



AALBORG UNIVERSITY
DENMARK

Aalborg Universitet

Kultur- og oplevelsesbaseret byudvikling

Andersson, Lasse

Published in:
Planering i Malmö

Publication date:
2007

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):
Andersson, L. (2007). Kultur- og oplevelsesbaseret byudvikling: bazaren som eksempel. Planering i Malmö, 2007(1), 14-16.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- ? Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- ? You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- ? You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

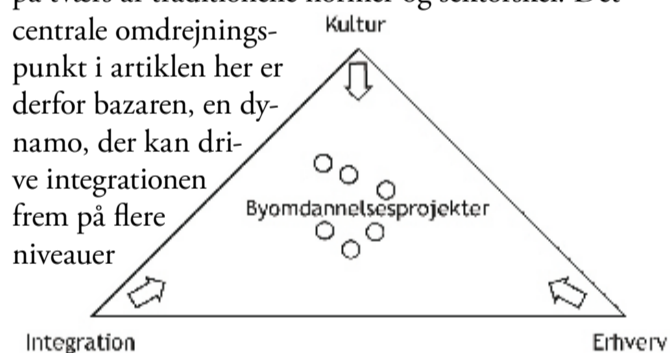
Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Kultur- og oplevelsesbaseret byudvikling – bazaren som eksempel

Artiklen udfolder med afsæt i bazar-konceptet en tilgang til byudvikling, der peger mod nye landskaber og mødepladser i en fremtidig oplevelsesby. En by, der har potentiale, hvis den formår at stå på skuldrene af den velfærdsby, vi kender. Hvis koblingen mellem velfærdsby og oplevelsesby gennemføres, er det muligt at arbejde med integration på en række niveauer; integration mellem lokalbefolkning og tilflyttere, mellem kultur- og erhvervs- liv og mellem det offentlige og det private.

I den transformation, som de nordiske byer oplever i øjeblikket, peger mange på bevægelsen fra industriby til vidensby som det centrale skift. Men transformationen kan tillige beskrives som bevægelsen fra veldefineret velfærdsby til netværksbaseret oplevelsesby. Transformationen foregår i et nyt felt, hvor private aktører kan vise sig at bidrage med centrale kompetencer på velkendte velfærdsområder såsom de sociale og kulturelle. Skiftet fra politik og planlægning i velfærdsbyen til bypolitik og kulturel byudvikling i en fremtidig oplevelsesby stiller krav til såvel offentlige som private virksomheder, når nye territorier skal indtages og udvikles på tværs af traditionelle normer og sektorskel. Det centrale omdrejningspunkt i artiklen her er derfor bazaren, en dynamo, der kan drive integrationen frem på flere niveauer



BYOMDANNELSESPROCESSEN OG PROJEKTER SOM BAZAREN BLIVER UDGANGSPUNKT FOR AT ARBEJDE MED INTEGRATION PÅ FLE-RE NIVEAUER. AT BEVÆGE SIG FRA TREKANTENS HJØRNER OG LI-NIER MOD EN FÆLLES BRUG AF AREALET KUNNE MAN SIGE.

Udgangspunktet for fortællingen om byudviklingsprocessen, er forvandlingen af en gammel radiatorfabrik til en multikulturel handelsplads i et almennyttigt boligkvarter i Århus (DK) – det handler om Bazar Vest. Fortællingen bringes videre til Bazar2-projektet og den nye Bazar Fyn midt i Odense. Begge bazarer er ejet og udviklet af samme private byggeselskab, og begge har eller vil få betydning for integrationen og byudviklingen i henholdsvis Århus og Odense. Overlejringen mellem den private developers interesser og de offentlige interesser giver mulighed for at arbejde med social og kulturel dynamik såvel som med økonomisk udvikling i samme projekt, hvilket er centralt, når byen i kultur- og oplevelsesøkonomien udvikles. Disse forhold er ofte blevet overset, og i eksemplet fra Odense skyldes tilstedeværelsen af etniske minoriteter på ny grund midt i byen i høj grad den private developers insistens på, at disse menneskers historier og kompetencer har et økonomisk potentiale. Et potentiale som nu også er tydeligt i forlængelse af offentlige integrationsindsatser, erhvervsplaner og kulturstrategier.

