

A wide-angle photograph of a public square in Paris, likely Place de la Concorde, where a large, shallow water feature has been installed. Numerous people, including children and adults, are playing in the water. In the background, the grand architecture of Parisian buildings is visible under a clear blue sky. A young girl in a purple dress is in the foreground on the right, looking towards the water.

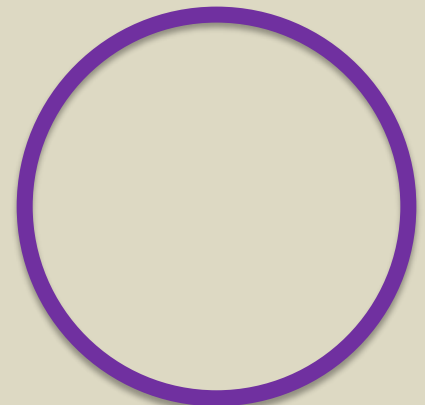
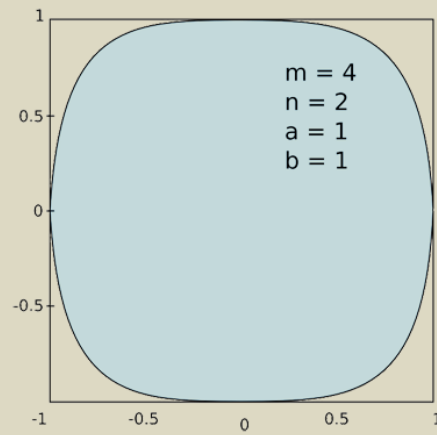
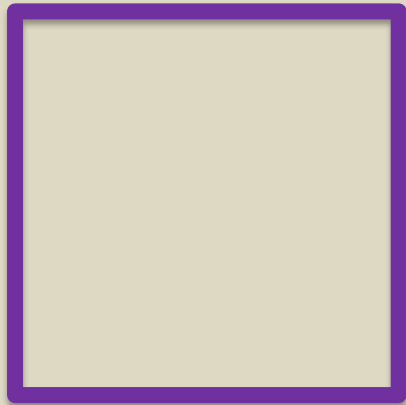
People make Cities

Creating our own future

Tor Atle Odberg & Gunnar Ridderström
Citiplan AS

NLA «Den fjerde natur» 18. oktober 2013

$$\left| \frac{x}{a} \right|^m + \left| \frac{y}{b} \right|^n = 1; \quad m, n > 0.$$





CITIES ARE NOT JUST PLACES
Cities are also feelings and experiences

A photograph of a group of young women in a crowd. The woman in the foreground is smiling and looking up, holding a red smartphone high in her right hand. She is wearing a dark blue sweater and a blue patterned scarf. Behind her, two other women are looking in the same direction, one with her hand near her face. The background is slightly blurred, showing other people in the crowd.

