

Bristol Rising - Crowdsourced placemaking

Faktaboks

Hvad: Byfornyelsesprojekt, der bruger en crowdsourcing-plattform til at inddrage borgerne i byudviklingen, samle ideer og teste markedspotentialer.

Hvor: Bristol City, Connecticut, USA med 61.000 indbyggere.

Hvem står bag: Bristol City og byudviklingsfirmaet: Renaissance Downtowns

Digital Platform: Gantry webplatform-designsystem baseret på open source [CMS Joomla!](https://demo.gantry-framework.org/)

<http://demo.gantry-framework.org/>

Antal brugere: Der er 2.500 lokale borgere der følger platformen

Varighed: Bristol Rising startede i 2010, platformen blev lanceret i 2011 og er stadig en levende platform

Sprog: Engelsk med mulighed for oversættelse til alle sprog via Google Translate

Pris: Platformen er open source og som udgangspunkt gratis, med mulighed for at tilkøbe features.

Læs mere:

<http://bristolrising.com/>

<http://renaissancedowntowns.com/>

En digital crowdsourcing-kampagne skulle skaffe ideer og finansiering til fornyelse af bycenteret i byen Bristol på den amerikanske østkyst. De store investorer lader vente på sig, men den digitale platform har givet nyt liv til det lokale fællesskab og tiltrukket mindre investeringer. Engagementet og iværksættelysten blomstrer, og byen har bl.a. fået et mikrobryggeri, en dagligvarebutik og et thehus.

Interview med projektleder for Bristol Rising Mark Walerysiak

Af Signe Sloth Hansen, Kuben Management



Bristol er i amerikansk målestok en lille by på størrelse med Roskilde. Den ligger på den amerikanske østkyst midt mellem Boston og New York City. Trods nærheden til både det anerkendte universitetsmiljø i Boston og det pulserende byliv i New York, lider Bristol af mange af de udkantsproblemer, man finder langt fra de store bycentre, verden over: fraflytning, aldring, butiksdød og manglende investeringslyst.

En by uden center

Byen gennemgik, som mange andre amerikanske byer i 1950-60'erne, en make over, der i store træk bestod i at føre trafikken effektivt gennem byen og samle byens handelsliv i et indkøbscenter. Indkøbscenteret i Bristol blev dog aldrig for alvor en succes og allerede i 70'erne stod det halvtomt. Det blev revet ned, og siden har bymidten, som egentlig bare er et vejkryds, ligget øde hen. Den store ubbebyggede og tilvoksede tomt har ikke bidraget til byens udvikling, der i forvejen er presset af strukturelle forandringer. Der manglede liv, butikker, kultur og sociale aktiviteter i byen.

Revitalisering af bymidten

I 2010 besluttede byrådet i Bristol at gøre noget ved bymidten og hyrede byudviklingsfirmaet Renaissance Downtowns til at stå for en masterplan for revitalisering af området. Med inddragelse af lokalsamfundet skulle masterplanen skabe en vision, der kunne tiltrække investeringer til at bygge et bycenter i menneskelig skala med blandede funktioner, byliv og atmosfære. Renaissance ligger på Long Island uden for New York, men har hyret en lokal projektleder, Mark Walerysiak, som sidder på kommunekontoret i Bristol. Mark står for det lokale netværksarbejde omkring masterplanen ud fra princippet 'crowdsourced placemaking', som handler om at inddrage lokalsamfundet i at skabe et sted med liv og atmosfære. Sammen med kommunen hjalp han i 2011 med at opbygge en digital crowdsourcing- platform, der er ryggraden i borgerinddragelsen om byfornyelsesprojektet.

Crowdsourcing – ideer til planlægningen og test af markedspotentialer

Formålet med platformen www.bristolrising.com var i første omgang at få input til masterplanen og skabe lokal opbakning til bymidtens udvikling for at overbevise investorer om, at det var en god ide at investere i opbygning af Bristols nye bycenter. Men i 2015 kniber det stadig med at få investorer til masterplanen. Til gengæld har platformen bidraget til at udvikle netværk og relationer og er blevet brugt til at udvikle og teste forretningsideer, der er opstået blandt lokale borgere og iværksættere fra omegnen. Jo mere efterspørgsel lokalbefolkningen kan demonstrere omkring en konkret projektide, jo bedre argumenter er der over for investorer og iværksættere, der overvejer at investere eller starte virksomhed i Bristol.

"Platformen var helt klart mest populær det første års tid. Der lavede vi en række kampagner og fik mange input til masterplanen. Der var dog også mange andre interesser involveret i masterplanlægningen, og i sidste ende, er det nok ikke planlægningen, vi har fået flest input til. Til gengæld opdagede vi hurtigt, at platformen kunne bruges til at teste en markedsidé. Derfor besluttede vi at alle de ideer, der fik over 200

likes, dem lavede vi et feasibility studie på. Og det har vi brugt meget for at virkelighedsteste ideerne”, fortæller Mark Walerysiak .

En af de ideer, der fik mange likes var en 'Riverwalk', som skulle gå gennem den nye bymidte. Den var meget populær, men feasibility studiet viste, at det kostede alt for meget, så ideen måtte forkastes.