Bazar Vest – en forhistorie med nye fortællinger

Her er hverken arkitektens velovervejede æstetiske greb eller tanke på detaljen, her er ikke developerens mainstream tankegang med sikre kvadratmeter til pengestærke lejere og ej heller planlæggerens faste hånd. Her dufter anderledes, lidt af Middelhavet, de smalle gader i Istanbul, handelspladserne i Damaskus og Beirut's markeder. Men vi er langt mod nord, Orients mystik er her en spejling, duften af tyrkisk brød og frisk koriander strømmer ud fra en nedlagt radiatorfabrik i det almennyttige boligområde Gellerup i Århus (DK). I en gammel omdannet fabriksbygning skaber mange af områdets indvandrerfamilier i dag et godt udkomme for deres tilværelse i Danmark. Det private Byggeselskab Olav de Linde har fundet en spændende niche, hvor der imod alle odds har vist sig at være et stort potentiale såvel økonomisk som kulturelt og socialt. Vi er i Bazar Vest.



Det spørgsmål, man kan stille til Bazar Vest og bazar-konceptet generelt, er:

Hvad sker der, når developerens private økonomi samt fortællingerne og handlen fra Istanbul, Damaskus og Beirut flytter ind i en nordisk kontekst med socialt boligbyggeri?

Svaret er: Bazaren bliver en dynamo i bydelen, og der opstår en begyndende mobilitet såvel fysisk, økonomisk og kulturelt, og den iboende iværksætterånd hos mange af beboerne får et tiltrængt medium. I Århus har bazaren eksisteret i

11 år, og den har bevæget sig fra at være en lokal attraktion i Gellerup til at være et nyt oplevelsesrum, som tiltrækker folk fra hele by-regionen Århus. Det er netop her, bazar-konceptet bidrager med noget nyt til diskussionen af de udsatte boligområder i Danmark. Bazaren bibringer noget af den dynamik og mobilitet, som de offentlige programmer aldrig er lykkedes med. Den tiltrækker dele af den middelklasse, som de danske kvarterløft-projekter aldrig er lykkedes at få inddraget som en aktiv resurse. Årsagen er simpel: bazaren taler netop til middelklassens stigende ønske om fortællinger og oplevelser og det vel og mærke ud fra et hverdagslivs perspektiv.

Det betyder ikke, at middelklassen flytter ind i 'ghettoen', og det løser ikke de sociale problemer, men middelklassen 'shopper' mere end nogensinde før, og de ønsker oplevelser. Og i bazaren får de begge dele i et nyt 'Shoppertainment'-koncept. De bidrager altså hermed til ny mobilitet i byen. Dette er både styrken og svagheden ved bazaren: Dens tiltrækningskraft på et nyt købestærkt publikum, men også den risiko, at det blot bliver endnu en 'temapark' i den spirende oplevelsesøkonomi, der tales så meget om i dag.

Bazaren i Århus er i dag både integrationsmaskine og temapark. Den skaber jobs, sparer sociale udgifter, bibringer social udveksling og er begyndende kulturformidler. Men den er også til en vis grad temaparken, hvor dem 'udefra' kommer og ser på det, der 'udstilles'.

Men det, man specielt skal hæfte sig ved, er, at den er et af de eneste private initiativer i et område domineret af offentlige planer og projekter. Og den genererer en økonomi, hvilket er et særsyn på disse kanter. Det kan og skal udnyttes på nye neutrale arenaer i byen, hvor nye scener og markedspladser kan opstå. Her er det interessant og se på begrebet 'urban songlines', som det fremstilles af Gitte Marling samt i den fine 'Mötas i byen' fra Malmös eget Stadsbyggnadskontor, for at få en forståelse af, hvorledes vi bruger og sammensætter vores by individuelt i dag.

