

By og Byg Dokumentation 017

Nye byerhvervs betydning for byens udvikling

Anden del af Erhvervsudvikling, nye byerhverv og byfornyelse

Nye byerhvervs betydning for byens udvikling

Anden del af Erhvervsudvikling, nye byerhverv og byfornyelse

Kresten Storgaard
Anne Kristina Skovdal
Stine Jensen

Titel Nye byerhvervs betydning for byens udvikling
Undertitel Andel del af Erhvervsudvikling, nye byerhverv og byfornyelse
Serietitel By og Byg Dokumentation 017
Udgave 1. udgave
Udgivelsesår 2001
Forfattere Kresten Storgaard, Anne Kristina Skovdal, Stine Jensen
Sprog Dansk
Sidetal 87
Litteratur-
henvisninger Side 80–81
English
summary Side 82–87
Emneord Erhvervsudvikling, byfornyelse, byerhverv, byudvikling, byplanlægning, bykvarterer

ISBN 87-563-1107-9
ISSN 1600-8022

Pris Kr. 195,00 inkl. 25 pct. moms
Tekstbehandling Connie Kieffer og Pernille Glahn
Tryk BookPartner, Nørhaven Digital A/S

Udgiver By og Byg
Statens Byggeforskningsinstitut,
P.O. Box 119, DK-2970 Hørsholm
E-post by-og-byg@by-og-byg.dk
www.by-og-byg.dk

Eftertryk i uddrag tilladt, men kun med kildeangivelsen: *By og Byg dokumentation 017: Nye byerhvervs betydning for byens udvikling. Anden del af Erhvervsudvikling, nye byerhverv og byfornyelse. (2001)*

Indhold

Forord	5
Indledning	6
Sammenfatning	7
Virksomhedernes bidrag til bykvarteret	7
Byfornyelse og planlægning	9
Formål og udgangspunkt.....	10
Formål.....	10
Udgangspunkt.....	10
Metoder	12
Interview med erhverv	12
Interview med forvaltning.....	13
Interview med beboere og personer på gaden.....	13
Gennemførelse af interview.....	14
Erhvervenes bidrag til kvarteret.....	15
Arbejdspladser og service	15
De ydre rammer/gadens rum.....	15
Andre positive bidrag til kvarteret	17
Negative bidrag.....	19
Er der virksomheder, der ikke skal være i området?	21
Relationer mellem virksomhederne?	22
Virksomheder og produktionsbetingelser	22
En hårfin balance	24
Planlægning af kvarterernes erhvervsudvikling	26
De tre områder.....	26
Planlægning af kvarterernes erhvervsudvikling.....	27
Byfornyelsens muligheder	28
Byfornyelse og nye koncepter?	30
Inddragelse af aktører.....	31
Perspektiver – også for andre bykvarterer?	33
Sankt Hans Torv på Nørrebro, København.....	35
Byfornyelse og byomdannelse.....	35
Områdets erhverv	37
Kvarteret	39
Aktører i byens fornyelse	40
Cases.....	42
Mode, design: Tøj.....	42
Café (Sankt Hans Torv).....	44
Café (Elmegade).....	46
IT-virksomhed	47
Reklamefoto.....	49
Håndværk, VVS-Firma.....	51
Brandts Klædefabrik, Odense	53
Byfornyelse og byomdannelse.....	53
Erhverv i de to områder	55
Kvarteret	57
Aktører i byens fornyelse	59
Cases.....	61
Modefrisør.....	61
Tøjbutik	62
Café	63
Reklamebureau.....	64
IT-virksomhed	65

Frederiksbjerg, Århus	67
Byfornyelse og byomdannelse.....	67
Områdets erhverv	69
Kvarteret.....	71
Aktører i byens fornyelse	72
Cases	73
Butik med salg af køkkenartikler	73
Galleri og Kunsthåndværk	74
Bageri og specialbutik.....	75
Reklamebureau.....	77
Frisør.....	78
Litteratur.....	80
Summary	82

Forord

Byfornyelsen retter sig mod forbedring af boligforhold. Imidlertid er der kommet mere fokus på den betydning, de nære omgivelser og hele bykvarteret har på beboernes levestandard, ligesom man er blevet mere opmærksom på, at nogle byerhverv kan bibringe kvaliteter til et bykvarter. Denne undersøgelse er igangsat af By- og Boligministeriet for at tilvejebringe viden om disse byerhverv.

Nærværende rapport er anden del af undersøgelsens tre delanalyser og omhandler de nye byerhverv. Hvilke typer der er tale om, hvad der kendetegner dem, og hvordan de påvirker byens liv.

Undersøgelsen bygger primært på en række interview med virksomheder, planlæggere, beboere og besøgende i de pågældende områder. Alle takkes hermed for deres værdifulde bidrag.

Analysen er gennemført af seniorforsker, mag.scient.soc. Kresten Storgaard (projektleder) og studentermedhjælperne stud.scient.soc. Anne Kristina Skovdal og stud.scient.soc. Stine Jensen.

By og Byg, Statens Byggeforskningsinstitut
Afdelingen for Byer og Boliger
December 2001

Hans Kristensen
Forskningschef

Indledning

Nærværende rapport er den anden af tre delanalyser vedrørende byudvikling, nye byerhverv og byfornyelse. I analysen beskrives det, vi kalder de nye byerhverv nærmere. Der ses på hvilke typer af erhverv, der er tale om, hvad der kendetegner dem, og hvad det er, de bidrager med til byens liv. Desuden diskuteres, om erhvervene medfører gener, og om man kan påvirke og støtte en bestemt erhvervsudvikling gennem byfornyelse og offentlige initiativer.

I analysen er udvalgt tre områder, hvor byfornyelse har fundet sted, og hvor der i dag kan ses eksempler på typer af erhverv, der synes at skulle have en stigende rolle i årene fremover. De tre områder er området omkring Sankt Hans Torv på Nørrebro i København, området omkring Brandts Klædefabrik i Odense og dele af Frederiksbjerg i Århus. Alle tre områder er karakteriseret ved, at der har foregået en ret omfattende byfornyelse, og at der er sket en vis udskiftning i de typer af erhverv, der var i områderne.

Undersøgelsen bygger primært på en række interview med virksomheder, planlæggere, beboere og besøgende i de pågældende områder. I disse interview er fremkommet mange oplysninger, der viser, at byens konkrete udvikling er afhængig af mange komplekse forhold. Byplanlægningens traditionelle redskaber – arealplanlægning, infrastruktur og bygningsbestemmelser – har mulighed for at blive suppleret med langt mere sofistikerede redskaber: Dannelsen af visioner, at få de rette aktører på banen, fornemmelser for historier, samspillet mellem det fælles – og det unikke. Disse redskaber kan virke diffuse og ikke særligt præcise, især i forhold til så håndgribelige størrelser, som arealkategorier og lokalplanbestemmelser. Ikke desto mindre er det dette projekts erfaring, at det netop er de byudviklere, der har fornemmelse for disse "bløde" redskaber, der især har mulighed for at bringe deres byer et skridt videre i bykonkurrencen – til fordel for både beboere, erhverv og besøgende.

Igennem vores interview har vi fået et så omfattende materiale, at vi inden for undersøgelsens rammer kun har haft ressourcer til at bringe en del af dem i spil. Rapporten skal ses i dette lys. Vi kan håbe, at vi er med til at dreje fokus fra de mere traditionelle redskaber til nye, der i nogle sammenhænge måske kan vise sig at være overordentlig effektive.

I den første delanalyse (Storgaard, Pedersen & Jensen, 2001) beskrives den strukturelle erhvervsudvikling inden for de sidste tyve år for hvert af de tre områder. Hvorledes er erhvervsstrukturen, hvilke erhverv er forsvundet, og hvilke er kommet til, samt hvorledes erhvervsstrukturen i dag adskiller sig for de tre områder.

I den tredje og sidste delanalyse (Storgaard, Jensen & Skovdal, 2001) er nogle af de erhverv, der er blevet udsaneret, opsøgt med henblik på at undersøge, om man kan forbedre udskiftning og omstilling af erhvervene i de områder, hvor der skal finde en byfornyelse sted.

Sammenfatning

Virksomhedernes bidrag til bykvarteret

Fra gamle til nye byerhverv

Traditionelt har interessen for virksomheder i et område været rettet mod etableringen af arbejdspladser til lokalbefolkningen, og mod levering af service og produkter til beboere og andre virksomheder. Endvidere har der været stor opmærksomhed om den belastning virksomheder kan udgøre for et område i form af forurening og trafik. Disse funktioner spiller i dag en mere begrænset rolle.

Denne undersøgelse viser, at virksomheder på mange andre måder kan bidrage til et bykvarters udvikling. Først og fremmest gennem den indflydelse de har på byens synlige udtryk. Facader og signalværdi spiller en afgørende rolle for, hvordan beboere og besøgende oplever et bykvarter. Herudover er virksomhederne i høj grad med til at skabe det liv, der udfolder sig i byrummet, både direkte i forhold til deres primære funktioner – produktion og salg – men også gennem forskellige arrangementer, der indgår i mange virksomheders profilering. Hertil kommer omtale i forskellige medier, som bidrager til et områdes identitet, selvforståelse og historie og på beboernes tilknytningsforhold.

I undersøgelsen indgår tre byfornyede områder: kvarteret omkring Sankt Hans Torv i København, kvarteret omkring Brandts Klædefabrik i Odense og kvarteret omkring Frederiksbjerg i Århus. I alle tre områder er der sket et skift i erhvervsstrukturen parallelt med de sidste ti års byfornyelse. Industri og håndværk i baggårde og erhvervsområder er på vej væk fra kvartererne. I stedet er kommet en broget skare af virksomheder inden for mode, design, restauration, caféer, IT, foto, medie, reklame, sundhed og undervisning. Det er disse virksomheder, vi kalder de nye byerhverv. Der forekommer dog stadig enkelte service- og håndværksvirksomheder i områderne.

Rammeskabende og rammeforbrugende virksomheder

Nogle af disse nye byerhverv præger det fysiske og visuelle miljø betydeligt. Vi kalder disse virksomheder de rammeskabende virksomheder. Gode eksempler er virksomheder inden for mode, design, caféer og take-aways sammen med traditionelle forretninger. Gennem facader, vinduer og skilte er de med til at skabe byens synlige rum. Hvor værtshuse og bodegaer er lukket for indblik udefra, er de nye butikker og cafeer åbne og transparente.

Andre virksomheder efterspørger det miljø og bybillede, som disse virksomheder skaber. Vi kalder disse virksomheder for rammeforbrugende. Eksempler herpå er IT, medie, reklame og foto. Det er blandt disse virksomheder, vi finder fremtidens baggårdserhverv.

Det visuelle miljø har stor betydning

I de tre undersøgte kvarterer er der sket et markant skift i områdernes visuelle udtryk. Byfornyelsen har fornyet og forskønnet facaderne, og de virksomheder, der har fundet vej til områderne, lægger stor vægt på det ydre. Det er nemlig karakteristisk, at mange af de rammeskabende virksomheder har et bestemt koncept, både med hensyn til produkttype, salg, interiør og eksteriør. Oplevelse er et af nøgleordene. Høj kvalitet og det unikke er andre. Facade, signalværdi og samspelet med omgivelserne er centralt for disse virksomheder.

Også nogle af de nye rammeforbrugende virksomheder spiller med på kvarterets signaler. Det afspejles både i indretning og facade.

Det kan konstateres, at det visuelle spiller en vigtig rolle i den måde et bykvarter opleves på. Både set fra beboernes side og fra de besøgendes. Det samme gælder for de virksomheder, der har valgt at slå sig ned i området. Hermed er der skabt gode betingelser for et samspil mellem et områdes aktører og byens forvaltere, når byfornyelse og områdets udvikling er på dagsordenen.

Skæmmende udseende har en klar negativ effekt. Det betyder, at facader med ringe vedligeholdelse trækker hele kvarteret ned. Det gør graffiti og plakater også.

Oplevelser, variation og 'det særlige' skaber liv i gaden

Virksomhederne er et særdeles centralt element i forhold til de aktiviteter, der finder sted i et område. Det er de rammeskabende virksomheder, der trækker mange af de besøgende til området, ofte i et langt større antal end beboerne udgør. Tit henvender virksomhederne sig til bestemte typer af livstile, hvor variation, oplevelser og det 'særlige' er i højsædet.

Også mange af de rammeforbrugende virksomheder sætter deres præg på området, blandt andet via det professionelle netværk, der er omkring disse virksomheder. Herudover sætter kulturvirksomhederne, hvad enten de er private, foreninger, offentlige eller specielle konstruktioner på kryds og tværs af disse elementer, deres tydelige præg på aktiviteterne i disse områder.

Omtale i medierne er vigtig

Omtale, især i medierne, tillægges stor betydning. Medieomtale sker typisk i forbindelse med arrangementer, for eksempel i forbindelse med salgsmæssige eller i forbindelse med kulturarrangementer. Den lokale presse, ugebladet, er en vigtig historieformidler. Virksomhederne er interessante, fordi de sammen med kulturinstitutionerne i området kan levere stof til ugebladets læsere.

Nye relationer mellem virksomheder

Tidligere har man især fokuseret på det samarbejde, der finder sted mellem lokale virksomheder i forbindelse med fremstilling, køb og salg. Sådanne relationer findes stadig, men de lokale bånd svækkes. Til gengæld spiller virksomhederne i de undersøgte områder sammen på en noget mere sofistikeret måde, nemlig i forbindelse med områdets visuelle og livsstilsrettede fremtræden. Virksomheder ser deres eget koncept i relation til de andres. Der er derfor potentialer i at opdyrke dette samspil. Tilsvarende processer ses i nogle af de nye store indkøbscentre, der skyder op i disse år. For eksempel på Fisketorvet ved den københavnske havnefront, hvor en professionel ledelse prøver at få virksomhederne til at spille positivt sammen inden for rammerne af et bestemt koncept. I de tre bykvarterer finder den samme proces sted, men i en langt mindre formaliseret form.

Negative bidrag

I forbindelse med den strukturelle udskiftning, der har fundet sted blandt virksomhederne i de undersøgte bykvarterer, er nogle af de store miljøproblemer blevet reduceret betydeligt. Tilbage er der problemer med trafik og parkering (også cykler) – en parkeringspolitik kan være et nødvendigt værktøj over for nogle erhverv. Andre problemer er støj, især fra spillesteder og arrangementer, rod og hensmidt småaffald fra kunder i take-awaysbutikkerne – og ikke mindst fra det liv og de aktiviteter, der opstår, når lancerede arrangementer bliver store publikumssucceser. En hurtig oprydningsindsats er nødvendig, hvis det gode image skal bevares.

Byfornyelse og planlægning

De traditionelle redskaber for planlægning

Traditionelt påvirker en kommune tilstedeværelsen af erhverv gennem kommuneplanens udlæg af erhvervsarealer, fulgt op af en lokalplans nærmere bestemmelser. I kommuneplanen kan kommunen tillade eller forbyde bestemte typer af produktion, begrundet i hensyn til miljø og omgivelser. I lokalplaner kan der også være bestemmelser, der retter sig mod bygningers visuelle udtryk, først og fremmest i forbindelse med bebyggelsesplaner, højde, type af bebyggelse, bestemmelser om materialevalg, taghældninger etc. Ved særlige bebyggelser eller bevaringsværdige bygninger kan der også være bestemmelser, der sikrer facaden. I denne undersøgelse fremhæves betydningen af den styring, der foregår via udmeldinger om visioner, hensigter og gode eksempler suppleret med rådgivning.

Byfornyelsens muligheder

Ud over byplanlægningens traditionelle midler har byfornyelsen vist sig at være et effektivt planlægnings- og påvirkningsredskab for byudviklere og byplanlæggere i relation til bypolitikken.

Byfornyelsen omhandler i første omgang forbedring af boliger, der er af ringe standard med hensyn til sanitære eller tekniske forhold. I visse tilfælde kan der i byfornyelsen ændres ved lejlighedsstørrelsen, således at mindre lejligheder kan slås sammen. Lejlighedsstørrelse og boligens tekniske standard har stor betydning for, hvilke beboere der tiltrækkes af et bestemt område.

Via den helhedsorienterede byfornyelse er der også mulighed for at forme byudviklingen i en ønsket retning. Det kan ske ved at rette op på byens inventar i form af forbedringer af gadebelægning, pladser m.v. Fornyelse af gadens inventar kan være en effektiv måde at sætte en positiv udvikling i gang på. Alene det, at man påbegynder en renovering, sender nogle positive signaler. Erhverv er særlig interessante som medspillere i forhold til facader og signalværdi. Dette gælder især de rammeskabende virksomheder.

Kvarteret skal have en vision

Byfornyelsens planlæggere og forvaltere kan have en nøglefunktion i udviklingen af et bykvarter. De kan være med til at sætte de processer i gang, der skaber både visioner, engagement og forankring – såvel som selve realiseringen. Det er vigtigt, at byens og områdets aktører oplever, at der er en vision, som de selv er med til at skabe. I en række af de undersøgte nye byerhverv, er det typisk, at indehaverne ser deres eget produkt i en større sammenhæng. De er derfor vigtige medspillere i et område, når der skal fornyes, både i forhold til visioner og til den egentlige realisering. Meget er vundet, hvis byfornyelsens planlæggere og forvaltere, de professionelle byudviklere kan få et områdes aktører til at deltage i denne proces.

Det er således en stor fordel, hvis byudviklerne kender kvarteret og kvarterets aktører. I praksis har det vist sig, at dette kendskab udvikles over tid. Det kan derfor være en god ide at begynde med mindre og mere overskuelige byfornyelsesprojekter, så kendskab og tillid opbygges i et roligt tempo blandt de forskellige aktører.

Formål og udgangspunkt

Formål

Overordnet er det analysens formål at undersøge hvilke nye byerhverv, der bidrager til byens liv og at se på de måder, hvorpå man via byfornyelsen kan styrke dem med henblik på hele bydelens liv og funktion.

I analysen præciseres hvilke erhverv, der af forskellige aktører i de forskellige områder anses for ønskværdige, og hvad det er disse erhverv bidrager med til bydelen. Herudover belyses, hvilke faciliteter de forskellige erhverv efterspørger, og om man via byfornyelsen har mulighed for at sikre nogle af disse.

Udgangspunkt

Baggrunden for undersøgelsen er den ændring, som byfornyelsen har gennemløbet de senere år. Byfornyelsesloven har siden sin oprindelse haft et klart socialt sigte. I de seneste 20 år har der imidlertid været en øget opmærksomhed mod bykvarteret som en helhed, der udgør rammerne for boligerne. Byfornyelsen er således gået fra primært at fokusere på den enkelte bolig og bebyggelse, til også at omfatte gårdrummet og hele karreen. Senest er hele kvarteret kommet i søgelyset, blandt andet via mulighederne for helhedsorienteret byfornyelse. Denne udvikling er sket ud fra en erkendelse af, at hvis indsatsen skal fremme levevilkår i et område, er det af betydning i højere grad at se på hele bykvarteret og ikke isoleret på den enkelte bolig. Hermed kommer erhverv til at spille en anden rolle end tidligere. Oprindeligt var det i forbindelse med byfornyelsen en vigtig opgave at få reduceret de gener, der fulgte i kølvandet på virksomheder, der lå tæt på boliger, f.eks. i baggårde. Det betød bl.a., at mange af disse baggårderhverv forsvandt, dels som følge af byfornyelsesindsatsen, dels som følge af den generelle erhvervsstrukturelle udvikling. Sidstnævnte betød, at virksomhederne måtte foretrække mere produktionsadekvate anlæg og omgivelser, og at en del af disse typer af erhverv mere eller mindre forsvandt fra det danske erhvervsliv.

I dag er situationen en anden. Det er erfaringen, at nogle bykvarterer mister kvalitet, hvis områderne bliver for homogene, eksempelvis hvis der næsten kun er boliger tilbage. Denne manglende variation bliver forstærket, hvis der oven i købet er tale om boligbebyggelser, der kun indeholder lidt variation med hensyn til byggeriets arkitektur.

Taler man om erhvervs bidrag til et område, har man traditionelt først og fremmest set på deres evne til at skabe arbejdspladser og på, hvorledes deres produktudbud afspejler beboernes behov. I denne undersøgelse diskuteres, om der også er andre bidrag, der kan være vigtige, når man taler om byfornyelse og bypolitik.

Byfornyelsen er et vigtigt element i byens udvikling – og i bypolitikken. Meget tyder på, at kommunerne er ved at omstille sig fra en praksis, hvor byfornyelsen blev brugt mere snævert til at forbedre de fysiske rammer for enkelte beboere, til at den i dag bruges langt mere offensivt til at igangsætte en større forbedring af hele bykvarterer – og af hele byen. I et projekt som Statens Byggeforskningsinstitut har gennemført for By- og Boligministeriet karakteriseres denne model for byfornyelsen som en punktvis bystrategisk byfornyelse (Storgaard & Skovdal, 2001). Med denne betegnelse indfanges en evne hos nogle kommuner til at gå ind på strategisk betydningsfulde om-

råder og punkter i byen, ofte med en helhedsorienteret indsats. Det er karakteristisk, at indsatsen samtidig indtænkes i en bypolitisk strategi for hele byens udvikling. Byfornyelsen bliver hermed et overordentlig vigtigt middel til at gennemføre en strategisk udviklingsproces af byen.

I denne sammenhæng kan nærværende analyse således være med til at tydeliggøre de enkelte erhvervs bidrag til bylivet, samt hvilke gener, der evt. også kan følge med virksomhederne. Analysen er ikke et forsøg på en total kortlægning af disse bidrag, men skal ses som et forsøg på at sætte ord på nogle af disse bidrag. Det er så op til senere forskning og især til praksis selv at fylde på og nuancere disse bidrag – og hele denne problematik.

Fokuseringen på bykvarterets erhverv skal også ses som en understregning af, at det i dag anses for vigtigt, at byens aktører rent faktisk involveres i planlægningen og udviklingen af byen. Denne indfaldsvinkel har dels et demokratisk sigte, dels et funktionelt. Det demokratiske har naturligvis at gøre med, at de forskellige aktører netop ved at blive inddraget også bliver medbestemmende om forhold, der vedrører deres hverdag. Det funktionelle har at gøre med, at de forskellige løsninger – eller den realiserede plan – på denne måde forankres bedre hos aktørerne. Erhverv ser vi her som en af de aktører, det er vigtigt at inddrage.

Metoder

Undersøgelsen bygger på udviklingen i tre områder, der blev udvalgt som led i den første delanalyse. Det drejer sig om følgende områder: Området omkring Sankt Hans Torv på Nørrebro i København, området omkring Brandts Klædefabrik i Odense og Frederiksbjerg i Århus. I denne delanalyse er områderne yderligere blevet snævret ind.

På Frederiksbjerg i Århus har hovedinteressen samlet sig om Jægergårdsgade og M P Bruuns Gade. I Odense har selve Brandts Passage og den tilstødende Dideriksens karré været i fokus, og i København har selve Sankt Hans Torv, Elmegade, Fælledvej og den første del af Guldbergsgade været undersøgelsens hovedobjekter.

Hvor den første delanalyse, der belyste den strukturelle udvikling i de tre områder, var baseret på statistisk materiale fra de tre kommuner, er denne delanalyse primært baseret på interview med udvalgte erhverv.

Herudover er der foretaget interview med nøgleaktører i de kommunale forvaltninger, der har med byfornyelsen og området at gøre. Der er desuden blevet gennemført gadeinterview med besøgende i området. Endelig indgår oplysninger fra andre kilder, observationer m.v. i materialet.

Interview med erhverv

Det har været centralt for undersøgelsen at få oplysninger via kvalitative interview med nogle af de erhvervsdrivende i områderne. Udvælgelsen af erhverv er foregået ud fra en overordnet bestræbelse på at inddrage erhverv, der på forskellig vis kan give en vurdering af opgavens problemstilling. Erhvervene har vi sorteret i tre grupper: De rammeskabende erhverv, de rammeforbrugende erhverv og de gamle erhverv.

Undersøgelsens hovedfokus ligger på det, vi har valgt at benævne nye byerhverv. Et af undersøgelsens hovedformål er empirisk at eksemplificere disse erhverv: Hvem er de, hvad karakteriserer dem, og hvad er det de bidrager med til bykvarterets virke? Igennem en statistisk analyse af den erhvervsstrukturelle udvikling i de tre områder har vi kunnet konstatere, at de tre områder, set ud fra et erhvervsmæssigt synspunkt, i stigende grad domineres af virksomheder inden for erhvervsservice og handel, men at også områder som undervisning og sundhed dukker op.

I bybilledet adskiller de forskellige typer af virksomheder sig noget fra hinanden. Nogle virksomheder præger i udpræget grad byens visuelle udtryk. Facader, udstillingsvinduer, gadeinventar m.v. er en tydelig del af byens visuelle ramme. Oftest sælger disse virksomheder deres produkter eller ydelser på stedet. Det er disse virksomheder, vi har kaldt de *rammeskabende erhverv*.

Andre virksomheder sætter ikke dette umiddelbare præg på byens facade, men kan til gengæld efterspørge de rammer, som de før nævnte virksomheder sammen med byens øvrige inventar og beboere skaber. Vi har kaldt disse virksomheder de *rammeforbrugende erhverv*. Men også disse virksomheder er vigtige brikker i byens liv. Ikke alene på grund af deres økonomiske input til bykvarterets økonomiske cirkulation, men også fordi de i sig selv kan være vigtige elementer i bykvarterets liv og udvikling.

De gamle erhverv er de erhverv, der har ligget i området igennem længe tid – gerne helt tilbage fra tiden inden byfornyelse og omdannelse af kvarteret satte ind. I denne del af undersøgelsen spiller disse virksomheder

ikke så stor en rolle, da vi her har valgt at koncentrere os om de nye erhverv. I undersøgelsens tredje del vil vi derimod koncentrere os om nogle af de erhverv, der tidligere har ligget i området, men som er blevet udsaneret som led i en byfornyelse, eller som selv har valgt at flytte til en anden lokalitet. De gamle erhverv, der stadig er lokaliseret i områderne, kan give et indblik i hele den ændring, der er foregået i området – set ud fra et lokalt firmasynspunkt, samt berette om deres brug af områdets faciliteter, herunder andre virksomheder, kunder etc.

	Frederiksbjerg	Brandts Klædefabrik	Sankt Hans Torv
Gamle erhverv:	Frisør	Modetøj til damer	Håndværksvirksomhed
Nye erhverv: - Skaber rammerne	Brugsting Køkkenting Café, bageri	Café Modefrisør	Designbaseret tøj Café Café
Nye erhverv: - Bruger rammerne	Reklame	Reklame IT-virksomhed	Fotograf IT-virksomhed
Planlæggere:	Afdelingsarkitekt og arkitekt i byfornylesafdelingen	Arkitekt, planlægningskontoret Arkitekt, Byplankontoret. Kontorchef, kultursekretariatet	Vicedirektør i plandirektoratet og kontorchef i Nordre Byplankontor, Plandirektoratet. Byplanarkitekt i bydelsforvaltningen
Beboere:	Beboerrepræsentant	Beboer fra arbejdsgruppe	Andelsformand
Gadeinterviews:	7 personer	11 Personer	9 Personer
Andre:	Udvikler/ Entreprenør	Kulturinstitution	Erhvervs- Ejendoms- mægler

Figur 1: Interviewede i undersøgelsen.

I Århus og København har vi endvidere interviewet med særligt kendskab til den omdannelsesproces, der er i gang. Begge steder var der tale om personer med tæt tilknytning til bolig- og ejendomsmarkedet. Den ene virkede som egentlig investor og udvikler, den anden som formidler og ejendoms-mægler.

Interview med forvaltning

I hvert af de tre områder har vi talt med to personer fra den kommunale forvaltning. Det har typisk været en person, der havde en meget konkret viden om det pågældende område og om byfornyelsen, og en person, der har haft mere generel viden om hele byens udvikling m.m. Herudover er der i Københavns Kommune foretaget yderligere et interview med en forvalter fra Bydelsrådet for Nørrebro, og i Odense med en person fra forvaltningen, der har at gøre med Brandts Klædefabrik.

Interview med beboere og personer på gaden

På Frederiksbjerg er gennemført interview med en beboerrepræsentant, der har deltaget aktivt i samarbejdet omkring byfornyelsen i området. I Odense med en beboer, der har deltaget aktivt i arbejdet med byfornyelse i Dideriksens karré, og på Nørrebro med en beboer, der er indgået i forhandlinger mellem en andelsforening og erhverv, der lejer sig ind her.

Herudover er gennemført flere interview med personer på gaden. Herigennem har vi på en hurtig og uformel måde været i stand til at indsamle de adspurgte brugeres syn på områderne. Gadeinterviewene repræsenterer i

høj grad de besøgendes syn på området. Synspunkter, der ikke behøver at være i overensstemmelse med beboernes.

En ulempe ved gadeinterview er dels, at der kun er mulighed for at gennemføre korte interviews med meget få spørgsmål, da folk ellers ikke ønsker at medvirke, og dels at udvælgelsen af interviewpersoner ikke er tilfældig eller struktureret i statistisk forstand. Det betyder, at de udsagn vi får gennem interviewene ikke kan forventes at dække et gennemsnit af hele den population, der benytter området, ligesom vi ej heller kan være sikre på at forskellige grupper med forskellige interesser i området, bliver hørt.

Vi har dog opstillet nogle udvælgelseskriterier på baggrund af overvejelser om, hvilke grupper af mennesker vi forventer vil være at finde på stedet, specielt i forhold til forskelligheder i brug af stedet og i forhold til erhvervenes lokalisering i området.

Kriterierne handler om inddragelse af voksne, voksne i grupper, voksne med børn og pensionister. Det er ikke et mål for analysen, at stræbe efter statistisk repræsentativitet men derimod at opnå udsagn, der kan give en fornemmelse for stedet og området set fra forskellige synsvinkler. Resultatet af gadeinterviewene inddrages ved analysen af de kvalitative interview.

Gennemførelse af interview

Hver af de tre byer er besøgt, således at vi har været i Odense og Århus i to gange to dage, mens interviewene i København er foretaget mere spredt på grund af den tætte geografiske nærhed til Statens Byggeforskningsinstitut. Besøgene har alle fundet sted i maj, juni og august 2000.

Der er udarbejdet en interviewguide for hvert type af interview, således at de samme temaer er gennemgående, men således at specielle sider, der har relevans for den pågældende type af interview, er særlig belyst.

Gennemgående har det været temaet om erhvervenes bidrag til byområdets liv, der har været styrende for alle gennemførte interview. Interviewene har haft dialogform, dvs. spørgsmål og svar, kommentarer og begrundelser har haft samtalens karakter og er foregået i en afslappet atmosfære

Tre af interviewene er foregået som dobbeltinterview. De øvrige interview har været enkeltpersoninterview, oftest foretaget i den pågældendes virksomhed, kontor eller bolig.

Erhvervenes bidrag til kvarteret

Arbejdspladser og service

I de fleste studier af og planer for erhverv i bykvarterer fokuseres på den service og de arbejdspladser erhvervene skaber i området og på de miljøgener, der kan være forbundet med erhvervenes lokalisering. Dette sker ud fra en betragtning om, at erhvervene skal ses i tæt sammenhæng med den befolkning, der bor i området. Men sammenhængen mellem virksomheder og lokale arbejdspladser har været under kraftig ændring i mange år. Efterhånden som transportmulighederne er forbedret, sker folks bopælsvalg kun i meget ringe grad efter arbejdspladsernes lokalisering. Det samme gør sig i stigende udstrækning gældende med beboeres indkøb. Dagligvarehandel foregår dog ofte i nærområdet – men specialindkøb finder sted mange andre steder.

I de tre områder dette studie dækker, gør de samme forhold sig gældende. Det er kun i begrænset omfang, at der beskæftiges lokal arbejdskraft – og en stor del af ydelserne købes af besøgende i området. Det er dog værd at nævne, at flere af virksomhederne er åbnet i området, fordi ejerne boede her eller på anden måde kendte området. En del af butikkerne – især cafeerne – anser det desuden for en fordel, at den lokale befolkning bruger stedet som en lokal facilitet.

Men bortset fra at cafeerne bruges som lokale mødesteder, og at håndværksvirksomhederne også har kunder i lokalområdet, er det altså ikke på disse traditionelle felter, som arbejdspladser og serviceleverandør for lokalbefolkningen, at erhvervenes vigtigste bidrag til områderne findes.

De ydre rammer/gadens rum

Facader og signalværdi

De udvalgte erhverv bidrager på forskellige måder til en gades rum. Mest synligt og iøjnefaldende er naturligvis de erhverv, vi har kaldt de rammeskabende. Gennem facader, vinduer og skilte er de med til at skabe byens synlige rum.

I de tre områder varierer den konkrete udformning af rummet, og det er forskelligt, hvor fremskreden fornyelsen er. På trods heraf er der alligevel stor overensstemmelse i udsagnene vedrørende facadernes betydning. I alle tre områder lægges stor vægt på facadernes betydning for hele gadens og kvarterets udvikling. For den enkelte forretning spiller facade og udstillingsvindue naturligvis en særlig rolle. De forretninger og cafeer vi har besøgt lægger alle vægt på et samspil mellem facade, vinduer og indhold. Hvor nogle butikker lukker omverdenen ude gennem blændede vinduer, og hvor værtshuse og bodegaer er lukkede for indblik udefra, er de nye butikker og cafeer åbne og transparente. I flere af butikkerne er grænsen mellem ude og inde – mellem gadens hel-offentlige rum – og forretningens halvoffentlige/halv-private rum flydende. Forretningernes udstillinger kan komme ud på fortorve og pladser, cafeernes gæster flytter udenfor, når betingelserne er til stede; vinduerne tillader indsyn, ja faktisk kan indsynet være lige så vigtigt som udsynet.

Skæmmende udseende har en klar negativ effekt. Det betyder, at facader med ringe vedligeholdelse trækker hele området ned. Graffiti og plakater kan have samme virkning.

Det er gennem facader, skilte og vinduer man udsender signaler til omverdenen. I interviewene fremhæves facader, der bygger på det oprindelige, og der er mange kritiske røster mod for spraglede og for forskellige facader og udsmykninger. På den anden side skal der også være plads til variation, for bliver det for ens, bliver det også kedeligt.

