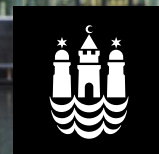


STRATEGI FOR OMVERDENS- INDDRAGELSE

LOKALPLAN KALVEBOD BRYGGE VEST II



Indhold

- 1. INTRODUKTION.....3
 - 1.1 BAGGRUND 3
 - 1.2 FORMÅL OG RAMMER 4
 - 1.3 DEMOGRAFI 4
- 2. INDDRAGELSESAKTIVITETER 5
 - 2.1 FORUNDERSØGELSE..... 5
 - 2.2 BORGEREVENT 5
 - 2.3 FREMVISNING AF GRUNDEN 6
- 3. OPFØLGNING 6
- 4. TIDSPLAN..... 6

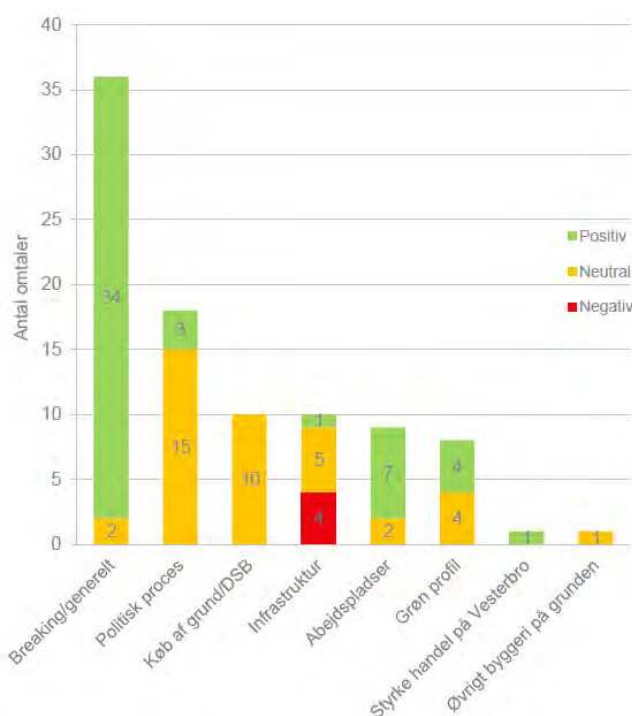
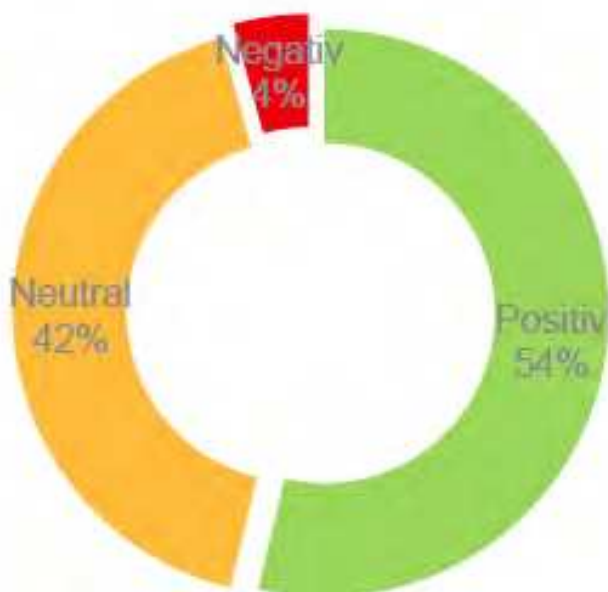
1. INTRODUKTION

