



Universitetet
i Stavanger

DET TEKNISK-NATURVITENSKAPELIGE FAKULTET

MASTEROPPGAVE

Studieprogram/spesialisering: Byutvikling og Urban Design	Vårsemesteret, 2014 Åpen
Forfatter: Balal Ashfaq (signatur forfatter)
Veiledere: Anders Langeland Konstantinos Ioannidis	
Tittel på masteroppgaven: Hvordan tilrettelegge en tradisjonell Basar i planlegging og/eller transformasjon av områder med mange innvandrere?	
Engelsk tittel: How to facilitate a traditional bazaar in the planning and/or transformation of areas with many foreigners?	
Studiepoeng: 30 studiepoeng	
Emneord: Framvekst og Innvandreres behov Bærekraftig basar Sosial møteplass for flerkulturelle mangfold Utfordringer og vilkår Tilrettelegge basar i Stavanger sentrum	Sidetall: 129 Vedlegg: 15 Stavanger, 16.06.2014

Tittel

"Hvordan tilrettelegge en tradisjonell Basar i planlegging og/eller transformasjon av områder med mange innvandrere"?

Forord

Denne masteroppgaven er skrevet ved Det teknisk-naturvitenskapelige fakultet i Institutt for industriell økonomi, risikostyring og planlegging ved Universitetet i Stavanger (UiS). Oppgaven er gjennomført våren 2014 som siste del av en 2-årig masterstudie i Byutvikling og Urban Design. Oppgaven utgjør 30 studiepoeng.

Jeg vil rette en stor takk til Anders Langeland og Konstantinos Ioannidis veiledere ved Universitetet i Stavanger, for faglig veiledning og entusiasme gjennom hele oppgaven.

Jeg vil også rette en stor takk til Hilde Frantzen senterleder Grønland Basar i Oslo som tok seg tid til et møte for å besvare mine spørsmål, i tillegg til å følge opp mine spørsmål på mail. Takk til Ahmet Øcalan senterleder Bazar Vest i Aarhus Danmark som viste interesse for oppgaven min, og ga meg ytterligere informasjon om basaren. Takk til Michael Egeberg senterleder Bazar Fyn i Odense Danmark for samtale og for den åpenhet om sentrets interne informasjon. Takk til tante Anis Bhatti som tok seg tid til å lese gjennom hele oppgaven og sikre meg med språk rettelse.

Til slutt vil jeg takke mine medstudenter og venner på Universitetet i Stavanger som har holdt humøret og motivasjonen opp.

Stavanger, juni 2014

Balal Ashfaq

Abstract

This master thesis examines how traditional bazaar can be facilitated in the Norwegian cities. The main purpose of this study is to explain the need for bazaars in Norwegian cities and explain the assumptions and conditions necessary to establish these.

The thesis is basically in the growing immigrant population, which is large and diverse group. Most large cities in the Norway are divided into small and large districts and have large number of immigrants with backgrounds from different countries. These minority groups have different traditions, cultures and religions that separate from the rest of the majority society. They have their own needs and interests. The aim of the project is to integrate different cultures, religions and traditions within the Norwegian society. This turns out to be important because of the multicultural society we eventually received. A traditional bazaar can be instrumental in helping to integration. The bazaar is also a trade channel for more stakeholders/participants that expand the number of knowledge-based jobs (innovation and cultural) and creating value for society.

Government aims to make Norway a leading country for sustainable development. Government presented an action plan for the integration and inclusion of immigrants in conjunction with the 2007 National Budget. Labour and Welfare creates a framework for a comprehensive and coordinated service to people who need assistance to get in and stand in employment.

Jæren region has had a significant immigrant growth in the recent years due to the oil companies, and Stavanger is one of the largest cities in the region. Suggestion for bazaar in the Stavanger is therefore the case study explored in this study. Data collected through fieldwork, qualitative interviews, examination of the plan places (Nytorget and Skur 2) and the use of public statistical sources and materials. The task is therefore largely based on qualitative data. In the theoretical part I have discussed different understandings of bazaar concepts, sustainable development of bazaar, social meeting places, difference between a bazaar and a shopping and Shared spaces.

In the analysis I discuss existing bazaars in both Denmark and Norway. Case study examines the physical solution of Bazaar Fyn in the Odense, Bazaar Vest in the Aarhus and Grønland bazaar in the Oslo. I've done a number of interviews with heads of the centers of bazaars in Denmark and Norway. In addition, I also had interviews with shop owners, customers and visitors. Through these surveys, observations and surveys, I have shown the challenges between minority and majority groups and possible solutions.

New design proposal is presented to show how bazaar can be developed in Stavanger, where have I seen two different locations to test the bazaar proposal. Skur 2 is an existing building and Nytorget is an open area with parking facilities. The proposal shows two different types of bazaar concepts, where Skur 2 is permanently closed bazaar and Nytorget is open bazaar that can be combined with Pedersgata where most foreign shops located.

EndNote program used to present qualifications and additional support from other studies. It has used and placed references in the form of case studies, book literatures and all other relevant sources by the end of the task that was used during writing and reading.

Sammendrag

Denne masteroppgaven tar for seg hvordan en tradisjonell basar kan tilrettelegges i norske byer. Hovedformålet med denne studien er å forklare behovet for basarer i norske byer og redegjøre for hvilke forutsetninger og vilkår som trengs for å etablere disse.

Oppgaven tar utgangspunktet i den voksende innvandrerbefolkning, som er stor og sammensatt gruppe. De fleste store byer i Norge er delt i små og store bydeler og har stor andel av innvandrere, med bakgrunn fra forskjellige land. Disse minoritetsgruppene har ulike tradisjoner, kulturer og religioner som skiller fra resten av majoritetssamfunnet. De har egne behov og interesser. Målet med oppgaven er å integrere forskjellige kulturer, religioner og tradisjoner i det norske samfunnet. Dette viser seg å være viktig på grunn av det multikulturelle samfunnet vi etter hvert har fått. En tradisjonell basar kan derfor være med på å bidra til integrering. Basar er også en handelskanal for flere aktører som utvider antall kunnskapsbaserte arbeidsplasser (innovasjon og kulturforståelse) og verdiskapning for samfunnet.

Regjering har som mål å gjøre Norge til et foregangsland for bærekraftig utvikling. Regjeringen la fram en handlingsplan for integrering og inkludering av innvandrerbefolkningen i forbindelse med Nasjonalbudsjettet 2007. Arbeids- og velferdsforvaltning skaper en ramme for et helhetlig og samordnet tilbud til personer som har behov for bistand for å komme i og stå i et arbeidsforhold.

Jæren region, har hatt en betydelig innvandrervekst i de siste årene på grunn av olje selskaper, og Stavanger er en av den største by i Regionen. Forslag for basar i Stavanger utgjør derfor caset som utforskes i denne studien. Data samles inn ved feltarbeid, kvalitative intervju, undersøkelses av plan steder (Nytorget og Skur 2) og bruk av offentlig statistisk kilder og materialer. Oppgaven er derfor i all hovedsak bygget på kvalitative data. I teoridelen har jeg drøftet ulike forståelser av basarbegreper, bærekraftig utvikling av basar, sosial møteplasser, forskjell mellom en basar og et kjøpesenter og Shared spaces.

I analysen drøfter jeg eksisterende basarer både i Danmark og i Norge. Casestudien ser nærmere på den fysiske løsning av Bazar Fyn i Odense, Bazar Vest i Aarhus og Grønland Basar i Oslo. Jeg har gjort en rekke intervjuer med senterlederne av basarer i Danmark og i Norge. I tillegg har jeg også hatt intervjuer av butikkeiere, kunder og besøkende. Gjennom disse undersøkelsene, observasjonene og befaringene, har jeg vist til utfordringene mellom minoritets- og majoritetsgrupper og eventuelle løsninger.

Nytt design forslag er presentert for å vise hvordan en basar kan utvikles i Stavanger sentrum, hvor jeg har sett på to forskjellige steder for å teste ut basar forslaget. Skur 2 som er en eksisterende bygg og Nytorget som er et åpent areal med parkeringsmuligheter. Forslaget viser to forskjellige typer av basar konsepter, hvor Skur 2 er permanent lukket basar og Nytorget er åpent basar som kan kombineres med Pedersgata hvor fleste utenlandske butikker lokalisert.

EndNote programmet har brukt til å presentere kvalifikasjoner og ekstra støtte fra andre studier. Det har brukt og plassert referanser i form av case-studier, bok litteraturer, og alle andre relevante kilder i slutten av oppgaven som ble brukt under skriving og lesing.

Innholdsfortegnelse

FORORD	II
ABSTRACT	III
SAMMENDRAG	IV
LISTE AV FIGURER	VII
1. INNLEDNING	1
1.1 BAKGRUNN	2
1.2 MÅLSETNING OG PROBLEMSTILLING	3
1.3 METODE OG CASE-STUDIE	5
1.4 OPPBYGGING AV OPPGAVE	5
2. TEORI OG METODE	6
2.1 TEORI	6
2.1.1 <i>Basar</i>	6
2.1.2 <i>Forskjell mellom tradisjonell Basar og kjøpesenter</i>	9
2.1.3 <i>Norges strategi for bærekraftig utvikling</i>	9
2.1.4 <i>Basar en sosial møteplass?</i>	11
2.1.5 <i>Shared space</i>	12
2.2 METODE	12
2.2.1 <i>Litteraturstudie og Dokumentstudie</i>	14
2.2.2 <i>Casestudie</i>	14
2.2.3 <i>Intervju</i>	15
2.2.4 <i>Befaring og Observasjon</i>	16
2.2.5 <i>Oppsummering og vurdering av metodevalg</i>	17
3. SITUASJONSBEKRIVELSE	19
3.1 BAZAR FYN I ODENSE.....	19
3.1.1 <i>Historikk av Bazar Fyn</i>	20
3.2 BAZAR VEST I AARHUS.....	20
3.2.1 <i>Historikk av Bazar Vest</i>	21
3.3 GRØNLAND BASAR I OSLO.....	22
3.3.1 <i>Historikk av Grønland basar</i>	23
3.4 BASAR I KARASJOK OG KAUTOKEINO.....	23
4. ANALYSE AV CASE-STUDIE OMRÅDER OG PLAN OMRÅDE	25
4.1 CASE-STUDIE 1: BAZAR FYN I ODENSE, DANMARK	25
4.1.1 <i>Lokalisering av Bazar Fyn</i>	25
4.1.2 <i>Infrastruktur</i>	26
4.1.3 <i>Grønn og Blå struktur</i>	26
4.1.4 <i>Typologien av område</i>	27
4.1.5 <i>Avstand til kollektiv transport</i>	27
4.1.6 <i>Bazar Fyn</i>	27
4.1.7 <i>Intervju</i>	30
4.1.8 <i>Butikkeier spørreundersøkelsen</i>	30
4.1.9 <i>Kunde spørreundersøkelsen</i>	33
4.2 CASE-STUDIE 2: BAZAR VEST I AARHUS, DANMARK.....	35
4.2.1 <i>Lokalisering av Bazar Vest</i>	35
4.2.2 <i>Infrastruktur</i>	36
4.2.3 <i>Grønn og Blå struktur</i>	36
4.2.4 <i>Typologien av område</i>	36
4.2.5 <i>Avstand til kollektiv transport</i>	37
4.2.6 <i>Bazar Vest</i>	37
4.2.7 <i>Intervju</i>	39