Transparens er måske et af tidens nøgleord. Især fremhæves det i forbindelse med udviklingen på Frederiksbjerg, hvor der er en markant ændring fra lukkede forretninger og bodegaer, til forretninger og cafeer, der åbner sig mod gadens offentlige rum.

Gadens inventar bliver vigtig. Dels er det det sted, hvor man fra offentlig side lettest kan sætte ind – med overskuelige investeringer. Dels har det en ganske klar signalværdi, både over for ejendomsejere, beboere og virksomheder og over for gadens øvrige brugere.

I gader med mange forretninger har de en meget stor indflydelse på gaderummet. I den tidligere byfornyelse var beboere typisk mest orienteret mod gårdrummene, medens gadens rum først er kommet mere på dagsordenen i de senere år. Her har erhvervene en vigtig rolle at udfylde.

For de andre erhverv i undersøgelsen, de rammeforbrugende, kan facaden også spille en vigtig rolle. Det gælder især inden for marketing, hvor hele gaderummet og indretningen udsender vigtige signaler til kunder og samarbejdspartnere. For andre erhverv er det mere den betydning omgivelserne har for de ansatte, der spiller ind. Baggårde kan være rigtig gode lokaliseringer for disse erhverv, de kan give rammer og samspil, der tilsammen signalerer kreativitet, oplevelser og spændende sammenstillinger.

Der er en klar stemning for at udnytte gamle bygninger og for facader, der bygger på det oprindelige look. Det giver også en historisk dimension, der er med til at fremme identiteten.

Der er et vigtigt spændingsfelt mellem ønsket om det oprindelige, om det ikke for spraglede, om en fælles ramme – og så ønsket om specielt at gøre opmærksom på egen virksomhed. Mellem det, der trækker på samme koncept, der spiller sammen – og så det særlige.

Mange synes, det er en god ide med rådgivning om facader, gerne fra kommunens side. Men mange er også bange for, at kommunale regler let kan blive for stramme og medføre for ens, for kedelige og for strømlinede facader.

Der er potentialer for et samspil mellem de muligheder, den enkelte virksomhed ser i en gade og et kvarter – og de muligheder og visioner, gaden selv ser. Ofte vil en virksomhed, der er på jagt efter nye lokaler, vurdere sin egen profil og produkt i forhold til både de nære og de fjerne omgivelser. Først af alt selvfølgelig er der spørgsmålet om, hvor stor gennemstrømningen af publikum er. Dernæst hvilke kundetyper, der er tale om. Specielt det sidste har meget at gøre med facader, udseende – og signalværdi. Virksomheden skal dels kunne se sine produkter i forhold til de nuværende kunder og også i forhold til de kommende kunder.

Selve det at have en vision, og at formulere den – for slet ikke at tale om at forsøge at realisere den, er processer, der er uhyre komplicerede. Både for den enkelte, og i relation til et kollektiv.

Den amerikanske byteoretiker Sharon Zukin (Zukin, 1995) understreger, at det at formulere – eller at få visioner – er uhyre vigtigt. Det er vigtigt at se på, hvem er det, der får disse visioner. Hvem ser visionerne for gaden? Hvem er det, der formulerer dem?

I interviewene med planlæggere fremhæves det, at nogle erhverv, eksempelvis kædebutikker, opererer med en standardfacade, der er en vigtig del af deres image. Det kan være vanskeligt for disse butikker at tilpasse eget facadekoncept til den pågældende bygning eller de omgivelser, de er i. Af interviewene fremgår, at det kan være et tungt slagsmål at få sådanne butikker indpasset i et miljø. Der er dog eksempler på, at en kæde som Netto kan overtales til en mere behersket skiltning. Der er lidt medvind på området, fordi der er et generelt ønske om at reklamere på en mere kultive-

ret måde. De mere sofistikerede butikker laver ofte et design og en skiltning, som er meget fin og afdæmpet.

Byrummets udseende spiller således en meget stor rolle for udviklingen i et kvarter. Styring er vanskelig. Ofte søger kommunen at styre gennem bestemmelser i lokalplaner, eksempelvis reguleres skiltning, farver og belysning på en byfornyset bygning på Sankt Hans Torv via en lokalplan. Det er dog vanskeligt at udstikke præcise regler med mere generel gyldighed. Et eksempel herpå forefindes i den Indre by i København, hvor stort set alle strøggader er belagt med specielle strøggade-lokalplaner, der regulerer facader, skiltning m.m. Problemet er, at hver eneste virksomhed gerne vil profilere sig selv og ikke er meget for at underordne sig et mere homogent udseende. Kommunen har kun mulighed for at gribe ind, når der sker ændringer. Man kan bruge Byggelovens § 6d, hvis en facade er stærkt skæmmende, men hvis den har været der i en længere periode, er det svært – især når mange andre ser ligesådan ud. Kommunen seneste udspil har derfor i højere grad karakter af en hensigtserklæring og er tænkt som en oversigt til hjælp for erhverv, der står foran en facaderenovering.

Generelt synes det således, som om kommunerne har mulighed for at påvirke udformningen af facader gennem mere generelle udmeldinger, hensigtserklæringer, visioner og gode eksempler. Alene det at sætte fokus på problemfeltet, kan have en effekt. Planlæggernes rolle bliver i stigende grad at give vejledning og komme med henvisninger til gode eksempler. Meget tyder på, at man kan komme meget langt ad denne vej, forstået på den måde, at man kan påvirke beslutningstagerne i virksomheder og ejendomme. I særlige tilfælde kan det dog være nødvendigt at kunne afvise forslag.

Måske taler det for at alle facader, der har betydning for de fælles visioner, bør gennem individuel behandling, og det rejser spørgsmålet, om man kan udforme bestemmelser, der sikrer, at det fælles præg bevares – men samtidig tillader en individuel variation?

Andre positive bidrag til kvarteret

Mode og design

De nye erhverv, der er publikumsorienterede, det være sig design og mode eller cafeer, er ofte præget af en åbenhed, der gør dem til et bindeled mellem det private og det offentlige. Butikkernes rum bliver et semi-offentligt rum, idet de befinder sig på grænsen mellem det helt offentlige rum, hvor alle har adgang og det private. Alle har i princippet adgang, men rummet er underlagt andre regler end det offentlige rum, der befinder sig uden for butikken.

Mange af forretningerne dyrker et bestemt koncept. De er ofte specielle. De har en god fornemmelse for, hvorledes de passer ind i byrummet – eller måske rettere, hvordan de kan bruge byrummet, til at fremhæve deres virksomhed. Hermed kan der ofte skabes et virkningsfuldt samspil mellem butikens interesser og kvarterets.

Høj kvalitet, det særlige, oplevelse, er kendeord, der hæftes på disse butikker. Mange af butikkerne kombinerer deres virke med andre aktiviteter, der følger andre oplevelsesaspekter til besøget end blot det at erhverve et produkt. I modebutikker kan det være events med kendte designere, det kan være vinsmagning – og ofte indgår musik enten levende eller i form af en DJ. Denne dyrkelse af det særlige og god kvalitet siges at smitte af på de andre erhvervs måde at tænke deres eget koncept og facade på.

De særlige butikker er er med til at trække bestemte kundesegmenter til området. Det kan dels være større kundegrupper, der også er af interesse for de andre butikker eller cafeer, dels kan det være mindre segmenter, der er med til at styrke nogle bestemte signaler, f.eks. kan det være unge i nogle områder – eller det mere voksne publikum i andre.

Evnen til at skabe positiv omtale fremhæves ligeledes. Det kan være i forbindelse med events, særlige produkter m.m. En vigtig del er omtale i presse. Evnen til at påkalde sig opmærksomhed, og få den omsat til artikler i aviser og blade, er en efterspurgt kompetence. I to af interviewene fremhæves desuden, at besøg af kendte personer, f.eks. internationale designere, kan være et vigtigt positivt bidrag.

Endelig kan nogle af mode- og designbutikkerne også ses som værende en del af de lokale kulturtilbud. Det er her de besøgende får et kulturelt input. Det fremhæves, at den kommercielle kultur har oversete kvaliteter, blandt andet i kraft af den brede appel.

Cafeerne

Cafeerne er vigtige i de nye bykvarterer. De fungerer som mødesteder. Skal man på shopping eller i byen for at møde sig samles man ofte på cafeen. Også cafeerne er præget af åbenhed – i modsætning til bodegaens og værtshuset lukkede miljø. Mange af cafeerne trækker ud på gaden, hvis der er mulighed for det. Hermed bidrager de markant til gadebilledet og kan være med til at skabe oplevelsen af en særlig stemning. De er også i særlig grad med til at skabe trygheden i det spændende miljø, som disse gader udgør. Der kan kigges ind – og der kan kigges ud. Man kan kigge på – og man kan blive set.

Dermed bliver cafeerne let identifikationspunkter i et område. En af de cafeer, der har indgået i undersøgelsen, har bidraget økonomisk til inventar på den plads, den benytter og har været med til at præge torvets indretning og inventar.

Cafeerne er meget livsstilsorienterede og har via deres koncept mulighed for at tiltrække – og frastøde kunder ret differentieret i forhold hertil. Hermed bidrager de til det kundeskit, der præger disse områder. Nogle grupper bliver færre, andre bliver flere.

Endelig er der flere af cafeerne, der har musik – enten regelmæssigt eller i forbindelse med særlige lejligheder. Det skaber opmærksomhed og trækker folk til området.

IT, foto og medie/reklame

Disse virksomheder præger gadebilledet langt mindre. De fem interviewede virksomheder ligger alle i en baggård. Her er især de to af dem med til at løfte niveauet. De har gjort lidt mere ud af bygningens udseende, så det harmonerer godt med virksomhedernes virke og produkt. Hermed bidrager de faktisk til at gøre det visuelle miljø lidt mere spændende og oplevelsesrigt. Disse virksomheder indgår generelt i et godt samspil med omgivelserne og de fælles interesser og formår at bringe det iøjnefaldende og opmærksomhedsskabende ind i en harmonisk og balanceret placering. Det oprindelige i bygningsarkitekturen forkastes ikke, men indgår som en del af virksomhedens koncept og image.

Bidragene til den økonomiske cirkulation i områderne er beskeden. På Frederiksbjerg har det interviewede reklamefirma ikke mange kontakter til andre professionelle samarbejdspartnere i området. Dog er der en fotograf i området, som man samarbejder med. Herudover bidrager man til gadeforeningens virke ved at udarbejde reklame og PR-materiale om foreningens aktiviteter.

I Odense ligger den interviewede virksomhed, inden for dette brancheområde, også i en baggård. Man udfører en del opgaver for kunder i hele Odense området og også for en del i kvarteret.

Undersøgelsens IT virksomheder er endnu mindre økonomisk forbundet med kvarterene i forhold til afsætning og samarbejde.

Herudover bidrager virksomhederne dog til den økonomiske omsætning via deres medarbejders forbrug af især cafeernes og ikke mindst take-away butikkernes tilbud, ligesom det er almindeligt at tage kunder og forretnings-

forbindelser med på de lokale cafeer og restaurationer. I den forbindelse er det værd at bemærke, at nogle af disse virksomheder har professionelle kontakter blandt modeller, stylist, designere og kunstnere. Det nævnes i interviewene, at det kan være et positivt bidrag til livet i et bykvarter at kendte personer frekventerer et område. Det er måske ikke så meget, det at man ser dem, men mere det at man ved, at de er i området. Det understreger fornemmelsen af, at der er kreativitet i området.

De gamle byerhverv: håndværk og service

I undersøgelsen er indgået virksomheder, der længe har hørt til i byen, bestående af en VVS-virksomhed og to frisører. Alle har de en vigtig funktion som leverandør til den lokale befolkning, men har samtidig også kunder fra et større geografisk område.

Efterhånden som håndværksvirksomheder forsvinder ud af byens kvarterer, er der måske større grund til at hæge om de, der er tilbage. Som det siges i interviewene, bidrager de også på den måde, at de udvider variationen i udbuddet af erhverv og arbejdspladser i området. Arbejde er altså andet end service og kontor.

Frisørforretninger er stadig en vigtig del af bybilledet. De kan både repræsentere det gamle – traditionen – og have forbindelsen bagud i tid. Og de kan repræsentere og symbolisere det nye, mode og bestemte livsstile og være med til at skabe opmærksomhed gennem events, presse- og historiedannelse.

Andet

I Odense taler man om Brandts-effekten – og i København kalder nogle området omkring Sankt Hans Torv for "lille Paris". Negativt omdømme kan ændres, som det er sket i Jægergårdsgade i Århus, der tidligere gik under betegnelsen polterabend-gaden, med henvisning til skumle værtshuse, prostitution og løsslupenhed.

Udviklingen i et kvarter spiller ikke kun en rolle for beboerne og brugerne af det enkelte kvarter, men kan have mere eller mindre direkte betydning for hele byen. I Odense betød Brandts-effekten, at der kom et positivt skub hos mange af aktørerne i byen, og at byen blev kendt for noget positivt i omverdenen. Man er bevidst om effekten og oplever, at den kan – og bør – udnyttes og at den er en ekstra motivation til yderligere aktiviteter. Det har bl.a. betydet, at byrådet har haft lettere ved at blive overbevist om nye investeringer i bebyggelsen.

Negative bidrag

Trafik

I gadeinterviewene på Nørrebro i København er næsten alle de interviewede enige om, at der er for meget trafik omkring Sankt Hans Torv – nogle foreslår en trafikdæmpning, mens enkelte ønsker gaderne fuldstændig lukket for køretøjer. Én er også inde på, at der holder alt for mange cykler parkeret på torvet. Cykelproblemet nævnes også i mange af de andre interview. Det største problem, er at mange henstår uafhængte. Problemet er særlig markant på Sankt Hans Torv. I weekenden kan der være 200–300 cykler på torvet. Bydelsrådet og politiet fjerner de uafhængte cykler nogle gange, men går der for lang tid tager bl.a. en af cafeerne initiativ til, at det finder sted. Der findes også andre steder, hvor der kommer publikum, der benytter cykler, f.eks. internetcafeer, der besøges af mange unge. Også her kan der være problemer med mange cykler på fortorv – eller gaden. Der burde her være mulighed for fleksible og lette løsninger, der kan sættes ind efterhånden som problemerne opstår.

I Jægergårdsgade i Frederiksberg kvarteret har der tidligere været meget gennemkørende tung trafik til havnen og slagteriet, men trafikken er aftaget, bl.a. som følge af trafikomlægninger, som kommunen har forestået, og som følge af arbejdet med gadebelægningen, der virker trafikdæmpende. Der er dog stadig megen trafik i gaden.

Leverancer med tunge lastbiler kan let give anledning til gener, f.eks. ølbiler til bodegaer og aflæsning af musikudstyr om natten ved spillesteder. Herudover er der problemer med parkering. Både beboere og kunder kæmper om pladserne, og i Jægergårdsgade parkeres ulovligt på gadehjørner. Gadeforeningen ser gerne en kommunal indsats med bl.a. blomsterkummer på gadehjørnerne for at begrænse den ulovlige parkering.

I Odense nævnes ingen problemer med trafik i forbindelse med området omkring Brandts Klædefabrik, som er et gågadeområde.

Set fra virksomhedernes side udgør mulighed for parkering en væsentlig faktor. Næsten alle virksomheder skal have leverancer, men der er naturligvis forskelle mht. omfang, hyppighed og tider på døgnet. Hertil kommer parkeringsmuligheder for kunder og forretningsforbindelser. I de tre områder, vi har besøgt, fortælles om konflikter, men det er ofte når enkelte bilister udviser manglende respekt og hensynsfuldhed over for de andre eller hvis en beboere udviser en særlig nidkærhed, at der opstår særlige problemer. I disse områder er der ingen, der forventer optimale betingelse for hverken beboere eller bilister, og det virker, som om man i almindelighed accepterer de blandede betingelser. IT, reklame og håndværk er særlig afhængige af parkeringsforhold.

Støj

Støj, især fra musik, nævnes også af mange som et problem. Ved Sankt Hans Torv ligger et spillested med mange arrangementer af høj international kvalitet. Det giver gener. Først og fremmest støj, men også i forbindelse med til- og frakørsel af instrumenter og bands, foruden leverancer til cafeen. Mange bands ankommer sent – og forlader stedet endnu senere. Støjproblemerne på spillestedet er imidlertid reduceret betydeligt som følge af ombygning og lydisolering. På en af undersøgelsens cafeer giver DJ-musik anledning til oplevelse af mange gener for beboerne i ejendommen. Konflikten er ikke løst. At musik kan være en vigtig del af de nye butikkers og virksomheders skabelse af events er der også eksempler på hos frisørforretningen, der regelmæssigt har DJ-musik i salonen.

At det kan lade sig gøre med forstærket musik på cafeer, uden at der skabes konflikt med beboere, er der eksempler på i to af de andre cafeer, undersøgelsen omhandler. I den ene er der jævnligt musik, i den anden er man mere tilbageholdende, bl.a. af hensyn til de nærmeste beboere.

I områderne er det en klar opfattelse, at musikken på spillestederne, cafeerne eller i forretningerne er kvaliteter, der er med til at sætte området på landkortet på en positiv måde. Der er således ingen, der ønsker, at musikken i området forbydes eller indskrænkes. Beboere, der selv er generet af musik i ejendommen, kan være meget positive over for musik i området generelt.

Således synes både beboere og besøgende i området omkring Sankt Hans Torv, at det er spændende med et kendt spillested i gaden. Hvis man vil have ro, må man flytte uden for de tætte bykvarterer, er den gængse opfattelse. Men samtidig er der altså ingen, der ønsker konkret at være nabo til en genevolder. Nogle nævner således, at de er glade for, at de ikke er naboer til et sted, hvor der spilles musik – og beboere, der bor tæt ved cafeer med musik, synes, det er urimelige støjgener, de er udsat for. Konkret forespurgt er man ikke villig til at acceptere, at der indførtes to regelsæt for støjniveau i boliger, så boliger i byerne f.eks. måtte tåle mere.

Denne problemstilling er bestemt ikke ny. Betegnelsen NIMBY dækker den holdning, der ser fornuften i at en given funktion skal ligge et bestemt sted – bare ikke i egen baggård (Not In My Back Yard). Løsningen på NIM-

BY problematikken er næppe at forbyde musikken – men måske mere at styrke indsatsen for en bedre støjdemping. I dag er denne helt overladt til musikstedet.

Men ikke alle spillesteder er lige velkomne. De skal passe ind i kvarteret og være med til at gøre området til noget særligt. I Brandts Klædefabrik er der således ingen positive kommentarer knyttet til et spillested, der kun har åbent om natten, medens det om dagen står med lukket front. Det er et helt andet og meget yngre publikum, der kommer her, end i resten af passagen.

Affald, lugt og renovation

Oftest er der et stort oprydningsarbejde efter den daglige drift fra cafeer, take-awaybutikker, events, etc. Engangsemballage, pap og papir kan virke meget skæmmende i en gade. Der er de fleste steder behov for en stor og hurtig indsats. Sker det ikke berettes om hastigt accelererende tendenser til yderligere skæmmende aktiviteter, der hurtigt breder sig til andre felter som graffiti og hærværk.

Nogle af madvarebutikkerne giver anledning til lugtgener. Det gælder især cafeer og restauranter, hvor lugten fra madlavningen, kan virke meget generende på beboerne i ejendommen. Herudover berettes om gener fra renovation – særlig hvor let fordærlige madvarer ophobes, dvs. fra cafeer og restauranter, slagtere – og grønhandlere.

Renovation udgør et problem, der ofte er svært at håndtere. Der er en tendens til at flytte affaldsbeholdere fra gårde til gaderne, hvilket ikke er forskønnende for et område. Der er således modsætninger mellem miljøhensyn og bybilledets udseende, der kan være svære at håndtere. Der foreslås mere skræddersyede løsninger, der både tager hensyn til virksomheder, beboere – og byen som helhed. Man kunne også lave nogle pænere containere – de er jo også en del af bybilledet.

I de konkrete tilfælde kan enkeltpersoner spille en meget vigtig rolle. Er der blot én, der har et vanskeligt sind eller ikke ønsker at bidrage til problemernes løsning, opstår der konflikter, der kan være endog meget ubehagelige.

Grønne projekter

Ved Sankt Hans Torv blev i sommeren 1966 oprettet en "Have på en Nat" af de Økologiske Igangsættere i København som en demonstration af, at bydelen har brug for grønne åndehuller. De ønskede at vise, hvordan man kan gøre gårdene bedre og grønnere. Desværre har projektet haft svært ved at opretholde et rimeligt niveau af vedligeholdelse, og mange omtaler gener både i forhold til skæmmende udseende og i forbindelse med, at stedet efterhånden hovedsageligt bruges af folk med misbrugsproblemer. Bydelsrådet på Nørrebro har besluttet, at området skal bebygges. Blandt de interviewede er der ingen, der har meddelt deres utilfredshed med denne beslutning, men andre steder på Nørrebro er der utilfredshed.

Er der virksomheder, der ikke skal være i området?

Alle er enige om, at egentlige miljøbelastende virksomheder ikke hører til i bydelen, men der er også bred enighed om, at det at bo i byen er ensbetydende med, at der er mere uro og støj end uden for byen.

Man er meget tilbageholdende med at sige, at virksomheder ikke hører til i området. Større fødevarekæder ønsker man dog ikke. Nogle fastholder vigtigheden af et meget blandet kvarter, andre ønsker at alle bidrager til at højne kvaliteten i området.

De fleste er enige om, at industri ikke hører hjemme i byen. Men samtidig gøres der opmærksom på, at de hidtidige erhvervsinddelinger kun dårligt dækker virkeligheden. Mange nye virksomheder inden for IT-området, kan

godt være rubriceret som industri, men er i virkeligheden kontorerhverv eller leverer erhvervsservice.

Grænserne er altså ret flydende. Afgørende må være virksomhedernes emission – samt hvorledes de kan bidrage til bykvarterets udvikling – eller måske snarere må man sørge for, at de ikke modvirker den vision, der nu måtte være for et område.

Man kan således tale om i hvert fald tre hensyn, som erhverv må leve op til: dels et hensyn til det biologiske miljø, dels et hensyn til kvarterets funktionelle miljø og endelig et hensyn til kvarterets visuelle og imagerelaterede miljø.

Relationer mellem virksomhederne?

Ser vi på hvorledes de forskellige virksomheder i områderne fungerer i forhold til hinanden, er der kun få økonomiske relationer mellem dem.

Selv om de rammeforbrugende virksomheder benytter f.eks. cafeer og fastfood-butikker i området, er det kun en ringe del af disses omsætning, der stammer herfra. Og selv om man køber specielle varer hos hinanden, er der ligeledes kun tale om beskedne summer.

Ikke desto mindre foregår der et vigtigt samarbejde virksomhederne imellem. I området omkring Sankt Hans Torv er der et uformelt, men alligevel tæt samarbejde mellem cafeerne. Man kender hinanden, låner hos hinanden, og støtter hinanden eksempelvis i forhold til kommunen. Særlig én butik har haft stor indflydelse på hele kvarteret i forhold til at gøre andre opmærksomme på kvaliteter i området, og hvordan man kan styrke disse. Alle nye forretninger i gaden er blevet kontaktet og budt velkommen, samtidig med at talen er faldet på gaden og dens identitet og særpræg. En påvirkning, der er foregået på et helt uformelt og personligt plan.

I Jægergårdsgade i Frederiksberg kvarteret er der et tæt samarbejde mellem nogle af de nye butikker. Man snakker sammen, inspirerer hinanden, henviser kunder til de andre og køber også gerne hinandens produkter. I Brandts-kvarteret er der også samarbejde mellem nogle af virksomhederne, f.eks. om events og fremstød. Det er kun Jægergårdsgade der har en gadeforening. Herudover nævnes det som vigtigt, at nogle virksomheder trækker kunder til, der også er vigtige for andre butikker i området.

I de tre valgte områder er kodeordene "det spændende", variation, "det særlige" og oplevelser. Virksomhederne synes at se sig selv i omgivelserne. Og se de muligheder, de har for at udnytte området til at fremme netop deres forretning.

Virksomheder og produktionsbetingelser

Området

Nogle erhverv har specifikt søgt en lokalisering i netop det pågældende område. Det er typisk virksomheder, der har et eget koncept og som leder efter en lokalitet, der understreger, fremhæver og spiller sammen med dette.

Der er desuden virksomheder, der specifikt går efter den kundegennemstrømning, der er i området, og som er interesserede i, om de øvrige erhverv henvender sig til den pågældende kundegruppe, hvad udviklingsperspektiverne er, og om der er flere beslægtede erhverv på vej. Det er særligt inden for den gruppe af virksomheder, vi har kaldt de rammeskabende erhverv, at vi finder disse overvejelser.

Facader

De fleste af virksomhederne er meget optaget af den rolle, facader og gaderum spiller. Nogle virksomheder vil gerne være med til at betale til en forbed-

ring af gaderum, men kun få af de besøgte virksomheder har rent faktisk gjort det. Virksomhederne nævner selv, at denne form for finansiering har gode og spændende perspektiver – men den rejser også spørgsmålet om, at det nødtigt skulle ende sådan, at kun dem, der har mulighed for at betale, får indflydelse på gaderummet.

Andre hævder, at virksomheder absolut ikke ønsker at bidrage til finansieringen af gaderum og eksteriør. Det er kun meget små bidrag der gives, og det skal være til noget, der er meget synligt og har reklameværdi.

Bygninger

Den enkelte bygning, indretningen og faciliteterne spiller også en vigtig rolle. Dels i form af bygningens arkitektur og stil og dels i forhold til interiøret.

Eksteriøret er vigtig både for de rammeskabende og de rammeforbrugende virksomheder. For de rammeskabende er det en fortsættelse af temaet om, hvorledes de kan genfinde sig selv i forhold til kvarteret. For de rammeforbrugende kan det være en vigtig del af deres image. I den sammenhæng er det værd at bemærke, at baggårdsbebyggelser ofte kan have en særlig kvalitet, der gør, at de kan være interessante for virksomheder, der efterspørger image og særpræg.

Indretning er ligeledes vigtig. Nogle af de besøgte virksomheder efterspørger lokaler, der har nogle ganske bestemte forhold mht. størrelse, lys, muligheder for at sætte særlig apparatur op, etc. Andre er indstillet på selv at udfylde med et specielt design.

Endelig er cafeer afhængige af, at der er bevillingsrettigheder til lokalet. Det samme gælder nogle af de nye butikker, der gerne vil udvide deres produktsortiment til også at omhandle oplevelser som eksempelvis undervisning, vinsmagning og tapasbuffet. Det kan være vanskeligt at realisere sådanne intentioner under det regelsæt, der i dag gælder, som i højere grad retter sig mod en traditionel arbejdsdeling mellem de forskellige typer af produkter og services.

Pris

Prisen på lokaler er naturligvis vigtig. I de undersøgte områder har man ofte valgt den pågældende lokalitet, fordi det var det billigste lejemål i forhold til andre egnede lokaliteter. For mange af de undersøgte virksomheder var alternativer enten lokaler i bymidten, eller – for nogle af de rammeforbrugende virksomheder – lokaler i erhvervsområder med gode trafikale forhold, men uden den særlige lokale effekt. I begge tilfælde spillede de noget lavere priser i de pågældende områder dog også en vigtig rolle.

Spørgsmålet er, hvorledes prisniveauet udvikler sig i takt med den gentrificering de pågældende områder gennemløber. Overraskende nok, var der ingen af de interviewede virksomheder, der pegede på stigende prisudviklinger, som følge af området's øgede attraktivitet, som et problem. Dette skyldes nok først og fremmest, at de fleste har aftaler, der rækker en årrække frem.

Ingen af de besøgte virksomheder ejer selv de lokaler, de bebor. Der er tale om lejemål. I nogle af virksomhederne er der et godt samspil med bygningsejere, der gerne ser de forbedringer de pågældende virksomheder foretager i bygningen. Men i de fleste tilfælde er der intet særligt samspil mellem lejere og ejere.

Trafik

Trafikal tilgængelighed er af betydning for næsten alle de besøgte virksomheder, såvel de rammeskabende som de rammeforbrugende. Det gælder dels specialbutikker, der henvender sig til kunder fra et større område og det gælder inden for reklame og IT, hvor kunderne som regel vil ankomme i biler.

Ingen forudsætter dog optimale betingelser, men man efterlyser, at de gældende regelsæt faktisk overholdes. Det opleves, at der ofte sker ulovlig parkering til gene for de pågældende virksomheders. Én efterlyser en bedre information til beboerne om, hvor vigtigt det faktisk er for erhvervene, at der er adgang med bil. Det kan være svært at skabe forståelse for dette synspunkt, ikke mindst på Nørrebro, hvor mange beboere har en bilkritisk holdning.

Under interviewfasen blev der gennemført nye parkeringsregler i København. Der var stor tilfredshed med, at man søgte at indføre bedre parkeringsregler, men stor utilfredshed med den måde reglerne blev ført ud i livet, og med at erhvervene var kommet i klemme.

Andre virksomheder og arbejdskraft

Ingen af de besøgte virksomheder har nævnt, at samarbejdspartnere eller arbejdskraft har spillet en særlig rolle i forhold til den valgte lokalisering. Alligevel er der en tendens til, at nogle virksomheder har fordel af at ligge i områder, hvor der ligger beslægtede virksomheder. I Århus er der således en tendens til at IT, reklame og medievirksomheder lokaliseres i midtbyen, men det er usikkert, om det alene er signalværdi og image, der er afgørende, eller om der reelt eksisterer et samarbejde virksomhederne imellem. I forhold til butikker inden for design, kultur m.v. er det oplagt, at de tilsammen er med til at udfylde de rammer, de alle er afhængige af. I de tre undersøgte områder har vi konstateret, at der ofte finder et samarbejde sted mellem disse virksomheder. Dette samarbejde er dog som oftest uformelt og kun i ringe grad af økonomisk karakter.

En hårfin balance

I interviewene er det opfattelsen, at hver af de tre kvarterer har nogle særlige kvaliteter, som virksomhederne i området i høj grad er med til at skabe. Der er en oplevelsesrigdom i hvert af områderne, især i området omkring Sankt Hans Torv og i området omkring Brandts Klædefabrik. Der er her erhverv, der lægger vægt på høj kvalitet og som er på forkant med bylivets mere trendy sider.

En sådan udvikling trues fra flere sider. *Mondænisering* kan ligge lige om hjørnet. Man kan stille spørgsmålet, om områdets stigende attraktivitet kan undgå at få indflydelse på priserne – både på boliger og på erhvervslejemål. Boligpriserne er steget betydeligt i de tre områder, man kan næppe undgå at priserne stiger så meget, at den blanding mange efterspørger og anser for en ressource forsvinder. Flere af erhvervene har dog søgt at sikre sig gennem aftaler, der rækker flere år frem i tiden.

Faren for en øget *tivolisering* truer også. Den øgede interesse for områderne kan betyde, at nogle virksomheder tilsidesætter hensynet til den fælles oplevelse af bydelens kvaliteter, og prøver at trække kunder til gennem øgede udbud, plakater, m.v., der klart bryder med omgivelserne.

I København henvises der dels til udviklingen i Nyhavn – og dels til udviklingen i den Indre by. Begge steder gøres der opmærksom på, at manglen på boliger i området betyder, at der er dele af døgnet, hvor der er kedeligt og folketomt. I flere af interviewene fremhæves, at det er meget vigtigt for områderne, at der er en blanding af erhverv, mennesker og boligtyper. Især blandingen af forskellige boligstørrelser bliver fremhævet som et forhold kommunen har mulighed for at styre.

Tilgangen af de forskellige nye erhverv er derimod vanskelig at styre, ud over de bestemmelser der allerede i dag bruges i forbindelse med miljø, størrelse og facader. Det er i høj grad op til de enkelte virksomheder at se sig selv i forhold til bygninger og område. Men man kan bibeholde baggårdslokaliteter bl.a. for de nye mindre IT-virksomheder og til virksomheder

inden for reklame, foto og medier, der ofte vil efterspørge sådanne lokaliteter i kreative og varierede bydele.

Mange af de erhverv, der er publikumsorienterede, tiltrækker og frastøder forskellige slags livsstile. Det er vigtigt, at den rette balance opstår. På den ene side må de forskellige publikumstyper ikke skræmme hinanden væk: det unge publikum må ikke skræmmes væk af det ældre – og omvendt. På den anden side må det ikke blive for ensrettet og kedeligt. En livsstil definerer sig netop ved anderledesheden over for andre livsstile.

Planlægning af kvarterernes erhvervsudvikling

Kan man via planlægning og byfornyelse påvirke erhvervenes udvikling og tilstedeværelse i et område? Og kan man påvirke udviklingen af hele bykvarterer ved at benytte erhvervenes tilstedeværelse? Kan dette ske mere bevidst?

Igennem denne analyse er det blevet vist, at forskellige typer af erhverv kan have stor betydning for et bykvarter.

Nogle erhverv spiller en helt afgørende rolle for det visuelle udtryk, og kan dominere hele gaden. Andre er medspillere, som er med til at fylde gadenummeret ud, og skabe liv, enten ved egen deltagelse, eller fordi de trækker kunder og besøgende til området. Nogle skaber historier og giver identitet til et område. Endelig kan der være arbejdspladser – og servicetilbud, som også beboere i et område kan sætte pris på.

Men det er måske nok så meget bidraget til beboeres og besøgendes oplevelse af bykvarteret, der kan være vigtig. Spørgsmålet er da, om det er muligt at sætte erhvervene mere i spil, at udnytte deres bidrag bedre i en byudviklingspolitik? Har kommuner mulighed for at få de rigtige erhverv i spil, og rejser specielt byfornyelsen nogle muligheder for at styrke en bestemt udvikling?

Denne undersøgelse bekræfter en anden undersøgelse, som Statens Byggeforskningsinstitut har foretaget for By- og Boligministeriet. Byfornyelse synes at være et særdeles effektivt redskab, til at præge udviklingen i bestemte bydele og kvarterer. Denne påvirkning sker på mange planer. Dels selve den fysiske indsats, dels den proces, der skaber nye forestillinger om, hvad det fremover er muligt at få til at ske.

Set ud fra det helhedssyn, som et kvarter repræsenterer, er der især mange muligheder, hvis fornyelsen retter sig mod byens synlige udtryk. Dvs. mod facader og gadens inventar.

