



Fra shoppingcenter til by

en undersøgelse af det integrerede shoppingcenter

Whilst urban areas have spread out and dispersed virtually 'to the point where territory and metropolis are synonymous' ... 'at the same time, within the city, new constructions have appeared which are more "city-like" than the city itself; that is, they are a distillation and intensification of the concentration that the city symbolises'

(Cerver, 1998: 29 citeret i Graham og Marvin, 2001: 226)

... shopping (as an activity) [was] taking place in the city (as a place), [but now] the city (as an ideal) is taking place within shopping (as a place).

(McMorrough, 2001a)

INDHOLD

1. INDLEDNING	9
TEMA OG PROBLEMSTILLINGER	13
<i>Den fragmenterede by</i>	13
<i>Arkitekturteori og detailhandel</i>	14
<i>Detailhandelens ekspansion</i>	16
<i>Detailhandelsbaseret byudvikling og Urban Design</i>	18
AFHANDLINGENS STRUKTUR OG INDHOLD	20
<i>Kapitel 2: Shoppingcentret som strategi for midtbyen</i>	20
<i>Kapitel 3: Det integrerede shoppingcenter og det vitale byliv</i>	21
<i>Kapitel 4: Urban Design og detailhandelens urbane agenda</i>	22
<i>Kapitel 5: Shoppingcentret som byrum</i>	22
<i>Kapitel 6: Positioner og perspektiver</i>	23
<i>Appendix</i>	24
2. SHOPPINGCENTRET SOM STRATEGI FOR MIDTBYEN	25
VICTOR GRUEN	29
<i>Arbejder</i>	31
<i>Gruen og kritikken</i>	34
<i>Den ideelle by</i>	36
<i>Gruens arvtagere</i>	38
<i>Strategier for revitalisering af byens hjerte</i>	38
SLOTSARKADERNE	42
<i>Historien</i>	43
<i>Trafik og parkering</i>	45
<i>Hillerøds regionale rolle</i>	46
<i>Detailhandelen i Hillerød</i>	47
<i>Udformning</i>	49
<i>Kritikken af SlotsArkaderne</i>	51
<i>Kortlægninger</i>	52
SLOTSARKADERNE OG VICTOR GRUENS STRATEGIER	58
<i>Den 'skæve' midtby</i>	59
DET OFFENTLIGE RUM I METROPOLEN	62
<i>En ny rolle for midtbyen?</i>	63

3. DET INTEGREREDE SHOPPINGCENTER OG DET VITALE BYLIV	67
GUIDE TO SHOPPING	71
JANE JACOBS OG DET VITALE BYLIV	73
FREDERIKSBERG CENTRET	78
<i>Kortlægninger</i>	81
JANE JACOBS OG DET NYE BYOMRÅDE	88
EN KONCEPTUALISERET URBANITET	92
4. URBAN DESIGN OG DETAILHANDELENS URBANE AGENDA	95
URBAN DESIGN	99
URBAN DESIGN OG DETAILHANDELENS URBANE AGENDA	104
BCSC OG CABE	108
BRUUNS GALLERI I ÅRHUS	112
<i>Centrets tilblivelse</i>	113
<i>Detailhandelen i Århus</i>	113
<i>Udformning</i>	116
<i>Kortlægninger</i>	118
BRUUNS GALLERI OG CABES KRITERIER FOR URBAN DESIGN	125
<i>Bruuns galleri - hvilken agenda?</i>	126
5. SHOPPINGCENTRET SOM BYRUM	131
JON JERDE	136
<i>The armature</i>	137
PASSAGEN	139
SONY CENTER	143
<i>Kortlægninger</i>	146
SONY CENTER SOM ET NYT OFFENTLIGT RUM	148
<i>Det offentlige rum som konkurrenceparameter</i>	149
<i>Shoppingcentret som strategi for det offentlige rum</i>	150
6. POSITIONER OG PERSPEKTIVER	155
DET INTEGREREDE SHOPPINGCENTERS POTENTIALER	159
DET INTEGREREDE SHOPPINGCENTER OG URBAN FRAGMENTERING	162
DET INTEGREREDE SHOPPINGCENTER ER ET NYT OFFENTLIGT RUM	167
URBAN DESIGN OG EN NY URBAN RENÆSSANCE	170
AFSLUTNING	173

APPENDIX	175
SHOPPINGCENTRETS HISTORIE	177
<i>Shoppingcentre i Danmark</i>	179
DE UDVALGTE CENTRE	182
<i>Fakta om Sony Center</i>	185
KORTLÆGNINGER	186
PUBLICEREDE ARTIKLER	188
RESUMÉ	189
ENGLISH SUMMARY	191
LITTERATUR	193

1. INDLEDNING



Afhandlingen er en undersøgelse af integrerede shoppingcentre. Dette foregår gennem et studie af, hvorledes tre nyere danske centre i tætte bysituationer, udformningsmæssigt og programmatisk, indgår i eksisterende kontekster og skaber nye offentlige rum og forbindelser. Gennem arkitektoniske analyser af centrene og deres kontekster, diskuterer afhandlingen, hvorledes de afspejler væsentlige teoretiske positioner i forhold til forståelsen og produktionen af byen og det offentlige rum. De konkrete analyser muliggør en diskussion af disse positioner, og deres relevans i den aktuelle byudvikling. Afslutningsvis skitserer afhandlingen hovedtræk af shoppingcentrets betydning i det, der ofte betegnes som den samtidige fragmenterede urbane situation, samt en diskussion af den model, som det integrerede shoppingcenter udgør i de nye detailhandelsbaserede byområder, der dukker op i centrum af stadig flere byer.

Det er projektets mål at bidrage til en forståelse af, hvilke træk der kendetegner den detailhandelsbaserede byudvikling, som de integrerede shoppingcentre udgør aspekter af, samt hvilken lærdom der kan overføres fra disse miljøer til en generel diskussion af byudvikling.

Tema og problemstillinger

Den fragmenterede by

Den moderne by beskrives ofte som fragmenteret. Tidligere tiders funktionsintegration er blevet afløst af homogene enklaver, rene boligområder, kontorområder, detailhandelsområder etc. Modernisering, telekommunikation og individualiseret transport har resulteret i en by bestående af monofunktionelle 'øer' og oplevelsesmæssigt ensrettede bymiljøer, med stadig mindre integration af forskelligartede funktioner. Dette gælder både boligområderne, hvor detailhandel næsten er blevet elimineret, samt bycentre, der er blevet tømt for boliger, og endelig det udstrakte bylandskab præget af motorveje, industri og lavprisvarehuse. De homogene enklaver er tilmed i mange tilfælde blevet yderligere isoleret fra hinanden af den moderne bys massive infrastrukturelle anlæg og af øde 'restområder', der fungerer som funktionelle og visuelle barrierer mellem dens enkelte dele.

Der findes mange forskellige beskrivelser af den fragmenterede moderne by og analyser af, hvorledes udviklingen fra den monocentriske by til nutidens 'sprawl' har fundet sted, for eksempel gennem infrastrukturelle udviklinger, globalisering og den øgede fokusering på sikkerhed, som et mindre homogent socialt samfund medfører. Den amerikanske byteoretiker og arkitekt Albert Pope leverer i sin bog *Ladders* (1995) en analyse af fragmenteringsprocessen. Denne skyldes, ifølge Pope, det, han kalder erosion af det homogene system, grid'et, der strukturerer store dele af de amerikanske byer og landskaber. Som følge af modernisering og globalisering bliver elementer i dette infrastrukturelle system opprioriteret for nogle dele af byen på bekostning af andre; enkelte gader i grid'et bliver opgraderet til 'highways', hvorved tilgængelighed over større afstande bliver prioriteret. Dette betyder, at lokale byområder og trafiksystemer bliver overladt til deres egen skæbne, ofte fysisk afskåret fra den omgivende by. Den ujævne fordeling af tilgængelighed og liv i denne by medfører også ujævn grad af social kontrol i det offentlige rum. Der sker en tilbagetrækning af visse byområder og befolkningsgrupper fra den almene offentlige arena, og der opstår enklaver af 'atrium-arkitektur', shoppingcentre og 'gated communities', som igen bliver delvis ansvarlige for fragmenteringen af det underliggende homogene kollektive rum

I følge Stephen Graham og Simon Marvin (2001) er eksponeringen af infrastrukturen for markedsmekanismer ("infrastructural consumerism") en

vigtig årsag til fragmentering, hvilket igen må ses som en konsekvens af liberalisering og privatisering. De hævder, at fragmenterings-processen medfører social segregering og forskelsbehandling af befolkningsgrupper: For det første forårsager processen, at den ensartede pris for tilkobling til de offentlige infrastrukturelle netværk differentieres til fordel for de profitable elementer i byen, samt at tilkobling for de dele af samfundet, der ikke betragtes som profitable, tilbydes på ufordelagtige præmisser. For det andet søges fragmenteringen af byrummet imødegået med stadig større grad af overvågning og kontrol af det 'offentlige rum' i og mellem enklaverne, hvilket medvirker til segregeringen. Dette rum bliver mere og mere halv-offentligt, og det bliver i stadig højere grad rettet mod shopping og underholdning for dem, der har råd. Graham og Marvin fremhæver udviklingen af 'interiøriserede' rum baseret på underholdningsprogrammer som en medvirkende faktor til de omkring- og mellemliggende byrums uimødekomme karakter. De kritiserer, at planlægningen af disse underholdningsbaserede udbygninger foregår i form af afgrænsede projekter snarere end i overordnede helheder, og de mener heller ikke, at det halvoffentlige rum i enklaverne er et rigtigt offentligt rum, fordi det er privat ejet eller privat kontrolleret.

...dominant practices of urban design ... are increasingly seen to be working in parallel to support the sociotechnical partitioning of the metropolitan and, indeed, societal fabric.
(Graham og Marvin, 2001: 382)

Arkitekturteori og detailhandel

Den fremherskende opfattelse af byens produktion og byrummets udformning er præget af en manglende forståelse for og afstandtagen til den rolle, kommercielle bymiljøer spiller i byerne. Shoppingcentre kritiseres for deres mastodontagtige fremtræden, indadvendthed, manglende interaktion med nærområder, manglende traditionelle arkitektoniske kvaliteter og ikke mindst for den funktionshomogenisering, de traditionelt er udtryk for, og der er en udbredt intellektuel og faglig modstand mod at inkludere shoppingcentret som et legitimt objekt for arkitekturkritikken. Den amerikanske arkitekturteoretiker Margaret Crawford har redegjort for et antal 'narrativer' om shoppingcentret, som er en del af baggrunden for denne modstand (2002). Det handler bl.a. om, at shoppingcentret ofte anskues som en

grundlæggende modsætning til byen og dens liv, og at det betragtes som en medvirkende årsag til ukontrolleret spredning af enorme identitetsløse forstadsområder, og endelig, at shoppingcentret er en maskine, der gør sociale og fælles oplevelser til varer og kommercialiserer byens offentlige rum. Ifølge Crawford er anstødsstenen i den kommercielle arkitektur det åbenlyse spil på nostalgien og den folkelige underbevidste længsel efter en mistet præmoderne social og kulturel enhed. En nostalgi, der grundlæggende strider mod den modernistiske arkitekturs kulturradikale udgangspunkt og dens grundlæggende puristiske formsprog. Hun beskriver rationalet bag den kommercielle arkitektur og arkitekturkritikkens forhold til den på følgende måde:

To survive profitably, it [the mall] must operate within the enormous disjuncture created between the objective economic logic necessary for the profitable circulation of goods and the unstable subjectivity of the messages exchanged between consumers and commodities, between the limited goods permitted by this logic and the unlimited desires released by this exchange. The physical organization of the mall environment mirrors this disjuncture; this is one reason why conventional architectural criticism, a discourse based on visible demonstrations of order, has not been able to penetrate its system.
(Crawford, 1992)

Den kommercielle arkitektur og shoppingcentret rummer et modsætningsforhold mellem, på den ene side det rationelle økonomiske krav om optimal interaktion mellem kunde og vare, og på den anden side det ustabile og ubegrænsede psykologisk forhold mellem kunden og det kommercielle univers. Dette forhold betegnes indenfor detailhandelen som "The Gruen Transfer"¹, det tidspunkt i indkøbsoplevelsen, hvor kunden fra at være formålsbevidst pludselig skifter til at være en flakkende 'shopper', der ikke længere forholder sig rationelt til varerne, men indtræder i et ustabil univers af 'lånte betydninger', lyst og løfter om nye potentielle identitetskonstruktioner. Detailhandelens ønske om at opnå et sådant skift i retning af det ikke-målrettede og viljeløse gennem brugen af arkitektur strider mod den traditionelle modernistiske arkitekturs funktionelle kodeks, og ikke mindst

¹ Victor Gruen krediteres ofte for at være opfinderens af shoppingcentret i moderne forstand.

dets emancipatoriske etos, hvor ambivalens eller forvirringen ses som 'cover-up' af skjulte magtstrukturer.

Disse forhold har medført manglende teoretisk forståelse af detailhandelens bidrag til konstruktionen af byen, men der er dog tegn på, at dette 'blinde punkt' indenfor arkitekturkritikken, blandt andet som resultat af ydre kræfter og påvirkning, er ved at forsvinde:

Retail design is underrated as a form of applied art. It has received little critical analysis; however, this is changing. Perhaps it is because this is the one branch of architectural design that can be considered to have a direct impact on an area's financial health.

(Kliment et al., 2004)

Detailhandelens ekspansion

I de sidste 40 år har en stor del af nybyggeriet i detailhandlen været henlagt til periferien. Dette har dels været et resultat af, at shoppingcentre har været i stand til at tilbyde større tilgængelighed for kunderne og større stabilitet for butikkerne, som lejer lokalerne, end detailhandelsområderne i den traditionelle by. Der er dog i de seneste år dukket et antal nye store detailhandelsprojekter op i Danmark, i form af integrerede centre. Denne udvikling har blandt andet sin forklaring i de eksisterende planmæssige begrænsninger, der, efter 1997, har vanskeliggjort store detailhandelsudviklinger udenfor eksisterende bystrukturer² og været en medvirkende faktor i fremvæksten af integrerede centre, beliggende i eksisterende tætte bykontekster, og som knytter sig til eksisterende infrastruktur og offentlige rum. De kan ses som udtryk for mange byers strategier for begrænsning af handelslækagen til perifert beliggende centre og andre regionale centre, men er samtidig et resultat af behovet for fornyelse af de centrale gågademiljøer,

² "Den danske planlovs detailhandelsformål og bestemmelser blev præciseret i 1997. De nye regler skal sikre en planlægning, der bremser for en tiltagende koncentration af butiksudbygning ved de største byer. ... Både formål og regler er ændret: Butikker skal nu placeres i bymidter, så disse fastholdes som levende og varierede handelscentre. Mulighederne for tilvækst i de største byer begrænses, men fremmes i mindre og mellemstore byer. Nye eksterne butikcentre undgås. Den samlede centerstruktur sikrer nærhed til butikker for alle befolkningsgrupper. Det begrænser transportafstande og bilafhængighed, og det støtter dermed kunder uden bil. Der skabes god tilgængelighed for især gående, cyklende og kollektiv trafik og mulighed for at opnå en række miljøfordele." (BRACKHAHN, B., THRIGE LAURSEN, A. & MILJØVERNDEPARTEMENTET (2000) *Planlægning for detailhandel i Norden*, København, Miljø- og Energiministeriet i Danmark.)

der i mange danske byer blev etableret i 70'erne, og som i dag fremstår utidssvarende.

Fremvæksten af integrerede shoppingcentre kan også ses som udtryk for en differentiering af det, der tidligere fremstod som ensartede, perifere 'shopping malls', i retning af nye varierende og mere specialiserede former henvendt til bestemte kundegrupper, og som en imødekommelse af en differentiering af forbrugernes detailhandelsmæssige præferencer.

De integrerede shoppingcentre er som regel mindre end eksternt beliggende centre, hvilket blandt andet hænger sammen med, at de indgår i allerede eksisterende butiksområder og kan støtte sig til allerede eksisterende funktioner, og herved opnå den 'kritiske masse' af programmer og tilbud, der er i stand til at tiltrække kunder. De integrerede centre baserer sig ikke udelukkende på bilbaseret shopping, men adskiller sig fra ældre shoppingcentre ved at knytte sig til byens eksisterende offentlige rum og gader. Dette betyder, at den eksisterende fodgængeraktivitet, ud over at udgøre en potentiel kundestrøm, også er medvirkende til at frembringe et indtryk af et vitalt byliv, hvilket fungerer som attraktion i sig selv og udgør en konkurrenceparameter i kampen med de eksterne shoppingcentre, der i langt højere grad baserer sig på tilgængelighed som konkurrencefortrin.

Fremvæksten af integrerede shoppingcentre er et resultat af efterspørgsel fra detailhandelen efter stadig større butiksarealer i centrale byområder, og efter specialiserede miljøer i tilknytning til byens eksisterende centrale offentlige rum. Denne udvikling har lagt pres på de eksisterende bycentre, og i mange byer udtrykker ejere af traditionelle butikker frygt for, at integrerede shoppingcentre skal udkonkurrere den øvrige butikshandel i centrumsområdet.

Effekten af nye shoppingcentre på centrale detailhandelsområder, samt på mindre byer og landområder, belyses af Udvalget for Planlægning og Detailhandel, som er nedsat af miljøministeren. Udvalget opstiller i *Oplæg til debat om byer og bykvalitet* (2006b) blandt andet en række udfordringer og problemstillinger for fremtidens udvikling af detailhandel og bycentre:

Er det fortsat muligt at finde plads til store butikker og nye butikker i bymidterne uden, at det går udover byernes miljø?

Og hvad med arkitekturen – kan butikkerne komme til at bidrage bedre til byens profil?

...

Hvordan kan de trafikale problemer løses, og hvilken lokalisering giver det mindste trafikarbejde?

Kan man forstille sig at styrke bymidten frem for aflastningscentre ved fx at tillade større butikker i bymidten?

...

I dag skelner planloven ikke mellem lukkede butikcentre ... [og] åbne centre – er der behov for det?

Er der behov for at skelne mellem centre i bymidten og udenfor set i lyset af, at de eksterne centre har en større regional effekt og dermed en større indflydelse på handlen i de mindre byer i oplandet?

Vil butikcentre placeret i eller i umiddelbar tilknytning til bymidterne have en gavnlig effekt? Kan de øge bymidtens attraktionskraft – også regionalt.

Kan centrale butikscenertableringer løse nogle af de problemer, der er med at finde yderligere plads til nye, større butikker i bymidterne?

Disse spørgsmål og punkter er en illustration på den ændrede status, detailhandelen indtager i den planfaglige diskussion, og kan være med til at belyse det kundskabsbehov, afhandlingen forsøger at adressere.

Detailhandelsbaseret byudvikling og Urban Design

Mange byer har desuden været igennem en omfattende afindustrialisering og infrastrukturel effektivisering, der betyder, at store og ofte centrumsnære områder pludselig melder sig med behov for byudvikling. Kommercielle aktører, i form af shoppingcenterudviklere, kan ofte tilbyde byerne hurtig byudvikling af disse arealer og i tillæg tilbyde etablering af faciliteter og infrastruktur, der ellers kræver store offentlige investeringer. Bygning af shoppingcentre kan i mange tilfælde fungere som lokomotiver i udviklingen af nye byområder, og de kan ofte betale for infrastruktur og behandlingen af det omgivende byrum, noget der ellers ofte anses for at være uoverkommeligt for lokale myndigheder³. Aktuelle strategier for 'detail-

³ I mange byer findes stadig centrumsnære transformationsarealer, og kommunerne ser shoppingcentre som en mulig bidragsyder til fornyelsen af dem. (UDVALGET FOR PLANLÆGNING OG DETAILHANDEL (2006a) *Betænkning fra Udvalget for Planlægning og Detailhandel*. Skov- og Naturstyrelsen.)

handelsbaseret byudvikling⁴ udpeger shoppingcentret som et virkemiddel i kampen mod fragmentering af byens form og sociale rum, gennem dets evne til at etablere nye identiteter for et byområde og integrere boligområder, institutionelle og infrastrukturelle områder ved hjælp af udformning af nye bystrukturer, organiseret omkring sammenbindende offentlige rum.

Kvalitet og identitet knyttet til det offentlige byrum og den byggede arkitektur er helt afgørende for at opnå attraktive og vitale byområder, der er i stand til at konkurrere med perifere shoppingcentre og andre regionale detailhandelsdestinationer. Tilsvarende må byområderne være attraktive for at være i stand til at understøtte detailhandelen og de integrerede shoppingcentre. I de sidste årtier er der i mange byer foregået en revitalisering og rehabilitering i centrale byområder, ofte i form af programmer for æstetisk opgradering af byrummet. Denne opgradering omfatter som regel strategier for trafikseparering, optimering af adgangs- muligheder, styrkelse af kulturmiljøers identitet og markedsføring af ansamlinger af butikker organiseret omkring sammenbindende byrum. Urban design leverer modeller for koncentration og integration af funktioner i mere centralt beliggende byområder, hvilket fører til udviklingen af attraktive bymæssige kvaliteter og offentlige rum, som kan trække tilflyttere tilbage til byerne og fungere som konkurrenceparameter i den interurbane konkurrence om tilflyttere, turisme og virksomhedsetablering, og for påvirkning af et byområdes økonomiske, social og identitetsmæssige profil. I denne forstand er Urban Design ikke blot en disciplin, men kendetegner også en fremherskende forståelse i det politiske og planlægningsmæssige miljø af virkemidlerne i den aktuelle byudvikling, der blandt andet omfatter strategier for samarbejde mellem private og offentlige aktører i byudviklingen.

⁴ "Retail-led Urban Regeneration" (LOWE, M. (2005) The Regional Shopping Centre in the Inner City: A Study of Retail-led Urban Regeneration. *Urban Studies*, 42, 449-470.)

Afhandlingens struktur og indhold

Afhandlingen rejser spørgsmål om årsager til fremvæksten af integrerede shoppingcentre i Danmark og den form de tager, ved blandt andet at skele til international teori knyttet til emnet. Et udvalg af relevant teori diskuteres i relation til arkitektoniske læsninger af et antal centre og deres umiddelbare kontekst. De valgte centre er de mest fremtrædende eksempler på integrerede shoppingcentre i Danmark: SlotsArkaderne i Hillerød, Bruuns Galleri i Århus og Frederiksberg Centret. De tre centre kortlægges strukturelt og arkitektonisk, og der redegøres for aspekter af deres fysiske fremtræden og funktionsmåde. Kortlægningerne giver anledning til at diskutere, hvorledes den enkelte case reflekterer den konkrete teoretiske position, og dens generelle relevans.

Kortlægningen af centrene betyder også, at opdagelser og diskussioner knyttet til de enkelte centre kan sammenholdes med de øvrige, og at den teoretiske diskussion, som er udviklet i forbindelse med det enkelte center, kan udvides til at dække de andre og dermed bidrage til en generel, afsluttende diskussion.

Kapitel 2: Shoppingcentret som strategi for midtbyen

Den østrigsk-amerikanske arkitekt Victor Gruen, der ofte betegnes som shopping mall'ens fader, spillede en vigtig rolle i udviklingen af de kommercielle detailhandelsmiljøer, vi kender i dag. Det gælder både det eksterne, regionale shoppingcenter, men også de revitaliserede bycentre, der er baseret på shoppingprogrammet. Gruen formulerede ideelle planer for byudvikling, der foreslog grænser for metropol vækst, og han skitserede hierarkiske systemer af centrale offentlige steder som strukturerende fænomener, snarere end infrastruktur, som andre fremherskende planvisioner i tiden baserede sig på⁵.

Gruens relevans for arkitekturteorien er, ifølge Alex Wall (2005), at han påpegede detailhandelsarkitekturens betydning for planlægningen og udformningen af byen. I diskussionen af integrerede shoppingcentre er især hans strategier for revitalisering af degenererede midtbyssituationer med shoppingcentret som model relevante.

⁵ For eksempel Le Corbusiers Ville Radieuse (1930) som to udgangspunkt i bilens rolle og bevægelser, eller Ebenezer Howards Garden City, der var baseret på forbindende jernbaner.

SlotsArkaderne er et kommercielt succesfuldt center, der kan tilskrives en del af æren for, at Hillerød har været i stand til at vende en negativ udvikling i midtbyen. Det har igangsat en opgradering af midtbyens rum, og bidraget til en ny regional rolle for Hillerød. På baggrund af Gruens bog *The Heart of Our Vities; the urban crisis: diagnosis and cure* (1964), og to biografier om Victor Gruen (Hardwick, 2004, Wall, 2005), opstiller afhandlingen et antal kriterier for urban revitalisering med shoppingcentret som model. SlotsArkaderne kortlægges og diskuteres i forhold til kriterierne, hvilket giver anledning til at diskutere Gruens relevans i forhold til en aktuell byudvikling. Det handler særlig om forholdet mellem de nye sociale og offentlige rum, som shoppingcentret og de revitaliserede bymidter udgør, og den spredte, metropole situation, som de er en del af.

Kapitel 3: Det integrerede shoppingcenter og det vitale byliv

Shoppingcentret beskyldes ofte for at bidrage til at det urbane byliv forsvinder, og for at medvirke til fragmentering af byen, ved henholdsvis at privatisere og ekskludere dele af det offentlige liv. Samtidig ser man dog, at nye byudviklingsprojekter, som omfatter offentlige rum og integrerede shoppingcentre, i særlig grad rummer et blomstrende urbant liv.

Jane Jacobs var en toneangivende modernismekritiker, og hun identificerede i *The Death and Life of Great American Cities* (1961) det vitale byliv, hun mente stod i fare for at gå tabt i den modernistiske rasing af områder i byen. Hendes beskrivelser af rumlige og programmatisk forhold udgør en række kritiske faktorer, der tilsammen anviser, hvorledes etableringen af et vitalt byliv kan foregå, og hun leverede dermed en 'opskrift' på hvorledes vitale byrum kan udformes. John McMorrough (2001b) hævder, at Jane Jacobs, uforvarende, bidrog til udviklingen af en 'konceptualiseret urbanitet'. Revitaliserede midtbyområder, der har genereret ny identitet i ældre bymiljøer ved hjælp af shoppingcentret som strategi, kan ses som eksempel på dette.

Kapitlet præsenterer en kortlægning af Frederiksberg Centret, der er medvirkende til at skabe et nyt befolket byområde i en storby. Kortlægningerne bliver gennemgået i forhold til Jacobs' kriterier, hvilket giver anledning til at diskutere hvilke af disse faktorer, som er relevante i forhold til centret, hvilke andre bidragende faktorer, der kan peges på, samt en diskussion af Jacobs' relevans i en nutidig udvikling af byen.

Kapitel 4: Urban Design og detailhandelens urbane agenda

Regionale shoppingcentre kan, som Victor Gruen har demonstreret, ses som forstadier til ny form for offentlige rum i en regional urban situation. Det integrerede shoppingcenter kan også have betydning for den omgivende bys form og identitet og kan fungere som nøgleelement i en 'detailhandelsbaseret byfornyelse' (Lowe, 2005).

Kapitlet redegør for urban designs historie, herunder Kevin Lynch' bidrag. British Council for Shopping Centres skitserer i rapporten *Urban Design for Retail Environments* (BCSC, 2002) den rolle, detailhandelen spiller i byudviklingen. Særlig lægger rapporten vægt på at redegøre for gensidige kundskabsmangler hos detailhandelsbranchen og de aktører, der repræsenterer urban design. Parallelt med denne rapport, har det statslige engelske Commission for Architecture and the Built Environment (CABE) udgivet den erfaringsbaserede vejleder: *Town Centre Retail* (2004), der anviser strategier for god urban design knyttet til netop integrerede shoppingcentre.

Disse strategier udgør udgangspunkt for en læsning af Bruuns Galleri i Århus, der er et eksempel på et større urbant projekt, som er initieret, finansieret og gennemført af private interesser, mens offentlige planmyndigheder, som traditionelt har ansvaret for godt urban design, i varierende grad har responderet på og været involveret i processen. Det er relevant at forstå hvilken agenda, de private aktører i detailhandelen forholder sig til, og hvorledes denne forholder sig til urban design, der også kan siges at udgøre en agenda. Kapitlet diskuterer, hvorledes Bruuns Galleri kan forstås som et resultat af spillet mellem detailhandelens urbane agenda og urban design.

Kapitel 5: Shoppingcentret som byrum

Victor Gruens strategier for revitalisering af degenererede midtbysituationer, med mall'en som model, har et samtidigt udtryk i arkitekten Jon Jerdes arbejder, der i de seneste år tiltrukket sig en del opmærksomhed (Smith, 2000, Anderton og Bradbury, 1999). Han er kendt for sine store kasino-komplekser, 'theme-parks' og shoppingcentre, og hans arkitektoniske praksis har som erklæret mål at modvirke fragmentering og igen binde byen sammen som et socialt sted (Jerde, 1999). Jerde benytter begrebet 'armature' om organiseringsprincippet i sine store detailhandelsprojekter, og mener at denne 'opskrift' i dag udgør den eneste mulighed for etableringen af et socialt liv i den spredte amerikanske by.

Johann Friedrich Geist leverer i *Passagen - ein Bautyp des 19. Jahrhunderts* (1969) en historisk og typologisk gennemgang af sammenhængen mellem kommerciel detailhandelsarkitektur og offentlige rum i form af 'passagen'. Han diskuterer passagens historie og status som offentligt rum og peger på det forhold, at dette offentlige rum leveres af private interesser, der har en egeninteresse i rummets 'reklameværdi'.

En kortfattet præsentation af Sony Center giver anledning til en diskussion af relevansen af Geists og Jerdes anvisninger for udformningen af byens rum. Sony Center er en af de første strukturer, der er blevet færdigbygget omkring Potsdamer Platz, i hjertet af Berlin. Centret er inkluderet i afhandlingen, der ellers fokuserer på danske centre, da det er et meget tydeligt, nutidigt eksempel på et offentligt tilgængeligt rum, der bygger på kommercielle forbilleder, uden dog at rumme detailhandel. Centret er helt anderledes konceptualiseret end de omkringliggende gader og pladser, og kan forstås som en model for udvikling af nye typer af byrum

Kapitel 6: Positioner og perspektiver

Det afsluttende kapitel diskuterer generelle aspekter knyttet til de kortlagte integrerede centre. På baggrund af Stephen Graham og Simon Marvins *Splintering urbanism - networked infrastructures, technological mobilities and the urban condition* (2001), redegøres der for mekanismer bag fragmenteringen af byen. Med udgangspunkt i Rob Shields teorier om nye former for sociale, offentlige rum, diskuteres, hvorledes det integrerede shoppingcenter modvirker integration ved at etablere forbindelser og nye sociale offentlige rum, samtidig med at det også fungerer fragmenterende i visse sammenhænge.

Det integrerede shoppingcenter kan betragtes som urban design og indgår som element i byudviklingsstrategier. I mange byer benyttes urban design i en design- og projektbaseret profilering af midtbyens rum, som et virkemiddel i den interurbane konkurrence. Med udgangspunkt i behovet for urban revitalisering, udredte Labour-regeringen i England en ny bypolitik i hvidbogen *Towards an Urban Renaissance* (1999), udarbejdet af Urban Task Force under ledelse af Richard Rogers. Den peger på behovet for at satse på boligbyggeri i byerne snarere end i forstæderne, på behovet for transformation af gamle industriområder til byfunktioner, og ikke mindst på behovet for godt urban design som en forudsætning for den nye 'urbane renaissance'. Dette giver anledning til en diskussion af det integrerede

shoppingcenters bidrag til forståelsen af postmoderne byudviklingsprocesser, i form af strategier for forståelsen af de nutidige fragmenterede bylandskaber som systemer af offentlige rum, og som element i modeller for nye sammensatte vitale byområder med klar identitet.

Appendix

Appendix rummer en gennemgang af shoppingcentrets historie, og en redegørelse for den aktuelle situation i Danmark med hensyn til detailhandel. Her findes også oversigter over nyere shoppingcentre i Danmark og specifikke, detaljerede informationer om de tre udvalgte danske integrerede shoppingcentre, samt Sony Center. Desuden gennemgås kortlægningstyper, der er anvendt i forhold til de tre centre, og en oversigt over tidligere publiceringer knyttet til afhandlingens indhold.

2. SHOPPINGCENTRET SOM STRATEGI FOR MIDTBYEN

Victor Gruens strategier for urban revitalisering og SlotsArkaderne i Hillerød



What we mean, then, by the term “metropolitan core” is the most highly urbanized area, which ideally should contain a complete range of the highest productive uses and most significant urban functions not only in the fields of business and civic administration, but also in cultural, recreational, social and spiritual activities as well, and residential quarters of high quality and density. [...] I am referring to the core as the “heart” of the city.
(Gruen, 1964: 47)

Victor Gruen

Victor Gruen udviklede, i tiden før og efter anden verdenskrig, den stadig gældende 'formular' for shoppingcentrets programmatiske og formmæssige komposition. Han så shoppingcentret som et planlægningsmæssigt redskab, som kunne bibringe traditionelle urbane kvaliteter, sociale rum, til nye spredte suburbane byområder. Han var en aktiv kritiker af datidens byplanlægning og skrev flere bøger, herunder *The Heart of our Cities* (1964), hvor han præsenterer modeller for revitalisering af hensygnende midtbyområder, baseret på shoppingcentret.

Gruens dobbelte rolle som kritiker og hovedansvarlig for udviklingen af et af de væsentligste udgangspunkter for den nutidige bys detailhandelsbaserede bymiljøer har vakt interesse og har i de seneste år resulteret i ny litteratur (Wall, 2005, Hardwick, 2004). Gruens relevans for afhandlingen hænger sammen med det bymæssige perspektiv, han selv betragtede shopping mall'en som et aspekt af. Dette perspektiv illustreres både i hans revitaliseringsprojekter, og i formuleringen af ideelle bymodeller. Der er således en linje fra design af offentlige rum i shopping mall'en til metropolens overordnede struktur og funktionsmåde:

...to Gruen shopping was not the end but the means for approaching what he considered architecture's real task: the struggle for the space and form of the contemporary city.
(Wall, 2005: 11)

Den venstreorienterede jødiske østrigske arkitekt Victor Grünbaum blev født i 1903, emigrerede i 1938 til USA og tog senere efternavnet Gruen. Han bosatte han sig først i New York, hvor han ernærede sig som butiksdesigner. I 1940 indgik han partnerskab med Elsie Krummeck, som han senere giftede sig med, og i 1941 flyttede de til Los Angeles. Som partnerskab fik de hurtigt store opgaver for landsdækkende butikskæder og stormagasiner. Af særlig interesse fra denne del af Gruens karriere er eksperimenterne med organisering af parkering i forhold til butikker beliggende langs indfaldsveje i byens periferi.

I 1951 forlod Gruen Elsie Krummeck og flyttede tilbage til New York, hvor han oprettede Victor Gruen Associates. Det var dette firma, som i samarbejde med økonomen Larry Smith, udviklede og byggede prototypen på

det, vi i dag kender som 'the regional mall' eller det perifere, regionale shoppingcenter. Det var også med dette firma, Gruen medvirkede til et stort antal midtby-revitaliseringsprojekter, som internationalt har haft betydning for centrumsudviklingsstrategier fra 1960'erne og frem til i dag.

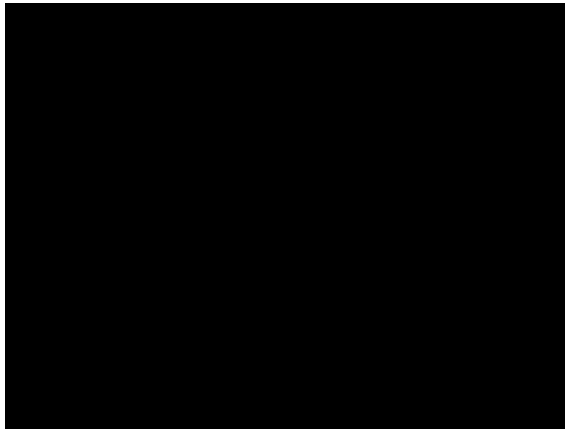
Gruens arbejde bevægede sig skalamæssigt fra butiksinteriører til shoppingcentre og endte med formuleringen af en ideel bymodel, som opsummerede hans arbejder med shoppingcentre og urbane revitaliseringsprojekter. Denne forskydning hang antagelig sammen med, at han, som succesfuld designer, hurtigt blev betroet stadig større opgaver, men også med hans stadige kritik af den bilbaserede suburbane amerikanske bysituation, som han, selv om han ofte beskyldes for selv at være en af arkitekterne bag den, forsøgte at bekæmpe gennem sine eksperimenter med kommercielle strukturer og offentlige rum. Han udråbte den omfattende privatbilisme som hovedfjenden i byudviklingen – den førte, efter hans mening, til byspredning og tab af traditionelle urbane kvaliteter, og i sidste instans til døden for de tilbageværende midtbyområder ved, til stadighed, at gøre krav på større arealer. Han var kritisk overfor tømningen af midtbyen og mente, at den uregulerede kommercielle udvikling, i form af 'strip malls'⁶ i periferien, måtte bekæmpes og reguleres. Gruen understregede behovet for mere planlægning i amerikanske byer – hvad enten den blev udført af myndighederne eller private ejendomsudviklere, som han betragtede som mulige godgørende mæcener, der kunne påtage sig et nødvendigt samfundsansvar med hensyn til byudvikling. Et eksempel på denne aktørtype er Disney Corporation, som arbejdede med etableringen af totale oplevelsesmiljøer, og som Gruen udviklede nye bykoncepter for.

Selv betegnede Gruen sig som 'environmental architect' – det var bymiljøet i en bred forstand, som var hans arbejdsfelt, og hans ideer om offentlige rum var ikke bare formelle, men forbandt ideer om variationer i rumlighed, sammensatte og varierede programmer og infrastrukturelle forhold. Hans hovedproduktion er knyttet til kommerciel detailhandel, der for ham stod som det største potentiale for reetablering af et urbant byliv. Et af hovedmotiverne i etableringen af det perifere shoppingcenter var

⁶ 'Strip Malls' består af rækker af butikker, med parkering foran, henvendt mod større trafikåre. I USA blev fremvæksten af denne detailhandelsform kritiseret af teoretikere og byplanlæggere allerede i 30'erne.

etableringen af centrale sociale rum i forstaden, og i shopping mall'en var det offentlige rum og de offentlige funktioner medvirkende til at tiltrække kunder fra et regionalt opland på linje med butikkerne og stormagasinerne.

Gruen hævdede, at det ikke var mall'en, som medførte sprawl – sprawl fandtes allerede i forstaden. Shoppingcentret blev udviklet for at kontrollere ejendomsspekulation, der var knyttet til detailhandel, og undgå Strip Malls, men Gruen forudså ikke, at investorer ville udnytte den stigende ejendomsværdi omkring en nyopført mall i profitøjemed og dermed ødelægge den mulighed for integration med omgivelserne, som han havde forudsat (Hardwick, 2004: 155).



Northland Center, Detroit (1954)

Arbejder

Northland Center i udkanten af Detroit fra 1954 bliver ofte betegnet som verdens første egentlige shoppingcenter. Det manifesterede Gruens ideer om et indre fodgængerbaseret areal mellem en 'klynge' af butikker, offentlige, grønne og udsmykkede rum omgivet af en enorm parkeringsplads. Lokaliseringen er omhyggeligt udvalgt i forhold til kundegrundlag og trafik, og servicetrafik er separeret fra den øvrige færdsel. Et væsentligt træk ved centret er dets organisationsform og butikssammensætning; butikkerne er udvalgt, så de supplerer hinanden, stormagasiner tiltrækker kunder over store afstande, og mindre butikker, servicefunktioner og offentlige funktioner medvirker til at skabe en oplevelse af et dynamiske offentlige rum, som i sig selv er en attraktion i den spredte amerikanske forstad. Gruen forstod, at en af de måder shoppingcentret kan konkurrere med midtbyen, er i forhold til

tilgængelighed. Det må være enkelt at komme til og fra, det skal være uproblematisk at parkere, og det må være let at bevæge sig fra parkeringspladsen og ind i centrets indre fodgængerrum. Han lagde stor vægt på det indre rums oplevelsesrigdom, udsmykning og kvalitet. Bygningerne var rensset for overdrevne kommercielle udtryk, og skilte sig markant fra datidens grelle billede af strip malls langs indfalds- og ringveje, som visuelt konkurrerede om de passerende bilisters opmærksomhed. Det var væsentligt for Gruen, at centret skulle være tilgængeligt med offentlig transport, samt at det omfattede offentlige funktioner i form af kulturelle institutioner, auditorium etc., og centrets indre rum blev betragtet som potentielle steder for offentlige aktiviteter.

Northland var et åbent shoppingcenter, men allerede i 1956 åbnede verdens første overdækkede shoppingcenter, Southdale Center udenfor Minneapolis, også tegnet af Victor Gruen Associates. Dette center var desuden det første, som rummede butikker over to etager og havde et stort indre overdækket rum – et 'centertorv'.

Gruen havde allerede i 1952 hævdet, at den suburbane shopping mall kunne fungere som model for revitalisering af belastede midtbyområder (Hardwick, 2004, Wall, 2005). Også den føderale regering og byerne selv begyndte på dette tidspunkt at fokusere på revitalisering af midtbyerne, som mange steder i USA havde gennemløbet en udvikling præget af udflytning af detailhandelen og middelklassen, trafikproblemer samt tiltagende race-mæssig segregering.

Det første større urbane projekt, Gruen beskæftigede sig med, var en plan for det centrale Fort Worth i Texas, et arbejde, han i 1955 påtog sig på vegne af en privat erhvervsdrivende i byen. Den foreslåede løsning bestod af trafikfredeliggørelse af en stor del af bymidten og opførelse af en række store parkeringshuse i periferien af centrum, og i direkte tilknytning til en indre 'centrumsring'. Herudover foreslog han et system af underjordiske servicegader til at betjene det trafikfredeliggjorte centrumsområde. Den ambitiøse og vidt beundrede plan for Fort Worth blev aldrig realiseret, og det første egentlige midtbyprojekt, han fik gennemført, var transformation af hovedgaden i den lille by Kalamazoo i Michigan til en gågade i 1959.