Fakta boks – Bazar Vest

Bazar Vest ligger i Gellerup i den vestlige del af Århus. Den har eksisteret siden 1996. Der er i dag investeret mere end 80 mio. kroner i Bazaren. Bazaren er udvidet i 2005, og en ny udvidelse med mere værkstedsprægede aktiviteter er planlagt og vil bringe de samlede investeringer op på over 100 mio. Mere end 200 familier er ifølge Bazar-leder Jørgen Skov forsørget via de ca. 60 butikker i bazaren. Den tiltrækker mere end 20.000 besøgende ugentligt, og 90 procent af omsætningen kommer fra de 7000 besøgende fra øvrige Århus samt fra turister, som hovedsageligt kommer fredag, lørdag og søndag. Bazaren er i dag det centrale omdrejningspunkt for meget af det sociale liv i bydelen, og det at have en studeplads i bazaren er behæftet med stor anseelse, og det forplanter sig i de vidt forgrenede familienetværk. Det er dog vigtigt at have for øje, at der stadig er tale om parallelle verdner i den forstand at samhørigheden imellem de mange etniske grupperinger i bazaren ikke er ensbetydende med at denne samhørighed bæres med videre uden for bazaren.

Overlejringer af landskaberne i Oplevelsesbyen

'An attentive observer will notice that the new planning briefs for public space all too often remain trapped within the various landscapes. Seldom does the design for the new public space focus on the interfaces or intersections of the various landscapes. Where is the confrontation between the economic landscape and the multicultural city formulated as a design brief?' (Hajer and Reijndorp 2001:81)

Citatet fra bogen *New Public Domains* er centralt i arbejdet med vores byer. Velfærdsbyen, som vi kender den med kulturbaserede og socialt orienterede projekter båret af en ren offentlig økonomi, er under pres. Det er derfor vigtigt, at vi tager citatet seriøst og udfordrer de grænser, som findes mellem offentlig og privat, mellem kultur og erhverv og ikke mindst mellem sektorerne i vores forvaltninger!

Hvad sker der, hvis man begynder at tænke bazaren ind i nye rammer? I Århus ligger bazaren i en forstad domineret af almenyttigt socialt boligbyggeri. Bazaren skaber ny mobilitet ved, at handlende kommer til området. Derimod flytter det ikke så meget ved de lokale beboeres mobilitet. Det er derfor interessant at tænke bazaren som en satellit, der lokaliseres uden for de områder, vi i mange år har problematiseret. Der er brug for nye fortællinger og eventyr på neutral grund og gerne



de fortællinger, der udfordrer Richard Floridas idé om den kreative klasse og diskuterer reel mangfoldighed og kreativitet i et hverdagslivs perspektiv og ikke i en ren branding version.

Integration på flere niveauer – case Odense og Bazar2

Udfordringen af Richard Florida og afsøgningen af bazarens potentialer med overlejringer af kultur, erhverv og integration blev mulig i 2003, da Byggeselskabet Olav de Linde købte et centralt område mellem midtbyen og havnen i Odense (DK). Hermed var grunden lagt til en ny bazar centralt i Odense og til et udviklings samarbejde, kaldet Ba-

zar2, i 2004 mellem Byggeselskabet Olav de Linde, Aalborg Universitet, Odense Kommune og Socialministeriet i Danmark.



Hovedkonceptet i Bazar2 var at tænke integration på flere niveauer i byen. Integrationen mellem bydel/ghetto (Vollsmose) og by (Odense), mellem 'nydansker' og 'gammeldansker' samt mellem kultur og erhverv. Indledningsvis stillede holdet på Aalborg Universitet en række spørgsmål, ét af disse havde dog særlig interesse:

Har projekter båret af en privat økonomi som bazaren potentialet til at blive den dynamo, der driver integrationen på flere niveauer?

Centralt for at besvare det spørgsmål var en række workshops og møder gennem 2004. De affødte en række mulige projekter og ikke mindst diskussioner mellem centrale aktører i Odense. Deltagerne i workshops og udviklingsmøder repræsenterede såvel kulturen, erhvervslivet, den sociale indsats og byudviklingen. En tværfaglig proces, der tog yderligere fart med udarbejdelsen af en

ny stor kulturstrategi for byen; en strategi som Bazar2 projektet blev en del af.