En kommune sætter også sit tydelige præg på et område gennem en række andre indsatser. Undersøgelsen tyder på, at der er store muligheder for at påvirke den konkrete udvikling, hvis disse tiltag rettes ind, så de peger frem mod en bestemt vision.

De tre områder

De tre områder repræsenterer forskellige muligheder og måder, hvorpå kommuner kan forsøge at styre udviklingen.

I området ved Brandts Klædefabrik er omdrejningspunktet kulturinstitutionen Brandts Klædefabrik. I sig selv et projekt, hvor bygningssærpræg, historie og identitet er kommet i samspil med kultur og erhverv, og hvor kulturen er anvendt dynamisk til at sætte skub i en erhvervsudvikling og til en opkvalificering af hele området. Byfornyelsen i Dideriksens karré forsøges indplaceret i et tæt samspil med de muligheder Brandts byder på. Man vil trække en kulturstreng på tværs af Brandts Klædefabrik. I den ene ende Dideriksens karré – i midten det nuværende Brandts Klædefabrik – og i den anden ende, den nye udvidelse af Klædefabrikken. Kommunen går således massivt ind på begge sider af Brandts.

På Sankt Hans Torv er byudviklingen langt fremme. Torvet og det nærmeste område er slået igennem som trendy. Det er i høj grad selvgroet, men meget tyder på, at byfornyelsesindsatsen i lejligheder og gårde – og ikke mindst fornyelsen af Torvets samlede udformning og gadernes inventar til-

sammen har været vigtige forudsætninger for den udvikling, der er sket de seneste år.

Kommunen og bydelsrådet ser nye muligheder i, at Guldbergsgade i højere grad fyldes med kulturtilbud og ser gerne, at der kommer yderligere erhverv, der er relevante i denne sammenhæng. Der er således blevet etableret en biograf i et ældre værkstedskompleks 200 m fra Sankt Hans Torv, og man ser gerne livet trukket endnu længere ned ad gaden.

Den kommunale indsats strækker sig fra en rolle som medspiller ved at give bevillinger og rydde op, til at følge op eller gå i spidsen med investeringer i pladser, inventar o.l.

I Århus er moderniseringen af Jægergårdsgade ikke så langt. Her har kommunen sørget for renovering af gadebelægning og inventar, og gaden har fået nye butikker, der ser ud til at have det specielle udseende og koncept, der kunne ligge til grund for dannelsen af en ny kreativ gade. Der er en gadeforening og et samspil mellem de nye butikker. Måske er det lettere at finde og få aktørerne i spil, hvis der er en gadeforening. Den kommunale indsats er at investere i gadens inventar, gerne i samspil med gadeforeningen.

Planlægning af kvarterernes erhvervsudvikling

Fysisk planlægning: Kommuneplaner og lokalplaner

Traditionelt kan en kommune påvirke tilstedeværelse af erhverv gennem kommuneplanens udlæg af erhvervsarealer fulgt op af en lokalplans nærmere bestemmelser. Men det er vanskeligt at formulere planbestemmelser, der rækker ud over hensyn til miljøbelastning, og det er lettere at bruge kommuneplan og lokalplan til at styre udviklingen, når der skal bygges op fra bar mark, end når der er tale om gamle bykvarterer med en blanding af boliger og erhverv.

Det er muligt at sætte restriktioner samt at muliggøre en udvikling, men man kan ikke tvinge handling igennem. Man kan lave anvendelsesbestemmelser, der siger hvilke typer af virksomheder, man gerne vil have, men ikke skelne særlig detaljeret. Inden for detailhandel skelnes f.eks. kun mellem udvalgsvarer og dagligvarer eller i forhold til arealforbrug, og facadelængder. I Købehavn blev disse bestemmelser anvendt i 70'erne og 80'erne, da bankerne bredte sig på strøggaderne. Om det havde nogen virkning er dog usikkert. Udviklingen kom planlægningen i forkøbet med fusioneringer og filiallukninger som følge af øget konkurrence på kapitalmarkedet.

I interviewet med planlæggere fra Københavns kommune fremhæves det, at planlægningen har skiftet karakter siden 70'erne, idet man i dag regulerer mere i detaljen, hvilket ikke altid sikrer fleksibilitet i planlægningen.

Facader og skilte

I lokalplaner kan der være bestemmelser, der retter sig mod bygningers visuelle udtryk, først og fremmest i forbindelse med bebyggelsesplaner, højde, type af bebyggelse, bestemmelser om materialevalg, taghældninger, etc. Ved særlige bebyggelser eller bevaringsværdige bygninger kan der også være bestemmelser, der sikrer facaden.

Imidlertid er der også andre måder, kommunerne søger at påvirke bygningernes visuelle udtryk på. I Købehavns Kommune har man således udsendt en rapport om bevaringsværdige bygninger, og i mange kommuner har man i forlængelse af arbejdet med Byatlas, sat fokus på byens bevaringsværdige – eller særlig identitetsskabende bygninger.

Selv om disse arbejder ikke er fulgt op af operationelle retningslinier og bestemmelser, er det indtrykket, at de kan have en vis indflydelse. Der efterspørges måske i højere grad rådgivning og forhandling, frem for rigide planbestemmelser.

Det er således lidt overraskende, at både planlæggere og erhverv alle er enige om, at facader, vinduer og skilte spiller en så stor rolle, og at den bedste styring foregår via udmeldninger om visioner, hensigter og gode eksempler suppleret med rådgivning, fremfor i form af snævre bestemmelser. Virksomhederne er ofte bange for, at bestemmelser kan blive for snævre og for rigide, således at de let kommer til at spænde ben for projekter, der faktisk kunne være til nytte for hele området.

Infrastruktur, trafik og parkering

Udbygning af infrastruktur, herunder trafikal betjening, er et vigtigt middel. I bymidter kan parkeringspolitik være et vigtigt værktøj over for nogle erhverv. I denne undersøgelse er der ikke fokuseret specielt på parkeringsforhold, men i perioden hvor undersøgelsen fandt sted, indførte man i København nye parkeringsregler på brokvarterene, herunder for området omkring Sankt Hans Torv. Flere af virksomhederne havde store problemer både med virksomhedens egne biler, som det var tilfældet med en VVS-virksomhed, med ejernes – og især med kunders biler.

I Århus var en del af forretningerne i Jægergårdsgade og på M.P. Bruuns Gade placeret netop ud fra den forudsætning, at kunder kunne køre til butikkerne. Men store parkeringsanlæg ville ikke høre hjemme i de pågældende gader.

Også i Odense var der problemer i forbindelse med aflæsning af varer til forretningerne.

Formidling af erhvervssamarbejde og markedsføring?

I et af interviewene fremholdes, at kommunen kunne hjælpe virksomheden ved at støtte events, f.eks i forbindelse med designbegivenheder. Oftest samles sådanne erhvervsrelaterede kulturbegivenheder, som kommunen er medspiller i, i den centrale by. Men der kunne være en god idé i at trække noget ud i de områder, hvor der rent faktisk er mange designforretninger og designværksteder. I de undersøgte områder havde nogle af virksomhederne en vis form for samarbejde. I nogle kommuner er det også et af de områder, man går ind og støtter via kommunale – eller kommunalt støttede erhvervskontorer og erhvervschefer.

Andre opgaver kan være forsøg på at tiltrække forskellige erhverv, eller betjening af de eksisterende erhverv i forbindelse med afsætning, markedsføring, ny teknologi og innovation, samarbejdspartnere m.v. Også hjælp i forbindelse med fremskaffelse af adækvate lokaler kan indgå i det lokale arsenal af hjælpemidler.

Den daglige drift

Den daglige drift af et område er en vigtig faktor for den fremtidige udvikling. På den ene side over for erhvervene – på den anden over for beboerne. Skæmmende udseende er en stærkt negativ faktor, hvad enten det er nedslidte bygninger, graffiti, affald efter begivenheder eller for mange henstillede cykler. En hurtig opretningsindsats, når behovet opstår, er her vigtigt. Dette ligger uden for den traditionelle byplanlægnings og byfornyelses ressort, oprydning og vedligeholdelse er derimod væsentlige elementer i byledelse og byudvikling. I denne sammenhæng er det endvidere værd at bemærke, at politivedtægten ofte er dér, den enkelte virksomhed møder begrænsninger i forhold til events. Politivedtægten bør derfor ses i sammenhæng med de intentioner en byledelse har for et område.

Byfornyelsens muligheder

Byfornyelse omhandler i første omgang forbedring af bygningers tekniske standard mht. facade, tag og konstruktion og af boliger, der er af for ringe

standard mht. sanitære eller tekniske forhold. I visse tilfælde kan der i byfornyelsen ændres ved lejlighedsstørrelsen, således at mindre lejligheder kan slås sammen. Lejlighedsstørrelse og boligens tekniske standard kan have stor betydning for, hvilke beboere der tiltrækkes.

I de seneste år har Københavns Kommune givet beboere mulighed for at overtage lejlighederne som andelsboliger. Også dette har haft indflydelse på den sociale og kulturelle sammensætning af beboere.

Endelig har man via den helhedsorienterede byfornyelse også mulighed for at støtte forbedring af byens inventar i form af forbedringer af gadebelægning, pladser m.v. Opgaver, hvor kommunerne selv har tradition for at være aktiv. Både i Jægersgårdsgade og på Sankt Hans Torv er der investeret i ny belægning, mest omfattende på Sankt Hans Torv hvor selve torvet blev anlagt i begyndelsen af 90'erne. Fornyelse af byens pladser og gadens inventar kan være en effektiv måde at være med til at sætte en udvikling i gang. Alene det at man påbegynder en renovering sender nogle kraftige signaler.

Baggårde

Der er lang tradition for erhverv i brokvarternes baggårde. Det har været en vigtig opgave for byfornyelsen at forbedre levevilkår for beboere tæt ved miljøbelastende virksomheder gennem en hensigtsmæssig udflytning af disse erhverv. I denne undersøgelse er der flere eksempler på, at lokaler i erhvervsbygninger i baggårde kan udgøre gode lokaliseringer for mindre IT virksomheder og for andre virksomheder, inden for det erhvervskompleks, der er ved at opstå mellem IT, kultur og medier, herunder reklame og foto. Kan prisen holdes på et lavt niveau, er der gode muligheder for at tilføre et område sådanne virksomheder.

I interview med en ejendomsmægler henvises til projekter med erhverv i gårde på Østerbro i København, hvor gamle baggårdsbygninger er renoveret meget flot med glas, parketgulve og fritliggende loftsbjælker. Det er vedkommendes vurdering, at der er rigeligt med baggårde tilbage i København. Også en IT-virksomhed på Nørrebro og en byudvikler omtalte muligheden for at bruge de ældre erhvervsbygninger til nystartede IT virksomheder, der vil kunne have stor gavn af at ligge tæt ved hinanden. Der kan være mange kvaliteter ved disse bygninger, bl.a. historie og identitet.

Visioner

I de to af områderne er udviklingen mere eller mindre selv vokset, om end kommunens aktiviteter har været centrale elementer i denne udviklingsproces. Dette er mest tydeligt på Sankt Hans Torv, hvor kommunens investeringer i omdannelsen af Sankt Hans Torv, samt den øvrige byfornyelse i gårde og boliger har været vigtige forudsætninger for den udvikling området er ved at gennemløbe. Der har ikke været en egentlig plan, der har fokuseret eller udstukket den udviklingsvej, der faktisk er blevet resultatet.

Alligevel har der været en vision, der i høj grad er blevet dannet af de enkelte aktører. De fleste erhverv ser egen virksomhed i forhold til de nuværende og de fremtidige betingelser og fokuserer på samspillet med områdets øvrige aktører: Forretninger, erhverv, beboere og besøgende.

I Jægergårdsgade i Århus og i Elmegade på Nørrebro har nogle af de handlende haft en fælles vision, mere eller mindre klart udtrykt, men i hvert fald klart efterlevet. Og i begge tilfælde har man haft kontakter erhvervene imellem. Men diskussionerne har ikke nødvendigvis handlet om denne vision, men i højere grad været en slags påvirkning af hinanden i relation til gode og dårlige løsninger. Det er overraskende, at visioner spiller en så vigtig rolle, til trods for at de ikke er blevet formuleret konkret. Visionens rolle minder her om den måde hvorpå en livsstil kan påvirke mennesker: Det er ikke noget der tales om, men noget der alligevel er ret afgørende for den måde folk handler på.

Men visioner kan bringes i spil. Og en kommune kan gå ind og søger at påvirke dannelsen af visioner. Det er dog ikke en proces, der er uden problemer, idet flere af erhvervene ikke ønsker kommunens indblanding på dette punkt. Der er på den anden side nogle erhverv, der efterlyser processen og mener, at det kan være en vigtig måde at få de forskellige erhverv og andre aktører til at foretage dispositioner, der trækker i samme retning.

Narrativitet

I undersøgelsen er vi også stødt på forhold, der kan synes luftige, men alligevel kan spille en vigtig rolle. Historier og bevidsthed om et område er et væsentligt aktiv for den måde området selv – og andre opfatter det på. I andre undersøgelser, som Statens Byggeforskningsinstitut har gennemført, er negativ omtale og stigmatisering blevet fremhævet som særdeles vigtige, at sætte ind over for, hvis man ønsker at ændre en negativ udvikling i et boligområde (Skifter Andersen).

Det samme, om end med omvendt fortegn, gør sig gældende for de undersøgte bykvarterer. Er der positive historier og omtale af aktiviteter, bygninger, personer etc. i et område, er det muligt at udnytte det til imageopbygningen. I flere af interviewene omtales vigtigheden af positive omtale, af begivenheder og i denne sammenhæng af pressens aktive medvirken.

Hvordan udnytter man historien offensivt? Arbejdet med byatlas og registrering af bevaringsværdige bygninger har mange steder været et godt udgangspunkt. Men at selv negative begivenheder senere kan anvendes offensivt og positivt er der også eksempler på. Det er tilfældet på Sankt Hans Torv, hvor gadekampe efter EU afstemningen i maj 1983, gjorde området kendt. Blandt de lokale er det opfattelsen at dette, sammen med den fornyelse der var i gang i området, der har været med til at skabe den positive udvikling området sidenhen har gennemløbet.

Byfornyelse og nye koncepter?

I en række af de forretninger vi har besøgt, er det typisk, at indehaverne ser deres eget produkt i en større sammenhæng. Mest tydeligt ses det i den århusianske café, bageri og specialforretning, hvor kerneproduktet, en særlig fremstilling af brød, kædes sammen med cafévirksomhed og med salg af andre specialiteter, alt sammen i et ganske koncist design, der fremhæver principperne bag produktet. Det er en oplevelse ud over det sædvanlige at være kunde. I andre af de besøgte forretninger kan det være køkkentøjet, der ses kædet sammen med undervisning og servering, brugskunst, der gerne må opleves i brug, f.eks. til servering, og design, der leveres i stilistiske rammer, der nøje understreger oplevelsesaspektet. Også hos den moderne frisør er det oplevelsesmomentet – også uden køb – der er et afgørende element i ejerens koncept.

I de pågældende gader er det interessant, at de forskellige virksomheder ikke hver for sig kan skabe de rammer og betingelser, der skal til for at opfylde deres behov. Men tilsammen kan de, hvis de kan finde ud at virke sammen, rent faktisk virkeliggøre konceptet.

Samme tendenser ses andre steder i byen. Typisk for udviklingen i disse år er etablering af store indkøbscentre, der kombinerer indkøb og oplevelse. I København senest med Fisketorvet ved Havnepromenaden. Her er det udviklere, der har sørget for den fælles ramme, og for at virksomhederne i et vist omfang finder deres plads i det fælles koncept. I modsat fald kan indkøbscenteret gribe ind.

I mange af de bykvarterer, hvor byfornyelse finder sted, er situationen en ganske anden. Oftest er der tale om, at mange forskellige virksomheder skal samarbejde. Der er ikke på forhånd givet bestemte signaler om koncepter, man kan genfinde sig i. Alligevel er det oplagt, at disse områder har poten-

tialer, der langt hen ad vejen kan konkurrere med de nye indkøbscentre. Den historiske dimension, facader og autenticitet, den "naturlige" variation med blandingen mellem forretninger og de nye producerende erhverv er her bykvarterernes trumfkort.

Byfornyelsen kan her have en nøglefunktion. Hvad enten der sættes ind med mindre projekter i form af forbedring af gadens inventar, fornyelse af facader eller gennemgribende fornyelse af bygning og installationer, kan indsatsen bruges til at få en større udviklingsproces igangsat. Byfornyelsen kan sætte de processer i gang, der skaber både visioner, engagement og forankring – og egentlige forbedringsarbejder af bydelens inventar og bygninger. Undersøgelsen viser, at erhvervene spiller en afgørende rolle for en gades visuelle udtryk og for dannelsen af hele den oplevelsesrigdom byboere og besøgende synes at efterspørge i disse år. Via byfornyelsen har man gode muligheder for at få disse ressourcer i spil, og herigennem for at præge bykvarterer i en udviklingsretning langt de fleste oplever som positiv.

Inddragelse af aktører

Samarbejdsfora – skabe dialog

Dannelse af visioner er altså et centralt redskab i omdannelsen af byen. Det at kunne se bestemte træk, bestemte ønsker og bestemte muligheder er en afgørende begivenhed i en bydels udviklingsforløb. Det er her byens fysiske udtryk bliver særlig vigtigt, fordi de fysiske udtryk er lettere at forholde sig til og kommunikere om, og man derfor får flere i tale. Spørgsmålet er så, hvem, der skal formulere byens visioner. Der er en klar tendens til, at visioner ikke kun er noget der opstår hos kommunens politikere og planlæggere. Den engelske byplanforsker Patsy Healey taler i denne forbindelse om Collaborative Planning (Healey, 1997) – altså en planlægning hvor byens aktører deltagere i udviklingen af visioner.

Men hvem er så bykvarterets aktører? I de tre områder kan vi udskille boligselskaber og beboere – både ejere og lejere, erhvervsbygningsejere og lejere, byudviklere/investorer, offentlige forvaltninger/institutioner, foreninger, samt byens professionelle byudviklere inden for byfornyelse og byplanlægning.

Inden for erhvervsudlejningsområdet findes forskellige typer af udlejere:

- Enkeltpersoner, der har en udlejningsbygning af private grunde
- Private investorer, der især ser på forrentningen
- Andelsboligforeninger
- Boligselskaber (f.eks. Norden)
- Pensionskasser
- Ejendomsselskaber.

I de tre forskellige områder, som denne undersøgelse omfatter, er vi især stødt på de tre første typer. Ejerne er naturligvis af central betydning i forbindelse med byfornyelse, men ofte er det erhvervslejerne, der selv står for fornyelse og forbedring af de lokaler de lejer. Flere af de besøgte virksomheder har således foretaget større investeringer i ombygning og forbedringer.

Virksomhederne kan spille en vigtig rolle i formuleringen af visioner – og ikke mindst for visionernes virkeliggørelse. Konkret har vi blandt de besøgte virksomheder fundet personer, der har forsøgt at præge områderne med hensyn til facader og signalværdi, og i relation til byfornyelsen har det især været virksomhederne, der har haft interesse i gaderummet og deres eget udtryk i dette, mens beboerne generelt har været mere optaget af gårdrummet og det indvendige. Man kan sige, at det for forretninger er væsentligt at præsentere sig i gadens rum på en måde, der netop henvender sig til deres kundegrupper.

Et vigtigt spørgsmål er, hvorvidt det er muligt at få erhvervsudlejere til at interessere sig for, hvem der bliver lejere. Der antydes her, at man måske kan skabe en øget opmærksomhed, men at det er svært. Dette ses blandt andet i forbindelse med Brandts Klædefabrik, hvor udlejerne er interesseret, i at erhvervslejemålene skal passe sammen. Det har blandt andet medført, at man i begyndelsen ikke ønskede butikker af samme slags i Brandts Klædefabrik. Til trods for opmærksomheden, mener flere af de interviewede imidlertid ikke at man er kritisk nok med hvem man udlejer til. Flere forretninger lukker meget hurtigt igen, og der er aktiviteter, man slet ikke synes hører hjemme i Klædefabrikken.

At naboens visuelle udtryk spiller en vigtig rolle fremgår også af et eksempel fra Sankt Hans Torv, hvor en af de besøgte virksomheder i længere tid lejede en naboforretning, indtil en lejer med et koncept for indretning og eksteriør, der passede sammen med forretningens, kom på banen.

Beboere og erhverv kan godt mødes. Men der er også konflikter. I materialet er vi især stødt på sådanne i forbindelse med parkering og trafik samt i forbindelse med støj og lugt. Nogle af disse konflikter er det vanskeligt at se lette løsninger på.

Offentlige kontorer og forvaltninger kan også spille en rolle i et bykvarter. I to af de undersøgte områder har socialforvaltninger eller kirkelige institutioner varместuer og mødesteder for socialt vanskeligt stillede. I begge tilfælde er det lykkedes at få erhverv og beboere til at acceptere disse aktiviteter.

Endnu er den gængse opfattelse i områderne, at alle hører til i området, men man kan frygte, at en fortsat gentrificering kan have som konsekvens, at de pågældende befolkningsgrupper helt forsvinder ud af området.

Af materialet fremgår også, at enkeltpersoner kan spille en meget vigtig rolle. Både når gener går over til egentlige konflikter, i formuleringen af visioner, og i relation til egentlige realiseringsprojekter. Det kan derfor være hensigtsmæssigt at forsøge at etablere netværker af aktører, der kan danne grundstammen i initiativer i forhold til udvikling af et bykvarter.

I anden sammenhæng har Statens Byggeforskningsinstitut gennemført forskningsprojekter, der har peget på selektiv brugerinddragelse som en brugbar metode. Resultaterne i nærværende analyse bekræfter de muligheder en sådan form for brugerinddragelse indebærer. Problemer med netværker knytter sig først og fremmest til, at de ofte er selektive i forhold til interesser – og at den aktivitet, der foregår i netværkerne, er skjult for andre.

I forbindelse med byfornyelse og byudvikling synes det som om, der er muligheder for at imødegå disse uheldige effekter. Hvis byfornyelsens planlæggere og forvaltere kender et område, har de mulighed for at få de væsentligste interesser og personer inddraget. Og bl.a. via de nye medier, som internettet, er det muligt at skabe en høj grad af gennemskuelighed i den dialog og i de overvejelser, der gøres i netværket. Man kan så at sige lade offentligheden se med over skulderen på netværkets aktører.

Men forudsætningen er altså, at de professionelle byudviklere kender kvarteret og kvarterets aktører. I praksis har det vist sig, at dette kendskab er noget, der kan udvikles over tid. Det kan være en god ide at starte med mindre og overskuelige byfornyelsesprojekter, således at der opbygges kendskab – og således at de forskellige aktører får tillid til hinanden.

I Århus er der gadeforeninger for erhvervene mange steder. Det er der også på Frederiksbjerg, bl.a. for Jægergårdsgade og for Bruuns Gade. I de to andre områder er der ikke tilsvarende lokale foreninger for erhvervene. På Nørrebro er der en handelsforening, der retter sig mod hele bydelen – og i Odense er der en handelsforening for hele midtbyen.

I disse to områder er de fleste af undersøgelsens virksomheder noget tilbageholdende med deres aktive medvirken. I Odense er dog en af undersøgelsens virksomheder meget aktiv i foreningen.

Erfaringerne fra Århus taler for, at dannelse af gadeforeninger kan være en hensigtsmæssig måde at få erhverv inddraget i arbejdet med at udforme en bypolitik for et område.

Perspektiver – også for andre bykvarterer?

Denne undersøgelse omhandler samspil mellem bykvarter og erhverv i tre områder, der alle ligger i de ældre brokvarterer i henholdsvis København, Odense og Århus. Set i forhold til den moderne by betyder det, at de ligger relativt tæt ved bymidterne. Og det betyder, at de har meget lidt til fælles med mange af de forstadsbebyggelser, hvor behovet for en positiv byudvikling kan være stort. Kan nogle af erfaringerne bruges i forstaden?

For det første er det nok vigtigt at holde sig for øje, at hver by og hver bydel har sin helt egen kontekst, som initiativer så at sige skal sigtes igennem. For det andet bekræfter undersøgelsen endnu engang, at byfornyelse kan være et særdeles aktivt redskab i en bypolitik. Grebet rigtigt an kan det sætte en positiv udviklingskæde i gang, der økonomisk involverer langt flere private midler end offentlige. Men kæden har mange led, og det kræver gode evner og kompetencer hos byudviklerne at få alle relevante instanser og aktører i spil på en hensigtsmæssig måde.

En stor del af denne undersøgelse handler om, at de fysiske rammer er uhyre vigtige. Det visuelle miljø har en stor indflydelse på hvordan brugere af et rum – en plads, en gade, en baggård, et kvarter – oplever det. Der signaleres utrolig meget gennem byens arkitektur. Men med arkitektur forledes vi let til at opfatte det fysiske rum i dimensioner, hvor den kunstneriske oplevelse kommer i fokus. Set som et redskab i byudvikling eller bypolitik, er det imidlertid ikke den kunstneriske dimension, der er vigtig. Det er derimod den byhistoriske dimension i den måde bygninger, veje, pladser ser ud på, og deres massive signaler om fortid, nutid og fremtid, som har afgørende betydning. Dette gælder uafhængig af typen af bykvarter. Det betyder bl.a., at en hurtig indsats mod skæmmende udseende må stå meget højt på indsatslisten. Både i det lange løb, og når skæmmende udseende opstår pludseligt, f.eks. i forbindelse med graffiti og hærværk, og i forbindelse med det rod og affald, der følger i kølvandet på arrangementer og publikumssuccesser på cafeer, værtshuse, pizzeriaer, m.m.

Erhverv er særlig interessante som medspillere i forhold til facader og signalværdi, herunder særlig det vi i denne undersøgelse har kaldt de rammeskabende erhverv, f.eks. forretninger og cafeer. De er så at sige nødt til at spejle sig i omgivelserne eller se deres eget koncept i forhold til omgivelsernes fysiske udtryk.

Også forhold som omtale – eller narrativitet – betyder meget. Det er kendt, at et område let kan stigmatiseres af negativ omtale. Lige så vigtig synes positiv omtale at være. Der skal altså meget gerne kunne fortælles historier om noget positivt i området. Det kan være om forbedringer af det fysiske miljø. Det kan være om personer – og især kan det være om personer, der i forvejen er kendt positivt i offentligheden. Den lokale presse kan spille en nøglerolle i denne sammenhæng. Men alle der kan bidrage til at få historierne ud i offentligheden kan være vigtige. Mange kommuner har gennemført arbejde med Byatlas, dvs. registreret bygninger, som man synes fortjener særlig opmærksomhed og måske bevaring. Det har i mange byer givet et rigtigt godt kendskab til byens fysiske inventar, det har fået nogle af fremtidens vigtige medspillere på banen og det har været med til at skabe fortællinger – og dermed identitet – om elementer i byen.

Variation og oplevelse har også appel ud over brokvarterene. Kultur og begivenheder kan være vigtige elementer alle steder, hvor man ønsker at skabe identitet og aktivitet. Betoningen af den vigtige variation mellem erhverv kan også have betydning andre steder end i brokvarterer.

Erhvervene er principielt positive medspillere, fordi langt de fleste erhverv vil profitere af, at en positiv udvikling stimuleres, og fordi de principielt er nødt til at opfatte og fokusere på den måde, de falder ind i en gades funktionelle og visuelle miljø. Det har nemlig betydning for deres omsætning. De vælger så at sige en klædedragt, der skal skaffe flere kunder i butikken. Og klædedragten skal på en eller anden måde spille sammen med – eller i mod – omgivelserne.

Skabelsen af visioner er vigtig. Ikke forstået på den måde, at en ekstern myndighed – eller part – skal præsentere en vision. Men det er vigtigt, at byens og områdets aktører selv danner en vision. Dannelsen af en vision er en frugtbar måde at få optegnet nogle mulige fremtidsbilleder. Visionen trækker nogle konturer op i nogle omgivelser, der ellers let kan virke udtværet og flydende. Det er tale om en form for fremtids bench-marking.

Selve denne dannelse af visioner er en proces, hvor det ofte er nogle få personer, der både har kompetencen (evnen til at se realistiske visioner) og evnen til samarbejde, der igangsætter processen.

Der ligger en stor opgave for byudviklere i at få sådanne medspillere på banen.

Sankt Hans Torv på Nørrebro, København



Kort 1. Kort over Sankt Hans Torv-området, Nørrebro. Undersøgelses område er indrammet i sort.

Byfornyelse og byomdannelse

Sankt Hans Torv havde reelt ikke karakter af et torv før omlægningen i 1992/93. Torvet kunne på det tidspunkt nærmere beskrives som et trafikknudepunkt præget af trafikkøer, støj og vanskelige forhold for fodgængere. Omdannelsen af torvet medførte, at stykket ud for Elmegade mod Nørre Allé blev lukket for trafik og omdannet, således at området fik karakter af en egentlig plads. På pladsen opførtes Jørgen Haugen Sørensens skulptur "Huset, der regner", der i høj grad har været med til at give pladsen en selvstændig identitet. Omdannelsen blev finansieret af Statens Kunstfond og Københavns Kommune med et mindre tilskud fra Foreningen til Hovedstadens Forskønnelse. Der blev således ikke givet tilskud med udgangspunkt i lov om byfornyelse til omdannelsen.

De tre store gader omkring torvet fungerer stadig som brede indfaldsveje til Nørrebrogade, mens de øvrige veje har karakter af lokalveje. Elmegade er desuden omdannet til busgade. Selve torvet fremstår i dag som et velfungerende byrum afgrænset af pæne velholdte bygningsfacader i fem etager. Pladsen fungerer som lokalt mødested og anvendes i stor udstrækning af områdets cafégæster.

Selve omlægningen af Sankt Hans Torv og trafiksaneringen af Indre Nørrebro skete i en periode, hvor der var meget fokus på at lave stilleveje. Disse indebærer at fredeliggørelsen skulle ske efter fikserede standarder udlagt af vejmyndighederne. I forbindelse med omlægningen af Sankt Hans Torv prø-

vede man imidlertid at lægge op til, at en trafiksanering i brokvarterne ikke nødvendigvis skulle udføres som i yderkvarterne; der skulle være større fokus på en forbedring af byens pladser end på at lave stilleveje. Man lavede en del pladser i Indre by, men besluttede også at tilgodese brokvarterne, bl.a. på Sankt Hans Torv, og Vesterbro Torv. Man ønskede fra kommunens side at synliggøre forbedringen af disse områder og valgte blandt andet Sankt Hans Torv fordi man skulle have placeret kunstværket, der oprindeligt skulle have stået i Prins Jørgens Gade på Nørrebro.

De mange penge, der er brugt på byfornyelse, er meget lidt synlige i gadebilledet. I den sorte firkant foretog man en offentlig investering i byfornyelse og nybyggeri i milliardklassen. Da man skulle lave trafiksanering havde man 15 mio. til at gøre noget ved gaderne, herunder også Blågårdsgade. Man kan således sige, at der var et misforhold mellem de mange penge, der blev brugt på bygningsmassen, og de meget få til gaderummene, som er langt mere synlige. Omlægningen af Sankt Hans Torv var et forsøg på at foretage en synlig investering i gadens inventar.

Karreeerne i området omkring Sankt Hans Torv har over en næsten 20-årig periode gennemgået en omfattende byfornyelse. De enkelte karreer er renoveret enkeltvis og uafhængig af hinanden med undtagelse af Egegadekarreen. Den byfornyelse, der har fundet sted i området, kan karakteriseres som en massiv byfornyelse, således at næsten alle ejendomme og baggårde er blevet renoveret og ikke kun de dårligste. Området fremstår i dag som tilnærmelsesvis færdigrenoveret.

Byfornyelsen har primært haft karakter af bevaring af randbebyggelsen med enkelte og spredte nedrivninger og efterfølgende infill-byggerier, mens de fleste baghuse og baggårdserhverv med tiden er nedrevet. Der har dog ikke været tale om massive nedlæggelser af erhverv i relation til byfornyelsen, da mange erhverv i gårdene var ophørt inden byfornyelsen kom i gang.

I den handlingsplan for Indre Nørrebro, der i 1979 blev udarbejdet i forbindelse med saneringen af den meget omtalte "Sorte Firkant", blev der lagt op til en koordineret og integreret saneringsproces i hele bydelen, og således var en helhedsfornyelse også planlagt for området omkring Sankt Hans Torv. Fornyelsen af området omkring Sankt Hans Torv blev dog ikke en metodemæssig fortsættelse af helhedssaneringen, men derimod en karrévis massiv fornyelse. Omdannelsen af området har for alle karreeerne taget afsæt i den første lov om byfornyelse vedtaget i 1982, som erstattede de tidligere saneringslove¹.

Ahorngadekareen er byfornyet med bibeholdelse af erhvervene, og der er desuden foretaget byfornyelse i Elmegade/Egegade-kareen. Her var dog ikke erhverv af betydning. I den store karré mellem Fælledvej og Elmegade er der en del erhverv i gården. I karreen mellem Sankt Hans Gade og Tagensvej er der også en del erhverv i gårdene. Her ligger desuden i et baghus den private forening Københavns Miljø- og Energikontor, der får offentlig støtte. I denne karré er der planer om at placere en uddannelsesinstitution.

Det kan bemærkes, at det i et nyt boligpolitisk debatoplæg fra Plandirektoratet i Københavns Kommune foreslås, at der fremover fokuseres på klimaskærmene og gårdanlæggene, og at det indvendige baseres på frivillighed. Det foreslås desuden at forsøge at trække en højere grad af medfinansiering ind (Københavns Kommune, 2000).

¹ Saneringslovene fra 1959 og 1969. Den nye lov adskiller sig fra de tidligere primært på to områder; dels ændres navnet til det mere positivt ladede "Byfornyelse", og dels indføres der krav om inddragelse af ejere og lejere i planlægningen og gennemførelsen af selve byfornyelsen. Ingen af byfornyelsesbeslutningerne for området er vedtaget under byfornyelsesloven fra 1997, hvor der skal inddrages større og mere helhedsorienterede vinkler på byomdannelsen.

