

BRIQ

Urban Life

Architecture

Spatial Design

Viborg
Byens rum og byens liv
→ 2024

En tværfaglig tilgang

BRIQ løser projekter i spenningsfeltet mellom byen, rommet og opplevelsen. Vi jobber på tvers av skalaer, og skaper møtestedet, som bringer mennesker sammen og bidrar til 'det gode hverdagsliv'. Dette gjør vi gjennom våre tre fokusområder – Urban Life, Architecture og Spatial Design.



Urban Life

- Masterplan
- Bylivsstrategi
- Placemaking
- Place branding
- Midlertidighet og aktivering



Architecture

- Stedsanalyse - historie og kontekst
- Programmering og skjematisk design
- Designutvikling
- Spesifikasjon og prosjektering
- Bærekraftig bygg og konstruksjon



Spatial Design

- Idé og konsept
- Spaceplanning
- Interiørarkitektur
- Løst og fast inventar Spesifikasjon og implementering

De store udfordringer

17%

Har et dårligt mentalt helbred

Fremtidens Urbane Sundhedskultur, 2022

1 out of 8

Voksne oplever tegn på ensomhed

Fremtidens Urbane Sundhedskultur, 2022

70%

Af københavnere er single

Fremtidens klimavenlige hovedstad, 2023

80%

Globalt set er 80% af vores job stillesiddende

Build well to live well, Global Wellness Institute, 2018

52,6%

Af befolkningen er overvægtige eller slemt overvægtige

Fremtidens Urbane Sundhedskultur, 2022

58,1%

Lever ikke op til WHO's minimumsanbefalinger for fysisk aktivitet

Fremtidens Urbane Sundhedskultur, 2022

90%

Globalt set tilbringer vi 90% af vores tid indenfor

Global Wellness Institute, 2023

29%

Af voksne danskere oplever et højt niveau af stress

Fremtidens Urbane Sundhedskultur, 2022

Byliv giver værdi

62%

Beskriver hvordan deres mentale helbred bliver bedre med fornemmelsen af at høre til i deres nabolag.

The life at home report, IKEA, 2021

Folk der oplever godt naboskab oplever også en højere livskvalitet.

Danskerne i det byggede miljø, Real Dania, 2023

44%

Beskriver hvordan de ser deres nabolag som en forlængelse af deres hjem.

The life at home report, IKEA, 2018

70%

Af byens liv foregår langs kanten af bygninger - i byens kantzoner, hvor bygningerne møder byen.

Kantzoner i København, KK, 2018

Folk, der bor på landet, oplever en højere livs- kvalitet end dem, der bor i byen.

Danskerne i det byggede miljø, Real Dania, 2023

15%

At være tilfreds med ens hjem står for 15 % af den samlede livsglæde.

The Good Home Report, Happiness Institute, 2019

30%

Et attraktivt handelsliv med mange forskellige butikker kan øge boligværdien med op til 30%.

Naturstyrelsen, 2013

Der er sammenhæng mellem en høj oplevet livskvalitet og folk der har flere naturbaserede oplevelser.

Danskerne i det byggede miljø, Real Dania, 2023

Byens rum og liv

For fællesskabet

→ Vi skal skabe byliv for mennesker



For hverdagslivet

→ Vi skal sikre den gode hverdag



Tendenser

1# Flere oplevelser i én



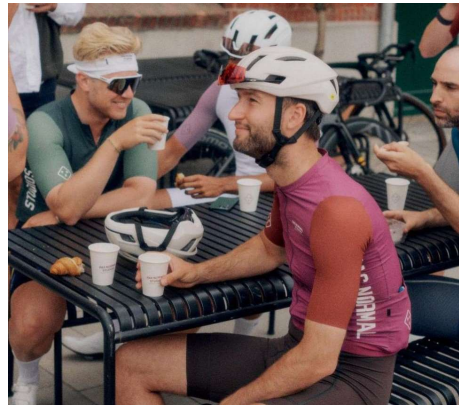
Vi vil opleve mere!

Aldrig har det været så let at købe ind hjemmefra, få underholdning direkte ind i stuen og endda arbejde hjemmefra - hvis vi vil have bekvemmelighed, gør vi ting hjemme fra. Derfor skal de fysiske butikker og kulturdestinationer give os noget mere og andet.

Taktilitet, overraskelser, den gennemtænkte oplevelse og indretning, fællesskaber og events og sammensætningen af koncepter og funktioner - vi bevæger os for det sammenhængende, fuldendte oplevelsesunivers.

Eksempel: Audo House

2# Fællesskaber



Vi higer efter den sociale oplevelse!