Det interessante i arbejdet med Bazar2-udviklingsprojektet var at se, hvilke tanker og muligheder bazaren som integrationsdynamo skaber hos kulturlivet, erhvervslivet og i de offentlige forvaltninger.

En af teserne var, at man kunne blande interesserne fra disse områder internt i bazaren. Her set i perspektiv var det ikke en brugbar tese. Det er vigtigt, at bazaren fastholdes som et privat initiativ med de kvaliteter, det bidrager med til byudviklingen og integrationsindsatsen. Det, der står helt klart i Bazar2-udviklingsprojektet, er, at det er de konkrete projekter med en økonomisk bæredygtighed, der har potentialet til at skabe nye samarbejdsflader og udviklingsmuligheder. Det er så de offentlige myndigheders opgave at udnytte disse kvaliteter og udbygge mulighederne for nye overlejringer mellem det sociale og erhvervsmæssige, det kulturelle og det erhvervsmæssige og mellem offentlig og privat. Eksempler herpå er kommunens iværksætterrådgivning, der rådgiver og tilpasser kurser til de mange nye bazar-iværksættere, og de sociale myndigheder, der sammen med Byggeselskabet Olav de Linde skaber servicejobs til svage grupper i bazaren.

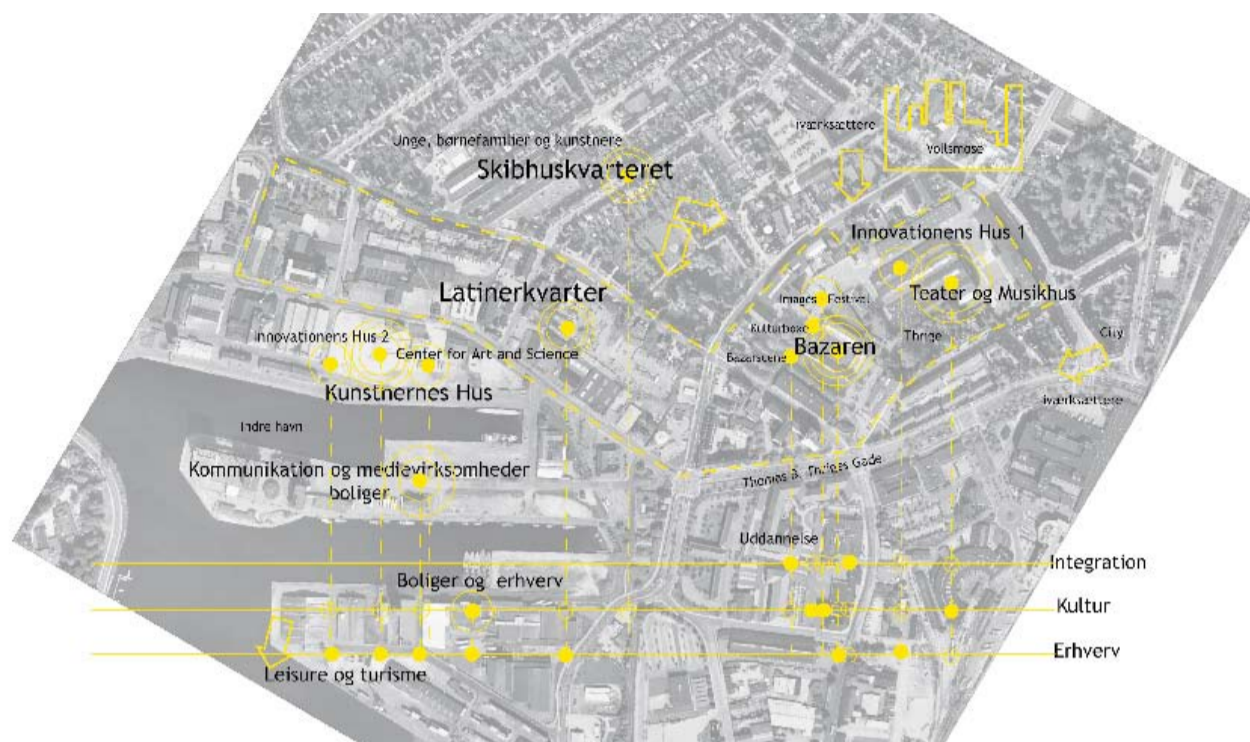


Faktaboks - Bazar Fyn skiftet fra industrikultur til kulturindustri

I marts i år åbnede Bazar Fyn i Odense. Ejeren er den samme som i Århus, Byggeselskabet Olav de Linde. Men Bazar Fyn i Odense adskiller sig fra Bazar Vest i Århus ved, at den ligger placeret mellem den historiske bykerne og havnen. Med placeringen i Thrige Titans tidligere industrikompleks knyttes en helt speciel fortælling i Odense sammen på forunderlig vis. Som Århus har sit Gellerup og Malmø sin Rosengård, så har Odense sit Vollsmose. Et af de grandiose 60'er projekter, hvor datidens næsten 5000 arbejdere fra bl.a. Thrige Titan skulle flytte ud. I sunde omgivelser på kanten af byen, i store lejligheder væk fra midtbyens dårlige boligmasse. Men fabriksarbejderen og hans kone, der også kom ud på arbejdsmarkedet og fik job, flyttede i egen parcel. I Odense åbnes fortællingen om Thrige og Vollsmose igen. Vollsmoses beboere (indvanderne) vender nu tilbage som butiksejere og handlende i Thrige-komplekset næsten 40 år efter Thriges storhedstid og anlæggelsen af Vollsmose. Det er en fortælling, der kan brande ud fra et hverdagslivsperspektiv.