Områdets erhverv

De fire karreer, der udgør undersøgelsens område, indeholder tilsammen 94 erhvervsvirksomheder. Af disse virksomheder udgør handel m.v. 53 pct. og privat service 30 pct. Området har ifølge strukturundersøgelsen (Storgaard, Pedersen & Jensen, 2001) haft en ganske stor tilvækst af virksomheder i perioden fra 1983 til 1999. Denne stigning skyldes især vækst i virksomheder beskæftiget med privat service, men også inden for handel har der været en væsentlig vækst i området omkring Sankt Hans Torv.

Der har generelt været en del erhverv i områder udpeget til byfornyelse i Københavns kommune, der har overlevet bl.a. i kraft af meget lave huslejer. De kan være svære at bevare ved en byfornyelse, der ofte vil få huslejen til at stige eller medføre en nedrivning af billige lejeboliger i baghuse o.l. Det vurderes imidlertid i Københavns Kommune, at den offentlige byfornyelse generelt kun har haft meget begrænset indflydelse på arbejdsplads- og erhvervsudviklingen i kommunen som helhed. For nogle erhvervs vedkommende er der desuden tale om mere generelle udviklingstræk. Et eksempel er automekanikere, hvor branchen har undergået en teknologisk udvikling, der stiller større krav til udstyr og har større miljømæssige konsekvenser, hvorfor baggårde i tæt bebyggede byområder ikke egner sig til lokalisering længere.

Gennem 1980'erne lokaliserede en række store virksomheder sig uden for kommunen, men større virksomheder har i de seneste år igen placeret sig i kommunen, eksempelvis i områder som Sydhavnen. Mindre virksomheder, eksempelvis små designvirksomheder, revisorer mv., ses ofte etableret i tidligere erhvervsbygninger, eksempelvis i Søndre Frihavn i det såkaldte Tulipanen. Også i selve Nordhavnen i pakhuse er der stor interesse fra de nye erhverv for at etablere sig. De nye erhverv af denne type vil gerne ligge interessant. Lokaler ved havnen er attraktive for eksempelvis IT-virksomheder, men der er også høje huslejer. De nye firmaer inden for IT og reklame begynder derfor ofte med at etablere sig i Indre by i tidligere boliger samt i billige lejeboliger i brokvarterne, for så senere, hvis virksomheden udvides, at søge mod større lokaler eksempelvis i de ovenfor nævnte områder. Det nævnes, at der generelt er en tendens til, at det område, hvor ejeren af en virksomhed gerne vil bo, også er det område, hvori han vil placere sin virksomhed.

For få år siden var der et ganske stort volumen af ledige erhvervslokaler i kommunen, der gjorde det muligt at finde lokaler med meget billige huslejer. Denne udvikling er vendt, så det i dag er langt sværere at finde erhvervslokaler med billig husleje. Huslejeniveauet er stigende i takt med, at ledighedsniveauet falder, hvilket giver vanskeligere forhold for nye enkeltmandsvirksomheder.

Det beskrives, at det var i årene 1993–94 at udviklingen i Sankt Hans Torv området tog fart. Efter urolighederne og skyderierne i 1993 kom området på alles læber og der opstod en enorm interesse for området. Området har altid været kontrasternes sted, men gennem de senere år er det rå image trængt tilbage af en mere yuppie-præget kultur.

Omlægningen af torvet har skabt megen opmærksomhed, men det er svært at sige om det liv, der er på Sankt Hans Torv, er en følge af pladsen eller de funktioner, der findes i området. Disse ting understøtter hinanden og man ser noget af det samme liv i Blågårdsgade, om end i mindre omfang.

Der er mange kulturelle virksomheder i området, især fremhæves Café Rust af flere som arnested for mange kulturelle aktiviteter og som et centrum i agglomerationen af musikerhverv ved Sankt Hans Torv. Også den såkaldte Høne-karré (på grund af den kendte Irma-høne i neon), er base for en række musikaktiviteter i form af studier og et stort antal øvelokaler. Disse ting er i høj grad med til at generere et miljø og tiltrækker antageligt andre virksomheder. En kommende biograf indgår som endnu en kulturel tilføjelse til området.

I Elmegade er en lang række mindre specialbutikker åbnet i de seneste år. Tidligere var der mange ubenyttede erhvervslokaler i gaden, mens der nu er kommet tøj- og skobutikker med designvarer samt en del fødevarebutikker i de tidligere tomme lokaler. Sankt Hans Torv-området er i grove træk i dag karakteriseret ved detailhandel, især mindre eksklusive specialbutikker, ejendomsmæglere og cafeer.

Der er ikke mange kontorerhverv på 1. sal i området ved Sankt Hans Torv, men der findes enkelte, også i baggårdene. Der ligger en lokal koncentration af baggårdserhverv i området mellem Guldbergsgade og Nørrebrogade i den såkaldte Bording karré.

Erhvervslokalerne i Københavns Kommune er alle meget ens mht. installationer, men omgivelserne er forskellige, og det er ofte dem et lokale vælges på. I Sankt Hans Torv området bliver alle ledige lokaler, ifølge interview med en erhvervsmægler, hurtigt udlejet på trods af, at priserne er steget voldsomt. Det er de nye beboere og dermed kundegrupper, der gør det muligt for erhvervene at betale den høje leje. De nye beboere er med til at skabe mulighed for at højne kvalitetsniveauet i butikkerne i området. Inden for de sidste år har mange ejendomsmæglere åbnet afdelinger i området, hvilket må ses som et udtryk for den vækst – også i boligpriserne, der har fundet sted i området.

De nye erhverv

De nye typer af erhverv i området findes som nævnt dels inden for detailhandel i form af små specialbutikker, men også inden for kultur og kunst ses en opblomstring. De mest synlige af disse er musikerhvervene, der er meget udadvendte og et markant element i gadebilledet. Også designere, fotografer og filmstudier er repræsenteret. Disse erhverv er umiddelbart sværere at få øje på, men er med til at give hele området et image som stemningsfuldt og kreativt. Også disse erhverv trækker mennesker til området, måske især i form af forretningsforbindelser. Disse erhverv spiller en vigtig rolle for den nutidige udvikling, men har været oversete indtil nu. Elmegade rummer i dag enkelte kunsterhverv i form af gallerier. Det nævnes i denne sammenhæng som et problem, at mange politikere har en forståelse af kunst som afgrænset til ikke-kommercielle aktiviteter, hvortil det indvendes at også tøj og andet design er en slags kunst. Politikernes kunstsyn resulterer i, at sådanne former for kunst ikke betragtes som et indsatsområde. Der efterlyses derfor et opgør med fordommene om den kommercielle kunst.

En enkelt butik af den nye generation er flyttet fra Elmegade. Det drejede sig om en systue, der producerede og solgte skindtøj. Butikken flyttede til større lokaler samt flere og mere pengestærke kunder i Indre by. Det nævnes af en enkelt erhvervsdrivende, at det generelt er et problem, at der i området ikke er nok penge blandt folk til at det er muligt at drive de mere eksklusive butikker med designvarer.

I undersøgelsen indgår ikke fødevarerbutikker, men flere af de interviewede forholder sig specifikt til netop fødevarerbutikkerne. Der er således nogen, der mener, at der i dag er kommet for mange madbutikker i Elmegade med fare for at alsidigheden forsvinder. Adskillige andre nævner dog netop de mange butikker, der sælger mad og brød ud af huset, som positive. De beskrives som havende en høj kvalitet og mange henter frokost i gaden. Der er enighed om, at det ville være ødelæggende for området med en stor dagligvarebutik. Både fordi en sådan ville afvige størrelsesmæssigt fra de øvrige erhverv, og fordi sådanne butikker ofte er kendetegnet ved meget voldsomme skiltninger på facaden.

Erhvervene i et område som Sankt Hans Torv betragtes generelt som skabende et positivt nærmiljø mellem bolig og arbejdsliv. Erhvervene i området fremhæves som et aktiv for byen, fordi der, i modsætning til et typisk forstads kvarter, er en stor alsidighed og et større udvalg på grund af de mange specialbutikker, der nok kun kan eksistere i et midtbyområde. Det skaber et godt liv i området

De små virksomheder har mulighed for at slå sig ned i baggårdene, fordi både pris og størrelse er passende. Det nævnes, at små virksomheder ofte er mere interesserede i lokalområdet og dets udvikling end større virksomheder, der mange gange heller ikke er interesserede i en beliggenhed inde i byen. Her foretrækkes en beliggenhed med rigelig plads og nemme adgangsforhold. De større virksomheder er desuden ikke så afhængige af at ligge i et spændende nærområde som de mindre, der ofte ser fordele i et spændende nærmiljø både i forhold til kundepleje og i forhold til personalets præferencer.

Kvarteret

Der er sket en opblomstring af hele kvarteret omkring Sankt Hans Torv med musik, kultur, cafeer og kunst. Især Elmegade har gennem de seneste år undergået en meget hurtig og omfattende forandring. Der har været en opblomstring af specialbutikker, og gaden er i dag meget søgt af både erhverv og beboere.

Denne udvikling beskrives af samtlige interviewede som særdeles positiv. Området er blevet et attraktivt sted at bo, og der er sket en udvikling fra et socialt belastet område til et mere blandet kvarter med en bredere og yngre befolkningssammensætning. Der er således både sket et generationsskifte og et socialgruppeløft. Beboersammensætningen i området ved Sankt Hans Torv er præget af mange personer mellem 25 og 40 år. Der er stadig nogle af de gamle Nørrebro-beboere tilbage, men mange er flyttet. Et tegn herpå er, at mange af de gamle værtshuse lukker. Området er præget af et stort antal besøgende, der domineres af de mange cafégæster på torvet.

Det er i flere interview indtrykket, at folk tidligere boede i området mere af nød end af lyst. I dag søger mange bevidst til området. Dette illustreres af, at prisen på ejerlejligheder i området i dag er steget betydeligt, også selvom der er tale om ganske små lejligheder. Fra flere sider vurderes det alligevel, at området næppe vil udvikle sig til et virkelig eksklusivt kvarter. Det begrundes med, at der bor mange unge mennesker i området. Lejlighederne er ikke egnede til familier pga. størrelsen, hvorfor kun få bliver boende, når de får børn. Gade- og bygningsstrukturen gør det svært at indrette området til familier, og erfaringen viser, at de fleste af de unge flytter, når uddannelsen er færdig.

Sankt Hans Torv er dog ved at blive mere mondænt. Mange af de interviewede finder det ærgerligt, hvis området bliver ensrettet og hvis de gamle erhverv og beboere skubbes ud. Det anføres dog også, at der er mange der er glade for den udvikling, der er sket, og at der ikke er tale om at hele byområdet er blevet mondænt.

Enkelte interviewpersoner ser samtidig med det positive ved denne beboerudskiftning en fare for, at der dannes nye former for ghettoer bestående af ressourcestærke personer. Det beskrives som særdeles positivt, at de gamle ghettoer nedbrydes, men udviklingen har samtidig konsekvenser, idet de nye typer af beboere ofte har et andet tilhørsforhold til kvarteret. Et eksempel var, da en fægteklub ønskede at få træningslokaler i en baggård. Det lykkedes beboerne at forhindre, at det blev en realitet. De nye beboergrupper er mere bevidste om deres egne rettigheder og interesser, og det sker ofte på bekostning af fællesskabet. Mange af de nye beboere er meget ressourcestærke, forstået på den måde, at de kender loven, eller har evner til at sætte sig ind i den. De er gode til at mobilisere sig og gode til at fremsætte krav. Dermed fremstår de som mindre sociale. Også i forbindelse med en kommende sportshal på Indre Nørrebro har der været protester fra naboerne.

Denne tendens til protest mod ændringer har dog ikke gjort sig gældende i forbindelse med en biograf der er åbnet i Guldberggade. Ejeren har fået

byggetilladelse til at ombygge et gammelt autoværksted til biograf, og biografen skulle gerne betyde, at Guldbergsgade får del i livet omkring Sankt Hans Torv. Naboerne til biografen er ifølge en rundspørge tilfredse med den kommende ombygning og glade for, at autoværkstedet fjernes. Så på trods af, at der kan være støj og trafik forbundet med biografen, har der været opbakning fra beboerside. Dette hænger sandsynligvis sammen med, at der her er tale om en funktion, der harmonerer med udviklingen af kulturen i området generelt. En biograf er desuden en funktion, de fleste beboere kan se en individuel fordel ved. Det nævnes dog også, at der generelt i bydelen er en stor tolerance. Folk i bydelen er meget forskellige, og det vurderes, at der er tale om en historisk betinget tolerance.

I alle gadeinterviewene lægges stor vægt på, at området ved Sankt Hans Torv er hyggeligt med en rar og afslappet atmosfære. Området ses som typisk københavnsk med tæt bebyggelse, liv og leben. Det er meget tilstedeværelsen af cafeerne, der skaber dette liv. Den store skulptur på torvets midte nævnes som et markant kendetegn ved pladsen. Flere karakteriserer området som det lille Paris på grund af stemningen, stedets udseende, og klientellet, der i dag hovedsageligt består af mennesker mellem 20 og 40 år. Cafeerne har ligesom i Sydeuropa langsomt bredt sig ud på fortorvet. Torvet er et sted, hvor der kommer mennesker, der gerne vil ses, og som gerne vil se på andre. Det nævnes desuden, at cafeer samtidig har en kriminalpræventiv funktion på grund af de besøgende, der gennem store vinduer holder øje med, hvad der sker på gaden.

Sankt Hans Torv er blevet et smart og trendy sted at opholde sig. Samtidig beskrives torvet som et åndehul i byen, det er et sted, hvor man kan slappe af i en mild og rolig stemning, i hvert fald om dagen. Om aftenen og natten er der mange unge der går i byen i området, der af én karakteriseres som "klart det mest pulserende sted i København". Mange begynder byturen på en café og ender på Café Rust, der er koncert- og dansested. Nattelivet giver anledning til en del beklagelser over dels den larm, det medfører og dels efterladenskaber i form af affald.

På torvet ligger mellem de to dominerende cafeer et værested for misbrugere. Det lukkes nu på grund af besparelser. Ingen af de adspurgte erhvervsdrivende mener, at værestedets tilstedeværelse har påvirket i en negativ retning, og det ses som et naturligt element i en bydel, hvor der er sociale problemer.

Aktører i byens fornyelse

Der er mange forskellige typer af aktører i området. På det politiske plan er både Borgerrepræsentationen i Københavns Kommune og bydelsrådet med til at styre udviklingen i området. Herudover er naturligvis beboerne, ejere såvel som lejere og andelshavere, at betragte som interessenter, ofte repræsenteret ved foreninger. Herudover er de mange og forskelligartede erhverv, der er lokaliseret i området, vigtige aktører, såvel som de talrige foreninger, der er karakteristiske for Indre Nørrebro.

Bydelsrådet på Indre Nørrebro blev oprettet som et 5-årigt forsøg i 1997. Bydelsforsøget udløber i år 2002 og der er med det nylige valgresultat ikke lagt op til en fortsættelse af dette. Bydelsrådet har ret til at fremsætte forslag og ret til høring i byplansager. Bydelsrådet har herudover pligt til at besvare spørgsmål på eksempelvis byplanområdet. I bydelsrådet er der en meget stor interesse for byplansspørgsmål. Rundt omkring i bydelen findes der en del bygninger og karreer som trænger til en renovering, men udformningen af den konkrete renovering af mange af disse områder er svære at løse politisk. I princippet er der i dag vedtaget en plan for samtlige af de trængende områder i bydelen.

I det daglige arbejde opstår der mange slagsmål om kompetencefordelingen mellem bydelsrådet og Borgerrepræsentationen, og disse stridsspørgsmål er endnu ikke blevet afklaret. Hovedproblemet er, at bydelsrådet kun har økonomiske midler til drift, men ingen anlægsmidler. Man har dog mulighed for at indgå et samarbejde med private investorer, der har interesse i området. Et eksempel herpå er den biograf, der snart åbner i Guldbergsgade. Et andet eksempel er en café på Sankt Hans Torv, der ønskede at omlægge en del af torvet, så udeserveringen kunne udvides til et større areal, og samtidig ønskede plantning af flere træer. Bydelsrådet og ejeren af cafeen samarbejdede om planlægningen af omdannelsen, mens det var cafeejeren, der betalte alle anlægsomkostningerne.

Bydelsrådet har heller ikke ressourcer til erhvervspolitik, så indsatsen på dette område har form af dialog mellem parterne og eventuelt at hjælpe sager videre til Københavns Kommune. I konkrete sager indkalder bydelsrådet til møder, hvor der nedsættes arbejdsgrupper af beboere og erhverv efter et frivillighedsprincip. Der er dog kun midler til meget små projekter. Politikerne er meget interesserede i planlægningsspørgsmål og holder derfor tæt kontakt til sådanne grupper og de involverede embedsmænd.

Der har i løbet af løbet af år 2000 været afholdt tre beboermøder på Indre Nørrebro om udviklingen i området, hvor beboerne har kunnet ytre sig om de problemer, der er i bydelen. Der har i denne proces ikke været nogen fra hverken beboer- eller bydelsrådsiden, der har ytret sig i forhold til erhvervs livet i området, der slet ikke har været på dagsordenen. Aktørerne i denne sammenhæng har været beboerne, Medborgerhuset på Nørre Allé og de lokale kulturinstitutioner. Erhvervene har ikke meldt sig. Det er ofte de samme mennesker, der deltager i forskellige sammenhænge, og det er ikke nødvendigt at udpege personer til at deltage, idet de interesserede kommer af sig selv.

Generelt indgår handelsforeningerne i Københavns Kommune ikke særlig meget i det offentlige liv. De består hovedsageligt af detailhandlende, hvoriblandt der er stor udskiftning og derfor en noget sporadisk kontakt. Det er sjældent, at der kommer udmeldinger fra erhvervs livet i forbindelse med lokalplaner. Der kommer kun udmeldinger, når der er en specifik interesse. Det kræver, at der er en følelse af fælles interesser blandt de erhvervsdrivende, hvilket er sværere at opnå i en storby, hvor det hele synes at opleves mere anonymt. Det er nemmere at få beboerne engageret, hvis de føler sig trådt over tæerne. Der har dog været synspunkter fra erhvervene i forbindelse med parkeringen i City, ligesom parkeringen i brokvarterene i øjeblikket samler erhvervene. Parkeringsrestriktionerne skaber problemer for de lokale, beboere såvel som erhvervsdrivende, men holder pendlernes biler væk fra området. Der har været mange protester fra erhvervs livet i området, særligt gennem Handelsstandsforeningen. I området er der samtidig også stærke kræfter imod privatbilismen. Parkeringsproblemerne findes af gode grunde ikke for den store gruppe af beboere, der ingen bil har, og der har heller ikke været henvendelser til bydelsrådet fra beboere i forbindelse med de nye parkeringsregler.

En interviewet beboer udtrykte, at byfornyelse generelt er en meget langsom og sammelig proces at indgå i. Det er dog vedkommendes fornemmelse, at der efterhånden er samlet så mange erfaringer, at man formår at få folk med. Hun finder desuden, at man som beboer har ret begrænsede valgmuligheder ved byfornyelse. De forskellige aktører, beboere og erhverv, fungerer fint sammen i hverdagen. Der kan dog opstå gnidninger, når en ombygning går i gang. Der kan i nogle tilfælde være uoverensstemmelser mellem erhvervenes indbyrdes interesser, eksempelvis mellem erhverv i samme ejendom, hvor bivirkninger ved det ene erhverv kan være til gene for andre. Det er derfor ikke sikkert, at erhverv, som man synes kunne være ønskelige i et område, rent faktisk kan trives side om side, og det er derfor ikke nødvendigvis nemt at få erhvervs livet til at stå sammen.

Bydelsrådet arbejder på at få lavet Elmegade mere fredelig end i dag, men dog ikke til gågade. Det er primært på baggrund af henvendelser fra beboerne, at der arbejdes med denne sag. Et problem er, at politiet og de lokale myndigheder dvs. bydelsrådet deler den trafikale myndighed og at begge parter har vetoret, hvilket til tider mere antager form af et modarbejde end et samarbejde. Der udtrykkes her et ønske om, at Trafikministeriet ændrer loven så kompetencefordelingen står helt klar for alle parter.

Som tidligere nævnt gav planerne om en fægteklub i gården i en karré i Elmegade anledning til en del protester. Der blev indgivet ca. 20 indsigelser, og der var tale om en meget samlet modstand mod at få en så 'fremmed' aktivitet ind, der ikke kun skulle servicere lokalområdet men hele Sjælland. Der var politisk flertal for en dispensation i Bygge- og Teknikudvalget, men beslutningen blev underkendt i Naturklagenævnet. Sådanne beboerprotester er meget typiske for de meget tætte områder. Tiltag der har en meget positiv bymæssig effekt medfører som oftest også nogle meget snævre lokale problemer. Som oftest er der tilfredshed med de eksisterende aktiviteter, mens nye tiltag næsten altid mødes med modstand. Protesterne skyldes blandt andet, at det er nogle meget tætte områder med bebyggelsesprocenter på 200–300, hvor der er kamp om arealerne.

Cases

I undersøgelsen er indgået seks virksomheder lokaliseret i området ved Sankt Hans Torv: En designforetning inden for tøj og mode, en café med fortorvsservering på Sankt Hans Torv, en amerikansk inspireret café, en IT virksomhed, en reklamefotograf og en håndværksvirksomhed. I undersøgelsens terminologi er der altså tale om tre rammeskabende virksomheder, der især bidrager til byens virtuelle udtryk, og to virksomheder, der mere eller mindre er brugere af disse rammer. Håndværksvirksomheden falder delvis uden for denne typificering, og kan placeres i kategorien "gamle erhverv". Der er tale om en virksomhed, der har ligget i området under hele den ændring, der har fundet sted. De øvrige virksomheder er kommet til inden for de seneste otte år. Den seneste virksomhed er åbnet i foråret 2000, og er placeret i området på grund af de specifikke betingelser, der findes i kvarteret og gaden.

Mode, design: Tøj

Butikken ligger i Elmegade og åbnede i efteråret 1994. Indehaveren har valgt at specialisere sig i høj kvalitet og godt design inden for herretøj. Butikkens karakter, image og placering var resultat af et bevidst valg.

I 1997 åbnede indehaverens kone en tilsvarende butik henvendt til kvinder, ligeledes placeret i Elmegade. Begge butikker er kendetegnet ved en risikovilje i forhold til at turde gå nye veje og indkøbe tøj, der ser meget anderledes ud. Leverandørerne er unge danske designere, samt enkelte udenlandske. Fokuseringen på design og høj kvalitet går igen i lokaler og facader, og den nyeste af butikkerne er indrettet i samarbejde med et møbel-design-firma på Fælledvej.

Indehaveren var oprindeligt i en helt anden branche og arbejdede i Herlev. Han boede på daværende tidspunkt på Nørrebro og gik hver dag gennem Elmegade og fandt, at gaden havde en særlig stemning. Da han besluttede at forlade det faste job for at kaste sig ud i tøjbranchen, ledte han først efter egnede lokaler i City, men valgte alligevel Elmegade. Allerede da var han sikker på, at gaden rummede et stort potentiale. Han har siden arbejdet ihærdigt på at realisere disse visioner. Ud over egne butikker er det sket gennem samtaler med de andre butikker, ikke mindst de nytilkommen-

de. Han har i denne forbindelse ikke lagt skjult på egne opfattelser af, hvad der er godt for gaden.

Indehaveren har en fornuftig leje i begge sine lejemål. Han har en 10 årig kontrakt og har en billig leje. Ejendomssejerne i området er ikke interesseret i at kvæle erhvervene, og der er derfor generelt en fornuftig leje i gaden.

Kundegruppe og lokalområde

Kundegruppen er især de unge, og dem er der mange af i kvarteret. Mange af beboerne i området kan karakteriseres som nutidens yuppies. En stor del er endvidere besøgende fra udlandet, idet indehaveren har gjort meget for at få butikkerne markedsført i danske og især i udenlandske blade og shoppingguides; både engelske, tyske, japanske og amerikanske. Fra begyndelsen har han lagt vægt på også at satse internationalt og anser det for nødvendigt, hvis man skal få folk til at komme længere fra.

Man skal som butiksejer selv stå for alt markedsføringsarbejdet, og det er hårdt som nystartet at få skabt et kendskab hos kunderne. Danskerne er ikke så parate til at prøve noget nyt og beskrives som meget magelige og traditionsbundne. Der er dog en udvikling i gang, hvor en anden kultur på dette område er ved at vinde frem.

Der er ofte meget affald i gaden efter weekender eller begivenheder. Her kunne kommunen gøre bedre rent, eventuelt i samarbejde med cafeerne, pizza-butikkerne og 7-Eleven, der i høj grad er ansvarlige for affaldsmængderne.

Byfornyelse

Indehaveren er som nævnt lejer af lokalerne og har til den meget omfattende ombygning hans lokaler har gennemgået ikke modtaget byfornyelsesmidler. Han har stort set betalt reoveringen selv med undtagelse af nogle fugtskader, som ejeren har udbedret.

Ved ombygningen har han valgt at bibeholde facaden i den oprindelige farve. Ombygningen har været dyr, fordi der er satset på høj kvalitet i design og materialer. Proceduren var den samme, da forretningen med kvindetøj skulle åbnes. I denne forbindelse valgte parret oven i købet at leje nabolokalerne, da de blev tomme, for at vente på at den rigtige lejer dukkede op. Det skete efter to år, hvor der kom en sushi-bar, der helt lever op til kravene om kvalitet og design.

Samarbejde

Indehaveren er i tæt dialog med cafeerne og har et meget godt forhold til ejerne af Rust. Han har gjort meget for at lære folk at kende, og han henvender sig når en ny butik åbner. Så snakkes der om indretning, facader etc. Det er vigtigt, at der sendes de rigtige signaler, når man prøver at opbygge et image for gaden og kvarteret. Det er afgørende at komme i samspil med ejerne lige når de åbner, så man kan være med til at påvirke deres valg. Det findes dog ingen formaliserede samarbejder i gaden. Hele gaden mødtes i 1994/1995, men de forskellige forretningsdrivende havde for forskellige visioner. Nogle var for fokuseret på økologiske indsatser efter indehaverens mening, og der var et skel mellem de nye og de ældre forretningsdrivende. Indehaveren ville gerne bruge tid på et samarbejde omkring gaden, men det skal være seriøst. Han nævner i denne sammenhæng at det måske ville være en god idé at nedsætte et samarbejdsudvalg eller lignende med områdets erhvervsfolk. Deltagerne skulle håndplukkes, så de rette personer kom med.

Bydelsrådet optræder ikke i indehaverens netværk, og han har ikke været i kontakt med politikerne. Bydelsrådet er især aktive på områder som trafik og grønne områder, og på nogle måder virker det som om, de ønsker, at området skal ligne et forstadskvarter. Det er hans vurdering, at pulsen og energien ville forsvinde fra gaden, hvis bydelsrådet begyndte at blive meget aktive omkring udviklingen i Elmegade. Han er sikker på, at bydelsrådet har go-

de intentioner for området, men gaden ville efter hans mening have udviklet sig anderledes, hvis de havde haft indflydelse. Det er et meget grønt og økologisk orienteret bydelsråd, der ifølge indehaveren tænker for traditionelt og provinsielt og ikke er internationalt orienterede. Da mange af de danske designere faktisk bor på Nørrebro foreslår han, at bydelsrådet kunne prøve at få en del af Mode & Design Festivalen til bydelen.

Indehaveren er ikke medlem af Handelsforeningen, der har en anden vision, end han har, og arbejder ud fra en gammel købmandsstrategi. Han finder derfor ikke, at de har sammenfaldende interesser. Han er positivt stemt over for tanken om at lave en gadeforening, der kunne tage sig af de praktiske ting som eksempelvis juleudsmykning, men mener at visionerne for området tilhører den enkelte forretningsdrivende og ikke kan realiseres i flok.

Bidrag til byens liv

Det er indehaverens egen opfattelse, at hans butikker trækker folk til området, også folk som har set butikkerne omtalt i guides og som ellers ikke ville være kommet til Nørrebro. Derudover tiltrækker butikkerne folk fra tøjbranchen fra både ind- og udland. Butikkerne er desuden en del af de lokale kulturtilbud. Han har mange danske designeres tøj i butikkerne og har arrangeret happenings og andre arrangementer, eksempelvis besøg af tre danske designere og en DJ i butikken. En forudsætning for, at et projekt som de to butikker kan lykkes, er, at der er en person bag, der brænder for det. Det er essentielt at kunne sælge sin vision, og det er afgørende at få skabt kontakter til de rette mennesker: Journalister, designere, indkøbere mm. Indehaverens ambitioner med butikkerne rækker ud over det snævert økonomiske. De skal gerne give et bidrag til byen. Folk tager jo til udlandet for at opleve en særlig fransk, spansk, engelsk mm. stemning, så hvorfor ikke prøve at opbygge den særlige danske/skandinaviske stemning.

De øvrige interview bekræfter indehaverens opfattelse. Butikken tiltrækker kunder fra hele byen, og er med til at give gaden præg af noget særligt, høj kvalitet og spændende design, der smitter af på de andre butikkers måde at tænke på. Og mange af de kunder, der søger butikken, enten for at købe eller for at se, er også kunder i de omkringliggende butikker, cafeer og madsteder.

Café (Sankt Hans Torv)

Cafeen åbnede i november 1994 i lokaler, hvor der tidligere havde været en kaffebar og en marskandiser. Placeringen på Sankt Hans Torv er perfekt, og der var egentlig ingen andre alternativer på bordet. De to ejere har begge erfaring fra en tidligere café i Odense. Konceptet er Fransk Brasserie med høj musik om aftenen og i weekenden. Indehaveren lejer lokalerne, hvor cafeen ligger, og betaler også leje for brug af torvet til udendørsservering.

Kundegruppe og lokalområde

Cafeens kunder er både lokale og folk fra andre kvarterer. Torvet har stor betydning for cafeen, der ifølge indehaveren ikke kunne ligge andre steder. Det er en fordel at ligge på Nørrebro på grund af områdets image og de mange andre cafeer og restauranter. Placeringen ved torvet giver også perfekte muligheder for udendørsservering. Butikkerne i området afspejler områdets beboere og brugere. De nye butikker er med til at tilbyde et større udbud, og det skaber et større kundepotentiale. Ved siden af ligger en anden café, der også har udeservering. De to cafeer har forskelligt designmæssigt koncept, men understøtter hinanden. Omsætningen i den interviewedes café steg, da cafeen ved siden af åbnede. Kundegruppen de to steder er den samme.

Området kan minde om området omkring Århus Å inden åbningen med mange restauranter i en skøn uorden. Styrken er, at de forstår af differentiere sig fra hinanden. Lejeniveauet er billigere her end i city og cafeen har en god kontrakt, der løber i 10 år.

Ved siden af cafeen ligger et værested for misbrugere og hjemløse. Værestedet drives af den lokale kirke. Det er opfattelsen, at der faktisk ingen reelle gener er ved at være nabo til det. Værestedets brugere er en del af Nørrebro, og der skal være plads til, at også de kan være der.

Indehaveren finder det vigtigt at bevare det blandede miljø på torvet. Heri indgår også, at der kommer nogle med deres egne øl eller rødvin på torvet. De gamle værtshuse er ligeledes en vigtig del af miljøet. Et ensartet miljø er for kedeligt. Som eksempel nævnes Nyhavn, der er tomt og øde, når ikke solen skinner, og det er sommer.

Der er sket en meget markant beboerudskiftning i den ejendom hvor cafeen ligger. Mange af de ældre er væk, og der bor nu kun unge under 40 år. Der er desuden meget få, der har børn. De ældre er naturligvis også en del af kundegrundlaget, men der bor ikke så mange af dem i området mere.

Byfornyelse

Boligerne i den ejendom, hvor cafeen ligger, har været under byfornyelse i over to år. Det har ikke været til stor gene, da der har været en god kontakt og dialog med bygherren. Det blev således aftalt, at de larmende og svinende operationer blev lavet om formiddagen og de mere stille ting om eftermiddagen. Et andet eksempel på vellykket dialog var, at facaderensningen blev indstillet på dage, hvor vejret var godt, og der derfor var mange mennesker på torvet. Der har dog været nogle problemer med placeringen af containere i gården.

Samarbejde

Cafeen har samarbejdet med Bydelsrådet om at omlægge den del af torvet, som cafeen anvender. Bydelsrådet hjalp med at udarbejde planer for omlægningen, og cafeen bidrog til finansieringen. Samarbejdet forløb fint, idet kommunen viste forståelse for cafeens ønsker, eksempelvis at omlægningen skulle ske i en periode, hvor det generede alle mindst muligt. Bydelsrådet er desuden behjælpelige ved at organisere ekstra rengøring uopfordret i sommerperioden. Cafeen stod som nævnt for finansieringen af selve omlægningen, og man synes, at det var en god model, men mener, at den rejser spørgsmålet om, hvorvidt dem, der har mange penge, har mere ret til at tegne udviklingen af det fysiske rum end de mindre bemidlede.

Cafeen er ikke medlem af Handelsforeningen. Indehaveren har været med til et restauratørmøde og har nogle få fælles samarbejdsaftaler i forhold til leverandører. Samarbejde mellem cafeerne i området består i, at man låner hinanden ting, udveksler oplysninger om ballademagere mv. Der er det man kunne kalde 'naboglæde', men ikke noget formaliseret samarbejde.

Indehaveren er ikke involveret i projektet "Have på en Nat", der er beliggende umiddelbart bag cafeen. Stedet har, efter indehaverens mening, udviklet sig uheldigt, fordi den frivillige vedligeholdelse ikke fungerer. Indehaveren ville gerne overtage grunden og lave servering der, og har talt uformelt med Rust om et samarbejde omkring grill, bar og musik. Det bliver dog nok ikke realiseret, idet der er planer om at bygge en daginstitution på grunden.

Den nye parkeringsordning skaber ingen problemer for cafeen eller dens gæster, der overvejende kommer gående eller på cykel.

Bidrag til byens liv

Det er indehaverens opfattelse, at cafeen er blevet et holdepunkt og mødested for mange. De har været meget stærkt medvirkende til at sætte torvet på landkortet, og er blevet et identifikationspunkt. De to cafeer på torvet er steder, hvor man mødes, inden man cykler videre. Cafeen har desuden bi-

draget til omformningen af torvet – både mht. til funktionen og den fysiske form. De har fjernet plastikstolene fra torvet og finansieret en omlægning af en del af torvet.

