

PLACEMAKING

TRYGHED, FÆLLESSKAB OG EJERSKAB I BYRUMMET

Kunst som drivkraft for byudvikling i ni byer



Værket er af Stickkontakt fra KØS' udstilling *Walk This Way* 2011, Køge

INDHOLDSFORTEGNELSE

Forord

Indledning – Hvad er PLACEMAKING?

Stedsans i borgerinddragelse og byrumseksperimenter

Projektets aktører

Aktivitetsoversigt 2014-15

Mål

Succeskriterier

Kunstneriske strategier

Tids- og aktivitetsplan

Budget- og finansieringsplan

FORORD

PLACEMAKING og *Det aktive byrum*

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

Indholdet og det tværkommunale samarbejde i PLACEMAKING er en selvstændig fortsættelse af *Det aktive byrums* aktiviteter i 2012-13. Her satte syv af de ni kommuner i fællesskab fokus på teenagepiger og deres brug af byen igennem syv parallelle dialogforløb med piger på 13-17 år. Gennem workshops og samarbejde med kunstnere og designere indsamlede kommunerne viden og ideer til nye faciliteter til byrummet, der skal skabe større aktivitet hos målgruppen. Projektet resulterede dels i lokale udviklings- og anlægsprojekter, dels i en prototype på en mobil vippebænk – særligt til teenagepiger – som i 2014 kommer på turne rundt i deltagerkommunerne.

KulturMetropolØresund

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

INDLEDNING

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

PLACEMAKING - borgerinddragende workshops og byrumseksperimenter

PLACEMAKING er et samarbejdsprojekt imellem kommuner, der gennem borgerinddragelse og midlertidige kunstværker i det offentlige rum, ønsker at undersøge hvordan værdier som **tryghed, fællesskab og ejerskab** kan få en større plads i byens rum. PLACEMAKING handler om steder og om at skabe steder. Central procesledelse, facilitering og kuratering varetages af virksomheden *Råderum – mobilt kontor for samtidskunst*.

Begrebet PLACEMAKING peger på handlingen at *skabe* et sted, mens det i omvendt ordstilling, *making place*, betyder at *gøre plads* i forståelsen af andre mennesker, holdninger etc. Projektet består af borgerinddragende workshops og kunstværker i det offentlige rum, kaldet *byrumseksperimenter*. Workshops og byrumseksperimenter udføres af professionelle billedkunstnere, designere eller arkitekter.

PLACEMAKING – en stafet mellem og om ni steder

PLACEMAKING indledes med en stafet mellem ni steder og om ni steder. Borgerinddragelsen kickstartes og etableres lokalt af de medvirkende kommuner. Herefter udvælges repræsentanter fra de lokale borgergrupper, der sammen med lokale projektledere, professionelle kunstnere og Råderum deltager i en 2-dages busrejse mellem de ni udvalgte steder i regionen. Her udfoldes stedernes historie, kendetegn og kvaliteter samt de udfordringer, der har ført til udvælgelsen og der arbejdes med kreative øvelser på stedet. Råderum faciliterer processen, der dokumenteres på video.

PLACEMAKING – målgrupper

PLACEMAKING tager afsæt i de værdier og erfaringer, som deltagerkommunerne fastlagde i forbindelse med *Det aktive byrums* andet element, *Mobile Faciliteter*. Her indledte man en dialog med unge piger i alderen 13-17 år, der blandt andet viste, at denne målgruppe – når de opholder sig i byrummet – stiller høje krav til værdier som tryghed, fællesskab og ejerskab. Så høje krav, at man ved at tage højde for og styrke disse værdier måske kan nå ud til flere og skabe byrum for alle. Afsættet er således værdibaseret. Det er vigtigt at understrege, at de lokale målgrupper fastlægges af den enkelte kommune og afhænger af det valgte byrum og den lokale kontekst. (se afsnit om projektets aktører s.7).

PLACEMAKING – en udviklingsproces på tværs

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

PLACEMAKING – merværdi

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

PLACEMAKING – et dogme om stedet

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

STEDSANS

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

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

Stedsans i borgerinddragelse og byrumseksperimenter

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

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

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

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

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

PROJEKTETS AKTØRER OG OPGAVER

Projektledelsen

PLACEMAKINGs ledelse foregår i et tæt samarbejde mellem sekretariatet for KulturMetropolØresund (KMØ), kulturcheferne i de ni kommuner (styregruppen) og virksomheden *Råderum – mobilt kontor for samtidskunst*. Regnskab og status gennemføres i samarbejde mellem Råderum og Køge Kommune. Neden for ses ansvarsfordelingen mellem Råderum og kommunerne.