Et centralt fodgængerbaseret butikscentrum i Fort Worth

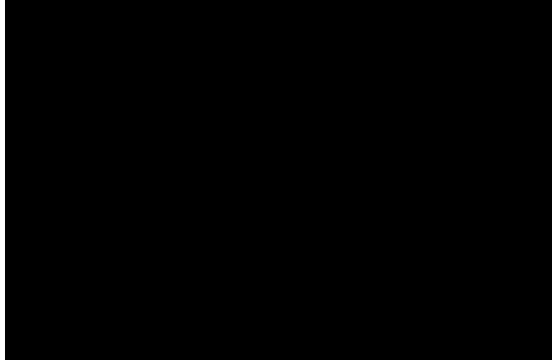


Trafiksystemet i Gruens Fort Worth plan

Gruen og hans firma blev efter Fort Worth-projektet involveret som arkitekter eller konsulenter i ca. 50 midtby-revitaliseringsprojekter. Det mest kendte ligger i Rochester i New York State, som åbnede i 1962 og blandt andet bestod af det 14 etager høje *Midtown Plaza* shoppingcenter, inddragelse af eksisterende stormagasiner, samt konvertering af et antal eksisterende bygninger. Projektet blev gennemført i et samarbejde mellem byen og private investorer og omfattede offentligt finansierede ændringer i vejsystemet, underjordiske parkeringsanlæg samt overdragelse af to offentlige gader til private investorer, som inkorporerede disse i det integrerede shoppingkompleks. Komplekset er i øvrigt kendetegnet ved kun at rumme 50 % shopping. De resterende 50 % huser andre aktiviteter, herunder hotel, busstation og kontorer

Ud over den fysiske og infrastrukturelle transformation forudsatte disse projekter også visuel opgradering og forskønnelse for at ændre den almindelige opfattelse af de pågældende midtbyområder som belastede og nedslidte. Organisatorisk var ideen om, at centrale byområder kunne benytte shoppingcentrets forvaltnings-, markedsførings- og administrationsstrategier, måske endnu mere væsentlig (Wall, 2005: 58).

Gruen afsluttede sin professionelle karriere med forskellig grad af involvering i byplanprojekter for blandt andet Wiens centrumsområde, La Défence Ouest, Louvain-la-Neuve i Belgien, og tilmed en ny masterplan for Teheran på vegne af Shahen af Iran.



Midtown Plaza, Rochester (1962)

Gruen og kritikken

Victor Gruen var en dreven forretningsmand, som forstod at knytte egne arbejder til diskussioner, som optog offentligheden i samtiden. Han formulerede hårdtslående kritikker af tidens byudvikling, den manglende kontrol med privatbilismen og den fraværende overordnede planlægning af amerikanske byer. Han argumenterede mod byspredning og ukontrolleret ejendomsspekulation knyttet til detailhandelsudvikling og for øget satsning på kollektivtrafik. Der er ingen grund til at tro, at Gruen ikke var oprigtig i sin redegørelse for motiverne bag udviklingen af det perifere shoppingcenter, men han indrømmede senere i karrieren, at den model, som her blev udviklet, faktisk havde haft stor og utilsigtet negativ indflydelse på byudviklingen. Han mente, at konceptet blev kopieret og applikeret af kommercielle interesser uden den ansvarlighed overfor det almene vel, som han havde forventet af de private interesser, han betragtede som de eneste med tilstrækkelig vilje og kapital til at gennemføre den nødvendige omstrukturering af byen (Hardwick, 2004). Gruen forudså således ikke den omfattende ejendomsspekulation, som var resultatet af naboejendommenes værdistigning omkring Southdale Center, som resulterede i 'kommerciel sprawl' og hindrede reel integration med omgivelserne. Man kan også hævde, at de enorme parkeringsarealer omkring shoppingcentret og det omfattende vejsystem, som betjener det, udgør en alvorlig hindring for en bymæssig integration med den omgivende bystruktur (Wall, 2005).

Som en kritiker af tidens byplanlægning var Victor Gruen aktiv i både den offentlige og faglige diskussion. Han holdt utallige foredrag og publicerede et stort antal artikler om detailhandel og byudvikling, og da han i

1968 forlod Victor Gruen Associates og flyttede tilbage til Østrig, oprettede han *Victor Gruen Foundation for Environmental Planning*, som på basis af hans overvejelser om bæredygtig byudvikling blandt andet søgte at fremme økologisk bevidsthed i planlægningen. Gruen betegnede sig selv som 'environmental architect', hvilket på hans ældre dage i stadig højere grad handlede om naturmiljøet, og han indrømmede sent i karrieren, at mall'en på mange måder bidrog til netop den byspredning, han ville bekæmpe.

I løbet af sin karriere udgav Gruen flere bøger. *Shopping Towns U.S.A: the Planning of Shopping Centers* (1960) blev skrevet sammen med hans faste samarbejdspartner, økonomen Larry Smith, og blev en bibel for udviklere af shoppingcentre. Bogen gennemgik de væsentligste principper bag shoppingcentret og redegjorde for omfattende empirisk forskning knyttet til cirkulation, trafik, parkering, belysning etc. *The Heart of our Cities; the Urban Crisis: Diagnosis and Cure* (1964) analyserer den samtidige byproblematik og peger på konkrete løsninger, eksemplificeret i egne arbejder, blandt andet revitaliseringsprojektet Midtown Mall fra 1962. *Centers for the Urban Environment: Survival of the Cities* (1973) forsøger at forklare mekanismerne bag det 20. århundredes byvækst på bekostning af naturlige ressourcer, og også her fremhæver Gruen egne arbejder som eksempler på løsninger i form af kompakte byudviklingsstrategier.

Gruen blev i sin samtid hyldet som visionær i offentligheden, og også prominente arkitekter, planlæggere og kritikere applauderede aspekter af hans arbejder. Jane Jacobs skrev for eksempel om Northland Center:

This is a classic in shopping center planning, in the sense that the Rockefeller Center is a classic in urban skyscraper group planning, or Radburn, New Jersey, in suburban residential planning. Northland is a planning classic because it is the first modern pedestrian commercial center to use an urban "market town" plan, a compact form physically and psychologically suited to pedestrian shopping . . . the high standards in public signs; its uninhibited, generous and lighthearted use of art. . . its use of open spaces looks like a natural for coping with the rehabilitation of blight-spotted decaying shopping districts . . . this shopping center adds up to a new thing in town planning. But the Northland scheme has old roots. It is a rediscovery rather than an invention.

(Jacobs, 1954 citeret i Wall, 2005: 90)

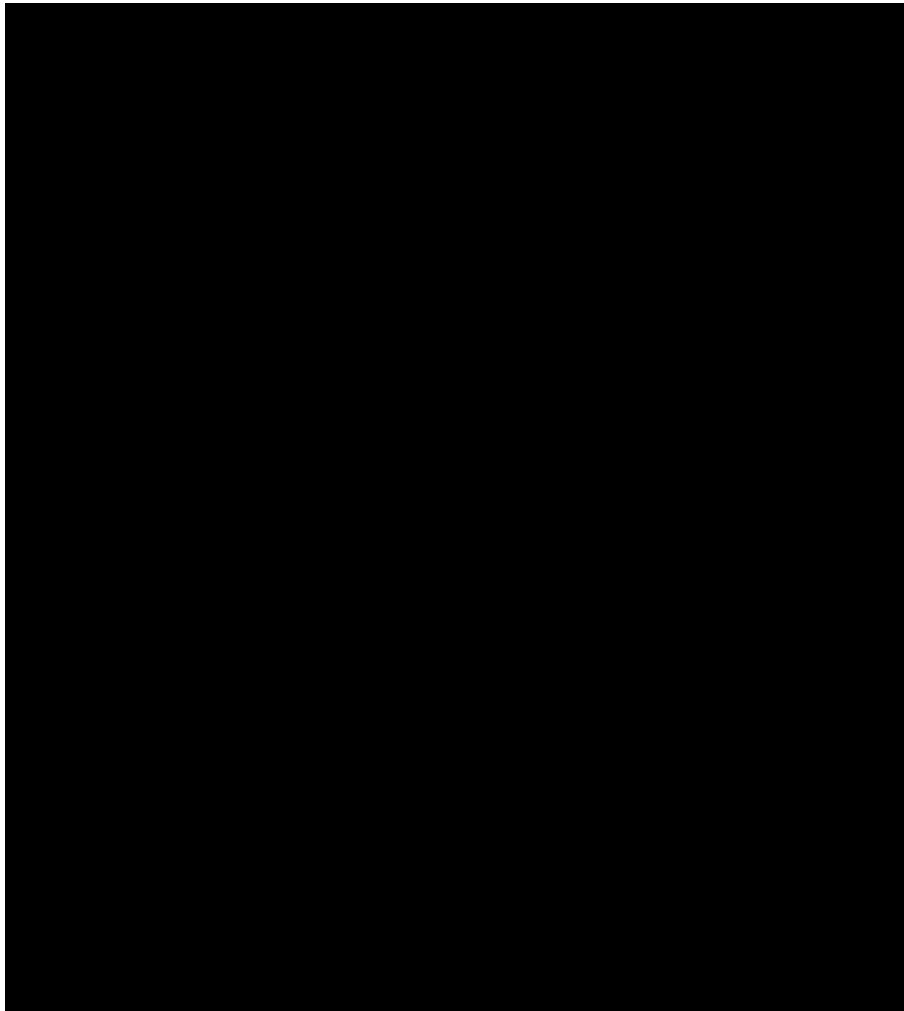
Jane Jacobs, som ellers var svoren modstander af store urbane renoveringsprojekter, roste også Fort Worth-planen for dens fokus på det offentlige byrum og dens forvisning af bilen fra de centrale byrum. (Jacobs, 1958, citeret i Hardwick, 2004: 180). Hun var dog ikke ubetinget tilhænger af Gruens arbejder og kritiserede det perifere shoppingcenter for at medvirke til byspredningen. En anden kritik kom fra Frank Loyd Wright, hvis bymodeller kan forstås som studier i den ultimativt spredte by, og som repræsenterer et helt modsatrettet synspunkt. Han kritiserede Southdale Center for sit forsøg på urbanisering af forstaden: "You have tried to bring downtown out here. You should have left downtown downtown," (Hardwick, 2004: 151).

Den ideelle by

Gruen så, at arbejdet med shoppingcentre i forstæderne, eller for den sags skyld forskønnelsesprojekter for centrale byområder, ikke kunne løse de bagvedliggende økonomiske og sociale problemer, som gav sig udtryk i forsømte midtbyer. Hans arbejde med forskellige projekter førte til frustration over ikke at kunne kontrollere ejendomsspekulation og udviklingen ud over rammerne for det konkrete projekt. Dette var medvirkende til, at han til stadighed advokerede for planlægning i stadig større skala og for at inkludere blandt andet sociale forhold og deltagerindflydelse i planlægningen. Han var overbevist om, at det var muligt at udvikle en omfattende planlægning, som var i stand til at håndtere forholdet mellem lokale problemstillinger og overordnede bystrukturer, forstad og midtby. Han skriver sig med udviklingen af sin ideelle bystruktur, *The Cellular Metropolis of Tomorrow*, ind i byplanhistoriens lange række af idealbyer og står i stærk kontrast til Jane Jacobs, som blandt andet i *The Death and Life of America's Great Cities* (1961) tager afstand fra totalitært tænkende planlæggere og de modernistiske byfornyelsesprojekter.

Gruen havde tro på nødvendigheden af en styret byudvikling med klare grænser for vækst, både når det gjaldt de enkelte dele af byen, men også på en overordnet skala, hvor det var hans opfattelse, at en metropol havde en optimal størrelse, som ikke burde overskrides. Gruens model benyttede den organiske celle som organisatorisk metafor og var inspireret dels af hans egne erfaringer med etablering af 'centrale steder' i den spredte by, af Garden City-idealer, og af samtidige studier i 'Cluster Planning' af

blandt andet Fumihiko Maki. *The Cellular Metropolis* var en polynuklear regional struktur med klart hierarki og rollefordeling mellem 'centre'. Et kendetegn ved modellen var en klar afgrænsning af byggezoner mod grønne kiler og det omgivende landskab, og modellen kan læses som en struktur, der forsøger at fastholde hierarkier mellem midtby og periferi, og samtidig den absolutte forskel på by og land.



Victor Gruen, *The Cellular Metropolis of Tomorrow*

Gruens arvtagere

Gruen var optaget af arkitektens rolle som samfundsbygger og hævdede, at netop arkitekten besad de nødvendige tværfaglige kompetencer for at kunne gennemføre urbane revitaliseringsprojekter med nødvendige kvaliteter – fra design af det enkelte byrum til overordnet regional planlægning. Han var også overbevist om, at private aktører både kunne og måtte tage samfundsansvar og forsyne de spredte amerikanske byer med urbane kvaliteter. Gruens tanker om konstruktion af offentlige rum og byliv ved hjælp af detailhandel er blevet videreført af andre, for eksempel ejendomsudvikleren James Rouse, som i 1976 åbnede Faneuil Hall Marketplace i Boston, der siden er blevet kaldt 'Festival Marketplace'⁷. Rouse udvidede Gruens opskrift ved at koble detailhandel, offentlige rum og kulturelle aktiviteter sammen med underholdning i kulturhistoriske og bevaringsværdige bygningsmiljøer. Også Jon Jerdes arbejder med store underholdningsprogrammer og shoppingcentre fortsætter denne tradition, eksemplificeret i det berømte CityWalk i Hollywood, som består af et byrum og et befolket bymiljø genereret af Universal Studios underholdningsaktiviteter. Rouse og Jerde beskriver, i forlængelse af Gruen, sig selv som humanistiske 'samfundsbyggere' i den forstand, at de ved at tilbyde oplevelsen af et offentligt byliv bidrager til et bedre samfund: "one became 'urban' by 'experiencing' the city." (James Rouse citeret i Wall, 2005: 237). Ingen af de tre omtaler deres arbejde med kommercielle detailhandelsstrukturer som et mål i sig selv, men blot som et pragmatisk redskab i etableringen af et større samfundsmæssigt gode, det offentlige byrum. Detailhandel og kulturelle programmer benyttes som redskaber i arbejdet for urban revitalisering.

Strategier for revitalisering af byens hjerte

Med udgangspunkt i Victor Gruens *The Heart of Our Cities* (1964) kan et antal rumlige og programmatiske kriterier for udformningen af byens hjerte specificeres, baseret på hans ideer om, hvorledes midtbyen kan revitaliseres med detailhandelen som forbillede og program. Som supplement til de anvisninger, denne bog giver, er de to biografier om Victor Gruen benyttet:

⁷ 'Festival Marketplace' beskrives mere indgående i gennemgangen af shoppingcentrets historie i Appendix.

Alex Wall: *From Urban Shop to New City* (2005) og M. J. Hardwick: *Victor Gruen, Architect of the American Dream* (2004). Kriterierne baseres delvist på Gruens direkte anvisninger for revitaliseringsprojekter, dels på hans diskussioner af erfaringerne med udvikling af shoppingcentre, særlig Midtown Mall i Winchester, samt på hans implicitte læggen vægt på kvaliteter, som reflekteres i hans kritik af den aktuelle situation:

1. Byens hjerte skal være kompakt og have en høj optimal udnyttelsesgrad og bebyggelsesprocent. Drive-in-funktioner og andre pladskrævende aktiviteter samt meningsløse mellemrum mellem bygningerne må undgås.
2. Byens hjerte må udformes med de højest mulige miljømæssige (æstetiske) kvaliteter, og herved sikre, at byrummene opleves som attraktive, trygge, praktiske og ordentlige. Byrummene må udformes, så de differentierer oplevelsen, og belysning, beplantning og belægning må understøtte variationen. Bystrukturen må bestå af et finmasket mønster af nært sammenblandede aktiviteter. Shoppingcentret må have kontakt med omgivelserne og centrets yderfacader bør ikke være kommercielt overeksponerede.
3. Servicearealer og fodgængerarealer må kompromisløst adskilles. Kørende trafik (herunder kollektivtrafik) separeres horisontalt, mens servicetrafik separeres vertikalt (under jorden). Larm, lugt og visuelle belastninger, for eksempel i form af tekniske installationer, må også afskærmes i forhold til fodgængerarealerne, som må tilbyde tryghed og afskærmning i forhold til vejr og klima.
4. Optimal tilgængelighed til hjertet, både med offentlig transport og med bil må sikres. Samtidig må antallet af penetrerende biler begrænses.
5. Der må være omfattende, billig, hurtig og attraktiv kollektivtransport knyttet til byens hjerte – gerne i form af en multimodal kollektivterminal. Der bør sættes på kollektivfelter og særlige busgader, samt gratis parkeringspladser ved kollektivstop i periferien.
6. Byens hjerte må omfatte en blanding af funktioner, herunder: kontorer, kulturelle institutioner, detailhandel, offentlige funktioner og rekreation. Der må være mulighed for en mangfoldighed af aktiviteter, det må være et tæt boligområde af høj kvalitet, og butikks- og servicetilbuddet må være bedre og mere omfattende end i forstaden (andetsteds). Upassende, forurenende og pladskrævende

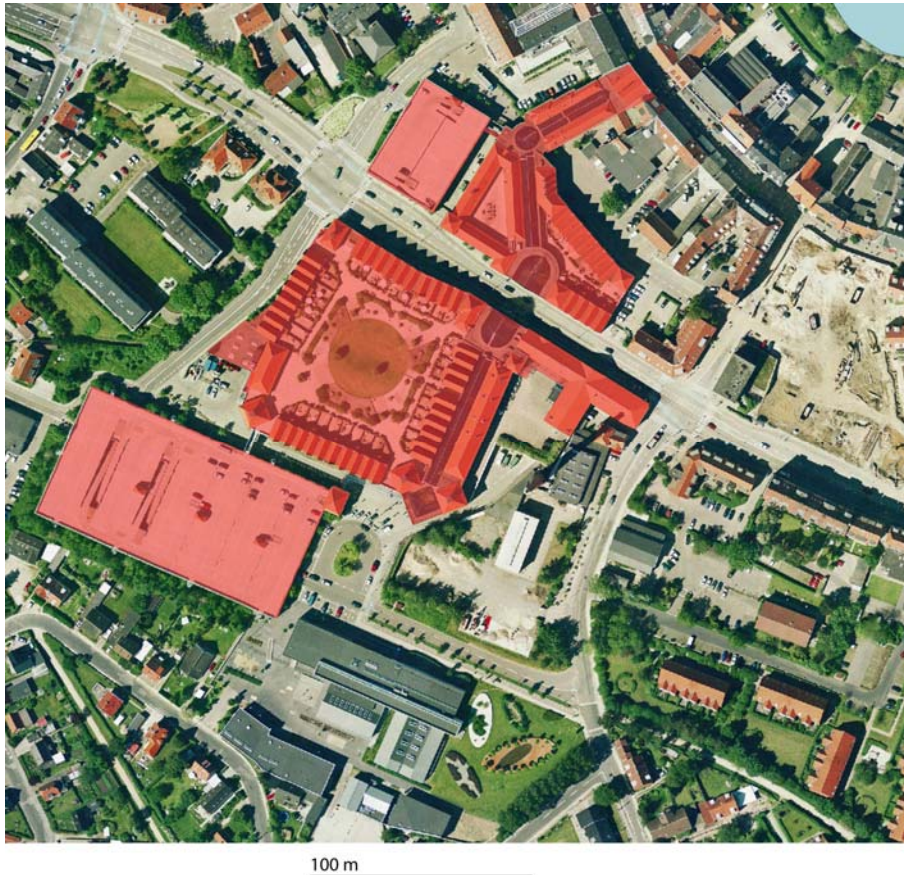
funktioner må undgås – herunder infrastrukturelle elementer som gadeudvidelser og store parkeringspladser.

7. Byens hjerte må være et attraktivt sted at bo og må være livligt alle døgnets timer. Det må være attraktivt for kreative mennesker og være tiltrækkende for både beboere og besøgende.
8. Parkering stables i flere niveauer, med enkel tilkørsel fra en centrumsring. Det er vigtigt, at centrum ikke omgives af en ring af parkeringspladser, og at der er kort gangvej fra parkeringen til centrumsfunktionerne.
9. Det er væsentligt at modvirke decentralisering. Énfamilieboligbebyggelser er anti-urbane, og boliger bør tilføres midtbyen og nærliggende områder. Suburbanisering af midtbyen som resultat af lav udnyttelse må undgås, og zonerings er ikke længere et relevant planlægningsprincip.
10. Byens hjerte bør tilføres både flere og større offentlige rum, og både små og store grønne områder.
11. Centrale bygader omdannes til fodgængerzoner ('Core Superblock'), og kun i udkanten af centrum kan der forekomme begrænset biltrafik. Veje og offentlige arealer klassificeres for differentieret trafik, herunder serviceveje, busgader og veje med blandet trafik.
12. En overordnet trafikstruktur bør omfatte radiale indfaldsårer, som møder en indre centrumsring. Inden for denne bør transportsystemet udformes på sine egne vilkår og ikke blot forsætte den overordnede struktur. Forbindelse mellem den kørende trafik og den centrale fodgængerzone må optimeres.
13. Udlejningspolitikken i centrumsintegrerede shoppingcentre bør udformes således, at konkurrence med den øvrige del af centrum undgås.
14. Mest mulig af den oprindelige bygningsstruktur bør bevares og rehabiliteres.
15. Revitaliseringen af byens hjerte bør foregå i et samarbejde mellem myndighederne (kommunen) og private aktører.
16. Revitalisering af byens hjerte må også omfatte forbedrede økonomiske og sociale forhold.

Victor Gruens rumlige kriterier kan forstås som en 'opskrift' for arbejdet med revitalisering af midtbyområder. Opskriften giver mulighed for, punkt for

punkt, at diskutere, hvorvidt et konkret projekt og dets løsninger kan siges at stemme overens med Gruens forestillinger og strategier. De danner i det følgende udgangspunkt for en analyse af SlotsArkaderne og det omgivende byområde i det centrale Hillerød, hvilket igen giver mulighed til at diskutere den nutidige relevans af hans kriterier og strategier.

SlotsArkaderne



Slotsarkaderne før udvidelsen og opførelsen af 'Gallerierne'

SlotsArkaderne er et integreret shoppingcenter beliggende i Hillerød midtby. Det blev tegnet af Plesner & Wajnman Architects og åbnede i 1992. Første byggetrin var på 18.000 m² butiksareal og 8800 m² kontor og boliger. Det rummer et stort supermarked på ca. 8.000 m² samt ca. 47 mindre butikker. Desuden omfatter centret et kulturhus indrettet i tidligere industribygninger på 1.600 m². Centret kobler gågaden i Hillerød, Slotsgade, sammen med de kommunale kulturinstitutioner på Klaverfabrikken og det nye bibliotek.

SlotsArkaderne ejes af Danica Pension, administreres af Steen & Strøm Danmark og har årligt ca. 5 mill. besøgende og et opland på cirka

120.000 husstande. Det har vist stigende omsætning fra 456 mill. kr. i 1992 til 707 mill. kr. i 2005 (Steen & Strøm Danmark, 2006). SlotsArkaderne blev i år 2000 kåret som 'Danmarks Bedste Butikscener' af Institut for Centerplanlægning og blev i 1993 vinder af 'European Design Award', som uddeles af den internationale brancheorganisation International Council of Shopping Centers.

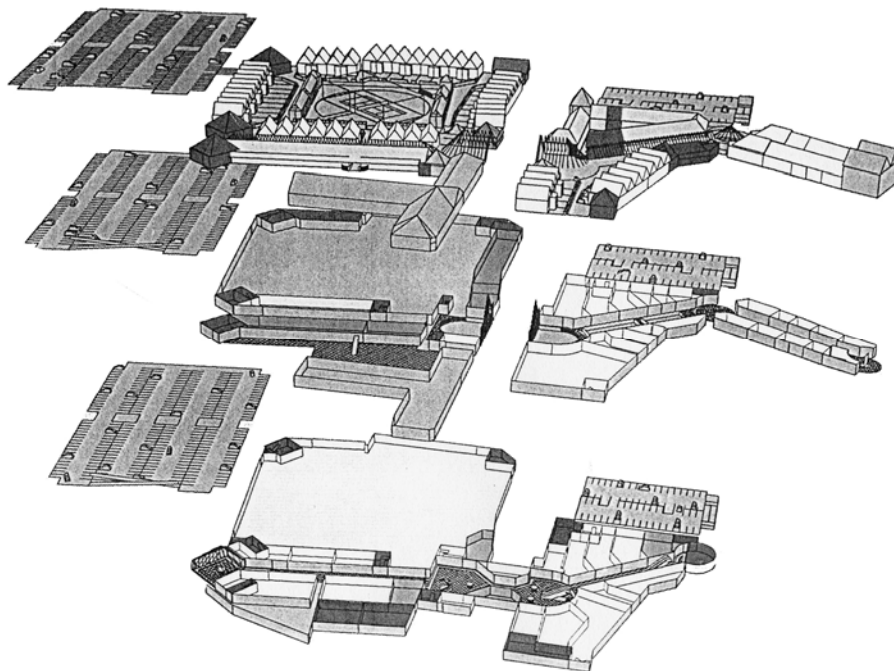
En udvidelse på 8.500 m² butiksareal og 120 parkeringspladser på taget er blevet gennemført under arbejdet med afhandlingen. Den er beliggende i centrets sydlige ende og sammenbygger centret med P-hus Syd og forandrer udformningen af Frederiks Torv mod biblioteket.

Historien

Området syd for Nordstensvej rummede oprindeligt jernbanestation og andre industrielle aktiviteter: slagteri og gasværk. Her lå også landbrugsmaskinefabrikken Nordsten, som i 70'erne var Hillerøds største industriarbejdsgiver, og som ophørte med produktion i 1989. Hillerød Kommune og borgmester Jens S. Jensen blev umiddelbart kontaktet af FDB med forslag om, at de ville købe arealerne og opføre et supermarked syd for Nordstensvej relateret til den kommunale parkeringsplads i området mellem Nordstensvej og Slotsgade. Arealerne blev imidlertid solgt til entreprenør- og ejendomsudviklingsselskabet Chr. Islef & Co. A/S, som foreslog opførelsen af et shoppingcenter. I forbindelse med udarbejdelse af ny kommuneplan i 1988, blev der udarbejdet fire forslag til lokalisering af et nyt shoppingcenter i byen: 1. Et butikscener indenfor den eksisterende bykerne, 2. Et bydelscenter i den vestlige del af byen, 3. Et lavprisvarehus på de opkøbte arealer ved Statens Gårde, samt 4. SlotsArkade-ideen, der aktiverede det tidligere industrielle område. Den offentlige debat af planerne viste støtte for SlotsArkaderne, med den tætte tilknytning til det eksisterende butiksområde i midtbyen som argument. Chr. Islef & Co. A/S forpligtede sig til at følge de krav, der var et resultat af den offentlige debat, og processen mundede ud i en detaljeret lokalplan for området (Ulrik Plesner og Dan Wajnman citeret i Hillerød Kommune, 1992). Denne plan specificerer, at udviklingen af området skal styrke den eksisterende centrumsaktivitet, der skal etableres et samlet fodgængerforløb fra Torvet til Nordstensarealets sydlige del, og området skal gøres attraktivt. Blandt andet stilles der krav om, at der kun må være 6 meter 'død' facade mellem 'aktivitetsskabende facader' (butikker eller lignende).

Opførelsen af SlotsArkaderne var en af de udløsende faktorer i en større byomdannelse i Hillerød, som blandt andet omfattede trafikfredeligørelse af Torvet, renovering og opgradering af Slotsgade, samt gennemføringen af en ny trafikforbindelse gennem byen, noget som også hang sammen med lukning af gennemkørende trafik gennem Frederiksborg Slot. Nordstengade blev udvidet og fungerer nu som den primære øst-vestforbindelse gennem Hillerød centrum. Den sammenhængende fodgængerforbindelse fra Slotsgade til kulturområdet, som lokalplanen forudsatte, blev opnået ved at føre centergaden under Nordstensvej.

Chr. Islef & Co. A/S fik overdraget den kommunale parkeringsplads mellem Nordstensvej og Slotsgade, mod at stille lige så mange pladser til rådighed i et nyt parkeringshus, som igen blev overdraget til Hillerød Kommune. Ved et senere mageskifte har centret igen overtaget parkeringshuset, mens kommunen overtog de gamle industribygninger, der rummer kulturhuset Støberihallen, som den i mellemtiden havde lejet af centret.

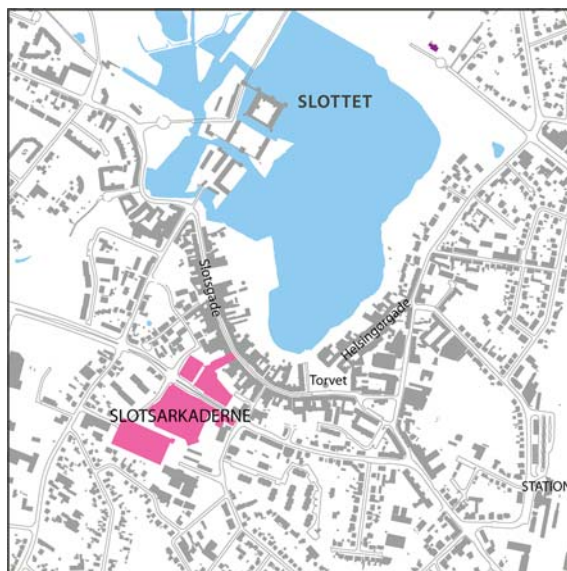


'Eksploderet plan' af SlotsArkaderne

Trafik og parkering

SlotsArkaderne ligger på begge sider af Nordstensvej, som gennemsnitlig har ca. 20.000 biler i døgnet og fungerer både som hovedforbindelse fra periferi til centrum og som forbindelse mellem øst og vest i Hillerød. De to parkeringshuse har indkørsel fra flere sideveje knyttet til denne hovedfærdselsåre. SlotsArkaderne er tilgængelig fra bus via egne indgange direkte fra Nordstensvej og ligger også nær byens mest benyttede busstop på hjørnet af Hostrupvej og Frederiksgade.

Over halvdelen af alle besøg til Hillerød midtby omfatter detailhandel, og besøg i OBS (nu Kvickly) i SlotsArkaderne indgik midt i 80'erne i 61 % af indkøbsturene til midtbyen. Bilen benyttes til de fleste besøg, og om lørdagen foretages over 70 % af besøgene til midtbyen med bil (Erhvervsministeriet, 1998). Hvor en stor andel af de besøgende til shoppingcentre som regel ankommer med bil, er dette ikke tilfælde for SlotsArkaderne, hvor andelen af bilbrugere omtrent svarer til resten af midtbyen. Det kan derfor antages, at en central placering af centret medvirker til at reducere den samlede biltrafik i Hillerød (Transportrådet, 1997). Tilgængeligheden i Hillerød opleves af besøgende bilister som god, og der er få parkeringsproblemer. Midtbyen har ca. 1.600 parkeringspladser, hvoraf en stor del er distribueret i gadenettet (Erhvervsministeriet, 1998).



Hillerøds regionale rolle

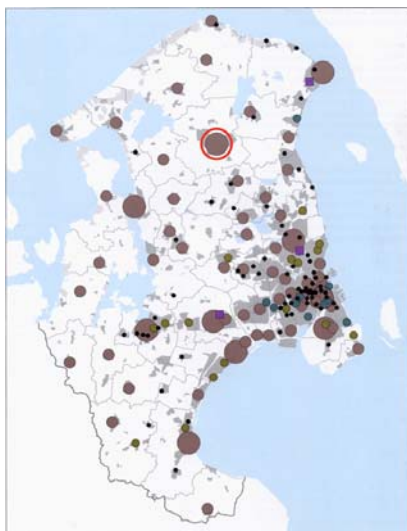
Hillerød er en af de fem købstæder for enden af 'fingrene' i hovedstadsregionens strukturplan og er dermed endestation for en af S-togslinjerne fra Københavns centrum. Hillerød er af Hovedstadsregionens Udviklingsråd⁸ defineret som et af 9 regionale detailhandelscentre, som supplerer Københavns midtby, og der er derfor ingen grænse for hvor meget butiksareal, der kan opføres i midtbyen.

Hillerøds identitet som købstad i Nordsjælland, beliggende i natur-skønne omgivelser og med store kulturhistoriske skatte, samt historien som amts- og nu regionshovedstad tilsiger, at byen er et centralt sted. I perioden før 1990 oplevedes midtbyen dog som ganske hensygnende (Slot, 2006), og ikke engang turisttrafikken til Frederiksborg Slot var tilstrækkelig til at opretholde et bredt og dynamisk butiksudvalg. Åbningen af SlotsArkaderne i 1992 var medvirkende til at vende denne situation, og Hillerød tiltrækker i dag kunder fra et opland, som dækker hele Nordsjælland (på nær Helsingør), og konkurrerer direkte med Lyngby.

Hillerød Kommune har haft travlt med at udvikle et nyt erhvervsliv og har haft held til at tiltrække farmaceutisk industri til kommunen⁹. Byens tiltrækningskraft som lokaliseringalternativ for virksomheder hænger sammen med beliggenheden i forhold til hovedstadsregionens arbejdsmarked og den relative nærhed til en international lufthavn. Tilstedeværelsen af et vitalt butiks- og byliv i Hillerød midtby, sammen med gode bosætningsforhold, en målrettet erhvervspolitik, et højt uddannelsesniveau og gode kommunale ydelser spiller en vigtig rolle mht. at tiltrække nye virksomheder. Kommunen, indbyggere og andre forstår Hillerød som en "hel by med slot og sjæl" (Erhvervs- og Boligstyrelsen, 2003), og denne selvforståelse har været medvirkende til, at Hillerød har satset på udvikling af centrum og koncentration af detailhandel frem for at udvikle perifert beliggende detailhandelsområder.

⁸ HUR er pr. 1. januar 2005 blevet erstattet af Region Hovedstaden

⁹ Novo og Biogen har i de seneste år etableret sig i Hillerød



Hovedstadens Udvlingsråd: Detailhandelscentre.
Tillæg til Regionplan 2001. (Hillerød er fremhævet med rød ring)

Detailhandelen i Hillerød

Hillerød har ca. 25.000 indbyggere i byområdet og et dominerende handelscentrum omkring det lineære gågadeforløb: Helsingørgade, Torvet og Slotsgade. SlotsArkaderne knytter yderligere et 'ben' på dette bevægelsesmønster og udgør en overgang mellem det eksisterende centrum og den påbegyndte udvidelse af centerfunktioner (særlig pladskrævende detailhandel) langs Herredsvej/Slangerupgade. Hillerød har pt. ingen eksisterende perifert beliggende shoppingcentre eller andre stor-skala butikker.

Da planarbejdet vedrørende Nordstensarealerne blev påbegyndt i 1988, var der modstand mod et nyt shoppingcenter blandt midtbyens handlende. Denne modstand er imidlertid vendt, og SlotsArkadernes succes har været medvirkende til at vende kundeflugten fra Hillerød (Indenrigsministeriet, 1997).

Åbningen af SlotsArkaderne samt renoveringen af Slotsgade og Torvet har haft en meget positiv effekt i hele bykernen. Talrige butikker er bygget om, ejendomme og butiksfacader har fået en kraftig ansigtsløftning.

(Hillerød Kommune, 1992)

Et nyt shoppingcenter, 'Gallerierne', er blevet opført vest for Frederiksgade, i tilknytning til Slotsgade, og rummer ca. 8.000 m² butiksareal, ca. 200 P-pladser i et nyt parkeringshus, og 18 boliger i de øverste etager. Dette center følger på en række punkter opskriften fra SlotsArkaderne: blandet program og nær tilknytning til Slotsgade/Torvet. SlotsArkaderne og det nye shoppingcenter kan ses som udslag af en kommunal strategi for at fastholde og forstærke detailhandel i centrum, og med Gallerierne, det planlagte Herluf Trolles Torv, samt udvidelsen af SlotsArkaderne, når det samlede butiksareal i Hillerød midtby op over 100.000 m² (Hillerød Kommune, 2005), hvilket i størrelsesorden svarer til Roskilde eller Helsingør, men samtidig er noget mindre end Lyngby, der efter Københavns centrum er den dominerende detailhandelsdestination i Nordsjælland.

SlotsArkaderne har ændret den oprindelige detailhandelsstruktur, så både området længst væk fra centret, omkring Helsingørgade, samt den del af Slotsgade, som ligger mellem SlotsArkaderne og slottet, ikke længere har samme attraktionskraft, som det centrale område af Slotsgade, hvor SlotsArkaderne er beliggende¹⁰. Udvidelsen af midtbyens detailhandelsområde mod Slangstrupgade (herunder det planlagte Herluf Trolles Torv), som udgør en forlængelse af centrets bevægelse sydover fra Slotsgade, vil muligvis forstærke denne tendens.

Butikkerne i SlotsArkaderne er af en lidt anden type end ellers i Hillerød midtby. Her er en større andel af nationale, højprofilerede kædebutikker, samt lavprisvarehuset Kvickly, som tilsammen tiltrækker kunder fra et meget større opland end resten af midtbyen antagelig ville kunne klare på egen hånd. De bekvemt beliggende parkeringshuse og den klimabeskyttede indkøbsgade bidrager også til at tiltrække besøgende fra et større opland, og i dag kommer halvdelen af SlotsArkadernes kunder fra Hillerød og halvdelen fra andre byer¹¹.

¹⁰ Ifølge samtale med Thomas Rosendal, Marketingschef i Steen & Strøm Danmark, d. 20.10.2006.

¹¹ Marketingschef i Steen & Strøm Danmark, Thomas Rosendal, citeret i Udvidelse er ikke noget nyt Lyngby. (2006) *Frederiksborg Amts Avis*. Hillerød.

Udformning

SlotsArkaderne includes narrow streets, small squares, low buildings, steep roofs, attics, bays and balconies – precisely those charming, welcoming features which make people want to be there.

(Ulrik Plesner og Dan Wajnman citeret i Hillerød Kommune, 1992)

SlotsArkaderne er udformet som et lineært forløb med den ene hovedindgang vendt mod gågaden Slotsgade og den anden mod biblioteket og det kulturelle institutionsområde samt P-hus Syd. Det indre arkaderum har tre distinkte dele, med varierende udtryk og behandling, adskilt af større glasrum eller 'torve'. Den nordligste del er udformet som et indre rum med butikker i to etager og ovenlys. Det næste rum har tre etager og balkoner, som giver adgang til butikker på det mellemste niveau. Her bevæger man sig ned ad en trappe for at passere under Nordstensvej, og der er placeret trapper i hver ende af rummet, så der i praksis er en nogenlunde jævn fordeling af kunder på begge butiksetager. Det tredje arkaderum er udformet som en glasoverdækket gade med gavlhuse på begge sider, og på den ene side rummer disse facader boliger over butiksniveauet.

Der er 9 forskellige indgange til centret, og dermed gode koblinger til omgivelserne. De primære indgange er som nævnt fra Slotsgade i nord, og fra bibliotek og P-hus længst mod syd. De øvrige giver adgang fra Danners Plads, Frederiks Torv, Nordstensvej og Kulturhuset 'Støberihallen'. I centrets øvre etager befinder sig kontorer, samt 50 boliger grupperet omkring to fælles, private taghaver.



Boliger på taget af Slots-
Arkaderne.



Indgang fra Slotsgade



Øverste Arkaderum



Mellemste arkaderum



Sydligste arkaderum

Centrets ydre og indre facader er udformet som en imitation af en små-skala købstadsarkitektur, og boligerne, som ligger på taget af Kvickly, er udformet som hollandsk inspirerede gavlhuse i varierende farver og med frontfacader,

som går helt ned til gadeniveau og skjuler supermarkedets og shoppingcentrets yderfacade mod de omgivende byrum. De glasoverdækkede arkadegader og den bærende metalkonstruktion vækker mindelser om victorianske støbejernskonstruktioner, og de to parkeringshuse har facader, som leder tanken hen på førmodernistisk industriarkitektur.

Kritikken af SlotsArkaderne

SlotsArkadernes modtagelse i forskellige fagmiljøer varierede stærkt. Hvor centret i detailhandelskredse blev rost og præmieret, var arkitekterne adskilligt mere ambivalente: det blev rost for sin rolle som fornyer af Hillerød midtby og for at være en veltilpasset kontrast til amerikansk inspirerede eksternt beliggende shoppingcentre, samtidig med at det blev kritiseret for sit æstetiske udtryk (Skude, 1993).

Vel er gavlhusene fremmedartede, forskellige fra den købstads-klassicisme, vi forbinder med noget typisk dansk. Men de er jo ikke mere fremmedartede end f.eks. Arne Jacobsens nu fredede bygninger i Klampenborg. De har blot ikke den overbevisende kvalitet, som får os til at modtage dem som en velkommen arkitektonisk fornyelse. De er acceptable som et uhøjtideligt, måske lidt spøgefuldt bud på en kommerciel bydel med en vis underholdningsværdi. Sådan behandler vi jo også mange af vores »bevarede« gamle bymiljøer, når de indrettes til butikker og restauranter. Jævnfør Boltens Gård, som har fået både Forskønnelsesforeningens og Københavns Kommunes pris for smuk byfornyelse.