4.2.8	<i>Butikkeier spørreundersøkelsen</i>	40
4.2.9	<i>Kunde spørreundersøkelsen</i>	43
4.3	CASE-STUDIE 3: GRØNLAND BASAR I OSLO, NORGE.....	45
4.3.1	<i>Lokalisering av Grønland Basar</i>	45
4.3.2	<i>Infrastruktur</i>	46
4.3.3	<i>Grønn og Blå struktur</i>	46
4.3.4	<i>Typologien av område</i>	46
4.3.5	<i>Avstand til kollektiv transport</i>	46
4.3.6	<i>Grønland Basar</i>	47
4.3.7	<i>Intervju</i>	49
4.3.8	<i>Butikkeier spørreundersøkelsen</i>	49
4.3.9	<i>Kunde spørreundersøkelsen</i>	52
4.4	CASE-STUDIE 4: STAVANGER OG SANDNES.....	54
4.4.1	<i>Stavanger butikkeier spørreundersøkelse</i>	54
4.4.2	<i>Sandnes butikkeier spørreundersøkelse</i>	58
4.5	OPPSUMMERING AV ANALYSEN.....	61
4.6	VALG AV OMRÅDE.....	66
4.6.1	<i>Stavanger/Sandnes/Sola i Rogaland</i>	66
4.6.2	<i>Lokalisering av Skur 2 og Nytorget</i>	67
4.6.3	<i>Infrastruktur</i>	68
4.6.4	<i>Blå og Grønt struktur</i>	68
4.6.5	<i>Typologi</i>	69
4.6.6	<i>Avstand til kollektiv trafikk</i>	69
4.6.7	<i>Skansekaian – Skur 2</i>	69
4.6.8	<i>Nytorget</i>	73
5.	PROSJEKTERING – LØSNING FORSLAG	77
5.1	FORSLAG 1 – SKUR 2	77
5.2	FORSLAG 2 – NYTORGET	84
	OPPSUMMERING OG KONKLUSJON	91
	REFLEKSJONER – OM MULIGE ENDRINGER	97
	REFERANSE	98
	LITTERATUR LISTE	103
	VEDLEGG	104
	VEDLEGG A: BAZAR FYN ODENSE SURVEY.....	104
	VEDLEGG B: BAZAR VEST AARHUS SURVEY.....	106
	VEDLEGG C: GRØNLAND BASAR SPØRREUNDERSØKELSE.....	108
	VEDLEGG D: SPØRSMÅL TIL BUTIKKEIER.....	110
	VEDLEGG E: SPØRSMÅL TIL KUNDER.....	111
	VEDLEGG F: SKUR 2 – BILDER AV OMRÅDE.....	112
	VEDLEGG G: NYTORGET – BILDER AV OMRÅDE.....	113
	VEDLEGG H: SKUR 2 – PLAN TEGNING.....	114
	VEDLEGG I: SKUR 2 – FASADE TEGNING.....	115
	VEDLEGG J: SKUR 2 – SNITT A.....	116
	VEDLEGG K: SKUR 2 – SNITT B.....	117
	VEDLEGG L: NYTORGET – PLAN TEGNING.....	118
	VEDLEGG M: NYTORGET – FASADE TEGNING.....	119
	VEDLEGG N: NYTORGET – SNITT A.....	120
	VEDLEGG O: NYTORGET – SNITT B.....	121

Liste av figurer

Figur 1. The Grand Bazaar Istanbul

Figur 2. Folkemengde Framskrivning

Figur 3. Ghanta ghar (Klokke tårnet) og åtte basarer rundt dette i Faisalabad, Pakistan

Figur 4. Ranganathan Street i India, og Strøget i København.

Figur 5. Al Hamidiyah Souq i Damascus og Oslo City kjøpesenter i Oslo

Figur 6. Brooklyn flea market i New York og Landa Bazaar i Pakistan

Figur 7. Spiral progresjon av Berg

Figur 8. Oversiktskart for forskjellige butikker i Bazar Fyn, Odense

Figur 9. Oversiktskart for forskjellige butikker i Bazar Vest, Aarhus

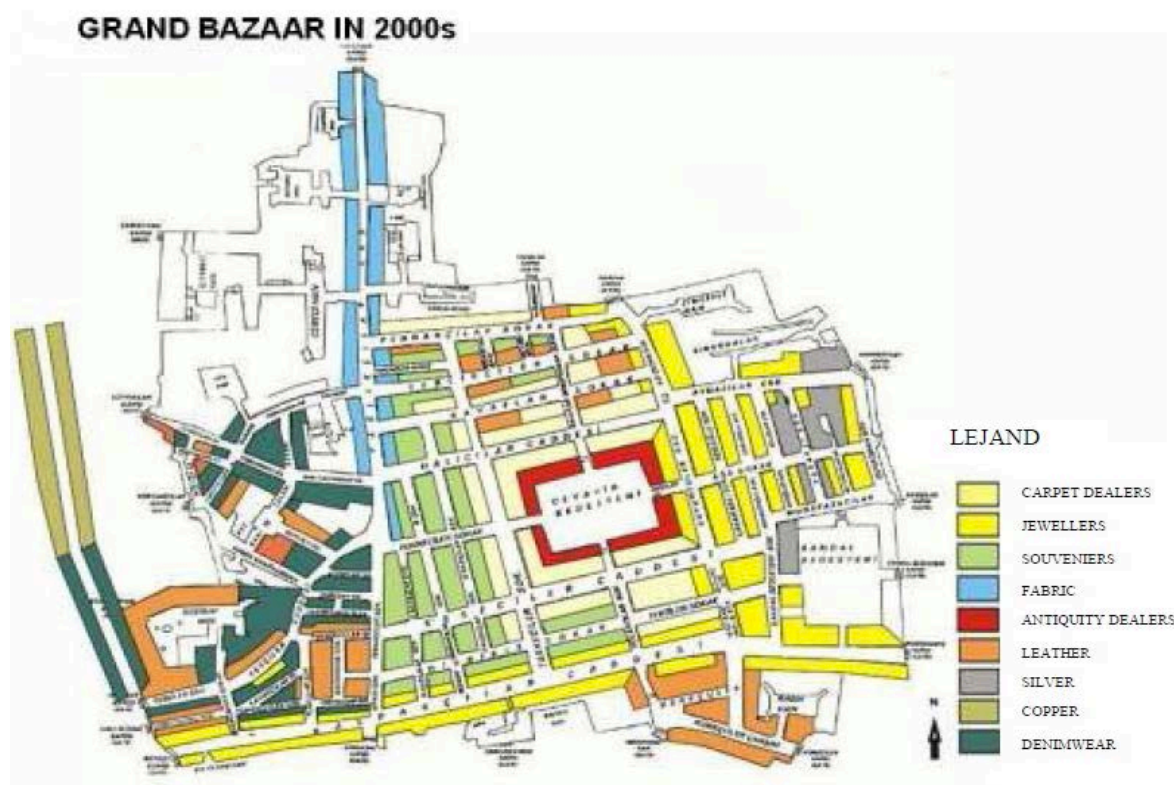
I tillegg har jeg brukt mange bilder som jeg tok på befaring og har observert i forskjellige områder. Jeg har også brukt mange tegninger og illustrator bilder.

1. Innledning

Basar er en tradisjonell offentlig plass med kommersielle aktiviteter i det urbane livet. Basar er ikke bare kommersiell aktivitets område, men også et knutepunkt for sosiale, kulturelle, politiske og religiøse aktiviteter. En bærekraftig og tradisjonell basar har en positiv effekt på byutvikling og kan ses som del av kulturarven i det urbane livet. Hovedmålet med denne oppgaven er å forklare om det er behov for basarer, og hvilke vilkår bør være tilstede for etablering av en basar, og hvordan det kan tilpasses i et eksisterende bymiljø.

Konseptet for basaren er gammelt og har sine røtter fra Midtøsten. Som et eksempel henviser jeg til den tyrkiske basaren kalt "The Grand Bazaar" i Istanbul. Dette er et av de store marked i verden, med 60 gater og 5000 butikker. Den ble etablert i 1461 og har vært et viktig handelssentrum. Det er mellom 250 000 og 400 000 besøkende daglig.

Basaren er kjent for sine smykker, tepper, håndmalt keramikk, krydder og antikke butikkene. Mange av butikkene i basaren er gruppert etter type varer og produkter som for eksempel gullsmykker, skinn og lignende. Per i dag har basaren fire hovedinnganger, fire fontener, to moskeer, to tyrkiske bad, og flere restauranter og kafeer. I sentrum av basaren finnes de mest verdifulle gjenstander og antikkbutikker som har møbler, kobber utstyr, innlagt våpen, perle speil, klokker, lysestaker, gamle mynter, ikoner, vannrør, bønnekjede, sølv- og gullsmykker. På kveldstid kan en sitte i en av kafeene og se menneskene passerer forbi eller prute og forhandle for de beste prisene. Dette kan minne om den gode atmosfæren fra den gamle Istanbul (Istanbul).

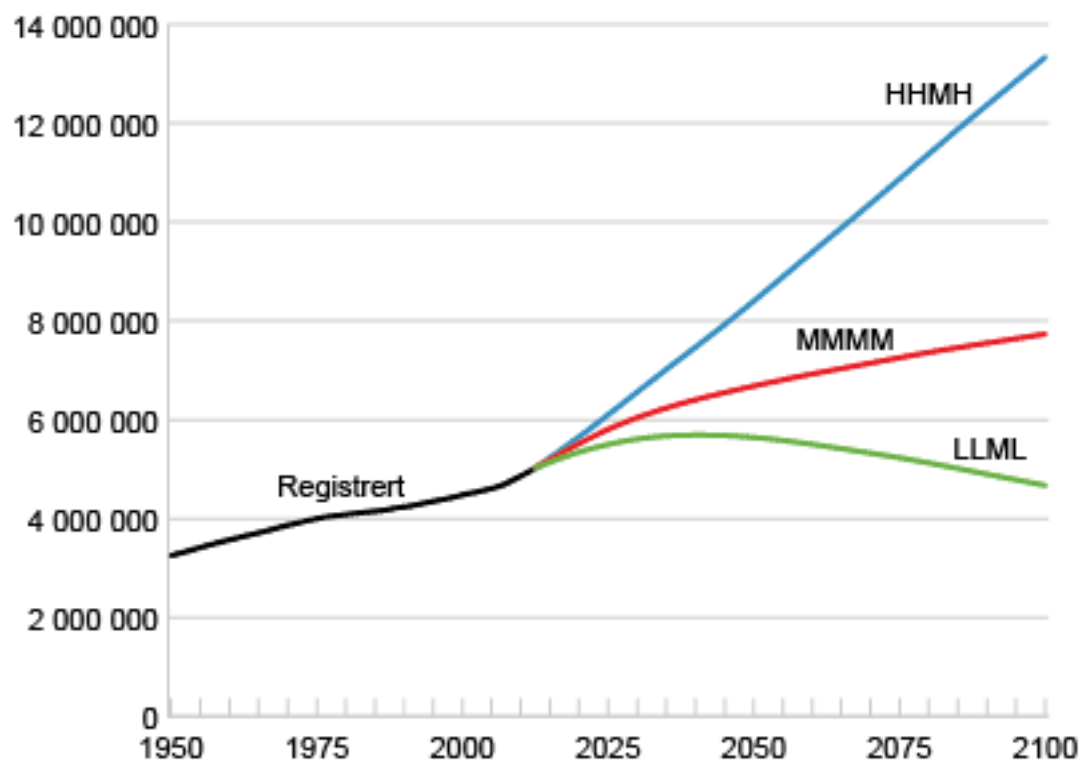


Figur 1 Bilde viser oversikt kart for "The Grand Bazaar" Istanbul for turister og lokalbefolkning. Bilde: (Istanbul 2013)

1.1 Bakgrunn

Bakgrunnen for oppgaven er å etablere en basar i en stor by, hvor det bor en god del folk fra innvandrerbakgrunn. Ifølge SSB bor per 1. Januar 2014, 5 109 000 befolkning i Norge (SSB 2014) og det forventer rask utvikling mot seks millioner innbyggere i fremtiden. Grafen under viser tre forskjellige alternativ, høy -, middel -, og lav alternativ. Det nye befolkningsframskrivingene inneholder tall for kommuner, fylker, Oslos bydeler. Den inneholder også nasjonale tall for innvandrere og norskfødte med to innvandrerforeldre fra tre grupper av land (SSB 2014).

Figur 1. Folkemengden framskrevet til 2100 under ulike forutsetninger



Figur 2 Folkemengden framskrivning. Bilde: (SSB 2014)

I følge SSB forventes det stor befolkningsvekst og det viser at det blir rundt 1.3¹ millioner innvandrere i Norge i 2050. En basar skal kunne gi innvandrere mulighet til å etablere sine egne bedrifter og dyrke sine egne interesser. Basaren kan bli en kulturell plattform for både innvandrere og etniske nordmenn. Hovedfokus er å skape en basar som sosialt knutepunkt for alle. Dermed kan basaren gi rom for både inkludering og aksept.

Hovedmålet med denne studien er å forklare det sosiale og miljømessige rollen av basaren kan få i en norsk stor by. Skur 2 og Nytorget i Stavanger er valgt som studieområder. På kommunenivå er Stavanger kommune det som utgjør konkrete prosjekteringsområdet.

