i 2012 begrebet *stedsans* og bloggen af samme navn. *stedsans* er en ny stedsteori og en ny måde at gå til stedet på, som følger i kølvandet på den voksende interesse for at finde alternative og mere optimale måder at byudvikle og bygge på. Som metode forsøger *stedsans* at nå ud over det funktionelle og rationelle syn på det fysiske rum for at fange stedets mere sociale, immaterielle og fortællende kvaliteter. *stedsans* plæderer for, at vi skal mærke, hvad stederne gør ved os, før vi gør noget ved dem. Det er altså væsentligt at forholde sig til stedets kvaliteter for at være i stand til at skabe gode og vedkommende byrum.

Udgangspunktet for PLACEMAKINGs borgerinddragende workshops og byrumseksperimenter er denne bevidsthed om, at steder taler til os gennem vores sanser, og at steder gør noget ved mennesker, akkurat som mennesker gør noget ved steder. Gennem de borgerinddragende workshops vil PLACEMAKING forsøge at kortlægge udvalgte fysiske rum i kommunerne. Formålet er, med billedkunstnere og arkitekter som primus motorer, at få folks egne fortællinger om stedet i spil gennem det sanselige og personlige møde, gennem etnografiske byvandring og forskellige former for demokratiprocesser.

Alle steder, alle byrum er forskellige. Nogle byrum er viklet ind i store nationale fortællinger som fx Kronborg Slot. Andre byrum vidner om byens historie, erhverv og industri, som fx havne- og industriområder. Andre byrum har landskabelig karakter og andre igen er farvet af skala og proportioner. Endelig er der de byrum, der er båret af personlige fortællinger, som fx barndommens skole, bænken hvor man fik sit første kys etc. Men alle rum har en atmosfære, som er den, der er væsentlig at indfange, *før* vi gør noget ved stedet.

*stedsans* er også interessant i forhold til de midlertidige byrumseksperimenter, da begrebet betegner steder som *netværk af fysiske, sociale og immaterielle forbindelser*. Begrebet sætter således en tværfaglig tilgang til steder i spil og en anerkendelse af, at steder er dynamiske og i evig udvikling og forhandling med de mennesker, der bruger det. Et sted er ikke en fast størrelse eller en fysisk handling. Tidsaspektet og processen er væsentlig. Steder er processer, og som sådan kan de midlertidige indgreb være med til at sætte fokus på en mental omdannelse hos borgerne i forhold til, hvad stedet kan, og hvad der fremover er godt at gøre.

Formålet med at tage udgangspunkt i begrebet *stedsans* er for det første at understrege det personlige fokus i byomdannelsen, og for det andet at netværksudvikle og få borgerne til at tænke i steder. I sidste ende kan denne bevidsthed om, hvilke kvaliteter byernes steder har, være med til at **styrke den lokale og regionale identitet igennem en øget bevidsthed om forskelle og ligheder byerne imellem.**

## PROJEKTETS AKTØRER

### Kommunerne

Udvikling og gennemførelse af PLACEMAKING, herunder valg af sted/byrum, invitation af kunstner og målgruppe, planlægning af stafetaktiviteter m.v.

### Kunstnerne

Kunstnerne definerer og afvikler de borgerinddragende workshops og er ansvarlige for produktion af de fysiske byrumseksperimenter, evt. med lokal hjælp fra borgere, samarbejdspartnere etc.

### Projektleder

Overordnet projektledelse og sparring på lokale projekter. Herudover ansvar for markedsføring, kommunikation, sociale medier m.v.

### KØS Museum for kunst i det offentlige rum

KØS fungerer som kunstfaglig sparringspartner i forbindelse med kommunernes udvælgelse af og samarbejde med kunstnerne. KØS har udarbejdet nærværende koncept i samarbejde med arbejdsgruppen under *Det aktive byrum*.