Dette bilag er en redegørelse for strategien for en øget omverdensinddragelse i forbindelse med Lokalplan "Kalvebod Brygge Vest II". Bilaget præsenterer baggrund og formål for omverdensinddragelsen, den demografiske sammensætning for kvarteret og en beskrivelse af de kommende inddragelsesindsatser. Afslutningsvis redegøres for hvordan den viden, der genereres gennem omverdensinddragelsen, vil blive implementeret i den videre proces. Det er et ønske fra IKEA at åbne et varehus i København, der kan bidrage til oplevelser i øjenhøjde og til bylivet i området. Det centrumnære varehus rummer en anden kompleksitet end de øvrige IKEA varehuse, der er placeret uden for byen. En af de største udfordringer er at integrere bylivet i byggeriet og imødekomme borgerne og deres behov. IKEA har derfor valgt Dorte Mandrup Arkitekter til at løfte opgaven, da de netop har erfaring med at tænke funktionelle løsninger, der samtidig skaber sammenhæng mellem arkitekturen og den lokale kontekst. Dorte Mandrup Arkitekter er selv placeret lokalt på Vesterbro og har derfor et stærkt kendskab til lokalområdet og en god forståelse for borgernes behov. Ambitionen er at bygge et varehus, der er tilpasset livet i byen med gode offentlige transportmuligheder og nem adgang for gående og cyklister. Hovedformålet med omverdensinddragelsen er derfor at kvalificere lokalplanen "Kalvebod Brygge Vest II" gennem viden og inspiration fra borgere og andre lokale aktører og derved sikre, at planerne for kvarteret tilpasses den lokale kontekst.

1.1 BAGGRUND

Det nye IKEA varehus og byggefeltene i sammenhæng hermed blev godt modtaget, da byggeønskerne blev offentliggjort i april 2015. IKEA varehuset fik primært positiv respons og mange glædede sig over de nye tiltag i området. Kun infrastrukturen fik lidt negativ omtale i medierne. Nedenfor ses nøgletal fra den medieomtale, som kom i forbindelse med offentliggørelsen af byggeønskerne i april 2015. Nyheden fik også en del kommentarer på den officielle IKEA Facebookside, hvor mange var positivt stemt over for placeringen af et IKEA varehus i København og for muligheden for at afhente varer på cykel. Herudover var der flere der foreslog, at der blev etableret grønne områder på taget af varehuset, hvilket derfor fortsat vil forfølges i den videre projektudvikling. Offentliggørelsen af byggeønskerne medførte også en række input til infrastrukturen. Disse handlede primært om parkeringsforhold til både cykler og biler, hvilket ligeledes vil blive tænkt ind i projektet. Det er bl.a. målet, at området skal være let tilgængeligt, ligesom der arbejdes med at skabe en anderledes cykelparkering (jf. lokalplanforslaget). Også Vesterbro Lokaludvalg var positivt stemt og lagde vægt på det lokale behov for nye grønne områder og offentlige byrum. Et møde mellem IKEA, Teknik- og Miljøforvaltningen og Vesterbro Lokaludvalg i november 2015 var startskuddet på drøftelser vedrørende omverdensinddragelse, og det blev klart, at IKEA med fordel kan samarbejde med Vesterbro Lokaludvalg om den videre omverdensinddragelse – særligt i forhold til rammerne for og annoncering af de

	I alt	Positive	Neutrale	Negative	Læsertal	Visibility score	BBE
IKEA – CPH3	93	50	39	4	6.576.877	52%	3.646.443



kommende inddragelsesaktiviteter.

1.2 FORMÅL OG RAMMER

Formålet med den øgede omverdensinddragelse er at skabe medejerskab og medbestemmelse i lokalområdet og derved sikre, at projektet forankres lokalt. Gennem en forundersøgelse og to inddragelsesevents vil der blive mulighed for åben dialog mellem områdets beboere, byens øvrige borgere, bygherre, rådgiver og Københavns Kommune. Her vil eventuelle problematikker og udviklingspotentialer i projektet blive belyst. Det handler om at lytte til borgerne, forventningsafstemme og prioritere fremtidige implementeringer. Intentionen er, at omverdensinddragelsen bidrager til at omdanne borgere til brugere af området og gøre dem til ambassadører for udviklingen af området i sin helhed. De primære inddragelsesaktiviteter foregår samtidig med den offentlige høring af lokalplanforslaget, og input til forslaget vil der kunne tages højde for ved ændringsforslag i forbindelse med den endelige vedtagelse af lokalplanen. Inputs fra borgere og andre lokale aktører, der ikke har betydning i forhold til lokalplanen, vil der kunne tages højde for i den videre udvikling

af projektet og i den efterfølgende drift. De lokale aktører vil fx kunne komme med forslag og input til udviklingen af det grønne strøg på toppen af IKEA varehuset, som danner en offentlig tilgængelig taghave.