De øvrige interview understøtter denne opfattelse. Cafeen opfattes som en god magnet, der trækker et bredt publikum til området. Den giver liv på torvet, og trækker mange unge mennesker til. Det nævnes desuden, at ejeren har investeret i området, og at cafeen gør området attraktivt at bo i. Der er ikke problemer med, at cafeen fylder for meget på torvet, kun når kunderne om sommeren finder på at flytte deres store og borde i takt med solen; Derved flyttes borde og stole nogle gange helt ud på midten af pladsen, hvilket ikke er hensigtsmæssigt.

Det nævnes, at cafeer skaber liv og tryghed, fordi der næsten altid er kunder, og det skaber en åbenhed og opmærksomhed mod gaden. Det anføres dog også, at de nye cafeer nok giver et positivt bidrag til området, men samtidig er med til at skubbe det gamle ud. Man kan sige, at der derved er påbegyndt en udvikling svarende til den, der har fundet sted i Hyskenstræde i Indre by. Der er dog den meget vigtige forskel, at der på Indre Nørrebro er mange beboere, hvilket må formodes at sikre et mere varieret liv på alle tider af døgnet.

Der nævnes ingen specifikke gener i relation til cafeen. Dog har adskillige øje for, at de mange cykler på pladsen kan udgøre et problem. En fredag aften kan der holde 200–300 cykler, og de optager en stor del af pladsen. Mange af cyklerne henstår, og cafeen tager af og til initiativ til, at de uafhentede cykler fjernes. Ellers er det politiet eller kommunen, der står for dette.

En negativ side af cafeen er det affald, som dens publikum smider på pladsen. Sankt Hans torv og Elmegade trækker mange gæster, også om natten, hvilket giver en del gener i form af støj.

Cafeen er selv utilfreds med renovationen, og finder ikke at containerne indgår særlig godt i bybilledet.

Café (Elmegade)

Cafeen åbnede maj 2000 efter 5 ugers ombygning. De to ejere, der begge er unge kvinder, brugte lang tid på at overveje lokalisering. Udgangspunktet var, at de ønskede en beliggenhed i et af brokvarterene. Indre by var ikke med i overvejelserne, da området ikke passede med konceptet, der kan beskrives som en amerikansk diner. De søgte først efter lokaler på Vesterbro, men fandt ingen egnede. Det valgte lokale i Elmegade passede perfekt til konceptet med beliggenhed på et hjørne – hvilket er typisk i USA for dinere – store facader og vinduespartier. De to ejere stod selv for istandsættelsen udvendigt og indvendigt. Eneste krav var, at farven på facaden skulle passe til resten af ejendommen. Farven blev godkendt af ejendommens andelsboligforening.

Huslejen er forholdsvis billig, og aftalen er, at lejen skal stige med et fast beløb hvert år. Det er vigtigt med en fast aftale, fordi prisen naturligvis spiller en stor rolle.

Kundegruppe og lokalområdet

Omkring halvdelen af kunderne kommer fra lokalområdet og halvdelen udefra. Der er mange gengangere blandt kunderne. Beliggenheden er en fordel for cafeen, idet der er et godt lokalpublikum og en meget god atmosfære. Heldigvis er gaden ikke for stor en turistattraktion, og området har en meget hjemlig stemning, der gør det hyggeligt at være der. Det er især de unge, som cafeen appellerer til, og ejerne håber på, at kunderne fra Sankt Hans Torv også bliver deres.

Det gode ved Nørrebro er, at der er plads til alle typer af mennesker. Det ville være ærgerligt, hvis de gamle butikker forsvandt og hele gaden/området blev meget mondænt. Det må ikke blive for rendyrket, så forsvinder charmen. Der er dog den ulempe ved placeringen, at cafeen ikke har fået tilladelse til udeservering. En sådan tilladelse gives først af beboerne i ejendommen og derefter af kommunen, der dog har vetoret. I denne sag var det beboerne, der ikke ønskede udeservering, da de frygtede støj. Ejerne mødtes med formanden for andelsboligforeningen og forklarede deres planer, men beboerne, som er fortrinsvis unge mennesker, sagde nej.

Elmegade er ifølge den interviewede en helt anden gade end resten af området ved Sankt Hans Torv. Den har sit eget liv, som er mere stille og roligt. Det er meget vigtigt, at man kan kigge ind i butikkerne, så store vinduer er gode. Facaden skal være venlig, åben og pæn. Cafeen har holdt facaden meget enkel, men stadig med det lille neonrør, der kendetegner en Diner i USA. De fleste af kunderne kommer gående eller på cykel.

Byfornyelse

Indehaverne af cafeen har ikke været involveret i nogen form for byfornyelse, men der har været byfornyelse i ejendommen i 1990.

Samarbejde

Cafeen samarbejder med butikken The Bagel Shop på den anden side af gaden og handler hos grønthandlerne på Nørrebrogade. I det hele taget snakker folk meget sammen i gaden. Det er særligt interessant, at cafeens nabo er et galleri. For det første bliver gaden mere kendt og for det andet trækker galleriet unge mennesker til. En anden interessant butik i gaden er en tøjbutik med vægt på design. Der findes intet formaliseret samarbejde mellem erhvervene i gaden.

Cafeen er ikke med i Handelsforeningen, men det kunne måske være en god idé med en gadeforening.

Bidrag til byens liv

Udviklingen i gaden har gjort, at det nu er blevet et sted, hvor man kommer for at shoppe og spise. Cafeen bidrager til gadens liv ved at være et lokalt mødested for folk. Stedet er kendetegnet ved hygge, god service og stemning. Det er en del af konceptet, og skal minde om cafeer i amerikanske film.

De af de øvrige interviewede, der kender cafeen, giver udtryk for, at den bidrager godt til det spændende image, de fleste opfatter er knyttet til området. Det udtrykkes, at det er et rigtig godt weekend-brunch sted med mange besøgende.

Der har været klager fra nogle af beboerne, men cafeen oplever selv, at de overholder kravene. Beboerne i ejendommen er ikke glade for ulemperne, først og fremmest støj og lugtgener. Også kendemærket, neonstriben, giver anledning til gener i lejlighederne. Der har indtil nu fundet en dialog om problemerne sted mellem indehaverne og beboerne, der dog ifølge beboerne ikke har afhjulpet problemerne.

IT-virksomhed

Firmaet blev oprettet i 1994 af to personer, men var på daværende tidspunkt beskæftiget med kulturarrangementer. Firmaet blev senere delt i to, og den interviewede gik videre med IT, mens den anden fortsatte kulturdelen. De arrangementer, der udgjorde kernevirkomheden i begyndelsen, var især relateret til Kulturbyåret i 1996 og det sociale topmøde. Ejerne troede, at der efter disse begivenheder ville blive et øget behov for arrangører. De to dele, kultur og IT, kørte separat. På et tidspunkt opdagede den interviewede, at der var meget større indtjeningsmuligheder på IT-delen og valgte at køre vi-

dere med den. Lejemålet var et holdepunkt for virksomheden i omstillingsprocessen, og der var plads til at udvide. Der er i dag fire fastansatte, og der forventes at være to mere inden årets udgang. Indehaveren har overvejet at flytte virksomheden på grund af pladsproblemer, men er ikke aktivt søgende. Han regner med, at der på et tidspunkt kommer et godt tilbud.

For firmaet er området med til at sælge stilen og knytte et image til virksomheden som en, der er placeret et interessant sted og er en del af det moderne liv.

Kundegruppe og lokalområde

Kundegruppen kommer fra et meget stort område. Der er kunder fra det meste af Danmark samt Tyskland og Sydsverige. Der er enkelte lokale kunder, bl.a. et computerfirma på Kapelvej samt en tegnefilmfabrikant i Ryesgade. Firmaet sælger endvidere Linux-produkter, hvorfor der også kommer privatpersoner og køber på adressen. Mange af førstegangskontakterne foregår over nettet, og der er et ret stort postordresalg af produkter.

Der er en koncentration af kunder fra Storkøbenhavn, men der kommer også mange henvendelser fra Odense, der efter broen er blevet en meget central lokalisering for virksomheder i logistisk henseende.

Placeringen af virksomheden var dengang meget vigtig, men er i dag ikke af så stor betydning. De nuværende kunder er ikke lokale, og det ville både i forhold til kundernes og medarbejdernes transport være mere hensigtsmæssigt med en beliggenhed tæt ved motorvejen. Det skaber en del problemer med en så central beliggenhed i forhold til vareleveringer, parkering for medarbejdere og kunder, transport til arbejdspladsen og lignende. Det er blevet meget dyrt at parkere for medarbejderne efter de nye parkeringsregler. Det er dog også tydeligt, at der er kommet langt flere biler på Indre Nørrebro i den tid, de har ligget der. Det er imidlertid svært for virksomheden at forstå baggrunden for, at man har valgt at udforme parkeringsreglerne på en måde, så de rammer de virksomheder, der er afhængige af biler i deres arbejde, så hårdt. Ejeren mener, at man jager erhvervslivet ud af byen på denne måde.

Der er dog også store fordele ved beliggenheden: Mens virksomheden stadig er forholdsvis lille, er det nemt at ligge i området, der er masser af faciliteter og hyggeligt og rart. Det er sjovt med liv i nærområdet, og det ville være meget kedeligt at ligge i en "betonkasse". IT-folk ønsker at bo ordentligt i ældre bebyggelser uden indeklimaproblemer. Det er desuden vigtigt at befinde sig i en rar ramme, hvorfor et erhvervsområde eller Ørestaden ikke er så attraktivt. Aktiviteter i nærområdet er med til at gøre det sjovt at gå på arbejde. Ejeren og hans medarbejdere bruger lokalmiljøet meget ved at spise ude, når det bliver sent eller med kunder, gå på posthuset, hente frokost m.m.

I brancher, hvor medarbejderne ikke har bil, er det godt at ligge inde i byen. Der er dog også attraktive beliggenheder uden for byen – eksempelvis Havegærdet i Lyngby, der er et meget charmerende område med mange små virksomheder.

Virksomheden deler lejemålet med en grafiker og en reklamefotograf. I stueetagen har de lager og serverrum. De ville gerne udnytte den øverste etage, men der er ikke trappe op, og byggemyndighederne vil ikke tillade at en sådan opsættes.

Indehaveren efterlyser bedre tilkørselsforhold og så gerne, at politiet tog det alvorligt, når folk holder foran porten. Man burde lave en holdningsbearbejdning på dette punkt og oplyse om, hvor vigtigt det er for de erhvervsdrivende, at der er adgang. Det er et meget udbredt problem.

Byfornyelse

Der har ikke været byfornyelse i erhvervs ejendommen, men pågår et byggeprojekt i de omkringliggende beboelsesejendomme.

Udlejer forsøger at holde udgifterne til vedligeholdelse helt i bund og virksomheden mener, at der trænger til at blive gjort noget mere. Forholdet til udlejer er ikke specielt godt, og det beskrives som symptomatisk for forholdet, at man ikke informerede erhvervene om det byggeprojekt, der pågår i beboelsesejendommene i øjeblikket.

Ejeren bor selv i området og har gjort det i 10 år. Han arbejdede på Rust fra '87 og et par år frem og har set den store ændring af området. Det er dog kun på Sankt Hans Torv og i Elmegade, at der har været de store forandringer. I Elmegade er der kommet mange nye butikker, mange af dem trendsetter-butikker, og torvet er næsten altid stuvende fuldt. Det er positivt med de mange beboere i området, i modsætning til Indre by, der ofte er mennesketom om aftenen.

Samarbejde

Virksomheden er ikke medlem af Handelsstandsforeningen, der mest beskæftiger sig med juleudsmykning o.l. Der var på et tidspunkt planer om at afholde en kvartersdag: en lørdag, hvor der skulle laves et samarbejde mellem 10–12 cafeer på Sankt Hans torv og i Blågårdsgade. Indehaveren blev involveret på grund af sine erfaringer med kulturarrangementer. Planerne blev dog ikke til noget – da det kom til stykket var erhvervene ikke indstillet på at betale for arrangementerne.

Indehaveren samarbejdede lidt med Nørrebro Kulturråd og hermed med bydelsrådets formand, da han arbejdede med kulturdelen. Han har i dag ingen kontakt med bydelsrådet, men kender nogle af medlemmerne personligt.

En gadeforening ville være mest interessant for de erhverv, der har facader ud til vejen. En sådan forening kunne blandt andet bruges til at opstille regler for varetransport.

IT-virksomheder har fordel af at ligge sammen med andre lignende erhverv. I Sverige gøres der forsøg med at blande IT, uddannelse og kultur. Den nedlagte tømmerhandel i Ryesgade kunne blive omdannet til brug for IT og beslægtede erhverv. Andre steder, hvor man ser en samling af disse erhverv er i Sølvbjørnen på Østerbro, samt i Esromsgade på Ydre Nørrebro i det tidligere Daells lager.

Der er ikke den store kontakt med beboerne i gården, men der har heller ikke været problemer med naboerne. Der er en fin respekt og en forståelse for erhvervene, der accepteres, fordi der har ligget erhverv i gården længe. Der er lidt uenighed om bilerne, som beboerne gerne vil have væk til fordel for gårdrum. Der er ret stor udskiftning blandt beboerne, fordi lejeniveauet er meget højt, og der er tale om små lejligheder.

Reklamefoto

Firmaet lå tidligere i Larsbjørnsstræde men flyttede for otte år siden til Fælledvej. Der var to årsager til flytningen: For det første var de i Larsbjørnsstræde to firmaer, der havde boet på fælles adresse gennem 12 år. De to firmaer var vokset fra hinanden, og der blev behov for en 'skilsmisse'. For det andet havde området udviklet sig i en kedelig retning; fra en landsbystemning med masser af miljø til et fancy område invaderet af folk udefra. Indehaveren følte til sidst ikke, at han hørte til længere. En stor del af grunden hertil var, at der efterhånden ikke var særlig mange beboere tilbage i området. Det var desuden meget problematisk at få adgang til atelieret i bil, hvilket også var et problem i forhold til kunderne.

Indehaveren kendte ikke Nørrebro, da han flyttede til, men blev ved et tilfælde tilbudt lokalerne og faldt for dem. Han synes, at det er et inspirerende miljø med mange forskellige slags mennesker, stemninger og sammenblandinger. Sankt Hans Torv sammenligner han med Paris; så snart der er

en solstråle er der en masse mennesker. I begyndelsen da han var flyttet til adressen på Nørrebro, var der ingen, der vidste hvor det var, så kom 18. maj urolighederne i 1993 og satte det på Danmarkskortet. Siden hen er Sankt Hans Torv blevet kendt for cafélivet, der udgør en stor magnet for området.

En betingelse for lokaliseringen af en reklamefotografi-virksomhed er, at der skal være god plads, samt at det skal være muligt at parkere. Det er derfor ofte baggårde, der kommer på tale. Lokalerne er billige, også i forhold til mindre attraktive beliggenheder. Den eneste ulempe er en lille loftshøjde, men ejeren prioriterede beliggenheden højere. Hvis man skulle gå efter de ideelle arbejdsbetingelser, skulle man vælge en betonkasse, som eksempelvis det tidligere Daells varehus lager i Esromsgade. Ejeren finder dette grimt og intetsigende. Når man vil have de gamle, hyggelige bygninger, må man også finde sig i eksempelvis bjælker, der kun er til gene for en fotograf.

Kundegruppe og lokalområde

Der er enkelte kunder fra lokalområdet, men det er tilfældigt. Kunderne kommer fra et ret stort opland, dog flest fra Københavnsområdet. For 20 år siden lå stort set alle reklamefotografer i København, men det har ændret sig, og der ligger mange i provinsen efterhånden. Det lokale område er ikke så vigtigt for en reklamefotograf, efter at det er blevet muligt at sende billeder elektronisk.

Byfornyelse

Der har ikke været byfornyelse af bygningen. Udlejeren, der er et advokatfirma, tager sig af det udvendige.

Der foregår i øjeblikket en renovering af facaden på naboejendommen. Der er blevet fjernet et enkelt hus i baggården for at lave græsplæne til beboerne, men ellers er alt bevaret. Det er en af de eneste baggårde i København, der er intakt, hvorfor der er en del ekskursioner, der besøger den.

Samarbejde

Ejeren er ikke medlem af Handelsforeningen, da han finder det for dyrt. Han kan desuden ikke tilslutte sig de holdninger, der er givet udtryk for fra foreningens side i forbindelse med urolighederne på Nørrebro i november 1999, hvor han syntes, at der blev udtrykt store fordomme. Endelig er en handelsforening ikke så aktuel for en virksomhed, der ikke har facade ud til gaden, da foreningsarbejdet mest er koncentreret om gadernes udseende, juleudsmykning mv.

Der er en smule samarbejde mellem de forskellige virksomheder i bygningen, blandt andet har han taget billeder for to designere i stuen samt for et IT-firma ovenpå. Der er desuden en delt socialt samvær mellem erhvervene med fester o.l.

Der var et par år tilbage en del konflikter med beboerne. Det var især et bestyrelsesmedlem, der var meget utilfreds med erhvervenes tilstedeværelse i gården og mente at gården skulle forbeholdes beboerne. Det udviklede sig til noget, der nærmede sig chikane, hvor porten blev lukket på trods af, at den ifølge kontrakterne skal være åben i dagtimerne, og hvor der blev råbt efter de erhvervsdrivende. Problemerne stoppede da den pågældende flyttede.

Indehaveren deltog i beboermøder i den første tid han havde virksomhed i gården, men er siden holdt op. Der er ikke megen kontakt med beboerne. Der bor mange ældre, men foregår også en stor udskiftning, da lejen for boligerne er meget høj.

Bidrag til byen: IT-virksomhed og reklamefotograf

Begge virksomheder tilhører det, vi i denne undersøgelse kalder de rammeforbrugende virksomheder. Deres bidrag til kvarteret består i, at de lægger en del penge i områdets butikker, blandt andet ved madkøb, brug af re-

stauranter og cafeer til møder og personalepleje. Men herudover nævnes også, at en række af de personer, der er kunder i de pågældende firmaer, kan spille en vigtig rolle i bybilledet. Det er mennesker, der beskæftiger sig med noget, mange synes er interessant. Nogle er kendte i en bredere eller snævrere offentlighed. Det er ikke så meget det, at man ser dem, men mere det, at man ved at de er i området. Det giver et præg af kreativitet til området.

Ingen af de interviewede udtrykker, at denne type virksomhed giver gener i området. Der er person-, og i mindre omfang, varetransport til firmaerne. Er beboerne i området meget følsomme, kan selv let persontransport opleves som en belastning.

Håndværk, VVS-Firma

Det er mange år siden, at firmaet blev oprettet. Det har haft to ejere før de nuværende ejere, et ægtepar, købte det for femten år siden. Ejernes moderfirma ligger i Brønshøj, og de ønskede at overtage firmaet på Nørrebro, fordi de syntes, det kunne være interessant med en anderledes kundegruppe. Forskellen mellem de to områder er, at i Brønshøj hyres firmaet til store serviceopgaver og større entrepriser, mens kunderne på Nørrebro ønsker, at de skal udføre mindre service- og vedligeholdelsesopgaver. Firmaet udfører således alt fra småreparationer til større entrepriser. Firmaet ejer lokalerne på andelsbasis og betaler den samme pris pr. m² som beboerne.

Kundegruppe og lokalområde

En fordel ved firmaets placering er, at der kommer mange kunder ind fra gaden. Firmaet er den lokale blikkenslager, hvor kunderne personligt kommer ind for at betale regningen, samtidig med at de får en mulighed for at kommentere resultatet. Firmaet laver meget andet end VVS, fordi de er kendte i nærområdet, eksempelvis stoleben, garderobestænger m.v. Blandt kunderne er både ældre og unge, såvel som folk der har boet længe i området og de, der er flyttet til som følge af områdets udvikling.

En ulempe ved placeringen er parkeringsforholdene. Firmaet kan kun få to parkeringstilladelser, men råder over otte servicebiler og to funktionær-biler. Den nye parkeringsordning er meget ufleksibel for erhverv – det ville koste over kr. 100.000 pr. år for virksomheden, hvis den skulle købe alle de dagbilletter á kr. 50, der er nødvendige. Indehaverne har klaget til byplanborgmesteren, men uden resultat.

Firmaet kunne desuden godt ønske sig noget mere plads til lager og produktion; Der er ikke plads i gården, og de har et meget lille værksted. Ejerne ville gerne flytte firmaet til større lokaler, så de fik plads til produktion og parkering, men det kniber med egnede lokaler i området, og hvis de flyttede uden for området ville de miste mange kunder.

En yderligere ulempe ved beliggenheden er, at området er belastet af en del hærværk. Eksempelvis bliver sidespejle fjernet, og der males graffiti på murene.

Byfornyelse

Firmaet har deltaget i byfornyelse flere steder på Nørrebro, men ikke i det helt nære område. Firmaet laver en del privat byfornyelse. Desværre er folk ofte tilbageholdende med at få udbedret skader, fordi de venter på offentlig byfornyelse. Firmaet byder på licitationerne med et totaltilbud, som udarbejdes i samarbejde med andre håndværkere, hvoraf nogle er gengangere. Hovedparten af firmaets tilbud går til ejer- og andelsboligforeninger, der ofte kommer i kontakt med firmaet via rådgivende ingeniører/arkitekter. Meget få tilbud går til kommunen.

Som firma er der ingen kommentarer til byfornyelsen, men som borger mener den interviewede, at man skal holde den bygning, som man bor i ved lige, så den ikke forfalder. Det er forkert at vænne folk til at vente på at kommunen kommer med penge til byfornyelse. Som rådgiver kan vedkommende se, at det er meget vigtigt at holde taget og klimaskærmen ved lige, men beboerne ønsker ofte, at man tager fat på trapperne først. Nogle foreninger og udlejere er gode til at vedligeholde, mens andre er mere påholdende. Som rådgiver bestræber de sig på, at få ejer- og andelsboligforeningerne til at sikre vedligeholdelsen ved at få det som en post på fællesudgifterne. Man skal lægge stor vægt på arkitekturen og bevarelsen af det gamle. Som et positivt eksempel nævnes et infill-byggeri på Elmegade.

Samarbejde

Firmaets materialeindkøb foregår ikke i området. Firmaet har forskellige uformelle samarbejder med andre håndværkere, eksempelvis gulvlæggere og murere. Samarbejdet består i, at man henviser til hinanden. Omkring 50 pct. af firmaets kunder kommer fra Nørrebro.

Samarbejdet med beboerne i egen forening er lidt blandet. Nogle beboere forventer at få service og materialer specielt billigt, fordi de bor i samme ejendom. Firmaet passer dog varmecentralen og giver hurtig assistance, hvis noget er galt i ejendommen. Der bor mange unge i ejendommen, mens flere af børnefamilierne er flyttet ud.

Firmaet er ikke med i Handelsforeningen, der er meget koncentreret omkring Nørrebrogade. En gade forening var måske en god ide, så kunne man tale mere sammen og evt. henvise kunder til hinanden.

De har lavet arbejder for nogle af de øvrige erhverv. Yderligere bruger de butikkerne i området, eksempelvis bruges de mange sandwichbarer og den lokale grøntforretning næsten dagligt.

Den interviewede synes, at varmestuen på Sankt Hans Torv er en del af bybilledet. Et sådan sted skal der være plads til i kvarteret.

Bidrag til byen

Det er virksomhedens opfattelse, at folk i området ville miste den personlige kontakt til den lokale håndværker, hvis firmaet ikke var der. Det er jo rart at kende til firmaets ansatte og godt at have i hukommelsen, hvor firmaet ligger. Det gør det også lettere for folk at få fat i en håndværker, når de kan finde en i kvarteret. Når nogle af svendene kommer i hjem, hvor det står meget dårligt til, kontakter firmaet nogle gange kommunen/bydelsrådet m.h.p. at skaffe hjælp til den pågældende beboer. De er dog uvist om det bliver fulgt op af kommunen.

De fleste af de adspurgte fremhæver, at det er vigtigt med alsidigheden i området; det skaber en vis balance i forhold til de mere trendy steder. En enkelt synes dog ikke, at en håndværkervirksomhed af pågældende type passer særlig godt ind i området

Virksomheden oplyser selv, at mange nok vil mene, at deres biler fylder meget i gaden. Yderligere har de en trailer holdende til affald. Nogle beboere er utilfredse med dette, men det er nødvendigt for at skaffe sig af med affaldet. Firmaet bestræber sig på at tømme traileren ofte samt i øvrigt at holde gaden fejlet.

Brandts Klædefabrik, Odense



Kort 2. Kortet viser det vestligste Odense. Undersøgelsesområdet er indrammet i sort.

Byfornyelse og byomdannelse

Brandts

Brandts Klædefabrik er centralt placeret i Odense i umiddelbar tilknytning til de to gågader Kongensgade og Vestergade. Fabrikken åbnede som farveri i 1777, men blev 100 år senere omdannet til klædefabrik. På grund af stigende konkurrence fra især østen i perioden 1950–1960'erne blev en afvikling af fabrikken påbegyndt, der førte til det endelige ophør i 1977. Arkitekten Kristian Isager havde før lukningen lavet tegninger over bygningerne og udarbejdede i 1980 sammen med Odense Kommune en plan for genanvendelse af klædefabrikken. Fabrikken blev derefter opkøbt af J. Hanssen og Keld Droob, der begge var købmænd i Vejle og som finansierede renoveringen. Der blev indgået en aftale med Odense kommune, hvor kommunen garanterede for udlejningen af halvdelen af arealet til offentlige formål.

Brandts Klædefabrik åbnede for publikum i 1987 og rummer i dag museer, café, biograf, udvalgsvarerforretninger, liberale erhverv, undervisning, spillesteder m.v. Som noget særligt ved Brandts Klædefabrik har man en kombination af offentlige og private lejermål, arealmæssigt næsten ligeligt fordelt, i samme kompleks. Der er ca. 20 private forretninger i området, hvoraf de fleste har til huse i Brandts Passage. De offentlige funktioner er beliggende i selve hovedbygningen og består af to museer, Kunsthallen og Kunstakademiet. De fire kulturinstitutioner er selvejende institutioner, der får økonomisk støtte af Odense Kommune i form af betalt husleje. Kommunen betaler desuden el vand og varme, ligesom der gives tilskud i form af særbevillinger til arrangementer.

Omdannelsen af Brandts Klædefabrik blev finansieret via et samspil af kommunale og private investeringer. Der har således ikke været byfornyelsesmidler involveret i omdannelsen. Der har været foretaget byfornyelse i enkelte karréer i gaderne rundt om Brandts, men der har ikke været tale om

en massiv byfornyelse af området. I de fleste byfornyelsessager har det været beboerne/ejerne, der har ansøgt og fået bevilliget midler. Kommunen har desuden i de sidste par år investeret i nye gadebelægninger i Pantheonsgade, der markerer overgangen mellem Brandts Klædefabrik og Dideriksens karré, samt i gågaden Vestergade.

Omdannelsen af Brandts Klædefabrik var en stor satsning, hvor der ikke på forhånd var klarhed over, hvilke funktioner den skulle rumme, og der var ikke tale om en overordnet masterplan for området. Den betydning Klædefabrikken har fået er også væsentlig større end man fra kommunens side oprindeligt havde forestillet sig.

Dideriksens karré

Der er i 1999 påbegyndt en helhedsorienteret byfornyelse i en karré, der støder direkte op til Brandts Klædefabrik. Karreen går under navnet Dideriksens karré og strækker sig over gaderne Pantheonsgade, Vestergade/Vesterbro og Vindegade. Odense Kommune fik i september 1999 meddelt tilsagn om støtte fra By- og Boligministeriet til helhedsorienteret byfornyelse i Dideriksens karré inden for en investeringsramme på 9,4 mio. kroner. Der har gennem tiden været mange planlagte projekter for karreen, der ikke er blevet realiseret. Blandt andet ønskede en developer på et tidspunkt at bygge boliger i gårdrummene. I 1970'erne blev der opstillet planer om at rydde gården og lave en kvarterspark. I dette projekt deltog mange beboere fra hele kvarteret, Vesterbro, i planlægningen. Planerne blev ikke realiseret, blandt andet fordi en person, der ejer en bilforretning i karreen samt en vigtig del af gårdarealet, ikke ønskede at sælge. Det har desuden givet en del problemer, at området inde i karreen er udstykket i mange små grunde. Det har gjort det svært at lave en helhedsplanlægning for området.

Den helhedsorienterede byfornyelse skal, ud over traditionel byfornyelse, blandt andet omfatte opførelse af nyt byggeri til erhverv og boliger samt indretning af et torv med forbindelse til Brandts Klædefabrik. Planerne med Dideriksens karré er inspireret af Brandts Klædefabrik, og det er hensigten, at forsøgene skal danne en kulturakse, der strækker sig fra Brandts ned gennem gårdrummene i Dideriksens karré.

Fire arbejdsgrupper med deltagelse af beboere, erhvervsdrivende samt repræsentanter for forvaltningerne har deltaget i udarbejdelsen af byfornyelsesplanen. Medarbejderne på Brandts Klædefabrik har ikke deltaget i arbejdet med planerne for Dideriksens karré.

Det forventes ikke, at der vil forsvinde erhverv i særlig grad i Dideriksens karré som følge af den helhedsorienterede byfornyelse. En undtagelse er en blikkenslager i en baggård, der må flytte som en direkte følge af byfornyelsen. Der er planlagt et nybyggeri på grunden. Kommunen og de involverede fra karéen har forgæves forsøgt at finde en alternativ placering i karéen til blikkenslageren. Der er desuden en sex-videobutik, der flytter ind til midtbyen, hvilket dog angiveligt har andre årsager end byfornyelsen. Mange af de erhvervsdrivende i karreen ejer selv de anvendte lokaler, hvorfor det ikke blandt de erhvervsdrivende betragtes som et problem, hvis lejeniveauet stiger i takt med, at kvaliteten i gaderummet højnes. Det kan dog gøre det svært for nystartede at komme ind. Huslejeniveauet i Vestergade steg allerede, da gaden blev omdannet til busgade for et par år siden.

Der er udarbejdet en strategisk plan for hele den indre by kaldet "Midtbyplanen". Denne plan er ikke koordineret i forhold til byfornyelsesindsatsen. Miljø- og teknikforvaltningen opererer med en overordnet plan for byfornyelsesindsatsen. Den koncentrerer sig især om installationsmangler og er rettet mod boliger og udearealer. På nogle punkter er det dog kommuneplanen, der er styrende for byfornyelsen. Således var der i forhold til Dideriksens karré tale om en udpegning af området i kommuneplanen, hvilket gav lidt problemer i Miljø- og Teknikforvaltningen, hvor nogle mente, at andre områder var mere trængte og burde prioriteres. Der kan således opstå en konflikt

mellem hensynet til de i fysisk henseende mest trængende bygninger og områder og de områder, der har størst strategisk betydning for hele byen.

Erhverv i de to områder

Det valgte undersøgelsesområde udgør i strukturundersøgelsen det areal, der er illustreret på kortet side 51. Det statistiske område indbefatter som vist både Brandts Klædefabrik og Dideriksens karré. Undersøgelsen viser, at området er domineret af centerfunktioner, idet 88 procent af arbejdspladserne i området falder under kategorierne handel, privat service og undervisning. Undersøgelsen viser endvidere, at den største koncentration af handelsvirksomheder findes i den del af området, der er tættest på Klædefabrikken, mens kvarterets yderdele – og altså også Dideriksens karré – i højere grad rummer private servicevirksomheder.

Brandts

Erhvervsvirksomhederne i Brandts Passage er hovedsageligt udvalgsvarerforretninger samt restaurationer. Der findes desuden enkelte liberale erhverv, blandt andet en IT-virksomhed. Der er tale om forholdsvis små lejemål til en ret høj husleje, hvilket er en af grundene til, at Passagen til tider har været præget af hyppige udskiftninger af lejere og tomme lejemål. Huslejerne i Passagen ligger på omkring 24.000,- kr. pr. måned.

Butikkerne i Brandts Passage blev i gadeinterviews beskrevet som diskrete og som karakteriseret ved en god blanding af forskellige typer erhverv med mange sjove og spændende butikker. Mange oplyste dog samtidig, at de ikke eller meget sjældent bruger dem selv. En undtagelse var cafeerne, der blev fremhævet, og som for flere var den direkte anledning til besøget. Cafeerne skaber ifølge de adspurgte et hyggeligt miljø og giver en nærmest sydlandsk stemning. Muligheden for at sidde udenfor blev endvidere fremhævet, ligesom den levende musik, der ofte er på pladsen. Der var dog en enkelt ældre dame, der fandt området forvirret, uspændende og svært at finde rundt i. Hun mente at området kun appellerede til unge og brød sig generelt ikke om cafeer.

En erhvervsdrivende mente, at Passagen har udspillet sin rolle som attraktivt strøg i Odense. Tidligere var Passagen og hele området præget af et blomstrende kulturmiljø, mens det i dag er stilnet af og der har været en kedelig udvikling.

Det blev desuden af flere interviewede – erhvervsdrivende såvel som forbi passerende på gaden – nævnt, at Brandts Passage ikke er et sted man går igennem om aftenen, idet der ved et diskotek i Passagen, ofte er øretæver i luften. Det er desuden et problem, at diskoteket foranlediger meget svineri i gaden. Der er blevet opsat en port der lukkes kl. 02.00 hver nat, og siden har der ingen indbrud været. Yderligere skabes der ved lukningen tid til at få gjort rent i Passagen, så den er pæn igen næste morgen.

Det nævnes som et stort problem, at der er meget stor udskiftning af butikker. Mange åbner for så at lukke hurtigt igen. Særligt butikker, der forhandler nips og andre specialiteter, må give op.