### Mulige samarbejdspartnere

Dansk Bygningsarv kunne fungere som en oplagt samarbejdspartner på PLACEMAKING, fx i form af et kick-off oplæg for de involverede kommuner i forhold *stedsans*. De kunne ligeledes fungere som oplægsholdere under aktivitetsstafetten. PLACEMAKING kunne til gengæld lanceres på deres blog og projektet kunne introduceres på deres fyraftensarrangementer i Bygningskulturens Hus. [www.bygningsarv.dk](http://www.bygningsarv.dk)

Institut for Art and Technology, Aalborg Universitet - [www.art.aau.dk/](http://www.art.aau.dk/)

Dansk Byplanlægningslaboratorium - [www.byplanlab.dk/](http://www.byplanlab.dk/)



## AKTIVITETS- OG TIDSPLAN 2014-15

- Kick-off oplæg/etnografisk byvandring om stedsans v/ Dansk Bygningsarv for involverede kommuner inden valg af byrum
- Kommunerne (evt. i samarbejde med borgere) udvælger stederne/byrummene
- Kommunerne (evt. i samarbejde med KØS) inviterer kunstnerne
- Stederne markeres fra begyndelsen og gennem hele processen i form af synlig skiltning = identitet
- Web-blog / Facebook / Twitter om stederne med muligheder for kommentarer, upload af billeder etc. fra borgere på tværs af kommunerne. Henvisning til de sociale medier på kommunerne hjemmesider. Se ex. Twitterprofil om placemaking: <https://twitter.com/search?q=%23placemaking>
- Borgerinddragende workshops. Kunstnerne faciliterer borgerinddragende workshops på baggrund af begrebet stedsans, hvor de udvalgte byrums stedskvaliteter indfanges og danner baggrund for den senere udførelse af byrumseksperimenterne. Det står kunstnerne frit for, hvordan workshoppen organiseres og gennemføres
- Procesfilm om projektet PLACEMAKING. Filmen fungerer samtidig som dokumentation og kan vises på kommunernes websites, lokal TV etc.
- Produktion af de fysiske byrumseksperimenter. På baggrund af de interne samtaler under workshopsne produceres en række stedsspecifikke værker i samarbejde med lokale aktører og samarbejdspartnere (lokale foreninger, virksomheder etc.) og i det omfang det er muligt af lokale materialer, dvs. det er ikke bindende for kommunerne
- Lancering / Periode. Borgerinddragelsesprocessen går forud for byrumseksperimenterne. Når resultatet af borgerinddragelsen foreligger produceres de syv værker med den sideløbende stafet over syv weekender.
- Evaluering og perspektivering. Opsamling og evaluering som tekst og film. Evt. antologi om eksperimenter med midlertidige projekter i Det aktive byrum

(Specificeret tids- og aktivitetsplan plan i bilag 2)

## MÅL

PLACEMAKINGs overordnede mål er at benytte kunsten som redskab til at få sat fokus på, hvordan værdier som tryghed, fællesskab og ejerskab kan få større gennemslagskraft i byrummet, og i sidste ende hvordan og om kunsten kan være medvirkende til at byen bliver et bedre sted at opholde sig, leve og bo. De demokratiske borgerprocesser og realiseringen af de konkrete værker er to forskellige forløb med to forskellige mål og succeskriterier. Den indledende borgerinddragelse er primært med henblik på en god proces/samtale lokalt, hvor produktionen af de fysiske byrumseksperimenter har formål som synlighed og at tiltrække folk udefra. Nedenfor samles begge projekters mål og succeskriterier under ét.

Det overordnede mål for PLACEMAKING realiseres ved at følgende punkter opfyldes:

- At projektet igangsættes, realiseres og evalueres i samarbejde med kommunernes planafdelinger
- At afprøve og udfordre konkrete byrums eksisterende faciliteter og funktionaliteter gennem forskellige typer af byrumseksperimenter, dvs. kunstneriske strategier (se Kunstneriske strategier s. 13). De midlertidige eksperimenter er fysiske indgreb i sammenhæng med sociale projekter, happenings eller projekter, der udfolder sig over længere tid og ændrer form
- At de midlertidige byrumseksperimenter udføres af professionelle kunstnere, arkitekter el. lign. De inviterede kunstnere skal arbejde socialt og procesorienteret og fungere som ressourcer, facilitatorer, samarbejdspartnere snarere end som eksperter
- At byrumseksperimenterne udvikles gennem borgerinddragelse, dvs. gennem demokratiske processer og personlige engagementer med borgere og andre lokale aktører.
- Workshops og byrumseksperimenter skal tage udgangspunkt i stedets fysiske, historiske og immaterielle kvaliteter (stedsans), det stedsspecifikke og lokalt forankrede
- Byrumseksperimenterne skal både før, under og efter realiseringen tilstræbe performative og relationelle kvaliteter, således at de insisterer på aktivitet, interaktion og refleksion hos publikum.
- For yderligere at sikre den lokale forankring skal byrumseksperimenternes fysiske form, i det omfang det er muligt, realiseres af materialer fra byen eller benytte eksisterende bygninger, butikker etc. Med tidens krav om bæredygtighed er der skabt et behov for at se på genanvendelsesmuligheder af allerede eksisterende lokalt byggeri. Heri ligger der en unik mulighed for at genskabe stedernes karakteristiske særpræg.

## SUCCESKRITERIER

- PLACEMAKING skal generere viden om, hvad byen kan bruges til og hvad byrummets muligheder er
- De borgerinddragende workshops og byrumseksperimenterne skal være synlige og mærkbare for borgere og give borgerne ny viden om deres by
- PLACEMAKING skal samle regionen og styrke den regionale bevidsthed, samt styrke bevidstheden om forskelle og ligheder kommunerne imellem
- PLACEMAKING skal omtales eksternt så vidt som muligt, både i trykte og levende medier.

## KUNSTNERISKE STRATEGIER

Målet med PLACEMAKING er at afprøve og udfordre konkrete byrums eksisterende faciliteter og funktionaliteter gennem forskellige typer af byrumseksperimenter, dvs. kunstneriske strategier. Der findes en lang række forskellige strategier for kunstnere og arkitekters arbejde med byrum, men tre overordnede strategier gør sig gældende: den stedsspecifikke kunst, interventionskunsten og den social- og procesorienterede kunst. Herunder kan de midlertidige eksperimenter både bestå af fysiske indgreb, sociale projekter, happenings/performances eller projekter, der udfolder sig over længere tid og ændrer form.

### Stedsspecifik kunst

Stedsspecifik kunst henviser bredt til kunst, som er skabt til et særligt sted og hvor der er en tæt relation til stedets historie, funktioner og brugere. Ofte vil kunstnere, der arbejder stedsspecifikt inddrage overvejelser omkring stedets brug, historie og symbolik i planlægningen og udførelsen af værket. Den stedsspecifikke kunst er hovedoverskriften for den kunstneriske strategi, der vil blive anvendt under PLACEMAKING, da alle værkerne tager udgangspunkt i de specifikke byrum og steder.

### Interventionskunst

Interventionskunsten intervenserer med samfundets strukturer. Det kan være gennem politisk prægede aktioner eller gennem kunstprojekter, som udmønter sig i socialt arbejde. Intervenerende kunst forholder sig ofte direkte til andre mennesker, der mere eller mindre bevidst bliver en del af kunstværket.

### Social- og procesorienteret kunst

Den social- og procesorienterede kunst er inden for de senere år blevet højaktuel i forbindelse med byomdannelsesprojekter. Denne strategi er en kunstnerisk pendant til den borgerdrevne udvikling. På kunstens præmisser etableres her mødesteder og dialoger og dermed inddrages borgere og andre interessenter. Denne type kunst kræver ofte et længerevarende engagement fra kunstnerens side og for organisationen bag kunstneren pga. kunstnerens længerevarende ophold i lokalområdet.

Under disse tre kategorier kan kunstnerne sætte fokus på politik, æstetik, socialitet, arkitektur, bæredygtighed, Urban Gardening, genanvendelse, industri-kultur etc.