¹ Hentet fra SSB: Hvor mange innvandrere er det – og blir det – i Norge? Framskrivning av innvandrere og norskfødte barn av innvandrere

1.2 Målsetning og Problemstilling

Hovedformål med denne studien er å forklare om behov av basar i norske byer, og hvilke forutsetninger og vilkår som trengs for å etablere den. Derfor er det viktig å finne ut om hva som gjør at det kan være et behov for basar i norske byer. Det bor totalt cirka 10 %² innvandrere i Norge, mesteparten i Oslo. Fleste store byer i Norge er delt i små og store bydeler og det bor en stor andel av innvandrere i noen av disse bydelene. De har forskjellige kultur, religion og tradisjon og derfor har egne behov.

Basaren kan bli et sosialt møtested og handle senter for alle. Her kan man skape nye relasjoner med nye mennesker, møte gamle venner eller ta med familien sin på shopping tur. For å drøfte oppgaven har jeg konkrete forskningsspørsmål som skal gi forståelse og også hjelpe med å løse av oppgaven.

Problemstilling

- Er det behov for Basar i norske byer?
 - Hva er en Basar?
 - Hvorfor bør en Basar etableres?
- Hvilke forutsetninger og vilkår bør være tilstede for å etablere en basar?
 - Lokalisering kriterier for en Basar i norske byer?
 - Hvordan tilpasse en Basar i et eksisterende bymiljø?

Visjon

Visjon bak oppgaven er å integrere forskjellige kulturer og tradisjoner i det norske samfunnet. Dette er viktig siden vi lever i flerkulturelle samfunn. Visjonen er at en tradisjonell basar kan bidra til integrering.

Forutsetninger og Vilkår

Det finnes kun en basar i Norge, og erfaringer viser at basaren størrelse er viktig i forhold til strømmen av kunder. Videre er det viktig med hva slags varer og tjenester basaren kan tilby kundene.

På grunn av flerkulturelle samfunnet er det et behov for basar i de fleste norske store byer, siden basar er en asiatisk tradisjon er det en viktig del av innvandrers kultur. Dette konseptet kan også stabilisere områdets økonomi og kan danne et sosialt politisk rammeverk. For å etablere detaljhandel av basar, begrenses den til regelverket, hvor arealbehov, lokalisering av basar, tilgjengelighet av biler og lastebiler (varelevering), parkerings muligheter og kollektiv tilbudet er mulig. "Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre", som bestemmer om regler for etablering av et kjøpesenter. Jeg antar og sammenligner et kjøpesenter med

² Hentet fra SSB: 9,6 % Innvandrere bor i Norge:
<http://ssb.no/befolkning/statistikker/folkemengde/aar/2014-02-20>

basar siden begge har samme funksjoner. *Hensikt med de reglene er å styrke eksisterende by- og tettstedssentre og bidra til effektiv arealbruk og miljøvennlige transportvalg, dvs. unngå en utvikling som fører til byspredning, bilavhengighet og dårligere tilgjengelig for dem som ikke disponerer bil. Det langsiktige målet er å oppnå en mer bærekraftig og robust by- og tettstedsutvikling og begrense klimagassutslippene (Lovdata 2008).*

Kommunen kan sette noen vilkår for å etablere en basar, men loven setter grenser for bruken av basar. Det er viktig å ta med noen vilkår for å etablere en basar som er ifølge:

- **Arealbehov:** Felles arealer, salgsareal, egen vareleverings veier, det er ønskelig lekeareal og stellerom
- **Antall butikker:** butikker er avhengig av hvor stor areal som er tilgjengelig
- **Antall besøkende:** den er avhengig av utvalg og opplevelsesmuligheter og også lokalisering i bysentrum og kunde potensial.
- **Enkel tilgjengelighet:** lett å finne frem, unngå nivåforskjeller (Universell utforming)
- **Parkering:** avhengig av lokalisering av basar, men det bør være i nærheten
- **Antall parkeringsplasser:** det er avhengig av antall besøkende og også utvalg og opplevelsesmuligheter, viktig å ha egen HC-parkering
- **Kollektiv Transport:** det sørges for god tilgjengelighet til kollektivtransport, bør å være i nærheten

I tillegg kommer det vilkår som informasjon, belysning, bruk av møblering og materialer. Disse forutsetninger og vilkår er viktig for å etablere en basar. Under vurdering av case-studie både fra Danmark og Norge har jeg tatt hensyn til disse forutsetningene og vilkårene. Det er også nødvendig å gjennomføre konsekvensutredninger samsvar med kravene og er hjemlet i plan- og bygningsloven.

Lokalisering kriterier

Ifølge TØI rapport "Kjøpesentre – lokalisering og bruk"³, de fleste kjøpesentre i Norge er ofte lokalisert i tett utbygde område og er et resultat av bruksendringer av tidligere industribygg. Det er mange kommuner og tettsteder som har utredninger og planer for å styrke sentrum og legge til rette for en klarere politikk når det gjelder lokalisering av detaljhandel.

Det er viktig å ta hensyn med lokalisering av basaren siden basar tiltrekker til seg kunder fra et større omland, som medfører til ekstra belastning på kollektivtransport. En annen utfordring er å tilpasse veksten i antall kvadratmeter salgsareal til lokal befolkningsutvikling og kjøpekraft samt endringer i omsetningsformer (Jan Usterud Hanssen 1998).

Ved etablering av ny basar, øker bil- og store lastebil trafikk i området som skaper miljøproblemer i området. I følge min mening vil nok mange liker ideen om en basar, da det representerer noe eksotiske hverdagen.

³ Hentet fra TØI rapport 394/1998 "Kjøpesentre – lokalisering og bruk" En undersøkelse av Ski storsenter og Vinterbro senter med fokus på marked og transport. Jan Usterud Hansen og Olav Fosli

Tilpasning i et eksisterende bymiljø

Disse vilkårene er viktige for å etablere og å tilpasse en basar i et eksisterende bymiljø, dette ifølge plan- og bygningsloven ”Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre”.

1.3 Metode og Case-studie

Målet er å lage forslag til design og to alternative lokaliseringer av en basar i Stavanger. Forslag til utforming design og evaluere hvilke forslag er best. Den viktigste metoden i denne studien er basert på kvalitative og kvantitative data, samtlige kvalitative observasjoner av organer med ansvar for urbane elementer og kvantitative verdi for å sammenligne basar bærekraft.

1.4 Oppbygging av oppgave

Fremgangsmåten i denne oppgaven er delt inn i fem kapitler.

Opgaven starter med innledning hvor bakgrunn for oppgaven, problemstilling, og oppbygging av oppgaven blir presentert. Kapittel to er delt på to deler, teoridel og metodedel, hvor elementene som er viktig for denne oppgaven settes i en sammenheng. Teorien bygger på litteraturstudier og gir en innføring i hva som er bakgrunn for å utvikle strategien i prosjekteringsdelen. Metode delen forklarer hvilken type metode som ble brukt.

Kapittel tre er situasjonsbeskrivelsen av case-studie områder. Dette kapitlet gir forklaring av nåværende situasjonen av basarer i eksisterende områder.

Kapittel fire er analysen av casestudie områder som er Bazar Fyn i Odense, Bazar Vest i Aarhus og Grønland Basar i Oslo. Dette kapitlet gir forståelsen av hvilke type tiltak som bør jobbes med og utvikles i den neste delen av oppgaven. I tillegg til dette består kapitlet av oppsummering av alle case-studie områder og valg av områder.

Kapittel fem består av et forsøk på å skape sammenheng mellom teori og analyse, og forslag til etablering av en tradisjonell basar som passer i et eksisterende bymiljø.

2. Teori og Metode

I dette kapitlet skal jeg forklare om teori rundt basaren, forskjell mellom basar og en shopping senter, og en bærekraftig basar. I metode skal jeg forklare om hvilke type data og metode som ble brukt og intervju av folk i case-studie områder.

2.1 Teori

I dette kapitlet skal jeg gå gjennom teorien om basar, hvilke type basarer, forskjell mellom en basar og et kjøpesenter og bærekraftig basar med universell løsninger.

2.1.1 Basar

Basar betyr en markeds plass eller samling av butikker hvor diverse varer og tjenester vises til kjøp og salg⁴. Det kan være en gate av butikker, lukket varehandel som ofte kalles et kjøpesenter eller et supermarked i vestlige land, eller et åpent torg med forskjellige typer hybrid butikker med varer og tjenester.

Ordet basar refererer til "Waazaar", som er et gammel persisk ord. I islamske land i Asia menes med basar, en tradisjonell by som ligger utenfor den viktigste moskeen gitt den økonomiske aktiviteten i byen. Varer som selges ble vanligvis romlig distribuert tilsvarende deres natur. Hellige gjenstander ble solgt nær moskeen samt elementer som ville bli solgt av bokhandlere og bindemidler, mens resten av varene ble funnet på en ytterligere avstand. Det sentrale området var en samling av andre offentlige aktiviteter som sosiale tjenester, administrasjonen, handel, kunst og håndverk og bad (IOTPE 2011).



Figur 3 Ghanta Ghar (Klokke Tårnet) og åtte basarer rundt det i Faisalabad, Pakistan. Kilde (City 2011)

⁴ Hentet fra International Journal on "Technical and Physical Problems of Engineering" Published by International Organization on TPE (IOTPE)

2.1.1.1 Gate basar

Gate basar er en type basar, som ofte kalles gågate med butikker i begge sider. Gate basar har minst to hovedinnganger. En ved starten av gaten og andre inngang på enden av gaten. De inngangene kalles basars hoveddør. I tillegg til de inngangene har basaren ofte mange små gater som kobler sammen med andre parallell gater og veier.

Det er et sosialt knutepunkt, der folk kan handle, gå i åpent gate og sitte i en restaurant eller Cafe for å spise eller å ha sosialt samvær med familie, venner, kollegaer og andre folk. Gate basar er mer kjent i Asia enn i Europa. Gågate ofte lokalisert i byens sentrum, der finnes både sosialt og andre aktiviteter for både barn og ungdom, voksne og eldre folk.

I Skandinavia finnes det noen kjente eksempler på gågater med butikker, for eksempel Strøget i København, Karl Johans Gate i Oslo og Kirkegata i Stavanger. Strøget er Scandinavians og ikke minst Europas lengste gågate med lengde på 1,1 km⁵. I Strøget finnes restauranter, puber og barer, cafeer, klær butikker og mange andre aktivitets lokaler som museum.

Tradisjonen i Asia er annerledes enn Europa spesiell i små byer. Folk følger den gamle tradisjon med å gå til gate basar enn til kjøpesentre. Ut ifra min erfaring fra asiatisk land prioriterer folk å dra til gate basar med glede og handler i de små butikkene i de små gater. De fleste vet at de finner det de trenger i en basar. Ofte i gate basar er butikkene delt i områder, der en liten gate er for klær, og neste gate for mat og restauranter. Det er mye utvalg i basaren og folk finner ofte billige varer og produkter enn fra kjøpesenteret.



Figur 4 Ranganathan Street i India. Kilde (Hindu 2011), og Strøget i København, Kilde: (Experiment 2012)

2.1.1.2 Permanent lukket basar

Permanent lukket basar som ofte kalles kjøpesenter. Den er en vanlig måte som ofte brukes i fleste byer i Norge og også i Europa og Scandinavia. kjøpesenteret er ofte et knutepunkt for en by og det finnes nesten i alle bydeler av store byer i Norge.

Et kjøpesenter i Europa er ofte tilrettelagt av en kjede navn, for eksempel Amfi er et kjede som har mange store kjøpesentre i Norge både i store og små byer. I Stavanger ser vi ofte Kjente kjeder i Norge er Amfi og Olav Thon gruppen.

⁵ Hentet fra MSc 01 Project: Discovering Enghave Brygge – An Urban Transformation

I Norge er det vanlig å dra til lokale kjøpesenteret for å handle. Mange drar for å ha sosialt samvær med venner og noen drar for å spise på restauranter eller gå på cafeer. Kjøpesentre er ofte lokalisert i et område, der det er god tilgjengelighet av kollektivtrafikk og biler. Det finnes også forskjellige opplevelser av handel basert på kjønn, alder, etnisitet og klasse.



Figur 5 Al Hamidiyah Souq, Damascus, Kilde: (Backpacker 2011), og Oslo City kjøpesenter i Oslo, Kilde (Næringsliv 2014)

2.1.1.3 Åpent markeds plass/basar

Åpent basar eller markeds plass er ofte å bruke som loppemarked, og det ofte kalles som hybrid marked. Det kan være et torg eller stor åpen areal, der folk kan ha deres små butikker og kan selge deres produkter og varer. Det er vanlig at folk leier ut en liten tomt i torget og selger deres produkter. Med hybridmarked menes at folk kan lett bevege seg fra ett sted til annet. Folk bruker ofte vare biler og selger varer. Det er ofte bønder som benytter denne muligheten, avhengig av sesongen.