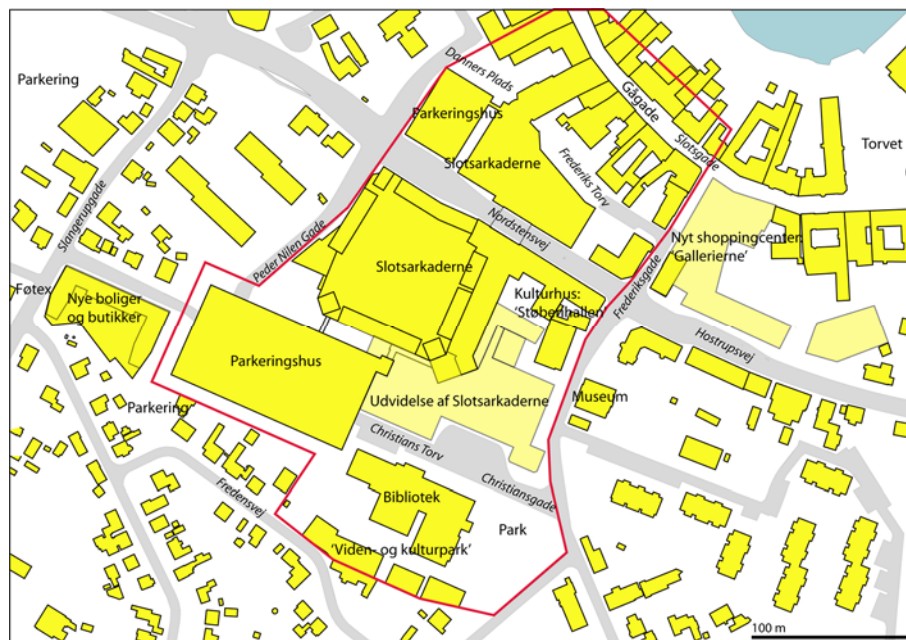
(Skriver, 1993)

Centrets historiserende udtryk har klart postmoderne træk, og den opbrudte facade betyder, at det store bygningsvolumen delvist tilpasser sig den omgivende byarkitektur og medvirker til variation i oplevelsen af bevægelsen rundt om og gennem centret.

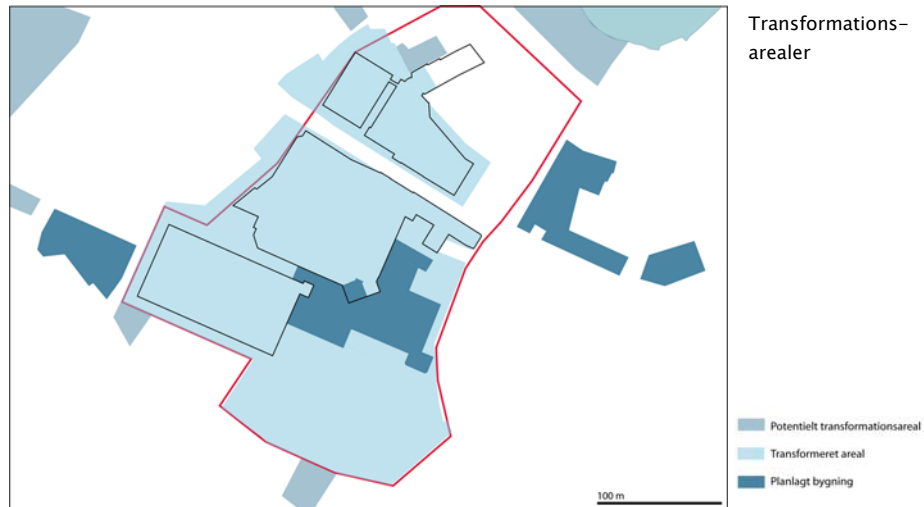
SlotsArkaderne beskyldtes for at privatisere og indføre egne ordensregler i det, der tilsyneladende er et almindeligt offentligt rum, og for at monopolisere detailhandelsfunktionen i et større opland og for at føre til monofunktionalitet i midtbyen. Endvidere blev centret kritiseret for manglende reel integration af funktioner: "Ønsket om en købstadspræget funktionsintegrering med butikker, kontorer og boliger i lag over hinanden

fungerer ikke optimalt, da det har været nødvendigt at adskille adgangen til de forskellige funktioner.” (Bølling-Ladegaard, 1995). Til trods for, at et antal boliger i den sydlige arkadegade har direkte kontakt med centergaden, har centret nu fået tilladelse til at reducere gadens åbningstid om aftenen fra kl. 23 til kl. 21, på grund af hærværk. Dette kan pege på, at graden af integration af funktioner ikke er tilstrækkelig til at opnå, at byrummet samtidig benyttes og befolkes af beboere og besøgende, med manglende social kontrol af det offentlige rum til følge. Boligerne er kun i den sydlige del vendt mod centrets indre, og generelt har de karakter af et 'gated community', hvor dørlåse forhindrer offentlig adgang til de fælles gårdhavearealer, som danner indgang til boligerne. Disse er desuden løftet op fra gadeniveau til ca. 2. etages højde, hvilket betyder, at de ikke har direkte udsyn til fortove og de omgivende byrum.

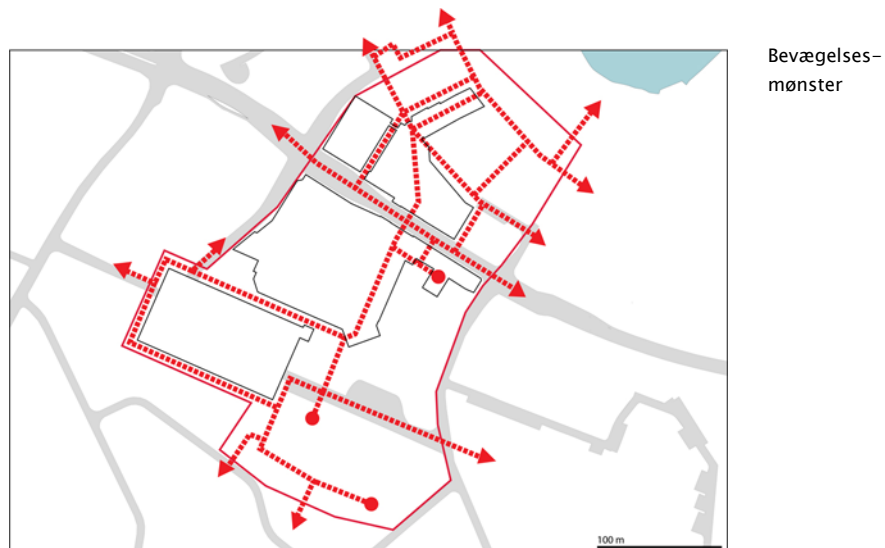
Kortlægninger



SlotsArkaderne og den umiddelbare kontekst



SlotsArkaderne ligger på arealer, som tidligere rummede et slagteri, Nordstens fabrikker, P-pladsen nord for Nordstensvej, varmeværk (tidl. gasværk) samt en jernbanestation. Området gik direkte fra landbrugsområde til industrielt område, og jernbanen havde betydning for lokalisering af industrien. Der er intet væsentligt tilbageværende transformationspotentiale, og nye planer omfatter Herluf Trolles Torv og det nyåbnede Gallerierne.



Nord for Nordstensvej findes et trafikfredeliggjort fodgængerdomæne med flere alternative rutevalg, og her er centret 'vævet' ind i eksisterende bevægelsesmønstre. Syd for Nordstensvej er fodgængernetværket mere grovmasket. Her er det kun centergaden, der er trafikfredeliggjort, mens de parallelle byrum (Frederiksgade og Peder Nilens Gade) rummer blandet trafik, men kun få fodgængere.

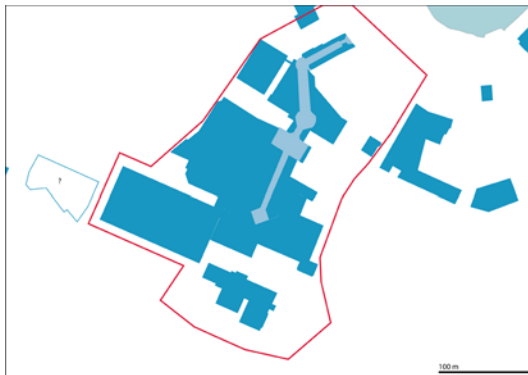


Butikkerne er næsten udelukkende koncentreret om Slotsgade og Slots-Arkadernes indre rum, og centrets butikker har kun adgang fra centergaden og fra de omgivende byrum. SlotsArkaderne medvirker til at aktivisere de parallelle rum, Danners Plads og Frederiks Torv, tilstrækkeligt til at gøre dem relevante som butikslokalisering.

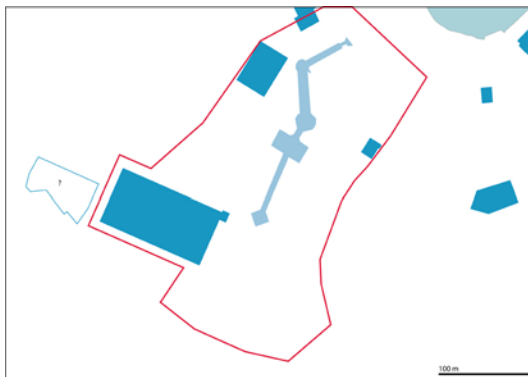
En udvidelse af bycentrums handelsområde finder sted i forlængelse af SlotsArkaderne mod Slangstrupvej i form af Herluf Trolles Torv, Føtex samt en eventuel omdannelse af andre ejendomme, men den direkte forbindelse brydes dog af P-Hus Syd.



Tilgængelige funktioner kl. 14



Tilgængelige funktioner kl. 19



Tilgængelige funktioner kl. 21

Kl. 14 er centret og gågaden langt mere tilgængelige end omgivelserne. Kl. 19 rummer SlotsArkaderne markant flere tilgængelige funktioner end Slots-gade, hvilket blandt andet skyldes længere åbningstider. Kl. 21 er de til-

gængelige funktioner ikke længere knyttet til SlotsArkaderne, men ligger spredt langs Slotsgadeaksen i form af serveringssteder.



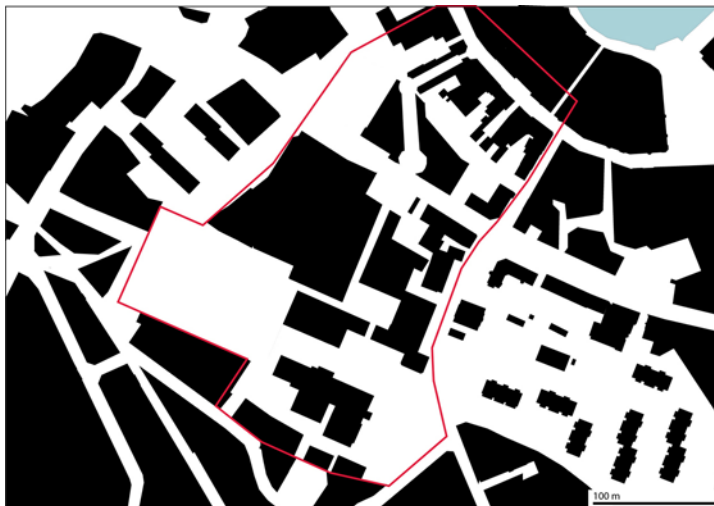
Kun en mindre del af centrets boliger har kontakt med det trafikerede gaderum, og kun et mindre antal har visuel kontakt med den sydlige del af centergaden.



Centret rummer over 1.000 pladser, som er placeret i parkeringshus. Omgivelserne er i langt højere grad præget af overfladeparkering.



Offentligt tilgængelige rum før bygningen af centret.



Offentligt tilgængelige rum efter bygningen af centret (inklusive Herluf Trolles Torv og Gallerierne).

SlotsArkaderne etablerer langt større tilgængelighed syd for Slotsgade, end tilfældet var før centrene blev opført, da det tidligere industri-/jernbaneterræn var lukket for offentligheden.

SlotsArkaderne og Victor Gruens strategier

Centrumsområdet i Hillerød er på mange måder et godt eksempel på Gruens ideer om den fodgængerbaserede midtby, og SlotsArkadernes rolle som 'midtbyens redning' er også på visse måder en illustration af hans tanker om, hvordan shoppingcentrets strategier kan anvendes i revitaliseringen af midtbyen. Den faktiske udvikling af og omkring SlotsArkaderne, samt kommunens strategier stemmer langt hen ad vejen overens med Gruens rumlige og programmatiske intentioner, blandt andet med hensyn til kompakthed og attraktive byrum. Centret viderefører midtbyens middelalderlige vejføring, med forskydninger og knæk, og varierer tilmed centergaden i niveau og snit, hvilket medvirker til at skabe et oplevelsesrigt forløb i forlængelse af Slotsgade. Det er enkelt at komme til centrum og finde parkeringsplads i et af centrets parkeringsanlæg, og busforbindelsen til resten af byen er også rimelig god. SlotsArkaderne erstatter tidligere pladskrævende og miljøbelastende funktioner og parkeringspladser med et fodgængertilpasset og klimabeskyttet areal, og man har klaret at gøre Hillerød meget mere attraktiv som detailhandelsdestination og dermed at fastholde centrumsfunktionen samtidig med, at det tilbyder nye attraktive boliger i midtbyen. Området omkring centret rummer i dag blandede funktioner: butikker, kontorer, boliger og kulturinstitutioner, og udbygningen af centret har været medvirkende til at skabe nye offentlige byrum og pladser samt en park. Indtrykket er, at gågaden i Hillerød i mindre grad end tidligere er en 'Western-facade' mod gågaden, omgivet af parkeringspladser, og at området omkring SlotsArkaderne fremstår som en del af et langt mere integreret midtbyområde, hvor eksisterende bygninger delvist er blevet renoveret og genanvendt, og hvor centret afstår fra kommerciel overeksponering og forholder sig kontekstuel til den eksisterende bys formudtryk og skala.

Planlægningen og gennemførelsen af projektet foregik tilsyneladende også i høj grad i Gruens ånd, og hans egen beskrivelse af samarbejdet mellem bygherrer og de kommunale myndigheder i Rochester omkring arbejdet med Midtown Mall har visse paralleller med processen omkring udbygningen af SlotsArkaderne, som den beskrives i den rapport, Hillerød Kommune har udarbejdet om forløbet (1992).

Hvad der imidlertid ikke er i Gruens ånd er den manglende separering af servicetrafik, praktiske funktioner og fodgængerområder, som han understreger, at man ikke kan gå på kompromis med. Denne separering er ikke gennemført, hvad SlotsArkaderne angår; varetilkørsel blandes med den øvrige trafik og skaber støjende og ucharmerende 'bagsider' i forbindelse med flere af centrets indgange, hvilket potentielt gør de integrerede boliger mindre attraktive. Indgang til boliger og kontorarealer foregår ikke fra centergaden, hvorved fastboende og besøgende ikke mødes i det byrum, den udgør. Boligernes facader trækkes ned til jorden og 'tilslører' de bagvedliggende butikker. Dette giver umiddelbart det omgivende gaderum et mere attraktivt præg, men i virkeligheden optager boligerne ikke de nederste etager, og der er derfor ingen funktionel sammenhæng mellem boliger og gade. Der er 50 boliger i SlotsArkaderne, hvilket ikke er tilstrækkeligt til at befolke byrummet uden for butikkernes åbningstid, med den konsekvens at centergaden, som nævnt, nu lukker allerede kl. 21 for at begrænse problemer med hærværk. Der er altså langt fra tale om "residential quarters of high quality and density." (Gruen, 1964: 74). Selvom Hillerød oplever boligvækst, er langt de fleste nye boliger henvist til en byudvidelse i byens vestlige udkant, frem for den eksisterende byggezone og centrum.

Varetilkørsel ved en af indgangene



Den 'skæve' midtby

For Gruen var det et vigtigt princip, at et nyt shoppingcenter i midtbyen ikke måtte udkonkurrere de nærliggende butiksområder. SlotsArkaderne har medført en 'skævvridning' af midtbyen i Hillerød, hvor området nord for

Torvet (langs Helsingørgade) i dag fremstår mindre attraktivt og med mindre profitable butiksarealer, og det samme gælder den strækning af Slotsgade, som ligger mellem SlotsArkaderne og slottet. Til trods for, at slottet, særlig i sommermånederne, tiltrækker mange turister, er disse ikke nødvendigvis med til at understøtte butikshandelen i den vestlige del af Slotsgade.

Et andet af Gruens principper handlede om, at de mest attraktive funktioner i et shoppingcenter ikke skulle være tilgængelige direkte fra parkeringspladsen, men at de besøgende først måtte passere et antal mindre og mere differentierede butikker og dermed medvirke til at aktivere centerrummet. Dette princip er fulgt internt i SlotsArkaderne, hvor det store supermarked kun kan nås ved at bevæge sig gennem centergaden fra en af indgangene eller parkeringshusene. Men set i et større perspektiv er dette princip ikke genspejlet i midtbyen som helhed. Her er SlotsArkaderne (og det nye Gallerierne shoppingcenter) centrumsområdets mest attraktive detailhandelsmål, men da de største parkeringsmuligheder er knyttet direkte til centrene, føres kundestrømmen ikke automatisk forbi de mindre butikker i resten af gågadezonen, noget som særligt er mærkbart i detailhandelszonens yderkanter. Det er ikke bare mindre butikker, men også offentlige rum, der aktiveres ved at styre strømmen af besøgende. Den igangsatte udbygning af SlotsArkaderne vil koble centret direkte sammen med P-hus Syd, og Christians Torv vil dermed ikke som tidligere blive aktiveret af, at menneskestrømmen mellem centret og parkeringshuset møder de besøgende til biblioteket og kulturinstitutionerne.

Hvor Gruen mente, at shoppingcentret måtte ses som en 'model' for midtbyen, var realiteten imidlertid ofte, at shoppingcentre, som snarere til forveksling lignede suburbane malls, blev placeret i midtbyen. Introduktionen af overdækkede shoppingcentre i midtbyen, for eksempel i form af Midtown Plaza, handlede for Gruen om at øge bycentrets tiltrækningskraft ved at tilbyde et attraktivt og klimatisk beskyttet fodgængerbaseret offentligt rum, samt at overføre shopping mall'ens friktionsløse tilgængelighed til midtbyen. Det er vigtigt at huske på, at shoppingcentret ikke bare defineres som et indendørs byrum, selvom klimabeskyttelse var et af aspekterne af hans 'model', men i lige så høj grad som en organisationsform og forretningsmodel. Et shoppingcenter styrer den samlede butikssammensætning og bliver til stadighed opdateret. Det er dermed mere attraktivt som lokalisering for profilerede kædebutikker end den øvrige midtby, som ikke er underlagt

tilsvarende nøje styring og dermed er udsat for langt større uforudsigelighed i forhold til samlet attraktionsevne. Gruen påpegede, at midtbyerne, ud over at benytte shoppingcentrets rumlige strategier, også burde anvende dets koordinerede administrations- og markedsføringstrategier, en princip, som i praksis søges anvendt i det, der kaldes 'Town Center Management'¹². SlotsArkaderne administreres efter disse kommercielle principper, men dette sker ikke i resten af Hillerød centrum, hvilket bidrager til en kvalitetsmæssig opdeling af midtbyens butiksområde. Denne opdeling understreges af, at SlotsArkaderne, som de fleste shoppingcentre, rumligt er indadvendt og koncentrerer et offentligt liv inden for centrets svingdører, hvilket skaber en kontrast til omgivelserne.

Gruen havde tilsyneladende ikke blik for det konkurrenceforhold, som opstår mellem shoppingcenter og det resterende bycentrum. Han var, til trods for sit kritiske udgangspunkt, i sit virke en kommerciel arkitekt og har derfor næppe i virkeligheden været interesseret i at understrege denne asymmetri. Den bymodel, som han bidrog så stærkt til udviklingen af, med shoppingcentre, ringveje, parkeringspladser og en markeret separation af trafik og fodgængerarealer, er således en by bestående af både forsider og bagsider.

¹² "Town Center Mangement is a co-ordinated pro-active initiative designed to ensure that our town and city centres are desirable and attractive places. In nearly all instances the initiative is a partnership between the public and private sectors and brings together a wide-range of key interests." (THE ASSOCIATION OF TOWN CENTRE MANAGEMENT What is Town Centre Management? , <http://www.atcm.org/about/what-is-tcm.php> [30.05.2007])

Det offentlige rum i metropolen

Hvor Gruen havde til hensigt at 'redde' den hensygnende metropole kerne, finder hans ideer i Hillerød anvendelse i en mindre by, som konkurrerer med en storby om tilflytning, virksomhedsetablering og butiksomsætning. På nogle punkter passer Hillerød ganske godt som en 'sub-celle' i Gruens polynukleare bymodel, som netop beskriver et metropolt område på skala med Storkøbenhavn. Modellen beskriver forholdet mellem lokale centre og suburbane boligområder, den centrale midtby og omfattende grønne bæltter, som afgrænser byenklaverne og dermed regionens samlede udstrækning. Gruen var åben for, at der ikke behøvede at være tale om ideelt designede byer, og hans model var et diagram, som kunne justeres i forhold til faktiske forhold, som han for eksempel demonstrerede ved at anvende sin model i arbejdet med en ny masterplan for Wien.



'Fingerplanen' for Købehavnsområdet fra 1947

Hovedstadsregionens berømte 'Fingerplan' har sit udgangspunkt i nogle af de samme engelske byplanforbilleder som Gruens Cellular Metropolis. Men hvor fingerplanen strukturerer byregionen omkring et infrastrukturelt skelet bestående af forstadsbaner, hvor eksisterende og nye byområder udgør lineære forløb, adskilt af grønne områder, koncentrerer Gruens model sig om etableringen af 'centrale steder', i form af bymidter og lokalcentre i den metropole plans 'celler', som supplement til det absolutte bycenter i regionen, uden at tildele infrastrukturen den overordnede strukturerende rolle. Det var byens offentlige rum og byens form, som var det primære – ikke veje og infrastruktur. I hans plan er infrastruktur henvist til en mere underordnet rolle, og betjener 'by-cellerne' med forbindelser, som er

lokaliseret i de grønne mellemrum. Hans model var tættere beboet end datidens metropole byområder, og samtidig havde den langt flere og større åbne grønne arealer. Målet var altså en koncentration og 'bymæssighed' på en specifik skala, mens hans overordnede metropole model var langt fra at ligne en traditionel bymæssighed. Subcentrenes opgave var at tiltrække besøgende fra den omgivende sprawl ved at tilbyde service og et befolket offentligt rum. Gruens relevans for en aktuell byudvikling handler om, at han er tydelig i forhold til den rolle det offentlige rum har som et konstituerende element, ikke blot af en lokal kontekst, men af en metropol region.

Hillerøds satsning på en ny urbanisering af midtbyen illustrerer på mange måder Gruens tanker om koncentration og urbanisering omkring regionens sub-centre: "If development were to be regional, then it must also be urban – not sprawl but a regional structure of central spaces, or urban "living rooms." (Wall, 2005: 232). I HUR's regionplan fremstår Hillerød som et regionalt center, der, i modsætning til en del mindre kommune- og bydelscentre, ikke er underlagt begrænsninger i forhold til butiksarealer, og som derfor er givet mulighed for frit at udvikle en regional tiltrækningskraft med detailhandel som virkemiddel. Gruen mente jo, at der er sammenhæng mellem kvaliteten og vitaliteten af byrummet og dets evne til at tiltrække beboere og besøgende i en større region. Opfindelsen af shopping mall'en hang blandt andet sammen med muligheden for at tiltrække kunder over langt større afstande end traditionelle butiksområder var i stand til, og benytte denne tiltrækningskraft til at etablere centrale steder i form af offentlige byrum i den spredte forstad. Princippet blev overført til den metropole bymodel, da han påbegyndte sit arbejde med revitalisering af centrale byområder, og applikationen af denne tankegang i en midtbykontekst transformerer den fra at have lokal betydning til at have regional betydning, med opland, som er langt større end det, den umiddelbare omgivende by tilsiger.

En ny rolle for midtbyen?

The questions before us can thus be boiled down to one basic, overruling sentence: How can we attract people back to the heart of the city?

(Gruen, 1964: 299)

I sit arbejde med revitalisering af midtbyen introducerede Gruen aspekter af forstaden i midtbyen i form af shoppingcentret, og periferiens tilgængelighed for biler muliggjorde tilbagevenden af den middelklasse, som ellers var emigreret til forstaden. Gruens faglige tilbagevenden til midtbyen fra forstadens shopping malls i løbet af 50'erne og 60'erne har en slags modstykke i den urbane renæssance, som opleves i disse år, en opblomstring i interessen for urbane kvaliteter og boformer, som blandt andet har ført til et nyt marked for urbane boliger i Danmark, eksemplificeret med boligerne i SlotsArkaderne og 'penthousene' på toppen af Gallerierne. Boligtætheden i Hillerød midtby virker dog langt fra tilstrækkelig til for alvor at gøre området til et tæt og attraktivt boligområde, og heller ikke Gruen opnåede i sin tid i virkeligheden for alvor at realisere dette aspekt af sine projekter med midtbyrevitalisering.

Shopping mall'en fungerede aldrig helt efter Gruens intentioner, og da Gruen sent i sin karriere skulle gøre rede for, hvorfor de aldrig var blevet de samlende offentlige bymæssige centre i forstæderne, som han tidligere havde forestillet sig, var hans forklaring, at private investorer og bygherrer kun havde anvendt den del af hans koncept, som direkte bidrog til profit, og overset de aspekter af konceptet, som knyttede sig til integration med omgivelserne. Shopping mall'en, som den blev realiseret, omgivet af en ring af parkeringspladser og tilkørselsveje, havde ingen kontekstuel relation og manglede den blanding af funktioner, han anså som nødvendig for at opnå vitale byrum. Importen af shoppingcentret som model for midtbyen er underlagt samme profitorienterede mekanisme, med utilstrækkelig, finmasket funktionsmæssig integration, som den Gruen ønskede sig, som mulig og sandsynlig konsekvens.

Gruen understregede, at man for at opnå vitalisering af midtbyen måtte hæve byrummets kvalitet og attraktion og gøre det muligt at komme til og fra centrum på en så friktionsløs måde som muligt. Alex Wall (2005) hævder, at Gruens model i virkeligheden, på en og samme tid, er en realisering af drømmen om den traditionelle europæiske byrumsstruktur og *samtidig* en realisering af Le Corbusiers drøm om en bilbaseret og mekaniseret bymaskine. For at denne dobbelte model skal fungere, må separationen mellem de to verdener være total, og samtidig må de være i nær kontakt med hinanden. Gruen påpeger gentagne gange i *The Heart of Our Cities* (1964), at automobilen er den væsentligste trussel mod et vitalt byliv, og han fremhæver, at separationen af servicefunktioner og menneskelige

funktioner må gennemføres totalt, hvis revitaliseringen af hjertet skal være en succes. Endvidere at man må være lige så kompromisløs, når det gælder opnåelse af tilstrækkelig tæthed, variation og forskellighed.

Selvom Hillerød Kommunes strategier og udviklingen omkring SlotsArkaderne, på en række punkter, tilsyneladende stemmer godt overens med Gruens tanker, afviger de dog på vigtige punkter. Kommunens planer afspejler en standardiseret forståelse af problemstillinger og virkemidler for midtbyssituationer præget af afindustrialisering og vækst i detailhandelen, en forståelse, som finder anvendelse mange steder i dag. Den omfatter for eksempel introduktion af gågadezoner, prioriteret offentlig trafik, æstetisering af det offentlige byrum og integration af funktioner, herunder boliger. Gruen havde en væsentlig indflydelse på udviklingen af denne model, og selv om den ikke fuldt ud opfyldte hans ambitioner om etablering af nye offentlige rum i den udflydende metropol, med detailhandel som motor, er urbane kvaliteter og æstetisering af byrum i dag politiske satsninger for mange byer i forhold til erhvervsudvikling og turisme. Hillerød Kommunes opgradering og revitalisering af midtbyen må således ses som et erhvervs-politisk virkemiddel, både i den forstand, at vilkårene for detailhandlen optimeres, men også i den henseende, at et vitalt byliv er en konkurrencefaktor i kampen om at tiltrække nye virksomheder (og nye indbyggere) i regionen. Man kan hævde, at Gruens arbejde for at revitalisere midtbyer bidrog til at ændre byernes og kommunernes selvforståelse: "... cities begin to see their primary purpose as economic. City governments began to package, market, and merchandise the spaces of their cities to corporations. The future of cities became linked to the future of retailing." (Hardwick, 2004: 204).

Gruen beskrev selv dårlige sociale forhold og forslumningstendenser som udgangspunkter for sit arbejde, men den aktuelle bølge af opgradering af midtbyerne i Danmark er først og fremmest æstetisk orienteret og knyttet til bygningernes og byrummenes udformning. Der arbejdes ganske vist også med programmatisk strategier, som for eksempel introduktion af nye boliger, som vi ser i Hillerød, men denne udvikling er ikke knyttet til sociale forhold, men til ønsket om et mere vitalt byliv som fungerer som en slags æstetisk iscenesættelse af byrummet. Resultatet af den udbredte anvendelse af den standardiserede model er blevet relativt ensartet transformerede bymidter, der er i stand til at tiltrække besøgende over store afstande. Det

betyder, at de ikke længere blot betjener egne lokale beboere, og de er derfor ikke nødvendigvis, i første omgang, optimeret i forhold til deres behov.

Man kan hævde, at Gruens ide om midtbyen som et tæt og attraktivt boligområde, som afspejles i mange midtbytransformationsstrategier, i al væsentlighed er udtryk for en æstetisk præference for det tæt befolkede og mangfoldige byrum. I virkeligheden er størstedelen af befolkningen i dagligdagen helt afhængige af bilen, som Gruen så som den største trussel mod den traditionelle urbanitet, og bor i områder af byen, der helt mangler urbane kvaliteter af den slags Gruen efterspurgte

3. DET INTEGREREDE SHOPPINGCENTER OG DET VITALE BYLIV

Frederiksberg Centret og Jane Jacobs



In seeking visual order, cities are able to choose among three broad alternatives, two of which are hopeless and one of which is hopeful. They can aim for areas of homogeneity which look homogeneous, and get results depressing and disorienting. They can aim for areas of homogeneity which try not to look homogeneous, and get results of vulgarity and dishonesty. Or they can aim for areas of great diversity and, because real differences are thereby expressed, can get results which, at worst, are merely interesting, and at best can be delightful.

(Jane Jacobs, 1992: 229)

Guide to Shopping

The Harvard Design School Guide to Shopping (Chung et al., 2001) er resultatet af et studieforsøg på Harvard Design School under ledelse af Rem Koolhaas. Den rummer et stort antal artikler, der kortlægger udviklingen af de *shopping-* og *entertainment-*baserede kommercielle miljøer, der er arketyper på enklaverne i den fragmenterede by. Bogens budskab er, at shopping nu er alt; shopping som fænomen og metafor omfatter stadig større dele af vores omverden, nye offentlige funktioner i byen er udformet ud fra shopping-principper, og næsten al aktuell planlægning og arkitektur er enten produkt af shopping eller inspireret af den. Bogen afsøger videnskilder i diskussionen af, hvilken rolle shopping indtager i vore byer, og oplister derfor en lang række temaer, nøglepersoner og teorier, der kan siges at have påvirket og udvirket denne udvikling¹³.

Bogen peger også på det forhold, at 'the regional shopping-mall', som vi kender den i USA, er en uddøende race, og at et stort antal malls om få år vil stå tomme. Nedgang i antallet af malls er dog ikke udtryk for dens død, hævder bogen, snarere afspejler det dens overvældende udbredelse som strukturel og konceptuel model for byen som helhed. Shopping har nu forladt sine første begrænsede former i mall'en og har indtaget gaden og hele det urbane rum. Man kan sige, at hvor shopping tidligere har kunnet betragtes som 'noget andet' end byen, er denne modsætning ikke længere mulig.

John McMorrough hævder i bogen, i artiklen *City of Shopping* (2001a), at der i løbet af de sidste 50 år er opstået et omvendt forhold mellem by og shopping. Shopping var oprindeligt en aktivitet, der fandt *sted* i byen, mens shopping må nu snarere betragtes som det *sted*, hvor byen som *ide* kan iværksættes. Den vigtigste opdagelse, mall'en stod for, var, at bymæssighed kunne skabes uden om byen. Hvor detailhandelen tidligere var afhængig af byen for sin overlevelse, er det bymæssige nu blevet til et 'tema' i detailhandelens rum. Shoppingmiljøerne har vist sig i stand til at levere urbane oplevelser, på linje med den traditionelle by. Denne løsrivelse af det urbane fra byen, blev ophav til det, McMorrough kalder "an instrumental urbanity" (2001a: 201). Denne tager i hovedsagen form af to processer: Den

¹³ Eksempler på bogens indhold fremgår af udpluk fra fortegnelsen over artiklerne i bogen: "Air Conditioning", "Bit Structures", "Brand Zone", "Coopetition", "Disney Space", "Ecology", "Gruen Urbanism", "Jerde Transfer", "Junkspace", "Mobility", "Psychogramming", "Relearning from Las Vegas", "Resistance", "Thou Shalt Not Shop", "Ulterior Spaces", etc.

første handler om, at forskellige store programmer i byen underordner sig shopping som rumligt organiseringsprincip. Dette bliver eksemplificeret i den friktionsløse måde, store programmer og institutioner (biblioteker, skoler, rådhus, firmahovedkvarterer) udformes som kommercielle miljøer, med 'gågader', 'vrimlearealer', 'butiksskranker', 'kaffebarer', 'kundeforretning' etc. Den anden proces handler om konstruktion af oplevelsesmættede og socialt fortættede miljøer, som et resultat af sammenbindingen af mange og forskelligartede programmer.

McMorrrough (2001b) hævder, at det var Jane Jacobs' arbejde, der på en vis måde slap 'ånden ud af flasken', ved at hun, ud over at forsvare det vitale byliv og den funktionsblandede by, samtidig skabte forudsætninger for, at det samme byliv kunne fremdyrkes 'kunstigt' og eksistere uden for den funktionsblandede by. Hun udpegede et begrænset antal kritiske faktorer for sammenhængen mellem rumlige og programmatiske forhold og det vitale byliv og anskueliggjorde dermed, at det kunne genskabes med visse virkemidler, som ikke nødvendigvis var sammenfaldende med den tætte blandede bysituation hun beskrev (1961). McMorrrough hævder, at Jacobs dermed uforvarende banede vejen for, at shoppingcentre, ved at applicere disse principper, kunne påtage sig rollen som faktiske nye byrum i byens periferi, med en efterfølgende degradering af de traditionelle eksisterende byrum som følge. Han hævder samtidig, at disse virkemidler har 'overvintret' i de ex- og suburbane shoppingcentre, og at de, i den igangværende bølge af opgradering og revitalisering af centrale byområder, igen kommer til anvendelse og dermed er vendt tilbage til byen – ringen er sluttet. Jacobs vision om det vitale byrum er derfor på ingen måde gået tabt, selvom det konkrete byområde, hun beskrev i bogen, virker fjernt fra en nutidig situation. Snarere har visionen frigjort sig fra en stadig mindre relevant og aktuell bysituation. Den har gået sin sejrsgang over verden i andre former (Boddy, 1992).

Jane Jacobs og det vitale byliv

Jane Jacobs' betydning som ledende modernismekritiker kan næppe overvurderes. Hendes beskrivelse af det tætte, integrerede traditionelle bymiljø har været toneangivende for både den professionelle, den politiske og den teoretiske forståelse af 'den gode by'. *The Life and Death of Great American Cities* (1961) er en klassiker i den urbane litteratur og har haft en så enorm påvirkningskraft på generationer af arkitekter og planlæggere, at mange af bogens temaer i dag virker selvindlysende. Den rolle, Jan Gehls *Livet mellem husene* (1971) har spillet i dansk byudvikling, er et godt eksempel på, hvordan Jacobs' fokus på byen rum som ramme for socialt liv har fundet indpas i en arkitektfaglig og planlægningsmæssig kontekst.

Jacobs' blik på byen var journalistens og aktivistens, og hun leverede i sin bog en kritik af den fremherskende modernistiske planlægnings syn på byen og dens udformning. Hun observerede et folkeliv, der på mange måder svarede dårligt til det ideal, den modernistiske planlægning lagde op til, og hun kritiserede denne for at være uvidenskabelig og ude af kontakt med virkeligheden. Hun hævdede, at modernismen grundlæggende repræsenterede en anti-urban kraft, som byggede på *The Garden City Movements* utopi om livet på landet, og hun kritiserede den amerikanske moderne byplanbevægelse for at have adopteret en oversimplificeret kritik af den traditionelle by. Hun udpegede Ebenezer Howards utopiske byvision som en af årsagerne til det modernistiske byrums fiasko, da den systematisk så bort fra metropolens mangefacetterede kulturelle liv. De principper i modernistisk byplanlægning, som Jacobs sporede tilbage til Howards præmisser, handler blandt andet om, at byområder udformes som 'selvforsynende' enklaver, som er stabile i deres programmatisk sammensætning og dermed tilsyneladende kan modstå forandring. Eller med andre ord, at den modernistiske planlægning i praksis fremstod som en 'projekt-planlægning'. Endelig klandrede hun arkitekter som Le Corbusier for have accepteret billedet af *The Garden City* og gennem sit arbejde at have overført det til en meget tættere bysituation, hvilket har haft enorm negativ betydning for byudviklingen.



"The Village", New York

I *The Life and Death of Great American Cities* beskriver hun de transformationsprocesser, der foregår i byen i form af demografiske forskydninger som gentrificering¹⁴ og forslumning. Hun lægger vægt på det mange-facetterede i sine beskrivelser af byens rum, gader, fortove, pladser og parker, og særligt forsøger hun at beskrive forholdet mellem den fysiske udformning af rummet og den brug og de aktiviteter, det rummer. Hun ser byens gader som rum for socialt liv og som 'teknologier', der har som formål at håndtere forholdet til fremmede mennesker. Det handler om forholdet mellem private og offentligt tilgængelige rum, om oplevelsen af tryghed som resultat af, at gaden og fortovet er befolket, og at husene orienterer sig mod gaden. 'Eyes on the street', kalder hun dette (Jacobs, 1992: 35). En forudsætning for et tilstrækkeligt antal eyes on the street er, ifølge Jacobs, et substantielt antal butikker og andre 'offentlige' steder fordelt langs fortovene. Ejerne af sådanne steder har en naturlig interesse i at holde opsyn med gaderummet, og barer, cafeer og butikker tiltrækker et menneskemylder, som bliver en attraktion i sig selv.

I bogen omtaler hun ikke shoppingcentre og hævder, at mens supermarkeder kan være naturlige detailhandelsformer i små byer, har store byer muligheden for at opretholde en stor diversitet af små butikker. I bogen beskriver hun en nær sammenhæng mellem detailhandel og byliv:

¹⁴ Gentrificering er en proces, der omhandler fysisk og programmatisk fornyelse af arbejderbydele, som resultat af, at indflyttere fra middelklassen 'skubber' de ofte fattigere tidligere befolkningsgrupper ud. Processen er ofte knyttet til kommerciel ejendomsudvikling.

...wherever we find a city district with an exuberant variety and plenty in its commerce, we are apt to find that it contains a good many other kinds of diversity also, including variety of cultural opportunities, variety of scenes, and a great variety in its population and other users. This is more than coincidence. The same physical and economic conditions that generate diverse commerce are intimately related to the production, or the presence, of other kinds of city variety.
(Jacobs, 1992: 148)

Hun udpeger fire forhold, som hun hævder, har betydning for et byområdes vitalitet og folkeliv. Det første forhold handler om programsammensætning: et vitalt byområde er afhængigt af at rumme helt forskellige hovedfunktioner, som i fællesskab kan skabe menneskestrømme i området på forskellige tidspunkter i løbet af dagen og skabe grobund for fælles basisfunktioner, der igen medfører diversitet i området. Det andet forhold handler om, at byområdets gademønster skal være tilstrækkelig finmasket, så det er muligt at bevæge sig på kryds og tværs gennem området til fods uden at blive tvunget til at gå omveje omkring store karreer og andre lukkede enklaver. Omveje demotiverer fodgængere, og har som konsekvens, at mange steder i byen opleves som 'fjerne' og dermed mister muligheden for at fungere som sociale mødesteder og kommer til at ligge øde hen. Det tredje forhold handler om, at et byområde må have en blanding af nye og gamle bygninger. Dette drejer sig ikke i første omgang om bevaringsværdige bymiljøer og antikvariske værdivurderinger, men om, at vitale byområder er afhængige af, at små og nystartede virksomheder kan finde relativt billige lokaler i ældre bygninger med lavere standard, inden de bliver så succesfulde, at de rykker ind i funklende nye bygninger. Hvis et byområde kun består af nye bygninger, er det kun etablerede butikskæder, banker og lignende, der har råd til at flytte ind.: "Old ideas can sometimes use new buildings. New ideas must use old buildings." (Jacobs, 1992: 188). Det fjerde forhold handler om, at der, ganske enkelt, må være tilstrækkelig mange mennesker i byområdet, herunder de, som bor i området. Jo flere mennesker, der opholder sig og bor i et byområde, desto flere forskelligartede servicetilbud kan de understøtte. De befolkede steder kan være underholdningsprogrammer eller arbejdspladser, men det vigtigste er, at der er tale om en vis tæthed af mennesker.

Ifølge Jacobs sikrer disse fire forhold tilsammen et vitalt byområde, og en kompromittering af bare et af de fire forhold vanskeliggør alle de andre.