Vores sociale natur blev tydeliggjort gennem Covid-19 pandemien efter længere tids fokus på individet. Vi er nu kommet til et stadie, hvor alt for mange føler sig ensomme og vi søger derfor fællesskaberne og de personlige oplevelser, der bringer os væk fra vores digitale liv.

Derfor vender vi os mod, og er loyale overfor, koncepter der har en stærk fællesskabsånd, og som understøtter deres koncept med community-opbyggende tiltag.

Eksempel: Pas Normal

3# Høj kvalitet & etiske produktion

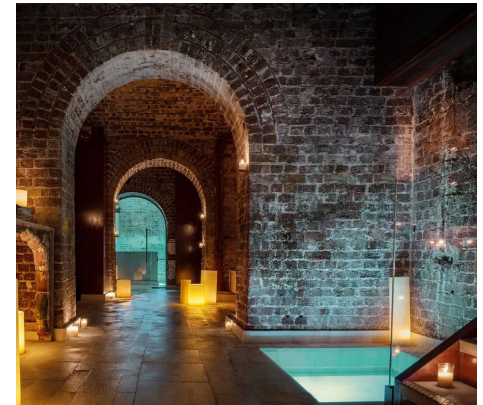


Vi vil stå inde for det vi køber!

Der ses en stigende interesse for manuel produktion, håndværk og kvalitetsprodukter, som et modsvar til mange års masseproduktion og brug-og-smid-væk-kultur. Vi er nysgerrige på produktionsmetoder og håndværk, at kende processen og ikke mindst mennesket bag. Samtidig er der en stigende tendens for især yngre forbrugere, der stiller høje krav til etiske retningslinjer, både inden for produktionen og i virksomhedens interne politik.

Eksempel: Ønsk Kaffe

4# Velvære



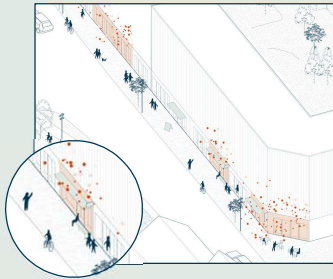
Vi vil have det godt fysisk og mentalt!

Flere store sundhedskriser står i kø, vi er stressede som aldrig før og 8 ud af ti voksne føler sig ensomme.

Som en måde at håndtere alt dette stiger den økonomiske kategori velvære drastisk i disse år. Om det er fysisk velvære opnået gennem motion, mental balance ved meditation eller nye hudcremer, så er oplevelser og produkter, der kan øge vores fornemmelse af velvære, i høj vækst.

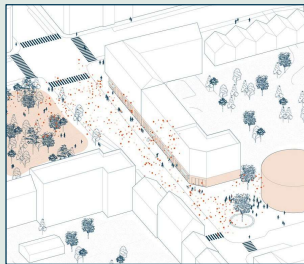
Eksempel: Aire Ancient Baths

Dogmer



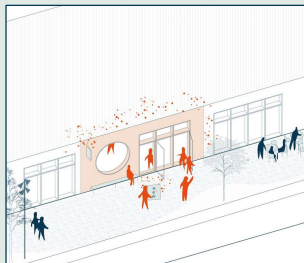
Håndplukkede operatører

- Bylivets operatører er byens værter
- Lokale ildsjæle understøtter lokalt engagement og fællesskab
- Et vel-håndplukket byliv muliggøre synergie og samarbejder



Byliv i balance

- Balance mellem rekreative, kulturelle og kommercielle funktioner
- Skab bredde og diversitet i bylivets funktioner
- 15 minutter byen



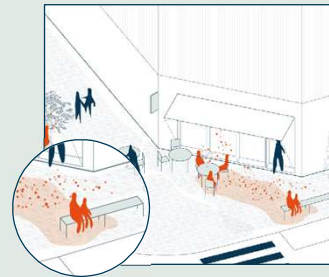
Globale trends og nye hybride formater

- Skab oplevelser der er forbrugers dag ude værd
- Hybride formater skaber agilitet - konceptuelt og økonomisk
- Stedsspecifikke koncepter kan blive identitetsmarkører
- Understøt fællesskabet gennem handel og hybride formater



En sammenhængende by - ude / inde

- Byliv udfolder sig både ude såvel som inde
- Sammenflet indendørs og udendørs funktioner
- Aktivér bygningens kant - kantzonen



Byplanlægning som en kollektiv proces

- tværdisciplinære samarbejder
- Borger- /brugerinddragelse
- Engager pioneraktører og lokale ildsjæle