Figur 6 Brooklyn Flea Market, New York, Kilde (CNN 2012) og Landa Bazaar i Pakistan, Kilde (Blog 2013)

I Asia brukes åpent basar som et loppemarked plass. Ut ifra min erfaring fra Asia er områdene delt etter forskjellige typer varer og tjenester. For å kjøpe grønnsaker eller frukt drar folk til steder som er tilrettelagt for frukt og grønnsaker, og kalles ofte for frukt og grønnsaker marked. Der finnes det en stor variasjon og utvalg av ferske varer med god kvalitet og rimelig pris, siden konkurransen er høy mellom butikkene er det vanlig å få varene enda billigere.

2.1.2 Forskjell mellom tradisjonell Basar og kjøpesenter

Begrepet basar kan bety mange forskjellige ting og den er avhengig av det landet den eksisterer i. I Midtøsten eller asiatiske land refererer ordet til et åpent marked som selger en rekke forskjellige varer, inkludert mat, krydder, husholdningsvarer, osv. Derimot brukes begrepet i vestlige land som refererer til et loppemarked som selger mange forskjellige varer på salg. I Storbritannia refereres begrepet til butikker som selger et utvalg av donerte eller brukte elementer for veldedighet. Disse er koblet til kirke eller veldedige organisasjoner som hjelper med å samle inn penger til en større sak (Between).

Basar er et område hvor mange ulike gateselgere som selger sine varer og produkter til andre. Folket forventer å prute og forhandle for varene. En kan spørre om å redusere prisen eller handle flere elementer for samme pris. Leverandørene kan levere varer fra hele verden til en rimelig pris (Between).

Kjøpesenter derimot er stort lukket areal med mange butikker som selger varer og tjenester til alle. Kjøpesentre kan være middels til stor i størrelse og de er avhengig av konstruksjon og antall butikker. Det finnes to typer kjøpesentre, den ene er lokalt liten kjøpesenter (shopping senter) og den andre er regionalt kjøpesenter (shopping mall) som refererer til de store shoppingområdene. Regionalt kjøpesentre er innelukket og har sentralisert kjøling eller oppvarming som er avhengig av været og lokalisering av området. Regionalt kjøpesentre er forbundet med å ha store parkeringsplasser. Regionalt kjøpesenter har mange forskjellige butikker som selger mange forskjellige typer varer (Between).

Konseptet av kjøpesentret har eksistert siden antikkens romersk tid. Konseptet ble anskaffet fra Trajans marked som var en av de tidligste kjøpesenter i Roma. Roma er kjent for sine mange basarer som til slutt utviklet til kjøpesentre. Det er mange forskjellige butikker lokalisert på et større areal som gjør lettere tilgang for folk å handle på samme sted (Between).

Kjøpesentrene har et utvalg av merkevarer og lokale basert butikker. Prisene på leie av butikklokale avhenger av virksomheten. Merkevarerbutikker er ofte dyrere enn mindre butikker som tilbyr rimeligere priser på varene. Regionalt kjøpesenter assosiert med å ha mat, kinoer, lekeområder og mange andre attraksjoner. Regionalt kjøpesentre er ofte ganske store og en trenger tid for å kunne besøke hver butikk. Regionalt kjøpesentre kan ikke gjennomføre salg på nettet på grunn av diverse regler. De kan ha sine egne nettstedet som oppdaterer kommende arrangementer, antall butikker eller liste over antall butikker de har, osv. (Between).

2.1.3 Norges strategi for bærekraftig utvikling

Norges strategi for bærekraftig utvikling er en del av Nasjonalbudsjettet 2008, som ble utgitt av Finansdepartementet. Ifølge rapporten skal Norge være et foregangsland i arbeidet med bærekraftig utvikling. Den nye strategien for bærekraftig utvikling slår fast ambisiøse mål for Norges arbeid og vil dermed være et viktig fundament for innsatsen i årene framover. Strategien skal gi retning for arbeidet med bærekraftig utvikling for regjeringen, kommuner, organisasjoner, bedrifter og den enkelte. Den skal også mobilisere til felles innsats. Strategien

fokuserer på hvordan Norge kan bidra til en bærekraftig utvikling globalt, og på hvordan vi skal sikre bærekraftig utvikling nasjonalt (Finansdepartementet 2007).

Strategien viderefører målene fra bærekraftig økonomisk og sosial utvikling, hvor Regjeringens hovedmål vil styrke fellesskapsløsningene og bidra til at samfunnets samlede verdier overlates til kommende generasjoner i like god eller bedre stand enn vi overtok dem. I tillegg er Regjeringens delmål og viktige handlinger at Regjeringen vil føre en økonomisk politikk som fremmer verdiskaping og bekjemper arbeidsledighet og utestenging fra arbeids- og samfunnslivet. Regjeringen vil at fattigdom skal avskaffes og at de økonomiske forskjellene i samfunnet reduseres (Finansdepartementet 2007).

Det er nær ni prosent av Norges befolkning har innvandrerbakgrunn. Strategien bygget på at Regjering vil legge til rette for at innvandrere raskest mulig kan bidra med sine ressurser i arbeidslivet og i samfunnet for øvrig. Det er en målsetting å øke sysselsettingen og redusere ledigheten blant annet gjennom tiltak i handlingsplanen for integrering og inkludering av innvandrerbefolkningen og gjennom mandatet til Arbeids- og velferdsetaten (NAV) og Integrering- og mangfolds Direktoratet⁶ (IMDi). Den nye arbeids- og velferdsforvaltningen (NAV) skaper en ramme for et helhetlig og samordnet tilbud til personer som har behov for bistand for å komme i og stå i et arbeidsforhold. (Finansdepartementet 2007).

Strategien bygget også om at arbeid med utvikling av indikatorer for tilgjengelighet/universell utforming står sentralt i forbindelsen av planen. Universell utforming i form av at arbeidsplasser tilrettelegges bedre for personer med nedsatt funksjonsevne vil redusere utestenging fra yrkeslivet (Finansdepartementet 2007).

Strategien har forventninger om at alle selskaper tar samfunnsansvar enten de er offentlig eller privat eid. Staten har en viktig rolle i å fremme samfunnsansvar i næringslivet ved å tilrettelegge arenaer for dialog, gjennom informasjonsarbeid og gjennom sin rolle som eier, investor, lovgiver, innkjøper og pådriver (Finansdepartementet 2007).

I tillegg forventer strategien også at Regjeringen vil fremme en ny plandel av plan- og bygningsloven med vekt på å fremme et bærekraftig utbyggingsmønster som reduserer transportbehovet, sikrer landbruks-, natur- og friluftsområder mot unødig nedbygging. Bygningsmassen kan ha negativ innvirkning på flere miljøområder. Lokalisering av utbyggingsområder er vesentlig for transportbehovet i samfunnet og en viktig rammebetingelse for samferdselssektorens miljøutfordringer. Det ligger derfor godt til rette for at kommunesektoren kan prioritere miljøarbeid og bidra til en bærekraftig utvikling (Finansdepartementet 2007).

En bærekraftig basar handler om en toveis integrasjon ”kulturelt og økonomisk”. Med dette menes at basar konseptet kan øke verdiskaping i norsk næringsliv med nye markeder i Midtøsten, Asia og Afrika samtidig som man integrere minoriteter inn i norsk verdiskaping i Norge. Dette kan gjøres ved å utnytte kompetansen og innsikten som ligger i minoritetsbefolkningen i Norge og deres forretningsforbindelser gjennom blant annet etablering av et forretningssenter for fremvoksende markedet som er et kunnskapssenter for norsk bedrifter som ønsker og utforske muligheter i nye markeder. Dette gir mulighet for

⁶ Hentet fra IMD1 visjon: Like muligheter og like vilkår i et flerkulturelt samfunn.

ideutveksling og matchmaking aktiviteter mellom norske bedrifter, investorer og bedrifter i Midtøsten, Asia og Afrika (FutureBuilt).

2.1.4 Basar en sosial møteplass?

Utvikling av handel har vært konsentrert om det primære behovet for å finne så praktisk som mulig til handel offentlig anslaget å være innenfor det er storbyrommet. Det er et faktum at historisk sted har blitt inngrodd i handleprosessen. Detaljhandel startet med salgsboder som blir satt opp på tvers av veier, landsbyer/småsteder og vadestedene av middelalderbyer eller som basarer. Disse var steder der folk ville heller samles som navnet i lokalsamfunnet eller passerer på sine vandringer til og fra bosteder eller migrasjon. Tidligere kjøpesentre ble lokalisert på steder som var de områdene der folk samlet seg. Disse var i byen og samfunnet sentre fordi beboere enten bodde i umiddelbar lite sted eller reist til sentrum av byen for å drive handel eller delta på samlinger for sosiale formål. Folk visste at deres sosiale og kommersielle behov kunne oppfylles innenfor sentrum. Ved utvikling av handel fikk en besøk av mennesker fra andre områder og byer som også ga en turist tilstrømning i disse områdene (Markham 1998).

Konseptet for offentlig møteplass er veldig gammel. Møteplass uttrykkes som offentlig rom, som en henvisning til fysiske steder. Ifølge "kommunedelplan for torg og møteplasser" kan møteplass forstås mer i retning av et fysisk avgrenset rom, som er åpent for alle. Videre har de Uttrykket "møtesteder = aktivitet + kontakt", det vil si at et møtested kan være steder hvor folk møtes tilfeldig. Det er forskjellige typer av møtesteder men basar er et sted hvor folk kommer både for handel og møte nye mennesker (Oslo kommune 2006).

I følge kommunedelplans rapporten, er et slikt møtested et arena for dialog og møte mellom mennesker. Beboere med innvandrerbakgrunn assosierer ofte begrepet "møte" med det å skape relasjoner. For dem betyr å møte plassen lokalt mer enn stedet, og tilhørighet til stedet skjer gjennom relasjoner. Ulike etniske grupper bidrar til at byen i større grad blir et møtested mellom forskjellige mennesker og kulturer, for eksempel at byrommet tas i bruk på andre måter enn tidligere. Etniske grupper dyrker urbane atferds former som livet på gata, noe som kan observeres ved Pedersgata i Stavanger (Oslo kommune 2006).

Ved sosiale aspekter kan vi også si at det sosiale rommet som oppstår mellom personer som handler sammen ut fra felles forståelse eller som deler informasjon og synspunkter med hverandre. Det er steder hvor folk møter ansikt til ansikt. Det offentlig sosiale sted er prinsipielt tilgjengelig for alle medlemmer av et samfunn, hvor alle har anledning til å tre inn som er også avhengig av sosial status og gruppetilhørighet (Mikalsen).

Erfaringer fra Bazar Vest i Aarhus viser at folk bruker sosiale plasser som kafeer og restauranter for å møte nye mennesker og skaper nye relasjoner. Disse plassene brukes som fora for dialog og debatt, som oppfattes offentlig relevant. Det kan dreie seg om offentlig diskusjon og refleksjon i forhold til politikk, underholdning eller noen andre relevante temaer, altså i forhold til det man i vid forstand kaller kultur.

2.1.5 Shared space

Ifølge Rambøll rapport om "Shared space" er forenklet sagt en metode å planlegge trafikkarealer på, hvor alle trafikantgrupper integreres og ivaretas på samme areal. Utforming etter Shared space prinsippet egner seg i en by eller et tettsted der det er mange myke trafikanter (Rambøll 2008).

Det kan være et kryss eller en plass som man vil løfte fram til et attraktiv byrom og utforme som et torg. Det kan være et viktig målpunkt med omkringliggende bygninger som skaper aktivitet og opphold eller det kan være en del av et viktig gangstrøk i byen. I tillegg kan det også være en gate hvor man har målpunkter og aktiviteter på begge sider og/eller har mange ulykker med myke trafikanter som krysser gaten. Et torg/kryss har ofte Trafikkstrømmer fra flere kanter og er ofte mer komplekst å løse enn i en gate med en strøm av biler (Rambøll 2008).