Mere specifikt kan følgende kriterier for relationen mellem rumlige forhold og det sociale liv i det vitale byområde udlæses af bogen:

1. Offentlige og private rum skal være klart adskilte – Dette muliggør at 'lokale' (erhvervsdrivende og beboere) kan sameksistere med et stort antal fremmede mennesker indenfor et begrænset areal.
2. Offentligt tilgængelige funktioner skal orienteres mod godt oplyste gaderum ('Eyes on the street') – Beboernes 'ejerskabsfornemmelse' for byrummet bidrager til oplevelsen af sikkerhed. Visuel kontakt til offentlige aktiviteter bidrager også oplevelsesmæssigt til byrummet.
3. Der bør ikke findes konkurrerende rum for socialt liv (f.eks. gårdrum) – Det offentlige byliv skal samles og koncentreret for at være tilstrækkeligt attraktivt og intenst. Spredes de offentlige aktiviteter over et for stort areal, forsvinder spændingsmomentet og de lokales 'ejerskabsfornemmelse'.
4. Der bør være et tilstrækkeligt antal butikker og offentlige funktioner i tilknytning til byrummet (dag og nat) – En vis mængde offentlige aktiviteter må til for at opnå et tilstrækkeligt og regelmæssigt antal besøgende i byrummet, fordelt over dagen.
5. Der skal være en diversitet af by- ingredienser: arbejdspladser, forskellige typer af butikker og boliger – Forskellige grupper af mennesker må anvende byrummet, så det ikke bliver en 'ghetto' for specielle grupper.
6. Der skal være et sammenhængende og finmasket netværk af gader og fodgængerforbindelser – Byområdet må knyttes sammen med omgivelserne og være attraktivt at bevæge sig rundt i til fods.
7. Der bør være minimum to, og helst flere, primærfunktioner, hvis brugere understøtter et vist antal sekundære funktioner, som gør området attraktivt for andre end brugerne af hovedfunktionerne. Herved sikres diversitet, da brugerne har forskellige krav til områdets funktioner, samt en spredning af aktiviteter i løbet af dagen.
8. Der bør være en finkornet sammenblanding af bygninger af varierende alder og tilstand – Herved sikres en diversitet af virksomheder; nye og mindre virksomheder kan etablere sig i ældre bygninger af lavere standard og til en lavere leje, mens etablerede virksomheder kan etablere sig i dyrere nybyggeri.

9. Bevægelsesmønstre for brugergrupper bør overlape i løbet af dagen – brugergrupperne bør have tilstrækkelig rumlig interaktion.
10. Parker, pladser og offentlige bygninger bør intensivere og sammenknytte byens kompleksitet og medføre overlappende brug – Fysiske barrierer skal undgås, og fodgængerrum bør dimensioneres og udformes så de kan rumme uforudset brug.

Jane Jacobs' faktorer for sammenhængen mellem rumlige forhold og succesfuldt byliv bliver i det følgende benyttet til aflæsning af byområdet, som omgiver Frederiksberg Centret, der kan evalueres ud fra hendes kriterier.

Frederiksberg Centret



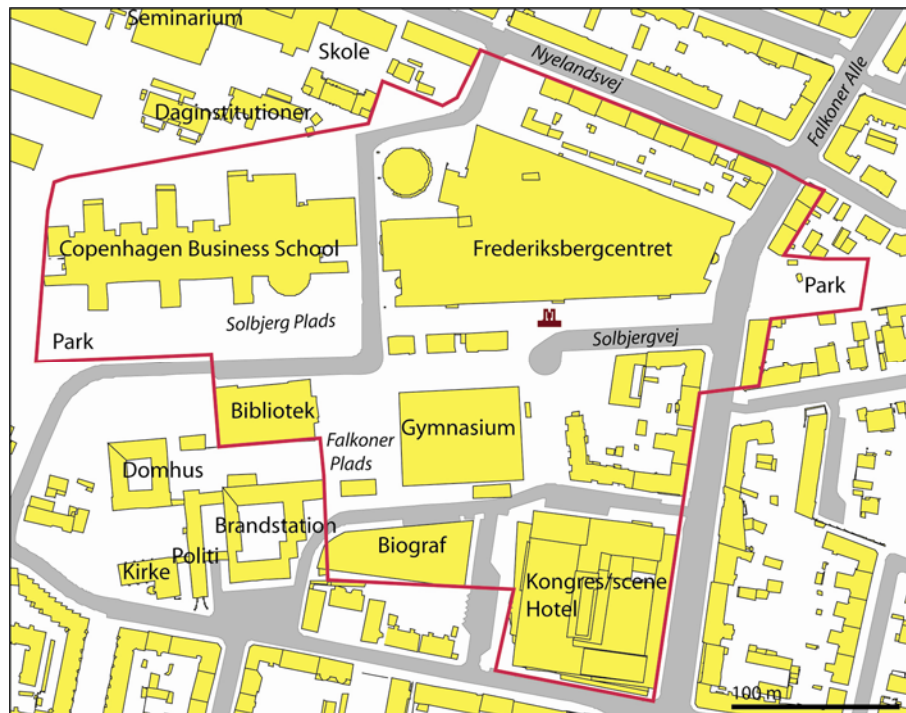
Frederiksberg Centret udgør en del af centrum i bydelen Frederiksberg og er et eksempel på et nyt integreret shoppingcenter i et tæt og urbant byområde. Centret ligger på et tidligere bane- og stationsterræn og knytter sig på den nye metrolinje til Københavns centrum. I modsætning til andre nyere shoppingcentre rummer Frederiksberg Centret hverken boliger, underholdningsprogrammer eller kulturelle programmer, men er dog beliggende i et byområde, hvor alle disse funktioner findes i nærheden. Centret er hovedsageligt udformet som en passage, og hvor det traditionelle shoppingcenter er en lukket kasse med et antal 'publikumsmagneter' i form af stormagasiner og lignende, forbinder Frederiksberg Centret et antal eksisterende publikumsmagneter i området med nye forbindelser. Centret tilbyder den besøgende klimatisk beskyttelse i form af læ, varme og tørvejr. Det opleves som et sikkert, befolket og oplyst rum, som giver den besøgende mulighed for små oplevelser i form af noget at se på og noget at underholde sig med, de minutter passagen gennem centret tager. Centret tilbyder også servicefunktioner i form af praktiske hverdagsfunktioner: postkontor, tobakskiosk, frokostservering, billetsalg til tog og metro, toiletter, skomager etc. Endelig appellerer de to korte travelator-ture¹⁵ på vej gennem centret til den travle besøgende på vej til metroen eller til en af de andre byfunktioner i området.

Centrets interne organisering er interessant. Fra de to indgange mod henholdsvis Falkoner Alle og mod Solbjerg Plads (Copenhagen Business School¹⁶) har man ligeværdig adgang til de to primære niveauer i centret.

¹⁵ En 'travelator' er et skrånende, rullende fortov.

¹⁶ 'CBS': tidligere Handelshøjskolen.

Enten tager man travelatoren en halv etage ned, eller tilsvarende en halv etage op. Herved løses det problem, shoppingcentre ofte har, nemlig, at det er vanskeligt at få folk til at gå op ad en trappe, også selvom det er en rulletrappe, og at omsætningen derfor aftager, jo højere man må bevæge sig op fra indgangsniveauet. Hvor den nedre etage har karakter af ren passage mellem hovedindgangene, med en forbindelse til metrostationen, har den øvre etage en anden struktur. Her er der mulighed for intern cirkulation fra centralrummet via tre mindre 'gader'. Dette giver mulighed for et større antal mindre butikker og antyder en rumlig organisering, som kendes fra de traditionelle storcentre. Frederiksberg Centret som type er altså en hybrid, mellem passagen og storcentret; en model der genfindes igen i flere integrerede shoppingcentre.



Frederiksberg Centret og den umiddelbare kontekst

Hovedrummet i centret adskiller sig fra rummet i den traditionelle passage ved, at det er krumt eller banan-formet; det er altså ikke muligt at se gennem centret til udgangen, når man står ved indgangen. Udformningen af rummet

har ingen åbenlyse funktionelle årsager, hvilket peger på, at årsagen ligger andetsteds, nemlig i et bevidst forsøg på at forme oplevelsen af bevægelsen gennem rummet. Krumningen betyder, at rummet (og butikkerne) åbenbares undervejs, når man bevæger sig gennem centret. Det er et velkendt arkitektonisk princip, at stadig nye rumlige opdagelser, i form af nye synsindtryk, gør bevægelsen mere interessant, hvilket skaber en kontrast til de omgivende parallelle byrum, som opleves som lange og monotone¹⁷. Krumningen af rummet har også den effekt, at bevægelsen på langs af rummet opleves som en serie af oplevelsesmæssige punkter eller 'rum'. Butikkernes facader opleves som noget andet end blot en lang serie af ensartede elementer, men som indgange rettet mod disse 'rum', der opstår som punktmæssigheder omkring beskueren i bevægelsen gennem centret.



Passagen parallelt med centret

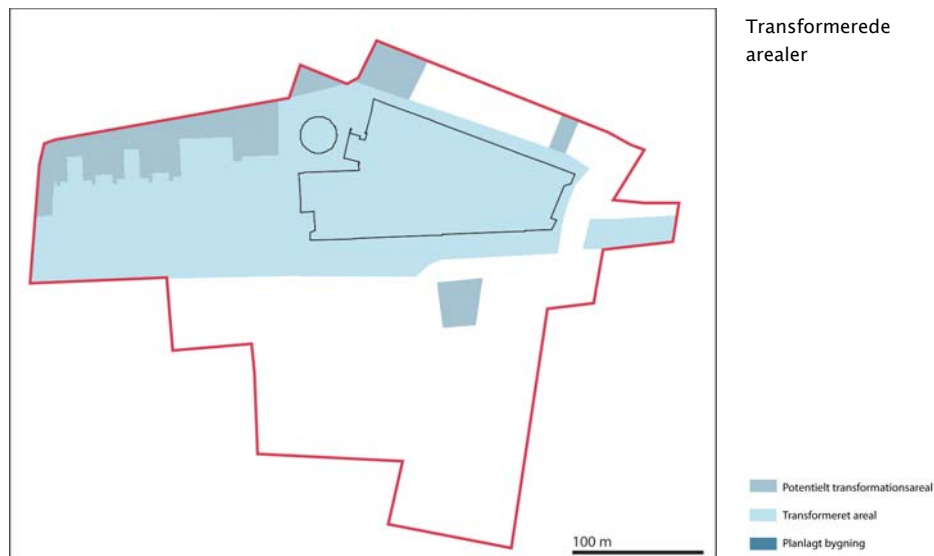
Centrets primære indgang er fra Falkoner Alle, og det er tydeligvis her, den største menneskestrøm findes. De sekundære indgange er placeret, så der er indgang fra Copenhagen Business School, fra Solbjergvej ved DSB-billet-salget, fra den underjordiske Metrostation og fra parkeringsdækket på 2. sal. Disse har hver for sig et markant lavere antal passerende besøgende end hovedindgangen. Der er endvidere 4 tertiære indgange, som giver adgang til centret, men som primært fungerer som adgang til kontorer og servicefunktioner i de øvre etager. For sin størrelse har Frederiksberg Centret altså relativt mange indgange, hvilket reflekterer centrets integrerede karakter.

Som alle shoppingcentre og andre kommercielle miljøer er Frederiksberg Centret afhængig af 'The Gruen Transfer'. Den handler om at forvandle

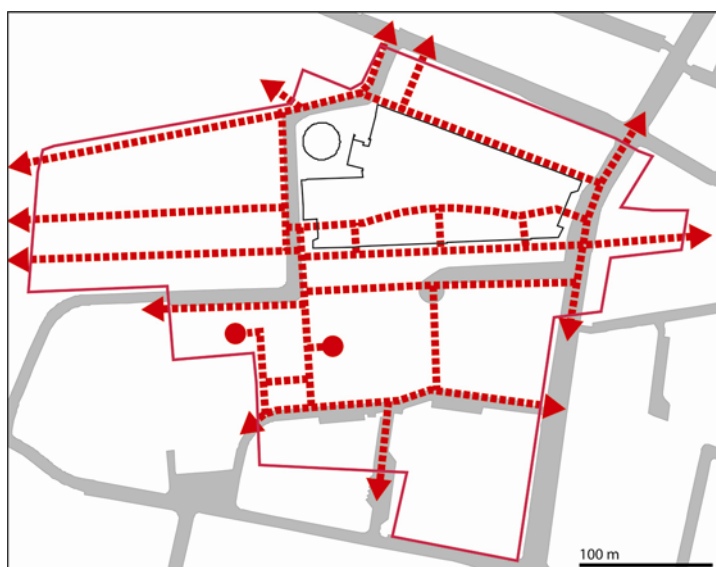
¹⁷ Jon Jerde understreger dette aspekt af historiske byreferencer som udgangspunkt for egne arbejder: "Sequences of space and movement involved angles and curves" (JERDE, J. (1999) *Visceral Reality*, Milan, L'Arca Edizioni.)

den tilfældigt forbigående, hvad enten det er Føtex-kunden, der egentlig bare skulle have mælk, eller den rejsende på vej fra metroen, til 'shopperen', der går på intuitiv opdagelse i centrets butikker. Dermed har centret interesse i, at et stort antal besøgende, mere eller mindre tilfældigt, går gennem centret på vej til en eller anden publikums-'magnet', som ikke behøver at have noget med centret at gøre. I tilfældet Frederiksberg Centret er 'magneterne' Falkoner Alle, som rummer fodgængere, busser og cykler, Copenhagen Business School med sine tusinder af studerende, metrostationen med passagerstrømmene på vej til eller fra det centrale København, samt de bymæssige funktioner omkring Falkoner Plads: bibliotek, træningscenter og gymnasium. Magneterne skaber de menneskestrømme som butikkerne i Frederiksberg Centret lever af, men centret leverer også et antal magneter i sig selv: Føtex, som er stor nok til at skabe sine egne kunde-strømme, P-pladser i et byområde, hvor parkering ellers ikke nødvendigvis er enkel, samt posthus og andre servicefunktioner. Disse funktioner er kun tilgængelige inde fra centret, og man må bevæge sig forbi centrets øvrige butikker for at komme til dem.

Kortlægninger



Det nye byområde er for en stor del bygget på det tidligere jernbaneterræn ved Frederiksberg Station, mens gymnasiet er opført på eksproprierede matrikler syd for jernbanestationen. Bebyggelsen omkring jernbanen har oprindeligt vendt ryggen til denne, hvilket vanskeliggør en glat integration mellem det tidligere jernbaneterræn og omgivelserne. Det viser sig ved, at overgangene mellem det tidligere jernbaneareal og omgivelserne delvist er blokerede.



Fodgængerforbindelser

Der er to hovedbevægelser af fodgængere gennem området. Den ene løber øst-vest, fra Falkoner Alle, gennem centret til Copenhagen Business School, med mulig kobling til metrostationen. Den anden primære bevægelse går parallelt, fra Falkoner Alle, gennem centret eller via det parallelle byrum ved metrostationen (Solbjergvej) til det kulturelle 'torv': Falkoner Plads.

Området er præget af et stort, centralt beliggende, trafikfredeliggjort areal, som rummer centret, gymnasiet, biblioteket, Copenhagen Business School og de gamle stationsbygninger. Arealet bliver kun gennemskåret af biltrafik på Solbjergvej. Arealet udgør et slags 'indre' byrum, der kun punktvis er forbundet med omgivelserne mod nord og syd, men mere markant forbundet med Falkoner Alle mod øst og med fortsættelsen af parkforløbet langs det tidligere jernbaneterræn mod vest.



Tilgængelige funktioner kl. 14



Tilgængelige funktioner kl. 19



Tilgængelige funktioner kl. 21

Både Frederiksberg Centret og Copenhagen Business School har længere åbent end både gymnasiet, biblioteket og butikkerne langs Falkoner Alle. Området rummer et træningsstudio og et antal aftenåbne serveringssteder, særlig langs Falkoner Alle. Copenhagen Business School er åben og tilgængelig til kl. 22.30 på hverdage.



Der er tre grupperinger af butikker: langs Falkoner Alle, i de gamle stationsbygninger og endelig i centret. Ingen af butikkerne i centret åbner sig ud mod det omkringliggende byrum, men har udelukkende indgang og butiksvinduer mod centrets indre rum.



Boliger

Der er ingen boliger i direkte tilknytning til områdets indre byrum, og de fleste boliger i området er orienteret mod Nylandsvej og Falkoner Alle.



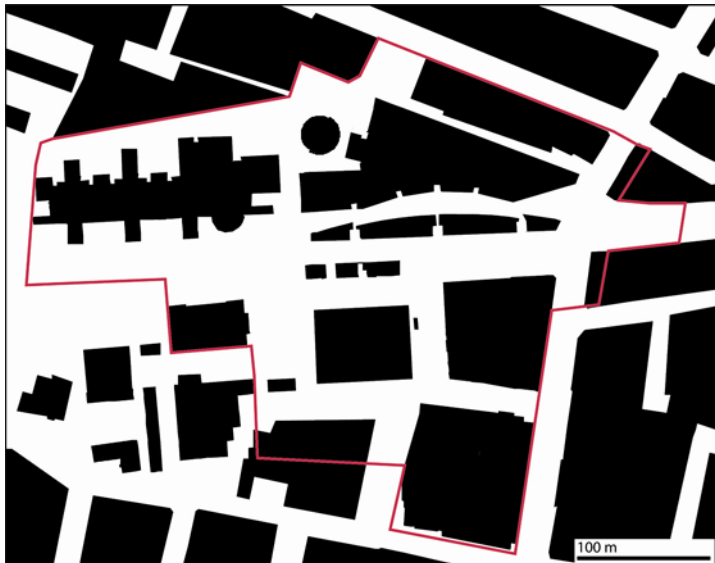
Parkering

Der er et meget begrænset antal parkeringspladser på gadeplan i nærheden af centret, mens gadeparkering dominerer de omkringliggende gader. Til

gengæld rummer området ca. 700 parkeringspladser i overjordiske og underjordiske parkeringsanlæg.



Offentlige tilgængelige rum før udbygningen af området.



Offentlige tilgængelige rum efter udbygningen af området.

Jernbaneområdet var tidligere utilgængeligt og udgjorde en barriere i lokalområdet. Det nye byområde fremstår i dag mere tilgængeligt end det omgivende byområde, hvilket særlig skyldes offentlig adgang til centret og Copenhagen Business School.

Jane Jacobs og det nye byområde

Kortlægningerne giver anledning til at diskutere, hvorledes området og centret afspejler de forhold, Jacobs udpeger som væsentlige.

Bydelen er præget af et stort trafikfredeliggjort areal, hvor kontakt med kørende trafik er minimeret; i alt er 18.000 m² udlagt til 5 'torve'. Dertil kommer de indre tilgængelige rum i Frederiksberg Centret, Copenhagen Business School, gymnasiet og biblioteket. Disse har varierende grad af offentlig tilgængelighed, og det indre rum i centret fremtræder som mindre 'privat' end de øvrige. Særligt er Copenhagen Business School og gymnasiet rettet mod visse grupper af besøgende, mens biblioteket har en stor grad af åbenhed. Der er tale om en relativ klar opdeling af offentlige og private arealer i byområdet, hvilket for Jacobs er en forudsætning for byrummets vitalitet.

Området omkring Frederiksberg Centret rummer som nævnt en række urbane primærfunktioner¹⁸: Copenhagen Business School, gymnasium, hovedbibliotek, metrostation etc. Disse sikrer tilsammen en stor og sammensat brugergruppe i området. Frederiksberg Centrets servicefunktioner og butikker kan i forhold til disse betragtes som sekundære funktioner, der 'betjener' primærfunktionerne. Samtidig kan shoppingcentret i sig selv betragtes som en primærfunktion i Jacobs' betydning, da det tiltrækker et stort antal besøgende.

Copenhagen Business School og funktionerne omkring Falkoner Plads udgør sammen med Frederiksberg Centret og metrostationen 'mål' for fodgængerbevægelser ind i området. Det 'indre' byrum, indenfor det tidligere banearreal, er præget af øst-vestgående bevægelser, blandt andet i form af en cykel- og gangforbindelse langs det tidligere sporforløb. Fodgængerforbindelserne gennem området følger grænserne af det gamle sporareal (på begge sider af centret), samt et lineært forløb fra Falkoner Alle gennem centret og ind i Copenhagen Business School, med en tværkobling til metrostationen. Det er vanskeligt at bevæge sig på tværs af den primære bevægelse gennem centret og Copenhagen Business School og det er primært gennem en enkelt adgang nordfra, dette kan lade sig gøre. Denne adgang

¹⁸ Primærfunktioner: "are those which, in themselves, bring people to a specific place because they are anchorages. Offices and factories are primary uses. So are dwellings." (JACOBS, J. (1992) *The death and life of great American cities*, New York, Vintage.)

fungerer som indkørsel for kørende trafik til Frederiksberg Centret og Copenhagen Business School; den udgør samtidig den vigtigste nord-sydgående fodgængerforbindelse gennem området, men har kun fortov på den ene side og bevæger sig i zig-zag gennem området. Jacobs' kriterium om et finmasket gadenetværk er altså kun delvist imødekommet. Der er ganske vist langt flere forgængerforbindelser, end før centret blev bygget, men området lider stadig under at have været et tidligere banearreal, som den omgivende by tidligere vendte sig bort fra. Som konsekvens heraf opleves Solbjerg Plads og Falkoner plads som et byområde, der delvist er adskilt fra omgivelserne og fra den befolkede 'korridor' langs Falkoner Alle.

Området domineres af nye, store bygningskomplekser og kun banegårdsbygningerne falder ind under kategorien 'ældre bygninger'; men de er blevet flyttet rundt og gennemrenoveret. Jacobs' point med dette kriterium var, at mindre opstarts-virksomheder skulle have mulighed for at etablere sig i området; men der er ingen særlige tegn på, at dette foregår indenfor det nye centrale område, mens det udmærket kan tænkes, at dette i nogen grad sker i de tilgrænsende områder. Det betyder, at det er vanskeligt for nyetablerede og mindre rentable virksomheder at etablere sig i området, og man kan konkludere, at Jacobs målsætning om en finkornet sammenblanding af gamle og nye bygninger, som en forudsætning for en troværdig mangfoldighed i byområdet, ikke er opfyldt i centrets umiddelbare kontekst.



Solbjergvej og nedgangen til Metroen

Byområdet er befolket i løbet af dagen, og metroen og de øvrige hovedfunktioner sørger for en stadig menneskestrøm. Ikke desto mindre bærer området præg af at være udviklet som separate enheder. Frederiksberg Centret, som åbnede i 1996, og Copenhagen Business School fra 1999 var de første bygninger, der blev opført på de tiloversblevne banearrealer. Faktisk blev de opført, mens Frederiksberg Station stadig fungerede som S-

togsstation¹⁹. Arbejdet med udformningen af Falkoner Plads og Solbjerg Plads blev gennemført i perioden 2003–2005²⁰, og det har således under opførelsen af de to primærfunktioner ikke været klart, hvordan byrummet mod syd skulle udformes. Dette kan være en del af forklaringen på den lukkede facade, Frederiksberg Centret i dag har mod det lange stræk af Solbjergvej omkring nedgangen til Metroen. Man kan hævde, at Frederiksberg Centret gennem sin indelukkede udformning medvirker til at 'monopolisere' et offentligt liv i området, baseret på menneskestrømmen til og fra metroen samt til Copenhagen Business School og busholdepladserne på Falkoner Alle. Butikkerne i centret vender kun ind mod det indre rum og bidrager ikke til en oplevelse af 'eyes on the street' i byrummene på begge sider af centret.

Kunderne i centret og besøgende til funktionerne omkring Falkoner Plads bevæger sig som nævnt ad forskellige parallelle ruter inde i centret eller langs Solbjergvej fra Falkoner Alle. Denne todeling understreges også af, at der findes to ind- og udgange til Metroen til netop disse to forbindende rum. Opsplitningen i parallelle bevægelser betyder mindre blanding af brugerne af primærfunktionerne og dermed mindre mulighed for at opnå maksimal diversitet. Det har også potentielt konsekvenser for detailhandelens økonomiske bæredygtighed: de kunder, som tiltrækkes af butikkerne langs den ene fodgængerrute, passerer ikke butikkerne rettet mod den konkurrerende rute, som derfor går glip af et antal potentielle kunder. Jævnfør Jacobs betragtninger er der en fare for, at det privatejede indre rum i centret 'udkonkurrerer' de omkringliggende byrum. Det vil fremstå som mest attraktivt og oplevelsesrigt, og det ydre byrum vil først og fremmest fungere som for-rum for de andre primærfunktioner (bibliotek, gymnasium osv.), uden i særlig grad at rumme de sekundærfunktioner, der kan bidrage til oplevelsesrigdom og vitalitet. Butiksfunktionerne i de omdrettede gamle stationsbygninger er ikke i stand til at skabe en nævneværdig strøm af besøgende, og det langstrakte rum langs centret (Solbjerg Plads) får karakter af at være en ganske 'død' passage, der nærmest fremstår som en cykel-parkeringsplads mellem Falkoner Alle og byområdets indre. Heller ikke gymnasiet har en aktiv facade mod dette byrum.

¹⁹ Først i 2003 blev S-toget erstattet af metroen.

²⁰ Projektet er udført af Stig L. Andersson Landskabsarkitekter, Henning Larsens Tegnesteue og Jan Gehl Urban Quality Consultants

Copenhagen Business School og Frederiksberg Centret har som nævnt aftenåbent, og metroen sikrer i hele sin åbningstid en vis menneskestrøm. Teaterscenen i Falkonercentret vender sig bort fra byområdets indre, som er næsten frit for boliger og kørende trafik. Dette betyder, at det ved aften- og nattetid opleves som relativt øde og mennesketomt, når man bevæger sig lidt bort fra Falkoner Alle, og at der er tale om begrænset social kontrol med disse rum i form af 'eyes on the street'. Adgangen til parkering understøtter tilstrømningen af mennesker i byområdet. Ved at overfladeparkering er henvist til de omkringliggende byområder, undgås store 'døde' parkeringsarealer i det ellers kontinuerte fodgængerrum. Til gengæld kan parkering i P-huse og kældre virke utrygge og ikke befordrende for byrummets sociale liv.

En konceptualiseret urbanitet

Når nye befolkede byrum dukker op i byerne på steder, der før var uattraktive og utilgængelige, som her på det tidligere baneareal på Frederiksberg, benytter planlæggere og arkitekter, bevidst eller ubevidst, shoppingcentret som model for udformningen af byens offentlige rum. Modellens evne til at skabe offentligt liv svarer til de ønsker om revitalisering af byen og genopfindelse af 'stedsidentitet', der aktuelt står på den politisk/planlægningsmæssige agenda. Udformningen af det nye trafikfredeliggjorte byområde på det centrale Frederiksberg, bestående af parker og pladser, kan betragtes som et eksempel på denne type strategi.

Områdets programsammensætning er omfattende, men mangler den mængde boliger, som kunne have bidraget med en brugergruppe på de tidspunkter i løbet af dagen, hvor butikker, servicefunktioner og offentlige institutioner har lukket. Gademønstret og fodgængernetværket er ikke finmasket nok, og området er delvist dårligt integreret i konteksten samtidig med, at de lange passager på hver side af centret, som konsekvens af centrets indelukkede karakter, er uattraktive og monotone. Der er ikke taget særligt hensyn til at bevare bygningsstrukturer, der kunne rumme aktiviteter og virksomheder med mindre afkast. Det eneste kriterium, byområdet tilsyneladende opfylder, er kravet om tilstrækkelig mange mennesker; områdets mange funktioner og koblingen til metroen betyder, at byrummet er velbesøgt.

Jacobs hævder, at alle de fire kriterier må opfyldes for, at et byområde kan have et vitalt urbant liv. Det, der fremstår som et relativt veldesignet og befolket byområde på Frederiksberg, baseret på et integreret shoppingcenter, stemmer altså på mange måder ikke overens med Jacobs' ideer om, hvad der i udgangspunktet må til for at opnå et vitalt byliv i et blandet byområde.

Frederiksberg Centret repræsenterer en detailhandelstypologi, som ikke var udbredt da Jacobs skrev sin bog. Ikke desto mindre understreger hun her væsentligheden af detailhandel som en forudsætning for et velfungerende byrum, hvilket hun mente, at den modernistiske planlægning så bort fra. Hendes idealmodel var det traditionelle byområde, opstået over tid, i perioder med andre produktions- og kommunikationsformer. På den ene side har Jacobs' forståelse af det 'autentiske' vitale byliv sejret næsten totalt i den faglige og politiske forståelse af målsætningerne i byudviklingen. På den

anden side fremstår nye byområder, som for eksempel det nye centrale byområde på Frederiksberg, som konceptuelle konstruktioner, som godt nok er baseret på Jacobs' faktorer, men er løsrevet fra den historiske bystruktur med sit komplekse program og de mangfoldige menneskelige behov, som hun så som forudsætningen for det vitale byområde, og som udgør koncepter som, bevidst eller ubevidst, fungerer som modeller for designerne af byens form og succesfulde rum.

John Kalisky hævder, at Jacobs "Despite her anthropological approach, ... too quickly associated specific forms with good urbanism and defined those forms as good ... The absolutism of her observations nonetheless results in a non-inclusive theory of place-making that cannot encompass, observe, value, incorporate, or utilize a full urban spectrum." (Kalisky, 1999: 95). Man kan hævde, at Jacobs kriterier hang nøje sammen med den kontekst, hun iagttog, og at den generalisering og ophøjelse af kriterierne til at være normative, som hun selv bidrog til, har ført til ret ufleksible modeller, der ikke responderer på forandrede omstændigheder, som for eksempel shopping-centrets udvikling og bylivets nye former. Analysen af Frederiksberg Centret demonstrerer, at et befolket byområde tilsyneladende ikke behøver slavisk at følge hendes anvisninger. Hun insisterer på faktorernes interne afhængighed. Men det ser ud til, at dette kan fraviges, og at andre afgørende faktorer kan medvirke og resultere i et vitalt byområde.

4. URBAN DESIGN OG DETAILHANDELENS URBANE AGENDA

Bruuns Galleri i Århus – detailhandel og urban design



The regional shopping center is now a successful and much-imitated model, more closely based on behavioral knowledge than any other type of environmental design. Now rather artificial, specialized, and physically isolated, they could nonetheless be integrated with other functions to become true social centers
(Kevin Lynch, 1974 citeret i Shane, 2005)

Urban design

Urban design har som mål at varetage offentlighedens interesse, gennem etablering af offentlige rum og attraktive bymiljøer af høj kvalitet og ved at knytte dem til den omgivende by. Skalaen på interventioner er som regel større end enkeltbygninger og omfatter ofte hele byområder eller distrikter. Kendetegnende for urban design er en inkrementel forståelse af byudviklingen og en tidshorizont, som er længere end bygningsarkitekturens. Urban design skiller sig også fra bygningsarkitektur ved at være mere system- og proces-tænkende og mindre værkorienteret. Urban design-projekter tager ofte form af samarbejder mellem offentlige myndigheder og private interesser, nogle gange i formelle samarbejdsstrukturer. Et andet karakteristisk træk ved disciplinen er fremkomsten af ejendomsudvikleren som en aktør, der har en anden rolle end arkitekten og investorerne, en aktør, der ofte vil have større kompetence knyttet til arkitektur end andre traditionelle bygherrer.

Urban design opstod som disciplin i 50'erne og 60'erne, under indflydelse af blandt andet Kevin Lynch, Gordon Cullen og Christopher Alexander, og udviklede sig gennem 60'erne og 70'erne under indflydelse af Jane Jacobs, Colin Rowe og andre. Udgangspunktet var en række forskellige positioner knyttet til kritikken af den modernistiske planlægning og den aktuelle byudvikling, som den foregik i USA.²¹ Gordon Cullens *The Concise Townscape* (1961) reintroducerede en æstetisk orienteret tilgang til design af byens rum forstået som oplevelser af rumlige forløb, baseret på tidligere teoretikere som Camillo Sitte og havebyteoretikeren Raymond Unwin. Kevin Lynch var også en afgørende person inden for urban design med introduktionen af konceptuelle modeller for læsningen af byens form (1960). Byspredningen i årtierne før og efter Anden Verdenskrig medførte en opblomstring af eksperimenter med etablering af nye sociale rum i forstaden. Resultatet blev det, vi i dag kender som 'shopping malls'. Lynch så malls som modeller for udviklingen af urban design, og han studerede selv både malls

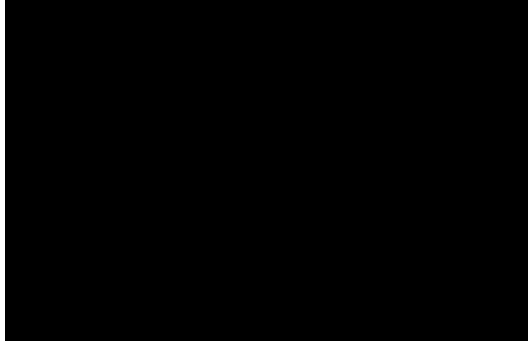
²¹ I 1956 blev der afholdt en konference på Harvard University under ledelse af Wilhelm von Moltke og rektor Jose Luis Sért med temaet 'Urban Design'. Konferencen omfattede repræsentanter for et bredt fagligt felt: geografer, landskabsarkitekter, arkitekter og planlæggere, og bestod blandt andet af foredrag af Jane Jacobs og Victor Gruen. I 1959 oprettede Harvard et Urban Design-program, og i 1973 blev urban design anerkendt som en egen underdisciplin af den amerikanske arkitektforening *American Institute of Architects* (AIA).

og de projekter for revitalisering af hensygnende midtbyer med mall'en som model, som blandt andet Victor Gruen gennemførte fra slutningen af 50'erne. Lynch mente, at det var i mall'en, man så de mest avancerede eksempler på urban design, og hævdede, at det var her urban design-disciplinen havde sit udgangspunkt, i form af de videnskabelige metoder, detailhandelen benyttede sig af for at studere befolkningsdemografi og købekraft, trafikale tilgængeligheder, kundeflow og mental og visuel orientering i butiksmiljøer.

Lynch var ikke ene om at mene, at malls kunne være prototyper på en ny type suburbant centrum. Blandt andet havde Victor Gruen formuleret dette synspunkt i slutningen af 50'erne, og Reyner Banham skriver i *The Architecture of the Four Ecologies* (1971), at shopping malls kunne være et middel, der kunne modvirke konsekvenserne af byspredning i Los Angeles, og fremhæver både Disneyland og Gruens arbejder som eksempler på en ny type urbane enklaver²².

Samtidig med, at Lynch beundrede mall'en som et effektivt urbant fænomen, kritiserede han den for at være et lukket design. Han var skeptisk over for urban design som en troværdig arvtager efter den modernistiske planlægning. Han mente, at urban design højst var et midlertidigt "stop-gap measure", der udelukkende opererede i forhold til afgrænsede situationer, som var baseret på ejendomsudviklernes præmisser. At basere byudvikling på enkeltprojekter, svarede for Lynch til at mene, at byen kunne detaljeres på samme måde som et stykke bygningsarkitektur. Han foreslog selv, at en afløser for modernismens planlægning burde være det, han kaldte "City Design". Det var et forsøg på at definere en bredere tilgang til byudvikling, baseret på brugerdeltagelse, konstruktion af sekventielle rumlige forløb, design af infrastruktur på stor skala såvel som byrumsinventar. Lynch lykkedes dog aldrig for alvor med at operationalisere denne langt mere omfattende og inkluderende metodologi. Ifølge John Kalisky skyldes det, at "in practical applications the credibility of environmental design (and designers) becomes suspect without a commitment to form specifics, regardless of the quality of the syntactic framework or the inclusiveness of the debate." (1999)

²² Også Charles Moore peger i sit essay *You Have to Pay for Public Life* fra 1965 på, at "Disneyland, it appears, is enormously important and successful just because it recreates all the chances to respond to a public environment" (MOORE, C. W. & KEIM, K. P. (2001) *You have to pay for the public life : selected essays of Charles W. Moore*, Cambridge, Mass., MIT Press.).

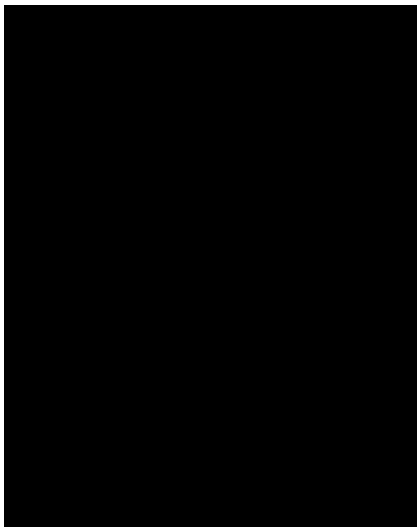


Kevin Lynch: *Problems of the Boston Image* (Lynch, 1960)

I 60'erne og 70'erne blev det i stigende grad klart, at den modernistiske planlægning var i krise, som det bl.a. blev påpeget af Jane Jacobs (1961). Hun kritiserede de igangværende mastodontagtige modernistiske byudviklingsprojekter i New York og fremhævede det lokale, traditionelle, blandede byområde som et vitalt alternativt rum. Krisen i modernistisk planlægning, som i New York blandt andet var knyttet til Robert Moses²³ infrastrukturelle mega-projekter, betød, at den enhedsorienterede modernistiske planlægning i 1968 blev erstattet med et æstetisk orienteret, projekt- og områdebaseret fokus på identitet og på etablering af attraktive og mere traditionelt udformede offentlige byrum²⁴. Denne udvikling har siden fået stadig større omfang og også mange steder et ideologisk element med afvikling af efterkrigstidens plansystemer. For eksempel afmonterede Margaret Thatcher i 80'erne væsentlige dele af det britiske plansystem for, i liberalistisk ånd, at frigøre privat initiativ i byudvikling fra planlægningsmæssige begrænsninger (Hall, 2002).

²³ Robert Moses var den berømte og berygtede 'master builder' i New York, der i årtierne efter Anden Verdenskrig blandt andet var ansvarlig for enorme modernistiske byfornyelsesprojekter.

²⁴ Denne udvikling fik sit første udslag i planerne for Battery Park City, som var det første byområde der blev planlagt af Urban Design Group, der blev nedsat som et konkurrerende kommunalt organ til det traditionelle modernistisk orienterede byplankontor. Oprettelsen reflekterede opgivelsen af masterplanlægningen i New York, og Battery Park City blev udformet på baggrund af en række kriterier for kvalitet af arkitektur og byrum, baseret på præmoderne formidealer. Området er udviklet, ejet og administreret af Battery Park City Authority, et offentligt ejet selskab, som opererer på kommercielle præmisser.



“Design principles”, Battery Park
City (Cooper and Eckstut, 1979)

Den indflydelsesrige bog *Collage City* af Colin Rowe og Fred Koetters (1978) kan fremhæves til at belyse en væsentlig tendens indenfor urban design. Rowe og Koetters viste, hvorledes byen kunne forstås som fragmenter af ældre strukturer og nybyggede enklaver. De demonstrerede, hvorledes byen også kunne konstrueres inkrementelt af fragmenter uden overordnede målsætninger. Dette bidrag til urban design, som ifølge David Grahame Shane kom til at udgøre et ”de facto operating system of the postmodern city” (2005: 138), indgår blandt andre²⁵ i grundlaget for opfattelsen af den postmoderne enklavedelte by. Denne opfattelse lægger vægt på de urbane fragmenters historie og åbner op for en forståelse af dele af byen som en slags museale bevaringsområder, hvor kulturhistoriske bygningsmiljøer kan rehabiliteres og eventuelt tilbageføres til særlig markante og identitetsgivende former. Tankegangen har været væsentlig for fremvæksten af den historisk baserede forståelse af byens nutidige form, som er repræsenteret

²⁵ Andre markante personer knyttet til denne retning er Rob og Leon Krier, hvis nyrationalistiske praksis og teoridannelser har påvirket udviklingen af New Urbanism-skolen, samt Aldo Rossi, som blandt andet i *L'Architettura della Città* (ROSSI, A. & VITALE, D. (1978) *L'architettura della città*, Milano, Clup.) skitserede en typologisk funderet urban arkitektur. Man kan hævde, at den kontekstualisme og betoning af æstetiske kulturhistoriske kvaliteter, som de seneste årtier har været fremherskende inden for planlægningen og den urbane arkitektur i Danmark, reflekterer denne tradition.

ved Kommuneatlaser og SAVE-systemet²⁶ og er en væsentlig strategi i mange byers satsning på at fremdyrke og markedsføre en urban identitet baseret på bevarede historiske miljøer.

Urban design har udviklet sig til en normativ metodik og knytter sig i høj grad til udvikling af enkeltprojekter, som via kontekstuelle studier 'sys sammen med' omgivelserne, ved hjælp af anvisninger knyttet til æstetiske forhold som bygningshøjder, facadelinjer, detaljering, gaderummets snit og dimensionering, synslinier, orienteringspunkter og rumlige forløb. Særlig gaden er, i Jane Jacobs ånd, det centrale orienterings- og organiserings-instrument i urban design²⁷. Andre centrale punkter knyttet til den normative urban design-tænkning er bevidstheden om den æstetiske betydning af byggede former, samt vægtlægningen af byens offentlige rum, både som en aflæselig mental struktur og som fysisk udformning af byrummet.

²⁶ SAVE (Survey of Architectural Values in the Environment) er et æstetisk orienteret analyseværktøj, som er udviklet af Miljøministeriet for at beskrive bymiljøers og bygningers bevaringsværdi.

²⁷ En radikal version af urban design er repræsenteret ved New Urbanism-bevægelsen, der særlig har haft gennemslagskraft i USA med introduktion af før-moderne by- og bygningsformer i historieløse forstadsenklaver.

Urban Design og detailhandelens urbane agenda

De sidste 15 år har set en stigende interesse blandt detailhandelens ejendomsudviklere for at bygge nye centre i midtbyerne. Mange steder har midtbyerne været under pres fra eksternt beliggende shoppingcentre, men blandt andet indførelsen af nationale restriktioner mht. perifere centre har gjort det muligt at tage konkurrencen op. Storbritannien har således i de seneste år oplevet en bølge af integrerede centre knyttet til transformation af byområder, en tendens som betegnes "Retail-led Urban Regeneration" (Lowe, 2005). Denne bølge er ikke blot resultat af private initiativer fra shoppingcenterudviklerne, men også af mange byers strategier for revitalisering af hensygnende midtbyområder, med detailhandelen som drivkraft og finansieringskilde. Udviklingen reflekterer en stadig voksende forståelse i det politiske og planlægningsmæssige miljø af, at værdiskabelse i byer ikke længere først og fremmest knytter sig til traditionel industriproduktion, men at serviceindustrien, herunder detailhandelen, i stigende grad har overtaget rollen som økonomisk lokomotiv. Målet med den detailhandelsbaserede byudvikling er profilering af centrale byområder, som et led i den interurbane konkurrence om ressourcestærke tilflyttere, erhvervsetablering og arbejdspladser.

