

i²p.

Idé til program.

NAVIGER MOD NYE MÅL!

I regi af projektet Idé til Program holdt bygherreforeningen sin årskonference den 9.-10. juni på Toldboden i København. Konferencen satte ligesom projektet fokus på bygherrens strategiske rolle i byggeriets tidlige faser. Omkring 100 bygherrer mødte op for at blive klogere på de tidlige faser. I løbet af de to dage kom der masser af interessante vinkler, spørgsmål og udviklingspotentialer på dagsordenen. Og deltagerne var via workshops'ene med til at formulere relevante emner for det videre arbejde i projektet.

Velkomst

Formand, Lars Ole Hansen bød deltagerne velkommen til Bygherreforeningens årskonference. Lars Ole pointerede, at netop programmeringsfasen er særligt værdiskabende, da den ligger til grund for det videre arbejde. Lars Ole benyttede også lejligheden til at takke Erhvervs- og Byggestyrelsen (Brugerdiven innovation) og Realdania for den økonomiske støtte og derudover medlemsvirksomhederne, samarbejdspartnerne og sekretariatet for den store indsats.

Bygherreforeningens direktør Henrik L. Bang tog ordet og bød ligeledes velkommen til Bygherreforeningens årskonference, som er slået sammen med Idé til programs midtvejskonference. Henrik gennemgik de fire overordnede temaer for konferencen, og fortalte at deltagerne via workshops med bordformænd er med til vurdere, hvilke emner projektet skal arbejde videre med. Derudover vil Fritz Ahlefeldt-Laurvig tegne konferencen, og hans tegninger kan følges løbende. Disse tegninger vil også kunne findes på www.i2p.dk.

DAG 1

The Value Agenda: the importance of the front end

Richard Saxon

På i2p-konferencen, Naviger mod nye mål, talte Richard Saxon, arkitekt og ejer af 'Consultancy for the Built Environment', om værdiskabelse i de tidligste faser.

I UK går mange projekter galt, fordi de involverede parter ikke ved, hvornår de skal begynde projektet. En god start er altafgørende for en byggeproces, og den værdi, der skabes indledningsvist, har stor effekt i resten af byggeprocessen.

Værdi er en subjektiv ting, der kort sagt er det, du får i forhold til det, du giver. Til at beskrive begrebet projektværdi brugte Richard billedet af en sekskantet terning. Projektet er inden i terningen, men alt efter hvilken side, der peger op, kan der være forskellige produktmæssige perspektiver på projektet: De tre "hårde" perspektiver; Anvendelse, Aktiver og Image, og de tre "bløde" perspektiver; Miljø, Social og Kulturel. Den syvende dimension er procesværdien, der bl.a. indebærer at udvælge det rette team og definere projektets visioner. Den største værdi ved et byggeprojekt ligger i brugen af bygningen – "the value of the pot lies in the void", som Richard beskrev det.

Den værdi, der skabes indledningsvist, kommer mange hundrede gange igen i løbet af et byggeriets levetid. Det er derfor essentielt, at man tager sig tid til at tænke over og planlægge sit projekt, inden man går i gang.



Konferencen blev afholdt på Toldboden i København



Richard Saxon taler om værdiskabelse i de tidligste faser.

Ved at evaluere bygninger i brug, og holde deres tilblivelsesproces op mod den opfattede værdi af bygningen, kan man basere sit design af en ny bygning på mere valide informationer, hvilket kaldes "evidence based design".

Richard sluttede af med at opridse fire principper, man bør følge for at skabe mest mulig værdi i den indledende fase:

- Brug de nødvendige ressourcer i den indledende fase korrekt
- Få råd og input fra interessenter til at definere projektets værdisæt
- Opsæt projektet til at levere værdisættet i brug
- Mål resultater og giv feedback til den tidligste fase i det næste projekt.