1.3 DEMOGRAFI

Kvarteret er i dag præget af mange bilister og cyklister, der passerer hver dag til og fra arbejde. Selvom Kalvebod Brygge og Cykelslangen markerer kvarteret som et knudepunkt, findes der også erhvervsmæssige ejendomme og boliger i kvarteret. Kvarteret byder ligeledes på mange sociale samlingspunkter, som Fisketorvet Shopping Center, Havnebadet og Kødbyens mange restauranter og byliv. Fisketorvet havde knap 8 millioner (7,6) besøgende i 2014 (www.unibail-rodamco.com/W/do/centre/nordic-countries), og inden for en radius på 2 km fra grunden, findes der knap 25.000 (24,889) CVR-registrerede virksomheder (Geomatic A/S, www.geomatic.dk). Med en cykelafstand på 10 minutter fra grunden ses det i følgende demografiske analyser, hvordan borgerne fordeler sig:

Civilstand	Index	Cyke	DK
Enlige / singler	125	64,7 %	51,8 %
Par	73	35,3 %	48,2 %
Alder - ældste person			
Under 23 år	121	3,8 %	3,2 %
Fra 23 til 29 år	200	17,4 %	8,7 %
Fra 30 til 39 år	171	25,1 %	14,7 %
Fra 40 til 49 år	98	18,4 %	18,8 %
Fra 50 til 59 år	75	13,1 %	17,5 %
Fra 60 til 65 år	69	7,0 %	10,2 %
Over 65 år	56	15,1 %	27,0 %
Ejerforhold			
Ejeboliger	55	34,8 %	63,6 %
Privat lejeboliger	170	13,1 %	7,7 %
Offentlige lejeboliger	46	9,7 %	20,9 %
Andelsboliger	553	42,3 %	7,7 %
Ukendt	51	0,1 %	0,2 %
Boligstørrelse			
Under 39 m ²	121	4,1 %	3,4 %
Fra 40 til 70 m ²	172	33,2 %	19,3 %
Fra 71 til 90 m ²	127	24,4 %	19,3 %
Fra 91 til 130 m ²	91	25,2 %	27,8 %
Over 131 m ²	43	13,1 %	30,3 %
Ukendt	140	0,0 %	0,0 %
Bilejerskab			
Ingen bil	184	66,8 %	36,3 %
En bil	62	29,6 %	48,0 %
To eller flere biler	23	3,6 %	15,7 %

Geomatic A/S, www.geomatic.dk

Københavns Kommune		
Børn i familien	Vesterbro %	Københavns Kommune %
Ingen børn	75,32	75,39
1 barn	13,11	11,84
2 børn	8,77	8,65
Mere end 2 børn	2,48	2,94
Ukendt	0,32	1,18
Total	100	100

Geomatic A/S, www.geomatic.dk

Ovenstående model viser antallet af børnefamilier, der findes på Vesterbro i forhold til resten af Københavns Kommune. Børnefamilierne udgør 24,36 % af husstandene på Vesterbro, mens der i gennemsnit i hele kommunen findes 23,43 % børnefamilier.

Den demografiske karakter for Vesterbro viser altså, at bydelen repræsenterer en overvægt af borgere i alderen 23 til 39 år. De bor til leje eller i andelsboliger på 40-70 m², hver fjerde husstand har børn, og de fleste har ingen bil. Omverdensinddragelsen tager sit udgangspunkt i denne indsigt, og det er målet at lære de borgere bedre at kende, som bor i og bruger området hver dag, at få indblik i deres behov og i hvilke kvaliteter og funktioner, de ønsker i området. Der vil derfor blive gennemført en indgående forundersøgelse, der indbefatter en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse, en borgerevent samt en fremvisning af grunden, som vil blive præsenteret i det følgende.