Dette har resulteret i en efterspørgsel efter centralt beliggende byggegrunde, og her melder postindustrielle 'brownfields'²⁸ og gamle transportarealer sig som oplagte muligheder. Traditionelt har disse arealer ikke tiltalt shoppingcenterudviklerne. De er potentielt vanskelige og rummer ofte fordyrende komplikationer i form af kulturminde, bevaringsværdige bygninger og strukturer, samt forurening. Der vil desuden ofte være tale om eksisterende funktioner og beboere, noget som introducerer en usikkerhedsfaktor i projektudviklingen og i de kendte modeller for drift af et shoppingcenter, som udviklerne benytter sig af. Endvidere vil introduktion af shoppingcentre i nærheden af boligområder ofte medføre engagement og protester fra lokale beboere, hvilket som kan vanskeliggøre planlægningsprocessen og trække tiden ud. Endelig vil denne type arealer ofte have begrænsninger i forhold til den biltrafik, som traditionelt anses som helt grundlæggende for et shoppingcenters succes. Shoppingcenterudviklerne

²⁸ 'Brownfields' benyttes om arealer, som tidligere har været udnyttet til forurenende industri, men siden er blevet forladt.

tager dog i stadig højere grad disse udfordringer på sig, og i dag rummer mange integrerede centre en langt større funktionsblanding end tidligere generationer af shoppingcentre. Mange nye integrerede centre baserer sig i højere grad på kollektiv transport end privatbilisme, og de er i en række tilfælde langt mere kontekstuel tilpasset i forhold til lokale arkitektoniske udtryk og bebyggelsesmønstre end ældre, traditionelle centre.

At det integrerede shoppingcenter og detailhandelen er vigtige bidragydere til etableringen af kvalitative og attraktive byrum er, til trods for visse overordnede sammenfald mellem detailhandelens urbane agenda og urban design-tænkningen, ikke uproblematisk. Urban design har ikke haft detailhandel på sin agenda, til trods for at disciplinen, ifølge Lynch, blandt andet har sit udgangspunkt i de detailhandelsbaserede eksperimenter med nye sociale rum i 50'ernes USA. Nationale politikker og lokale myndigheder, som repræsenterer urban design-agendaen, har ikke altid forståelse for detailhandelens mekanismer; de ser den ofte, eksemplificeret i shopping-centret, som indadvendt, ufleksibel, mastodontagtig, monofunktionel og som repræsentant for en privatisering af offentlige rum og en medfølgende social eksklusion. Tilsvarende har detailhandelen ikke altid forståelse for urban design-prioriteringer. De betragtes som uklare og ufleksible anvisninger, og repræsentanterne for urban design, planlæggere og politikere, anses for ikke at forstå detailhandelen som forudsætning for værdiskabelse i byen.

Programmatisk lægger detailhandelen naturligvis vægt på butikker, spisesteder og underholdning, mens urban design traditionelt har lagt vægt på boliger som det livgivende element i en bysituation. Urban design-agendaen lægger ofte vægt på funktionsblanding, mens detailhandelen som regel ønsker at undgå at bringe programmer ind i shoppingcentrene, som potentielt kan forstyrre centrets attraktivitet, fleksibilitet eller økonomiske dynamik. Mens detailhandelen og ejendomsbranchen har profit som motiv og retter sig mod private interesser og tilpasning til lejerne, henvender urban design sig i højere grad mod den offentlige sektor, og søger at opnå brugerinddragelse og lokaldemokrati; men den har til gengæld et værdigrundlag, som er vanskeligere at definere præcist. De to agendaer opererer også ud fra hver sin tidshorisont: detailhandelen vil, i udgangspunktet, forholde sig til, hvor lang tid det tager at opnå afkast på investeringer, og vil have en cyklisk forståelse af trends og økonomiske svingninger, mens urban design-agendaen i princippet opererer med permanente, stabile strukturer. Detailhandelen lægger vægt på fleksible planlægningsprocesser, som giver

mulighed for forandringer undervejs, mens urban design-agendaen tendentielt retter sig mod fastlæggelse af fysiske og rumlige æstetiske kvaliteter. Detailhandelen lægger vægt på drift og fleksibilitet over tid og vil i udgangspunktet tænke fysisk fleksibilitet som et resultat af åbne etageplaner i større bygninger, mens projektet knyttet til urban design-agendaen ofte vil tænke mere tredimensionelt og fokusere på fleksibilitet i snit og i form af adskilte enkeltbygninger (BCSC, 2002). Dette hænger blandt andet sammen med, at urban design søger at tilpasse projekter til historiske kontekster, som ofte har en finkornet skala, mens detailhandelen foretrækker større voluminer.

Også med hensyn til det offentlige rum findes divergerende motiver: Detailhandelen foretrækker traditionelt overdækkede byrum, som henvender sig til visse befolkningsgrupper, mens urban design-tilgangen foretrækker åbne rum, som ikke kan lukkes og dermed er tilgængelige for alle, på alle tider af døgnet. Shoppingcentre vil ofte foretrække at have et begrænset antal indgange og dermed have mulighed for at styre cirkulationsmønstrene og de besøgendes visuelle oplevelse, mens urban design lægger vægt på maksimal bevægelsesfrihed og visuel gennemtrængelighed. Der er altså tale om en tendens til prioritering af indre rumligheder eller enklaver hos den ene, mens den anden søger kontinuitet og transparens. Dette afspejler sig også i valget af lokalisering, hvor shoppingcenterudviklerne traditionelt har foretrukket 'greenfields'²⁹, som byder på få overraskelser og kontekstuelle udfordringer, hvorimod agenterne for den urban design-tankegangen som regel vil prioritere udvikling af centrumsnære brownfields, der kan rumme eksisterende funktioner, bevaringsværdige bygningsmiljøer og infrastrukturelle udfordringer, men som samtidig giver mulighed for at integrere byens fysiske og rumlige struktur. Dette afspejler også den tendentielle præference for bilbaserede områder frem for kollektiv trafikbetjening.

På trods af disse divergenser har de seneste års udbygning af byområder baseret på integrerede shoppingcentre vist at de to agendaer nærmer sig hinanden, og det er oplagt at pege på de punkter, hvor der er en klar overensstemmelse: Begge agendaer lægger vægt på (1) etableringen af attraktive og befolkede fodgængerrum, (2) prioritering af fodgængertrafik i centrale byrum og den total separation af servicetrafik og fodgængere og (3)

²⁹ 'Greenfields': arealer som potentielt kan bebygges, og som ikke tidligere har været bebygget eller forurennet.

etableringen af identitet knyttet til byer og byområder, eksemplificeret ved den fokus på bevaring og videreudvikling af kulturhistoriske miljøer, og markedsføringen i den inter-urban konkurrence, som i dag udgør vigtige motiver i byplanlægningen i mange byer. Endelig har de to agendaer en klar fælles interesse i, at (4) byområderne opleves som trygge for de besøgende.

Det er bl.a. disse interessesamfald, der er baggrunden for et øget samarbejde mellem offentlige myndigheder og private interesser. Der er ofte tale om projekter, hvor shoppingcenterudbyggere indgår aftaler med lokale myndigheder om finansiering af infrastrukturelle forbedringer og drift af offentlige byrum. Samarbejderne omfatter ofte reprogrammering og vedligehold af bevaringsværdige og fredede bygningsmiljøer og enkeltbygninger. I disse samarbejder bliver der stillet en række nye krav til shoppingcenterudbyggerne, noget som forudsætter, at de i langt højere grad end tidligere må forstå den kontekst, som urban design-agendaen udgør. For at hjælpe denne udvikling på vej har begge sider gennemført studier af projekter og udarbejdet vejledende rapporter rettet mod aktørerne.

BCSC og CABA

British Council for Shopping Centres (BCSC)³⁰ har udgivet rapporten *Urban Design for Retail Environments* (2002), som rummer en diskussion af forholdet mellem urban design og den detailhandels-agenda, som organisationens medlemmer i shoppingcenterbranchen repræsenterer. BCSC er en brancheorganisation, der har som mål at påvirke politikker knyttet til branchens vilkår, men søger også at udvikle og kommunikere kundskab om, og til, branchen. Rapporten afspejler et behov for forståelse af de krav og forventninger knyttet til urban design, som branchen stilles overfor i udviklingen af integrerede shoppingcentre. De faktorer rapporten nævner, som traditionelt anses for at være afgørende for succesrig detailhandel og for, at det skal være attraktivt for butikker at lokalisere sig i et shoppingcenter, kan sammenfattes således:

1. Beliggenheden skal være rigtig
2. Det bør være enkelt at komme til, og bevæge sig rundt i, centret
3. Centrets design skal imødekomme både kundernes og butikkernes krav og ønsker
4. Centret må være i stand til at tiltrække et tilstrækkeligt antal besøgende og forbipasserende
5. Der skal være en rigtig sammensætning af lejerne, så centret opnår en 'kritisk masse'
6. Centret og det offentlige rum bør administreres og styres professionelt
7. Planlægning af centret bør ske i forståelse med lokale myndigheder
8. Der bør være tilstrækkelig og lettilgængelig parkering
9. Etageplanerne bør dimensioneres, så de kan rumme butikker af forskellig størrelse
10. Befolkningsdemografien skal understøtte etableringen af ny detailhandel
11. Afstand til konkurrerende butikker og detailhandelsområder skal være rigtig
12. Det bør være klart, hvilke lejere der er de bærende
13. Centret skal være synligt i byen, og butikkerne må være synlige inde i centret
14. Centret og området omkring det bør opleves som trygt

³⁰ BCSC er associeret med det USA-baserede *International Council for Shopping Centers* (ICSC).

15. Det skal være enkelt for forskellige kundegrupper, med forskellige behov, at shoppe i centret.

I 1999 blev *Commission for Architecture and the Built Environment* (CABE) oprettet som den britiske regerings rådgiver vedrørende arkitektur, urban design og udformningen af offentlige rum. Baggrunden var en politisk satsning fra den relativt nye Labour-regering, som omfattede store offentlige byggeprogrammer og en urban renæssance. CABEs rolle omfatter rådgivning i formuleringen af nationale politikker, rådgivning af lokale myndigheder og bygherrer, samt oplysning af offentligheden. CABE har desuden en omfattende opgave med at gennemgå og levere udtalelser om de fleste større byggeprojekter i England. I snit gennemgås over 500 projekter om året indenfor en række kategorier, herunder et antal knyttet til den igangværende bølge af nye centralt lokaliserede detailhandelsprojekter. Som opsamling af de erfaringer, der er gjort i dette arbejde, har CABE udgivet rapporten *Design Reviewed – Town Centre Retail – Lessons learnt from projects reviewed by CABE's expert panel* (2004). Baggrunden for rapporten er, ifølge CABE, en bølge af centralt beliggende detailhandelsbaserede projekter, som er fulgt i kølvandet på de restriktioner mht. bygningen af shoppingcentre udenfor eksisterende byområder, der blev indført i 1996. Denne bølge faldt sammen med et akut behov for renoveringer og nytænkning af et stort antal integrerede shoppingcentre fra 60'erne. Rapporten retter sig mod planlæggere, arkitekter og lokale myndigheder og giver en lang række anbefalinger knyttet til urban design og detailhandel. Disse anbefalinger kan sammenfattes i 12 punkter:

1. Undgå så vidt muligt at overdække eksisterende og nye byrum. Overdækkede rum kan integreres med omgivelserne ved brug af dagslys, ved at gøre indepassager så korte som muligt samt ved at undgå tunge døre og andre adskillelser. Overvej forholdene omkring indblik og bymæssige kig ud fra projektet.
2. Gågader bør kun indføres i store byer, ellers bør trafikreducerende tiltag benyttes.
3. Undgå blanke og inaktive facader, samt facader præget af parkering og servicetrafik mod de omgivende byrum. Orientér bygningerne så hovedindgangen udnyttes bedst muligt, respekter området's facadelinjer og pak store funktioner ind i boliger, så de får en imødekomende facade. Sørg for, at der er indgang til butikkerne både fra projektets indre

og fra de omgivende byrum. Undgå megastrukturer, bryd projektet op i håndterlige enheder, og brug topografi og eksisterende strukturer til at give adgang til flere niveauer i projektet.

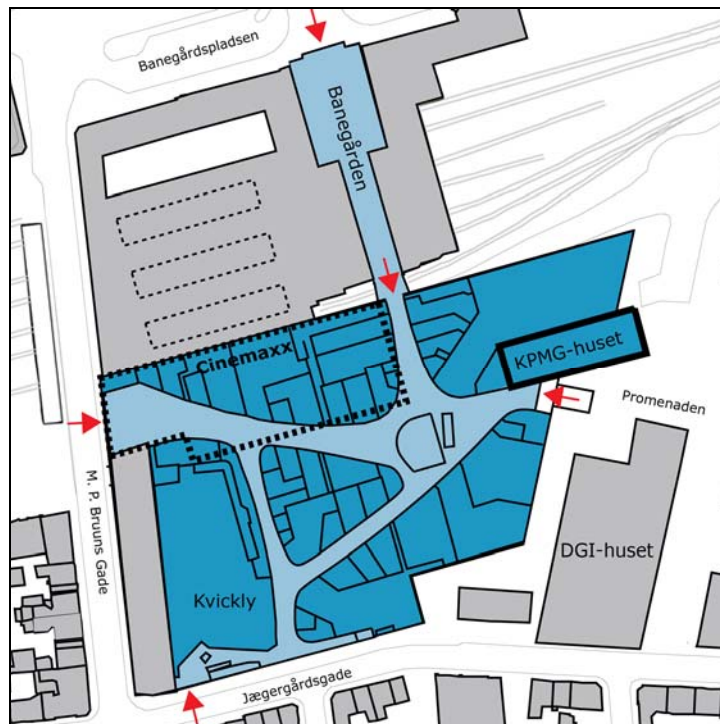
4. Taget bør betragtes som en femte facade, og tekniske installationer må minimeres og indgå som del af designet. Overvej, om offentlige eller fælles funktioner kan lokaliseres på taget og udnytte mulighederne for udsigt.
5. Underjordisk parkering bør benyttes og store arealer med overfladeparkering undgås, mens mindre arealer med overfladeparkering kan integreres i design af byrummet. Undgå parkering på taget, hvor den eliminerer brugsmuligheder eller forstyrrer relationen til omgivelserne. Parkeringshuse/-kældre må behandles arkitektonisk.
6. Bygherren er nøglen til et vellykket projekt, og der forudsættes lederskab, vedholdenhed og en klar vision. Designteamet (inklusive landskabsarkitekt og eventuelt kunstner) bør være involveret i planlægningen fra et tidligt tidspunkt. En fasedelt udbygning er at foretrække, og masterplanen bør være fleksibel over tid og detaljeret mht. designkriterier, som kan supplere lokalplanlægningen. Driftsaspektet bør også indgå i projektudviklingen fra et tidligt tidspunkt, og der bør være et samarbejde mellem bygherre og lokale myndigheder, enten i form af et uformelt partnerskab eller i form af et 'town centre management'-samarbejde eller et 'Business Improvement District'.
7. Der bør være enkel og sikker forbindelse mellem projektet og kollektiv transport, og busstoppesteder bør tilrettelægges på fodgængernes og ikke bussernes præmisser.
8. Projektet bør forstærke det eksisterende netværk af offentlige rum ved at forbedre eksisterende rum og tilføje nye. Både ydre og indre rum bør betragtes som en del af helheden og som et bidrag til det samme bymønster, og konsekvenserne for det overordnede bevægelsesmønster bør overvejes tidligt i processen.
9. Funktionsblanding bør tilstræbes; den bør omfatte boliger integreret i det overordnede design, og ikke, for eksempel, et boligårn placeret på toppen af en 'butiksbasis'. Projektet bør også give muligheder for sekundære funktioner, som små butikker, der kan skabe aktivitet på boligernes indgangsniveau og eventuelt også rumme offentlige servicefunktioner.

10. Besøgende og servicearealer bør adskilles, både inde i projektet og i de omgivende byrum. Serviceindkørsler bør ofres særlig opmærksomhed, for eksempel i forhold til indblik.
11. Projektets overordnede arkitektoniske integritet bør sikres; det bør være autentisk, samtidigt og stedsspecifikt. Facader bør ikke imitere variation og forskellighed i historiske miljøer; variation kan introduceres i indgange, vinduesbehandling og ornamentering. Der bør lægges vægt på detaljering og materialer. Kunst i det offentlige rum må ikke være for fremtrædende og kan for eksempel tage form af en overdækning, en bod, brønd, statue eller fontæne.
12. Landskabsarkitektur bør integreres i projektet fra et tidligt tidspunkt, og der bør lægges vægt på, at hvert område bliver unikt, at det forholder sig til et overordnet koncept og bidrager til kvaliteten af det eksisterende bylandskab.

Disse punkter er relevante for alle detailhandelsbaserede byudviklingsprojekter, og dermed også for det integrerede shoppingcenter. I den efterfølgende gennemgang af Bruuns Galleri i Århus, baseres analysen på CABEs punkter, da det er urban design-perspektivet der lægges vægt på i afhandlingens behandling af de udvalgte centre. Det detailhandelsbaserede perspektiv som BCSC repræsenterer, benyttes i en afsluttende diskussion af hvilke aspekter af centret og det omgivende byområde, der afspejler hhv. sammenfald og modsætninger mellem de to agendaer.

Bruuns Galleri i Århus

Bruuns Galleri åbnede i 2003 og rummer 90 butikker fordelt på to etager, herunder et større supermarked. Hele projektet udgør 91.000m², heraf er 29.500 m² butikker og 3.000 m² restaurantareal. Centret rummer endvidere en multiplex-biograf på 6.000 m² (8 sale og 2000 pladser), et højhus i 17 etager på 10.000 m², som rummer revisionsfirmaet KPMG, samt et mindre antal boliger. Endelig er der 20.000 m² overdækket parkering (1.100 biler og 1.200 cykler). Centret knytter sig til hovedbanegården i Århus med direkte indgang fra vandrehallen. Projektet er opført af Steen & Strøm A/S og NCC Danmark A/S og tegnet af og Schmidt, Hammer og Lassen, med Terry Evenden som indretningsarkitekten. Byggesummen var ca. 1 mia. kr. Efter åbningen i 2003 har centret været en kommerciel succes, med en omsætning på ca. 1 milliard og ca. 7 millioner besøgende i 2006 (Petersen, 2007).



Centrets tilblivelse

I 1920'erne blev Banegårdspladsen i Århus hævet for at muliggøre niveaufri passage over jernbanesporene. Dette nye niveau er nu videreført inde i centret, hvilket giver mulighed for at bevæge sig over jernbanen til bydelen Frederiksbjerg mod syd, samt til det nye byområde øst for centret på det areal, som tidligere rummede DSBs Centralværksteder. Arealet, hvor centret er beliggende rummede desuden produktionsbygninger for Aarhus Oliefabrik. I 1996 blev en lokalplan for området vedtaget. Byggeriet blev påbegyndt i 2001, og kommuneplanen fra samme år åbnede, i overensstemmelse med amtsplanen, for en detailhandelsvækst på 65.000m² i det centrale byområde, hvilket skyldtes ønsket om at fastholde Århus City som et regionalt center. Samtidig blev det besluttet, at der ikke skulle gives tilladelse til nye store centre eller udvidelse af eksisterende detailhandelscentre uden for midtbyen (Århus Kommune, 2001). Til trods for, at initiativet til centret kom fra private bygherrer, kan Bruuns Galleri altså ses som et aspekt af den kommunale strategi for udvidelse af detailhandelen i Århus midtby.

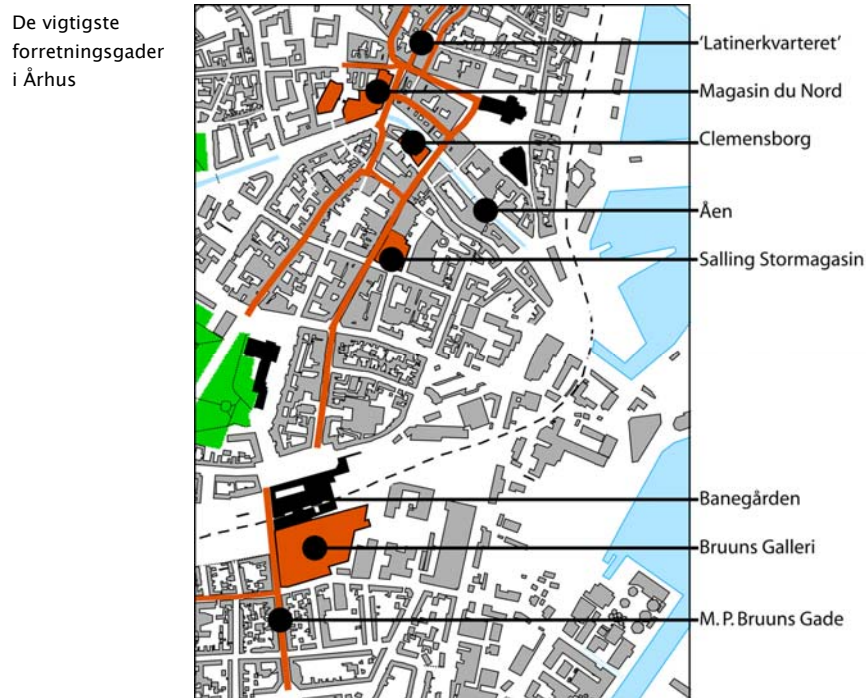
I forbindelse med opførelsen af centret var der en organiseret, offentlig modstand fra beboerne i lokalområdet på Frederiksbjerg, som frygtede de trafikale konsekvenser af et så stort detailhandelsvolumen. Der blev anlagt en midlertidig ankomstvej fra Frederiks Bro via banegraven til centret som aflastning, men den er i dag fjernet igen i forbindelse med etablering af en permanent løsning. Modstanden blev særlig markant, da det i 2002 viste sig, at synlighedsstudierne i VVM-analysen³¹ ikke var korrekte, og at centret var væsentligt mere synligt fra Ryesgade og de centrale byområder end angivet. Til trods for klager fik dette dog ingen konsekvenser for projektet.

Detailhandelen i Århus

Det centrale detailhandelsområde i Århus er lineært organiseret med 'Latinerkvarteret', nord for domkirken, og Magasin i den nordlige ende af Strøget (Søndergade-Ryesgade), og Banegårdspladsen i den sydlige ende. Bruuns Galleri fungerer som et slutpunkt på dette forløb, men samtidig skaber centret en overgang fra Strøget til detailhandelsområdet i M. P. Bruuns Gade og Jægergårdsgade på Frederiksbjerg syd for jernbanen. Det kommercielle område på Frederiksbjerg var tidligere afskåret fra butiksområdet i centrum,

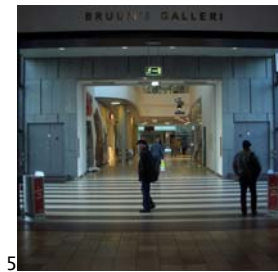
³¹ VVM: Vurderinger af Virkninger på Miljøet.

men Bruuns Galleri har ændret dette forhold til trods for, at indgangen til centret fra Jægergårdsgade er givet væsentlig mindre prioritet i udformningen af centret end de øvrige indgange. M.P. Bruuns Gade har ændret karakter efter centrets åbning, og hvor der tidligere var tale om en butiks-sammensætning, som rettede sig mod lokalområdet, rummer gaden i dag serveringssteder og specialbutikker med særlig fokus på mad, som fungerer som et supplement til det centrale detailhandelsområde (Miljøministeriet, 2006).



Århus adskiller sig fra de mange andre større danske byer ved at have en relativt lille del af detailhandelen i periferien og ved at have en beskedne dækningsgrad på 117 (Miljøministeriet, 2006), hvilket antyder, at der er betydeligt rum for udvidelse af detailhandelskapaciteten og en større regional

tiltrækningskraft³². Mange butikker i midtbyen frygtede nedgang i omsætning som konsekvens af åbningen af Bruuns Galleri, men denne frygt har vist sig ubegrundet. Der har siden 1998 været en vækst i detailhandelsomsætningen i Århus midtby på ca. 42 % (Miljøministeriet, 2006). Bruuns Galleri udgør en væsentlig del af denne vækst, men også den øvrige midtby har oplevet omsætningsopgang. Centret har i sig selv begrænset tiltrækningskraft i forhold til det regionale opland, men fungerer som et tilskud til bymidtens øvrige butiksudbud (Miljøministeriet, 2006). Særlig tiltrækker det mange unge mennesker, som kommer med kollektivtransport til trods for, at intentionen oprindeligt var at tiltrække et oplandspublikum ved at tilbyde gode centrale parkeringsmuligheder. Trafikudviklingen efter åbningen af centret har været mindre end ventet, og overordnet set har trafikvæksten i centrumsområdet været beskeden³³.



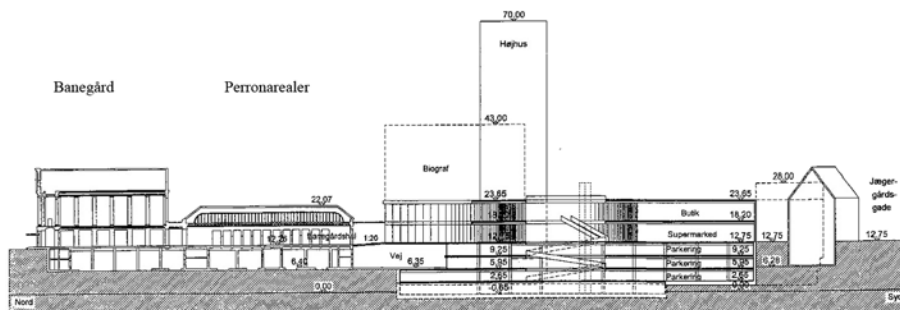
Billedsekvensen viser forbindelsen fra Ryesgade, gennem banegården og ind i Bruuns Galleri

³² Dækningsgrad: forholdet mellem detailhandelens omfang i en by og størrelsen af lokalbefolkningen. Fungerer som en indikator for et detailhandelscentrums regionale tiltrækningskraft. Til sammenligning har Ålborg en dækningsgrad på 140.

³³ Der blev i 2005 vedtaget en ny trafikplan for Århus kommune, som styrker kollektivdækningen af centrum, samtidig som biltrafikken forsøges fastholdt på et forholdsvis lavt niveau. For at styrke kollektivtrafikken foreslås det at flytte rutebilstationen nærmere banegården for at forstærke knudepunktsfunktionen.

Udformning

Centret har fire indgange for fodgængere: fra Bruuns Bro, fra banegårdens vandrehal, fra Jægergårdsgade mod syd og fra det nye byområde omkring Promenaden, som tidligere rummede DSBs Centralværksted. Facaderne langs centrets gader er krumme og følger naturlige ganglinjer mellem indgangene. Der er udstrakt brug af dagslys inde i centret, og perforeringer i dækket mellem butiksetagerne betyder, at dagslys trænger ned til det nederste butiks niveau. Fra det centrale centertorv kan man, via travelatorer, bevæge sig ned i de tre parkeringsetager, som er synlige gennem glaspartier fra centertorvet. Centrets øverste butiksetage rummer tøjbutikker samt indgangen til biografen, og over dette niveau ligger restauranten med udsigt over banegraven, samt biografens lobby. Taget af butiksdelen er landskabeligt udformet og huser en minigolfbane om sommeren. De to store bygningsvolumener, som markerer sig over selve centerbygningen, biografen og KPMG-bygningen, er placeret længst væk fra boligområderne mod syd for at begrænse deres visuelle belastning. Ikke desto mindre blokerer KPMG-bygningen i dag blikket nord ad St. St. Blichers Gade, og også H. N. Clausensgade lukkes visuelt af centrets butiksdelen og biografkomplekset.



Vejledende illustration, snit B-B, nord-syd, gennem banegården og lokalplanområdet.

Nord-syd-illustrationssnit (Århus Kommune, 2001)

Bruuns Galleri indgår i et større byudviklingstræk, som strækker sig fra 'færdiggørelsen' af bebyggelsen i den vestlige ende af Banegårdspladsen, via den nye butiksbebyggelse på Bruuns Bro, over centret, til en helt ny bydel på det areal, som tidligere udgjordes af DSBs Centralværksteder. Denne bydel rummer kommunal administration, kontorer, enkelte butikker samt sports-

anlægget i DGI-huset³⁴, og den er knyttet sammen med Frederiksberg ved et antal trapper op til Jægergårdsgade. Den landskabelige behandling af byrummet i den ny bydel søger at fastholde området historie som en identitetsgivende faktor: gamle jernbanehjul og andre elementer indgår i materialeanvendelsen, og de gamle skinneforløb er markeret i belægningen. Bydelen afgrænses mod øst af den resterende del af DSB-værkstedet. Et antal bygninger inden for området er fredede eller bevaringsværdige, herunder den markante administrationsbygning for Centralværkstederne af den kendte arkitekt Povl Baumann, samt vognrevisions-værkstedet, som i dag er ombygget til sportsanlæg.

Lokalplanen fastlægger, at centret ikke må have lukkede facader mod Jægergårdsgade samt, at facaden skal formgives, så den tilnærmer sig kontekstens skala. Centrets har en homogen beklædning af granit, som går igen på alle facader, og mod Jægergårdsgade giver facaden et begrænset indblik i centret via et glasparti, men den afspejler ikke kontekstens skala. Bil- og servicetrafik sker via Værkmestergade, som følger jernbanetracéen fra havnevejen Spanien mod øst.



Indgang fra Promenaden og den nye bydel



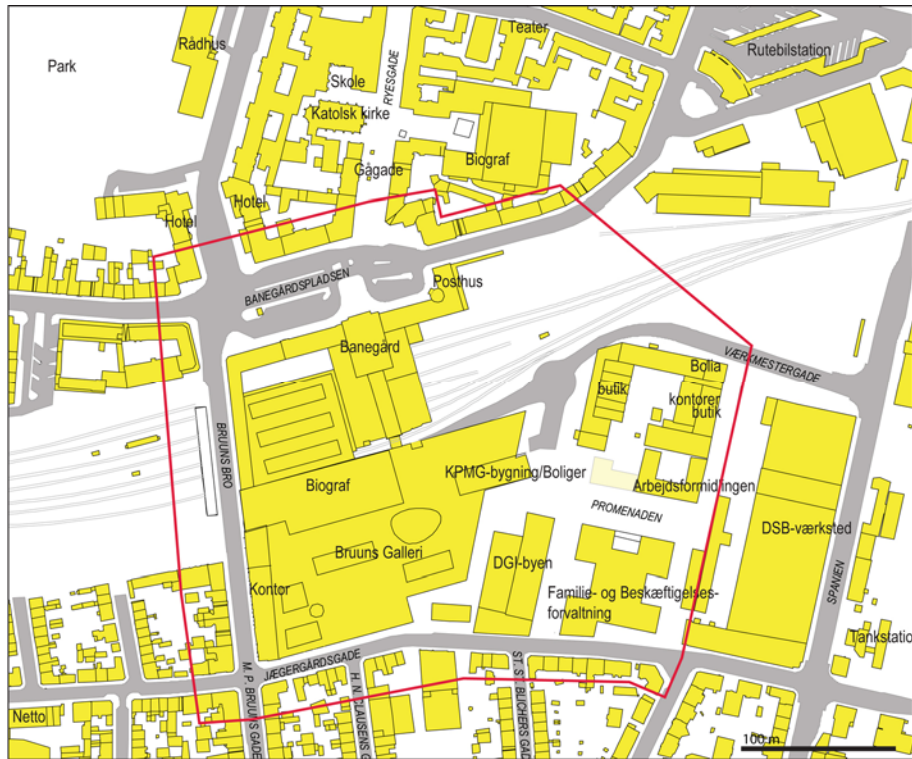
Indgang fra Jægergårdsgade og Frederiksberg



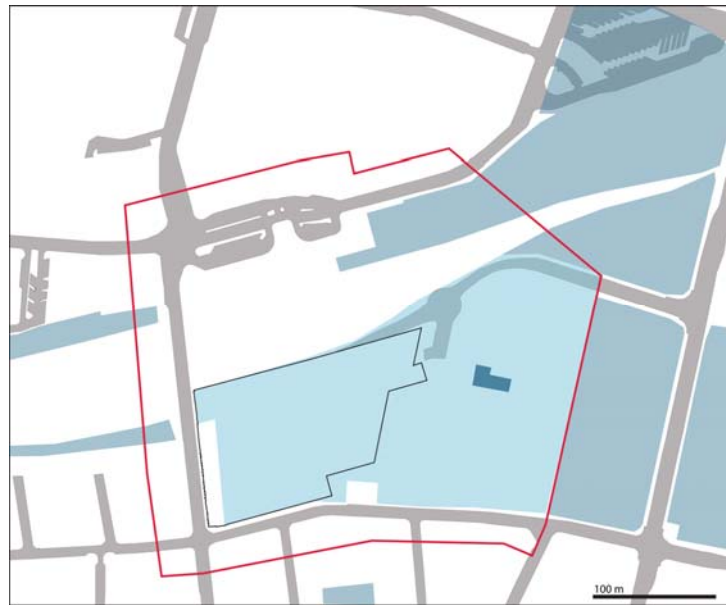
Indgang fra M. P. Bruuns Gade og Bruuns Bro

³⁴ DGI: Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger

Kortlægninger

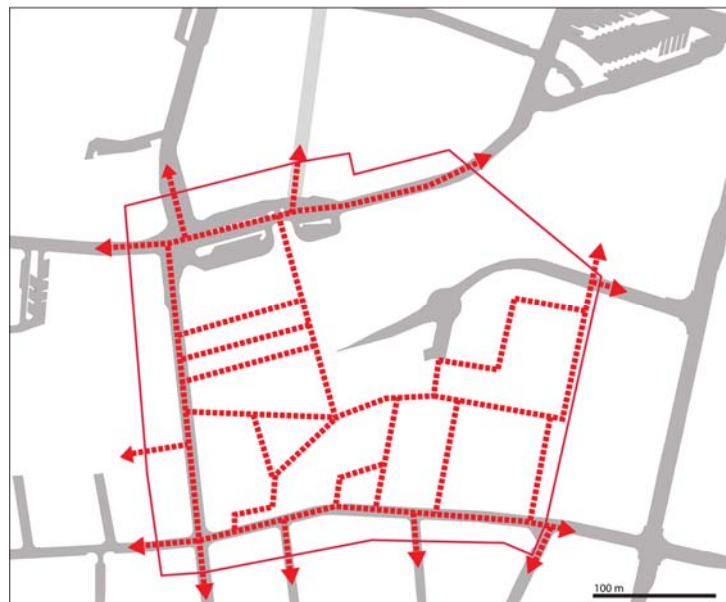


Bruuns Galleri og den umiddelbare kontekst



Transformationsarealer

Området omkring Bruuns Galleri er et tidligere industriareal, som opdelt byen. Der findes stadig transformationspotentialer mod øst.



Bevægelsesmønster

Bruuns Galleri viderefører den væsentligste fodgængerakse i Århus, ad Strøget og Ryesgade og ind i banegården, og skaber derved en supplerende forbindelse over jernbanen og videre til Jægergårdsgade og M. P. Bruuns Gade. Det nye byområde omkring Promenaden er bevægelsesmæssigt integreret med bystrukturen på Frederiksbjerg på en række punkter, men ikke med centrumsområdet mod nord. Centret repræsenterer, ud over Bruuns Bro, den eneste forbindelse mellem de to bydele.



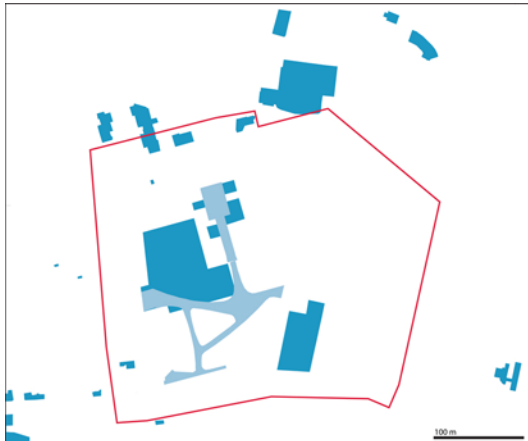
Centret skaber en kontinuitet af butiksgaderne Ryesgade og M.P. Bruuns Gade og Jægergårdsgade, som hidtil har været delvist adskilt af banegraven og Oliefabrikens administrationsbygning.



Tilgængelige funktioner kl. 14

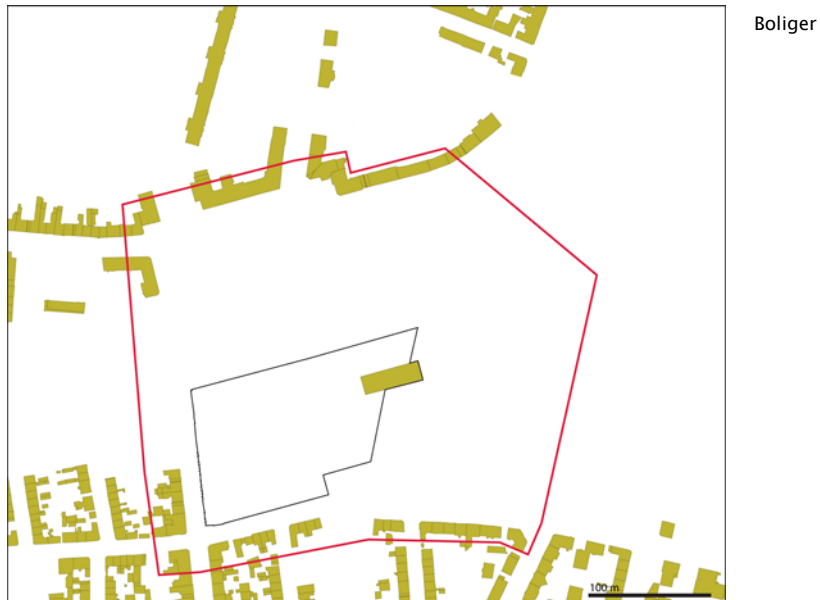


Tilgængelige funktioner kl. 19



Tilgængelige funktioner kl. 21

Butikkerne i Bruuns Galleri har åbent længere end butikkerne i den øvrige midtby, og centergaden, som har åbent til kl. 01.00, knytter om aftenen biografen sammen med banegården, samtidig som den etablerer adgang til DGI-huset, som også har aftenåbent. De aftenåbne aktiviteter og rum i Bruuns Galleri medvirker til at knytte centrum og Strøget/Ryesgade sammen med de aftenåbne serveringssteder i Jægergårdsgade på Frederiksberg.



Bruuns Galleri indeholder kun et meget lille antal boliger, og centrum og Frederiksberg fremstår stadigvæk som helt adskilte boligområder.



Frederiksbjerg har kun overfladeparkering i form af gadeparkering, men baneterrænet er præget af en stor mængde midlertidig overfladeparkering. Omkring Promenaden rummer fodgængerzonen en del parkering, men parkeringskælderen i centret er den eneste parkeringsanlæg af betydning i området, og rummer størstedelen af områdets parkeringspladser.



Offentligt
tilgængelige rum
før åbningen af
Bruuns Galleri



Offentligt
tilgængelige rum
efter åbningen af
Bruuns Galleri

Bruuns Galleri og CABEs kriterier for urban design

En række træk ved Bruuns Galleri er tilsyneladende i god overensstemmelse med CABEs anbefalinger: centret viderefører kontekstens offentlige rum og passager, og binder to bydele på hver side af jernbanen, med hver sit befolkede byrum, sammen ved at etablerer en ny overgang over sporet i form af et attraktivt overdækket rum. Gennemgangsrummet i Bruuns Galleri er ganske vist indendørs, men overdækningen sker i forlængelse af banegårdens vandrehal som allerede er overdækket. Indgangen fra banegården opleves som tærskelfri, og centrets brug af dagslys, i form af ovenlys i centergaderne og store glaspartier ved indgangene er medvirkende til at mindske oplevelsen af overgang fra omgivelserne.

Bruuns Galleri er friholdt for trafik, og det nye byområde omkring Promenaden er udformet som et fodgængerprioriteret, men trafikalt integreret område. Der er begrænset overfladeparkering i området, og centret er godt integreret med offentlig transport i form af tog, mens relationen til både kommunale og regionale busser er mindre veludviklet. Varetransport er helt adskilt fra fodgængerniveauerne og foregår via parkeringsanlægget i banegraven.

Centrets arkitektur er ikke historiserende eller tilnærmet steds-specifik, men den landskabelige behandling af byrummet omkring Promenaden søger at reflektere områdets industrielle historie, blandt andet i detaljeringen som blandt andet består af gamle jernbanereservedele. Centret fremstår som et meget stort volumen, der ganske vist overholder områdets facadelinjer, men som alligevel fremstår med lange monotone facader, der ikke er underdelte, eller på anden måde afspejler den eksisterende boligbebyggelse på Frederiksbjerg eller det resterende centralværkstedsområde. Centret er heller ikke, som CABE anbefaler, relateret til de omgivende byrum ved at aktivere facaden med boliger eller butikker. Topografien er ikke benyttet til at skabe indgang til flere etager, og indgangen fra Promenaden sker via en lang trappe.

Der er et minimum af funktionsintegration i centret, som ud over kontor- og boligårnet kun rummer shoppingcenter-relaterede funktioner: butikker, spisesteder og biograf. De få boliger i årnet er ikke i kontakt med centrets indre; de nås ad en separat indgang. Projektet relaterer sig til de kommunale servicefunktioner omkring Promenaden, men der er dårlige muligheder for sekundære funktioner, både i dette område og i selve centret.