Fra salen blev der stillet flere gode opfølgende spørgsmål. Et omhandlede hvordan man kan overbevise personen med pengepungen, at det kan betale sig at investere mere tid i den første fase. Richard forklarede, at hvis du selv er overbevist, kan du også overbevise andre. Det er sjældent, at man kan fremvise hårde facts, for få ved, hvad en bygning koster i brug.

Richard har skrevet et notat i forbindelse med sit indlæg på konferencen.

[Læs notatet her](#)

[Læs Richard Saxons slides.](#)

Værdierne bag planlægningen af Roskilde Festival

Jes Vagnby, Jes Vagnby Arkitekter og Identitet

Jes har gennem mange år stået for den fysiske planlægning af Roskilde-festivalen og fortalte om sine erfaringer blandt andet med brugerinddragelse. Roskilde Festivalen har eksisteret i 40 år, har ca. 130.000 indbyggere, det er en humanitær Fond og er baseret på frivilligt arbejde.

Da Jes overtog opgaven, havde der været mest fokus på det funktionelle, og der manglede strategiske overvejelser med brugerinddragende processer. På Roskilde Festivalen er der så meget energi i beboerne, at de selvfølgelig skal være med til at planlægge 'byen'. De tre overordnede temaer for festivalen er Musik, Samvær og YM/YM (Your Mind/Your Moove) - fra holdning til handling. Alt hvad der laves i den fysiske planlægning skal understøtte de tre temaer.

Den rationelle by er grundlaget. Den humanistiske by med plads til at ytre sig er målet. Publikum skal via fællesskabet udvikle sig.

"Det vi bygger, er ikke det vigtigste, det skal være igangsættende." Udvikling skabes mellem husene, der skal være rum til 'sjæl'.

Jes introducerede derudover begrebet 'Democracity', der bygger på brugerinddragelse og er fællesmængden fra 'Filosofi', 'Tendenser' og 'Roskilde Festival'.

TEMA: KLARE MÅLSÆTNINGER FRA START

Strategier skal føres ud i livet

Michael Sloth, Bascon

Michael lagde ud med at slå fast, at de vigtigste beslutninger tages i starten med meget lidt viden! Derfor er mål og strategier i de tidlige faser, så væsentlige. Og vi har ingen modeller, vi kan gøre brug af.

I byggeriet er målene: Pris, kvalitet og tid, men hvad nu, hvis verden så helt anderledes ud? Michael brugte Maslows behovspyramide på byggeriet, og slog fast at i 70'erne og 80'erne handlede det meget om de fysiske behov, hvorimod det i dag handler meget mere om de bløde værdier og udvikling. Men vi er i branchen ikke klædt på til at nå disse mål. Det handler blandt andet om, at stille de rigtige spørgsmål.

Byggeri er i dag organisationer mere end decideret byggeri. 70% af alle strategier fejler, blandt andet fordi det er den forkerte plan og fordi, det er de forkerte kompetencer.

[Læs Michael Sloths slides](#)



Det er væsentligt at definere, hvad man bygger og hvorfor.



Jes Vagnby fortæller om brugerinvolvering i forhold til Roskilde Festivalen.



Michael Sloth fortalte om, hvor vigtigt det er at have klare målsætninger fra begyndelsen.

TEMA: ETIK OG SAMFUND I DET BYGGEDE MILJØ

Ansvarlighed – også i leverandørkæden

Alis Hemmingsen, Responsible Procurement

Alis lagde ud med at slå fast, at der er mange definitioner på begrebet 'Ansvarlighed'.

Tendensen i dag for CSR er leverandørrelen, det vil sige, man arbejder strategisk med sin leverandør.

CSR er meget mere end omdømme, det skal passe til den enkelte virksomhed. Alis' råd var, at man skal stille sig spørgsmålet: Hvad betyder ansvarlighed for jer og jeres projekter? Se fx på emner som miljø, interesserter og kommunikation.