Hovedmålet er å planlegge gatene og plassene uten reguleringer, skilter og separering av de ulike trafikantgruppene i tid og rom. Metoden setter mennesker i sentrum og har som mål å skape plasser som er estetisk godt utformet og som egner seg både til opphold, handel og samtidig å forflytte seg gjennom. For å få til et skilt samspill mellom de ulike trafikantgruppene som Shared space forutsetter må biltrafikkens hastighet være lav (Rambøll 2008).

Menneskers adferd trafikken bestemmes i større grad av det uttrykk stedet og omgivelsene gir, enn av påbud og forbud. Målet med en utforming etter Shared space prinsippene er at et menneske på gjennomreise, ut fra rommets utforming og aktivitet, ser at han er "gjest" på området og da tilpasser sin trafikantadferd til den sosiale adferd som de menneskene som oppholder seg på stedet utviser (Rambøll 2008).

2.2 Metode

Dette kapittelet skal beskrive forskningsmetodene som har blitt brukt under arbeidet med oppgaven. Valg av metoden er knyttet til hva som skal undersøkes og utforskes. Jeg har brukt kvalitative og kvantitative data, litteratur kvalitative data som ble samlet inn ved biblioteket metode, ved hjelp av ulike dokumenter og observasjoner av organer. Det ble også brukt feltmetoder, intervju og observasjon verktøy som kvantitative data.

Den opprinnelige betydningen av ordet metode er i følge Vilhem Aubert, som ble nevnt av Andersen i hans bok, "en fremgangsmåte, et middel til å løse problemer og komme frem til ny kunnskap. Et hvilket som helst middel som tjener dette formålet hører med i arsenalet av metoder. Svært mange hjelpemidler og redskaper blir på det viset av interesse." (Andersen 1997).

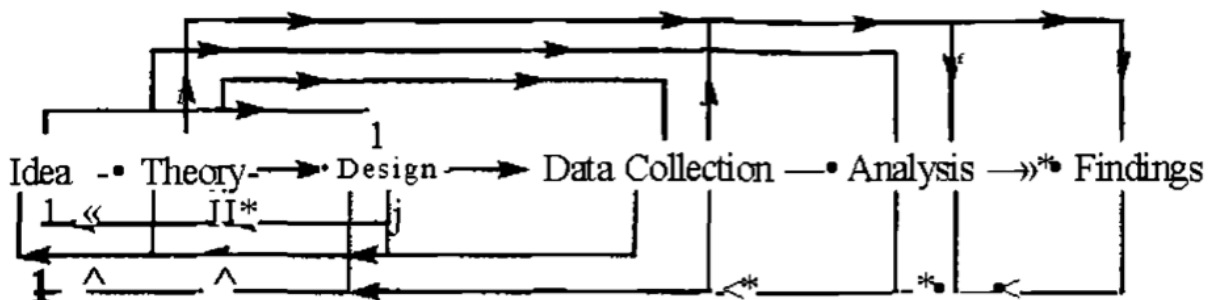
Doktor Bruce L. Berg presenterer en modell, lineær progresjon i hans bok om kvalitets forskningsmetode⁷. Han viser i denne metode modellen, hvor de separate stegene som følger en bestemt rekkefølge, fra ide til resultat. Den overordnede metode som jeg har brukt i denne

⁷ Hentet fra "Qualitative research methods for the social sciences" 2001 – Forth edition, side 19

oppgaven er inspirert av Berg. Figuren under viser en rekkefølge av metode modellen fra Berg (Berg 2001).

Ide → Teori → Design/Metode → Datainnsamling → Analyse → resultat

Berg viser også i tillegg en modifisert versjon av modellen som kalles ”spiral progresjon”. Denne modellen gir mulighet til å gå tilbake og endre på de stegene underveis i arbeidet med oppgaven. Forskjell mellom denne modellen og lineær progresjon modellen er at arbeidet som er utført i et steg er påvirket av andre steg enn det etterfølgende steg som lineær progresjonen. Figuren under viser hvordan arbeidet med oppgaven har blitt utført (Berg 2001).



Figur 7 Spiral progresjon av Berg. Kilde: (Berg 2001)

I tillegg har jeg brukt kvalitativ - og kvantitativ metode og det er vanlig å skille mellom begge metoder. Følgende begreper viser forskjell mellom kvalitativ - og kvantitativ metode.

Kvalitativ metode

Ottar Hellevik viser til forskjell fra kvantitative metoden der forskeren baserer seg her på sin egen evne til å analysere og vurdere å finne et mønster i helheten av egenskaper. Metoden tar ofte utgangspunkt i få informanter med mange opplysninger. Denne metoden åpner altså for subjektive betraktninger, og er en fremgangsmåte der forskeren ofte går frem og tilbake mellom registreringer og analyse (Hellevik 1991).

Hellevik definerer kvalitativ metode slik (Hellevik 1991), ”en metode der forskeren samler inn data på en mindre systematisk (impresjonistisk) måte og bruker dataene for å besvare empiriske spørsmål. Forskeren baserer sin evne til å leve seg inn i og oppfatte et mønster i det mangfoldet av sanseinntrykk han mottar, i stedet for å trekke ut et begrenset antall aspekter ved helheten, og så måle og analysere ved hjelp av tall.”

Jeg har brukt kvalitative metode for datainnsamling i denne oppgaven, ved bruk av tekst fra intervjuer og observasjoner. Hellevik viser i hans bok, at ved bruk av denne metoden vil forskeren selv fungere som målingsverktøy. Han baserer seg på egne vurderinger i intervjuer, og istedenfor å benytte seg av standardiserte spørsmål med svaralternativer. Kvalitative data sier noe som ikke-tallfestede fenomener (Hellevik 1995).

Kvantitativ metode

Hellevik sier at det er en forskningsmetode som baserer seg på det som er målbart og fenomenet lar seg representere i form av tall, altså det som er kvantifiserbart. Metoden tar for seg store tallmaterialer, der det er mange informanter med få opplysninger. Tallmaterialet analyseres for å finne mønster og forskjeller i fenomenet som det forskes på (Hellevik 1995). Jeg har brukt kvantitativ metode i denne oppgaven, ved bruk av grafer og tabeller, siden denne metoden forholder seg til tall eller ulike former for optelling. I følge Hellevik er kvantitativ metoden definert som (Hellevik 1991), ”framgangsmåter der forskeren først systematisk skaffer seg sammenlignbare opplysninger om flere undersøkelsesobjekter av et visst slag, så uttrykker disse opplysningene i form av tall, og til slutt foretar en analyse av mønsteret i dette tallmaterialet.”

2.2.1 Litteraturstudie og Dokumentstudie

Dokumentstudie brukes ofte for å si noe om faktiske forhold og valg av relevante dokument velges på bakgrunn av oppgavens tema (Davidson 1995). I denne oppgaven har jeg brukt bygnings plan dokumenter om casestudie og plan områder for å finne relevant og nyttig informasjon. Disse dokumenter er relevante for å vurdere denne oppgavens case.

En litteraturstudie vil i tillegg kunne gi ideer til videre forskning. Sammenligne med litteraturstudie går dokumentstudie mer konkret på casets tema, mens litteraturstudie er mer overordnet. Litteraturen gir en orientering i hva som er kjent rundt temaet og utvider den bakgrunnskunnskap som man sitter inne med (Wengstrom 2003).

Jeg har brukt litteraturstudie som består av gjennomgang og aktuell litteratur rundt temaet, i tillegg til forskning på feltet, artikler om felles rom for felles arealer og sosialt knutepunkt, ulike rapporter om basar og planlegging av kjøpesentre. For å få beskrevet og analysert problemstillingen har jeg studert dokumenter og tekniske tegninger fra kommunen som beskriver bygnings areal og bruk. Jeg har også brukt statistikk sentralbyrå for å hente informasjon om byens nåværende - og fremtidens vekst i blant innvandrere.

2.2.2 Casestudie

Formålet med en casestudie er å gi en helhetlig forståelse, og det er en sentral poeng at en gjennomfører en studie innenfor et avgrenset tema. Jeg har sett dette i forhold til tid, ressurser og den kunnskap som jeg har rådighet. Jeg har brukt tre hoved casestudier både i Danmark og Norge og to casestudier i Stavanger og Sandnes, hvor den samme metode er brukt i studier for de ulike stedene.

Jeg har vært på befaring i Odense og Aarhus i Danmark og Stavanger, Sandnes og Oslo i Norge, hvor jeg har hatt intervjuer med senterlederne av de eksisterende basarene. I tillegg har jeg intervjuet butikkeiere og kunder. Jeg har også tatt bilder av disse områdene.

I tillegg har jeg brukt to områder i Stavanger for å teste ut løsning for oppgaven min og lage forslag, der de case-studier områder gir et konkret svar om nåværende forhold i en eksisterende by og hvordan kan jeg komme frem med en god basar forslag for oppgaven. I følge Thagaard er kvalitativ metode egnet for bruk i studier av konkrete spørsmål om hvordan

eller hvorfor forhold er slik de foreligger. Metoden kan også brukes innenfor områder det er lite kunnskap om (Thagaard 2003).

I følge Yin " casestudiene unike styrke er dens evne til å håndtere en hel rekke bevisdokumenter, gjenstander, intervjuer og observasjoner (Yin 2003)" Han fremhever fordeler ved bruk av case studier. I følge han er casestudier ikke knyttet til en bestemt metode eller data, og man har dermed mulighet til å benytte seg av ulike former (Yin 2003).

Yin påpeker at bruk av casestudier er best egnet metode for å svare på spørsmål som "hva, hvordan og hvorfor", samt når fokuset er rettet mot et sanntidsfenomen (Yin 2003). Men Thagaard påpeker i tillegg at case studier kan være både kvalitative og kvantitative av natur, noe som gjør at det blir feil å kalle slike studier rent kvalitative (Thagaard 2003). Men i denne oppgaven har jeg brukt Yins metode som passer godt for å besvare denne oppgavens problemstilling; hva er en basar og hvilke forutsetninger og vilkår bør være tilstede for å etablere en basar, hvordan kan den etableres i et eksisterende bymiljø og hvorfor bør den etableres.

Casestudier i denne oppgaven blir gjennomført ved bruk av både kvantitative data som eksisterende statistikk og strukturerte spørreskjema og kvalitative tilnærminger som observasjoner, befaring og åpne intervjuer. De kvalitative dataene vil være med på å tolke de kvantitative forestillingene. Kombinasjonen av kvalitative og kvantitative metode er godt egnet til å svare på oppgavens case og problemstilling. I følge Dale "å kombinere disse to formene, og pendle mellom de to analyseformene vil både begrepsutviklingen og hypotesetestingen kunne gi en bedre teoretisk fremstilling" (Dale 1992).

Ved å sammenligne med tilsvarende case kan likheter, som avhenger av at case som er brukt i utgangspunkt blir beskrevet så detaljert at det er mulig å gjenkjenne likheter og forskjeller. I denne oppgaven er lokalisering, arealbruk og nåsituasjonen av alle case-områder presentert, før disse er analysert i forhold til teoretiske perspektiver og problemstillingen. Det er kvalitative data i hovedsak, i form av intervjuer og observasjoner kunne sammenlignes og ses opp mot aktuell teori og tilsvarende tilfeller, for å se etter mulige samsvar. Det er viktig å teste eksisterende teori og undersøke om den kan forklare resultatene i studien. I følge Yin er det imidlertid avvik mellom teori og casestudien, kan forskeren peke på alternative metoder for å utvikle og forbedre teorien videre (Yin 2003). Men når resultatene i casestudie samsvarer med aktuell teori kan dette styrke teorien.

2.2.3 Intervjue

For å fremskaffe nyttig dokumentasjon og nødvendig informasjon for å kunne vurdere målsettingene i prosjektoppgaven, baserer oppgaven seg i stor grad på intervju. I følge Kvale er intervju begrepet, "Det kvalitative forskningsintervjuet er et produksjonssted for kunnskap" (Kvale 2002). I denne oppgaven har intervjuene vært den viktigste primærkilden. I følge Thagaard karakteriseres et intervju som en utveksling av synspunkter mellom to personer som har en samtale om et tema som interesserer begge. Det kvalitative forskningsintervjuet forsøker å forstå verden fra intervjupersonens side (Thagaard 2003).

I tillegg har jeg stilt spørsmålene til butikkeierne og kunder som bruker basar, både i Danmark og i Norge. Spørreundersøkelsen er gjennomført på bakgrunn av hovedtemaer, og ikke avgrensede og detaljert spørsmål. Med dette har informantene kommet selv med som

tilleggsopplysninger. I følge Kvale er det viktig å oppnå innsikt i informantenes egne meninger, samtidig som informasjonen man får gjennom svarene har relevans i forhold til temaet som man ønsker å belyse (Kvale 2002).