Projektet kan ses som en illustration af et antal af de anbefalinger for godt urban design af detailhandelsbaserede projekter i midtbyen, som CABE stiller op, mens andre af anbefalingerne ikke kan genfindes. Centrets placering, den rumlige og bevægelsesmæssige integration af bydelene og tilkoblingen til kollektivtrafik, aspekter som stemmer overens med CABEs anbefalinger, er blandt de mest vellykkede sider ved projektet fra et urban design-perspektiv, mens de afvisende facader og manglende funktionsintegration er blandt de mest åbenlyse udeladelser.

Bruuns galleri – hvilken agenda?

Denne sag er ikke kun et arkitektonisk, men i lige så høj grad et kommercielt anliggende...

Arkitekt Morten Schmidt (Schmidt Hammer Lassen) om Bruuns Galleri (citeret i Waal, 2002)

Det er muligt at betragte Bruuns Galleri som et resultat af et samspil mellem detailhandelens agenda for udformningen af vellykkede shoppingcentre og arkitekternes og planlægningsapparatets intentioner om godt urban design, som dels har været repræsenteret i designprocessen i form af krav fra myndighederne, dels af de arkitekter som har været involveret i designarbejdet. Et eksempel på dette spil er spørgsmålet om overdækningen af centrets gader: De første skitser til udformningen af området i 1998 viste en åben bystruktur, placeret på en 'base' i flere etager som fyldte banegraven. Denne skitse demonstrerede at en traditionel urban design-agenda i første omgang blev prioriteret, men da Steen & Strøm A/S og indretningsarkitekten, Terry Evenden, kom ind i processen i 1999, blev projektet ændret, så det kom til at bestå af overdækkede gader (Tolbøll, 2004). Overdækning giver mere homogene forhold for lejerne (butikkerne) i forskellige dele af centret og dermed erfaringsmæssigt et maksimalt afkast. Det er derfor en foretrukket model for shoppingcenterudviklerne. Ændringen af designet demonstrerer, hvordan detailhandelens agenda i udformningen af byens rum i dette tilfælde blev afgørende, til trods for modstand fra det politiske og planlægningsmæssige system, i form af daværende miljøminister Svend Aukens personlige involvering i sagen:

Jeg kan huske, at da jeg som minister sammen med min kontorchef tog til Århus og prøvede at overbevise kommunen om, at Bruuns Galleri på banerealerne midt i byen skulle bygges som gadebilleder og huse og ikke som endnu et kæmpestort butikscenter, så sagde stadsdirektøren: "Det vil investorerne ikke bryde sig om!"
(Svend Auken citeret i Waal, 2002)

Det er interessant at notere sig stadsdirektørens udtalelse, der kan ses som et udtryk for at detailhandelens agenda på det tidspunkt blev afgørende. Ønsket om at tilføje detailhandelsarealer til midtbyen for at kunne konkurrere regionalt var meget eksplicit fremhævet som et af de overordnede formål i lokalplanen for området (Århus Kommune, 2001), hvilket har medført en nedprioritering af en mere traditionel bystruktur, som agenterne for urban design-agendaen ville have foretrukket. Bruuns Galleri er altså ikke først og fremmest udformet ud fra urban design-principper, men snarere ud fra detailhandelsudviklernes urbane agenda, og peger dermed på et afgørende forhold omkring design-prioriteringer i en detailhandelsbaseret byudvikling.

En tilsvarende prioritering kan aflæses i tilladelsen til at bygge højhuset, som ellers er et relativt ukendt fænomen i Århus midtby, for at øge shoppingcentrets synlighed i bybilledet. Interessant nok henviser lokalplanen til behovet for en visuel markering af den nye bydel. Ønsket om en visuel markering knytter sig til en konceptuel tradition indenfor urban design, som er inspireret af Kevin Lynch, og betragter byen som et mentalt landskab af mentale markører og rumlige betydninger³⁵. Lokalplanens understregning af behovet for en mental markør knyttet til Bruuns Galleri afspejler dog også detailhandelens urbane agenda, der påpeger behovet for synlighed i bylandskabet af profithensyn.

³⁵ Særlig vigtig for udviklingen af urban design var Kevin Lynchs *The Image of the City*, som søgte at beskrive byen som et mentalt system, bestående af prototyper i form af *paths, districts, edges, nodes* og *landmarks*. Bogen var et opgør med den fremherskende modernistiske planlægning og af dens manglende evne til at styre den uhæmmede byspredning, som fandt sted i USA i 50'erne, som resultat af velfærdsstigning, nationale energipolitikker, subsidier til motorvejsbygning og en meget effektiv ejendomsudviklerbranche. (LYNCH, K. (1960) *The image of the city*, Cambridge, Mass., M.I.T. Press.)

... it is important for each ...[shopping center] to have a main gathering spot or a town square, the "corner of Main and Main."
(Barr og Jerde Partnership International, 2004: 146)

Bruuns Galleri er udformet omkring et indre centralt torv, hvilket kan forstås som et udslag af et ønske om at etablere et mentalt 'centralt sted', eller en 'node' i et Kevin Lynch-inspireret mentalt bykort³⁶. Man kunne tro, at det vigtigste offentlige rum i området var Banegårdspladsen eller eventuelt det nye byrum, Promenaden, men det har været væsentligt for bygherrerne at centret i sig selv opfattes som et 'centralt sted'. Centralitet er et træk ved enklaven, og centrets bastante facader, de indadvendte butikker og de overgange, som centrets indgange repræsenterer, understøtter denne karakter.

Samtidig med at Bruuns Galleri har en indelukket, enklaveagtig karakter, leverer centret som nævnt en gangforbindelse mellem to bydele. Dette er blandt andet et resultat af krav fra myndighederne, som insisterede på indgang fra Jægergårdsgade (Århus Kommune, 2001), hvilket er et udslag af urban design-agendaen, som lægger vægt på at nye projekter understøtter overordnede strukturer af offentlige rum.

Centrets tilknytning til banegården var oprindeligt ikke en prioriteret faktor for bygherren, da centret sås som en regional detailhandelsattraktor, der var baseret på privatbilisme. Det har dog vist sig, at Bruuns Galleri ikke i nævneværdig grad i sig selv tiltrækker kunder fra et regionalt opland (Miljøministeriet, 2006), og at Strøget stadig er den egentlige regionale attraktion i midtbyen. Centrets placering ved banegården giver imidlertid det maximale 'footfall'³⁷ i Århus, og man kan argumentere for, at sammenkoblingen af infrastrukturelle knudepunkter og shoppingcentre resulterer i nye offentlige rum eller domæner, som får deres offentlige karakter ved at være befolkede af mange mennesker med forskellige agendaer (Hajer, 1999). Koblingen af Bruuns Galleri og banegården er knyttet til urban design-agendaen, som handler om at etablere offentlige rum og domæner, mens koblingen fra detailhandelens perspektiv først og fremmest er interessant, fordi den har vist sig at give et højt footfall.

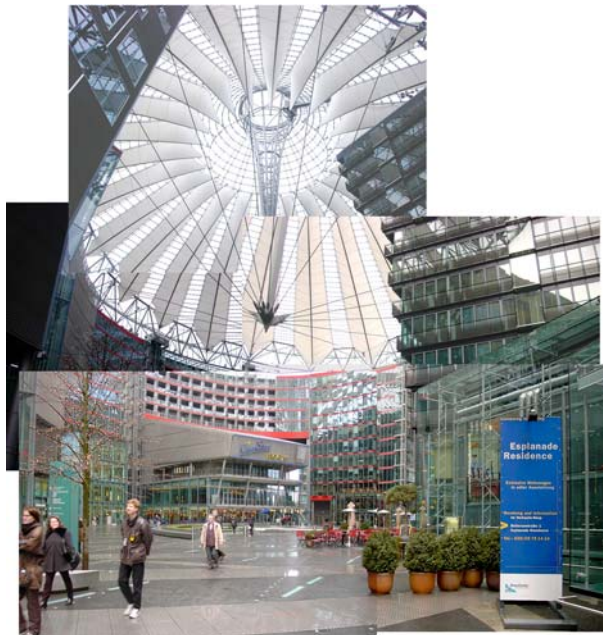
³⁶ Lynch udviklede konceptuelle læsninger af bylandskabet, bestående af *paths, districts, edges, nodes og landmarks* Ibid.

³⁷ Begrebet 'footfall' benyttes om antallet af besøgende i en butik, et shoppingcenter eller et byområde. Benyttes også om antallet af tilfældige forbigående.

Til trods for at centret er beliggende i midtbyen, som har en stor diversitet af programmer, rummer det kun i minimal grad andre funktioner end butikker og supplerende funktioner i form af underholdning og serveringssteder. Højhuset var oprindeligt planlagt som et hotel, men da der ikke var interesse for at købe det, blev det i stedet udformet som en kontorbygning med et lille antal boliger i toppen. Lokalplanen affærdiger, mærkelig nok, muligheden af boliger langs Jægergårdsgade, hvilket, ifølge CABEs anbefalinger, kunne have gjort centrets facade langt mere imødekommende. Herved reflekterer centrets udformning detailhandelens traditionelle agenda, hvor andre programmer undgås, da de ofte har helt andre afkast-horisonter og vil forudsætte mere ufleksible lejevilkår og rumligheder. De kan også medføre potentielle konflikter, som kan få uheldige konsekvenser for de øvrige lejere, og dermed gøre centret mindre attraktivt som lokaliseringsalternativ for butikkerne. Butikker har en interesse i at indgå i et forudsigeligt, professionelt styret miljø, som forstår og adresserer deres behov og hele tiden arbejder for at optimere centrets samlede tiltrækningskraft. De forholder sig derfor ofte til de standardiserede og forudsigelige modeller, som shoppingcentre tilbyder, hvor der lægges stor vægt på drift af de offentlige rum og fleksibilitet i udlejningsmønstrene, og hvor der til enhver tid arbejdes på at øge omsætning og afkast. Shoppingcentrenes og detailhandelens iboende tendens til at søge homogene og afgrænsede miljøer kan medføre en skævvridning i forhold til de omgivende byrum, som kan komme til at fremstå mindre attraktive. Her ligger altså en udfordring til politikere og planlægningsmyndigheder om at forstå mekanismerne omkring detailhandel og shoppingcentre, og ikke automatisk gå ud fra at byens centrale steder er de, som er offentligt ejede og administrerede.

5. SHOPPINGCENTRET SOM BYRUM

Sony Center, passagen og 'the armature'



We realized that the shopping center was the last place left where the American communal life existed. Retail centers are created for everybody. They speak the language of the populace. Malls remained the de facto meeting places for citizens living and working in endless suburban sprawl. But the retail industry had focused on function rationality... We believe the shopping center should again be an urban experience, a communal setting that renewed a public life of richness and complexity that was denied in the suburban version.
(Jon Jerde, 1999)

Our projects use the shoppingcenter as a catalyst - drawing a crowd of people, who, once there, experience a stimulating environment to connect and share with those around them.
(Jon Jerde, 1999)

Sony Center i Berlin er et fremtrædende eksempel på et privat produceret offentligt rum. Det er ikke et dansk center som de øvrige, der behandles i afhandlingen, men er unikt i sin spektakulære udformning af et offentligt rum, i tæt tilknytning til traditionelle omgivende byrum. Sony Center er også unikt i kraft af det faktum, at projektet der reflekterer detailhandelens urban agenda, til forskel fra de øvrige centre der er behandlet i afhandlingen, nærmest slet ikke indeholder shopping.

Centrets centralrum følger sig til Potsdamer Platz' traditionelle og symboladede offentlige rum. Det var det centrale byrum i førkrigs-Berlin, men var aldrig en granitbelagte *piazza*, eller et formelt repræsentativt byrum. Det var snarere et sted for de kommercielle kræfters farvestrålende manifestationer, der sammen med trafik og det myldrende menneskeliv³⁸ var ophav til det kakofoniske, metropole offentlige liv, der blandt er beskrevet af Georg Simmel (1903). Potsdamer Platz blev totalt udslettet under Anden Verdenskrig, og yderligere udrenset i forbindelse med bygningen af Berlinmuren, samt planlægningen af *Kulturforum*³⁹ på den vestlige side, der ignorerede den historiske bystruktur.

Gennemgangen og diskussionen af Sony Center tager blandt andet udgangspunkt i den amerikanske arkitekt Jon Jerde, og hans tegnestue *Jerde Partnership International* (JPI), der siden 1977 har arbejdet med udviklingen af bymiljøer og offentlige rum med shopping og underholdning som bærende programmer. Et andet udgangspunkt for diskussionen udgøres af Johann Friedrich Geist, der i sit værk om passager og arkader, fastlægger bygnings-typens typologiske kendetegn der blandt andet omfatter forhold til den omgivende bystruktur. Bogen rummer desuden en historisk gennemgang af passagens udvikling, herunder en relevant diskussion af passagens tidlige udvikling som et offentligt rum i politisk og social forstand.

³⁸ Verdens første automatiske trafiksignal blev installeret på Potsdamer Platz.

³⁹ Kulturforum blev opført i Tiergarten-delen af Vestberlin, tæt på zonegrænsen som en manifestation af det moderne kulturelle og demokratiske Tyskland og var baseret på en plan af Hans Scharoun, der også opførte Staatsbibliothek og Philharmonie. Komplekset omfatter flere museer, blandt andet Mies van der Rohe's Neue Nationalgalerie

Jon Jerde

Jerdes og JPIs fokus på genereringen af nye offentlige rum i byen hænger blandt andet sammen med de forladte og degenererede midtbyer i mange amerikanske byer og forklarer den særlige interesse i menneskeintensive programmer. Tegnestuen har udført projekter over store dele af verden bl.a. i Fjernøsten og Europa, men det primære arbejde ligger i det vestlige USA og omfatter blandt andet *Universal CityWalk* i tilknytning til *Universal Studios* i Hollywood, adskillige shoppingcentre samt flere kasinokomplekser i Las Vegas. JPI fik sit gennembrud, da de udarbejdede den overordnede designstrategi for de olympiske lege i Los Angeles 1984. Tegnestuen har således udgangspunkt i det, man kunne kalde en begivenheds-arkitektur, snarere end i en traditionel bygningsarkitektur, og selv anvender tegnestuen heller ikke ordet arkitektur om deres arbejde, men taler i stedet om 'placemaking'.

Jerde Partnership International:



Horton Plaza, San Diego (1985)



Universal CityWalk, Hollywood (1993)



Beursplein, Rotterdam (1996)

JPIs interesse for byen og det offentlige rum betyder, at tegnestuen i sine projekter fokuserer på etableringen af offentligt liv og offentlige rum: "A project is a machine that creates crowds." (Smith, 2000). JPI tager udgangspunkt i mall'ens typologi og opbygning i udformningen af nye bymiljøer, også selv om det ikke er et indkøbscenter, de skal designe. Mall'en er, for Jerde, en model for byen og det sted i den aktuelle amerikanske, kontekst der mange steder kommer tættest på at etablere et eftertragtet offentligt liv.

The armature

Tegnestuens projektarbejde beskriver en strategi, der danner udgangspunkt for arbejdet med at *skabe* den urbane menneskemængde. Denne strategi kalder de 'the armature' og den udgør den 'opskrift', de går frem efter i arbejdet med programmering og arkitektonisk udformning.

Det grundlæggende strukturerende princip i 'the armature' er *attraktion* og *passage*. En mall er bygget op over to eller flere 'anchors', stormagasiner, der med nationale reklamekampagner og stort vareudvalg kan tiltrække kunder fra et regionalt opland. Med minimum to ankre, anbragt så langt som muligt fra hinanden, udspændes et rum, hvori de besøgende passerer frem og tilbage. I denne passage, mall'en, placeres mindre forretninger, som ikke i sig selv ville være i stand til at tiltrække store mængder af kunder, men som supplerer stormagasinerne og samtidig lever af den menneskestrøm, de skaber. Ud over betydningen 'indre, lineær struktur' kan armature også betyde 'ydre skal'. Noget, der adskiller 'the armature' fra den traditionelle mall, er, at 'the armature' har et aktivt forhold til sine omgivelser. Et projekt der er baseret på 'the armature' bliver 'informeret' af sine omgivelser og 'informerer' dem igen gennem sin tilstedeværelse og funktionsmåde. Stephanie Smith definerer den måde, et sådant projekt fungerer på i en bymæssig kontekst, på følgende måde:

An urban magnet [that] will draw a huge number of people to a location, this will affect the project itself, and the surrounding area. People will come in (urban magnet) and the effect flows back out (informing piece)." (Smith, 2000: 55)

'The armature' er transskalær: "We work on large sites that are bigger than a building, yet smaller than a city." (Jerde, 1999). Det er inspireret af mall'en og dens dobbelte kvalitet af både at være bygning og samtidig en hel by(del) med 'gader', 'torve' og 'huse'. Samtidig rækker 'the armature', i modsætning til mall'en, ud over sig selv og reintegreres i en urban kontekst. Endelig søger 'the armature' at løse fremmedgjortheden i den moderne fragmenterede by ved at 'binde' den sammen ved hjælp af nye sociale rum og arkitektur. 'The armature' benytter den tætte urbane metafor til at skabe identitet og oplevelser.

På baggrund af Jon Jerdes egen beskrivelse af 'the armature' i *Visceral Reality* (1999) og Stephanie Smiths beskrivelse af strategien i *The Ten Amendments of Urban Revitalization* (2000) kan der opstilles et antal væsentlige karakteristika ved 'the armature':

'The armature' ...

1. struktureres af et indre, offentligt tilgængeligt, cirkulationsrum.
2. består af geometrisk varierede former, der danner en kompleks rumlig oplevelsesmæssig sekvens, præget af varierede sanseindtryk og diskontinuerede programmerede aktiviteter.
3. har et heterogent udtryk, bygger på en historisk/kulturel gentagelse og genkendelse og kan bestå af forhåndenværende fragmenter af bygninger.
4. forbinder by-fragmenter, spænder over bygnings- og by-skalaen og integrerer landskabelementer og infrastruktur i bygningsmassen.
5. er en katalysator for bymæssig udvikling, der er formet af sine omgivelser og former disse igen.
6. benytter mangfoldigheden og rytmen i den tætte urbane oplevelse som attraktion på en urban skala og skaber menneskemængder vha. shopping og underholdningsprogrammer.
7. udvikler og ændrer sin programatiske sammensætning over tid.
8. blander offentlige og private funktioner og etablerer overordnet identitet for en mangfoldighed af programmer.
9. er kommercielt afhængig af sine offentlige rums popularitet og er et eksempel på, at den private sektor udvikler offentlige rum.

Jerdes anvendelse af begrebet 'armature' knytter både an til gades historiske rolle mht. detailhandel og til det moderne shoppingcenters første inkarnation, passagen. Ifølge Johann Friedrich Geist kan passagen nemlig forstås som et udtryk for et behov for nye sociale rum, der var et resultat af opkomsten af det borgerlige samfund i 1700-tallets Paris.

Passagen

Passagen – ein Bautyp des 19. Jahrhunderts (Geist, 1969) rummer en gennemgang af over 300 passager. Desuden rummer den en diskussion af de tekniske og samfundsmæssige omstændigheder, der dannede udgangspunktet for passagens tilblivelse, samt de udviklinger i byens sociale, infrastrukturelle og økonomiske system, der i slutningen af det 19. århundrede igen fører til dens forsvinden som bygningstype.



Palais Royal, Paris (1629+1786–90)



Galerie Véro-Dodat, Paris (1826)

Passagens opståen er ifølge Geist knyttet til opkomsten af det borgerlige samfund i slutningen af 1700-tallet i Paris. Geist peger på *Palais Royal* i Paris, som i 1786–1790 blev ombygget til underholdnings- og indkøbssted af ejeren Duc d'Orléans, som det første offentligt tilgængelige rum, der var isoleret fra gadens forstyrrende og farlige trafik. Passagerne var privatejede enklaver, som unddrog sig enevældig politisk kontrol, og Geist peger på tre vigtige aspekter af passagens fødsel: Som kommercielt rum var den knyttet til borgerskabets stigende økonomiske formåen. Den var stedet for borgerlig (demokratisk) politisk handling og samtidig det borgerlige samfunds nye sociale rum, et rum for underholdning og shopping. Passagen har således nok et kommercielt udgangspunkt, men har en langt videre betydning for bylivet. Ifølge Geist var det ikke tilstrækkeligt for passagernes succes at tilbyde varer; de måtte også tilbyde noget andet for at tiltrække den nye borgerlige elite. Det, der sikrede passagens succes som kommerciel attraktion, var forløberen for det, vi i dag kender som 'det offentlige rum'.

By 1830 the arcade was complete; all its parts were fully developed. Longitudinal space, central space, frontal house, inner and exterior facades, continuous glass vault, and glass dome were established as the characteristics of a building type which itself became an indispensable means of opening up public space. Appearing in cities other than London and Paris, the arcade became a symbol of cultural modernity. It was no longer a part of the private sphere of speculation but was integrated into the larger interests of urban life.⁴⁰

(Geist, 1983: 70)

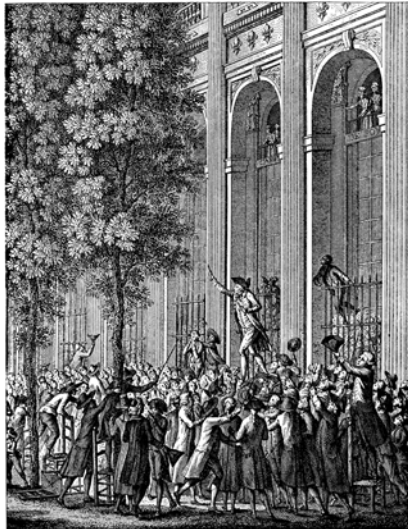
Passagen blev, sammen med det senere introducerede fortov, fejret som en måde at gøre byen tilgængelig. Geist antyder, at passagens første nedgangstid skyldtes Baron Haussmanns⁴¹ etablering af kloakker, boulevarder og fortove, der gjorde byen som helhed tilgængelig, og skabte det offentlige gaderum, som vi kender i dag. Geist skriver om de passager, der blev konstrueret i Paris under glansperioden i perioden 1840—1860: "Many of these arcades had poorly chosen locations. If they did not serve any real function in regulating traffic, their success lasted only as long as the arcade was fashion." (Geist, 1983: 70). Han peger dog også på muligheden af, at det, der var et pragmatisk udgangspunktet for passagen, den infrastrukturelle forbindelse mellem befærdede byrum, i visse tilfælde kan træde så meget i baggrunden, at det bliver den rumlige kvalitet og det oplevelsesmæssige tilbud, som sammen med butikernes kvalitet udgør passagens primære attraktion.

Afslutningsvis diskuterer Geist muligheden af passagens genkomst som type; han ser en slags strukturel tilbagevenden til passagen i form af

⁴⁰ Det engelske ord *arcade* (oversat til 'arkade') bliver i dansk sammen hæng ofte brugt synonymt med 'passage'. Sammen peger de to ord på forskellige aspekter af typologiens historiske ophav. Passage (fra fransk 'passer') er en gennemgang (gennem gårdsrum) fra en gade til en anden, og arkaden er en 'buegang på søjler el. piller', altså et arkitekturhistorisk element der ifølge Geist også er forgænger til fortovet. Den klassiske arkade gav mulighed for klimabeskyttet detailhandel og er således typologisk en forgænger til den glasoverdækkede passage, der giver mulighed for dobbeltsidet butiksfacade. Begge betegnelser understreger dog denne type af kommercielle rums transitkarakter.

⁴¹ I 1853 blev Baron Georges-Eugène Haussmann udnævnt til 'Præfekt for Seinen' og iværksatte et storstilet byomdannelsesprogram, fokuseret på infrastrukturelle forbedringer.

indre gader, atrier, fodgængerniveauer og glasoverdækkede gågademiljøer, der i mange byer i 60'erne og 70'erne var arkitekturens og planlægningens svar på fremmedgørelsen af fodgængerer i den bildominerede by.



Berthault: Camille Desmoulins oplyder masserne i Palais Royal d. 12. juli 1789



Gravelot: New Exchange, London Royal i 1789

Det er interessant at diskutere, om Sony Center er et udtryk for denne tilbagevenden af et kommercielt baseret socialt og kulturelt rum, og Geists karakteristik af passagen som arkitektonisk form⁴² kan opstilles som et antal kendetegnende faktorer:

⁴² Geist definerer passagen som: "a glass-covered passageway which connects two busy streets and is lined on both sides with shops. Stores, offices, workshops, or dwellings may be located in the upper stories. The arcade is the organizing force of retail trade. It offers public space on private property as well as an easing of traffic congestion, a short cut, protection from the weather, and an area accessible only to pedestrians. These advantages suggest financial success for the renters of the sites and finally for their owners. The arcade is, then, an object of building speculation. Its prosperity depends to a considerable extent on the urban context in which it is located. It can thrive only if it lies in the main commercial district and connects two streets which are equally heavily frequented.

The arcade can be an independent structure built on its own piece of land. The illusory element of the arcade is the space within its confines: an intended exterior is made interior; the facade with exterior architecture is drawn into the enclosed space. The space of the arcade differs from the street only in its glass roof, symmetrical facades, and exclusively pedestrian walkway." (GEIST, J. F. (1983) Arcades, the history of a building type, Cambridge, Mass., MIT Press.)

Passagen...

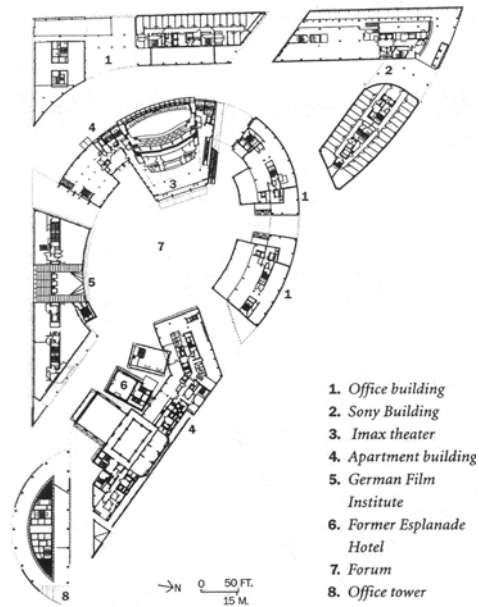
1. er kantet af rækker af enkeltbutikker og kan indeholde butikker, kontorer værksteder og boliger
2. er et offentligt rum på privatejet område og er afhængig af kommerciel succes
3. er udelukkende forbeholdt fodgængere og tilbyder klimabeskyttelse i form af en overdækning
4. ligger i byens primære forretningsområde
5. er afhængig af den bymæssige sammenhæng, den indgår i
6. er en genvej, der forbinder to lige benyttede gader
7. kan være en selvstændig bygning beliggende på egen grund
8. er et uderum, der fungerer som inderum, hvor yderfacaderne er trukket ind og bliver til symmetriske indre facader

Både 'the armature' og passagen angiver forhold mellem detailhandel som program og den fysiske udformning af offentlige rum. Disse kan benyttes i en diskussion af Sony Center i Berlin.

Sony Center



Sony Center



Etageplan

Sony Center ligger på det nordvestlige hjørne af Potsdamer Platz i det centrale Berlin. Efter genforeningen af Tyskland blev Potsdamer Platz igen det naturlige omdrejningspunkt i byen. Den var det fysiske midtpunkt mellem de to 'centre', der havde struktureret Berlin under byens deling: Unter Den Linden og Alexanderplatz i øst og Kurfürstendamm i vest. Området omkring pladsen var næsten totalt ubebygget. De nærmeste naboer var Hans Sharouns Philharmonie og Staatsbibliothek, som begge var placeret og udformet uden tanke på genforening og urban rekonstruktion, og derfor ikke indordnede sig et historisk gadenet. Sammen med pladsens historiske betydning gjorde dens tomme fremtræden det oplagt at lade genopførelsen af Potsdamer Platz være den første store planlægningsmæssige genforeningsgestus. Området blev opdelt i store matrikler og solgt til et antal købere, der blev udvalgt på baggrund af deres synlige *brands* og offentlige identitet. Blandt køberne var Daimler-Benz, der har bygget et stort kompleks på pladsens syd-vestlige side, indeholdende blandt andet et shoppingcenter (Potsdamer Arkaden), og Sony.

Arkitekten bag Sony Center er den amerikansk baserede, tyske arkitekt Helmuth Jahn som vandt konkurrencen⁴³ om komplekset, der stod færdig i 2000. Samlet anlægssum var i alt ca. € 750.000.000. Komplekset rummer Sonys europæiske hovedkvarter, fem restauranter/cafeer, 201 lejligheder, Biograf med 8 sale, I-max, det tyske filminstitut (Filmhaus) samt 'butikkerne' Zoon.com og Sony Style Store, der fungerer som 'showrooms' for Sonys produkter. Mod Potsdamer Platz afsluttes komplekset med et 25 etagers højhus, der danner modstykke til Hans Kolhoffs bygning, der er en del af Daimler-Benz komplekset. De to højhuse danner tilsammen et dramatisk motiv omkring Potsdamer Strasse. Endelig rummer projektet en kælder med 890 parkeringspladser

Hele komplekset er organiseret omkring en 4.000 m² stor overdækket offentlig tilgængelig plads, der giver adgang til 'butikker', biografer og restauranter og giver mulighed for forskellige former for shows og offentlige optrædener. Den spektakulære arkitektoniske overdækning af dette rum udgør centrets primære attraktion. Konstruktionen danner baggrund for pulserende belysninger i aftentimerne, hvilket skaber specielle rumlige oplevelser inde i rummet, samtidig som det medvirker til at tegne komplekset som et markant 'fyrtårn' i den berlinske skyline.

Det indre centralrum nås ad fem indgange fra de omgivende gader og fra det andet indre 'byrum' i kompleksets vestlige del, hvorfra der er indgang til kontorarealerne. Mod nord retter åbningen sig mod Tiergarten og rummer blandt andet en legeplads.

På området overlevede dele af det tidligere luksushotel Esplanade den kolde krig. Resterne af hotellet blev i 1996 flyttet i forbindelse med udvidelsen af Potsdamer Strasse og restaureret i forskellig grad. De indgår i dag i komplekset som restaurant og banketsal, og fungerer som en slags historiske 'remindere' om områdets turbulente historie.

Boligerne er først og fremmest indrettet i tilknytning til det gamle Hotel Esplanade og har indgang fra Bellevue Strasse på kompleksets nordside. Hverken boliger eller kontorer har således primær adgang via centralrummet, der således helt overvejende befolkes af turister og besøgende til restauranter, 'shopping' og underholdningsprogrammer.

⁴³ Øvrige deltagere i konkurrencen var Herman Hertzberger, V.Gerkan, Marg & Partner, Kohn, Pederson, Fox, Walter Arno Noebel, Cesar Pelli og Kevin Roche, John Dinkeloo and Associates



Potsdamer Platz og Sony Center



Fragmenter af Hotel Esplanade er integreret i komplekset

Under Potsdamer Platz er et stort underjordisk trafikknudepunkt blevet opført. Her mødes tunnellagt kørende trafik, såvel S-bahn og U-bahn, såvel som regionale og internationale tog der er på vej til den nye store centrale banegård i Berlin, Lehrter Bahnhof. Sony Center og Potsdamer Arkaden er forbundet med dette nye underjordiske knudepunkt med underjordiske fodgængerforbindelser, der er 'foret' med butikker.

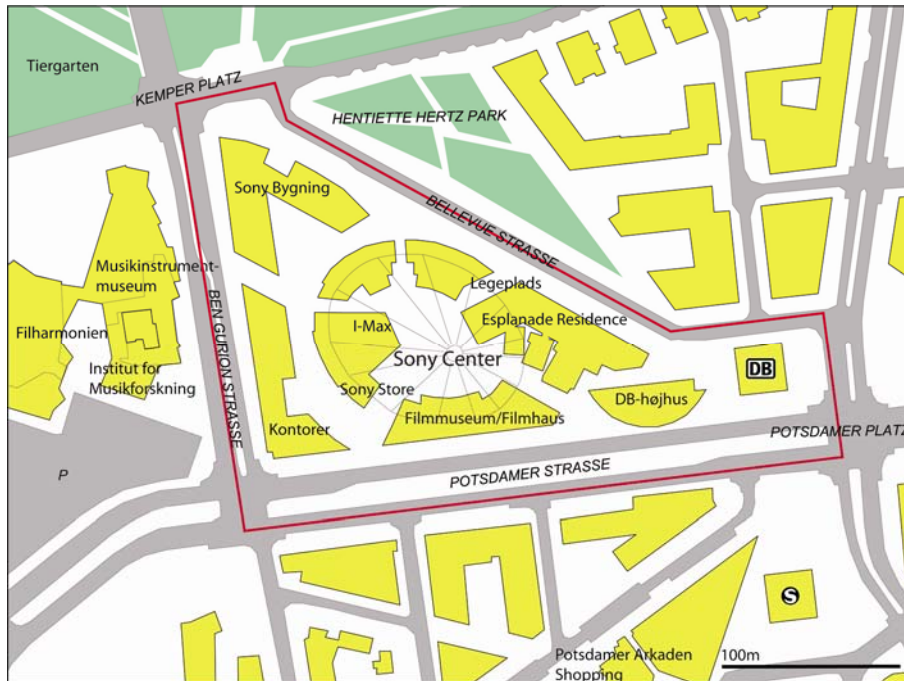


Hovedindgang fra Potsdamer Platz

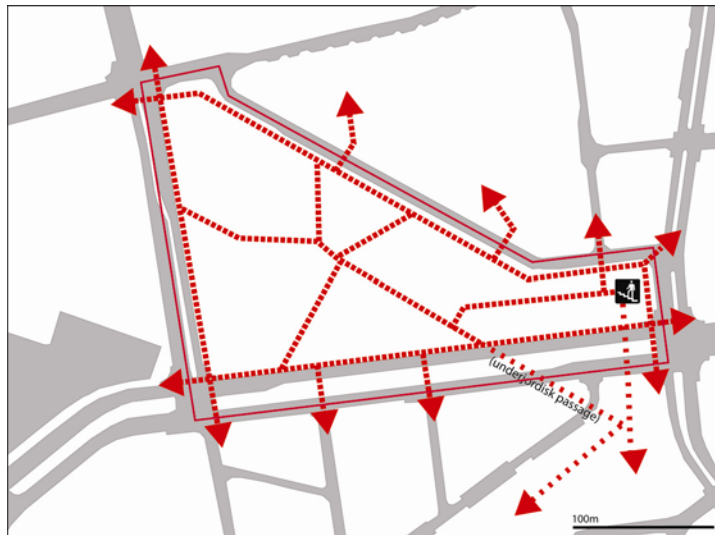


Nedgang til underjordisk *Passarelle*

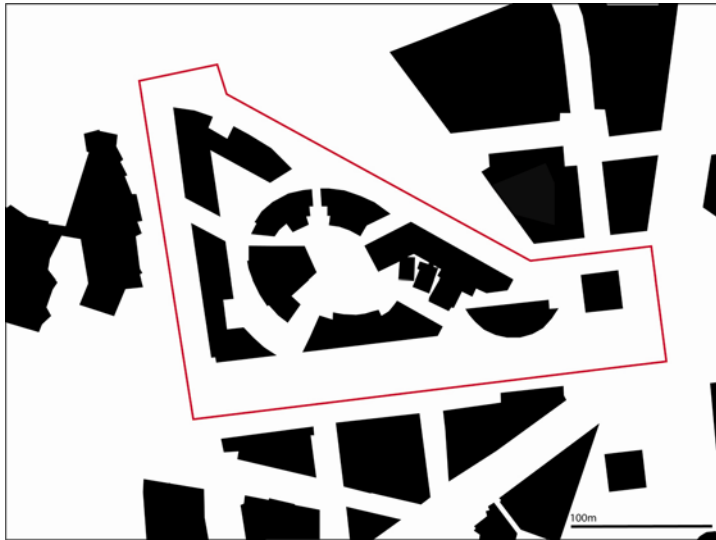
Kortlægninger



Sony Center og de umiddelbare omgivelser



Bevægelses-
mønster



Offentligt
tilgængelige rum

Sony center danner en selvstændig bymæssig enhed, der er gennemtrængelig og giver et stort antal bevægelsesmuligheder på kryds og tværs. Centrets indre rum opleves som adskilt fra omgivelserne.

Sony Center som et nyt offentligt rum

Til trods for, at Sony Center åbenlyst ikke følger Geists typologiske anvisninger, er der alligevel på en række punkter overensstemmelse mellem Sony Center og såvel Geists redegørelse for passagens potentialer, som Jerdes og Smiths beskrivelse af 'the armature'. Sony Center bryder imidlertid med et af de principper, Geist definerer som væsentlige for passagen, nemlig nødvendigheden af at være en forbindelse (genvej) mellem to, helst lige befolkede, gader. Centret leverer ikke genvej til noget og er tværtimod relativt dårligt forbundet med det omgivende byrum. Den underjordiske 'Pasarelle', der forbinder centret med det underjordiske jernbaneknudepunkt, er lille og nærmest usynlig fra centrets centrale rum, og kun den primære adgang fra Potsdamer Platz giver en visuel forbindelse til det indre fra det omgivende byrum.

Sony Center tilbyder en række af de 'friheder' som Geist nævner i sin definition: 'frihed' fra trafik, 'frihed' fra vejr, og det tilbyder også 'frihed' fra 'forstyrrende' elementer som tiggere, opinionsmålere, hundelorte etc. Det centrale rum i Sony Center er offentligt tilgængeligt. Det kan ikke lukkes om aftenen og adskiller sig ikke på den måde fra resten af Potsdamer Platz. Sony Center patruljeres imidlertid af et vagtkorps, noget som kan medføre udskilning af visse bruger- og befolkningsgrupper, men som dog ikke nødvendigvis adskiller rummet fra den virkelighed, man kan opleve i centrale byrum som Potsdamer Platz.

Sony Center er designet til at kunne huse *events*. Der er tale om en potentiel 'urban magnet', og den folkemængde, som centret etablerer, vil konstituere det sociale rum, der ifølge Jerde er målet med hans projekter. Dermed er forudsætningen for etablering af et 'offentligt rum' til stede. Det er oplevelsen af det fortættede (kommercielle) rum, der skaber den offentlige sfære, idet den tiltrækker så mange mennesker, at der opstår en 'kritisk masse' af individer. Herefter opstår et offentligt rum som konsekvens af tæthed og udveksling mellem mennesker og objekter.

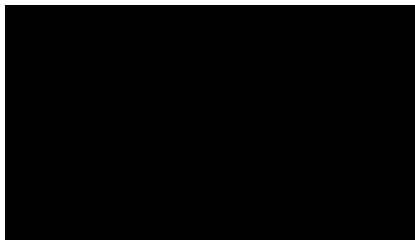
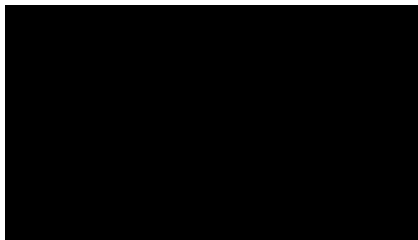


"Butikken" ZOON.COM

Det offentlige rum som konkurrenceparameter

Geist fremhæver, at passagen er afhængig af kommerciel succes. Detailhandelens konkurrencesituation betyder, at butiksmiljøer er kommercielt udsatte, hvilket nødvendiggør en stadig omtænkning og opdatering af former, rum og fremtræden. Definitionen af 'the armature' peger også på nødvendigheden og tilmed ønskværdigheden af en stadig programmatisk og fysisk forandring og opdatering af det detailhandelsbaserede projekt. Geist og Jerde er således enige om nødvendigheden af den kommercielle arkitekturs skiftende fremtræden og karakter. Når det offentlige sociale og politiske rum er et produkt af det kommercielle rum, er det 'offentlige rum' altså også afhængig af kommerciel succes.

Sony Center er udsat for samme fluktuationer i popularitet som både passager og de detailhandelsbaserede projekter baseret på 'the armature', men centret er dog ikke afhængig af en økonomisk succes for sine detailhandelselementer, der snarere fungerer som showrooms end egentlige butikker. Dette peger på, at Sony Center er afhængig af, at det offentlige rum er en succes af en anden årsag. Det offentlige rum skal nemlig fremvise Sony som virksomhed på en urban skala og medvirke til at gøre de udlejede kontorlokaler og luksusboliger mere attraktive, og dermed mere indbringende. Den marketingsmæssige succes i etableringen af varemærket Sony som et urbant ikon hænger sammen med, at det byrum centret etablerer, opfattes som attraktivt og som en urban kvalitet. Den udlejningsmæssige succes af de dyre boliger og kontorer, er afhængig af, at de kan tilbyde en tilføjet værdi - noget andre boliger og kontorer ikke kan tilbyde. I dette tilfælde den nære tilknytning til et centralt, trafikfredeliggjort 'offentligt' byrum, der tilbyder den tætte urbane oplevelse som attraktion og iscenesættelse.



Udsigt fra lejlighederne til det offentlige centralrum

Shoppingcentret som strategi for det offentlige rum

Geist beskæftiger sig i sin definition af passagen med sammenhængen mellem kommercielle strukturer og offentlige rum i en historisk sammenhæng, mens Jerde ser de kommercielle udbygninger som mulighed og redskab for etablering af et nyt offentligt rum i dag. Der er på mange måder overensstemmelse mellem de to definitioner. De beskriver begge, hvorledes det rum, der etableres af detailhandelen, også indebærer noget andet og mere, nemlig et socialt, offentligt rum. Jerde fremhæver det sociale rum som et af målene for sit arbejde med fysiske detailhandelsstrukturer og andre menneskeintensive programmer. Geist beskriver det politiske og sociale aspekt i passagens historiske opståen, som det sted, hvor et offentligt rum opstod i 1700-tallets Paris. Han ser dog også passagen som et vigtigt udgangspunkt for et nyt offentligt rum:

The arcade's future does not lie in its fashionable employment as a quotation in an unsuitable context, complete with coarse interior decoration. It can rise above the level of pure consumerism and become a crystallization point of urban life only if it is employed as a formulation of public space which answers pressing human needs; its construction must be based on changed architectural and financial interrelationships.