Alis gav derefter 6 fif til 'leverandørstien' med blandt andet: Hvad vil I med ansvarlighed og leverandøren? Hvilke kompetencer skal medarbejderne have? I den forbindelse gennemgik Alis sit spil, som hun selv har udviklet om CSR, der kan sætte CSR debatten i gang ude i virksomhederne.

[Læs Alis Hemmingsens slides](#)

CSR og målsætninger hos Privatbo

Anders Lyngtorp, Privatbo

Anders fortalte indledningsvis, at Privatbo ejes af 11 fonde med lejere i bestyrelsen.

De overordnede værdier og visioner (CSR) for Privatbo er:

- Kundernes værdier
- At være en engageret leverandør
- tilfredse beboere

I Privatbos strategirapport er målet at udvikle gode lejeboliger. Målet skal nås via: Vand, varmemefbrug, elforbrug og Co2

Der skal laves en målsætning for hver af ovenstående indikatorer, hvor lejerne skal på banen. Det er målet for Privatbo, at miljømærke alle sine ejendomme.

Privatbo vil arbejde med totaløkonomien ved energireovering. Det vil sige, regne ud hvad lejerne reelt sparer om måneden i husleje. På længere sigt vil Privatbo gerne værdisætte CSR, det vil sige måle på CSR og afrapportere.

[Læs Anders Lyngtorps slides](#)

TEMA: STRATEGISK PLACERING I MARKEDET

Nyt hospital Nordsjælland – overvejelser om placering i markedet

Mette Stokholm, Region Hovedstaden

Mette fortalte om projektorganisationen for byggeriet af Nyt Hospital Nordsjælland: (I 2012 skal der holdes projektkonkurrence)

- Tovholder
- Ændre strategi undervejs
- Lære fra omverdenen
- Undgå værditab i faserne

Vilkårene for hospitalsbyggeriet er: Meget høj kompleksitet, lang planlægningsperiode og bedre kvalitet for færre ressourcer.

Der er i projektorganisationen fokus på dialog med brugere og på at få opgaven tydeligt beskrevet. Man ønsker også at holde beslutningerne åbne så lang tid som muligt. Man arbejder også ud fra princippet 'Bedste mand til jobbet'. Der arbejdes både nationalt og internationalt. Udenlandske rådgivere opfordres til at finde danske samarbejdspartnere.

[Læs Mette Stokholms slides](#)

TEMA: INTERESSENTHÅNDTERING & KOMMUNIKATION

Forandringspotentiale i forhold til interessentkredsen

Johan Galster, 2plus1

Johan efterlyste, at bygherren i stedet for en statisk opfattelse af et byg-



Alis Hemmingsen talte om CSR i forhold til leverandørrelen.



Anders Lyngtorp talte om CSR-planerne for Privatbo.



Mette Stokholm fortæller om byggeriet af Nyt Hospital Nordsjælland.

geri i højere grad skulle tænke sine byggeprojekter i et dynamisk identitets- og brandingperspektiv. Fra en udelukkende funktionel og formskabende tilgang til en emotionelt og værdiskabende tilgang, hvor fokus er produktets brand value.

Med eksempel i Femern broen pointerede han, at det var vigtigt at kommunikere sine projekters værdier og emotionelle fordele, fordi ellers eksisterer værdierne ikke for forbrugeren, og man opnår ikke opbakning eller engagement i projektet. Derfor er det også vigtigt at involvere brugerne for at finde ud af, hvad de værdsætter. Han opfordrede i den forbindelse til, at bygherren opkvalificerede sin operationelle kommunikation (afsenderorienteret information) til strategisk kommunikation (modtagerorienteret proces). Endelig anbefalede han, at kommunikere værdier i stedet for løsninger, fordi totalværdien er mere interessant for modtageren end omkostningsoptimering. Han konkluderede, at hvis man ændrer 10% af det, man gør, kan man ændre 90% i folks opfattelse af det, man gør.