De adspurgte udtrykte generelt, at det er vigtigt, at de erhverv, der lokaliseres i Brandts, har en eller anden form for relation til Kunsthallen og dennes profil. Det kan være gallerier, kunsthåndværk, plakatbutikker o.l., men også andre typer erhverv, der passer i stilen. Der er et ønske om at få butikker i Passagen, hvor der er mulighed for samarbejde med både Kunsthallen og de øvrige erhverv. Kunsthallen har i dag et meget nært samarbejde med husets egen boghandel, der er forpagtet af Arnold Busk. En specialbutik med musik, der kunne samarbejde med musikbiblioteket anføres også som meget ønskelig. Området vil totalt set blive mere attraktivt, hvis der kommer et stort udvalg af specialbutikker. Det ville få folk til at søge til Brandts også

for de særlige butikkers skyld. I forvejen søger folk til Brandts, når vejret er til det, og arkitekturen sørger for, at byrummet er attraktivt med varme, lys og luft. Det er desuden vigtigt at bibeholde de små enheder i passagen for derved at skabe et rum med mange oplevelser.

Der er nogle erhverv, der ikke vil kunne fungere i Brandts Passage. Det er erhverv, der har brug for gode tilkørselsforhold, erhverv der handler med tunge og store varer, eksempelvis radio og tv-forretninger og andre store butikker med behov for gode lagerforhold. Værtshuse ville nok ikke passe ind i gaden, der tidligere har haft problemer med drankere. Det ville defor heller ikke være hensigtsmæssigt at have en institution som Kirkens Korskørs varmetue i Brandts. Brugere af et sådant sted er ofte interesseret i, at man lægger så lidt mærke til dem som muligt. Håndværkere ville ikke kunne klare den høje husleje, og er derfor ikke relevante som lejere. Undervisning, læger og lignende ville være et positivt indslag, men der kan stilles spørgsmålstejn ved om lokalerne er store nok.

Lige efter omdannelsen var der skrappe restriktioner. Der måtte således kun være én af hver slags forretning i Passagen. Denne regel er dog senere ophævet. Der findes også kultur, i mindre enheder, i passagen. Der er nogle lejemaal i Passagen, hvor proportionerne passer dårligt til erhverv og bedre til kultur, fordi der er meget højt til loftet. Disse lokaler kan bruges til eksempelvis arkitekter, udstillinger eller lignende, hvor proportionerne vil være en fordel.

Kunsthallens ledelse har ingen indflydelse på det aktuelle valg af virksomheder, men kan fremsætte deres ønsker. Købmændene er imidlertid afhængige af, hvem der tilbyder sig og af, at lejen bliver betalt. Hver anden måned er der møder mellem de forskellige interessenter i området, og her tales om de kommende måneders planer i de enkelte institutioner mm. Her orienteres gerne om planer for nye butikker.

Dideriksens karré

Dideriksens karré rummer en del erhverv i form af butikker i stueetagen især i Vestergade og liberale erhverv på de øvrige etager. Der findes desuden en del gamle håndværks- og erhvervsvirksomheder i baghusene, hvoraf nogle står for en omdannelse til anden brug. Der er ikke planer om at omdanne erhverv til boliger, da det vurderes, at det er muligt at få andre erhverv lokaliseret i bygningerne. Bebyggelsen er flere steder usammenhængende med huller i facaderækken. Her er det tanken at foretage infill-byggeri til blandede bolig og erhvervsformål.

I Vestergade ligger, som de mest markante erhverv i forhold til den helhedsorienterede byfornyelse, en delikatesseforretning, der sælger kaffe, vin, chokolade m.m. og en skobutik. Delikatesseforretningen, der er en generationsforretning, er velkendt og velrenommeret i byen og tiltrækker kunder fra hele Fyn. Der er planlagt et gourmet-torv i gårdrummet bag forretningen. Torvet skal indeholde butikker, der kan lejes ud til mindre delikatesseforretninger og lignende. Det er således tanken at bygge videre på det miljø, der i forvejen findes i kraft af delikatesseforretningens tilstedeværelse. Skobutikken ejer en del af gårdrummet i Dideriksens karré. I denne del af gården ligger et Mimeteater, der er tænkt at kunne indgå som et vigtigt og positivt element i det nye byrum.

Flere af de handlende har ved interviews foretaget under opstarten af den helhedsorienterede byfornyelse peget på, at området ved Dideriksens karré mangler en selvstændig identitet, og at beliggenheden tæt ved centrum ikke udnyttes. I den helhedsorienterede byfornyelse er det planen at skabe en styrket identitet via etablering af opholdsarealer samt ved øgede kultur- og handelsaktiviteter i området. Det kan således udledes, at erhvervsfunktioner betragtes som en væsentlig faktor til at skabe en mere markant identitet i kvarteret. Erhverv spiller således både en rolle ved til at skabe mere liv i et område og med at ændre et kvarters image, eksempelvis når gamle er-

hvervsbygninger omdannes til brug for nye byerhverv. Grundlæggende ses erhverv i byen som et positivt element.

Det er besluttet at åbne Dideriksens karré mod Brandts Klædefabrik via et forløb ind i karreens gårdrum over for klædefabrikken. For at muliggøre skabelsen af denne Passage er det nødvendigt at nedrive en gammel erhvervsbygning, der tidligere blev anvendt af en bilforhandler. Passagen skal rumme butikker og udearealer. Ved at skabe en sammenhæng med Brandts Klædefabrik håber man at gøre Dideriksens karré til en del af det flow, der er ved Brandts og derved tiltrække flere mennesker til området. I det planlagte forløb ind i karreen bliver der bygget attraktive senior ejerboliger, samt butikslokaler i gadeplan. Karreen ligger centralt og det forventes fra planlægerside, at det er muligt at åbne den. Det anses for vigtigt, at passagen ind i gårdrummet bliver spændende med mange små butiksenheder, samt at man opsplitter gården i en række mindre rum. De nye erhverv, der forventes at komme til inde i karreen, er dels mindre delikatesseforretninger på gourmet-torvet, dels de forretninger der skal ligge i passagen over for Brandts, hvor det ikke ligger fast hvilke butikker, der kan komme på tale. Der bliver dog fokus på publikumsorienterede erhverv.

Der er delte meninger blandt de interviewede om, hvorvidt det vil lykkes at trække udviklingen med over i Dideriksens karré. Nogle af de handlende gav således udtryk for, at de to strøggrader i Odense er så dominerende, at det vil være meget krævende at ændre folks opfattelse og indkøbsvaner.

De adspurgte mente generelt, at det er vigtigt, at de erhverv der kommer i karreen bliver kendetegnet ved små enheder, og at der satses på det unikke og kvalitet. Som uønskede erhverv nævnes konceptbutikker og kædebutikker samt supermarkeder. Som eksempel nævnes en Nettobutik, der dels på grund af den biltrafik det ville skabe, dels fordi det ikke passer størrelsesmæssigt anses for problematisk. Desuden nævnes at de signaler en discountforretning sender ikke vil være befordrende for området.

Også på gourmet-torvet er det tanken, at der skal der satses på 'det særlige' og på kvalitet. En grillbar ville således ikke passe ind i konceptet, både på grund af de signaler en sådan udsender, og fordi en sådan type butik traditionelt er meget ustabil med mange lukninger og derfor ikke skaber liv i et område.

Generelt mente de interviewede, at det ville være attraktivt at bibeholde de traditionelle håndværkere i karréen samt at få nogle arbejdende kunst-håndværkere eller lignende ind. Dette ønske begrundes med, at sådanne virksomheder med åbent værksted giver nogle spændende og anderledes oplevelser, der ikke er relateret til det at købe/forbruge. Det tilfører 'en snert af fortiden', hvor gaderummet i højere grad udgjorde børnenes livserfaringsrum. Der er dog også visse problemer forbundet med en håndværker i gården, blandt andet med varelevering og den trafik det skaber.

Grundprisen i karreen er høj, og der skal bygges i tre etager, for at få en fornuftig økonomi i projektet. Der er derfor en risiko for, at det bliver så dyrt at leje sig ind, at mindre specialforretninger vil have dårlige vilkår for at leje lokalerne. Det er således ikke givet, at intentionerne om at undgå konceptbutikker og større enheder kan indfries. De eksisterende erhverv, der ligger ud mod gaderne, vurderes ikke at blive påvirket nævneværdigt af omdannelsen.

Kvarteret

Brandts

På det tidspunkt hvor Brandts blev omdannet var der grøde i kulturlivet i Odense, og Brandts kom til at fungere som lokomotiv for udviklingen i hele byen, både i forhold til kulturlivet og ved anlæggelsen af det store gågade-område og torvedannelserne. Byen blev på samme tidspunkt tilført en del

uddannelsesinstitutioner, hvilket var med til at forstærke udviklingen. Der tales i dag om "Brandts-effekten", hvilket henfører til, at omdannelsen ændrede hele byens image. Uden for Odense er Brandts Klædefabrik sandsynligvis det mest kendte i byen og derfor et identifikationspunkt. Brandts har en stor markedsføringseffekt over for turister og for de lokale, der kan gå forbi og drikke en øl eller vise det frem til gæster. Til forskel fra et sted som Louisiana i Nordsjælland behøver man ikke at gå ind bag murene i Brandts for at bruge det, bygningerne har en stor symbolværdi i bybilledet.

Selve området ved Brandts er et gågade område, hvor der er mulighed for at sidde udenfor. Ved interview med folk på gaden blev det beskrevet som et fredeligt og afslappet område uden motorstøj, et område med god plads, luft og meget grønt. Kulturdelen var velkendt af alle de adspurgte og blev beskrevet i meget positive vendinger som oplevelsesrigt. Det historiske element ses som et forhold, der giver området karakter. Området blev beskrevet som et kulturcenter, med en gammeldags og hyggelig udstråling.

På nuværende tidspunkt er det planlagt at foretage en udvidelse af Brandts. Det nye byggeri er en del af en mere overordnet strategisk plan. Det forventes, at det nye byggeri vil give et mere sammenhængende område internt i Brandts samt give en bedre sammenhæng med byen, hvilket savnes i dag. Det er planen at øge flowet af mennesker gennem gaden med flere butikker og cafeer samt ved at lede folk bedre rundt. Brandts skal på den måde blive en del af et mønster i byen, både via fysiske forandringer og via aktiviteter. Der er afholdt en arkitektkonkurrence, og der er lagt vægt på, at nybyggeriet skal følge den oprindelige arkitektur i højde, facader o.l. "Brandts-effekten" har medført, at da man ønskede 25 mio. kr. til udvidelsen var der ingen problemer med bevillingen i byrådet. Der er bred politisk konsensus om det positive ved klædefabrikken.

Nybyggeriet kan ses som en reaktion på, at der har været stilstand på Brandts i en periode. Der er eksempelvis ikke tilført nye institutioner til området. Kunsthallen har naturligvis haft skiftende udstillinger, men det har ikke været tilstrækkeligt til at markedsføre området. "Brandts-effekten" medførte, at der blev igangsat en udvikling i byen, men i dag lukker det ene galleri efter det andet, hvilket kunne tyde på, at effekten ikke er langvarig. Problemerne forklares blandt andet med, at byen har en vis sløvhed over sig, og at man er oppe imod en mentalitet som har fokus på hus, have og familie. Brandts tiltrækker et godt, men ikke overvældende, stort lokalt publikum. Lokalbefolkningen udgør omkring 40 pct. af de besøgende. Der er desuden tale om et ikke særligt købedygtigt lokalt publikum. Brandts er for at overleve nødt til at fungere som et nationalt og internationalt sted, der i højere grad kan tiltrække folk udefra. Udvidelsen skal medvirke til en professionalisering af Klædefabrikken, blandt andet ved at give et udstillingsrum, der kan leve op til både sikkerhedsmæssige og æstetiske krav. Det vil gøre det muligt at lave bedre og større udstillinger.

Dideriksens karré

Dideriksens karré beskrives som et område som ikke rummer mange positive identifikationsmuligheder. Området er præget af tilstedeværelsen af mange narkomaner, alkoholikere og megen kriminalitet og desuden har Kirkens Korshær en varmestue i karreen. Grundejerne valgte derfor at de, i forlængelse af de penge der gives til byfornyelse, vil lave butikker og andre publikumsorienterede erhverv inde i karreen, for derved at skabe nye kvaliteter i området.

To interviewede på Pantheonsgade havde diametralt modsatte opfattelser af gaden. Den ene – en mor med en barnevogn – fandt gaden meget larmende og urolig på grund af en sportspub og Kirkens Korshærs varmestue. Hun fandt den centrale beliggenhed positiv, men mente ikke at det var et godt sted at have børn. Den anden – en ung mand var glad for sportspuben, som han ofte anvender og fandt intet negativt ved gaden.

Visionen i den helhedsorienterede byfornyelse indebærer, at karreen åbnes mod Brandts Klædefabrik, således at det bliver muligt at trække på Klædefabrikkens image og det publikum, der færdes her. Gården er i dag delt op i mange mindre rum, som det er planen at skabe forbindelse mellem. I et af gårdrummene anlægges som omtalt et gourmet-torv med butikker og markedsdage.

I en anden del af gården ligger det før omtalte Mimeteater. Teatret var en overgang lukningstruet, men blev støttet af de omkringliggende erhverv, der gav udtryk for, at tilstedeværelsen af en kulturinstitution som Mimeteatret er positiv, også for erhvervslivet. Der er således tale om et planlagt samspil mellem erhverv og kultur i karréen.

Aktører i byens fornyelse

Brandts

Keld Droob og J. Hanssen, to jyske købmænd, købte fabrikken for næsen af kommunen med en forventning om, at kommunen efterfølgende ville leje sig ind i bygningerne. Kommunen lejede sig ind i omkring halvdelen af bygningerne med en tilbagekøbsret, der betød, at kommunen havde mulighed for at indløse ejerrettighederne efter 10 år til en på forhånd angivet pris. Det var en af årsagerne til, at kommunen løbende investerede forholdsvis store midler i bygningerne. Der lå en forventning hos købmændene om, at kommunen ikke ville indfri køberetten og blot fortsætte sine lejemål. Denne forventning udgjorde grundlaget for prissætningen af lokalerne, og for at Keld Droob købte J. Hanssen ud. Da kommunen alligevel besluttede at købe bygningen til den på forhånd angivne pris på 13,8 mio., på et tidspunkt hvor den var værdisat til 100 mio., opstod en del konflikter.

Bygningen er i dag delt mellem to ejere, Odense Kommune og Keld Droob. Samarbejdet er endt med at blive konstruktivt på trods af uoverensstemmelserne. Der er dog stadig kulturforskelle mellem parterne. Et illustrativt eksempel herpå ses i forbindelse med udbygningen af Brandts. Kommunen har afsat 25 mio. kr. til det nye byggeri og foretager med dette udgangspunkt en tilbageregning, for at afgøre hvad man kan få for pengene. Til forskel herfra arbejder Keld Droob med udgangspunkt i, at der skal bygges i en bestemt kvalitet og et bestemt design og beregner prisen herudfra. Der er dog opstillet minimumskrav til kvaliteten af det nye byggeri.

Der eksisterede ikke en ejerforening med deltagelse af de implicerede før kommunen købte de bygninger, der rummer den kulturelle del. Det vurderes, at det ville have været hensigtsmæssigt at have haft en sådan fra begyndelsen af samarbejdet. I ejerforeningen sidder to repræsentanter for kultur- og socialforvaltningen. Ud over ejerforeningen for klædefabrikken findes en lejerforening for den private del i Passagen. Der er desuden en lejerforening for erhvervene, der dog ikke er særligt godt organiseret. Sidstnævnte styres af Keld Droob uden kommunens medvirken. Keld Droob har forsøgt at lægge en linie for, hvilke erhverv der kan ligge i Passagen, og er, ifølge flere interviewede, ikke bange for at måtte vente på den rette lejer når der er ledige lokaler. Butikkerne høres på uformel basis, når en ny lejer ønsker at flytte ind, men har ikke nogen formel indflydelse.

Der finder et kontinuerligt samarbejde sted mellem ejer- og lejerforeningen. Der er løbende møder, hvor fælles anliggender drøftes. Emnerne for møderne spænder fra meget konkrete anliggender til mere omfattende visioner for området. De enkelte lejere bliver ikke diskuteret i dette forum. En stor del af møderne og indsatsen har i det seneste år handlet om at gøre området rent og fjerne bænke og buskadser for derved at mindske problemerne med narkomaner og alkoholikere, der også har fundet området spændende. Åbningen af en lokalpolitistation har spillet en vigtig rolle i denne indsats.

Der findes ikke en separat gadeforening for Brandts Passage. Området er dækket ind under Odense Cityforening, der har 250 medlemmer fra både forretninger og liberale erhverv. Foreningen deltog ikke i forhandlingerne om omdannelsen af Brandts Klædefabrik. Cityforeningen har et fint samarbejde med kommunen og med byplanlæggerne, der især skyldes den tidligere leder Thomas Jensens engagement. Cityforeningen er orienteret om planerne for Dideriksens karré men er ikke med i forhandlingerne.

Dideriksens karré

Samarbejdet i forbindelse med den helhedsorienterede byfornyelse har formelt været organiseret i et karréråd med deltagelse af erhverv – ejere såvel som lejere, beboere – ejere såvel som lejere, en politiker fra hvert udvalg, repræsentanter fra de forskellige forvaltninger: Børn- og Unge, Ældre- og Handicap, Kultur- og Social og Miljø- og Teknikforvaltningen. Desuden har Mimeteatret og Kirkens Korshær deltaget i rådet.

Der er via byfornyelsen skabt kontakt mellem en række nøgleaktører i området. Erhverv, investorer, kultur, sociale projekter og beboere er inddraget, og der er derved skabt nye muligheder for at få sat ting i gang. Kommunen har formidlet kontakten mellem aktørerne, men har ellers overladt det til de implicerede at finde løsninger sammen.

Samarbejdet i forbindelse med byfornyelsen i karreen fik dog en uheldig opstart. Grundejerne følte sig forbigået, fordi kommunen lagde ud med at foretage en spørgeundersøgelse blandt beboere og ansatte i karreen og ikke inddrog grundejerne i første omgang. Man fik dog overbevist grundejerne om, at de havde en interesse i at indgå i samarbejdet.

For at leve op til intentionerne i den helhedsorienterede byfornyelse er det nødvendigt, at der indgår både ejere, lejere, erhverv m.m. Der deltager 2–3 beboere aktivt i arbejdet med Dideriksens karré. Der var ikke den store interesse blandt beboerne for at deltage. Mange af områdets beboere er lejere, der ofte er usikre på, om de fortsat kommer til at bo i området og derfor er mindre interesserede i at deltage i planlægningsarbejde. De forretningsdrevende og de beboere, der bor i ejerboliger har en længere tidshorisont og er derfor nemmere at inddrage.

Der har vist sig interesseforskelle mellem de involverede. Eksempelvis har beboerne andre ønsker til brugen af gårdrummet end erhvervene. Et andet eksempel er i forbindelse med Kirkens Korshær, der har en varmemstue i karreen, beliggende i Pantheonsgade. Til varmemstuen kommer en del klienter, heraf en del alkoholikere og narkomaner. De øvrige brugere og beboere har været trætte af disse klienter og ville, da den helhedsorienterede byfornyelse begyndte, have dem ud. Blandt andet blev det foreslået, at åbningen af karreen mod Brandts skulle ligge hvor Kirkens Korshærs hus er. Kirkens Korshær foretog et meget stort informationsarbejde, hvor de fortalte om deres brugere og om det fælles ansvar for de dårligst stillede. Løsningen blev en renovering af udearealerne ved Kirkens Korshær, således, at de grupper der ikke kan sammen, separeres og den øvrige del af karreen ikke generes. Det er endvidere besluttet ikke at lave grønne områder inde i karreen for at undgå at klienterne opholder sig her. Erhvervene er derfor endt med at bakke op om Kirkens Korshær, selv om der umiddelbart er tale om modsatrettede interesser. Eksempelvis kan varmemstuen skabe utryghed blandt erhvervenes kunder.

Erfaringen er, at jo mere de forskellige aktører kender hinanden, jo større forståelse opnås. I forbindelse med det omtalte Mimeteater ses et eksempel på, hvordan erhverv bakker kulturen op og ikke kun tænker på kortsigtede indtjeningsmuligheder. Mimeteatret ligger i en bygning, der ejes af en skobutik på Vestergade. Teatret har haft svært ved at få tilskud til driften fra kulturforvaltningen, men har fået opbakning fra erhvervene i karréen. Der lægges nu op til et lokalsamarbejde med de omkringliggende erhverv, således at der kan afholdes arrangementer som vinsmagning, modeopvisning og konferencer i teatersalen.

Både i eksemplet med Mimeteatret og med Kirkens Korshær er der skabt en tillid, der har givet et vellykket samarbejde på trods af alle odds. I forbindelse med Mimeteatret er der sket det, at man ser fordele af hinandens tilstedeværelse og at erhvervslivet bakker op om en kulturinstitution, hvilket ikke er så almindeligt. Der er, set med kommunens øjne, skabt en konsensus om 'det fælles bedste' i området og opbygget en forståelse mellem parter der traditionelt er på kollisionskurs. Det opbyggede netværk må ifølge kommunen forventes at bestå og kunne aktiveres fremover.

Kommunen har internt visse problemer med usmidighed. I den helhedsorienterede byfornyelse skal mange forskellige aktører fra kommunen indgå, og eksempelvis forhold som hvem der giver tilskud til hvilke institutioner betyder, at der må foretages mange krumspring for at få tingene til at falde på plads.

Man har dog også opnået brugbare erfaringer via den helhedsorienterede byfornyelse. Der er således skabt kontakt mellem børn- og ungeforvaltningen, narkorådgivningen og socialforvaltningen, der behandler samme gruppesager. Der er opnået et smidigere forvaltningssamarbejde på dette punkt.

Cases

Der er udvalgt fem erhvervsvirksomheder beliggende i henholdsvis Brandts Passage og Dideriksens karré til nærmere casestudier. De fem fordeler sig med tre i Brandts Klædefabrik og to i Dideriksens karré. Der er tale om to virksomheder inden for kategorien mode og design; en modefrisør og en tøjbutik. Desuden er udvalgt en café samt en reklamefotograf og en IT-virksomhed.

Modefrisør

Indehaveren åbnede butikken i marts 2000. Butikken er beliggende ved Dideriksens karré i kvarteret Vesterbro. Placeringen lidt uden for centrum er til sigtet og blev valgt, fordi området Vesterbro er mere spændende, rå og blandet i sit udtryk end selve centrum. Det beskrives som en klar fordel at ligge på en åben vej i modsætning til at ligge i gågaden, der begynder ca. 200 meter fra butikken, idet den åbne gade med mennesker og trafik giver liv.

Frisørsalonen er utraditionel med et udviklet koncept, der omfatter en helhed af oplevelser. Der er således fast live DJ ugentligt, vinsmagning, og der lægges vægt på, at man kan komme forbi, uden at det er for at klippet. Der er gjort store overvejelser om butikkens indretning og facadens udseende.

Kundegruppe og lokalområde

Indehaveren har arbejdet i en frisørsalon i Brandts Passage i syv år. Her havde han en stor kundegruppe, som han har taget med til den nye salon. Derudover kommer der kunder på andres anbefalinger og henvisninger, mens andre igen kommer ind fra gaden. Kunderne kommer fra hele Fyn.

Byfornyelse

Indehaveren har ikke modtaget støtte til byfornyelse.

Samarbejde

Indehaveren har et uformelt samarbejde med en parykmager, der ligger på den modsatte side af gaden. Der er desuden få uformelle samarbejder med nogle små designsteder, som er drevet af venner. Samarbejdet består i, at man fortæller kunder om hinandens butikker. Indehaveren anvender ikke

området butikker eller andre erhverv i særlig høj grad og synes, at det nærmeste område er lidt kedeligt. Han kunne godt ønske sig flere specialforretninger som hans egen i området.

Indehaveren er ikke med i Cityforeningen, idet han ikke finder, at den plejer hans forretnings interesser. En del af de øvrige forretninger på Vesterbro er heller ikke med i foreningen.

Bidrag til byens liv

Frisørsalonen beskrives af de øvrige interviewpersoner som anderledes og nyskabende. Det er et sted som trækker mange folk til og derfor giver stemning og liv. Det anføres, at der gøres meget ud af facaden og vinduet, samt at indehaveren imagemæssigt har stor betydning for gaden. Frisøren ses som et meget positivt indslag i gaden og som et ungt sted, som dyrker det moderne. Butikkens aktiviteter, eksempelvis DJ om fredagen, giver stemning og oplevelser. Indehaveren beskrives som en meget ihærdig herre, der forstår at skabe opmærksomhed i forhold til medierne. Han beskrives som meget kreativ og som en stor personlighed, hvilket af flere interviewede angives som en væsentlig forudsætning for stedets succes. Ingen af de interviewede påpegede negative bidrag.

Tøjbutik

Butikken, der sælger modetøj til modne kvinder, åbnede i 1984 som den første butik i Passagen og fik ved denne lejlighed en del opmærksomhed fra pressens side. Indehaveren, der er næstformand i Cityforeningen, havde ikke tidligere haft butik. Ved valg af lokalisering lagde indehaveren vægt på, at det var et sted med sjæl og historie. Brandts Klædefabrik trækker mange mennesker gennem passagen, også mange turister. Butikken appellerer til de samme kunder, som er interesserede i kulturdelen i Brandts Klædefabrik, hvorfor det var oplagt at placere butikken her. Adressen er med til at give butikken personlighed. I dag kunne butikken godt være placeret et andet sted i byen, fordi der er skabt en fast kundekreds. Det tager omkring 5 år at skabe en fast kundekreds, hvoraf de første tre år er meget hårde økonomisk. Mange nye butikker overlever ikke denne fase.

Kundegruppe og lokalområde

Kunderne bor især i Odense syd, vest og i centrum. Der kommer dog kunder fra hele Fyn. Gennem markedsføring vha. et reklamebureau har indehaveren forøget omsætningen med 2 mio. kr. Markedsføringen består i udsendelse af nyhedsbreve 6–7 gange om året til alle fra kundekartoteket. Yderligere står butikken for arrangementer så som modeshows og koncerter, hvor der benyttes kendte konferencierer. Desuden afholdes en del konkurrencer. Alt dette er med til at skabe liv og opmærksomhed om butikken og øge loyaliteten blandt kunderne. Indehaveren sigter mod kunder fra mellemgruppen af indkomster.

Indehaveren mener, at der er et behov for hendes varer. De butikker i Brandts, der lukker, er dem, der ikke er et stort nok behov for, og dem har der været mange af i tidens løb. Den tidligere nabobutik, der også handlede med tøj, holdt kun i meget kort tid. Det vurderes, at varesortimentet var for lille og forkert ramt i forhold til at skabe den omsætning, der er nødvendig i forhold til huslejen og de øvrige omkostninger.

Byfornyelse og byomdannelse

Butikken ligger i den omdannede klædefabrik.

Samarbejde

Tøjbutikken har et uformelt samarbejde med en frisør, der består i, at man sender kunder til hinanden.

Bidrag til byens liv

Som et positivt bidrag til byens liv nævner indehaveren selv, at butikken er kendt af et bredt publikum og derfor trækker mange kunder til Passagen. Butikken har skabt et miljø, der har gjort det attraktivt for andre butikker med samme kundegruppe at åbne i Passagen.

De øvrige adspurgte var bekendt med forretningen og en enkelt havde været medarrangør på et modeshow. Det nævnes, at butikken er god til at trække kunder til, og at det er en af de få butikker, der har overlevet mange år i Passagen. Butikken står for kvalitet og trækker mange mennesker ind i Passagen. Indehaveren er dygtig til at markedsføre butikken og er meget hurtig til at udstille sit tøj, hvis der er tomme lokaler i Passagen, hvilket er godt for gaden, idet det er meget skæmmende med tomme butikslokaler.

Der nævnes ingen negative bidrag i forhold til omgivelserne.

Café

Den interviewede er daglig leder af cafeen, der blev åbnet i 1992 og ligger i Brandts Passage. Cafeens beliggenhed er særdeles god, da den både har indgang ud mod gågaden Vestergade og har servering i Brandts Passage. Den gode beliggenhed sikrer en stor gennemstrømning af kunder.

Brandts Klædefabrik trækker mange mennesker gennem Passagen, og Cafébiografen, der ligger i hovedbygningen, afholder mange udendørs arrangementer med levende musik, hvilket er med til at øge flowet. Cafeen afholder ikke selv musikarrangementer, fordi det er en stor satsning, som sjældent løber rundt økonomisk. Nogle gange har cafeen nogle mindre arrangementer, eksempelvis en DJ om lørdagen. Det giver dog problemer i forhold til beboerne.

Kundegruppe og lokalområde

Der findes ifølge den interviewede en usynlig grænse, der deler byen i to; et område, hvor der er mange cafégæster om dagen og et, hvor der er mange besøgende om aftenen. Cafeen ligger i den del af byen, hvor der hovedsageligt er mennesker i dagtimerne, mens det er meget svært at trække folk til om aftenen. Cafeen satser derfor især på frokostgæster. Der er mange kunder frem til 18–19 tiden, hvorpå de trækker længere ned ad Vestergade. I Passagen ligger et diskotek, som tiltrækker mange helt unge på grund af lave priser og en liberal holdning til gæsternes alder ved udsækning. I Vestergade i umiddelbar nærhed til Passagen ligger en anden billig bar for unge. De to barers kundegrupper er ikke sammenfaldende med cafeens, og det er uheldigt for cafeen at den ligger mellem de billige aftensteder, på grund af de store forskelle i prisniveau og kundegrupper. Aldersgrænsen på cafeen er om aftenen 19 år for derved at undgå de helt unge gæster.

Kunderne i cafeen er om formiddagen husmødre og andre, der har fri om dagen. Senere kommer mange frokostgæster. Der er her tale om kunder med en bred alderssammensætning, der går fra folk på 18–19 år til 50–60 årige. Køkkenet er ikke stort, hvilket skaber den begrænsning, at der i travle tider kan være lange ventetider på maden, hvorfor der ikke er mange forretningsfolk blandt kunderne.

Lejeniveauet er fornuftigt og en del billigere i Brandts end på gågaden. Cafeen har en god lejeaftale, da den har lejet lokalerne i mange år. Interviewpersonen mener, at det kun er specialbutikker, der kan overleve i Passagen, og at det er vigtigt med en god blanding af forretninger i Passagen. Der er netop åbnet et vaffelhus ved siden af, hvilket passer fint ind, men kan

give problemer, fordi de ingen toiletter har, hvorfor deres kunder må låne cafeens toiletter. Desuden kan det for kunderne være svært at se forskel på de to butikkers borde, hvilket måske kan skabe konflikter. Der findes et meget begrænset samarbejde mellem erhvervene i Passagen.

Byfornyelse

Cafeen ligger i den omdannede klædefabrik

Samarbejde

Den tidligere chef for cafeen havde mange diskussioner med gadeforeningen. I dag er cafeen i lighed med de fleste restauranter i byen ikke med i gadeforeningen. Restauranterne og cafeerne er ikke med, fordi foreningen hovedsageligt varetager butikkernes interesser.

Bidrag til byens liv

De interviewede, som kendte cafeen, fandt, at den er med til at gøre nærområdet til et rart sted at være. Cafeen tiltrækker unge og er med til at skabe liv i området. Cafeen er tilpas mainstream til at passe ind i miljøet i området, og det er et pænt og moderne sted. Det er et sted, hvor folk gerne vil ses, med en flot indretning og en god beliggenhed.

Det nævnes desuden, at cafeen er positiv at ligge ved siden af, idet den tiltrækker et godt og købedygtigt publikum. Den er et godt supplement til butikkerne i Passagen og gør det muligt for folk at tage en pause. Cafeen har stor kontakt med de øvrige erhverv og har deltaget aktivt i et samarbejde, der havde til hensigt at gøre noget ved problemerne med tiggere, narkomaner og drankere i Passagen.

En enkelt anførte, at han tidligere brugte cafeen meget, men at den i dag er blevet overtaget af de unge og de studerende, hvorfor den ikke længere appellerer til den lidt ældre målgruppe.

Reklamebureau

Indehaveren, der er reklamefotograf, åbnede reklamebureauet i 1998. Firmaet begyndte på freelancebasis og blev drevet fra indehaverens hjem. I dag er der fem ansatte. Firmaet beskæftiger sig med alle former for reklame, også reklame på Internettet, der i stigende grad har vundet indpas og i dag udgør omkring 50 pct. af firmaets opgaver.

Da indehaveren ledte efter egnede lokaler, var det primære krav, at de skulle være billige. Hans lokaler, der er beliggende i gården i Dideriksens karré, fandt han, fordi han blev kontaktet af viceværten, der gerne ville udleje til ham. Udlejeren er ikke specielt kritisk med hvilke lejere, der kommer ind, og prioriterer at få lejet lokalerne ud hurtigt.

I området findes der i dag en del kunstnere, en skrædder, et meditationscenter m.m. Indehaveren er glad for det rustikke look som lokalerne og omgivelserne har. De passer til det image han efterspørger og er et godt samtaleemne når kunder kommer på besøg.

Lejen er billig i forhold til den centrumnære lokalisering. Det er indehaverens vurdering, at lejen for tilsvarende lokaler andre steder i byen ligger omkring 30 pct. højere. Indehaveren har ikke kendskab til lignende baggårde med erhverv andre steder i midten af byen.

Kundegruppe og lokalområde

Indehaveren mener ikke, at Brandts Klædefabrik har nogen særlig effekt for hans forretning. Han er godt tilfreds med sin lokalisering og ønsker ikke at flytte. Det er dog ikke så væsentligt, hvor firmaet ligger, og en placering uden for byen ville ikke være et problem. Indehaveren og medarbejderne foretrækker dog en central placering, idet der er mere liv i nærområdet i by-

midten. Et andet spændende område for et reklamebureau kunne være havnen, men det er kun tilladt for firmaer, der er relateret til havnen at ligge der. Indehaveren kunne godt tænke sig bedre parkeringsforhold, og at stedet var lettere at finde. En lokalisering i Brandts kunne være interessant – især i den store bygning, der er meget flot. Han overvejede en placering i Passagen, før han flyttede til Vesterbro, men huslejen var for høj i forhold til de få m², han kunne leje.

Hvorvidt en placering på Vesterbro også har negative aspekter er svært at sige. De mere rå elementer i gadebilledet i form af pornobutikker, rockere, bodegaer mm. kan også være positivt og tilføje noget spændende til atelieret. At firmaet er placeret her markerer, at man har vovet sig ud på lidt ukendt vand.