### Inspiration til valg af kunstnere

A KASSEN, AND AND AND (med Jakob Jakobsen), ArtMobile (S), AVPD, Kenneth Balfelt, Kunstakademiets Arkitektskoler og Billedkunstskoler, Camilla Berner, Biotopos Arkitekter, Bureau Detours, Mary Coble (US), Field Work (Nis Rømer og Lise Skou), Bonnie Fortune (US), Anja Franke, Gaden Finder Vej, Gitte Juul Arkitekter, Givrum.nu, JAC Studios, Marianne Jørgensen, Konvoj, Kultivator (S), Henrik Menné, MODTAR projects, Mustarinda (FI), N55, Nils Norman, Berit Nørgaard, Open Air Neighborhood, Parfyme (DK/US), Peberholmen, Raumlaborberlin (D), Rebar (US), Hartmut Stockter, Sung Dong (CHN), The New Beauty Council (SE), Ultragrøn m.fl.

## BUDGET- OG FINANSIERINGSPLAN

### Borgerinddragende workshops og byrumseksperimenter

7 x workshops og 7 x kunstneriske produktioner inkl. honorar, materialer, forsikring, transport mv. (7 x 150.000)	1.050.000
7 x kommunale tovholdere (valg af sted, invitation af kunstnere og målgruppe, kommunikation, praktisk hjælp etc.)	210.000
7 x foredrag/debatarrangementer/workshops (en stafet af relevante og stedsspecifikke aktiviteter, der flytter rundt mellem byerne i 7 x 1 weekend)	190.000

### Markedsføring

Identitet/Markering af stedet (gul plet, rød bold, grøn stafetpind el. lign)	50.000
Filmproduktioner (en appetizer til markedsføring)	15.000
Annoncering	100.000
Invitation/Flyer (layout, tryk, forsendelse) og plakat (produktion, opsætning, forsendelse)	80.000

### Projektledelse

Tovholder (kommunikation, sociale medier etc.)	175.000
Overhead (telefon, forplejning etc.)	40.000

### Evaluering

Skriftligt materiale og evaluerende film	50.000
I alt	1.960.000

### Finansieringsplan

Kommunernes basisfinansiering (235.000 pr. år x 2)	470.000
KUM	470.000
Kommunerne in kind	470.000
Yderligere finansiering	550.000
I alt	1.960.000

# BILAG 1

## Tre mulige eksempler på PLACEMAKING

Køge Kommune  
Furesø Kommune  
Hillerød Kommune

# PLACEMAKING

Kommune

**Køge**

Lokation

**Lovparken**

Tid

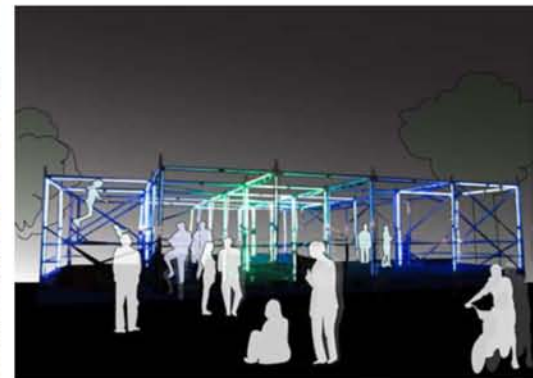
**Juni 2015**

Kunstner

**Kenneth Balfelt**

Målgruppe

**Unge  
brugere af  
Lovparken**



## **Kunstner: Kenneth Balfelt**

Kenneth Balfelt er en kunstner der har stærke erfaringer med at inddrage borgerne i sine projekter. Alle hans projekter foregår i tæt dialog med målgruppen. Kenneth Balfelt bor selv i Køge Kommune og har tidligere lavet kunstprojekter for kommunen. Sidst i 2007-08 for Køge Kyst. Kenneth bevæger sig i grænselandet mellem kunst og byudvikling.

## **En 7x7 stafet**

Køge overdrager et element, et materiale eller en værdi til den næste kommune, som skal inddrage Køges stafet i deres placemaking proces.

## **Lokation: Lovparkens nordlige hjørne**

Arealet vest for legepladsen. Arealet er beliggende et sted hvor unge og teenage-re ofte færdes. Arealet ligger synligt og let tilgængeligt. Lovparken er både lokalområdets park og hele byens park – nye installationer kan bygge videre på denne identitet. Arealet er afgrænset både visuelt og fysisk, hvilket gør at stedet opleves trygt (i dagtimerne). God mulighed for at placere flere installationer i sammenhæng, evt. i forbindelse med udstilling.