[Læs Johan Galsters slides](#)

Kommunikation og brugerinvolvering i praksis

Anne Sarto, mtre

Først fremlagde Anne forudsætningerne for hendes præsentation:

- At brugere er dem, der i sidste ende skal bruge det
- At rum påvirker os i ekstrem grad og derfor er strategiske reskaber
- At brugerne skal ikke komme med løsninger, men behov
- At brugerne skal vide i hvilken grad, de kan påvirke processen

I starten af processen er det vigtigt at lave en interessentanalyse, og være realistiske om sine ambitioner, mål og midler. Anne mente også, at det var vigtigt at adskille proces og projekt, fordi projektet har faste afleveringer og et afslutningstidspunkt, mens processen er dynamisk og kontinuerlig. Det er vigtigt, at folk er med på den forandring, som et byggeprojekt udgør. For at opnå denne fælles begejstring, skal byggeprojektets mål være abstrakte og løbende kommunikeret og fastholdes. Det er vigtigere at gøre de rigtige ting end at gøre ting rigtigt.

Det er vigtigt med klare rammer bl.a., hvem der skal involveres, hvornår, i hvad og hvordan, og at man overvejer, hvilken form for kommunikation, man vil benytte og man evaluerer processen.

Hun kom med fem konkrete procesanbefalinger:

- studieture
- behovsfokuseret dialog
- spejling
- analyse
- prioritering

Ved brugerinvolvering mener Anne bl.a., at bygherren opnår den bedst mulige udnyttelse af midlerne og et større ejerskab til de prioriteringer, der SKAL foretages.

[Læs Anne Sartos slides](#)

DAG 2

Strategier for organisering og brugerinvolvering

Nina Ryd, Chalmers Universitetet

Nina har fokus på de tidlige faser og har i tæt samarbejde med bygherrer fulgt processen og undersøgt, hvad der sker med kravene i byggeprogrammet og skrevet en række publikationer omkring programmering.

Nina startede med at definere bygherren, som en der fortolker behov. Hun mente ikke, at Maslovs behovspyramide kan applikeres til moderne menneskers behov, bl.a. fordi der er forskel i, hvad vi siger og hvad vi gør, tænker og føler. Hun opfordrede derfor til evidensbaseret design, hvor man bl.a. kan lære af fly- og bilindustrien.

Det vigtigste i processen er den tidlige fase, hvor målet fastlægges og



Johan Galsters oplæg handlede om håndtering af interessentkredsen.



Anne Sarto fra mtre fremhævede vigtigheden af brugerinvolvering



Et af de vigtige kommunikationspointer er, at ting ikke findes, hvis der ikke bliver kommunikeret om dem



Nina Ryd fortalte om de tidlige faser i et byggeprojekt.

projektet designes. Den tidlige fase er således den strategiske fase, men burde ikke kun være til stede tidligt i processen, men også undervejs i hele projektet. For hver ny samarbejdspartner er deres indtræden i projektet den tidlige fase, og derfor er man nødt til at tænke over dette hele processen igennem og sikre, at parterne kan mødes, der hvor de nu kan.

Hun havde en række eksempler med bl.a. flagermusehuse og elefanthuset i Københavns Zoo, hvor bygherren har været nødt til at tænke meget på "brugerne" og er kommet op med innovative løsninger.

Hun pointerede at jo længere frem, man prøver at forudse, jo større er usikkerheden. Man risikerede i byggeprojekter derfor at falde i ekspertfælden, hvor man bruger al sin tid på analyser eller udviklingsfælden, hvor man bruger al sin tid på at forankre projektet hos brugerne – byggeprojekter skal begge dele, og derfor kan brugerinvolvering foregå på mange forskellige tidspunkter og mange forskellige abstraktionsniveauer.