Råderum

- Udvælgelse, invitation og kontraktindgåelse og supervision af kunstnere
- Sparring med kommunerne i forhold til inddragelsesproces
- Kick-off workshop i September
- Pitch og promovring af stedstafet / bustur
- 2-dages bustur for kommuner og kunstnere
- Opsamling af input fra kommuner
- Tekst til formidling og pressemeddelelseskabelon
- Indkaldelse til styregruppemøder 2 gange om året
- Status, regnskab og kort evaluering (i samarbejde med Køge Kommune)
- Kontakt med landsdækkende medier
- Kontorhold, telefon og transport for projektledelsen

Kommunerne

- Lokal forberedelse under vejledning af Råderum
- Sikring af lokalt ejerskab og samarbejde med lokale kulturaktører
- Involvering af borgere og indsamling af repræsentanter til busturen
- Ansøgning om lokale sponsorater
- Etablering af lokale arbejdssteder
- PR og kommunikation under vejledning af Råderum
- Åbningsevent i forbindelse med byrumsudstillingen
- Evaluering af den lokale proces
- Intern kommunikation
- Indhentning af tilladelser

Konceptudvikler og sparringspartner

KØS Museum for kunst i det offentlige rum, som er Danmarks specialmuseum for kunst i det offentlige rum, har udarbejdet det konceptuelle grundlag for projektet og godkendt Råderum som samarbejdspartner i projektet.

Følgforskere

PhD og adjunkt Line Marie Bruun Jespersen, Institut for Arkitektur og Medieteknologi, Aalborg Universitet, vil følge projekterne, observere, foretage interviews og publicere videnskabelige artikler, der kan indgå i formidlingen af projektet. PhD og post doc Hjørdis Brandrup Kortbek, Institut for Kulturstudier, Syddansk Universitet vil lade projektet indgå i sin post doc om kulturbegivenheder i det offentlige rum.

AKTIVITETSOVERSIGT 2014-15

- Kick-off arrangement for kommunernes tovholdere om borgerinddragelse, kunst i byrummet og hvordan man bedst samarbejder med kulturinstitutioner, foreninger og frivillige om steder og udvikling af byen.
- Råderum udvælger og sammensætter et hold af professionelle kunstnere på baggrund af kommunernes valgte steder, udfordringer, målgrupper og mål.
- Stedstafet og rullende workshop – bustur mellem de ni steder i regionen, faciliteret af Råderum. De lokale tovholdere og borgere præsenterer deres steder for hinanden og der afvikles diverse kreative aktiviteter og workshops.
- Opsamlingsworkshops med de udvalgte kunstnere, faciliteret af Råderum, hvor opgaverne og stederne drøftes i forhold til hvordan processen gribes an.
- Stederne markeres fra begyndelsen og gennem hele processen i form af synlig skiltning = identitet
- Web-blog / Facebook / Twitter om stederne med muligheder for kommentarer, upload af billeder etc. fra borgere på tværs af kommunerne. Henvisning til de sociale medier på kommunernes hjemmesider.
- Borgerinddragende workshops lokalt. Kunstnerne faciliterer borgerinddragende workshops på baggrund af begrebet stedsans, hvor de udvalgte byrums stedskvaliteter indfanges og danner baggrund for den senere udførelse af byrumseksperimenterne. Det står kunstnerne frit for, hvordan workshoppen organiseres og gennemføres
- Procesfilm om projektet PLACEMAKING. Filmen fungerer samtidig som dokumentation og kan vises på kommunernes websites, lokal TV etc.
- Produktion af de fysiske byrumseksperimenter. På baggrund af busturen og de borgerinddragende workshops, produceres en række stedsspecifikke værker i samarbejde med lokale aktører og samarbejdspartnere (lokale foreninger, virksomheder etc.) og i det omfang det er muligt af lokale materialer.
- Lancering / Periode. Åbningen af byrumsudstillingerne foregår fortløbende over to weekender i de ni kommuner med mulighed for buskørsel imellem. Her vil være aktiviteter som artist talks, skattejagter, borgerdebatter osv.
- Lokal opsamling og overlevering af de kunstneriske "stedsanalyser" til kommunernes byplanlæggere. Regional evaluering med bidrag fra RUC-studerende samt følgeforskere fra SDU og AAU.

MÅL

PLACEMAKINGs overordnede mål er at benytte kunsten som redskab til at få sat fokus på, hvordan værdier som tryghed, fællesskab og ejerskab kan få større gennemslagskraft i byrummet, og i sidste ende hvordan og om kunsten kan være medvirkende til at byen bliver et bedre sted at opholde sig, leve og bo. Det er op til den enkelte kommune at tænke projektet ind som en løftestang for lokal byrumsudvikling. Omvendt forventer vi i Det aktive byrum, at det samlede udbytte af projektet er mere end blot summen af de lokale indsatser, men at stafetaktiviteterne sikrer en regional merværdi.

De demokratiske borgerprocesser og realiseringen af de konkrete værker er to parallelle forløb, der supplerer hinandens mål og succeskriterier. Den indledende borgerinddragelse gennemføres primært med henblik på at opnå en god proces/samtale lokalt, hvor produktionen af de fysiske byrumseksperimenter har formål som synlighed og at tiltrække folk udefra. Nedenfor samles de to forløbs mål og succeskriterier under ét.