En delikatesseforretning, en café og en frisør er nogle af de lokale kunder. De øvrige kunder kommer fra hele Fyn, fra København og fra udlandet. Indehaveren bruger nærområdet i forbindelse med kundepleje, dog ikke de nærliggende restauranter, da de efter hans mening ikke er af høj nok kvalitet.

Byfornyelse

Virksomheden ligger i Dideriksens karré, hvor der er påbegyndt helhedsorienteret byfornyelse. Selve ejendommen, hvor lokalerne ligger, berøres ikke af byfornyelsen, men hele karreen indgår i arbejdet med planerne.

Samarbejde

Firmaet er ikke medlem af hverken Cityforeningen eller af andre erhvervsforeninger og har ingen faste samarbejdspartnere i området.

Bidrag til byens liv

Indehaveren anfører, at han kun bidrager til byens liv gennem den opmærksomhed, han har fået fra pressens side, der måske har smittet lidt af.

Firmaet er ikke kendt af særlig mange af de interviewede, hvilket dels kan hænge sammen med, at det er forholdsvist nystartet, samt at det ikke har et synligt ansigt ud mod gaden. En enkelt interviewperson havde fået lavet billeder hos firmaet. Det nævnes af en erhvervsdrivende i området, at der ville være en fordel ved en beliggenhed ud til gaden, så folk kunne kigge ind i atelieret. Det ville skabe en åbenhed omkring virksomheden. Det skal dog bemærkes, at grunden til at folk ikke kender reklamebureauet også er, at de lokale erhvervsdrivende ikke er i virksomhedens målgruppe. Der satses derfor af naturlige årsager ikke på en meget synlig facade.

Der blev ikke nævnt nogle negative bidrag i forbindelse med reklamebureauet.

IT-virksomhed

Firmaet er nystartet og flyttede ind i de nuværende lokaler i november 1999. Firmaet laver hjemmesider til erhvervslivet, primært til bilforhandlere. Kunderne er både lokale og nationale, men dog ikke internationale.

Beliggenheden og selve adressen er af stor betydning for firmaet. Firmaet virker stabilt og seriøst pga. adressen – særligt når der tages kontakt til en kunde via telefon, hvilket der oftest gøres. Yderligere nyder firmaet godt af TV2 Vejrets reklamer fra Brandts Klædefabrik, der gør stedet mere kendt i offentligheden.

Kundegruppe og lokalområde

Firmaet anvender stort set ikke Passagens butikker, og ved kundebesøg tages kunden med til andre steder i byen, hvor der findes bedre restauranter. I

det nære område er der mange parkeringsproblemer og ansatte i firmaet må parkere et stykke væk. Dette er også en ulempe for kunderne.

Lejeniveauet er relativt højt i Passagen – også på 1. sal. Firmaet betaler omkring 7.000,- kr. pr måned, hvilket er omkring 2.000,- kr. mere end ved tilsvarende lokaler uden for byen. Firmaet slap for at betale de første 6 måneders leje mod, at de satte lokalerne i stand.

Byfornyelse

Firmaet ligger i den omdannede klædefabrik

Samarbejde

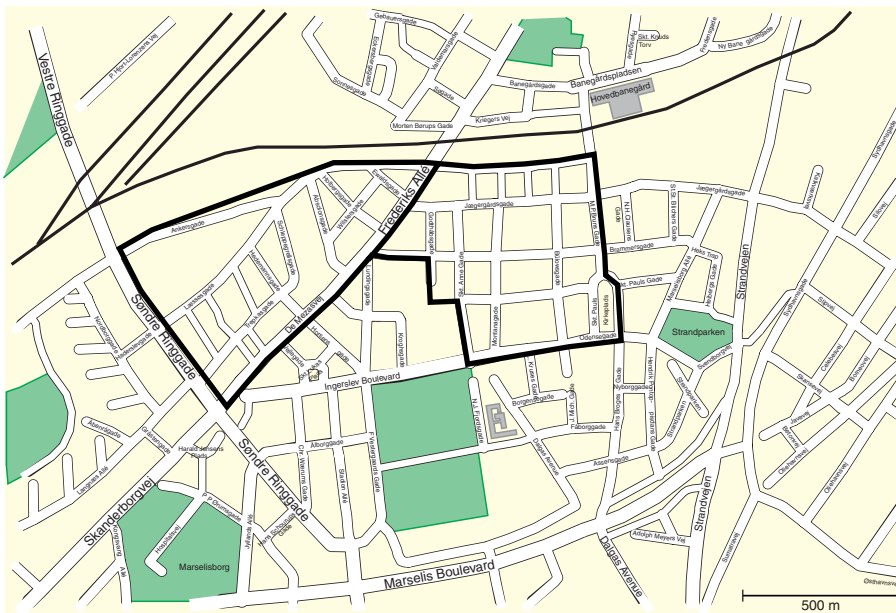
Firmaet er ikke medlem af Cityforeningen, der ikke har kontaktet dem. Firmaet har meget begrænset kontakt til de øvrige erhverv i området.

Bidrag til byens liv

Ingen af de adspurgte kendte firmaet, hvilket formodentlig skyldes, at det er nyt og ligger på 1. sal og altså ikke har facade i gadeplan.

Firmaet har endnu ikke etableret noget samarbejde med de øvrige erhverv i Passagen, men vil gerne lave en hjemmeside for Passagen, hvor alle butikker er repræsenteret, hvilket vil blive deres primære bidrag til Passagen.

Frederiksbjerg, Århus



Kort 3. Frederiksbjerg i Århus er beliggende umiddelbart syd for bykernen. Undersøgelsesområdet er indrammet i sort.

Byfornyelse og byomdannelse

Frederiksbjerg ligger umiddelbart syd for bykernen i Århus og kan karakteriseres som et brokvarter. Områdets bebyggelser varierer og er opført gennem tre perioder; Købstadshusene i 1–2 etager stammer fra perioden før 1900, 3–4-etages byhuse fra perioden omkring århundredeskiftet og endelig rummer området en del yngre 5-etagers karrébebyggelser.

Oprindeligt var Frederiksbjerg delt op, således at Frederiksbjerg Vest primært var beboet af arbejdere mens Øst var for det bedre borgerskab. Det har ændret sig, således at bydelen i dag fremstår som mere sammenhængende. Der var tidligere to beboerforeninger, der i dag er slået sammen. Frederiksbjerg har siden 1985 gennemgået en kraftig byfornyelse og har udviklet sig fra at være et almindeligt boligområde til at være et af de mest attraktive og dyre steder i Århus. Tidligere var der en stor fraflytning, ca. 25 pct. om året, mens der nu er større stabilitet. Udviklingen i området hænger til dels sammen med, at lejlighederne er blevet større og bedre på grund af byfornyelsen og en del sammenlægninger, hvorfor beboerne bliver længere i området – også når de får børn. Desuden er det et område med gode muligheder for fritidsaktiviteter, et godt nærmiljø med et varieret udbud af butikker og samtidig tæt på skov og strand.

Der bor efterhånden også en del studerende i området. Ændringen i beboersammensætningen begyndte allerede i slutningen af 60'erne hvor der flyttede en del akademikere til, der har været meget initiativrige og sat præg på området.

Frederiksbjerg blev i byfornyelsen opdelt i to, Frederiksbjerg Vest og Øst, der hver udgør en etape i planerne. De to kvarterer omfatter dog ikke hele Frederiksbjerg – en del af det Østlige Frederiksbjerg har ikke været berørt af byfornyelse.

Byfornyelsen blev indledt på Frederiksbjerg Vest i 1985. Denne del af Frederiksbjerg har hovedsageligt karakter af boligområde, dog med enkelte små håndværksvirksomheder og en del forretninger langs Frederiks Allé. En række erhvervsbygninger i banegraven blev i forbindelse med byfornyelsen revet ned og erstattet af en bypark, institutioner, ældreboliger m.v. Byfornyelsen på Frederiksbjerg Vest er i dag færdiggjort. Stort set samtlige ejendomme i de seks karréer, der blev udpeget, har været berørt af byfornyelsen.

På Frederiksbjerg Øst, i en del af kvarteret der går under betegnelsen Ole Rømers Gade Kvarteret, blev der påbegyndt byfornyelse i 1991. Denne del af Frederiksbjerg adskiller sig ved en blanding af boligtyper, således at der her også indgår en del ejerboliger i bygningsmassen. Der er desuden en større variation i bygningstyper med en del enfamiliehuse. Der er en del baggårdserhverv og forretninger i området, hvoraf sidstnævnte især er koncentreret på M.P. Bruuns Gade, Jægergårdsgade og Frederiks Allé.

Byfornyelsen i dette område var mindre massiv og kan karakteriseres som en spredt byfornyelse. Færre af ejendommene blev således berørt af byfornyelsen og det anslås, at cirka en tredjedel af karréerne har været omfattet af gårdforbedringer samt at omkring 20 pct. af boligerne har været berørt af boligforbedringer.

Byfornyelsen i Frederiksbjerg Vest blev gennemført som en byfornyelse efter kapitel 2², og formede sig derved som karrébeslutninger. Der var således tale om en meget synlig byfornyelse der medførte at hele kvarteret fik et løft. Der er dog samtidig tale om en omkostningstung fornyelse, hvor det ikke nødvendigvis er de dårligste bygninger, der renoveres.

Ved byfornyelsen i Frederiksbjerg Øst blev der derfor anvendt en mere spredt byfornyelse, der tog udgangspunkt i et frivillighedsprincip. Byfornyelsen bliver på denne måde mindre omkostningstung og mere smidig.

En stor del af Frederiksbjerg Vest er ejet af boligselskaber eller er kommunale ejendomme, hvorfor man uden problemer har kunnet gennemføre en massiv byfornyelse. Frederiksbjerg Øst er som nævnt i højere grad sammensat af andelsforeninger og ejerboliger, hvilket har givet et langsommere tempo i fornyelsen. I Øst har der desuden været megen selvbetalt renovering.

Der er nu påbegyndt en helhedsorienteret byfornyelse i hele Frederiksbjerg Øst, der indtil nu har omfattet en renovering af udendørsarealerne ved Annagades Skole samt en fredeliggørelse af Jægergårdsgade, hvor kommunen delvist har fornyet gadebelægningen. Kommunen har forsøgt at gøre noget ved især den tunge trafik, der tidligere kørte gennem gaden, men som i dag bliver ledt af andre og større veje. Der er desuden planer om et arkitektonisk løft af Jægergårdsgade, der skal forbedre butiksfacader, belysning, gadeinventar m.m. (Århus Kommune, 1999). Disse forbedringer skal ske i samarbejde med gadeforeningen og renoveringen skal finansieres gennem egenbetaling og tilskud fra kommunen. Dette projekt er ikke nået så langt endnu, blandt andet fordi tilskudsordningen skal tilpasses de mange forskellige ejerformer i gaden.

De synlige forbedringer i Jægergårdsgade skaber forventninger til gadens udvikling, og der er kommet nye forretninger af en bedre standard.

Nye projekter på Frederiksbjerg

Frederiksbjerg et område under forandring. Den seneste udvikling indebærer, at de tidligere centralværksteder på Jægergårdsgade omdannes til et center på 27.000 etagemeter, hvor forskellige typer af erhverv kan flytte ind. På den anden side af gaden ligger Århus Oliefabriks oliemølle, hvor en entreprenør er i gang med en omdannelse til mindre erhvervsenheder. Der er en samlet forventning blandt de adspurgte om, at Oliemøllen og Central-

² Der refereres i dette afsnit, hvis ikke andet er anført, til den tidligere lov om byfornyelse, idet byfornyelsen er påbegyndt før vedtagelsen af den nye lov om byfornyelse i 1998.

værkstederne vil trække flere kunder til de eksisterende erhverv i området samt give grundlag for nye erhverv, eksempelvis flere cafeer og frokoststeder.

Entreprenørens plan var at bevare de rå bygninger, gøre skærmen tæt og lade indmaden forblive som den var og derved holde en husleje små virksomheder kunne betale. Kommunens arkitekter havde dog en anden holdning og en 10 år gammel lokalplan favoriserede et stort åbent gårdrum. Lokalplanen for området ved oliemøllen er nu blevet ændret, således at en omdannelse til erhvervslokaler er blevet valgt frem for en gårdbedring. Der bliver samtidig tale om en gennemført modernisering af bygningerne. Der er ingen byfornyelsesmidler involveret, og alt foregår på privat initiativ.

Områdets erhverv

Strukturanalysen (Storgaard, Pedersen & Jensen, 2001) af området viste, at der statistisk set ikke er samme koncentration af bycenterfunktioner på Frederiksbjerg som i de to øvrige undersøgelsesområder. Dette skyldes sandsynligvis både, at området ikke er så langt i udviklingen som disse, og at der i højere grad er tale om et beboelsesområde med enkelte forretningsgader. Frederiksbjerg, og især Jægergårdsgade bærer præg af at have været en gade med traditionelle erhverv, der nu befinder sig i en omstillingsproces. Der er kommet en del nye butikker, der har højnet kvaliteten, men der er samtidig også mange lukninger og tomme lokaler i takt med at de gamle erhverv forsvinder.

På Frederiksbjerg er en relativt stor andel af befolkningen beskæftiget inden for fremstilling og transport sammenlignet med Brandts Klædefabrik og Sankt Hans Torv, området. Der var samtidig i 1997 to til tre gange flere arbejdspladser i Frederiksbjerg end i de to andre byfornyelsesområder på trods af, at Frederiksbjerg siden 1984 har haft en nedgang i antallet af arbejdspladser på ca. 2.000, hvor de øvrige undersøgelsesområder har oplevet en tilgang af arbejdspladser.

Selve mønstret i erhvervsudviklingen på Frederiksbjerg modsvarer imidlertid udviklingen i området omkring Brandts Klædefabrik med en større andel arbejdspladser i de offentlige erhverv og nedgang i andelen af beskæftigede ved handel m.v. og privat service foruden fremstilling samt byggeri og anlæg.

En gennemgang af adresselister over de tre primære handelsgader på Frederiksbjerg³ viser, at de 185 erhvervsvirksomheder, der er lokaliseret i gaderne, domineres af handel, der udgør 60 pct. Herudover er den private service velrepræsenteret med 25 pct. I de dele af Frederiksbjerg, der ligger uden for disse tre strøggader, er der en forholdsvis stor andel af fremstillingsvirksomheder.

Frederiksbjerg er ikke så eftertragtet af virksomheder inden for IT, reklame mv. Lokalerne er generelt ikke store nok til disse firmaer, og der er hovedsageligt tale om butiklokaler. Virksomheder inden for de nævnte brancher etablerer sig overvejende i midtbyen, især i latinerkvarteret og Mejlgade eller uden for byen, eksempelvis i forskerparken i Viby. Der er enkelte liberale erhverv på Frederiksbjerg men ikke mange.

Handel og privat service er vigtige beskæftigelsesbrancher på Frederiksbjerg, men slet ikke så dominerende som på Nørrebro eller i området omkring Brandts Klædefabrik. På Frederiksbjerg er knap 20 pct. beskæftiget inden for hver af disse to brancher.

Der har været en stor koncentration af VVS firmaer på Frederiksbjerg, 15 stk. på et tidspunkt, hvoraf nogle i dag er forsvundet.

Overvejelser om erhvervene i området har ikke indgået i særlig grad i byfornyelsen. Der har dog fra kommunens side været et ønske om så vidt

³ M. P. Bruuns Gade, Jægergårdsgade og Frederiks Allé.

muligt at bevare de eksisterende erhverv i områderne, og der blev arbejdet ud fra, at erhverv i baggårde ikke nødvendigvis behøver at vige pladsen ved gårdforbedringer. Bygninger i gårdene kan være med til at skabe spændende og mere varierede gårdrum – også i kraft af den dynamik og det liv en fungerende virksomhed tilfører. I Frederiksbjerg vest, der udgjorde første etape af byfornyelsen, er mange erhverv forsvundet, mens kommunen i Frederiksbjerg Øst, anden etape, har prøvet at bevare mange erhverv. Der findes således stadig en stor koncentration af VVS-firmaer i området. Der nævnes et eksempel i en karré, hvor en beslutning om at fjerne en stor VVS-virksomhed blev omgjort ved et udvalgs møde. Der er dog stadig forsvundet en del baggårdserhverv, hvilket illustreres ved, at der i perioden fra 1994 til 1997 var en nedgang i antallet af beskæftigede i området inden for fremstilling. Der er dog stadig relativt mange beskæftiget med handel og transport i området når der sammenlignes med de to øvrige undersøgelsesområder.

Detailhandelen i området er midt i en opblomstring som en følge af det generelle løft af kvarteret. Der findes tre egentlige forretningsgader i området; M.P. Bruuns Gade, Jægergårdsgade og Frederiks Allé. Hvor M.P. Bruuns Gade karakteriseres som en midtbygade med mange delikatesseforretninger, der tiltrækker kunder fra hele byen, er Jægergårdsgade og Frederiks Allé mere at betragte som lokalgader. I M.P. Bruuns Gade er der mange specialbutikker, der er stor tilgængelighed og gode muligheder for parkering. Der har altid været et højere niveau blandt butikkerne her end i Jægergårdsgade, men stadig er der de seneste år sket en raffinering med mere sofistiskerede butikker med blandt andet Sushi, børnetøj og cafeer.

Blandt andet i Jægergårdsgade vurderes det, at byfornyelsen har haft en positiv effekt i forhold til forretningslivet. Jægergårdsgade var tidligere en gade med mange genbrugsforretninger samt mange værtshuse. Gaden har derfor lidt under et dårligt image som en forlystelsesgade præget af druk, prostitution m.v., og gik under navnet 'polterabendgaden'. Nærheden til havnen og slagteriet var med til at underbygge dette image.

Der er stadig en del værtshuse og genbrugsbutikker tilbage, men de er i tilbagegang. Der findes stadig prostitution i Jægergårdsgade og Frederiks Allé, men begge gader har skiftet karakter de sidste fem år, hvor der er kommet en anden type erhverv til. Det er pænere forretninger, der skaber mere rum foran butikkerne og åbner mere udadtil. Det er en type butikker, der skal præsentere sig godt. Lejeniveauet i gaden er blevet lidt højere, men er stadig lavt i forhold til midtbyen, hvor lejen er blevet så høj, at nogle erhverv rykker længere ud.

Frederiksbjerg har, blandt andet via byfornyelsesindsatsen, udviklet sig fra at være et almindeligt boligområde til at være et af de mere attraktive og dyrere kvarterer i Århus. Det er bemærkelsesværdigt, at det i dette område kan siges at være boligernes status, der er ved at bære en udvikling af erhvervene med sig snarere end det er erhvervene, der har en positiv indvirkning på hele kvarteret. Der er dog ikke tvivl om, at de nye erhverv, der dukker op, i blandt andet Jægergårdsgade, er med til at højne kvarteret og gøre det mere spændende for beboerne. De nye erhverv tænker desuden ikke udpræget lokalt og trækker mange kunder til som ikke er bosiddende i området.

De nye erhverv

Tidligere var der, især i Jægergårdsgade, stor udskiftning i butikkerne og mange tomme butikker, der ikke kunne lejes ud. Denne situation er ved at ændre sig mod en større stabilitet i erhvervene, og der er i Jægergårdsgade kommet seks butikker inden for det sidste år, der alle falder ind under kategorien "nye byerhverv". De nye butikker beskrives af de adspurgte som spændende butikker karakteriseret ved en høj grad af specialisering og unikke produkter. Det er designbutikker, tøjbutikker, cafeer, kunstforretninger og køkkenforretninger i den dyre ende. De nye butikker er generelt præget af en vægtlægning på design og kvalitet og har udviklet koncepter, der

blandt andet indebærer anvendelse af happenings samt fokus på kundens oplevelser i forbindelse med køb og besøg.

De nye butikker har mange lokale kunder og kan mærke, at der er kommet mange købedygtige beboere på Frederiksbjerg. De erhverv, der er forsvundet, er de små fødevarerbutikker samt en del af de kiosker, grillbarer, værtshuse og genbrugsforretninger, der tidligere dominerede gaderne.

De nye forretninger er åbnet uafhængigt af hinanden. De er alle kendetegnet ved at være eksklusive og sælge unikke ting, der ikke fås andre steder. De nye forretninger adskiller sig fra de gamle ved at være meget åbne og udadvendte i forhold til gaden, hvor de gamle butikker, for en stor dels vedkommende, er præget af lukkede facader. Det er desuden værd at bemærke, at denne åbenhed også gør sig gældende om aftenen, hvor der er lys i vinduerne. Dette forhold er både med til at gøre det mere spændende og mere trygt at færdes på gaden om aftenen.

På spørgsmålet om hvilke erhverv, det var ønskeligt at få ind i gaden, udtrykte de adspurgte generelt, at det ville være positivt med flere specialbutikker, eksempelvis inden for kunst, blomster og madspecialiteter. Designvarer generelt blev nævnt ligesom eksklusive tøjforretninger. Flere interviewede nævnte, at der mangler en god restaurant i Jægergårdsgade. Flere nævnte ligeledes, at det er ærgerligt, at de små købmænd, slagtere mv. er forsvundet.

Kvarteret

Overordnet set karakteriseres Jægergårdsgade af de adspurgte, ved gadeinterviews, som en gammel hyggelig handelsgade med mange forskellig typer af butikker, hvor der på det seneste er kommet en del specialbutikker. To adspurgte finder dog gaden for rodet og synes, at facaderne mange steder kunne laves pænere.

Trods de mange butikker betegnes gaden ikke som en shopping-gade, altså et sted man tager til med det ene formål at handle. Det anføres, at der mangler steder, hvor man kan sidde og slappe af. Atmosfæren i gaden bliver beskrevet som god, hyggelig og rar, dog mente en ung kvinde, at der ikke er rart at være om aftenen, da der er mange berusede folk i gaden. Generelt er gaden præget af at være et bymiljø med byhuse, byfunktioner og mange forskellige typer af mennesker.

Det nævnes, at det er synd, at der ikke er så mange baggårdserhverv tilbage. Det er opfattelsen, at håndværksvirksomheder er positive i et område, især håndværk der ikke larmer eller støjer, men som er "romantiske" og historiske. En anden interviewperson vil gerne have de producerende erhverv tilbage i byen. De skaber arbejdspladser tæt på medarbejdernes bopæl. Og så kan den øvrige befolkning, herunder især børn, se hvad arbejde også er; at man kan blive beskidt etc. Eksempler på sådanne producerende erhverv er snedkere, automekanikere og andre håndværkere. Det er desuden godt med små håndværkere, fordi det bringer servicen tæt på og skaber arbejdspladser i området.

Der nævnes dog også negative sider ved de producerende erhverv. En interviewperson nævner således, at selv om de fleste fremstillingsvirksomheder er forsvundet fra området, er havnen i nærheden stadig i funktion. Det giver nogle lugtgener samt en stor trafikbelastning.

Som tidligere beskrevet er der stadig en del værtshuse tilbage i Jægergårdsgade. Flere af de interviewede nævner disse sammen med genbrug og grillbarer som typisk for de erhverv, der har været i gaden. Et negativt træk ved bodegaer og værtshuse, der nævnes, er, at de ofte har facader, der er langt fra bygningens oprindelige udseende. Der har været en del konflikter mellem værtshusejerne og de nye erhvervsdrivende, især foranlediget af ølbiler, der holder meget længe i gaden.

M. P. Bruuns Gade beskrives som en god handelsgade med mange specialforretninger inden for mad. Gaden rummer endvidere butikker som en eksklusiv børnetøjsforretning samt en hi-fi-forretning med unikke stereoanlæg. Det er i høj grad detailbutikker, der tegner billedet. Specialforretningerne gør, at det er en gade, mange gerne vil køre efter.

Det nævnes, at der er sket et mentalitetsskift fra, at der tidligere helst kun skulle være én butik af hver type i en gade, til at der i dag forekommer en større ophobning af bestemte erhverv. Det er i dag blevet positivt, hvis man kan få betegnelsen 'en delikatessegade' eller lignende.

Aktører i byens fornyelse

Som et led i ændringen fra en gennemgribende til en mere spredt form for byfornyelse er også den måde de berørte inddrages på blevet revideret. I den første del af byfornyelsen på Frederiksbjerg benyttedes hvad man kunne betegne som et repræsentativt princip, hvor der, efter at der var truffet beslutning om byfornyelse i byrådet, blev udpeget repræsentanter blandt beboere og eventuelt erhvervsdrivende, der skulle fungere som talsmænd for alle de berørte.

Denne fremgangsmåde resulterede i, at kommunen efter renoveringen stod tilbage med mange utilfredse borgere, der ikke følte, at de var blevet hørt. Det var desuden et problem, at der kunne opstå skarpe skillelinier mellem de forskellige interesser, eksempelvis mellem erhverv og beboere, hvilket ikke er hensigtsmæssigt i forhold til at sikre, at helhedsinteresser tilgodeses, herunder også erhvervsinteresserne.

Reaktionen på kritikken har været, at man har indført en ny metode, der blandt andet indebærer udsendelse af spørgeskemaer til alle involverede. Svarene bearbejdes af en redaktionsgruppe, hvorpå forslag og eventuelt spørgsmål igen udsendes. Efter 2–3 runder stemmes der om det fremkomne forslag. For at sikre varetagelsen af erhvervsinteresser tages en særlig drøftelse med de erhvervsdrivende på et tidligt tidspunkt i processen. Der er ikke mange, der stemmer imod, men det er svært at få mindst 50 pct. aktive-ret.

I forhold til gårdforbedringer har det i visse tilfælde været et problem, at mindst 50 pct. skal stemme for. Tendensen har været, at jo dårligere et gårdanlæg er, jo større er risikoen for, at beboerne takker nej. Reaktionen kan også skyldes en sammenhæng mellem beboernes økonomiske ressourcer og deres holdning til en huslejestigning som følge af renovering. Beboerne er desuden flyttet ind under nogle kendte forudsætninger, eksempelvis at der er erhverv i gården. De har derfor ingen forventninger om bedre friarealer. Et eksempel herpå er en karré i Frederiksbjerg Øst, hvor beboerne takkede nej til gårdrenovering på trods af, at et bageri fylder det meste af gården samt forurener og skaber meget trafik.

Ligeledes er det et problem i forhold til forbedringer af bygninger, at der – i de karreer, hvor behovet er størst – ikke findes megen vilje blandt beboerne til renovering. Kommunen har forsøgt at styrke informationsdelen uden den store virkning. Konsekvensen er, at det bliver de næstdårligste karreer, der bliver byfornyet. Byfornyelsesafdelingen har foreslået, at der kunne arbejdes med et todelt regelsæt, hvor man både kunne fastholde et generelt frivillighedsprincip og samtidig have mulighed for at gribe ind over for de dårligste karreer. Der har dog ikke fra politisk side været opbakning til at svække frivillighedsprincippet.

Der findes ikke et etableret samarbejde mellem aktører i området, men kommunen har en række kontakter til gadeforeninger, erhverv, handelsstandsforening, beboere samt fællesrådet, der består af repræsentanter for alle institutioner i området. I øst har der herudover været et godt samarbejde omkring den nedlagte skole i Anna Gade, der i dag fungerer som beboerhus.

Gadeforeningen i Jægergårdsgade var gennem en årrække præget af mange indbyrdes konflikter, der endte med, at den tidligere formand for gadeforeningen flyttede sin butik. Der manglede desuden engagement blandt de erhvervsdrivende, blandt andet på grund af de mange enkeltmandsforretninger, hvoraf en del havde svært ved at overleve og derfor manglede ressourcer. Gadeforeningen i Jægergårdsgade har nu fået en ny formand og er ved at komme på fode igen. De nye butikker i gaden har desuden givet foreningen et løft.

Der har ikke været egentlige konflikter mellem kommunen og gadeforeningen i Jægergårdsgade i forbindelse med omlægningen af gaden. De erhvervsdrivende har fået etableret et godt samarbejde med kommunen, der blandt andet indebærer, at kommunen varskoer de berørte forretninger i god tid før eksempelvis vejarbejde og omlægninger. Generelt oplever både kommune og erhvervsdrivende dog, at det kan være problematisk, at der arbejdes ud fra vidt forskellige tidshorisonter. Renoveringer i området tager alt for lang tid efter erhvervenes mening. Et konkret eksempel er parkeringen i Jægergårdsgade. Mange parkerer ulovligt på fortovejshjørnerne, hvorfor der er planer om at opsætte blomsterkummer. De erhvervsdrivende så gerne, at dette skete hurtigt, mens kommunen har valgt at fokusere på den helhedsorienterede byfornyelse på Anna Gade Skole og ikke vil sætte for mange projekter i gang samtidig.

De tydeligste konflikter mellem erhverv og beboere omhandler retten til parkeringspladser i området. Problemerne opstår, fordi det er blevet sværere at finde parkeringspladser, og da det er de samme parkeringspladser, der anvendes af begge parter, opstår et modsætningsforhold.

Oftest er det dog beboerne og de erhvervsdrivende der står sammen overfor kommunen, eksempelvis da kommunen ville lave Ingerslevs Boulevard om til et grønt miljø, hvilket ville besværliggøre afholdelse af markedsdage på boulevarden. Planerne blev stoppet på grund af protester fra både beboere og erhverv. Der opstod en meget fastlåst situation mellem arkitekten/kommunen og beboere/erhverv, hvor torvehandlerne truede med at flytte det meget populære marked. Kommunen blev på grund af protesterne nødt til at revidere planerne til kun at omfatte ny belægning og en enkelt række træer. Det vurderes fra beboerside, at en bedre og mere spændende løsning for alle parter kunne være nået, hvis situationen ikke var gået i hårdknude.

Der findes ikke et egentligt fællesråd for området, men snarere et områdesamarbejde. Der er planer om at oprette en form for fællesråd, der også skal omfatte gadeforeninger. Tanken er at etablere et samarbejde mellem nogle visionære folk, der arbejder og bor på Frederiksbjerg. Beboerforeningen har via et godt samarbejde med de mange institutioner mv. et godt kendskab til vigtige personer og er derfor et knudepunkt i forhold til at løse problemer og skabe kontakter.

Cases

Der blev udvalgt fem erhvervsvirksomheder til nærmere casestudier på Frederiksbjerg. Det drejer sig om en nyåbnet kombineret café og delikatesseforretning i M. P. Bruuns Gade, en nyåbnet butik der handler med kvalitetskøkkenting i Jægergårdsgade, et nyåbnet galleri i Jægergårdsgade, et reklamebureau i et baghus i M. P. Bruuns Gade samt en ældre frisørforretning i Jægergårdsgade.

Butik med salg af køkkenartikler

Butikken åbnede i november 1999. Der findes også en afdeling i København. Der sælges primært kvalitetskøkkentøj i butikkerne.

Kundegruppe og lokalområde

Valget faldt på Jægergårdsgade fremfor midtbyen på grund af de høje huslejer i midtbyen. Det var tilfældigt, at det lige blev Jægergårdsgade, men det var vigtigt, at det var muligt at køre i bil til butikken, idet ca. 50 pct. af kunderne er erhvervs kunder. I midtbyen er der mange ensrettede gader, hvilket gør det mere besværligt for kunderne. Det har dog vist sig, at butikken har fået en forholdsvis stor lokal kundekreds, især mange af de unge, der bor på Frederiksbjerg, handler i butikken.

Beliggenheden tæt ved M.P. Bruuns Gade, der er kendt som en delikatessegade, er også positiv for butikken, idet der er tale om sammenfaldende kundegrupper. Indehaveren tror, at der vil komme flere cafeer med højere standard, hvilket vil kunne holde flere af de lokale kunder i området og derfor have en positiv effekt også for butikkerne.

Indehaveren har planer om at flytte over på den anden side af gaden, hvor der nu er en lidt skrantende grillbar. Disse lokaler er større og indrettet til madlavning, hvorfor der udover salget af køkkenting også kan gives undervisning i madlavning. Konceptet er således typisk for de nye byerhverv ved vægtlægningen på oplevelser i forbindelse med køb, hvor events med relation til produkterne spiller en vigtig rolle.

Byfornyelse

Der har ikke været byfornyelse i den ejendom, hvor butikken lejer sig ind. Indehaveren har selv betalt for renovering af lokalerne.

Samarbejde

Der er ifølge indehaveren en del butikker i Jægergårdsgade, der trækker niveauet ned. Det er forretninger som genbrugsforretninger, værtshuse og grillbarer. Butikken ligger mellem to værtshuse, og der har været sammenstød med disse, fordi der holdt ølvogne i timevis foran butikken. Indehaveren meldte en ølvogn til politiet, hvilket resulterede i et opgør mellem de to ejere. Butikken er endvidere generet af, at værtshusgæsterne tisser i indgangspartiet, hvorfor der dagligt må spules.

Indehaveren er medlem af gadeforeningen men synes ikke, at den altid fungerer optimalt. Der er til tider et meget dårligt fremmøde, og nogle af de større erhvervsdrivende er meget lidt deltagende i arbejdet.

Han mener ikke, at gadeforeningen kan blande sig i, hvordan butikkernes facader skal se ud, men så gerne at kommunen var mere aktiv på området. De nye butikker sender mere positive signaler ud, blandt andet fordi de holder facaderne i en bedre stand.

Bidrag til byens liv

Butikken beskrives af de øvrige informanter som spændende – også ud fra et arkitektonisk synspunkt, idet indehaveren har valgt at lade facaden føre tilbage til det oprindelige udseende. Butikken bidrager således til byen dels ved at forskønne gadebilledet, dels ved at gøre nærmiljøet mere spændende og oplevelsesrigt.

Galleri og Kunsthåndværk

Indehaveren af forretningen har boet på Frederiksbjerg gennem 15 år og åbnede butikken i december 1999. I butikken forhandles brugskunst fra især Frankrig og Spanien samt kunst, design og kunsthåndværk af århusianske kunstnere. Lokalerne har gennem tiden huset en købmandsbutik, en massageklinik, en revisor og en tyrkisk kaffeklub. Alle erhverv der var og tildels stadig er typiske for gaden. De sidstnævnte tre erhverv havde alle meget lukkede facader mod gaden, hvorimod galleriet har en facade med et stort kig ind i forretningen og med meget lys om aftenen. Indehaveren af forret-

ningen har længe ønsket at overtage lokalerne, men har ikke tidligere haft muligheden.