Hun så byggeprogrammet som en risikobetonet beslutningsproces, hvor der er meget i spil, som fx hvem er med, hvad skal det indeholde, hvornår er det færdigt, hvem har beslutningskompetencen etc. Hun mener også, at det er vigtigt kontinuerligt at skifte mellem helikopterperspektivet (helheden) og det jordnære (funktionelle detaljer). For at opnå mere værdi, det er vigtigt kontinuerligt at drøfte hvad der skal bygges, hvorfor det skal bygges, hvilken værdi det giver og indenfor hvilke rammer.

[Læs Nina Ryds slides](#)

Kommunikation på Femern

Ajs Dam, Femern A/S

Ajs' oplæg handlede om stakeholderhåndtering, og hvordan interessenter kan bruges i forskellige projekter.

Ajs arbejder i en verden, hvor det handler om kommunikation med omverden. Det bevirker til, at han og hans kollegaer øver sig på at inddrage de rigtige interessenter på de rigtige tidspunkter. Og når man taler om det rigtige tidspunkt, er det ikke nødvendigvis på det tidspunkt, hvor fagfolkene mener, at interessenten skal ind. Nogle gange er det det tidspunkt, hvor interessenten selv synes, at han/hun skal ind.

Der har været en tradition for, at borgere, NGO'ere og andre interessenter bliver en del af et projekts forløb på et tidspunkt, hvor de alligevel ikke kan have en større indflydelse på et projekt. Derfor øver Ajs og hans kollegaer sig på at få interessenterne tidligere ind i projektets proces, så man rent faktisk kan få noget ud af arbejdet med interessenterne, og ikke kun se dem som negative udfordringer.

Før i tiden forstod man stakeholderbegrebet som noget negativt, hvor borgerne og brugerne skulle holdes så langt væk som muligt fra projekter. De forstyrrede de professionelles arbejde. Men dette er en uholdbar misforståelse, mener Ajs, da man risikerer misforståelser. Derfor er det bedre at begynde at informere om de forskellige projekter til sine interessenter.

Derfor er det vigtigt, at man finder ud af, hvem ens stakeholders er? Hvad er deres værdier og holdninger? Får man disse spørgsmål på plads, er det nemmere at forholde sig til som kunder. For stakeholders er en slags kunder, og det er vigtigt, at de oplever, at de er de vigtigste og eneste kunder for bygherren og andre fagfolk, da dette giver en bedre kommunikation begge veje.

"Hvis vi samtidig ved, hvem vores stakeholders er, kan vi skabe rammer, hvor vi rent faktisk kan møde dem."

Derudover mener Ajs, at vi lige så godt kan indse, at verden er kaos, så intet kan skjules. Så man kan lige så godt kommunikere ud til ens stakeholders. Alle kender fx Twitter-problematikken. Al kommunikation går hurtigt. Går noget galt i et projekt, er fejlen hurtigere ude på Twitter end en kommunikationsafdeling kan komme ud med en respons.



Det er vigtigt at definere sine mål fra starten af sit projekt af.



Ajs Dam forklarede, hvordan stakeholderbegrebet kan forstås og bruges i byggebranchen.



Nogle gange kan det godt føles som om, man som bygherrer slås med sine interessenter – det er dog vigtig, at man får denne forståelse fjernet.

Ajs' hovedpointer var, at man skal tænke, at interessenterne er til for os (fagfolk) og ikke omvendt, samt at stakeholderhåndtering er en strategisk ledelsesdisciplin. Det er vigtigt, at vi skaber ro til at arbejde. Det gør vi ved at etablere tillid blandt interessenter og borgere, så vi kan få optimale arbejdsbetingelser. Midlerne for dette er åbenhed og dialog.

[Læs Ajs Dams slides](#)

TEMA: INNOVATION & UDVIKLING

Branchedialoger

Christian Niepoort, Smith Innovation

Christians fokus var på, hvordan der skabes samarbejde mellem leverandører og bygherrer, der rækker ud over det enkelte byggeprojekt.