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

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

SUCCESKRITERIER

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

KUNSTNERISKE STRATEGIER

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

Stedsspecifik kunst

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

Interventionskunst

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

Social- og procesorienteret kunst

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

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

Inspiration til valg af kunstnere

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

TIDS- OG AKTIVITETSPLAN

OPGAVE ANSVARLIG

Periode:	Aktivitet	Ansvarlig
Januar-april 2014	Justering af projekt Indgåelse af økonomiske og strategiske samarbejder	Køge Kommune, KulturMetropolØresund, Råderum – mobilt kontor for samtidskunst
Maj-august 2014	Steder og målgrupper fastlægges lokalt i kommunerne, politisk, praktisk og strategisk. Der afholdes borgermøder og workshops med de relevante målgrupper.	Deltagerkommunerne under rådgivning fra Råderum
September 2014	Kick-off arrangement for projektets aktører med et oplæg fra Råderum og evt. KØS om ideer og erfaringer med borgerinddragelse.	Deltagerkommunerne og Råderum – mobilt kontor for samtidskunst
Oktober 2014 – januar 2015	Borgerinddragende processer lokalt med kulturinstitutioner og foreninger.	Deltagerkommuner
Februar 2015	Stedstafet 2-dages bustur i regionen med workshops og aktiviteter på de ni udvalgte steder. Videoptagelse	Råderum, kunstnere og deltagerkommuner
Marts 2015	Opsamlende workshop for kunstnerne, hvor der udveksles ideer, deles viden og skabes fælles identitet til de ni forskellige projekter og steder. Opsamling på borgerworkshops og planlægning af produktionsperioden.	Kunstnere og Råderum
Marts-juli 2015	Produktionsperiode – der arbejdes med de fysiske byrumseksperimenter på de ni steder. Åbning, fremvisning og aktiviteter planlægges	Kunstnere og deltagerkommuner under vejledning af Råderum
August - september 2015	Åbning, fremvisning og ibrugtagning af byrumsinstallationerne. Artist talks, workshops og borgerdebatter om kunst og byrum.	Deltagerkommuner, kunstnere og Råderum
Oktober – december 2015	Lokal opsamling og evaluering, Overlevering af resultater fra kulturafdelingerne til planafdelingerne. Redaktion af publikation og video	Deltagerkommunerne med assistance fra Råderum

FORMIDLINGSPLAN

Periode:	Nyhed/historie	Medie(r)
August 2014	Temaartikler, opfølgning på Politikens tidligere omtale af projektet, foråret 2013, Ansvarlige: deltagerkommunerne under vejledning fra Råderum	Politiken P1 – Stedsans Danske Kommuner Kulturmetropol.dk Sociale medier
September 2014	Omtaler af projektets første spadestik, kickoff-arrangement og videre forløb i de ni kommuner	Lokalaviser i de ni kommuner, Frederiksborgs Amtsavis Kulturmetropol.dk Sociale medier.
Oktober 2014 - januar 2015	Lokal presseomtale, invitationer til borgermøder og workshops	Lokalaviser, Kulturmetropol.dk Sociale medier
Februar 2015	Reportage fra stedstafet/bustur, tekst og video	Lokalaviser i de ni kommuner, Danske Kommuner KulturMetropol.dk Sociale medier Kunsten.nu og Kopenhagen.dk
Marts - juli 2015	Lokal presseomtale i produktionsperioden, evt. videodokumentation, artikelskrivning ved følgeforskere og studerende.	Lokale aviser i de ni kommuner, Politiken P1 – stedsans TV2 Lorry eller DR KulturMetropol.dk Sociale medier Kunsten.nu og Kopenhagen.dk
August – september 2015	Åbning parallelt ni steder fordelt over to weekends Byrumseksperimenterne indvies	Politiken, lokalaviser i de ni kommuner, Kunsten.nu, Kopenhagen.dk TV2 Lorry eller DR KulturMetropol.dk Sociale medier Kunsten.nu og Kopenhagen.dk
September – november 2015	Opsamling og evaluering Publikation af resultater Video publiceres	DR Lokalaviser i de ni kommuner, Kulturmetropol.dk Danske Kommuner Sociale medier Diverse tidsskrifter om byplanlægning og arkitektur

BUDGET- OG FINANSIERINGSPLAN

Udgifter	Beløb
9 x Kunstproduktioner, herunder materialer, transport og honorar til kunstnere	500.000
Projektledelse, herunder kuratering, facilitering af proces, kommunikation og koordinering af evaluering	200.000
Stedstafet, herunder leje af bus, honorar til kunstnere, forplejning	80.000
Opsamlingsworkshop	20.000
Filmproduktion	20.000
I alt	820.000
Indtægter	
Kommunernes basisfinansiering (2x310.000 kr.)	620.000
Spar Nord Fonden	200.000
I alt	820.000

Kommunerne in kind

De ni deltagerkommuner finansierer selv afholdelsen af de borgerinddragende workshops op til stedstafetten og bagefter. Alt hvad der hedder PR, kommunikation og markedsføring finansieres også lokalt og under vejledning fra Råderum. I det omfang det er muligt, skaffes materialerne til kunstproduktionerne lokalt fx ved hjælp af sponsorater.