**Udfordringer:** Placeringen ved den eksisterende legeplads gør, at der færdes flere mindre børn, som vil finde en ny installation interessant. Har installationen karakter af legeredskab vil der være stor fokus på sikkerhed. Er det tydeligvis et kunstprojekt er kravene ofte lempeligere.

## **Mål: Det gode sted**

Gennem det kunstneriske indgreb skabes tryghed, fællesskab og ejerskab i Lovparken. Kunsten bliver medskaber til hvordan byen bliver et bedre sted at opholde sig, leve og bo – ikke mindst for brugerne af Lovparken.

Det kunstneriske indgreb skal både før, under og efter realiseringen tilstræbe performative og relationelle kvaliteter, således at de insisterer på aktivitet, interaktion og refleksion hos publikum.

# PLACEMAKING

## Kunstnere: Diverse

Furesø Kommune har flere gange haft et samarbejde med elever fra Charlottenborg om midlertidige udstillingsprojekter som led i Billedhugger-skolens undervisning. Begge parter kender derfor hinanden og har blik for, hvordan man kan samarbejde til gensidigt udbytte.



## Lokation: Byparken

Byparken forbinder S-tog og bytorv, og alle slags borgere passerer gennem byparken på vej hjem, på vej til skole eller arbejde – eller på vej til indkøb eller til kulturhus. Der passerer flere hundrede mennesker gennem byparken dagligt – flest i myldretiden, men også tidligt om morgenen og ud på aftenen.

**Udfordring:** Byparken er sædvanligvis tryk at færdes i, men der kan ske hærværk. Derfor skal de unge kunstnere overveje denne risiko – eller mulighed. De kan tage hærværksrisikoen ind som et aspekt af værket eller vælge indgreb, der er svære at hærværke, eller indgreb, hvor et eventuelt hærværk ikke er en katastrofe.



## Mål: Øjnene op i hverdagen

Et af Furesø Kommunes indsatsområder i sin Fritidspolitik 2013-2015 er Det Aktive Byrum. Som borger skal det være muligt at opleve f.eks. kultur 'lige uden for hoveddøren'. Som regel haster borgerne til og fra S-toget og bymidten gennem den i øvrigt meget smukke bypark – ofte langt væk i egne tanker. Pludselig møder de måske en bæk, der tilsyneladende er en bæk, men umulig at sidde på. Er det en bæk? De løber lige i favnen på en 3 meter høj, skriggrøn papmachéfigur. De ser fine porcelænsansigter under træerne, som er ved at smuldre ned i træernes rødder. Måske standser de op og kommenterer indgrebene til andre forbigående. Måske får de lyst til selv at bidrage til indgrebene eller ændre på nogen af dem. På det nærliggende bibliotek eller hjemmefra eller på smartphonen kan de arbejde videre med den inspiration, som indgrebene måske har givet. Enten i ord eller billeder eller deres eget indgreb i byparken.

## En 7x7 stafet

Furesø overdrager et element, et materiale eller en værdi til den næste kommune, som skal inddrage stafetten i deres placemakingproces.

Kommune  
Furesø

Sted  
Byparken

Tid  
Maj 2015

Kunstner  
Elever fra  
Billedhugger-  
skolen  
Chralotten-  
borg  
Det kgl.  
Danske  
Kunstaka-  
demi