En anden idé, der fik stor opbakning på den digitale platform, kom fra et lokalt ægtepar i 40'erne. De var optaget af den voksende trend omkring lokalt producerede fødevarer og fra jord til bord-konceptet. De lancerede ideen om at åbne en såkaldt 'gastropub'. Tilslutningen var overvældende og ægteparret blev overbevist om, at det godt kunne løbe rundt. Og i dag ligger der en lille kombineret pub, cafe og vinbutik – Barley Wine – med kvalitetsvin, fødevarer og kunsthåndværk på hovedgaden i Bristol.

Lokalt engagement tiltrækker interesse og investeringer

Det er rygtedes, at der sker noget i Bristol og iværksættere fra omegnen har vendt opmærksomheden mod byen. To unge fyre, der arbejder med hjemmebryggeri i nabostaten Connecticut, hørte om udviklingsplanerne i Bristol, og de opsøgte kommunen for at høre, om der var opbakning til deres ide om at starte et mikrobryggeri i byen. Kommunen besluttede at lade ideen teste gennem Bristol Rising-projektet og inviterede de to iværksættere med til et af Bristol Risings møder, hvor de lavede prøvesmagning på deres øl.

”Mødet – og ikke mindst ølsmagningen – tiltrak mange flere end normalt og det blev en kæmpe succes. Den næste dag besluttede de to øl-entusiaster sig for at åbne et mikrobryggeri i Bristol,” fortæller Mark Walerysiak.

Bristol Rising hjalp de to iværksættere med at finde en egnet bygning til bryggeriet og bidrog til at markedsføre projektet gennem deres lokale netværk, platformen Bristolrising.com og projektets Facebook-side. En crowdfunding kampagne på Kickstarter satte for alvor gang i sagen og på ingen tid blev der indsamlet 44.000 dollars til indkøb og indretning af mikrobryggeriet – næsten 10.000 dollars mere end budgetteret . I dag har de to tilflyttere et velrenommeret mikrobryggeri – Brew and Wine Hobby – og de producerer over tre gange så meget som forventet.

Tro på fremtiden og afledte effekter

Mikrobryggeriet er bestemt ikke den eneste gode historie fra Bristol Rising, som har gennemført en række markedstests og hjulpet iværksættere på vej ved på forskellig vis at skabe lokal opmærksomhed omkring en ide. En lokal restaurant er åbnet, en dagligvareforretning med lokale råvarer og et thehus er blandt de resultater, som er med til at demonstrere at Bristol vil noget nyt og andet. Samtidig har Bristol Rising stået for at afholde midlertidige events på den tomt, hvor det er meningen, den nye bymidte skal bygges.

”Vi har måske ikke fået tiltrukket de investeringer, vi kunne ønske os, endnu, men det er i den grad lykkes at vende stemningen omkring et meget nedslidt område i byen med et dårligt ry og skabe lokalt fællesskab og opbakning til at udvikle byen. Alle ved hvad Bristol Rising er – og det handler ikke bare om at skabe en ny

bymidte. Der er en fornyet tro på byens fremtid, og på at Bristol er en by, der er værd at bo i og satse sin forretning på. Den stemning var her ikke før vi gik i gang”, siger Mark Valerysiak.

Virtuel platform for fællesskab

Visionen i masterplanen er at skabe en bymidte bygget op om en 'piazza' med markedsplads, blandede funktioner og sprudlende byliv som i en italiensk middelalderby. Den drøm, er der ikke meget, der tyder på, bliver indfriet. Men på vejen har Bristol Rising-projektet skabt en særdeles velfungerende virtuel platform for lokalt fællesskab, udvikling, iværksætteri og fornyet tro på byens fremtid. Måske er det det, Bristol i sidste ende har brug for hvis den skal overleve i vakuummet mellem de to østkyst magneter New York og Boston

Fra 200 til 2.500 følgere

Rekrutteringen af borgere til Bristol Rising platformen er sket både per mail og gennem lokale møder. Platformen blev lanceret i 2010 med en mail, der blev sendt ud til 200 beboere med invitation til et opstartsmøde. I dag er der 2.500 medlemmer på Bristol Rising. Man skal registrere sig som bruger, og en administrator skal godkende én. Når man er registreret, kan man donere penge, arbejdskraft eller gode ideer til platformen.

Projektet har også en aktiv Facebook-side med 2.200 følgere og bruger desuden Twitter, Mail Chimp til udsendelse af nyhedsbrev, en digital survey-platform og crowdfunding-platformen Kickstarter i forbindelse med konkrete projektideer.

I starten var det de ældre der deltog, som til traditionelle borgermøder. I takt med at kampagnen blev markedsført på sociale medier og kommunikerede gennem flere forskellige kanaler meldte flere yngre borgere sig dog på platformen.

Formålet med Bristol Rising Platformen er at engagere lokale borgere i byens udvikling.

På platformen kan man:

- 1. Samarbejde med andre**
- 2. Indsende, stemme og brande projekter, man synes om**
- 3. Deltage i månedlige møder**
- 4. Diskutere spændende emner**
- 5. Lære hvordan crowdsourcing kan revitalisere downtown Bristol**