Der er investeret mere end 100 mio. i bazaren, og åbningen har været en overvældende succes, der har trukket tusinder til i weekendene. Det glædelige er at se at også grupper af bl.a. den ældre indvandre-regeneration finder vej til den centrale del af Odense. Bazar2 projektet diskuterede i workshops og på møder vigtigheden af kvalitet og bymæssighed i den nye bazar. Disse områder er i høj grad indarbejdet i den nye bazar. Tingene er restaureret med blik for kombinationen af industrikultur og den nye kulturindustri, som er flyttet ind i de gamle produktionshaller.

Bazar2 projektet fremkom altså med en række bud på projekter og scenarier for en 10-årig udviklingsperiode.



Bazaren blev i marts den første dynamo, og Innovationens Hus, der oprindeligt blev debatteret og udviklet på en af Bazar2-projektets workshops, er endnu et eksempel på overlejringen af forskelli-

ge landskaber, som udspringer af Bazar2-projektet. Flere kunstnere, erhvervsledere og iværksættere formulerede dengang afsættet til Innovationens Hus som et centralt initiativ, hvis en egentlig kreativ og kulturel kapital skulle udvikles i Odense.



Fakta boks – Innovationenshus/Stjerneskipet, mødested for kreative iværksættere

Stjerneskipet er et inkubator-miljø med fokus på at skabe et mødested og rammebetingelser for kulturbaserede og kreative iværksættere. Projektet er startet med en daglig leder og er placeret på Odense havn og de første iværksættere flytter ind i den første halvdel af 2007. Huset har umiddelbart flere lighedstegn med MiNC i Malmö, men fokus er i højere grad på kulturens iværksættere, og dermed arbejder Innovationens Hus både i oplevelsesbyens erhvervslandskab og i dens kulturelle landskab. Huset er det første lille projekt på den ydre del af havnen og det er derfor interessant at følge om det kan få fodfæste i dele af den offentlige bevidsthed. Intentionen er at stjerneskipet udsmykkes kunstnerisk som et aktivt hus med semioffentlige funktioner i stueetagen.