PEOPLE MAKE CITIES

MAKE PEOPLE CITIES

MAKE CITY PEOPLE

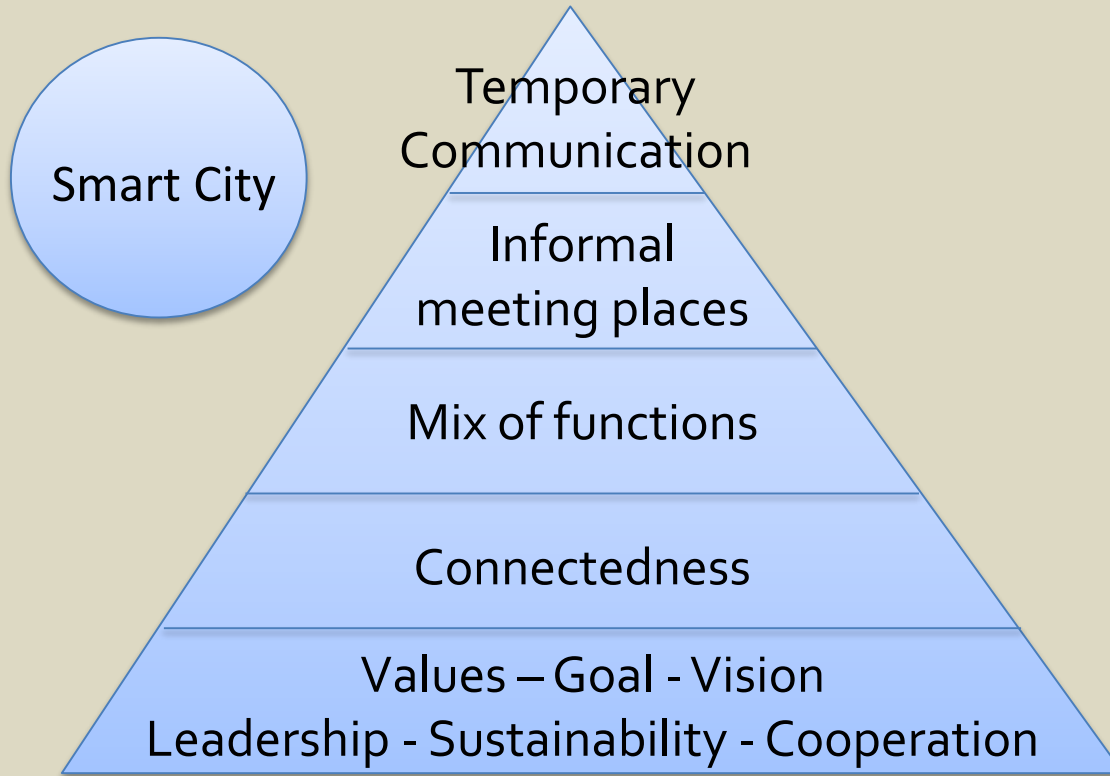


THE EARTH IS URBANISING
More people than ever live in cities



THE END OF AN ERA

Pruitt-Igoe - St. Louis – 22. april 1972



LEADERSHIP

The difference between success and catastrophe



"GOVERNMENTS TALK – MAYORS ACT"

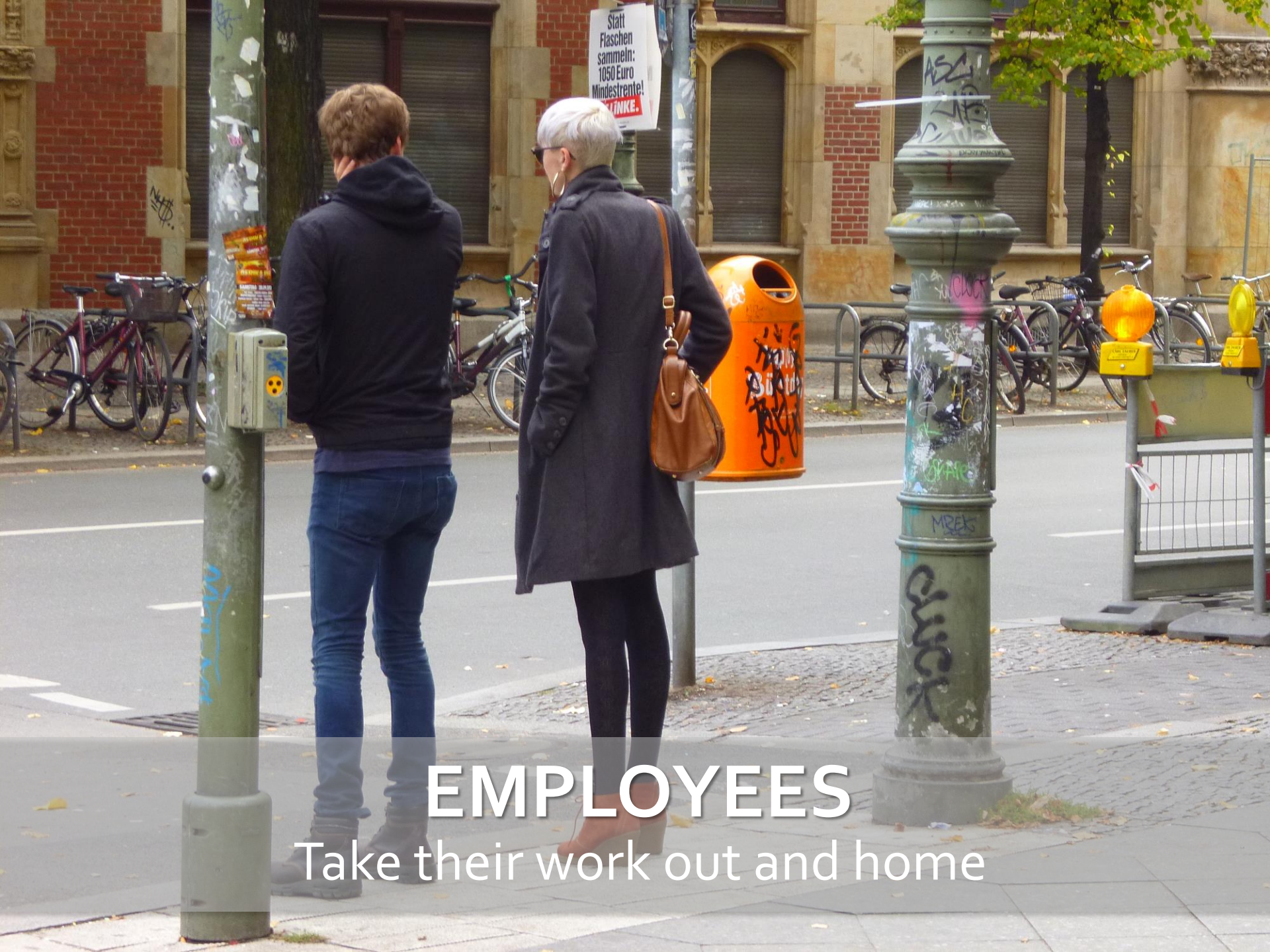
"Let's steal each others ideas"