2. INDDRAGELSESAKTIVITETER

2.1 FORUNDERSØGELSE

Som et vigtigt startskud på omverdensinddragelsen, vil IKEA gennemføre en forundersøgelse med det overord-

nede formål at erhverve viden om og forståelse for de borgere, der bor og agerer dagligt i området omkring det kommende IKEA varehus og de øvrige byggefeltter. Der udarbejdes derfor et spørgeskema, der skal give indsigt i de lokale behov, ønsker og bekymringer omkring projektet. Resultaterne af disse indsigter skal kvalificere den videre omverdensinddragelse og de planlagte aktiviteter. Under søgelsen gennemføres i to steps, som beskrives nedenfor. Step 1 foretages primo marts og forventes at tage 2-3 uger, hvorefter dataene behandles og analyseres. Herefter igangsættes step 2, som gennemføres inden afholdelsen af første inddragelsesaktivitet.

Resultaterne, og de temaer der bliver fremhævet i forundersøgelsen, vil blive evalueret, når forundersøgelsen er afsluttet. Forundersøgelsen forventes at give en mere indgående viden om dem, der bor i og bruger området dagligt samt deres umiddelbare tanker og reaktioner. På den måde er det muligt at identificere hvilke emner, der efterfølgende vil være relevante at afklare ved de to inddragelsesaktiviteter, der finder sted under den offentlige høring af lokalplanforslaget.

2.2 BORGEREVENT

Borgereventen har først og fremmest til hensigt at informere om projektet og udviklingen af området. Mødet ligger op til dialog med borgerne og kommende brugere af området, deres umiddelbare reaktioner på projektet og giver dem mulighed for at stille spørgsmål til arkitekterne og repræsentanter fra IKEA og Københavns Kommune. Der vil være en udstilling af tegninger og en model af bebyggelserne. Borgereventen vil starte med en præsentation af projektet og processen samt en afklaring af

STEP 1

Metode	Online kvantitativt spørgeskema.
Målgruppe	Et repræsentativt udsnit af borgere der bor i udvalgte postnumre i området omkring det nye IKEA varehus og de øvrige byggeprojekter.
Spørgeramme	Spørgeskemaet vil tage udgangspunkt i associationsspørgsmål, som vil vise, hvordan respondenterne umiddelbart forholder sig til udviklingen af området og til at få et IKEA varehus. Derudover vil der forekomme 5-7 konkrete spørgsmål.
Formål	Formålet er at foretage en temperaturmåling på, hvad respondenterne spontant tænker på, når de hører, at IKEA og de øvrige byggeprojekter kommer til deres bydel.

STEP 2

Metode	Online kvantitativt spørgeskema.
Målgruppe	Et repræsentativt udsnit af borgere der bor i udvalgte postnumre i området omkring det nye IKEA varehus og de øvrige byggeprojekter.
Spørgeramme	Ud fra resultaterne i step 1 udarbejdes et udvidet spørgeskema, der yderligere kan skabe forståelse for borgernes behov, ønsker og bekymringer.
Formål	Formålet er at videreanalysere de fokusområder, som borgerne identificerer i det første spørgeskema for at kvalificere de kommende inddragelsesaktiviteter.

rammerne for inddragelsen – hvad ligger allerede fast, og hvad er det muligt at få indflydelse på. Efter præsentationen vil deltagerne have mulighed for at stille spørgsmål og komme med input og forslag. Formålet med eventen er at give deltagerne mulighed for at komme med ideer til det præsenterede projekt, italesætte ønsker og behov samt give bygherre og rådgiver inspiration til videreudvikling af projektet.