(Geist, 1983: 82)

Geist har et ambivalent forhold til det kommercielle aspekt af passagen og til den rolle, butikker har i etablering af atmosfære. Han påpeger betydningen af det sociale aspekt af rummet, men ender med en typologisk afgrænsning af passagen som et glasoverdækket rum, hvor det programatiske aspekt ikke er tillagt nævneværdig vægt:

The architects must not only accommodate as many shops as possible within the space of the arcade but also make the traversal of the arcade as pleasant and entertaining as possible. The most essential attractive aspect of the arcade is clearly the continuous glass roof, which protects the interior from inclement weather, making it a preferred place for an undisturbed promenade.
(Geist, 1983: 113)

Definitionen af 'the armature' berører også disse infrastrukturelle og formelle punkter. I forhold til Geists passagedefinition bliver de suppleret med programmatisk overvejelser, der sammen med rumlige virkemidler kan være med til at skabe den fortættede urbane oplevelse. Det er også et væsentligt træk ved *'the armature'*, at denne fortætning af oplevelser har en betydning på urban skala, at den udgør en attraktion og markerer en tydelig forskel på, hvad der er omfattet af den specifikke tætte urbane identitet, og hvad der ligger udenfor.

Ifølge Geist måtte passagerne af kommercielle årsager levere andet end varer for at tiltrække besøgende. Den tiltrækkende magnet, der blev udviklet i passagen, var et socialt rum og, ifølge Geist, i realiteten udgangspunktet for det, vi i dag kender som 'et offentligt rum'. Det offentlige rum er altså her udviklet som en attraktion, og det er denne attraktion, 'the armature' benytter sig af i forsøget på at etablere den 'kritiske masse' af mennesker, som Jerde mener, er nødvendig for at kunne opnå et offentligt liv som udgangspunkt for et offentligt rum.

'The armature' er ikke som passagen afhængig af at ligge i byens kommercielle centrum. Det kan skabe sine egne bymæssigheder, sine egne zoner, hvor befolkningstætheden bliver tilstrækkelig høj til, at den 'sociale centralitet'⁴⁴, der etableres, konkurrerer eller samarbejder med et historisk kommercielt bycentrum. 'The armature' bliver, når der er tale om en vis størrelse, og det er tilstrækkelig tæt programmeret med attraktive menneskeintensive programmer som shopping og underholdning, til en 'urban magnet': "Mobs of people are found where they can consume, and

⁴⁴ Begrebet 'social centralitet' er egentlig lanceret af Henri Lefebvre og er brugt i sammenhæng med diskussionen af shoppingcentrenes offentlige rum af Rob Shields (SHIELDS, R. (Red.) (1992b) *Lifestyle Shopping : The subject of consumption*, London, Routledge.)

where they can be entertained.” (Smith, 2000). Det er i dette potentiale ved ‘the armature’, Jerde ser muligheden for en urban revitalisering. For Jerde er der ikke nogen forskel på en beliggenhed i en historisk bymæssighed eller en historieløs forstadskontekst; historien og identiteten skabes alligevel i projektet.

Med udgangspunkt i de opstillede karakteristika ved passagen og ‘the armature’, kan man hævde, at Sony Centers succes som offentligt rum, og dermed som kommerciel succes er afhængig af dets evne til at være et attraktivt sted at opholde sig og tiltrække besøgende fra hele byen, og dermed generere den menneskemængde og de urbane oplevelser, som er en attraktion i sig selv. Dette understøttes blandt andet af, at centralrummet er overdækket og friholdt for biltrafik, og ved at offentlige og private programmer blandes, samtidig med at centrets ikoniske arkitektur etablerer en overordnet identitet for de forskellige programmer. Endelig tilbyder centrets kommercielt baserede arkitektur ‘shopping’ i form af oplevelsen af at være blandt ting, der kan købes (Lehtonen og Mäenpää, 1997).

Det er i praksis vanskeligt at se forskel på det liv, der foregår inde i centrets rum og i de omkringliggende gader. Tilsyneladende er den største forskel at rummet er overdækket, hvilket interessant nok rimer med Geists primære typologiske kendetegn ved passagen. Den klimatiske overdækning kan virke relativt begrænset i sin betydning, men har antagelig som konsekvens, at der kan foregå udendørs aktiviteter i lidt flere af døgnet timer end i det omkringliggende offentlige byrum, samtidig med at overdækningen muliggør avanceret lyssætning, som iscenesætter rummet om aftenen. Overdækningen har endvidere den rolle, at den etablerer et urbant ikon, og det er etableringen af dette monumentale rum med dets karakteristiske konstruktioner der er det mest succesfulde ved Sony Center. Det etablerer en identitet, der fungerer på bymæssig skala, og et af kriterierne for salget af byggegrunde på Potsdamer Platz var jo netop ideen om, at køberne skulle være alment kendte *brands* og ikke anonyme kapitalkonstruktioner. Denne eksponering af et varemærke i byrummet har blandt andet medført, at Sony tilbyder noget, der ligger ud over det umiddelbart kommercielle: et offentligt rum.

Ifølge Geist havde passagen, til trods for, at det i udgangspunktet var et kommercielt projekt (et objekt for byggespekulation), en rolle i samfundets sociale liv, ikke mindst som en fysisk manifestation af det, vi i dag forstår som det politiske offentlige rum. Også i Jerdes beskrivelse af ‘the amature’

finder vi en ide om det sociale potentiale i projekter af denne størrelse, og ikke mindst den katalytiske rolle en sådan 'idealverden' kan spille i en bymæssig sammenhæng. I begge tilfælde antydes noget *ud over* den kommercielle side af sagen, noget ekstra, nemlig ideen om det offentlige rum som et gode og som et positivt bidrag til samfundet. Hermed lancerer Geist og Jerde hhv. passagen og 'the armature' som utopiske projekter, isolerede ideelle rum, der udtrykker en form for løfte om den 'gode by' eller 'det gode samfund'. Sony Centers centralrum kan ses som et ønske om at etablere en egen indre verden, optimalt programmeret med henblik på underholdning og fornøjelse, som straks kunne træde i karakter i forhold til de fragmenterede omgivelser omkring Potsdamer Platz. Sony Center er ikke et center i nogen funktionel forstand, men 'center' anviser her den identitetsmæssige effekt, sammenstillingen af en masse forskelligartede funktioner under ét (helt konkret og ikonisk udformet) tag kan medføre.

Hverken Geist eller Jerde anser det for væsentligt, om det offentlige rum, er offentligt ejet eller offentligt administreret. Derimod siger de begge, at det, både historisk og aktuelt, ofte er det privatejede kommercielle rum, som er attraktivt nok til at etablere den menneskemængde, der er forudsætningen for et offentligt rum. Sony Center er ikke bygget med detailhandel for øje, men som reklame og firmamanifestation på en bymæssig skala. Men man kan også se Sony Center som et forsøg på at lade en bymæssig udformning ske ved hjælp af principper hentet fra detailhandelsmiljøer og shoppingcentre: overdækning, 'shopping', underholdning, tryghed og identitet er alle temaer, der går igen i Sony Center. Det, centret først og fremmest kopierer, er disse miljøers evne til at tiltrække mennesker over store afstande og etablere et vitalt byliv og et offentligt rum, uden en detailhandel som det vigtigste element: Sony Center er et shoppingcenter uden shopping. Dets offentlige rum er en kommerciel attraktion, og centret er afhængig af dette rums stadige popularitet. Dette gør det til et radikalt anderledes konceptualiseret rum end både det omgivende byrum og det traditionelle shoppingcenter. Netop ved at overskride den begrænsning, der ligger i den rene detailhandelsfunktionalitet, antydes det potentiale, shoppingcentret har med hensyn til etablering af nye attraktive og befolkede byrum.

6. POSITIONER OG PERSPEKTIVER



It may be easy to criticize the misfit between new retail environments and old, especially historic, urban fabric, but there have, frankly, been few alternative planning and investment strategies to draw investment for the new urban core areas. To offer new forms of housing, transit, public places, and even urban districts, architects and planners will have to learn from these commercial environments. In contrast to the critical reception of these urban retail projects and the perceived “suburbanization” of the city, these experiments in citymaking give a new quality to the life of the metropolis and confirm the central place that commerce, the marketplace, and public space play in social and cultural life of the city.

(Alex Wall, 2005: 238)

Consumption, an ambivalent and multi-faced activity, takes on more and more social functions as a form of sociality.

(Rob Shields, 1992a: 111)

Afhandlingen har taget udgangspunkt i den bølge af integrerede centre, som fra omkring 1990 satte sit præg på udviklingen i Nordamerika og Nord-europa, herunder Danmark. Hvor pendulet tidligere havde peget ud af byen, mod eksternt beliggende shoppingcentre og sekundære 'bymidter' som City 2 udenfor København eller City Vest i Århus, var det nu svinget tilbage mod bycentrene. Radikale økonomiske og erhvervmæssige forandringer har gjort, at traditionel industri er flyttet ud af byerne, at transportsystemer er blevet effektiviseret og komprimeret, og at byerne står tilbage med store tilgængelige transformationsarealer. Samtidig er der sket en kraftig reduktion i den miljømæssige belastning, som transport og industri udgjorde. I de fleste byer opgraderes og moderniseres den kollektive trafik som modtræk til den miljømæssige belastning fra den udbredte privatbilisme og den spredte bosætning i udstrakte forstadsområder. Disse forhold bidrager, blandt andre, til at gøre centrale byområder attraktive som boligalternativ for stadig større grupper af befolkningen.

Det integrerede shoppingcenter kan både ses som et udslag af og bidrager til denne urbaniseringstendens og er i god overensstemmelse med de intentioner, som karakteriserer den fremherskende urban design-tænkning i det politiske og planlægningsmæssige miljø.

Det integrerede shoppingcenters potentialer

Integrerede shoppingcentre kan medvirke til at etablere forbindelser mellem dele af byen, der er adskilt af infrastrukturelle, topografiske eller andre afstandsskabende elementer. De kan 'absorbere' infrastruktur og parkeringsarealer og etablere nye attraktive og trygge offentlige rum. For at være attraktive må de være nært sammenflettet med servicearealer og kørende trafik, samtidig med at disse ikke må udgøre en miljømæssig belastning i form af larm, lugt eller lignende. Dette er nødvendigt for at sikre de prioriterede fodgængerrums integritet, og udformningen af overgangene fra dette rum til service- og transportarealerne må gives særlig prioritet, da muligheden for enkelt at komme til centret med offentlig eller privat transport, og fra transportrummet og ind i centret, er afgørende for shoppingcentrets kommercielle såvel som sociale succes.

Det integrerede shoppingcenter kan ses som et udslag af en urban design-tænkning; det bidrager i en række tilfælde til at udvide bevægelsesmønstre i tilknytning til eksisterende byområder, særlig i form af éndimen-

sionelle rumlige sekvenser, mens laterale, tværgående bevægelser er underprioriteret. Samtidig søger centrene at 'optage' væsentlige forbindelser i byen i sine indre rum og dermed få anledning til at eksponere de mere eller mindre tilfældigt passerende for centrets butikker, et træk, de deler med deres ophav, passagen. SlotsArkaderne er dog et eksempel på, at det er muligt at kombinere en éndimensionel bevægelse med muligheden af en relativt finkornet bevægelsesmæssig integration med omgivelserne, hvorved disse ikke i samme grad bliver negligeret.

Parkering er mange steder den største fragmenterende faktor i centrale byområder; den vanskeliggør etableringen af sammenhængende fodgængervenlige og attraktive byområder. Shoppingcentre antages traditionelt for at være afhængige af en overflod af parkeringspladser, og de tre undersøgte centre rummer alle store integrerede parkeringsløsninger, der giver enkel adgang til shoppingcentret, og hermed undgår man større arealer med overfladeparkering i centrale byområder. Bruuns Galleri og Frederiksberg Centret, som begge ligger i større byer, frigør helt gadeniveauet for parkering og rummer henholdsvis parkering i centrets øverste etage og i en parkeringskælder. Integrerede shoppingcentre er med andre ord i stand til at løse de problemer med sammenblanding af parkering og offentlige rum, der dominerer mange bycentre.

Byområdet omkring Frederiksberg Centret er et eksempel på, at et byrum kan være befolket uden at rumme boliger. Her befolker besøgende til de forskellige funktioner og metrostationen, tilsyneladende byrummet mere effektivt, end et begrænset antal boliger ville have opnået, og der skulle antagelig et ganske betydeligt antal boliger til for at opnå en tilsvarende effekt. Kollektivknodepunkter er i stand til at befolke et byrum på flere af døgnets timer end boliger, men som SlotsArkadernes succes viser, er tilkoblingen til kollektivtransport ikke en absolut nødvendighed for at opnå et vitalt byområde baseret på et integreret shoppingcenter, og i de undersøgte byområder findes store boligområder lige i nærheden.

Studierne af integrerede shoppingcentre viser, at det i praksis ikke er enkelt at se nogen stor forskel på, hvor attraktive indendørs, overdækkede offentlige tilgængelige rum og udendørs offentlige rum er. Den forskel, der kan opleves mellem disse to rumtyper, kan lige så vel være en konsekvens af det faktum, at det overdækkede shoppingcenters butikssammensætning bygger på samlet styring og koordinering, mens butiksblandingen i de åbne, offentlige gaderum oftere er et resultat af enkeltbutikkers rationalitet.

Integrerede shoppingcentre kan spille en væsentlig planlægningsmæssig rolle, noget som SlotsArkaderne har vist. Det har medvirket til at fastholde og udbygge Hillerøds position som detailhandelsdestination i Nordsjælland og har indgået i en opgradering af det centrale byrum, hvilket spiller en rolle for Hillerøds image og tiltrækningsevne overfor turister, tilflyttere og virksomheder. (Re)etableringen af Hillerød som et attraktivt centralt sted kan ses som en modvægt mod andre centrale detailhandels-destinationer i regionen (bl.a. København centrum og Lyngby), som trækker besøgende fra et stadig større opland. I Århus fungerer Bruuns Galleri både som et supplement til det eksisterende detailhandelsområde i midtbyen og som en designet og befolklet overgang til Frederiksbjerg og det nye byområde på de tidligere centralværkstedesarealer. Den eksisterende detailhandel i Århus frygtede lækage til Bruuns Galleri, men i det store hele har centret medført en vækst i hele centrum, og der har ikke været nogen centralisering eller skævvridning af midtbyhandlen at observere. Tværtimod har detailhandelen på Frederiksbjerg tilsyneladende oplevet et opsving ved, via centret, at blive koblet til byens centrale butiksområde. Forstærkning af det centralt beliggende detailhandel synes altså at udgøre et væsentligt modtræk mod fremvækst af en perifer detailhandel, der ofte associeres med uønsket byspredning.

Det integrerede shoppingcenter og urban fragmentering

Samtidig med at de undersøgte centre erstatter tidligere industri og transportfunktioner med attraktive og populære offentlige rum og nye forbindelser, fungerer de dog også på forskellige måder potentielt fragmenterende. De integrerede shoppingcentres manglende funktionsblanding, manglende potentiale for sekundære funktioner, den programmatisk homogenisering af midtbyen, centrenes indadvendte karakter samt deres monopolisering og prioritering af bevægelseslinier mellem privilegerede punkter i konteksten, er alt sammen medvirkende til en oplevelsesmæssig fragmentering af byen.

Mekanismerne bag denne fragmentering kan diskuteres med udgangspunkt i Stephen Graham og Simon Marvins *Splintering Urbanism – Networked infrastructures, technological mobilities and the urban condition* (2001). De hævder, at infrastrukturelle udviklinger ligger bag fragmenteringen, og forbinder dette med en diskussion af det indbyggede modsætningsforhold mellem modernismens totaliserende ideal og selve moderniseringsprocessens iboende fragmenterende karakter⁴⁵. De mener, at den modernistiske transparens og homogene distribution af tilgængelighed og 'services' er blevet erstattet af fragmenterede former, der ikke sikrer ensartet tilgængelighed for alle, og at den aktuelle udvikling er udtryk for "a new urban vision [...] based on sealing, closure, privatism and internalisation

⁴⁵ Graham og Marvin diskuterer begrebet 'det moderne infrastrukturelle ideal' som udtryk for en integration og demokratisering af samfundet og hævder, at dette ideal var en overfortolkning af tidens tekniske og samfundsmæssige tænkning i retning af utopien, snarere end en kritisk forståelse af integrations-potentialet i den aktuelle situation. Idealet blev senere til grundlaget for den utopiske modernisme, og dens "urban visionaries ... Ebenezer Howard (with his garden cities), Frank Lloyd Wright (with his decentralized Broadacre City model), and Le Corbusier (with his Ville Contemporaine)" (2001:64). Faktisk, hævder de, var forestillingen om byen som sammenhængende organisme, samtidig med at byen åbenlyst var fragmenteret, en grundlæggende ambivalens i modernismen, der blev forsøgt tildækket med utopiske og totalitære masterplaner, hvilket ultimativt førte til diskreditering af modernismen. De utopiske modernister så infrastrukturen som redskab til at opnå 'transparens' i byens funktioner, og det 'utopiske' blev oversat til en ide om et sammenhængende, helt og totalt samfund. Rationalet var, at det ugennemskelige ved byens sociale liv kunne designes væk, og det komplekse i byens liv kunne opløses og blotlægges i et sammenfald med dens fysiske struktur. Heri lå udgangspunktet for modernismens 'organ-' eller zone-tænkning. Infrastruktur blev set som cirkulations- og renselsesorganer, og udlægningen af den blev til en slags 'kirurgi', hvor en midlertidig destruktion var forudsætning for en vedvarende stabil helsetilstand. Byen som organisme kunne domesticeres, renses og bringes under kontrol.

rather than on openness and free circulation.” (Graham og Marvin, 2001: 302). Denne proces hænger sammen med den privatisering og liberalisering af de infrastrukturelle netværk, der er foregået de seneste årtier. De kalder processen 'unbundling infrastructure'⁴⁶ og peger på, at der er sket et skift i opmærksomhed fra, hvorledes forbindelser etableres lokalt mellem byens enkelte dele, til, hvorledes enkelte dele i byen står i forhold til en globaliseret omverden og fjernt beliggende, men vigtige knudepunkter. 'Unbundling' foregår samtidig og sammenhængende på et fysisk og et socialt niveau i byen. Divergerende infrastrukturelle systemer 'betjener' udvalgte dele af byen, samtidig med at de undgår de mindre attraktive områder. Herved opløses det grundlæggende princip i de altomfattende nationale infrastrukturelle netværk, der handler om 'cross subsidy' – ideen om, at alle, i alle dele af landet, skulle tilbydes de samme ydelser til den samme pris, uafhængig af hvor meget det reelt kostede at betjene den enkelte.

De tre undersøgte centre har delvist videreført det lukkede og uimødekomende facadeudtryk og den indadvendte karakter, der traditionelt kendetegner shoppingcenterenklaven. Deres indre rum er kun punktvis knyttet til udvalgte befolkede steder i konteksten. Dette forhold afspejler Graham og Marvins teori om 'unbundling', idet centrene søger at etablere privilegerede, lokale infrastrukturer og særligt attraktive forbindelser og enklaver, hvor byrummet og forbindelserne har højere standard end omgivelserne. Disse rum, der er drevet efter privatretlige regler, er mindre inkluderende end det omgivende offentlige byrum og prioriterer shopping, mens de omkringliggende områder henligger som mindre attraktive.

the success and proliferation of interiorised activity, and the fact that its nodes can be placed anywhere as islands whose connective tissue is a sea of formlessness and nothingness, has left the outside amputated, mostly inhabitable, and quite often a space of threat.
(Leong, 1998 citeret i Graham og Marvin, 2001: 261)

⁴⁶ "Unbundling Infrastructure: The process through which standardized and bundled infrastructure is broken apart or segmented technically, organizationally and institutionally into competitive and noncompetitive elements to support infrastructural consumerism." (GRAHAM, S. & MARVIN, S. (2001) *Splintering urbanism : networked infrastructures, technological mobilities and the urban condition*, London, Routledge. s. 430)

Dette fragmenterende træk ved shoppingcentret gør sig også gældende i relation til integrerede centre, der ganske vist ikke fremstår indadvendte som modsvar til en negativt ladet kontekst. De er snarere indadvendte af programmatisk årsager knyttet til shoppingcentrets logik og behov for kontrol og til behovet for at etablere attraktive 'centrale steder' eller nye offentlige rum.

Ingen af butikkerne i de tre centre har indgang fra de omgivende byrum, med lukkede facader til følge, og de skaber dermed både forsider og bagsider i forhold til deres umiddelbare kontekst. Både Frederiksberg Centret og Bruuns Galleri fremstår som store lukkede volumener, mens Slots-Arkaderne delvist 'pakker' centrets bygningsvolumen ind i boliger⁴⁷. Man kan dog hævde, at boligerne i dette tilfælde er for få til virkelig at befolke byrummet og udøve social kontrol, og at 'indpakningen' kun omfatter en del af centret. Centret er i praksis relativt indadvendt.

De undersøgte centre optager i sit indre bevægelseslinjer, som ikke er knyttet til butiksaktiviteten, og 'monopoliserer' dermed strømmen af mennesker på vej til og fra primærfunktioner i konteksten. SlotsArkaderne søger således at lægge beslag på bevægelsen mellem gågaden og det nye kulturelle område ved biblioteket og, ved at etablere et stort parkeringstilbud, at monopolisere adgangen fra parkeringen til den øvrige midtby. Den integrerede parkering i Bruuns Galleri og Frederiksberg Centret fungerer på samme måde, og samtidig er disse to centre knyttet direkte på kollektivknudepunkter og fungerer dermed som kanaler for bevægelsen til og fra disse. Frederiksberg Centret søger desuden at monopolisere bevægelsen til og fra Copenhagen Business School.

Jane Jacobs (1961) hævdede, at vitale byområder forudsatte finkornet funktionsintegration. Blanding af programmer sikrer heterogenitet blandt de besøgende, og byrummets vitale karakter opstår ved, at forskellige mennesker, med forskellige ærinder, er til stede og bruger rummet på forskellige tidspunkter af døgnet. Hendes ide om en finkornet funktionsintegration står i et modsætningsforhold til shoppingcenter-konceptet, der går ud på at reducere den programmatisk kompleksitet inden for et givet territorium og derved reducere antallet af risikofaktorer for lejerne, dvs.

⁴⁷ Hvilket anbefales af CABE (CABE (2004) Town Centre Retail. *Design Reviewed*. Commission for Architecture and the Built Environment.)

butikkerne⁴⁸. To af de tre undersøgte centre rummer ganske vist 'urbane' boliger i den øvre prisklasse, men der er dog begge steder tale om relativt få boliger, som ikke i nævneværdig grad fungerer som 'eyes on the street' (Jacobs, 1992). De er ikke integreret i centrene i den forstand, at de ikke har indgang fra centrenes indre, og kun i SlotsArkaderne har et antal boliger en begrænset udsigt til centergaden. Her er boligerne snarere 'sammenflettet' med, og ligger 'ryg mod ryg' med, centrets indre rum, og har derfor begrænset effekt på oplevelsen af de offentligt tilgængelige arealer.

Det integrerede shoppingcenter medvirker til, at detailhandelen monopoliserer midtbyen, selvom det dog i praksis kan være vanskeligt at se forskel på den blanding af butikker, kontorer og et mindre antal boliger, man finder i henholdsvis de integrerede centre og i de eksisterende gågader. I mindre byer, som Hillerød, medfører det integrerede center en koncentration af detailhandelen, hvorved det 'monopoliserede' område ikke længere omfatter hele gågadestrøget⁴⁹.

Uensartet standard af erhvervslokaler kan være medvirkende til sikre et bredt spektrum af udlejningspriser og dermed et sammensat udvalg af lejere og besøgende i byområdet⁵⁰. Jacobs mente, at primære funktioner (hvilket kan være shoppingcentre) skulle give rum for sekundære funktioner, som kunne benyttes af andre end brugerne af primærfunktionen, og også CABE (2004) peger på, at integrerede shoppingcentre lettere kan glide ind i en eksisterende kontekst ved at give muligheder for sekundærfunktioner. Det er dog i praksis vanskeligt for shoppingcentrene at åbne op for ukendte faktorer i den velafprøvede forretningsmodel som shoppingcentret udgør, og hverken Bruuns Galleri eller Frederiksberg Centret har potentiale til at rumme

⁴⁸ Gruen påpegede selv shopping mall'ens "inability to absorb urban functions which are drawn to the immediate vicinity of centers into the physical context of the center itself." (GRUEN, V. (1973) *Centers for the urban environment; survival of the cities*, New York, Van Nostrand Reinhold Co.)

⁴⁹ I et studie af det integrerede shoppingcenter ("gallerian") i svenske byer påpeger Bosse Bergman, at "Miljön runt gallerian riskerar att dräneras på liv och aktiviteter medan stadslivet flyttar inomhus". Han hævder desuden, at gallerierne ændrer de besøgendes mentale kort over byen og bevægelsesmønstre i midtbyerne, og at de har konsekvenser i form af funktionshomogenisering og koncentration af de centrale detailhandelsområder, på bekostning af andre bydele og den sekundære butikshandel. (BERGMAN, B. (1996) *Gallerian i centrum*. Byggeforskningsrådet.)

⁵⁰ CABE understreger også, at shoppingcentre aktivt bør variere udlejningspriserne, så den resulterende sammensætning af lejere er medvirkende til at give centret en sammensat karakter, hvilket må antages at føre til større heterogenitet af besøgende og ærinder og dermed mulighed for større mangfoldighed og vitalitet i byrummet. (CABE (2004) *Town Centre Retail. Design Reviewed*. Commission for Architecture and the Built Environment.)

sekundære funktioner. SlotsArkaderne er dog sammenflettet med den omkringliggende bystruktur gennem et større antal indgange, som på flere steder giver mulighed for sekundærfunktioner i den tilstødende bystruktur; men også her nås boliger og kontorer fra egne indgange.

Det integrerede shoppingcenter er et nyt offentligt rum

De undersøgte centre medvirker alle til at etablere nye offentlige rum, og Sony Center demonstrerer, at det offentlige rum, der er baseret på detailhandelen som model, kan være helt anderledes konceptualiseret end de traditionelle byrum. Mange teoretikere beskriver den postmoderne, fragmenterede by som et sted, hvor det traditionelle byliv, som Jane Jacobs (1961) beskrev, ikke længere kan finde sted. John Kaliski (1994 refereret i , Graham og Marvin, 2001), hævder, at den ophøjelse af det traditionelle byliv, som hun medvirkede til, har medvirket til at 'fryse' det i en fast motiv, der ikke længere svarer til det omgivende byrum eller et aktuelt byliv. Det er de 'globaliserede' og overvågede halvoffentlige enklaver i den fragmenterede by, der nu tilsyneladende rummer det sociale liv, som de ellers bliver beskyldt for at undertrykke.

Den arkitektuddannede sociolog Rob Shields hævder, at shoppingmiljøerne må forstås som nye offentlige rum, fordi de opleves som befolkede: "The public nature of a site crowded with other people is inescapable and undeniable" (1992a: 103). Ifølge Shields har shoppingmiljøer altid været tiltrækkende. Selv under modernismen blev den totale udrensning af det sociale fra det offentlige rum til hjemmets private sfære aldrig helt gennemført – der var altid steder, der bevarede elementer af et gammeldags uordentligt folkeliv, selvom dette ofte foregik på kommercielle præmisser: Socialiteten overvintrede modernismen i Tivoli (Shields, 1992a), og dagens kommercielle shoppingmiljø indarbejder underholdning som et væsentlige aspekt af en mangfoldig og sammensat shoppingoplevelse. Modernismen reducerede detailhandel til et utilitært forhold, men Shields hævder, at det nutidige detailhandelsmiljø, hvad enten det er shoppingcentret eller den fornyede midtby, i stigende grad indtager rollen som et sted for møde mellem mennesker og for produktion af socialt overskud i byen (1992a). Shoppingcentret er inkarnationen af det postmoderne rum, hvor modstridende og overlejlrede rumlige praksisser 'modbeviser' modernismens rationelle segregering (Shields, 1992c).

Shields peger på de urbane enklaver i form af kommercielle miljøer og shoppingcentre som steder, hvor der udvikles nye sociale praksisser, som til stadighed omgår disse miljøers mere eller mindre åbenlyse restriktioner. Selv det at browse ('bare-se') er en omgang med varenes symbolske værdi, der unddrager sig disse mekanismer (1992a). Shoppingcentrets offentlige

rum er ikke i udgangspunktet et 'neutralt' sted, hvor rationelle individer foretager rationelle (politiske) handlinger, men er snarere en slags hverdagsrum, hvori nye kulturer konstant opfindes, og subjektet kontinuert genopfindes i sit møde med andre og sig selv. Shoppingcentrets offentlige liv betyder, at man som besøgende eller 'kunde' er en del af en menneskemængde. Man optræder dog ikke nødvendigvis som del af en bevidstløs masse, men er, som følge af sin blotte tilstedeværelse, til rådighed for andres betragtning og vurdering. Massen er ikke blot en anonymiserende og homogeniserende mekanisme; den skaber sit eget sociale spil og specifikke identitetsmuligheder for individet. I massen antager subjektet 'masker' i sine skiftende relationer med andre, og disse er ikke blot eksterne 'facader', men indebærer ægte, transformative muligheder for subjektet i mødet med sig selv.

Shields benytter Lefebvres begreb om 'social centralitet' i diskussionen af mallens og shoppingcentrets offentlige rum som steder, der inkarnerer socialitet og kulturel fornyelse i et urbant felt:

The chance meeting of an acquaintance, the tactile but not too physical interaction with a crowd, the sense of presence and social centrality - of something happening beyond the close world of oneself, motivates many who are marginal, alone or simply idle to visit shopping centres as passive observers. Lefebvre (...) calls this the sense of social centrality which characterizes those good public spaces...

(Shields, 1992a: 103)

Social centralitet er et kommercielt succeskriterium for shoppingcentret, og i etableringen af centralitet bliver centret ikke til at skelne fra den 'ægte' by: "While an urban built-environment can be simulated in plaster board and plastic, social centrality only occurs if a space is appropriated as public by people." (Shields, 1992a: 104).

Nøgleordet er altså oplevelsesmæssig intensitet og rumlig, aktivitetsmæssig og programmæssig koncentration, hvilket i relation til diskussionen af integrerede shoppingcentre, kan knyttes til deres varierende grad af indadvendthed eller indelukthed. Rumlig centralitet er nødvendigvis indadvendt og skaber en yderside eller bagside. Det vil sige, at shopping-

enklaven, foruden at udgøre en kritisabel aflukning af en bymæssig kontinuitet, også er forudsætningen for etablering af en genkendelig oplevelse af tæt bymæssighed i den spredte moderne by. Herved etableres den sociale centralitet, der er forudsætningen for et offentligt liv og dermed et offentligt rum.

Dette markante skel mellem detailhandelsområdernes indre (gågader og centergader) og den umiddelbare kontekst, kan på den ene side forstås som udtryk for et behov for at etablere et indre rum, der kan udformes og styres oplevelsesmæssigt på kommercielle præmisser. På den anden side kan det også forstås som et resultat af, at de forudsætninger, der medvirker til at etablere et offentligt vitalt byliv, hvilket detailhandelen er afhængig af, ikke er universelt distribuerede. Et vitalt byliv baseret på shoppingcenterstrategier har, som BCSC (2002) redegør for, mulighed for at opstå i afgrænsede dele af byen, beroende på kundegrundlag og opland, samt afstanden til og størrelsen af konkurrerende tilsvarende områder. At det integrerede shoppingcenter kan fungere som animator af offentlige rum er dermed ikke en løsning, der kan appliceres i alle bymæssige situationer. Den kan kun fungere i specifikke sammenhænge, hvor en kombination af lokale omstændigheder og regionale forhold lægger forholdene til rette. Integrerede shoppingcentre er med andre ord ikke en generelt anvendelig model for rekonfigurering af byen, men derimod en mulig intervention i særlige, afgrænsede, strategiske situationer, hvor infrastrukturen, eksisterende primærprogrammer og offentlige rum er lægger forholdene til rette. I disse situationer kan det integrerede shoppingcenter udgøre en "...wilful concentration which creates a node in a wider landscape of continual dispersion" (Shields, 1992a: 103).

Det offentlige rum spiller potentielt en vigtig rolle i struktureringen af det metropole bylandskab, og de integrerede shoppingcentre giver mulighed for at tænke byudvikling i form af netværk af attraktive, befolkede byrum, som underordner infrastrukturelle netværk. De består af urbane koncentrationer i visse dele af metropolens bylandskab, kontrasteret af mellem-liggende rekreative områder. Midlet til at opnå centralitet eller tiltrækningskraft i disse offentlige rum er en satsning på kvaliteter i bymiljøet, på variation og detaljering, godt design og god arkitektur samt velgennemtænkt urban design af høj kvalitet.

Urban design og en ny urban renæssance

The recent interest in the promotion of urban public spaces can be interpreted as a concern for the reintegration of fragmented cities. It can also be seen as a means of marketing localities. As localities and regions compete in the world economy to attract increasingly mobile capital, they need to create safe and attractive environments for the investors and their employees [...] The return of aesthetics to city planning is therefore seen as a sign of the return of capital to the city (Madanipour, 2003: 146)

I England udarbejdede Urban Task Force under ledelse af Richard Rogers i slutningen af 90'erne hvidbogen *Towards a new Urban Renaissance* (1999), som indeholdt en lang række anbefalinger for en fremtidig satsning på udvikling af eksisterende byområder⁵¹. Baggrunden var den forventede opførelse af fire millioner boliger over en 25-årig periode, og den suburbanisering og de negative konsekvenser for det åbne ubebyggede engelske landskab, som ville blive resultatet. Hvidbogen reflekterer en søgen efter styring i byudviklingen, i en tid, hvor privat initiativ råder, og hvor udviklingen følger den 'mindste modstands vej' og dermed ofte undlader at adressere en række af de problemer, byerne står overfor. Den peger på behovet for at ændre holdningerne til det at bo i byerne, gennem investeringer i miljø, samt fysisk og social infrastruktur og ikke mindst udviklingen af god lokal 'governance'⁵². Særligt fremhæves behovet for urban design af høj kvalitet som et vigtigt redskab i arbejdet med at etablere attraktive offentlige byrum med større tæthed af boliger, som kan tiltrække ressourcestærke beboere. Hvidbogen hævder, at størstedelen af den forventede boligvækst kan foregå på postindustrielle transformationsområder, og at man derved kan modvirke suburbanisering og byspredning. Dette er en bæredygtig løsning, som vil medføre oprensning af forurenede arealer, styrke brugen af kollektiv transport og ikke mindst integrere eksisterende fragmenterede byområder til en velfungerende bystruktur.

⁵¹ Et meget stort antal af anbefalingerne blev inkluderet i regeringens Urban White Paper: DEPARTMENT OF THE ENVIRONMENT TRANSPORT AND THE REGIONS (2000) *Our towns and cities : the future : delivering an urban renaissance*, London, TSO.

⁵² 'Governance': Omfatter blandt andet lokale myndigheders funktionsmåde og accepten af disse i offentligheden

Urban Task Force hævder, at

urban neighbourhoods should be vital, safe and beautiful places to live. This is not just a matter of aesthetics, but of economics. As cities compete with each other to host increasingly footloose international companies, their credentials as attractive, vibrant homes are major selling points. This demands that ever greater significance be given to the design and management of the public realm. Well-designed and maintained public spaces should be at the heart of any community. They are the foundation for public interaction and social integration, and provide the sense of place essential to engender civic pride.

(Urban Task Force og Rogers, 2005)⁵³

De lægger altså overordentlig stor vægt på den rolle udformning og drift af offentlige rum har, og understreger den rolle urban design spiller i den urbane renæssance. Det integrerede shoppingcenter udgør et aspekt af den fremherskende urban design-tænkning, der som følge af interurban konkurrence sætter fokus på forbedring af centrale byrum og områder. Offentlige myndigheder ser sig ofte ikke i stand til at betale for denne opgradering, og man ser derfor mange steder at, udviklere indgår derfor aftaler med lokale myndigheder om finansiering og drift af dele af byrummet, som ellers traditionelt ville have været administreret af byen, mod til gengæld at opnå indrømmelser i forhold til parkeringsrestriktioner, trafikale løsninger eller forskellige andre former for begrænsninger. Udviklerne kan oparbejde centralt beliggende byrum i form af enklaver, som er 'brandede' som detail-handelsdestinationer eller shoppingcentre, på beboernes mentale kort over byregionen, og som ofte har form af historiserende iscenesættelser af kulturhistoriske eller bevaringsværdige bymiljøer. Til trods for tendensen til funktionshomogenisering er integrerede shoppingcentre helt afhængige af at kunne formidle den æstetiske effekt af en reel funktionsblanding (Kaliski, 1999: 93), et behov, der i nogen grad afbalancerer denne tendens.

⁵³ Citatet stammer fra opfølgingsrapporten *Towards a Strong Urban Renaissance*, der seks år efter *Towards a new Urban Renaissance* blev udarbejdet af medlemmer af Urban Task Force. (URBAN TASK FORCE & ROGERS, R. (2005) *Towards a Strong Urban Renaissance*, Urban Task Force.)

Ud over, at shoppingcentrets strategier for 'branding' og iscenesættelse anvendes i udformningen af disse bydele, indgår integrerede shoppingcentre ofte som konkrete elementer i udviklingen. Centrene medvirker til at levere den 'kritiske masse' af butikker, der betyder, at midtbyen igen kan konkurrere med andre byer og perifere shoppingcentre om besøgende og dermed om etablering af det attraktive byliv, der er en forudsætning for social centralitet. Udviklingen af denne type centrale steder eller nye offentlige rum, udgør et væsentligt bidrag til en ønsket urban renæssance. Dette er dette bidrag der er de integrerede shoppingcentres største urbane potentiale.

Afslutning

Der er, som nævnt i afhandlingens begyndelse, et antal udbredte myter eller historier om shoppingcentret (Crawford (2002)). Den første går ud på, at shoppingcentret er en stor ufleksibel kasse, hvis udformning udelukkende er bestemt af investorenes krav om afkast og medfølgende ensartet arkitektonisk kontrol af de besøgende. Den anden går ud på at shoppingcentret grundlæggende er en modsætning til byen og dens liv, og en medvirkende årsag til ukontrolleret spredning af enorme identitetsløse forstadsområder. Den tredje myte ser shoppingcentret som en maskine, der gør sociale og fælles oplevelser til varer og kommercialiserer byens offentlige rum. Hver enkelt af disse historier kan sagtens have noget på sig, men man må, som Margaret Crawford, samtidig sætte tydelige spørgsmålstegn ved dem.

Hvis man ser på shoppingcentrets historie, må man for det første erkende, at der er tale om en forbavsende tilpasningsdygtig størrelse, der på ingen måde er ufleksibel. Shoppingcentret har genopfundet sig selv, tilpasset sig alle mulige kontekster og forandret sig radikalt i takt med ændringer i samfundet og økonomien. Dette ses tydeligt, når man studerer udviklingen af shoppingcentret frem til i dag, hvor det antager et bredt spektrum af former, inklusive det integrerede shoppingcenter, der i visse tilfælde går så langt, at det er umuligt at skelne fra et traditionelt gaderum.

For det andet har shoppingcentret historisk set været et planlægningsmæssigt værktøj med det formål at skabe orden i nye formløse forstæder. Shoppingcentret blev set som en positiv ting, som var i stand til at skabe nye sociale steder i ellers udflydende boligområder – en slags opdateret version af de historiske bycentre, fri for trafik, støj og møg. Denne positive forståelse af shoppingcentret viser sig stadig at være højst aktuel og relevant.

For det tredje har det vist sig at være usædvanligt vanskeligt at forudsige, hvordan shoppingcentret egentligt påvirker de sociale processer. Det er nødvendigt, som Crawford påpeger, ikke at betragte kommercialisering som en ensrettende kontrolmekanisme, men som en kompleks, fragmenteret og tilmed reversibel proces, der i princippet, og også i praksis, kan føre til hel eller delvis afkommercialisering af byrummet og det liv, der udfolder sig her.

Crawford kritiserer den determinisme, som ofte ligger til grund for arkitekturkritikken, og peger på, at shoppingcentret, der ellers forstås som

en velkendt arkitektonisk type og forretningsmodel, langt fra altid får de forudsete konsekvenser. Det integrerede shoppingcenter indgår i tætte by-situationer og kan derfor også fungere på uventede måder: I eksemplet Århus var det således oprindeligt meningen, at centret skulle basere sig på et regionalt opland og først og fremmest udnytte midtbyens urbane kvaliteter som iscenesættelse. I realiteten kom centret imidlertid i højere grad end beregnet til at fungere som et supplement til det eksisterende detailhandelsområde i midtbyen.

Afslutningsvis er der grund til at understrege den store indflydelse, som Jane Jacobs og den postmoderne kritik har haft. Efter Jacobs blev det næsten umuligt at forestille sig et urbant liv og et urbant rum i byens periferi, og hun var ophav til den interesse for det vitale og mangfoldige tætte bymiljø, der lige siden har domineret urban design-tænkningen og fungeret som drivkraft i udviklingen af nye centrale byområder. Jacobs' tro på byrummets sociale betydning, har gjort det muligt at betragte et tilstrækkeligt stort antal mennesker samlet i et tæt bymiljø som en urbanitet. Shoppingcenterudviklerne deler Jacobs' interesse for tætte bymiljøer, og med henvisning til Rob Shields' citat i indledningen af kapitlet, der understreger shoppingmiljøernes stigende sociale rolle, kan man hævde at den tætte urbanitet som de integrerede shoppingcentre udgør, over tid transformerer shopperen til en bybo. Herved bliver shopping og shoppingcentret et planlægningsmæssigt redskab, som i den igangværende bølge af byudvikling og byrumsopdateringer ikke blot skaber arbejdspladser og omsætning, men også transformerer byens og byrummets sociale liv.