VALUE CREATION

People are the most important infrastructure



Statt
Flaschen
sammeln:
1050 Euro
Mindestrente!
LINKE.

EMPLOYEES

Take their work out and home



MEETINGS

The premise for innovation and development



MODERNITY IS «UNMODERN»

Connect people – not functions



«TAILOR-MADE»

A unique solution for every city

PEOPLE MAKE CITIES

MAKE PEOPLE CITIES

MAKE CITY PEOPLE



CITIES ARE FOR PEOPLE

Not cars!



INVITING PUBLIC SPACES
The spontaneous and unpredictable!



Kontroller at du
har gyldig billett
før vi gjør det.



**SYKKELPARKERING FORBUDT
FJERNES UTEN VARSEL
JERNBANEVERKET**

WELCOME

«We would like you to return»

SUPERKILEN

3 ZONER, 3 FARVER - ÉT GLOBELT KVARTER
NØRREBRØ, KØBENHAVN

Horizonen mellem kultur og sport, rammen, som er et åbent, indbydende og fleksibelt til at kunne integrere mere og mere fra 52 kulturelle og kreative aktiviteter.

Projektet er et åbent værk, som vil få indhold og form i løbet af de næste mange år. Det vil blive et rum, hvor borgere og besøgende vil møde hinanden og skabe nye historier og oplevelser.

Superkilen projektet er en del af Partnerskabet, som i 2004 blev indgået mellem Københavns Kommune og de lokale virksomheder og borgere i området. Målet er at skabe et rum, hvor mennesker kan møde hinanden og skabe nye historier og oplevelser.

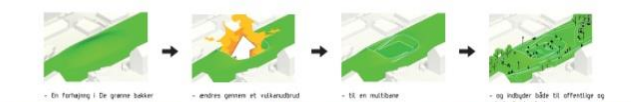
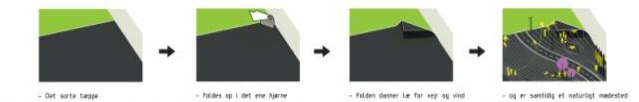
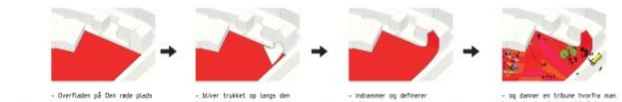
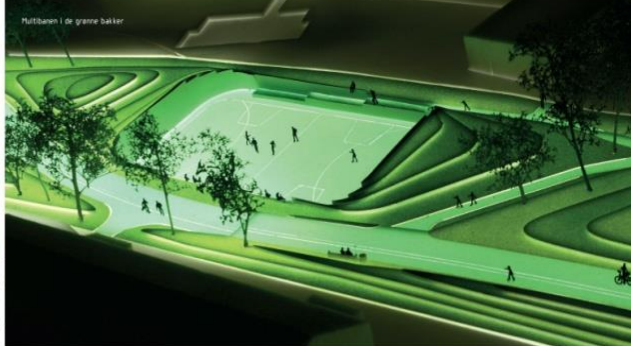
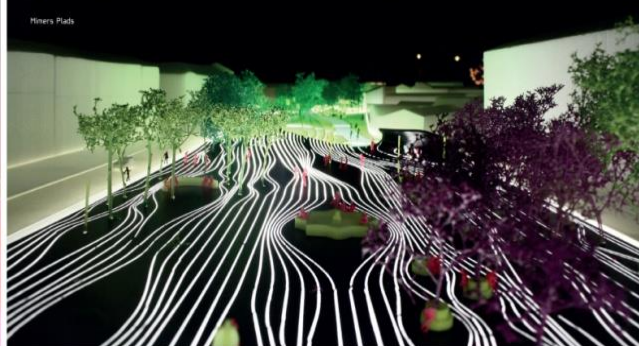
Den danske forfatter og digter, som har været med til at skabe Superkilen, har sagt: "Superkilen er et rum, hvor mennesker kan møde hinanden og skabe nye historier og oplevelser."