Ved intervjuer av mange forskjellige mennesker, fanger det opp ulikheter i informantens oppfatning omkring temaet, som videre resulterer i et mangfold av ulike forståelser. Utfordringer i oppgaven er videre å fremskaffe troverdig kunnskap ut ifra intervjupersonenes ulike synspunkter. I følge Kvale ”intervjupersonene besvarer ikke bare på spørsmålene som er forberedt av en ekspert, men formulerer også sin egen oppfatning av den verden de lever i, gjennom dialog med intervjueren”, og det kvalitative forskningsintervjuet er ikke vitenskapelig, men avspeiler folks sunne fornuft og meninger (Kvale 2002).

I hvert intervju gjennomgått noen felles hovedpunkter i forhold til basar og utover dette ble det snakket mer om spesifikke temaer. Vedlegg A, B og C viser oversikt over intervju med basar dagligledere og Vedlegg D og E viser butikk- og kunde spørreundersøkelsen. Intervjuene er gjennomført for å få konkrete innblikk i hver case området.

2.2.4 Befaring og Observasjon

Ifølge Audunson innebærer observasjon ”å studere et sosialt fenomen i dets naturlige kontekst” (Audunson 2009), men Ringdal påpeker at observasjon kalles gjerne en feltundersøkelse (Ringdal 2001). Metoden innebærer som regel observasjon av samhandling mellom mennesker, men kan også være observasjon av individuell adferd. I følge Thagaard ”Metoden er spesielt godt egnet for å studere relasjoner mellom mennesker, og relasjonene mellom dem i deres omgivelser” (Thagaard 2003).

Jeg har gjennomført befaringer både i Danmark og i Norge. I Danmark har jeg vært i Odense for å besøke Bazar Fyn og i Aarhus for å besøke Bazar Vest. I Norge har jeg vært i Oslo for å besøke Grønland Basar, Pedersgata i Stavanger og forskjellige steder i Sandnes for å besøke dagligvarer butikker som er eies av innvandrere. Befaringene er gjort med fotoapparat (kamera) og selvutformede sjekklister som bruk av materialer i gulvet, inngangspartier, planløsning, arealbehov, nivåforskjeller, belysning, informasjon, møblering og avstand til kollektiv transport.

I tillegg har jeg også sett på typologi, infrastruktur, parkering og vareleverings muligheter, og blå og grønn struktur område rundt de forskjellige basarer. De registreringene er basert på egne observasjoner og vurderinger på hvert av prosjektområdene.

I Odense og i Oslo har jeg vært både på dagtid og kveldstid for å supplere registreringene men i Aarhus og Sandnes har jeg kun vært på dagtid. I Pedersgata har jeg vært mange ganger og sett på forskjeller. Siden mange folk drar til denne gaten på kveldstid enn på dagtid, og dette skyldes at mange jobber på dagtid.

I tillegg har jeg vært på Skansekaaien (Skur 2) og Nytorget, som ble valgt som prosjekt område, flere ganger for å ta bilder og for å gjennomføre sjekklister. Sjekklisten er utformet på en slik måte at jeg får best mulig oversikt over forholdene på disse stedene.

2.2.5 Oppsummering og vurdering av metodevalg

I følge Alvesson og Skølberg som påpeker i deres bok "Tolkning och reflektion" at, "det å kunne gå i dybden og gi en helhetlig beskrivelse av en case har vært trukket frem som en styrke ved casestudier. Forskeren er midlertidig likevel nødt til å ta valg, da det er umulig å trekke inn alt som kan tenkes å ha betydning for det som studeres" (Alvesson 2008).

Ut ifra spørreundersøkelse av butikkeiere og kunder, intervju av dagligledere både i Danmark og i Norge, og befarings- og observasjoner i Odense, Aarhus, Oslo og Stavanger er det mye relevant informasjon som har vært ønskelig å trekke inn i oppgaven. Det er viktig å være bevisst på problemstillingen, og holde seg til den informasjonen og forskning som er relevant for å kunne svare på problemstillingen. Man må også ta hensyn til sin rolle som forsker, og ikke verken la seg på virke eller selv påvirke informantene i for stor grad (Alvesson 2008).

Det er en fordel å bruke kvalitative metoder som observasjon og intervju er at disse gir rom for stor grad av fleksibilitet, fordi informantene kan ha ulike oppfatninger og inntrykk for basar, som kommer tydelig til uttrykk gjennom kvalitative intervju. Dette kan være vanskelig å fange opp ved bruk av kvantitative spørreundersøkelser. Dale påpeker om kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ metode at "For å få et best mulig troverdig resultat bør analyseresultatene fra de to undersøkelsesformene sees i sammenheng, sammenlignes og integreres med hverandre (Dale 1992).

Samtalene med informantene er gjennomført som åpne samtaler uten at samtaler ble tatt opp. Informasjonen ble skrevet ned i notatbok eller i spørreundersøkelse skjema. Dermed kan dette føre til at formidling av uttalelser fra intervjuers side, kan bli preget av feil tolkning eller misforståelser. I Danmark var en stor del butikkeiere og kunder som kunne ikke snakke engelsk og jeg selv hadde problemer med å forstå dansk. Men jeg har prøvd å samle relevant informasjon på best mulig måte og har notert ned all informasjon som gir forståelse for å løse problemer, ved etablering av basar.

I oppgaven har jeg fokusert på arealbehov, antall butikker, antall besøkende per uke, enkelt tilgjengelighet, kollektiv tilbud i området, parkerings mulighet og praktisk problemer ved hensyn til universell utforming. Mine kommentarer er rettet mot utforming av basar som er best for disse brukergruppene.

Tabell 1

Problemstilling	Valg av metode
Behov for basar <ul style="list-style-type: none"> • Andel innvandrere øker • Forskjellige kulturer, religioner og tradisjoner • Forskjellige Interesser 	Intervju med butikkeiere og kunder både i Norge og i Danmark, og gjennom intervju ble det spurt om deres meninger og interesser for basar.
Forutsetninger og Vilkår	Befaring og observasjoner av eksisterende basarer både i Danmark og i Norge, hvor har jeg sett på arealbehov, antall butikker, enkel tilgjengelighet, kollektiv tilbud, parkerings mulighet og praktisk problemer både innvendig og utvendig ved hensyn til universell utforming. I tillegg litteratur- og dokumentstudie, og forskrifter for (eksisterende) kjøpesentre i Norge.
Lokalisering kriterier og tilpasning av en basar i norske byer/ eksisterende bymiljø.	Litteraturstudie, dokumentstudie, og befaring i de til valgte områder (Skur 2 og Nytorget)
Prioriteringer i valg av løsning	Intervjuer med basar ledere (Bazar Fyn, Bazar Vest, Grønland Basar), med grunnlag i litteratur- og dokumentstudie (Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre) og forutsetninger og vilkår med hensyn til lokalisering kriterier.

Disse problemstillings spørsmålene inngår i ulike metoder, dette for å gi et bedre og mer utdypende svar, siden de ulike metodene supplerer hverandre. Intervjuer med basar ledere både i Norge og Danmark, og spørreundersøkelse av butikkeiere og kunder kan gi ulike informasjon. Egen befaring og observasjoner i områder kan gi forståelse for lokalisering og tilpasning av basar i eksisterende bymiljø. I tillegg til at fakta fra litteraturstudier og dokumentstudier vil utfylle svarene. Dette er hele hensikten med å bruke en slik metode triangulering.

3. Situasjonsbeskrivelse

I dette kapittelet forklares det om situasjonsbeskrivelse av case-studie områder både i Norge og Danmark, der hoved tema er å forklare om byens/områdets fakta, folketall og fremtidigvekst, innvandreres forhold og deres behov og liten historie om basarens utvikling i de byene.

3.1 Bazar Fyn i Odense

Odense er Danmarks tredje største by etter hovedstaden og Aarhus, med 170 327 innbyggere, men i kommunen bor det totalt 193 370 innbyggere (DST 2013). Ifølge Danmarks statistikk rapport fra 2013 ca. 14 % av befolkning er innvandrere eller etterkommere fra både vestlige og ikke vestlige lander (DST 2013). Det forventer ca. 4 % befolkningsframskriving i 2020, og 10 % frem mot 2040 (DST 2014). Det prosent tallet viser en sterk befolkningsvekst i fremtiden, der kommunen forventer stor del av innvandring i fremtiden. Innvandrere fra ikke vestlige land har forskjellige bakgrunn og kultur, og de har derfor forskjellige behov og interesser fra nordiske eller vestlige lander.

Per i dag har Odense kommune fokus på Fyn område siden område har en sterk posisjon i forhold til tiltrekningen av kunder fra andre byer. Målet med dette er at familier kan handle for uken forbruk og har også god opplevelsen mens de handler i Bazar Fyn, siden basar har en etnisk karakter enn danske karakter. Shopping i basaren er annerledes enn i sentrum av byen. Basaren er kjent for å tiltrekke seg 35 % av kunder fra utenfor Odense, som er den høyeste andelen av kunder som bor utenfor byen, mens de ulike handlingsarealer/-områder lokalisert i Odense sentrum (Vollsmose 2010).



Figur 8 Oversiktskart for forskjellige butikker i Bazar Fyn. Eget bilde

Basaren er et konsept som øker potensialet for å tiltrekke seg turister fra andre deler av byen med en helt annen karakter, der grøntavdelingens valg, kvalitet og pris gjør den unik på

basaren, Bakeren leverer ferske brød, slaktere er kjent for god kjøttkvalitet og basarens andre handle butikker er full av varer som linser, bønner og krydder, som er vanskelig å få tak i andre steder. I tillegg til dette finnes man også kafeer, restauranter, klær, smykker eller gavebutikk som gir en stor kulturell opplevelse i basaren (Studenterguiden.dk).

3.1.1 Historikk av Bazar Fyn

Bazar Fyn i Odense er et veldig sentralt og multikulturelt basar med 7000 m² og har mer enn 65 forskjellige butikker med varer fra hele verden. Den ble etablert i mars 2007 av byggeselskap. Olav de Linde hadde ideen bak Bazar Vest som har vist seg å være bærekraftig og at han har etablert en annen basar, Bazar Fyn i Odense. Dette er et flott eksempel på innovasjon i integrering og de imponerende resultater som kan komme ut av å etablere samarbeid i nye måter mellom et etablert selskap og en gruppe innvandrere som ikke har vært i stand til å få sine faglige ambisjoner oppfylt (Vest). Basaren har god attraksjon for å handle ferske varer som grønnsaker og frukt og samtidig kan også oppleve andre tradisjonelle aktiviteter og restauranter i basaren. Det finnes forskjellige typer butikker i basaren som shopping, bakers, gullsmed, matvarer og restauranter (kommune 2014).

Bazar Fyn ble utvidet ca. 600 m² med den nye Bazar Gastro supermarkedet som ble åpnet i februar 2014. Tidligere høst 2013 hadde den gamle Super Gastro ble stengt på grunn av manglende husleie betaling, men nå gjenåpner det igjen med nytt navn, Bazar Gastro. Bazar Fyn gjenåpnet det lokale supermarkedet for å kompensere for tap av kunder som basaren opplevde da Super Gastro ble stengt. Basar ønsker også å gi mulighet for de travle folk til å kjøpe det lokalt produserte produkt fra lokale gårder (Spiseliv.dk 2014).

Konseptet for den nye basaren er det samme som tidligere at ” Gi landsbyboerne alt det gode ut fra Fyn bassenget uten at de selv måtte bevege seg utenfor bygrensen” og det nye konseptet gir folk mulighet til å kjøpe lokale gårdsvarer på et sted enn å kjøre ut til det små gårdsområde/veier for å finne ferske gårdsvarer (Fyens 2014).

Bazar Vest er et flott eksempel på innovasjon og integrering og de imponerende resultater som kan komme ut av å etablere partnerskap i nye måter mellom et etablert selskap som Olav de Linde og en gruppe innvandrere som ikke har vært i stand til å få sine faglige ambisjoner oppfylt.