Universelt design og demokratisk ret til byen

- Brug designprincipper fra universelt design
- Planlæg for en varieret brug og programmering af byrummet
- Lad demokratisk brug af byen integrere med den kommercielle

Indsatser

Placemaking

Strategi

- Stedsanalyse
- Værdiprogram
- Strategi - byliv og handel / byudvikling
- Udviklingsprincipper for by- og handelsliv
- Dogmer for by- og handelsliv
- Konzeptudvikling (hybride handels-/fællesskabskoncepter)
- Strategi for tidlig aktivering
- Bruger- og borgerinvolvering
- Strategi for kunst i det offentlige rum
- Identificering af potentielle operatører og mulige samarbejdspartnere

Fysisk planlægning

- Masterplaner
- Zonering og placering af udadvendte funktioner
- Kvalificering af masterplaner / byrum / tekniske tegninger
- Designmanual for byrum og kantzoner

Place management

Organisering af byliv

Udvikle og etablere:

- Bydelskontor / nabolagshus
- Handelsforening
- Modeller for samarbejde for at fastholde engagement
- Årshjul, vedtægter, manifest

Rådgivning vedrørende:

- Lejekontrakter / lejeforhold

Implementering

- Identificer og ræk ud til pioneroperatører
- Konzeptudvikling i samarbejde med operatører

Place branding

Skab en unik stedsidentitet

- Kommunikationsstrategi
- Visuel konceptudvikling
- Visuel identitet
- Hjemmeside
- SoMe

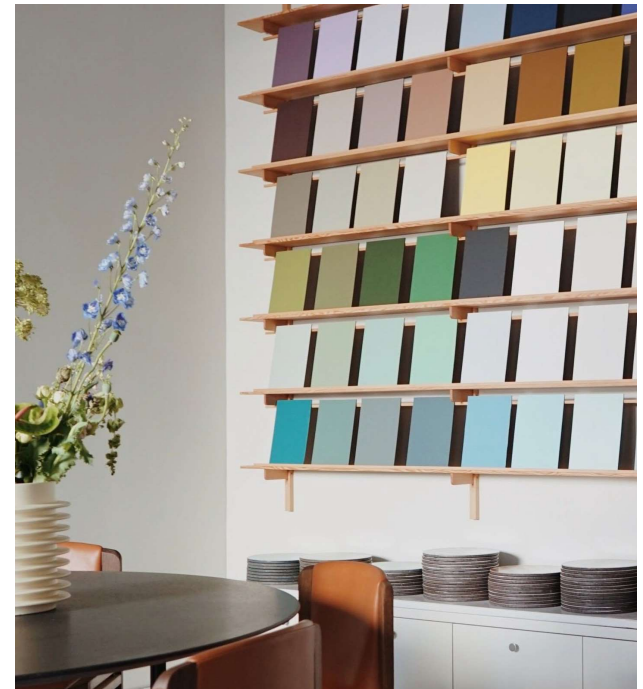
Wayfinding

Design og manual for skiltning

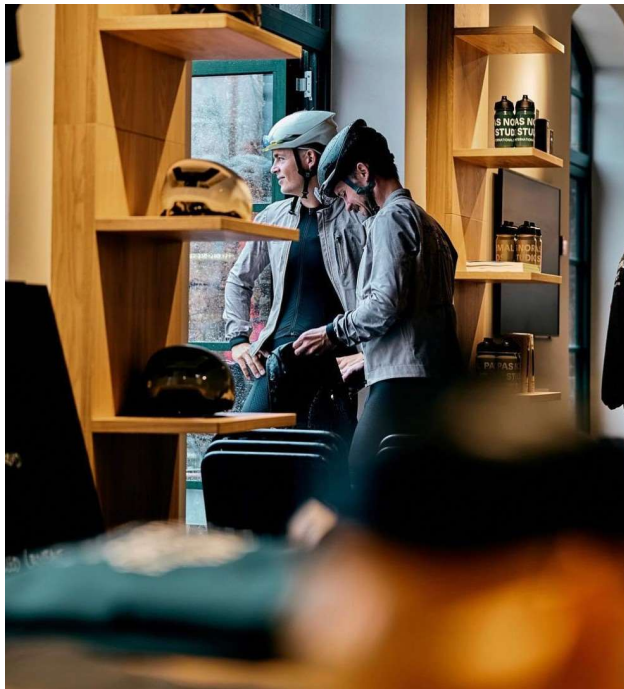
Eksempler

- Carlsberg Byen
- Århusgadekvarteret
- Guldbergsgade

Carlsberg Byen



Århusgadekvarteret



Guldbergsgade





BRIQ
Urban Life
Architecture
Spatial Design