How do you create a public and open framework that can satisfy the wishes and needs of 52 cultures and thousands of individuals?

The project is a public art project, but it is also a social project. It is a place where people can meet and create new stories and experiences.

The Superkilen project is part of a partnership between Copenhagen Municipality and local businesses and citizens. The goal is to create a space where people can meet and create new stories and experiences.

The different surfaces and colors of the park are living and so that they become a backdrop for a variety of objects chosen by the citizens and curated by them.



Alternativ scene
Mission: At skabe en øget alternativ scene til de øvrige byrum i København.

Integrationsmaskiner
Vores udgangspunkt er Superkilens beliggenhed, i hjertet af Nørrebro, hvor lokalbefolkningen består af 57 forskellige kulturer. Vi har valgt at fokusere på tilfældige aktiviteter, som vil vise integrationsfremme på tværs af etnicitet, religion, kultur og sprog.

Hverdagsobjekter
57 objekter fra 57 kulturer skal integrere Superkilen i verden og verden i Superkilen. De 57 objekter fungerer som symboler for hver kulturelle hverdagsobjekt, som i en sammenhæng, så vi kan se, hvordan de forskellige kulturer møder hinanden og skaber nye historier og oplevelser.

Tre zoner, tre farver - ét kvartal
Konceptet er at opdele området i tre zoner i hver sin identitetsbærende farve: Den Røde Plads, Mimers Plads og De Grønne Bakker. Områdets forskellige overflader og farver integreres, så de i fællesskab og alene, danner en kulisse til forskellige aktiviteter.

Marked/kultur/sport - på Den Røde Plads
Rødkilde af de mest vellykkede integrationsprojekter i Danmark, ikke mindst Bazar Vest i Aarhus er fundet på markedspladsen - en social og økonomisk institution, som er meget udbredt i store dele af verden, men som i takt med supermarkeder og discountbutikker indtog stort set er forsvundet herhjemme.

Den Røde Plads danner rammen om et urbane marked, som hver weekend vil kunne drage besøgende til fra hele København og omegn - ligesom weekendmarkedet på Blågård i Rotterdam. Lignende, vil udfrafransede associationer omgivet med noget positivt og attraktivt.

I forlængelse af Nørrebrokulturens kultur- og sportsaktiviteter, vil Den Røde Plads under Nørrebrokulturens huse (fx Frivillige sportsbaser og en stor central plads) for den kommende hovedindbygning til huse, vil som en integrationsmaskine, give lokalsamfundet mulighed for at møde en typiske aktiviteter og lege, som alle kan være en del af.

Lounge - på Mimers Plads
Mimers Plads vil være indrettet som en lounge i udganspunktet til faste, åbnede borde og bænke, tæppe som en slags urbane dagligstue for baskemænd, skulpturer og...



QUALITY

Ad value to all experiences





ATTRACTION

The largest attraction is other people



VARIATION
People are different



SHRINK TO GROW

Make the urban spaces fit the people – not the other way around



PEOPLE MAKE CITIES

MAKE PEOPLE CITIES

MAKE CITY PEOPLE



URBAN CULTURE
Must be built brick by brick



WHAT IS AN URBAN VILLAGE?

In Norway?