3.2 Bazar Vest i Aarhus

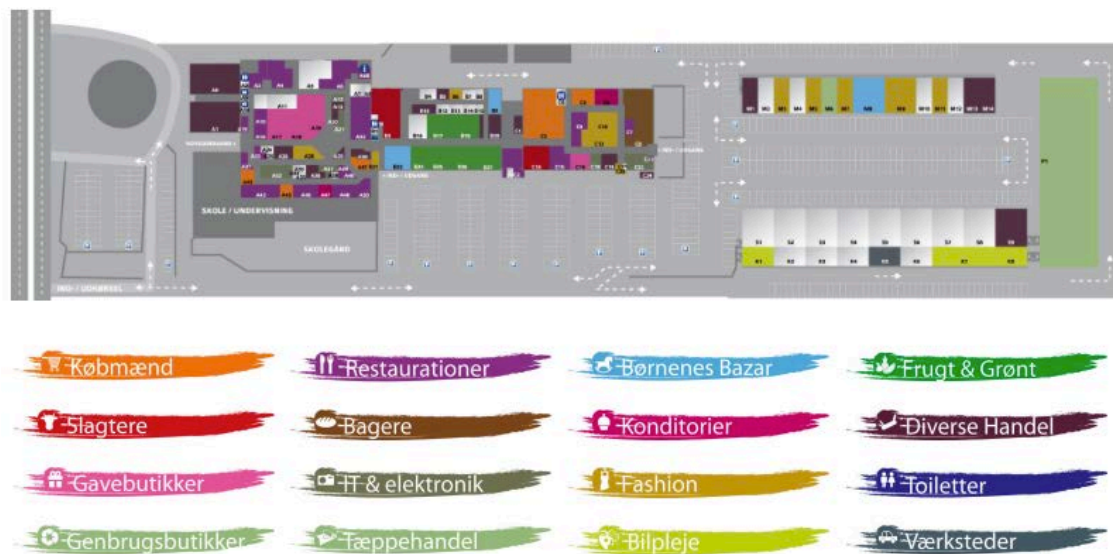
Aarhus er Danmarks nest største by etter København, med 256 018 innbyggere men i kommunen bor det totalt 319 370 (DST 2013). Ifølge Danmarks statistikk rapport fra 2013 ca. 15 % av befolkning er innvandrere eller etterkommere fra både vestlige og ikke vestlige lander (DST 2013). Det forventer ca. 9 % befolkningsframskriving i 2020, og 24 % frem mot 2040. Det prosent tallet viser en stor befolkningsvekst i fremtiden, der forventer kommunen også stor del av innvandring i fremtiden (DST 2014).

Bazar Vest er en tradisjonell basar som er kjent for mange ulike nasjoners butikker. Basaren ligger i Brabrand-Gellerup bydel av Aarhus. Det bor ca. 19 000 beboere i Brabrand og

halvparten av dem bor i Gellerupparken som er kjent for Bazar Vest og andre turist attraksjoner som City West, største kjøpesenteret og teatret (Aarhusportalen.dk).

Bazar Vest er Skandinavias største basar med mange forskjellige butikker og handle lokaler. Det finnes alle slags butikker som restauranter, bakerier fra Midt-Østen, Tyrkia og arabiske land. Det finnes også frukt og grønnsaksmarked, slakter, og mange andre butikker med interessante produkter og tjenester (Bazarvest.dk 1996).

Bilde under viser oversikt over butikker og lokaler fra innsiden. Basaren har utvikles til et kjøpesenter med stor strøm av turister, et kulturelt knutepunkt og arbeidsmarkedet for mange butikkeiere og deres ansatte (Bazarvest.dk 1996).



Figur 9 Oversikt over butikker i Bazar Vest. Bilde: (Bazarvest.dk)

3.2.1 Historikk av Bazar Vest

Bazar Vest er en tradisjonell basar lokalisert i Brabrand-Gellerup bydel av Aarhus. Basaren ble etablert i 1996 og startet med ca. 70 butikker, med areal på ca. 7000 m². Den ble bygget av byggeselskap Olav de Linde. Med etablering av basar i sosialt boligområde, Gellerupparken har byggeselskap klarte å få integreringen til å gå hånd i hånd med etableringen av nye arbeidsplasser (Vest). I 2009 ble basaren utvidet med ekstra 9000 m² og med ca. 40 nye butikker. Per i dag har basaren totalt areal på 18 000 m², ca. 110 butikk lokaler og 500 parkeringsplasser. Det er ca. 200 ansatte som jobber hver dag. Basaren har veldig stor attraksjon og har ca. 30 000 besøkene hver eneste uke og ca. 10 000 besøkene bare i helgen (Bazarvest.dk 1996).

Bazar Vest startet som ei privat integrering og sysselsetting prosjekt uten offentlig støtte, i den tidligere kjele fabrikken bygget som ble renovert og nyinnredede. Hovedmålet med basaren var å bringe ulike arbeids- og integrasjonsmuligheter for beboere i Gellerup området. Den tildekket basars gater og markeds plasser som gjennom årene blitt kraftig utviklet, oppgradert og også utvidet etter 2009, viser bærekraftige basarkonseptet (Bazarvest.dk).

Bazar Vest er kjent for sin annerledes utforming og design, hvor butikkene har egen inngang mot åpent torg og parkeringsområdet. Dette gir mulighet til å tilby et utvalg av detaljhandel, service- og reparasjonsverksted leieavtaler som ikke kan tilbys i opprinnelige basaren. Bazar

Vest har blitt en stor regional attraksjon med stor strøm av turister og en urban katalysator for positive kulturer. Det basarkonseptet er kjent for den etniske minoritet i Gellerup området med mer eller mindre kjenner fra sitt eget hjemland, som har vist seg å være ideell med et ønske om å prøve og å starte med sin egen virksomhet, men tør ikke å ta det store steget ennå (Bazarvest.dk).

3.3 Grønland Basar i Oslo

Grønland er en delbydel i bydel Gamle Oslo. Det bodde ca. 7788 personer per 1/1-2009. Av disse var 51 % uten innvandrerbakgrunn, 9 % vestlig bakgrunn mens de resterende 40 % hadde ikke-vestlig bakgrunn. Den største innvandrergruppen på Grønland utgjøres av personer med (ikke-vestlige land) Afrikansk og Asiatisk bakgrunn, fleste fra Somalia og Pakistan, og fra vestlige land er det folk fra Sverige som har største innvandrergruppe. Innvandrergruppen rommer her både første- og andregenerasjonsinnvandrere, der totalt 74 % av totalt innvandrere var førstegenerasjonsinnvandrere. Grønlands befolkning er svært sammensatt, og alle større religioner og trosretninger er representert i dette området, som karakteriserer Grønland (Kommune 2013).



Figur 10 Bilde viser kombinasjonen av eksisterende og ny bygde bygnings struktur av Grønland Basar. Bilde: (Thorenfeldt 2006)

Grønland Basar ligger i midt i Oslo sentrum. Den er kjent for sine mangfoldig, flerkulturelle tilbud og stor historisk forankring. I basaren finner man mange forskjellige butikker om ble skapt av innvandrere som sine egne arbeidsplasser og bidrar med sine egne ressurser. Forskjellige butikkene gir folk mulighet til å nyte det kulturelle og tradisjonelle varer som

vanligvis ikke finnes i Norge. Målet er at innvandring og innvandrere setter sitt preg på byen med sine egne interesser, som for eksempel finnes i Grønland Basar. Innvandrere har satt sitt preg på butikker, Cafeer, og spisesteder (Regjeringen.no 2006). Det finnes også apoteket, elektronisk, klær, frisør og ferske halalkjøtt butikk som gir folk mulighet til å kjøpe utvalgte varer samlet i et sted. Ny spisested Max hamburger og døgnåpent Bunnpris som er del av basaren spiller en rolle for å tiltrekke folk fra ulike nasjoner som besøker basaren.

3.3.1 Historikk av Grønland basar

Grønland Basaren ble etablert i 2006 av Olav Thon gruppen (Thoneiendom 2007), og er et daglig kjøpesenter for de som bor på Grønland og Gamle Oslo. Olav Thon ønsket å lage et kjøpesenter i den delen av byen. Han ønsket små lokaler med varer som er typisk for bydelen. Grønland basar skulle bli Oslos mest eksotiske kjøpesenter og man brukte basarer i Europa/Asia som modeller for dette kjøpesenteret⁸. Det bor folk fra mange ulike nasjoner og ulike livssituasjoner i Grønland og Bydel Gamle Oslo. Konseptet for basaren var å gjenspeile det mangfoldet som finnes på Grønland. Tanken var at basaren skulle være et eksotisk sted med butikker som representerte alle verdensdeler (Regjeringen.no 2006).

Per i dag finnes det 20 spennende butikker og spisesteder, med ca. 3300 m² areal, der 1000 m² er fellesareal. Der kan kjøpe ferske halalkjøtt over disk, klær med asiatisk snitt, Istanbuls juveler og alkoholholdig drikker fra hele verden siden Vinmonopolet er representert med selvbetjente butikk (SkjeriOslo 2012). Det er ca. 30 000 besøkende per uke og totalt 1350 000 per år⁹.

Basar er en fin miks av nybygg og ærverdige bygninger fra århundreskiftet. Basar prosjektet besto av næringslokaler i 1. og 2. etasje og leiligheter i 3.-6. etasje. Per i dag finnes det 74 leiligheter, med næringsarealer. Basaren er kombinasjonen av eksisterende og ny bebyggelse fra innvending, sammen med spennende fasade, tradisjonell og ny kultur som er fremtredende i den arkitektoniske utforming. Dette kombinerer de tradisjonelle salgslokaler med ulike fleksible løsninger i store og luftige fellesarealer. Basaren gir opplevelser og assosiasjoner under samme tak som finnes ikke i andre byer i Norge (AktiviOslo).

3.4 Basar i Karasjok og Kautokeino

NRK nettavis viser et godt eksempel av basar i Samiske bygdene som også er en gammel norsk tradisjon. I Kautokeino og Karasjok arrangeres det tradisjonen tro basar til inntekt for lokalidretten i romjula, som er til glede for store og små med håp om vinnerlykke og sosial sammenkomst.

NRK tok intervju av Anne Marie Johansen fra Karasjok. Der fortalte hun om romjulsbasar i de to samebygdene. Hun ble født før krigen og fortalte at allerede før andre verdenskrigen ble de første basarene arrangerte. I den tiden deltok kvinner derimot ikke i forberedelsene av basaren.

⁸ Hentet fra Intervjue av Hilde Frantzen, Senter leder Grønland Basar. Se Vedlegg C.

⁹ Se vedlegg C.

Et hus som het Jovvna Sammøl i Karasjok, arrangerte mennene fra idrettslaget en basar. Det var knapt for samisk kvinner for å være med, men det er mulig at det var en dame fra sørfra som var med på å arrangere basaren. Hun mente at huset var ikke så stor på den tiden, men det var stort nok til å romme en basar. Huset var like ved der samfunnshuset i Karasjok er nå. Anne som barn pleide å springe på basaren med andre barn. Hun husker at det var mye fine ting som var hengt opp der, som var mulig å vinne, men ungene hadde ikke råd til å kjøpe verken det som ble solgt eller lodd for å vinne i den tiden.

Hun fortalte at hun var ikke en skikkelig basargåer før 1948, da begynte nemlig Husmorlaget å arrangere basaren. Etter 1948 ble det vanlig blant kvinner å dra til basaren. Da ble det naturlig mer vanlig at kvinner ble med å arrangere basar.

Den tiden var bløtkake hovedattraksjonen i basar. Det var enormt populært. Ungdommene som vant bløtkaken tok de med seg til et bord der alle samlet seg rundt for å dele kaken. Anne fortalte at hun hører ikke snakk om bløtkake på basar, men hun fortsatt pleier å dra på basar (NRK 2013).

4. Analyse av Case-studie områder og plan område

For å kunne planlegge å prosjektere en bærekraftig tradisjonell basar i Skur 2 eller i Nytorget i Stavanger, vil denne delen av oppgaven være et viktig planleggingsverktøy. Det er to forskjellige områder som ble valgt for å teste ut basar forslag. Hovedmålet med denne delen er å finne styrker og svakheter på caseområder både i Danmark og i Norge, som blir vurdert og tatt hensyn til i prosjekteringen i kapital 5.

Denne delen av oppgaven består av registreringer basert på egne observasjoner. De er sortert i lokalisering, informasjonen av butikker, planløsning, arealbehov, materialer, nivåforskjeller, inngangspartier, intervjuer av butikkeiere og kunder i basaren og deres synspunkt om basaren.