Kundegruppe og lokalområde

Valget faldt på Jægergårdsgade, fordi indehaveren synes, at det er et hyggeligt område med et godt gademiljø. Latinerkvarteret i midtbyen er en attraktiv beliggenhed for en sådan butik, men er også væsentlig dyrere end Jægergårdsgade. Huslejen vurderes at være ca. fire til fem gange højere i Latinerkvarteret end i Jægergårdsgade, hvilket skal vejes op imod, at der i Latinerkvarteret er et væsentligt større flow af mennesker i gaderne. Det anslås således, at butikken, hvis den lå i Latinerkvarteret, ville have væsentligt flere besøgende. Beliggenheden i Jægergårdsgade giver således færre potentielle købere, men også en mindre fortravlet hverdag, og mere nærmiljø i gaden end i midtbyen foruden de lavere udgifter. Mange af kunderne er lokale, men der kommer også kunder fra oplandet.

De ting der sælges i butikken er unikke og kan således ikke købes andre steder i byen. Indehaveren har egen import og sælger engros. Indehaveren har planer om at udvide forretningen med vinsalg og en tapas bar, hvor der blandt andet kunne afholdes vinsmagning. Der er således tale om et koncept, hvor der ud over salg af produkter også indgår oplevelser med relation til disse produkter. Man køber ikke alene et produkt, men også en historie forbundet med produktet.

Byfornyelse

Der har ikke været byfornyelse i den bygning, hvor butikken er beliggende. Der har været foretaget forbedringer af gadens udseende og belægninger, hvilket vurderes at have nogen betydning, især i forhold til mindskelse af trafikken. Der er foretaget noget trafikdæmpning i gaden, men der måtte ifølge indehaveren gerne komme mere, da der stadig er en del tung trafik til havnen, der kører gennem gaden

Samarbejde

De nye forretninger er åbnet uafhængigt af hinanden. De er alle kendetegnet ved at være eksklusive og sælge unikke ting, der ikke kan fås andre steder. Indehaverne af de fem nye butikker taler meget sammen og samarbejder blandt andet ved at henvise til hinanden og afprøve hinandens produkter. De holder møder og har deltaget i et udvalg, der arbejder på at arrangere en markedsdag i gaden.

Bidrag til byens liv

De nye forretninger beskrives som et aktiv for gaden, fordi de er meget åbne og udadvendte i forhold til gaden. En del af de gamle erhverv er meget lukkede og virker 'døde'. De nye forretninger betyder, at der er noget at se på, også om aftenen, hvor der er lys i vinduerne. Galleriet nævnes af flere interviewede specifikt som et positivt indslag i gaden. De nye butikker beskrives også fra kommunens side som positive indslag i gaden.

Bageri og specialbutik

Indehaveren er kok og har fire virksomheder i Århus C. Han er desuden ved at åbne endnu et kombineret bageri og specialbutik på Frederiksberg i København. I Århus har han foruden butikken, der ligger i M. P. Bruuns Gade, et bageri i midtbyen og en restaurant i henholdsvis latinerkvarteret og i Den Gamle By i Århus. Der er i alt 102 ansatte, heraf 65 fuldtidsansatte. Butikken på M. P. Bruuns Gade åbnede i sommeren 1999 og beskrives af indehaveren som "en moderne storby kolonial med coffee shop".

Butikken er utraditionel, idet den kombinerer funktioner som bageri, salg af delikatesser og cafévirksomhed. Det er i høj grad en oplevelsesforretning, hvor der sættes på kvalitet og design, og indehaveren har fået alt inventar, tilbehør samt facaden tegnet af en designer. Brødet, der bages og sælges i butikken, er kun lavet af mel, salt og vand og er altså uden tilsætningsstoffer. I butikken sælges kvalitetsøl til en meget billig pris, men der kommer alligevel ingen alkoholikere på grund af de signaler, der udsendes.

Tilgængeligheden er ifølge indehaveren en vigtig faktor, ligesom det at skabe en loyalitet og en oplevelse af tilhørsforhold hos kunderne. Det bemærkes, at folk i høj grad køber produkter for at signalere deres præferencer, hvorfor man eksempelvis bruger papirposer med et diskret men genkendeligt design, der er med til at understøtte de historier, der er knyttet til det at købe en af butikkens varer.

Kundegruppe og lokalområde

Butikken blev placeret på M. P. Bruuns Gade, fordi indehaveren ønskede at dække Frederiksbjerg og de sydlige forstæder til Århus, hvor der er et stort og økonomisk attraktivt kundegrundlag. En fordel ved beliggenheden er desuden de gode trafikale forhold, der muliggør, at kunderne kan køre til butikken, i modsætning til i Latinerkvarteret. Desuden er M. P. Bruuns Gade kendt for de mange specialforretninger inden for fødevarer, ligesom der ligger en stor Føtex i nærheden, der er med til at trække kunder til. Butikken har et meget blandet publikum med meget forskellige købevaner. Nogle kommer ved særlige lejligheder for at forkæle sig selv, mens andre kommer hver dag.

Indehaveren har sikret, at huslejen ikke pludseligt stiger ved at lave aftaler, der rækker langt ud i fremtiden. Lejeniveauet stiger generelt i området, men hans husleje er uændret på grund af kontrakten. Han ville gerne selv eje bygningerne, men finder det for dyrt.

Byfornyelse

Der har ikke været byfornyelse i ejendommen. Indehaveren har selv betalt istandsættelsen af både facade og interiør. Lokalerne rummede tidligere et cafeteria, der åbnede i 1935 og lukkede i 1996, hvorefter lokalerne i en kort overgang blev anvendt til grillbar. Den nuværende indehaver var ikke særligt interesseret i tilskud til renoveringen, fordi asøgningsproceduren er for omstændelig.

De arkitektoniske værdier er i højsædet i cafeen – blandt andet valgte indehaveren at få hjælp fra en arkitekt, da facaden og lokalet skulle istandsættes. Generelt er Århus Kommune efter hans vurdering gode til at styre facadernes udseende, når de vurderer fra gang til gang. De store fremskridt skal dog komme af sig selv, og det bemærkes, at det gode eksempel smitter af på det omkringliggende. Det er vigtigt med sammenhæng i facaderne, og han foretrækker det oprindelige udseende.

Samarbejde

Indehaveren har ikke noget særligt samarbejde med de andre erhverv i gaden, men naturligt nok en del med de øvrige restauranter og butikker han ejer. Indehaveren synes ikke, at der sker nok i gaden og finder mange af erhvervsfacaderne grimme. Butikken er således placeret i M. P. Bruuns Gade mere på trods af end på grund af gadens udseende.

Bidrag til byens liv

Ejeren beskriver butikken som et sted, der sælger "alt det unødvendige". Butikkens bidrag til området er, at den gør gaden mere speciel, og at den måske kan tiltrække andre af samme standard. Samtidig håber han på, at butikken kan have en afsmittende og positiv effekt på de øvrige erhvervsfacader og indretning.

Flere af de øvrige interviewede nævnte, at der på Frederiksbjerg stadig er mange værtshuse, hvilket skaber et lukket miljø med tonede ruder, ølvogne på gaden og en del fulde folk. Cafeerne derimod skaber åbenhed, og der vil folk gerne ses.

I Jægergårdsgade har cafeerne givet et tilskud til gadelivet, og der er noget at komme efter. Man kan blive i gaden efter indkøb, og kan gå på café efter biograffturen, og der er derved skabt en bedre sammenhæng mellem erhvervene. Flere mener, at der med tiden vil komme flere cafeer i området, og at det vil have en positiv effekt for både erhverv og beboere.

En enkelt interviewperson mente dog, at det var vigtigt at huske, at cafeer også larmet og sviner, og at der er en tendens til blandt planlæggere at overse dette.

Reklamebureau

Firmaet blev startet i 1991 af tre personer, hvoraf de to stadig er i firmaet. Der er i dag ni mand ansat i bureauet. Firmaet er et reklamebureau, der arbejder med IT-virksomheder som sit speciale. Firmaet er beliggende i et baghus i M. P. Bruuns Gade.

Kundegruppe og lokalområde

M.P. Bruuns Gade beskrives som en midtbygade. Det understreges, at det er vigtigt for en reklamevirksomhed at ligge centralt. Det at følge byens puls giver større inspiration, og det er, ifølge den interviewede, i byen udviklingen sker. Lokaliseringen blev hovedsageligt valgt, fordi den er central. De mange gode butikker i M. P. Bruuns Gade er en positiv bivirkning ved placeringen, men ikke noget der havde direkte indvirkning på valget

Der er dog også ulemper ved en central beliggenhed, eksempelvis ville det være nemmere at parkere i et erhvervsområde. Det kunne virke logisk, at en virksomhed med kunder fra et meget stort område burde ligge ved et trafikknudepunkt, men sådan er det ikke. Det er vigtigt at mærke, hvad der sker, og være hvor de andre reklamefirmaer er.

Virksomheder af denne type efterspørger unikke beliggenheder, der helst ikke må være for mainstream-betonede. Det sker tit, at de før andre 'opdager' nye attraktive områder. Den interviewede person vurderer, at havnen bliver det næste store in-sted for disse erhverv.

En af de øvrige interviewpersoner, der arbejder med formidling af erhvervslokaler, anførte, at mange IT-virksomheder i Århus meget gerne vil være placeret i nærheden af Universitetet, hvor der findes et IT-Center, men at IT- og reklamevirksomheder ellers er at finde over hele byen.

Det, som virksomheder af denne type efterspørger, er store moderne åbne kontorlandskaber i charmerende bygninger, ofte gamle industribygninger der har stil og ofte en central beliggenhed. Det er også vigtigt, at det er hyggeligt, både i lokalerne, men også i lokalområdet i forhold til naboer – erhverv såvel som beboere. Kvarteret har stor betydning for reklame- og IT-virksomheders lokalisering, eksempelvis vil man gerne ligge tæt ved cafeer. Yderligere er cykelafstand for medarbejderne væsentlig for mindre virksomheder, mens de lidt større virksomheder hellere vil være lokaliseret uden for centrum i erhvervsområder, hvor der er let adgang med bil, og hvor bygningerne måske er mere prestigebetonede.

Reklamefirmaet har planer om at flytte på grund af pladmangel. Den nye beliggenhed bliver i Klostergade i Latinerkvarteret, hvor der ligger mange andre kreative liberale erhverv. Man overvejede at blive i M. P. Bruuns Gade, men fandt ikke egnede lokaler. Latinerkvarteret er desuden attraktivt på grund af de mange beslægtede erhverv. Det er en stor fordel at ligge tæt ved andre virksomheder af samme slags med henblik på tiltrækning af kun-

der. Kvadratmeterprisen er lidt dyrere i latinerkvarteret, men forskellen er ikke voldsom, så længe man ikke skal have lokaler i de mest attraktive gader.

Det er mere lokalerne end adressen, der har afgjort flytningen. Det er vigtigt at bygningen og lokalerne har et unikt præg.

Byfornyelse

Reklamefirmaet har ikke været involveret i byfornyelse. De lejer sig ind og er ikke bekendt med, at udlejer har modtaget tilskud i forbindelse med byfornyelse. De har selv istandsat lokalerne indvendig.

Mange af de øvrige facader i området har ifølge den interviewede fået et væsentligt løft med byfornyelsen.

Samarbejde

Reklamefirmaet vælger primært samarbejdspartnere og leverandører, der ligger i Århus. Der er samarbejde med en fotograf på Frederiksbjerg, resten er beliggende i midtbyen eller i forstadskommuner.

Reklamefirmaet er ikke med i gadeforeningen i M. P. Bruuns Gade, men støtter foreningen ved at producere deres fælles annoncer og andre markedsføringsaktiviteter.

Det nævnes, at gadeforeningen gerne måtte være mere udfarende i forhold til at opstille visioner for, hvilke erhverv man gerne ville have ind i gaden. Det er svært, fordi det for udlejerne grundlæggende handler om at få udlejet lokalerne hurtigst muligt og finde en kreditværdig lejer.

Bidrag til byens liv

Den interviewede mente ikke selv, at virksomheder som reklamebureauet har et ansigt udadtil, hvorfor de ikke rigtigt kan siges at bidrage i væsentlig grad til byens liv. Han mente, at det forholder sig anderledes i Latinerkvarteret, idet der her er en stemning af et kreativt miljø, der præger gaden mere udadtil.

På kommunen mente man dog, at tegnestuer og reklamebureauer i baggårdene er positive, fordi de er udadvendte, gør noget ud af facaden og holder deres opholdsareal pænt. Det nævnes, at de har en signalværdi, fordi der er tale om kreative folk, og at denne attraktivitet smitter af på området.

Frisør

Butikken åbnede på Jægergårdsgade for fire år siden. Indehaveren har gennem mange år haft salon et andet sted i Århusområdet. Det var et tilfælde, at det blev Jægergårdsgade, men ikke tilfældigt at det blev en placering lidt uden for centrum, da huslejen skulle være overkommelig. Lokalet ligger i kælderens og er derfor ret billigt. Der er ingen ansatte i salonen, der alene køres af ejeren.

Der har ikke været nogen nævneværdig stigning i huslejeniveauet som følge af gadens opblomstring.

Kundegruppe og lokalområde

Salonens kunder kommer både fra lokalområdet og fra andre dele af Århus.

Indehaveren lægger vægt på, at gaden er pæn, at der er fejtet, og at facaderne er pæne. Grillbarer og træer sviner, og det er nødvendigt at feje gaden ud for butikken hver dag.

Byfornyelse

Facaderenoveringen har haft en domino-effekt – en er begyndt og de øvrige er fulgt efter. Indehaveren finder det ærgerligt, at der stadig står enkelte tomme lokaler, da de skæmmer gadebilledet.

Samarbejde

Gadeforeningen var nærmest ikke-eksisterende, da indehaveren kom til området. Han har nu været formand i omkring to år, og der er sket en genoplivning af foreningen efter en periode på 10 år, hvor der intet er sket. Der er nu et godt samarbejde i gadeforeningen. Hvert år er to af bestyrelsesmedlemmerne på valg, så der sikres en god udskiftning i foreningen. Der er ifølge ejeren af frisørsalonen ingen konflikter mellem de nye og gamle erhvervsdrivende.

Gadeforeningen i Jægergårdsgade har 61 ud af 69 mulige medlemmer. Medlemmerne repræsenterer alle typer af erhverv, eksempelvis forretninger, en ingeniør og en bedemand.

Der er heller ikke konflikter med kommunen. Kommunen har gjort meget for området, og det er blevet pænt. Man har fået etableret et godt samarbejde med kommunen, så de erhvervsdrivende bliver varskoet i god tid før vejarbejde og omlægninger.

Gadeforeningens arbejde består hovedsageligt i at udsmykke gaden til jul, sommer m.m. Gadeforeningen står desuden for kontakten til kommunen. Ejeren mener, at de tre store gaders gadeforeninger på sigt burde blive slået sammen.

Bidrag til byens liv

Der nævnes ingen specifikke bidrag til byens liv, hverken positive eller negative, ud over indehaverens engagement i gadeforeningen.

Litteratur

- Arkitektfirmaet Gert Bech-Nielsen. (red.). (1997). *Århus kommuneatlas II: Bygningernes bevaringsværdier*. Århus Kommune. København: Miljø- og Energiministeriet, Skov- og Naturstyrelsen.
- Bolving, G., et al. (2000). *Brandts Klædefabrik*. Odense: Forlaget Brandts Klædefabrik.
- Byfornyelsesselskabet København. (1987). *Saneringsforslag: Tillæg til saneringsplan: Fælledvej 17B*. København.
- Byfornyelsesselskabet København. (1996a). *Byfornyelse: Ahornsgade karreen: Indre Nørrebro: Byfornyelsesbeslutning vedtaget af Borgerrepræsentationen*. Københavns Kommune. København.
- Byfornyelsesselskabet København. (1996b). *Byfornyelse: Ahornsgade karreen: Indre Nørrebro: Forslag til supplerende byfornyelsesbeslutning vedtaget af Borgerrepræsentationen*. Københavns Kommune. København.
- Byfornyelsesselskabet København. (1996c). *Tillæg til saneringsplan for Fælledvej-karreen*. Københavns Kommune. København.
- Det Københavnske Byfornyelses- og Saneringsselskab. (1982a). *Saneringsplan: Birkegade-karreen*. København.
- Det Københavnske Byfornyelses- og Saneringsselskab. (1982b). *Saneringsplan: Fælledvej-karreen*. København.
- Det Københavnske Byfornyelses- og Saneringsselskab. (1987). *Saneringsplan: Fælledvej-karreen. Revideret juli 1987*. København.
- Federspiel, S., Skytte Jensen, K., & Wenzel, J. (1997). *Nørrebro – træk af en bydels historie*. København: Nørrebro Lokalhistoriske Forening og Arkiv, & Knuths Forlag.
- Ferreira, A. (red.). (1997). *Odense kommuneatlas II: Bevaringsværdige bygninger 1997*. Odense Kommune. København: Miljø- og Energiministeriet, Skov- og Naturstyrelsen.
- Garmund, G. (red.), et al. (1987): *Fra klædefabrik til kulturfabrik*. Odense: Forlaget Brandts Klædefabrik.
- Gehl, J. (1998). *Byens rum og byens liv*. Odense: Odense Kommune.
- Gehl, J., & Gemzøe, L. (1996). *Byens rum – byens liv*. København: Arkitektens Forlag, & Kunstakademiets Forlag.
- Healey, P. (1997). *Collaborative planning: Shaping places in fragmented societies*. London: Macmillan Press.
- Kooperativ Byggeindustri. (1979). *Indre Nørrebro: Helhedsplan 1979*. København.

- Københavns Kommune. (1998). *Ændring af byfornyelsesbeslutning for områderne afgrænset af Guldbergsgade, Ahornsgade, Nørre Allé og Sankt Hans Torv*. København.
- Københavns Kommune. (2000). *Boliger for alle: Boligpolitisk strategiplan for Københavns Kommune 2001-04. Debatoplæg. Udkast*. København.
- Lovbekendtgørelse nr. 800 af 10. november 1998: Bekendtgørelse af lov om byfornyelse*. (1998). København: By- og Boligministeriet.
- Lovbekendtgørelse nr. 820 af 15. september 1994: Bekendtgørelse af lov om byfornyelse og boligforbedring*. (1994). København: Boligministeriet.
- Odense Kommune. (1980). *Genanvendelse af Brandts Klædefabrik*. Odense.
- Odense Kommune. (1999). *Program for helhedsorienteret byfornyelse*. Odense.
- Oldenburg, R. (1999). *The great good place: Cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of a community*. New York: Marlowe & Company.
- Olesen, B. (1988). *Et kvarter og dets mennesker: Bolig- og livsformer gennem 100 år: Frederiksbjerg Øst, Århus* (Skriftrække 1). Århus: Købstadsmuseet "Den gamle By".
- Skifter Andersen, H. (in press). *Sores in the face of the city: On the interaction between segregation, urban decay and deprived neighbourhoods*. Hørsholm: Statens Byggeforskningsinstitut.
- Storgaard, K., Jensen, S., & Skovdal, A. K. (2001). *Udflyttede erhverv: Tredje del af Erhvervsudvikling, nye byerhverv og byfornyelse* (By og Byg Dokumentation 018). Hørsholm: Statens Byggeforskningsinstitut.
- Storgaard, K., Pedersen, D. O., & Jensen, S. (2001). *Udvikling i erhvervsstrukturen i byfornyelsesområder. Første del af Erhvervsudvikling, nye byerhverv og byfornyelse* (By og Byg Dokumentaion 016). Hørsholm: Statens Byggeforskningsinstitut.
- Storgaard, K., & Skovdal, A. K. (2001). *Erhvervsudvikling, byfornyelse og bypolitik: Forprojekt*. (By og Byg Dokumentation 013). Hørsholm: Statens Byggeforskningsinstitut.
- Toft Jensen, H. (red.). (1996). *Bydelsatlas Nørrebro: Bevaringsværdier i byer og bygninger 1996*. Københavns Kommune. København: Miljø- og Energiministeriet, Skov- og Naturstyrelsen.
- Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. London: Blackwell Publishers.
- Østlund, B. (1992). *Fabrikken der ikke ville dø: (Scener fra et klædeskab)*. Assens: Fynbo.
- Århus Kommune. (1994). *Facader og skilte: Vejledning*. Århus.
- Århus Kommune. (1999). *Byfornyelsesprogram: Helhedsorienteret byfornyelse – Frederiksbjerg Øst*. Århus.
- Århus Kommune. (2000). *Frederiksbjerg Øst: Byarkitektonisk oplæg*. Århus.

Summary

By og Byg Documentaion 017:
New types of firms in local urban development.

Part 2 of Urban development, urban renewal and new types of urban business

This report presents an analysis of what some types of firms might contribute to the positive development of local urban areas. The report is based on experience from three local areas in Copenhagen, Aarhus and Odense where urban renewal took place from the late 1980s to late 1990s. Concurrently with the urban renewal, a marked shift took place in the representation of firms. The contribution and function of firms in the local areas also changed.

This is the second of three reports.

The first report analysed the development of the structural representation of firms in the period, based on statistical data of places of work by group of industries.

The third report described the experience of the firms that had to leave the area as a result of urban regeneration.

In Copenhagen the local area selected for case study was the streets around Sankt Hans Torv on Nørrebro, especially the street of Elmegade. In Aarhus the area selected was Frederiksbjerg, especially Jægersgaardsgade and M. P. Bruuns Gade and in Odense it was the streets around Brandts Klædefabrik (an old textile-manufacturing industry). All areas are off the centre, but close to it.

In all the areas, firms have changed locations. Manufacturing firms have disappeared and new firms have appeared.

Some of the new firms have had a significant influence on the visual and functional appearance in the areas. We have called these firms 'frameshaping' firms. Other firms prefer areas where especially these frames have been set up, before they establish themselves. We call those firms the 'frame-demanding' firms.

	Frederiksbjerg	Brandts Klædefabrik	Sankt Hans Torv
Old Business:	Hairdresser	Fashion	Plumber
Frame shaping firms:	Arts and Crafts Kitchen Utensils Café, Bakery	Café Hairdresser	Design and Fashion Café Café
Frame demanding firms:	Advertising	Advertising IT	Photographer IT
Planners:	Chief Architect and Architect in Dept of Urban Planning	Architect, Dept of Urban Planning Director, Dept of Culture	Vice Director in Dept of Urban Planning Chief Planner in Urban Planning, Division Nord Urban Planner, Local Area, Nørrebro
Residents:	Tenant Representative	Tenant, Working Group	Head of Tenants Association
Street Interviews:	7 Persons	11 Persons	9 Persons
Others:	Developer/ Entrepreneur	Cultural institution	Estate Agent

Figure 1: The interviewed persons.

The interviewees of the case study

Among the 'frame-shaping' firms were cafés, restaurants, pizzerias, and shops, especially in design, fashion and culture.

Among the 'frame-demanding' firms were firms in IT, communication, the media, finance and others in business services.

Together they constituted what might be called the new urban firms. The results of the analysis show that a shift occurred of how firms were connected to urban renewal in local areas. From being a cause of problems and contributing negatively to urban life, especially these new firms were becoming significant, potentially positive elements in strategies for local urban regeneration.

The firms and the urban area

Fashion and design

Often these firms and shops were characterised by openness and by creating a sphere of semi-public space between the public and the private. Everybody has access, but the rules are different from the rules of the public space outside the boundaries of the shop. Most of these shops had a specific concept. High quality and uniqueness are some of the key words for these shops. Many of the interviewed shops combine the selling of products with possibilities for experiencing and participating in events and learning situations. In fashion and design it could be famous designers visiting the shop, wine-tasting and live or DJ music. In shops selling high-quality kitchen tools, it may be visits by well-known cooking personalities, demonstrations, learning and sampling.

They all had a good understanding of how to use the urban space to emphasise the firm and often an effective interplay with other elements in the local area was established.

They also attracted specific segments of customers. In the interviewed firms, it was often the same segments. Also their ability to get publicity and media attention was valued by the whole community in the local area.

Cafés

Cafés are important for building up new local areas. They function as places for meeting and identification. The cafés are also characterised by the same type of openness seen in the fashion and design sectors. And quite contrary to the enclosing architecture of pubs and inns. Many cafés use the urban space of streets and places as soon as the weather permits sitting outside (remember we are in Denmark at 55° North). There they contribute significantly to the visual experience of the urban place. They also contribute to the creation of a confident milieu. There will be eyes looking out - and eyes looking in.

The cafés of the study are very life style-oriented and often have a specific concept, which attracts and repulses specific segments of customers. Often live music is played in the cafés.

IT, photo, media and advertising

Firms in IT, photo, media and advertising were important newcomers to these areas. But they left their marks on the street and local areas in a much less visible way. Typical small enterprises in this industry found suitable localities in backyards. They could be seen as the new type of backyard industries following the manufacturing firms, which had moved to new industrial districts in the suburban frame. But even if they were not so visible in the street, a lot of them were very keen on their visible appearance. Typically they brought their product or concept into close interplay with the character of buildings and physical equipment in the backyard and surroundings.

Their contribution to the local economic circulation was modest, because they supplied a regional, national or international market. But they used the cafés etc. in the neighbourhood. And they often brought professionals into the area, thereby stimulating the feeling of creativity in the area.

The old firms: Handicraft and manufacturing

Some of the interviewed types of firms had been in the urban setting forever. Plumbers and hairdressers still remained in the areas. They provide important services to the local population - but they all had customers from the whole region. In the interviews it is said that they are important elements of variety. Employment and work could be different the traditional urban white-collar jobs. The hairdresser had experienced a renaissance in the urban setting. Often they arranged events and were elements of local storytelling brought by the media, and hereby they contributed to the identity of the local areas.

From backyard industry to courtyard business

There has been a long tradition of firms in the backyards of these areas. It has been an important task for the urban renewal scheme to improve living conditions for residents through a suitable relocation of polluting firms from these backyards.

In the case studies, there are several examples of backyards changing to courtyards and becoming suitable locations for firms in the complex of interrelated firms in IT, communication, culture, photo, marketing and the media. These firms can be seen as the new courtyard firms in Denmark.

Changed firm-related contributions to a local area

Traditionally, three sets of focus are related to the study of firms in local areas: from the viewpoint of the local inhabitants focus centres on the employment and on the products or services produced by the firms. The economic-development and competitiveness-of-business viewpoint often centres on relations and spin-offs between firms. And the ecology point of view centres on environmental strain.

When interviewing firms, planners, residents and visitors in the three local urban areas, it was found that today the relationship between firms and local employment is considerably changed as transportation has developed. Only few firms employed local people - and a great part of the turnover in the shops came from customers outside the local area; the visitors were of considerable importance for the economic development of the area.

The economic relationships between the firms in the area are weak; even when the frame-demanding firms used the products from cafés, take-aways etc, they only constituted a diminishing part of the turnover in those shops. Firms could be very interdependent of each other in new ways. An informal spin-off was found - and some of the firms were closely connected to each other in their way of interpreting and expressing themselves in the visual appearance of the firm.

It was still important to cope with pollution - but most polluting firms had already moved away. More problems were connected with what was left on post-industrial sites. Cleaning up soil poisoning is difficult and expensive. Waste and noise from events and traffic are main problems concerning environmental matters.

Positive contributions to the local urban area

Other ways of contributing positively to areas were specified and proved to be of great importance for the local urban area such as streets, which are highly important for the creation of identity, activities and experiences.

The visual urban space

The visual urban appearance proved to be the most significant of all the contributions. Not understood as architecture, i.e. the artificial organisation of space. But simply as significant elements of the visual urban space.

Every selected firm contributes to the urban space, but most significant is, of course, the contributions made by the frame-shaping firms. Through facades, windows and signs they determined the visuality of urban space.

In all areas there was agreement to emphasise the importance of visuality of appearance in a rather phenomenological sense. The visual appearance of facades was attributed significant importance for the social and economic development of a street and a whole local area.

Through facades, windows and signs, the firms sent a signal to the world, and facades that built on original features were emphasised in the interviews. Many were critical of too bright facades with too big differences and decorations. On the other hand also room for variation is welcomed - without the facades becoming boring and without vivacity.

Transparency seems to be one of the contemporary key words. It was especially emphasised in an interview in Frederiksbjerg in Aarhus, where a marked change from the closed look of shops and pubs, to cafés and shops open to the public areas of streets and places.

The furniture of the streets became important. Both because it was easy and inexpensive to change through public investment - and because an investment here had a clear effect on the visual urban space and as a signal to owners, tenants, firms - and to other users of the streets as well.

Compared with the residents in a local area, the firms were more concerned with the visual appearance of the space related to the streets, whereas the tenants and owners were much more inclined to establish courtyards, where facilities for recreational purposes might often be established through public renewal funds.

Activities and events

Activities and events were important characteristics of the concept these new firms had of themselves. High quality, uniqueness, activity and

experience. An ability to see themselves in their physical and social surroundings.

Key words in post-modern urbanity are events, activities and experiences. Some firms were main suppliers of these elements. Elements of the post-modern urban life could be described as 'participant entertainment'.

Narrative

Identity in the local areas can be seen as created both by visual appearance, activities and experiences - and by 'medialized' storytelling. By medialized we mean features brought by the media. Seen from the point of the local areas - agents who contributed to medialized storytelling are important partners in building up identity in an area. Some firms were significant suppliers of these stories - and the competence to make or be the source of such supplies were valued in the local areas.

New type of relationships between firms?

In the area studied, a relationship between the firms was found, which in effect was very similar to what is now going on in contemporary centres for business and shopping. In these professional developers are mixing the firms and shops in such a way that together they constitute a specifically selected common concept. In the areas of our study, no developers were taking the lead. But concepts existed - at least as tacit imaginations - and most firms did see themselves and their business as part of the common frame, which all the elements in the local urban area together constitute.

Therefore the relationships between firms were important and they were interdependent of each other. But not through economy or through formalised cooperation.

Negative contributions

What types of problems did these new firms generate for the urban setting? The manufacturing industries have more or less relocated and thereby the serious environmental problems were out of town, despite the hidden soil poisoning, which would often be found on the remaining sites.

But even the described firms caused problems.

Traffic was mentioned by most. In most of the selected areas, the traffic situation had changed from worse to better, mainly because the amount of heavy trunk traffic had diminished. But new problems emerged. In Denmark the bicycle is very popular as a means of transportation locally. The more popular a place or street will become, the more bicycles there will be, and the resulting bicycle parking will cause aesthetic as well as functional trouble.

All firms are dependent on available parking facilities for customers, business visitors and for goods deliveries. Mostly no problems were seen, but conflicts with a few tenants and motorists might arise. In this type of local area nobody would expect optimal conditions either for tenants or for motorists and everybody expressed their acceptance of the mixed condition for the traffic.

Noise is mentioned by many, especially the noise from music, whether live or DJ. But everybody expressed that they valued the music as a positive factor in the local area. The firms stated that music in particular was included as an important part of event-making (or eventainment). Today investment in noise-reducing measures is to be paid solely by the party that makes the noise. An exception is noise from traffic as it is possible to get public support to reduce noise, e.g. by insulation of windows. If music is an important part (and that is what our case study indicated) of the development of the local urban areas' positive factors, similar possibilities for support might be established.

Disfiguring appearance, litter and renovation

The interviewees clearly stated that disfigured appearance had a significantly negative effect. Facades in a bad state of repair lower a whole area. Graffiti and chaotic postering might have had the same effect.

It is mentioned that often there will be need of cleaning up from the daily working of the cafés, take-aways, events etc. Disposable packing, boards, papers etc, had distinct and instant effects. In all areas instant action was needed, especially after events took place. Inaction will soon be followed by disfiguring appearances that accelerate and which will turn into graffiti and vandalism presently.

Urban renewal as a tool for strategic planning

To create forums of dialogue.

In this project emphasis was put on the physical element of the urban space. Especially the visual appearance is important. Activities, events and experiences are important elements of the urban scenery and together with medialized storytelling and narratives they become marked elements of identity.

In all these fields local firms have an important role to play. Hereby firms become potentially important partners in initiatives concerning urban regeneration.

Some firms are often seen to be positive participators, because they have to see themselves in the concept constituted by the local elements. They have to focus on the way they feel in the functional and the visual frame set up by the other firms, buildings - and local inhabitants as well. They have to choose a suit that interacts with, match or mismatch, the surroundings.

Creation of visions is important. And participation in this process is of great importance. Hereby the stakeholders can build up the trust as well as competencies to cooperate and to see the local area as a shared opportunity. It is a great challenge for urban professionals to get such actors to participate. But it is a precondition that the professionals do know the urban area - and the stakeholders. This knowledge is built up over time. It seems to be a good idea to start with small and uncomplicated projects with concrete results. Hereby both knowledge of urban problems and possibilities and stakeholders have possibilities of developing, and trust between the actors may be established.

The professionals will have a key function. Whatever it is, small renewal work for building, bettering the fixtures of streets and places, the effort can be used to develop a greater development process. The professionals can start up the processes of dialogue which result in visions, engagement, embedment and empowerment as well as real improvement of the fixtures of the urban space, including streets, places and buildings. This project points out firms to be important elements in the creation of the visual appearance of streets and places - and for a whole range of events, activities and experiences which constitute the post-modern urbanity that seems to be demanded by both inhabitants and visitors today. In Denmark urban renewal has developed into an effective means to push local areas in a direction most seem to characterise as positive.

Erhverv spiller en vigtig rolle i byens udvikling. Ikke kun i form af arbejdspladser og leverandør af varer og tjenester, men også som en vigtig del af byens rum og liv. I denne rapport beskrives de såkaldte nye byerhverv, hvilke typer der er tale om, hvad der kendetegner dem, og hvilke kvaliteter og eventuelle gener, de bidrager med. Desuden diskuteres, hvad der kan gøres for at støtte en bestemt erhvervsudvikling gennem byfornyelse og offentlige initiativer.

Analysen bygger på erfaringer fra tre områder: Kvarteret omkring Sankt Hans Torv på Nørrebro i København, dele af Frederiksbjerg i Århus og området omkring Brandts Klædefabrik i Odense. Alle tre områder er karakteriseret ved, at der har foregået en ret omfattende byfornyelse, og at der er sket en vis udskiftning i de typer af erhverv, der er i områderne.

Rapporten er den anden af tre delanalyser, der beskæftiger sig med byudvikling, nye byerhverv og byfornyelse.

1. udgave, 2001

ISBN 87-563-1107-9

ISSN 1600-8022