Målgruppe  
Alle borgere  
- Alle borgere der passerer gennem byparken



# PLACEMAKING

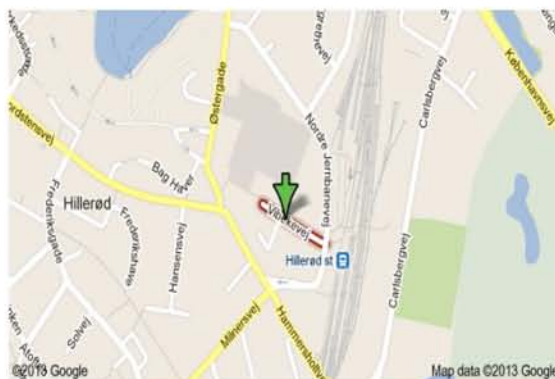


## Kunstner: Bureau Detours

Bureau Detours er en kreativ organisation med stor interesse i det sociale miljø i det offentlige rum. De opererer på forskellige platforme i en kombination af kunst, design, arkitektur og byplanlægning. Deres hovedformål er at inspirere unge og gamle til at skabe relationer på tværs af generationerne samt at få dem til at skabe ejerskab og tilhørsforhold til deres by og nærområde. Et blandet miks af discipliner såsom designere, håndværkere, arkitekter og visuelle kunstnere arbejder sammen om at løse fremtidige udfordringer.

## En 7x7 stafet

Hillerød overdrager et element, et materiale eller en værdi til den næste kommune, som skal inddrage Køges stafet i deres placemaking proces.



## Location: Vibekevej

Vejen går fra Hillerød station og ned mod Hillerød Centrum. Den bliver således også brugt af de unge piger, når de skal fra stationen og ned i byen i det sene aftenstimer.

**Udfordringer:** Vibekevej er en lille hyggelig vej om dagen mens der er udfordringer i forhold til belysning og tryghadsskabelse, når mørket falder på.



## Mål: Det trygge sted

Gennem det kunstneriske indgreb skabes tryghed, fællesskab og ejerskab langs Vibekevej. Kunsten bliver medskabere til hvordan byen bliver et bedre sted at færdes i så vi skaber mobilitet og trygge rammer.

Det kunstneriske indgreb skal både før, under og efter realiseringen tilstræbe performative og relationelle kvaliteter, således at de insisterer på aktivitet, interaktion og refleksion hos publikum.

Kommune  
**Hillerød  
Kommune**

Sted  
**Vibekevej**

Tid  
**Juni 2015**

Kunstner  
**Bureau  
Detours**

Målgruppe  
**Piger i  
alderen 13+**

## BILAG 2

Specificeret tids- og aktivitetsplan

## TIDSPLAN

OPGAVE	ANSVARLIG
<b>oktober 2013 – februar 2014</b>	
Indgåelse af økonomiske og strategiske samarbejder	Projektleder
<b>marts – april 2014</b>	
Sted og målgruppe fastlægges, evt. kick-off oplæg om <i>stedsans</i> v/ Dansk Bygningsarv	Kommunerne (evt. i samarbejde med Dansk Bygningsarv)
<b>maj – juni 2014</b>	
Invitation af kunstnerne	Kommunerne (evt. i samarbejde med KØS)
<b>juni – november 2014</b>	
Kunstnernes forberedelse til workshop, evt. ansøgning om produktionsstøtte (Kulturstyre	Kunstnerne evt. i dialog med kommuner og KØS
Forberedelse af identitet, kontakt til grafiker	Projektleder
Kontakt til filmproducent	Projektleder
Begyndende forberedelse på stafetaktiviteter	Projektleder og kommunerne
<b>december 2014 – januar 2015</b>	
Invitation af borgere til workshop	Kunstnerne i samarbejde med kommunerne
Identitet klar	Projektleder og grafiker
Fortsat forberedelse af stafetaktiviteter	Projektleder og kommunerne
<b>februar – april 2015</b>	
Workshops med målgrupperne afholdes (februar)	Kunstnerne
Første markering af stederne (identitet, synlighed)	Projektleder
Web-blog, Facebook, Twitter etc.	Projektleder
Produktion af film (appetizer)	Filmproducent i korrespondance med projektleder
Produktion af byrumseksperimenterne (marts – april)	Kunstnerne (evt. i samarbejde med lokale)
<b>maj – juli 2015 (7 ugers visning og stafet)</b>	
Byrumseksperimenterne indvies	Kunstnerne
Stafetten begynder den første weekend i forbindelse med indvielsen	Kommunerne
Filmproduktion (evaluerende)	Filmproducent i korrespondance med projektleder
<b>september – november 2015</b>	
Opsamling og evaluering (film og tekst)	Kommunerne, projektleder og filmproducent (evt. ekstern evaluatør)