Hvad kan vi lære af Bazar Vest og Bazar Fyn i et byudviklingsperspektiv? Fra multikulturel tænkning til interkulturel handling – Malmø-bazarerne

Begge de omtalte bazar-projekter indskrives sig i de seneste års fokus på oplevelser, kreativitet, tolerance og mangfoldighed, sådan som det ses i kølvandet på bøger som 'The Experience economy' og 'The Rise of the Creative Class'. Det, der adskiller Bazar-konceptet fra de nævnte bøger, er, at det tager begreber som mangfoldighed og tolerance seriøst, og bazaren forstås og virker bedst, hvis den bruges fra et hverdagslivsperspektiv. Heri ligger noget af kimen til den fremtidige succes, hvis vi gerne vil udvikle en bæredygtig kultur- og oplevelsesby som en addition til velfærdsbyen. Vi kan – som Malmø's Stadsbyggnadskontor selv skitserer det i bogen 'Mötas i byen', eller som Gitte Marling fra Aalborg Universitet gør det med begrebet 'Songlines' – søge at skabe integration ud fra de bevægelsesmønstre, vi kan se, der udfoldes i den livsstilsbaserede netværksby. Hvis dette kobles til projekter som bazaren, så kan en by som Malmö blive en interkulturel by med sit eget kulturelle idiom.

I Odense og Århus er Bazar-projekterne enkeltstående projekter, som har en indirekte positiv effekt på integrationsområdet, kulturstrategien, byudviklingen osv. Men med Malmø's demografi, placering i en Øresundsregionen samt fokus på at

skabe møtepladser, kan man pege på muligheden for flere 'bazarer' med hver deres distinkte kvaliteter, afhængig af stedets lokale kontekst. Bazarerne har mulighed for at blive markedspladser og scener i en byudvikling, der binder de forskellige landskaber i byen sammen: de etnisk-kulturelle, de finkulturelle, de økonomiske, de sociale etc. i en egentlig hverdagsbaseret oplevelsesby.

Udfordringen for Malmö er at pege på, hvor basarerne kan placeres i et netværk af bevægelsesmønstre; men også på hvordan en bazar ved banegården adskiller sig fra en ved Västra Hamnan eller Sofienlund.

Det bør ske med afsæt i brugergrupper, centrale aktører og infrastrukturen i den specifikke kontekst. Herefter er det centralt, at der skabes en forståelse for mulighederne i Bazar-konceptet, ikke bare internt i enkle forvaltninger, men også mellem offentlige og private virksomheder. Hvor er de dristige og fremsynede developere, der kan udvikle Malmø's bazarer, og hvor er de allerdygtigste iværksættere, som kan sætte standarden i fremtidens bazar? Og hvor er de medarbejdere i forvaltningerne, som kan gå forrest, når nyt land afsøges, sådan som Malmö gør, når det gælder bosætning og vidensudvikling.

Efter min mening står Malmö i en interessant position set i sammenligning med de danske byer, der nævnes i artiklen. Malmö og Sverige synes at have en anden åbenhed og vilje til at skabe sammenhængskraft mellem grupper i byen, end man generelt ser i Danmark. Hidtil har man måske ikke været bedre til at omsætte denne åbenhed til konkrete resultater i byudviklingen i Malmö/Sverige. Men med Malmø's demografi med næsten en tredjedel immigranter og den større åbenhed er potentialet for at skabe det, man kunne beskrive som den interkulturelle by, langt større i Malmö sammenlignet med de danske byer. Den interkulturelle by adskiller sig fra den multikulturelle ved at de 'nye' kulturer i byen smelter sammen med dele af den lokale og skaber nye udtryk, som det kan blive særegent for Malmö. Malmö kan satse på interkulturelle mødepladser, der i større grad end i Danmark blander kortene. Der skal være de bedste fødevarer fra Norden og Orienten i samme handelsplads, succesen med stor andel af immigranter på Malmø's Högskola skal kobles med kompetenceudvikling længere nede i systemet, og her kan bazaren være en potentiel indgangsvinkel. Lykke til Malmö!

Lasse Andersson, land@aod.aau.dk