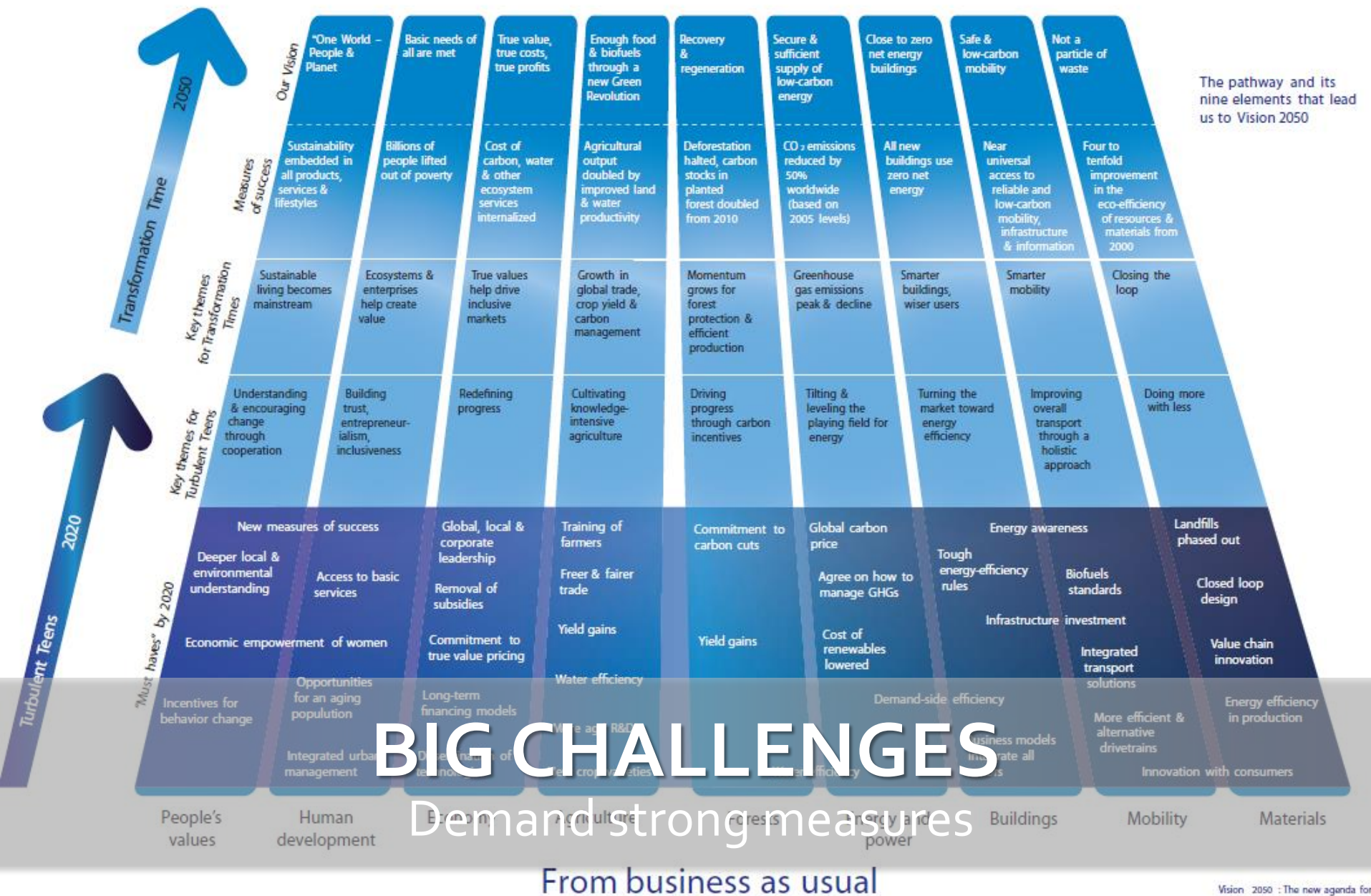
WHO ARE THE FUTURE CITY DWELLERS?
What do they desire and want?



«URBAN LIFE IS ABOUT TO CHANGE»

Real time data is teaching our towns how to think (Wired magazine)

To a sustainable world in 2050





**THERE ARE NO «RIGHT», BUT
SOME «SMARTER» ANSWERS**

To find them we have to work together!

**Share your ideas,
knowledge and
insights!**