Det integrerede shoppingcenter er nemlig ikke bare en økonomisk drivkraft i byudvikling, men kan, som diskussionen af Sony Center har vist, anviser helt nye og højst relevante former for offentlige rum, og derved overskride den begrænsning som detailhandelen udgør. Så selv om en vis distance til detailhandelens motiver er udbredt, og måske tilmed er ønskelig, og selv om integrerede shoppingcentre ofte har uhensigtsmæssige konsekvenser for deres umiddelbare omgivelser, er det dog, som det indledende citat i kapitlet af Alex Wall tilsiger, langt fra sikkert, at der findes noget reelt alternativ til shoppingcentre og konceptualiserede bymiljøer, når det gælder etablering af nye offentlige rum i byen. Og brugen af shoppingcentret, der ofte beskyldes for at være anti-urbant, er en understregning af detailhandelens historiske rolle i etableringen af tætte, oplevelsesrige offentlige rum og urbane centraliteter.

APPENDIX



Shoppingcentrets historie

Shoppingcentret eller 'the regional shopping mall' opstod i Amerika i perioden før og efter anden verdenskrig. Det var ofte designet som centrum i nye forstadsområder, og mange steder har shoppingcentre fungeret på den måde. I slutningen af halvfjerdserne var USA imidlertid 'mættet' med malls (Crawford, 2002), og pludseligt var perifert beliggende shoppingcentre ikke længere en sikker kommerciel succes. De begyndte at lukke, og i visse tilfælde er gamle shoppingcentre ombygget, så de i dag ser ud som traditionelle bycentre med butiks- og bolig-gader. Denne udvikling betyder dog ikke, at shoppingcentre ikke længere bliver bygget, de er blot langt mere specialiserede end tidligere malls og retter sig mod specifikke kundegrupper og produktionsformer: luksus-malls i historisk stil med eksklusive tøj-butikker, underholdnings-malls med biografteater, sportsfaciliteter og restauranter, 'outlet-malls' bestående af billige fabriksudsalg osv.



Festival marketplace: Faneuil Hall/ Quincy Market, Boston, (Chris Wood) Wikipedia.

En anden, nyere type shoppingcenter er 'The Festival marketplace', som fandt sin form i området omkring Faneuil Hall i Boston, der blev omdannet i 1976. Der er tale om centre, der etableres i eksisterende urbane situationer og spiller en rolle i revitalisering af visse områder i byen. De rummer typisk souvenirbutikker og specielle spisesteder og inkluderer også ikke-kommercielle kulturhistoriske elementer som museer, historiske bygninger, gamle træskuder etc. kendetegnende for disse centre er, at de baserer sig på eksisterende historiske urbane elementer, og at de oplevelsesmæssigt kan være vanskelige at skille fra den omgivende by. Enkelte malls går så langt i retning af denne åbning mod byen, at de ikke længere opleves som shoppingcentre af de besøgende, til trods for at de økonomisk og

organisatorisk er organiseret som sådanne. De forsvinder ind i eksisterende by- og forretningsstrukturer og bliver til 'stealth malls' (Crawford, 2002).

The International Council of Shoppingcentre (ICSC), der er en international brancheorganisation for shoppingcentre, kategoriserer shoppingcentre på følgende måde:⁵⁴

Type	Koncept	Etageareal m ²	Grundareal m ²	Ankre	Anker typer	Anker-andel af omsæt.	Opland (60-80% af omsæt)/km
Lokalcenter	Daglig/småindkøb	3-15.000	12-60.000	1	Supermarked	30-50	5
Bycenter	Daglig/div. indkøb	10-35.000	40-160.000	2	Varehus, convenience supermarked, non-food supermarked, byggemarked, discount-tøjforretning	40-60%	5-10
Regional-center	Diverse indkøb, mode (typisk overdækket)	40-80.000	160-400.000	2	Stormagasin, varehus, lavprisvarehus, mode	50-70%	8-24
Super-regional-center	(tilsvarende men større)	80.000 +	240-480.000	3	Stormagasin, varehus, mode	50-70%	8-40
Fashion/Specialty-center	Mode	8-25.000	20-100.000	-	Mode	-	8-24
Power center	Kategorigiganter, få mindre butikker	25-60.000	100-320.000	3	Kategorigigant, byggemarked, varehus, indkøbsforening, tilbudstøjbutik	75-90%	8-16
Underholdningscenter	Leisure, turist-shopping og service	8-25.000	20-80.000	-	Restaurant, underholdning	-	-
Outlet-center	Mærkevare outlet stores	5-40.000	40-200.000	-	'Outlet'-butikker	-	40-120

⁵⁴ Tabellen er oversat af forfatteren (ICSC (2002) Shopping Center Definitions, International Council of Shopping Centers <http://www.icsc.org/srch/about/ShoppingCenterDefini.pdf> [17.12.2002])

Shoppingcentre i Danmark

De første egentlige shoppingcentre i Danmark var 'servicecentrene', der blev etableret i forbindelse med byekspansionen i 1960'erne og 1970'erne. For eksempel blev der i dispositionsplanen for Køge Bugt-båndbyen fra 1966 udlagt 45 centre i 10 nye byområder (Fälling, 2001). Et eksempel på denne type centre er Rødovre Centrum, der, sammen med rådhus og bibliotek, fungerer som 'bymidte' for et større forstadsområde. Andre eksempler er Ballerup Centret, som knytter sig til S-togsstationen og den gamle landsby, Ballerup, eller City Vest i Århus, der indeholder offentlige funktioner som politistation, men også andre servicefunktioner som læger og tandlæger. Disse centre er opført ud fra overordnede planer for distributioner af bycentre, ofte i relation til kollektivudbygning, og skulle fungere som midtbyer for lokalbefolkningen i nye byområder. Forbilleder for disse centre blev hentet i Sverige og England, hvor centre i stor stil blev opført i de nye satellitbyer, der skulle imødekomme efterkrigstidens boligbehov. De nye byområder blev konceptualiseret som aflastningsområder for de historiske bydele, og shoppingcentrene udgjorde, sammen med kulturelle institutioner og jernbanestationen, de nye bymidter. Centrene rummede ofte forskellige typer af offentlige og private servicefunktioner, men var som regel separeret fra produktionsvirksomheder og boliger.

Næste generation af shoppingcentre i Danmark er eksemplificeret ved City 2 i Høje Taastrup fra 1975, som i mange år kæmpede med manglende udlejning og omsætning og et blakket omdømme. Det var et af de første, og absolut det største, af den type shoppingcenter, der er direkte inspireret af den bilbaserede amerikanske regional mall, som var opført på privat initiativ, og lokaliseret i tilknytning til indfaldsveje og ringvejsystemer. Mall'en beskyldes ofte for at være årsagen til de amerikanske midtbyers død, og også i Danmark fik denne type centre en kritisk modtagelse i både fagkredse og offentligheden. Folkelivet i disse centre foregik uden for det der traditionelt betegnes som by ved trafikårer, og centrene blev udformet uden kontekstuelle hensyn. Mens den første generation af storcentre blev betragtet som en nødvendig aflastning af de historiske midtbyer og som små funktionelle bycentre for nye planlagte byer, bidrog den anden generation af shoppingcentre til at skabe den frygt for 'dræning' af handelsaktivitet og liv fra de eksisterende midtbyer, der har været en præmis i den offentlige planlægning fra 1980'erne og frem til i dag.

Shoppingcentrene stod i 2003 for 22 % af den samlede butikssomsætning i Danmark. Dette er et relativt lavt tal sammenlignet med andre lande, for eksempel Sverige, hvor tallet ligger på ca. 35 %, eller USA, hvor der er tale om 50 % (Carstensen, 2004). Af den samlede omsætning i danske shoppingcentre foregår halvdelen i de 17 centre, som er ejet eller administreret af Steen & Strøm Danmark. De havde i 2000 et besøgstal på ca. 70 mio. om året og en årlig omsætning på ca. 10 mia. kr. svarende til ca. 10 % af detailhandelen i Danmark (Madsen, 2000). Storcentret Fields i Ørestaden der åbnede 2004 har overgået alle andre centre og har etableret en helt ny kategori af storcentre.

Institut for Centerplanlægning (ICP) kortlagde i 2003 106 shoppingcentre i Danmark i størrelsesordenen 5-100 butikker (ICP Børsen 2003). Ifølge ICP er der aktuelt op til 400 projekter som omfatter detailhandel under udvikling (Sabroe, 2006). En femtedel af disse ligger ikke i bymidten, men udgør heller ikke eksterne centre. En tredjedel er lokalcentre, 5 % er egentlig eksternt beliggende og kun 5 % er beliggende i bydelscentre (Skov- og Naturstyrelsen, 2006). Antallet af centre der kan kaldes 'integrerede shoppingcentre' er altså stadig relativt lille. Hvis man ser bort fra centre af tidligere generationer, der kunne falde ind under kategorien, og fra centre under en vis størrelsesmæssig bagatel-grænse, vil der med den aktuelle udbygningsbølge være tale om 10-20 centre. Der er dog udsigt til, at der fremover bliver bygget flere integrerede centre, idet der stadig er restriktioner på udbygning af ex-urbane centre og ikke mindst, fordi de integrerede centre af centerudbyggerne opleves som et attraktivt marked.

Det første, og mest kendte, eksempel på et integreret shoppingcenter i Danmark er SlotsArkaderne i Hillerød. Det åbnede i 1992, og de mest slående træk ved dette center er dets postmoderne facadeudtryk, samt de to boligområder, som ligger på taget af centret. Parallelt med udviklingen af nye typer integrerede centre er der i de seneste år gennemført opgraderinger af ældre centre, både fra første og anden generation. Steen & Strøm Danmark A/S har gennemført en udbygning og opdatering af Lyngby Storcenter samt Kolding Storcenter.

Udvalget for Planlægning og Detailhandel (2006a) refererer i sin betænkning undersøgelser der viser, at en række danske byer, blandt andet Kolding og Odense, har oplevet, at etableringen af store centre i byernes periferi har medført svækkelser af de eksisterende bycentre, til trods for at man her har forsøgt at opgradere byrummet og trække de handlende tilbage til centrum.

Samtidig har byer, som har eksterne shoppingcentre, som skalamæssigt konkurrerer med bymidterne, dog samlet været i stand til at tiltrække kunder fra et større opland end byer, som har størstedelen af sin detailhandel i midtbyen. Undersøgelser viser også, at i byer, hvor detailhandelen i centrum er velfungerende, forekommer der en større andel af private investeringer i forbedringer af bymiljøet end i byer, hvor dette ikke er tilfældet. Endelig refererer betænkningen undersøgelser, der viser, at der er mindre butiksnedgang i mindre byer og landsbyer, når handelen koncentrerer sig i centrum af de større byer, end når den udvikles i perifere centre, som trækker kunder fra de mindre byers detailhandel, over langt større afstande.

De udvalgte centre

Bruuns Galleri i Århus, Frederiksberg Centret og SlotsArkaderne i Hillerød, er alle opført inden for de sidste 15 år. De har mellem 48 og 90 butikker og ligger på 8., 14. og 21. pladsen på oversigten over de største shoppingcentre i Danmark. De er dermed de tre største eksempler på nyere integrerede shoppingcentre (baseret på antallet af butikker). Bruuns Galleri og SlotsArkaderne er beliggende i centrumssituationer, i tilknytning til gågade-systemer. Frederiksberg Centret er beliggende ved metrostation og det nye bydelscenter som det centrale Frederiksberg udgør i Københavnsområdet. De tre centre udnytter postindustrielle arealer, og alle tre er knyttet til arealer som tidligere rummede jernbaneaktiviteter. De er trafikalt integrerede i den omgivende kontekst og giver alle adgang for fodgængere, cyklister, bilister samt rejsende med kollektivtransport (SlotsArkaderne i mindre grad). Alle centrene rummer funktioner, som ikke har udgangspunkt i shopping: kontorer, boliger (Bruuns Galleri og SlotsArkaderne), kulturhus (SlotsArkaderne). Frederiksberg Centret rummer servicefunktioner som posthus og DSB-billetsalg.

Større shoppingcentre opført inden for de sidste 15 år i Danmark:

Gallerierne	Hillerød	2006
Fields	København	2004
Bruun's Galleri	Århus	2003
Ro's Torv	Roskilde	2003
Slotscentret	Holbæk	2002
Holbæk Mega Center	Holbæk	2002
Clemensborg	Århus	2002
Fisketorvet	København	2000
Randers Storcenter	Randers	1998
Frederiksberg Centret	Frederiksberg	1996
Nørrebro Bycenter	København	1995
Odense Banegård Center	Odense	1995
Jyllinge butikcenter	Jyllinge	1994
Hovedbanegårdens ShoppingCenter	København	1994
Kolding Storcenter	Kolding	1993
SlotsArkaderne	Hillerød	1992
Silkeborg Torvecenter	Silkeborg	1992

De 25 største centre i Danmark (efter antallet af butikker):

1.	Fields	141 butikker
2.	Fisketorvet	129
3.	Rosengårdcentret	125
4.	Lyngby Storcenter	119
5.	City 2	110
6.	Kolding Storcenter	105
7.	Hundige StorCenter	90
8.	Bruun's Galleri	90
9.	Rødovre Centrum	84
10.	Næstved Storcenter	76
11.	Amager Centret	67
12.	Aalborg Storcenter	65
13.	Ballerup Centeret	64
14.	Frederiksberg Centret	61
15.	City Vest	60
16.	Ishøj Bycenter	58
17.	Glostrup Storcenter	58
18.	Randers Storcenter	54
19.	Ro's Torv	50
20.	Vestsjællands Centret	50
21.	SlotsArkaderne	48
22.	Tarup Center	44
23.	Asnæs Centret	43
24.	Jyllinge butikscener	42
25.	Københavns Lufthavne	41

Fakta om centrene:

	Bruuns Galleri	Frederiksberg Centret	SlotsArkaderne
<i>By</i>	Århus	Frederiksberg	Hillerød
<i>Åbningsår</i>	2003	1996	1992
<i>Bruttoetageareal</i>	91.000 m ²	24.900 m ²	28.400 m ²
<i>Butiksareal</i>	29.500 m ²	20.000 m ²	18.000 m ²
<i>Antal P-pladser</i>	1.100	400	1200
<i>Butikker (incl rest.)</i>	90	61	48
<i>Tidl. anvendelse</i>	DSB-værksted/Industri	Jernbaneterræn	Industri/Jernb.terr.
<i>Rumlige konfiguration</i>	Center	Passage/Center	Passage
<i>Beliggenhed</i>	Centrum/større by	Bydelscenter/storby	Centrum/mindre by
<i>Ankre</i>	1 Supermarked	1 Lavprisvarehus	1 Lavprisvarehus
<i>Butiksniveauer</i>	2	2	2
<i>Niveauer totalt</i>	17	4	3½
<i>Ekstra program</i>	10.000 m ² kontor Boliger	DSB billet salg Kontor Posthus	4.200 m ² kontor 4.500 m ² boliger
<i>Underholdning</i>	Biograf (8 sale)	-	Kulturhus
<i>Kollektivtrafik</i>	Jernbanestation	Metro, busstoppested	Busstoppested
<i>Arkitekt</i>	Schmidt Hammer Lassen, 3xNielsen A/S	KHR Arkitekter	Ulrik Plesner og Dan Wajmann
<i>Ejer</i>	Steen & Strøm Danmark	Danica Pension (66%), Lægernes Pensionskasse (33%)	Danica Pension (Adm: Steen & Strøm Danmark)
<i>Hjemmeside</i>	www.bruunsgalleri.dk	www.frederiksberg- centret.dk	www.SlotsArkaderne .dk

Fakta om Sony Center

<i>By</i>	Berlin
<i>Åbningsår</i>	2000
<i>Bruttoetageareal</i>	132.500 m ²
<i>Butiksareal</i>	8.100 m ²
<i>Antal P-pladser</i>	890 (P-kælder)
<i>Butikker (incl rest.)</i>	2 butikker, 5 restauranter
<i>Tidl anvendelse</i>	-
<i>Rumlig Konfiguration</i>	Indre offentligt rum
<i>Beliggenhed</i>	Centrum/storby
<i>Ankre</i>	Biograf
<i>Butiksniveauer</i>	4
<i>Niveauer totalt</i>	26
<i>Ekstra program</i>	68.000 m ² kontor (fire bygninger), 18.200 m ² boliger (201 lejligheder)
<i>Underholdning</i>	Biograf (8 sale), I-max (2800 sæder), Filmhaus, 17.500 m ² : German Film and Television Academy Berlin, Friends of the German Cinematheque e. V./Arsenal Cinema, German Cinematheque Foundation/Marlene Dietrich Collection
<i>Kollektivtrafik</i>	Potsdamer Platz Jernbanestation
<i>Arkitekt</i>	Helmut Jahn
<i>Ejer</i>	Sony (96%)

Kortlægninger

De tre danske cases kortlægges i forhold til en række rumlige og programatiske forhold, hvilket giver mulighed for at afdække rumlige, infrastrukturelle og brugsmæssige relationer mellem casen og konteksten. Den analyse som kortlægningerne repræsenterer, har som formål at beskrive faktorer i den fysiske udformning og programmering af eksemplerne, der har betydning for centrenes rolle i bysituationen. Der er en lang række rumlige og programatiske faktorer knyttet til integrerede shoppingcentre, der kan kortlægges, og de, som er valgt knytter sig på forskellig måde til den udvalgte teori om shoppingcentre og byudvikling:

Centrets umiddelbare omgivelser – For at undersøge centrets rolle i bysituationen dækker kortlægningen de umiddelbare omgivelser, som har en direkte tilknytning til centret. Kortlægningen omfatter væsentlige funktioner i området, som påvirker brugen af byrummet i relation til centret.

Udnyttede og resterende transformationsarealer – En oversigt over hvilke arealer, der allerede er udbygget og har ændret funktion, og hvilke, der rester og er under udvikling, giver en indikation af områdets identitetsmæssige, integrationsmæssige og økonomiske status i forhold til omgivelserne. Denne kortlægning knytter sig til diskussionen om centrenes rolle i en fysisk fragmenteret bysituation.

Fodgængerforbindelser – Fodgængernes bevægelsesmuligheder gennem området viser, hvor bevægelsesmæssigt integreret centret er i forhold til omgivelserne. Kortlægninger af fodgængerbevægelser er velkendte indenfor urban design og shoppingcenterplanlægning. Jane Jacobs, Victor Gruen samt den fremherskende urban design agenda fremhæver alle væsentligheden af kontinuerede fodgængerforbindelser.

Butikker og butiksindgange – Placering af butikker i området, samt hvilke byrum og indre rum i shoppingcentret, som butikkerne har indgang fra, antyder, hvilke byrum, der er tilstrækkelig befolkede til at 'bære' butikker. Dette aspekt fremhæves særlig af Jane Jacobs, som en vigtig faktor i opnåelsen af vitale byrum, og også Gruen lægger vægt på detailhandelen som

'bærere' af et socialt liv. Jacobs og CABE nævner 'aktive facader', blandt andet i form af butikker, som en forudsætning for befolkede byrum.

Tilgængelige funktioner kl. 14, 19 og 21 – Kortlægningen af åbne og tilgængelige funktioner giver en indikation af brugen af byrummet uden for de traditionelle åbningstider, og i hvilken grad byrummet er aktivt om aftenen og i weekenderne. Spredning af aktiviteter over døgnet fremhæves af Jacobs som en forudsætning for et vitalt byområde.

Boliger – Boligernes antal og placering giver en indikation af, hvordan byrummet befolkes uden for butikkernes åbningstider, og af graden af visuel og funktionel integration af besøgende og beboere. Boliger nævnes som et væsentligt aspekt af det integrerede og vitale byområde af Jacobs, Gruen og CABE.

Parkering – Omfanget af parkering giver en indikation af, hvor 'porøs' bystrukturen er. Store parkeringsarealer virker fragmenterede i forhold til fodgængerens oplevelse af byrummet, mens mindre parkeringsarealer, knyttet til gader og befolkede byrum ofte bidrager til fornemmelsen af, at byrummet er livligt og bruges af forskellige grupper. Victor Gruen lægger stor vægt på tilgængeligheden til bycentret og peger på, at biltrafik og gode muligheder for at parkere er væsentlige aspekter. Samtidig peger både han og CABE på faren for at parkeringsarealer 'fragmenterer' og dominerer byens offentlige rum.

Offentligt tilgængelige rum før og efter åbningen af centret – Kortene viser transformationen af det offentligt tilgængelige byrum i et specifikt byområde som resultat af opførelsen af det integrerede center. Kortlægningen er baseret på Giambattista Nollis kort over Rom fra 1748, som benyttede en figur/grund repræsentation til at vise forholdet mellem private og offentligt tilgængelige rum i byen. Specielt for dette kort er også, at der ikke skelnes mellem det traditionelle byrum, og det offentligt tilgængelige rum i offentlige bygninger, kirker, etc. Denne kortlægning udgør et velgennemprøvet arkitektonisk arbejdsredskab, der i projektet kan benyttes til at belyse forholdet mellem fysisk udformning og det oplevelsesmæssige, sociale offentlige rum i byen.

Publicerede artikler

Under arbejdet med afhandlingen er fire artikler publiceret, som alle, i omarbejdet form, udgør udgangspunkter for dele af afhandlingen:

1. Shopping - Integrating the Fragmented City, *Nordisk Arkitekturforskning*, Vol. 17, 2004, No 2, pp 97-108
2. Sony Center - Typologi og offentlige rum, *Årboka AHO*, 2003
3. Frederiksberg Centrets Sociale Liv, *Nordisk Arkitekturforskning*, Vol. 18, nr. 2, 2006
4. Vandalist af vanvare. *Arkitekten* (DK) Vol. 107 nr. 11, s. 20-23, 2005

RESUMÉ

Afhandlingen er en undersøgelse af integrerede shoppingcentre. Den er et studie af, hvorledes tre nyere danske centre i tætte bysituationer, udformningsmæssigt og programmatisk, indgår i eksisterende kontekster og skaber nye offentlige rum og fodgængerforbindelser. Gennem analyser af centrene og deres kontekster diskuterer afhandlingen, hvorledes de afspejler væsentlige teoretiske positioner i forhold til forståelsen og produktionen af byen og det offentlige rum. De konkrete analyser muliggør en diskussion af positionernes relevans i den aktuelle byudvikling.

Victor Gruen betegnes ofte som shopping mall'ens fader. Hans relevans for arkitekturteorien består blandt andet i, at han søgte at udforme offentlige byrum i den spredte by. Hans teori var, at oplevelsen af tætte urbane situationer, i form af sociale, kulturelle og kommercielle rum, transformerer den besøgende. I diskussionen af integrerede shoppingcentre er hans strategier for revitalisering af degenererede midtby-situationer med shoppingcentret som model særlig relevante. Integrerede shoppingcentre indgår ofte i byfornyelsesstrategier i byer, som har oplevet hensygnende gågademiljøer, og Gruens strategier diskuteres i forhold til en analyse af SlotsArkaderne, der har medvirket til revitalisering af Hillerød midtby, men som også har negative konsekvenser for den umiddelbare kontekst.

Jane Jacobs identificerede i 50'erne og 60'erne et byliv, hun mente stod i fare for at gå tabt i den modernistiske rasing af områder i byen. Hendes bog *The Death and Life of Great American Cities* (1961) opstiller en række kritiske faktorer, der tilsammen anviser, hvorledes etableringen af et vitalt byliv kan foregå. Kriterierne benyttes i en analyse og diskussion af Frederiksberg Centret, der har medvirket til at skabe et nyt, vellykket befolket byområde, uden at Jacobs' anvisninger dog tilsyneladende er fulgt.

Bruuns Galleri i Århus er et eksempel på et større urbant projekt, som er initieret, finansieret og gennemført af private interesser, mens offentlige planmyndigheder, som traditionelt har ansvaret for godt urban design, i varierende grad har responderet på og været involveret i processen. Det er væsentligt at forstå, hvilken agenda de private aktører knyttet til detailhandelen opererer ud fra, samt hvorledes den forholder sig til urban design, der udgør en separat, men delvist overlappende agenda. Kapitlet gennemgår aspekter af detailhandelens urbane agenda og urban design-agendaen, og

diskuterer hvorledes Bruuns Galleri kan forstås som et resultat af spillet mellem disse agendaer.

I følge Johann Friedrich Geist (1983) var passagen den første inkarnation af det moderne shoppingcenter, og han leverede en typologisk definition af den som bygningsform. Ifølge Jon Jerde var shopping mall'en stedet, hvor et offentligt liv overlevede den moderne amerikanske bys fragmentering, og herved fungerer den som 'model' for organisering af store mennesketunge urbane programmer. Jerde benytter begrebet 'armature' om organiseringsprincippet i sine store detailhandelsprojekter, og begrebet giver, sammen med den typologiske beskrivelse af passagen, anledning til at diskutere Sony Center i Berlin, der er baseret på shoppingcentret som model, dog uden at indeholde shopping. Det udgør et alternativt offentligt rum, der er helt anderledes konceptualiseret end de omkringliggende offentligt ejede og administrerede byrum.

Afhandlingen diskuterer endvidere generelle aspekter knyttet til det integrerede shoppingcenter. Det virker ofte oplevelsesmæssigt fragmenterende i lokale kontekster, og med udgangspunkt i Stephen Graham og Simon Marvins *Splintering Urbanism* (2001) redegøres der for mekanismerne bag fragmenteringen af den moderne by. Desuden refereres Rob Shields teorier om nye former for sociale, offentlige rum, hvori shoppingcentret potentielt modvirker fragmentering ved at etablere sociale centraliteter.

Det integrerede shoppingcenter kan betragtes som urban design og indgår i mange byer i en design- og projektbaseret profilering af midtbyens rum, hvilket er et udslag af interurban konkurrence. I England udarbejdede Urban Task Force hvidbogen *Towards an Urban Renaissance* (1999), der peger på behovet for at satse på godt urban design som en forudsætning for at kunne modvirke byspredning. Det integrerede shoppingcenter indgår som motor i denne udvikling, men udgør også en vigtig konceptuel model for konstruktionen af attraktive, befolkede sociale offentlige byrum.

Afslutningsvis diskuteres det integrerede shoppingcenters rolle i postmoderne byudviklingsprocesser. Forståelsen af denne rolle kan benyttes til at konceptualisere nye systemer af offentlige rum i den samtidige fragmenterede by. Centrene overskrider potentielt den begrænsning, der ligger i deres oprindelige detailhandelsfunktion, og fungerer på langt flere måder. Det integrerede shoppingcenter kan således betragtes som en model for nye sammensatte vitale byområder med klar identitet.

ENGLISH SUMMARY

This dissertation is a study of integrated shopping centers. Three new Danish centers in dense urban situations have been analyzed. The way they have been programmed and designed in relation to their context, and the way they contribute to the creation of new pedestrian connections and new public spaces is discussed. The dissertation discusses how the centers reflect important theoretical positions concerning the production of the city and public space. The analysis allows for a discussion of the relevance of these positions in contemporary urban development.

Victor Gruen is often called the 'father' of the shopping mall, and an important contribution to architectural theory relates to his attempts to design public spaces in a dispersed urban situation. His theory was that the experience of dense urban situations in the form of social, cultural and commercial spaces transforms the visitor. In the discussion of integrated shopping centers, his strategies for revitalization of degenerated central urban districts, by applying the shopping center as a model are particularly relevant. Integrated centers often form part of urban renewal strategies in cities that have experienced rundown pedestrian zones. Gruen's strategies are discussed in relation to an analysis of SlotsArkaderne that contributed to the revitalization of the central district of Hillerød, but also had negative consequences for its immediate surroundings.

In the 50s and 60s, Jane Jacobs identified the urban life she feared would be lost in modernist interventions in the city. Her book *The Death and Life of Great American Cities* (1961) raises a number of critical factors that in combination give directions for the establishment of a vital urban life. These criteria are used in an analysis and discussion of Frederiksberg Centret, that has contributed to the successful creation of a new populated urban district, however, without following Jacobs' instructions.

Bruuns Galleri in Århus is an example of an urban project which is initiated, financed and carried out by private enterprise. Public planning authorities, who traditionally are responsible for good urban design, have been involved in and have responded to the process in different ways. It is important to understand what agendas the private actors in the retail industry operate under and how these relate to urban design that is a separate but partially overlapping agenda. The chapter presents aspects of the urban retail

agenda and the urban design agenda, and it discusses how Bruuns Galleri can be understood as a result of the interplay between them.

Johann Friedrich Geist (1983) claims that the arcade was the first incarnation of the modern shopping center, and he gives a typological definition of it as a building. According to Jon Jerde, the mall was the place where public life survived the fragmentation of the American city, and it therefore functions as a 'model' for the organization of big people-intensive urban programs. Jerde uses the concept 'armature' about the organizational principle of his large retail projects. Together with the typological description of the arcade, it gives an opportunity to discuss the Sony Center in Berlin, which is based on the shopping center as a model, without actually containing shopping. The center constitutes an alternative public space which is conceptualized in a way that is different from the surrounding publicly owned and administered urban spaces.

Further, the dissertation discusses general aspects of the integrated shopping center. One aspect is that these centers contribute to a fragmentation of local contexts. Here, urban fragmentation processes are discussed based on Stephen Graham's and Simon Marvin's *Splintering urbanism* (2001). In addition, Rob Shield's theories, about new forms of social public spaces are introduced, theories claiming that shopping centers potentially counteract fragmentation by establishing social centralities.

The integrated shopping center can be seen as urban design. As a result of inter urban competition they also form an element in the design and project based profiling of central cores in many cities. In England, the Urban Task Force produced the white paper *Towards an Urban Renaissance* (1999), which emphasized the need for good urban design as a precondition for counteracting urban dispersal. The integrated shopping center acts as a driving force in this development, and it also represents a conceptual model for the construction of attractive, lively social public urban spaces.

Finally, the role of the integrated shopping center as an element in postmodern urban development processes is discussed. The understanding of the centers' role could be used for conceptualizing new systems of public spaces in the contemporary fragmented city. Potentially, the center transcends its original function as a retail outlet and serves a much wider purpose. As such, the integrated shopping centers should be considered as a model for new composite, vital urban districts of distinct identities.

LITTERATUR

- ANDERTON, F. & BRADBURY, R. (Red.) (1999) *You are here : the Jerde Partnership International*, London, Phaidon.
- BANHAM, R. (1971) *Los Angeles : the architecture of four ecologies*, London, Penguin.
- BARR, V. & JERDE PARTNERSHIP INTERNATIONAL (2004) *Building type basics for retail and mixed-use facilities*, Hoboken, N.J., Wiley.
- BCSC (2002) Urban Design for Retail Environments. British Council for Shopping Centres.
- BERGMAN, B. (1996) *Gallerian i centrum*. Byggforskningsrådet.
- BODDY, T. (1992) Underground and Overhead; Building the Analogous City. I SORKIN, M. (Red.) *Variations on a Theme Park*. New York, Hill and Wang.
- BRACKHAHN, B., THRIGE LAURSEN, A. & MILJØVERNDEPARTEMENTET (2000) *Planlægning for detailhandel i Norden*, København, Miljø- og Energiministeriet i Danmark.
- BØLLING-LADEGAARD, E. (1995) Miljøvurdering af byprojekter. *Byplan*, 142–151.
- CABE (2004) Town Centre Retail. *Design Reviewed*. Commission for Architecture and the Built Environment.
- CARSTENSEN, N. H. (2004) Storcentre kaprer salg for 42 mia kr. *Børsen*. Copenhagen.
- CERVER, F. (1998) *The Contemporary City*, New York, Whitney Library of Design.
- CHUNG, C. J., KOOLHAAS, R. & CHA, T.-W. (2001) *Harvard Design School guide to shopping*, Köln, Taschen.
- CRAWFORD, M. (1992) The World in a Shopping Mall. I SORKIN, M. (Red.) *Variations on a theme park : the new American city and the end of public space*. New York, Hill and Wang.
- CRAWFORD, M. (2002) Suburban Life and Public Space. I SMILEY, D. J. (Red.) *Sprawl and public space : redressing the mall*. 1st ed., National Endowment for the Arts; Distributed by Princeton Architectural Press.
- CULLEN, G. (1961) *The Concise Townscape*, London, Architectural Press.

- DEPARTMENT OF THE ENVIRONMENT TRANSPORT AND THE REGIONS (2000)
Our towns and cities : the future : delivering an urban renaissance,
London, TSO.
- ERHVERVS- OG BOLIGSTYRELSEN (2003) Kortlægning og Analyse af Byernes
Udfordringer. Erhvervs- og Boligstyrelsen.
- ERHVERVSMINISTERIET (1998) Butikker og forbrugere – nu og i fremtiden.
Erhvervsministeriet.
- FÄLLING, J. (2001) Bytype: Stationscentret – mellem megamall og lokalcenter.
Hvidovre Stationscenter,
<http://www.suburbia.dk/Byrum%20og%20landskaber/TypeStationscentret.html> [15. dec. 2002]
- GEHL, J. (1971) *Livet mellem husene*, [Kbh.], Arkitektens Forlag.
- GEIST, J. F. (1969) *Passagen : ein Bautyp des 19. Jahrhunderts*, München,
Prestel.
- GEIST, J. F. (1983) *Arcades, the history of a building type*, Cambridge, Mass.,
MIT Press.
- GRAHAM, S. & MARVIN, S. (2001) *Splintering urbanism : networked
infrastructures, technological mobilities and the urban condition*,
London, Routledge.
- GRUEN, V. (1964) *The heart of our cities; the urban crisis: diagnosis and cure*,
London, Thames and hudson.
- GRUEN, V. (1973) *Centers for the urban environment; survival of the cities*,
New York, Van Nostrand Reinhold Co.
- GRUEN, V. & SMITH, L. (1960) *Shopping towns USA; the planning of shopping
centers*, New York, Reinhold Pub. Corp.
- HAJER, M. A. (1999) Zero-Friction Society. *Urban Design Quaterly*.
- HALL, P. (2002) *Cities of Tomorrow : an intellectual history of urban planning
and design in the 20th century*, Oxford, Blackwell.
- HARDWICK, M. J. (2004) *Mall maker : Victor Gruen, architect of an American
dream*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- HILLERØD KOMMUNE (1992) *Fra Nordsten til Slotsarkaderne*. Hillerød
Kommune – Teknisk Forvaltning.
- HILLERØD KOMMUNE (2005) Lokalplan nr. 317. Hillerød Kommune.
- ICSC (2002) Shopping Center Definitions, International Council of Shopping
Centers <http://www.icsc.org/srch/about/ShoppingCenterDefini.pdf>
[17.12.2002]
- INDENRIGSMINISTERIET (1997) Landdistrikternes udviklingsmuligheder.

- JACOBS, J. (1954) Northland: A new yardstick for shopping center planning. *Architectural Forum*, June, 102–119.
- JACOBS, J. (1958) Downtown is for people. *The exploding metropolis*. [1st ed. Garden City, N.Y., Doubleday.
- JACOBS, J. (1961) *The death and life of great American cities*, New York, Random House.
- JACOBS, J. (1992) *The death and life of great American cities*, New York, Vintage.
- JERDE, J. (1999) *Visceral Reality*, Milan, L'Arca Edizioni.
- KALISKI, J. (1999) The Present City and the Practise of City Design. I CHASE, J., KALISKI, J. & CRAWFORD, M. (Red.) *Everyday urbanism*. New York, Monacelli Press.
- KALISKY, J. (1994) Liberation and the naming of paranoid space. I FLUSTY, S. (Red.) *Building Paranoia: The Proliferation of Interdictory Space and the Erosion of Spatial Justice*. Los Angeles, Los Angeles Forum for Architecture and Urban Design.
- KLIMENT, S. A., BARR, V. & JERDE PARTNERSHIP INTERNATIONAL. (2004) *Building type basics for retail and mixed-use facilities*, New York, Wiley.
- LEHTONEN, T.-K. & MÄENPÄÄ, P. (1997) Shopping in the East Centre Mall. I FALK, P. & CAMPBELL, C. (Red.) *The Shopping experience*. London, Sage Publications.
- LEONG, S. T. (1998) Readings of the attenuated landscape. I BELL, M. & LEONG, S. (Red.) *Slow Space*. New York, Monacelli Press.
- LOWE, M. (2005) The Regional Shopping Centre in the Inner City: A Study of Retail-led Urban Regeneration. *Urban Studies*, 42, 449–470.
- LYNCH, K. (1960) *The image of the city*, Cambridge, Mass., M.I.T. Press.
- LYNCH, K. (1974) Urban Design. *Encyclopedia Britannica*. 15th ed.
- MADANIPOUR, A. (2003) Why Are the Design and Development of Public Spaces Significant. I CUTHBERT, A. R. (Red.) *Designing cities critical readings in urban design*. Malden, Mass., Blackwell Publ.
- MADSEN, S. E. (2000) Steen og Strøm – den største centeradministrator i Danmark, Huset nr. 1 – januar 2000, Ejendomsforeningen Danmark http://www.ejendomsf.dk/nyheder/huset/2000huset/huset_01_2000/artikel01.htm [16.12.2006]

- MCMORROUGH, J. (2001a) *City of Shopping*. I CHUNG, C. J., KOOLHAAS, R. & CHA, T.-W. (Red.) *Harvard Design School guide to shopping*. Köln, Taschen.
- MCMORROUGH, J. (2001b) *Good Intentions 1*. I CHUNG, C. J., KOOLHAAS, R. & CHA, T.-W. (Red.) *Harvard Design School guide to shopping*. Köln, Taschen.
- MILJØMINISTERIET (2006) *Detailhandel i 16 byer*.
- MOORE, C. W. & KEIM, K. P. (2001) *You have to pay for the public life : selected essays of Charles W. Moore*, Cambridge, Mass., MIT Press.
- PETERSEN, H. (2007) *Bruuns har venteliste*. *Urban*.
- POPE, A. (1995) *Ladders*, Houston, Rice School of Architecture, New York : Princeton Architectural Press.
- ROSSI, A. & VITALE, D. (1978) *L'architettura della città*, Milano, Clup.
- ROWE, C. & KOETTER, F. (1978) *Collage city*, Cambridge, Mass., MIT Press.
- SABROE (2006) *Ny kamp om butikskunder*. *Frederiksborg Amts Avis*.
- SHANE, D. G. (2005) *Recombinant Urbanism : Conceptual modeling in architecture, urban design, and city theory*, Chichester, Wiley-Academy.
- SHIELDS, R. (1992a) *The Individual Consumption Cultures and the fate of community*. I SHIELDS, R. (Red.) *The International library of sociology*. London, Routledge.
- SHIELDS, R. (Red.) (1992b) *Lifestyle Shopping : The subject of consumption*, London, Routledge.
- SHIELDS, R. (1992c) *Spaces for the Subject of Consumption*. I SHIELDS, R. (Red.) *Lifestyle shopping : the subject of consumption*. London, Routledge.
- SIMMEL, G. (1903) *The Metropolis and Mental Life*. I LEACH, N. (Red.) *Rethinking architecture : a reader in cultural theory, 1997*. London, Routledge.
- SKOV- OG NATURSTYRELSEN (2006) *Hvor sker udviklingen? , Skov- og Naturstyrelsen, Landsplanområdet*.
- SKRIVER, P. E. (1993) *Slotsarkaderne*. *Arkitekten*, 16-18.
- SKUDE, F. (1993) *Vulgær eller visionær?* *NYT*, 2-7.
- SLOT, S. (2006) *Fra hul i jorden til handelscentrum*. *Frederiksborg Amts Avis*.
- SMITH, S. (2000) *The Ten Amendments of Urban Revitalisation*. *Daidalos*, 74, 52-61.

- STEEN & STRØM DANMARK (2006) SlotsArkaderne tager et stort skridt ind i fremtiden, <http://www.presswire.biz/default.asp?obj=8&id=19538> [20.02.2006]
- THE ASSOCIATION OF TOWN CENTRE MANAGEMENT What is Town Centre Management? ,<http://www.atcm.org/about/what-is-tcm.php> [30.05.2007]
- TOLBØLL, C. (2004) En ny bydel under tag byggeplads.dk <http://www.byggeplads.dk/2003-4/artikler/15.html> [20.10.2006]
- TRANSPORTRÅDET (1997) Trafik og erhverv i danske bymidter – hovedrapport. Transportrådet.
- UDVALGET FOR PLANLÆGNING OG DETAILHANDEL (2006a) *Betænkning fra Udvalget for Planlægning og Detailhandel*. Skov- og Naturstyrelsen.
- UDVALGET FOR PLANLÆGNING OG DETAILHANDEL (2006b) Oplæg til debat om byer og bykvalitet, <http://www.skovognatur.dk/NR/rdonlyres/7B49EC62-2C20-4CF3-9F75-50040DB7976B/22300/Opl%C3%A6gtildebatombyerogbykvalitet.pdf> [22.05.2007]
- Udvidelse er ikke noget nyt Lyngby. (2006) *Frederiksborg Amts Avis*. Hillerød.
- URBAN TASK FORCE & ROGERS, R. (1999) *Towards an Urban Renaissance*, London, Spon.
- URBAN TASK FORCE & ROGERS, R. (2005) *Towards a Strong Urban Renaissance*, Urban Task Force.
- WALL, A. (2005) *Victor Gruen : from urban shop to new city*, Barcelona, Actar.
- WAAL, A. D. (2002) Tidligere miljøminister om planlægning og erotik. *Skal byer planlægges?*, Dansk Byplanlaboratorium.
- ÅRHUS KOMMUNE (2001) Kommuneplan 2001. Århus, Århus Kommune.