

Bilag 2:

Resultat af borgerdialogforløb

Projektets navn:	Strøggader
Udbytte af borgerdialogforløbet: (Hvilken viden er borgerne kommet med? Er der meningsforskelle – angiv hovedsynspunkterne og baggrunden for dem. Deltog alle hovedinteressenter i forløbet? Hvem manglede evt.?)	Borgerne har bidraget med uvurderligt lokalkendskab til projektet - om gadens historie, hvordan den bruges, konkrete problemer, samt ønsker til forbedringer. Følgegruppen var sammensat af repræsentanter for Amagers 2 lokaludvalg. Der har desuden været et meget bredt og opsøgende arbejde, som har gjort at også grupper af borgere, der ikke er organiserede, er blevet hørt. Der har været meningsforskelle på alle niveauer. Ikke mindst i forhold til parkering og trafik - skal den dæmpes eller ej. Et vigtigt mål har derfor været at skabe et lokalt ejerskab til projektet, og finde frem til en løsning som hele følgegruppen kunne stå bag. Dette er lykkedes.
Hvordan er borgenes viden/idéer omsat i projektet/beslutningsgrundlaget?	Borgernes viden og idéer er brugt som grundlag og inspiration for de fagpersoner, der har arbejdet med projektet. Desuden har projektet sigtet mod at give borgerne indflydelse, indenfor de mulige rammer. Følgegruppen været med til at træffe helt konkrete beslutninger vedrørende delelementer. Det har været vigtigt at gøre klart fra starten, hvad der har ligget udenfor deres indflydelse.
Hvad viser evalueringen om interessenterne tilfredshed med dialogforløbet?	Projektet afsluttedes inden, der fandtes generelle retningslinier for borgerdialog, herunder evaluering af denne. Dialogen har derfor ikke været evalueret. Medlemmerne af projektets følgegruppe har dog ved flere lejligheder udtrykt stor tilfredshed med forløbet.

Kort beskrivelse af dialogforløbet (formål og form, deltagere, antal)

Dette projekt har benyttet fire forskellige metoder, heraf 3 mere utraditionelle, opsøgende. Disse 3 fandt sted på gadeplan i projektets første fase. Den mere traditionelle proces med borgermøder og workshops blev først sat i gang samtidigt med opstarten af den anden fase – selve projektudviklingen. Således havde vi allerede til det første borgermøde et billede af hvilke holdninger, vi ville møde og hvorfor, hvilket vi holdt de mere 'professionelle' borgeres udsagn op imod.

BEING AMAGERBROGADE

Målet med dette var at få et kvalitativt, subjektivt billede af hvad Amager er, "et følelsesmæssigt billede". At komme ind under huden på stedet, og fornemme atmosfæren. Amagers ånd, som gør Amagerbrogade til noget andet end Nørrebrogade eller Valby Langgade.

STOPINTERVIEWS

I forbindelse med detailhandelsanalysen gennemførtes 1200 stopinterviews på Amagerbrogade. Der blev gennemført stopinterviews i løbet af en uge i oktober 2007, på tre forskellige poster på Amagerbrogade. Hver person blev bedt om at svare på 12 spørgsmål, der udover at handle direkte om indkøbsvaner også indbefattede placering af bopæl, alder og transportmiddel til det givne sted.

GADEN ER DIN

For at afprøve potentialet i en opsøgende borgerinddragelse på gadeplan, i selve gaderummet, indledtes et samarbejde med en gruppe Performance design-studerede fra RUC. Støttet og rådgivet af kommunens fagfolk gennemførte de - fra marts til juni 2008 - fjorten interventioner, som konfronterede folk på gadeplan i deres eget lokalområde. Interventionerne forsøgte også visuelt og funktionelt at illustrere, hvordan gaden kan anvendes på andre måder end i dag.

BORGERMØDER

Fra juni til december 2008 afholdtes et forløb med både offentlige borgermøder og workshops, samt en række workshops og møder med inviterede interessenter. Ligeledes nedsatte Amagers to lokaludvalg en fælles følgegruppe.