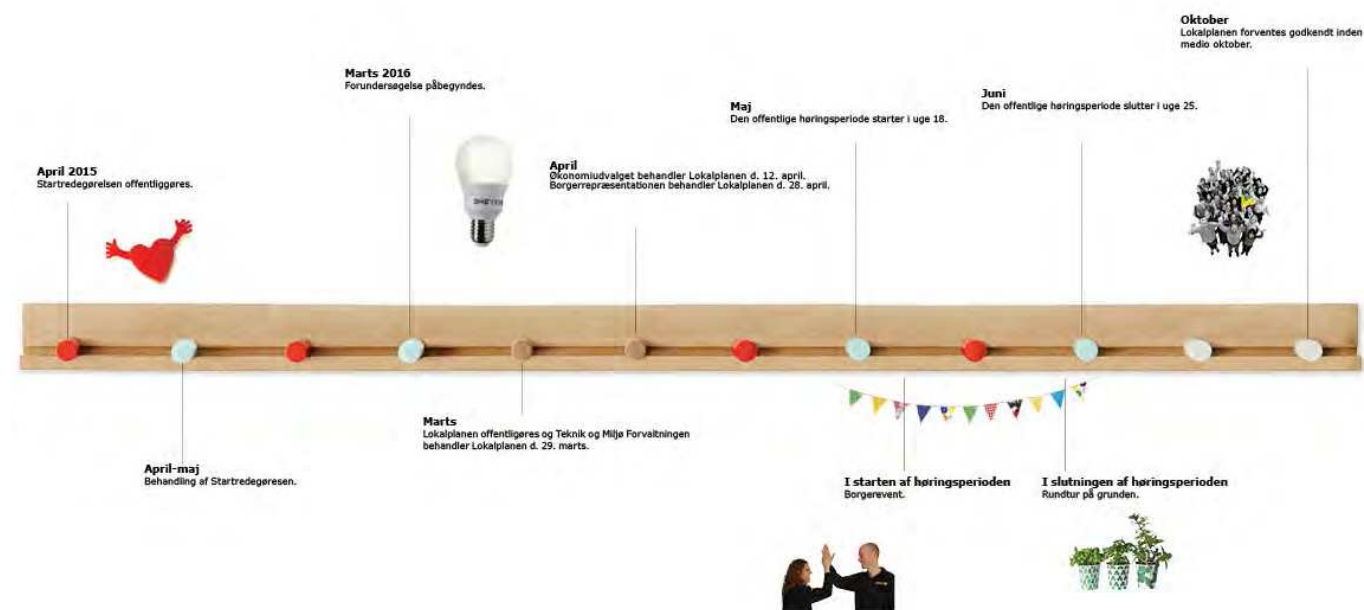
2.3 FREMVISNING AF GRUNDEN

I slutningen af den offentlige høring vil der blive afholdt en fremvisning af grunden, som tilstræber at give de besøgende en fornemmelse af de fysiske rammer og af det liv, området vil bringe i fremtiden. Eventen vil indeholde en række forskellige aktiviteter, som har til hensigt at give en oplevelse af, hvad grunden i sin helhed vil byde på. Eventen har til formål at informere om udviklingen af de fysiske rammer samt skabe en identitetsfølelse, der giver borgere og kommende brugere lyst til at bruge området i fremtiden. Ligeledes vil der være mulighed for, at de besøgende kan dele deres tanker og input til projektet.

3. OPFØLGNING

Den viden, der genereres gennem ovenstående inddragelsesaktiviteter, vil blive implementeret i den videre projektudvikling, og der vil være fokus på at formidle dette til borgerne og sikre, at de oplever, at de bliver hørt og tager del i udviklingen af deres lokalområde. Den ovenfor beskrevne omverdensinddragelse er dog kun startskud, og efter den offentlige høring af lokalplanforslaget vil omverdensinddragelsen fortsætte, og der vil etableres samarbejde med endnu flere interessenter i området. Det er vigtigt at opretholde den dialog, der etableres gennem omverdensinddragelsen og fortsat lytte til varehusets fremtidige besøgende. Det ønskes derfor fortsat at skabe relevante løsninger og indretninger i det nye IKEA varehus i dialog med de kommende brugere og give inspiration til, hvordan disse kan bruge IKEA og området i sin helhed. Mens byggeriet pågår, er der endvidere et ønske om at skabe en byggeplads, der er informativ og inspirerende, så området vil få liv i takt med at bygningerne etableres, ligesom der fortsat vil være fokus på at lytte til borgerne og sikre en tæt dialog gennem byggeperioden.

4. TIDSPLAN



Københavns Kommune
Teknik- og Miljøforvaltningen
Byens Udvikling
Postboks 348
1503 København V

e-mail: byensudvikling@tmf.kk.dk
tlf.: 33 66 33 66