Klassiske problemer ved samarbejde:

- søgeomkostninger høje: fordi mange leverandører og bygherrer
- asymmetrisk information: parterne ved ikke det samme eller har samme fortolkning af opgaven
- eksternaliteter: uforudsete udefrakommende begivenheder
- free-rider: nogle virksomheder, der udnytter aftaler uden at bidrage til at opretholde dem
- monopol: mangel på konkurrence

Derfor er det vigtigt at lave en interessentanalyse for at finde ud af, hvem der er interesseret i at bidrage til udviklingen, om der er nogle centrale parter, der vil tabe en given løsning og derfor modarbejde projektet.

Jo længere tilbage i processen samarbejdet indledes jo bedre, da man derved får mere innovative løsninger/produkter. Det er også vigtigt at datagrundlaget er veldokumenteret, så man kan bevise at den udviklede løsning er bedre eller man kan forklare en eventuel fiasko. Volumen og efterfølgende serviceaftaler kan have stor betydning for leverandørernes villighed til at indgå i samarbejdet. Innovationen kan dog foregå på mange niveauer og ydelser fra organisering, proces, produkt til kundeoplevelse og i alle byggeprojektets faser.

Gruppens diskussion gik på:

- Hvorvidt projekterne skulle være meget store for at indgå i den type samarbejde?
- Om alle bygherrer fik noget ud af at indgå udviklingssamarbejde eller om det nogen gange var bedre at vente eller blot skærpe kravene?
- Om samarbejde ikke kræver tidligere prioritering og dialog?
- Hvor meget man kan love samarbejdspartnerne, hvis opgaven skal i udbud?
- Hvordan man udvælger samarbejdspartnere?
- Hvordan man får flere parter til at samarbejde, hvis de alle frygter at de andre stjæler deres forretningshemmeligheder og forspring?

[Læs Christian Niepoorts slides](#)

Digital videnopsamling

Juriaan Van Meel, ICOP

Julian forklarede om det redskab kaldet "BriefBuilder", der er et digitalt værktøj til at samle data.

I stedet for at have utalrige mapper, er det smartere at samle al sin data i overskuelige digitale databaser i forskellige emner, hvor man nemt kan finde frem til det data, man søger har mulighed for at krydse de forskellige data, og derved få overblik over meget forskelligt data og viden.

I BriefBuilder er det muligt at integrere både strategiske og operationelle briefings, samt mulighed for konstant at se ændringer, bemærkninger eller hvis der bliver sat spørgsmål ved noget data.

Endvidere blev der talt om at man med et værktøj som BriefBuilder kan spare tid, fordi det skaber overblik at have al data mv. samlet et sted,



Christian Niepoort fortalte kort om branchedialoger, hvorefter deltagerne diskuterede forskellige spørgsmål under dette tema



Juliaan Van Meel forklarede om det digitale værktøj BriefBuilder.

hvor man også hurtigt vha. af søgefunktionen kan finde frem til det data man har brug for. Derudover er det et nemt program at bruge – det kræver ikke et større kendskab at bruge dette redskab end det gør at bruge andre programmer som fx Word eller Excel.

Udover at man kan samle data, har man mulighed for at teste krav mod forskellige designløsninger.

[Læs Juriaan Van Meels slides](#)

Digital brugerinvolvering

Kristina Adsersen, Mutopia

Kristina gav som introduktion til workshoppen forskellige eksempler på digitale værktøjer til brugerinvolvering.

Hvis man forestiller sig et byggeprojekt som et isbjerg, var det Kristinas opfattelse, at mange kun så toppen af isbjerget, som består af bygherre, ingeniører og andre fagfolk, hvorimod de glemte bunden af isbjerget. Bunden bestod af brugerne og var faktisk det, som fyldte mest af et isbjerg.

I dag har langt de fleste deres egen computer og adgang til sociale medier. Derfor har MOTOPIA udviklet forskellige redskaber, der kan bruges i de forskellige faser af et byggeprojekt.

De to redskaber, Kristina fremviste, var "Playcer" og "U_build". Playcer bliver anvendt i de tidlige faser, hvor byggeplanen er langt fra færdig. Det er derfor muligt for borgeren at komme med ideer til forskellige elementer af byggeplanen, som kan være svært at italesætte for ikke-fagfolk. Al kommunikationen foregår på kommunens hjemmeside, og det kan funge udmærket som en del af forberedelsen til et borgermøde.

Redskabet U_build bliver også brugt i de tidlige faser af et byggeprojekt. Her har borgeren mulighed for at se planer for, hvad bygherren ønsker og planlægger med et byggeri, og kan selv kommentere på disse planer. Derudover har borgerne mulighed for at kommentere på hinandens idéer og kommentarer. Der kan altså udvikles flere dialoger mellem fagfolk og borgere, og borgere og borgere imellem.

Efter Kristina havde vist de to redskabers funktioner, diskuterede deltagerne imellem de forskellige fordele og ulemper, der findes ved at inddrage brugerne digitalt.

En af fordelene ved digitale medier er, at man kan skabe overblik over mange forskellige svar og kommentarer ved hjælp af digitale medier. Udover det giver det mulighed for at brugere, der enten ikke har det bekvemt med at tale i større forsamlinger, som til borgermøder, eller ikke har mulighed for at dukke op til borgermøder, stadig kan give deres mening til kende.

Derudover giver digitale brugerinddragelse borgerne eller brugerne mulighed for at komme med alle slags input og ideer til et byggeprojekt. Borgere og brugere tænker meget mere i nære og hjemmelige funktioner, når de kommer med deres idéer.

Gruppens store diskussion gik på, hvordan man får stillet de rigtige spørgsmål til brugeren. Det er jo væsentligt, at borgeren har mulighed for at komme med alle de input, borgeren har, da det ofte er borgeren, der "tænker ud af boksen" i forhold til fagfolk. Samtidig kan borgere jo tænke så meget udover det sædvanlige, at der slet ikke er mulighed for at bruge deres idéer.

Samtidig vil man ikke fra begyndelsen af involveringen sætte rammer for, hvordan borgeren må tænke, da man risikerer ikke at få de nye idéer med. Det hele handler simpelthen om, hvordan vi får stillet de rigtige spørgsmål, som både brugeren og bygherren kan bruge til noget.

Derudover kom deltagerne frem til, at lige meget hvor gode digitale redskaber man har i dag og får i fremtiden, så bliver man nødt til at mødes med brugerne eller borgerne til eksempelvis workshops, for at tale byggeplanen igennem og høre deres idéer og få en dialog i gang på den måde.

[Læs Kristina Adsersens slides](#)



Der blev diskuteret, hvordan man kan stille både "åbne" og "lukkede" spørgsmål til brugerne i form af brugerinvolvering.



I løbet af konferencens to dage skulle deltagerne også selv udvikle og diskutere pointer, erfaringer og idéer.

Opsamling og afslutning

Henrik L. Bang

Efter den sidste workshop samlede alle deltagerne sig til konferencens sidste opsamling.

Henrik L. Bang sagde mange tak for nogle spændende dage med oplæg, som både har givet inspiration, og udfordret deltagernes tankegang.

Derudover takkede Henrik for deltagernes arbejde og engagement til de forskellige miniworkshops, hvis idéer og pointer vil blive taget med i Idé til programs videre arbejde.

Med venlig hilsen

Bygherreforeningen



Deltagernes idéer og pointer blev skrevet ned og klistret op, så alle kunne se, hvad hinandens grupper var kommet frem til.

IDE TIL PROGRAM. C/O Bygherreforeningen – BORGERGADE 111 – 1300 KØBENHAVN K, TELEFON 70200071



Projektets samarbejdspartnere og konsulenter: EMCON, PLH Arkitekter, Rambøll Danmark, Region Hovedstaden, WITRAZ arkitekter og Smith Innovation.