4.1 Case-studie 1: Bazar Fyn i Odense, Danmark

Den første case-studie er fra Danmark. Bazar Fyn ligger i Odense by som er den tredje største by i Danmark. Bazar Fyn er en ferdig bygget prosjekt og jeg derfor vil se på byggeprosessen. Samtaler med informanter blir brukt for å utdype de målene som foreligger for basar konseptet i de ulike trinnene i prosjektet.

Det ble utført spørreundersøkelsen både med butikkeierne og kunder som besøker basaren. Caset blir derfor delt i to deler. Den første delen vil omhandle spørreundersøkelse gjort av butikkeier, og den andre delen går ut på kundespørreundersøken. Videre skal jeg analysere lokalisering av basar. I tillegg har jeg også intervjuet Michael Egeberg som er senterleder i Bazar Fyn og dagligleder av Super Gastro dagligvaremarked.

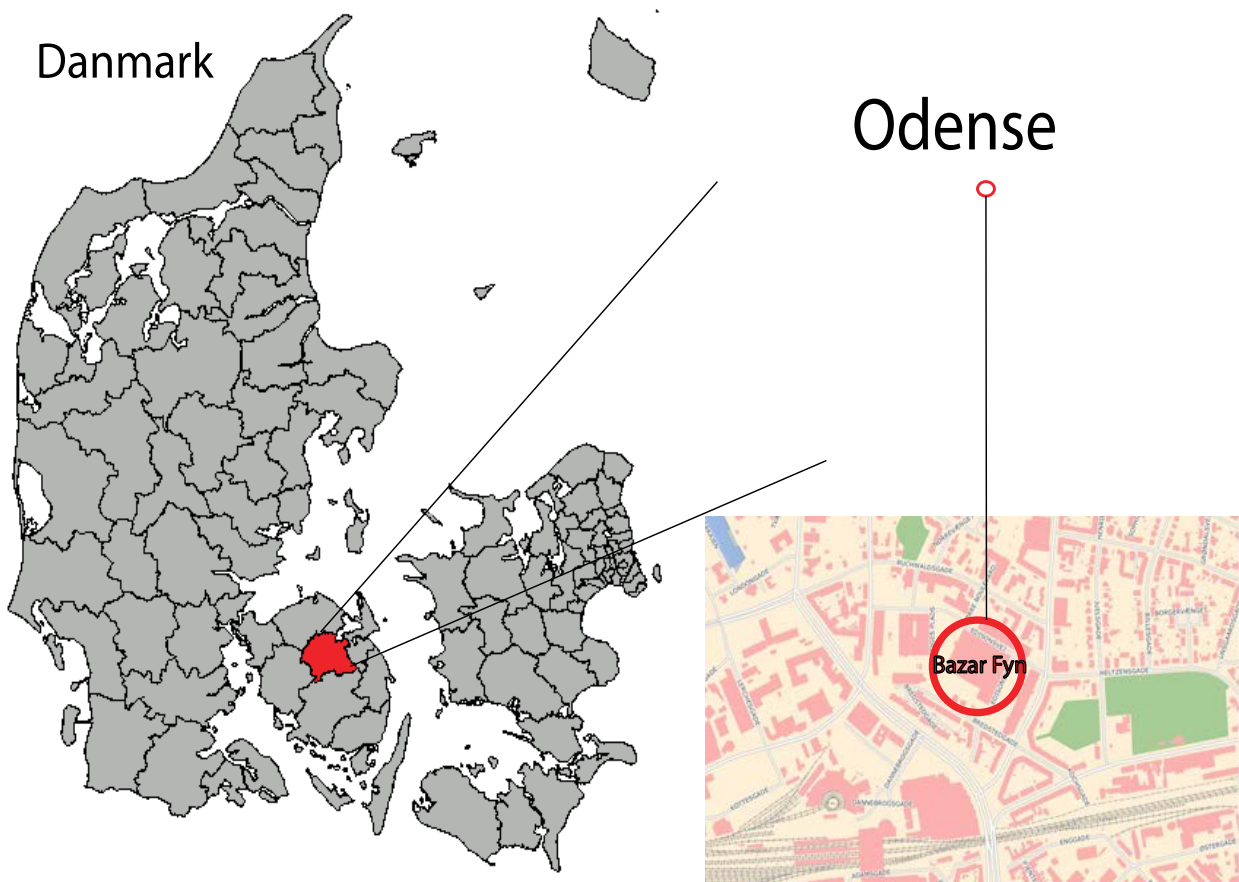
4.1.1 Lokalisering av Bazar Fyn

Bazar Fyn ligger veldig tett i hjerte av Odense sentrum. Thomas B. Thrige begynte tidligere å produsere pålitelige elektriske motorer og generatorer. Markedet for elektrisk utstyr vokste stadig, og Thrige utvidet arbeidsstokken. I 1898 bygde han en fabrikk i det nye industriområdet nord for jernbanen. Fabrikken ble designet spesielt for produksjon av motorer og dynamoer, og i løpet av få år har produksjonen femdoblet¹⁰.

Den tidligere fabrikken ble kjøpt av Byggeselskap Olav de Linde i 2004 og har siden blitt restaurert med respekt for de gamle bygningene. Inne i romslige og høg løftede fabrikkbygning bygget et miljø med små gater opp. Her ligger de små og store samvirkelag butikker mellom hverandre. Kjøpmennene på den ene siden, grønnsakhandlere og slakter i de andre restaurantene i en vakker sal i midten, i den andre enden er basarens bakeri, to frisører og en rekke klesbutikker, osv..

Illustrator bilde under viser tre forskjellige kart og lokalisering av Bazar Fyn i Danmark. Kartet til venstre i illustrasjon bilde viser lokalisering av Odense kommune i Danmark. Øverst til høyre i bilde er kartet til Odense kommune og rødt punkt viser lokalisering av Bazar Fyn i Odense sentrum. Nederst i høyre er Bazar Fyn.

¹⁰ Hentet fra Odense Bys Museer: Thriges Kraftcentral – Thomas B. Thrige



Figur 11 Illustrator bilde viser kart over Danmark og lokalisering av Bazar Fyn i Danmark.

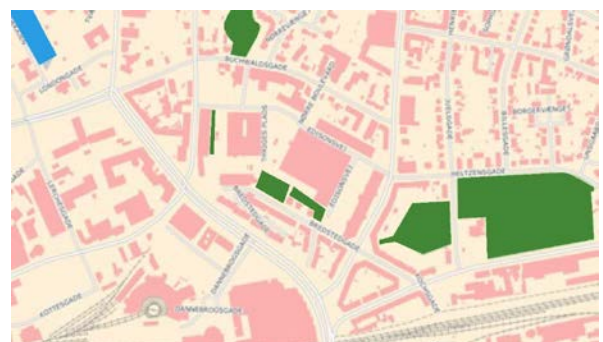
4.1.2 Infrastruktur

Område er omgitt av en tung belastning av trafikk på grunn av lokalisert i sentrum. Inngangen ligger ved veien som er koblet sammen med hovedveien. Syklister har også tilgang fra alle kanter. Kartet under viser oversikt over infrastruktur rundt basaren. Rød linjer viser bil- og sykkel veier, sort linjer viser jernbane sporer og blå viser parkering plasser rundt basar.



4.1.3 Grønn og Blå struktur

Område er dekket med fast materialer som asfalt og andre bygnings materialer, derfor ser vi ikke mye grønn i området. Det finnes noen grønne strukturen rundt området, der fleste av



grønne strukturen er privat. Det finnes offentlig grønn park med 10 minutter gangavstand. Det samme gjelder den blå strukturen. Den nærmeste blå strukturen ligger med 15 minutter gangavstand.

4.1.4 Typologien av område

Boligfelt rundt denne offentlige struktur har høy tetthet. Området har både nye og gamle struktur bygninger. Noen av bygningene er enkelte hus, mens andre er boligblokk.

En skole ligger i nabolaget, som gjør en stor aktivitet av studenter og også mange andre folk i området. Andre industri bygninger ligger over hovedveien med 5 minutter gangavstand og byens sentrum med 7 minutter å gå avstand.



4.1.5 Avstand til kollektiv transport

Ut ifra min egen erfaring og observasjon i området, tok det 8 minutter til hoved togstasjonen. Nærmeste bussholdeplasser ligger på 5 minutter med gangavstand. Rød punkt i kartet viser hoved tog stasjon og blå punkter nærmeste buss stasjoner.



4.1.6 Bazar Fyn

Bazar Fyn vanligvis har en firkant form og har viktig rolle i Odense. Den kobler sammen sentrum med nabolagets sentrum.

4.1.6.1 Super Gastro

Super Gastro er et kulinarisk supermarked som selger råvarer til mer enn 40 små og store Fyn matprodukter. Dette markedet ble åpnet i februar 2014 og målet med dette er å sette den fynske mat på gastronomiske kartet.

Ifølge Michael Egeberg¹¹ vet lokalbefolkning sannsynligvis ikke om gårdsbutikker og lokale matprodukter på Fyn. Vårt mål er å fremme den ferske lokale råvare til innbyggere i Fyn, og en god måte å gjøre dette på er å ta alt sammen på ett sentralt sted. Innbyggere kan da kjøpe et bredt spekter av lokalprodusert frukt, grønnsaker, melkeprodukter, kjøtt, øl, og mye mer for en fornuftig pris. Dette er et flott utstillingsvindu for Fyn matprodusenter, og det er relativt mange leverandører som har valgt å ha sine varer utstilt på Super Gastro.

Det nye supermarkedet styrker de lokale produsentenes salgs sikkerhet mens det bidrar til å gi Fyn god kvalitet som er tilgjengelig for dem rett rundt hjørnet. Ideen om å skape en felles salgspattform for matvarer stammer fra et ønske om å styrke den lokale råvareproduksjon, samt å bevare lokale dyrkere og produsenter. Den korte avstanden til de lokale produsenter gjør transportkostnadene mindre.

Det blir tøft å skape oppmerksomhet fra kunder for hver gårdsbutikk og matprodusenter. Det er viktig å inngå et nettverk der de enkelte leverandørene kan ta noen kunder som de ellers aldri ville ha fått tak i. Det er ikke bare sluttbrukere som kommer nærmere den ferske, lokale råvare og spesialiteter, men også restauratører og fagfolk i og rundt Odense. Dette med å øke lokale matprodusenters bærekraftighet og noe som kommer både i Odense og produsenter i det lokale landskapet (LivogLand 2013).



Figur 12 Illustrator bilde av Bazar Fyn, Bilde: Bing Map

4.1.6.2 Planløsning

Det åpner opp for en passasje gjennom basaren. Bakkeplan er litt høyere på ene inngangen fra utsiden enn andre, men dette ble løst med rampe, som gjør lettere både for folk og handicap

¹¹ Hentet fra Michael Egeberg, senterleder i Bazar Fyn og dagligleder av Super Gastro i Odense

med rullestol å bruke den. Innvendig plan er flat og finnes ingen hindring. Bygget er en gammel fabrikk derfor er det bare en etasje for alt handel og sosialt bruk.

4.1.6.3 Arealbehov

Det er parkeringsplass nærmere begge inngangene. Det finnes både HC-parkering og El-bil parkering som ligger nærmere innganger. I tillegg finnes det egen parkering for syklende, som gjør lettere for sykkel brukere å parkere trygg. I innvendig basaren er det små og tette gater som minner om Midtøsten basaren. Men det er lett å bruke de små og tette gater både for folk og HC-brukere.



Det er en lukket basar og alt finnes under et tak. I starten av basaren finnes bakeri som lager fersk brød, Super Gastro ligger også på starten, kjøtt og frukt og grønt ligger ved siden av Super Gastro, shopping butikker ligger i midten og all restaurant ligger i slutten av basaren.

4.1.6.4 Nivåforskjeller

Det er flatt gulvet i hele basaren og finnes ingen hindring for brukere. Det er litt høyere bakke plan på ene inngangen og det har brukt en liten rampe for å bruke den inngangen. Rampen er bred og stig nok for å bruke HC-brukere.



4.1.6.5 Inngangspartier

Det er to hoved innganger. Det er lett å komme seg inn. De er tilgjengelig for alle med tanke på universell utforming. Det har brukt automatisk dør, som åpner seg selv. Kveldsbelysningen gjør det lettere å finne inngangspartiene på kveldstid.



4.1.6.6 Materialer

Det har brukt marmor fliser i innvendig gulvet. Utvendig er det asfalt som ble brukt på ene inngangen og ved andre er det brukt stein gulv. Det finnes ingen ledelinjer eller noe som kan brukes som ledelinjer i basaren.



4.1.6.7 Belysning, informasjon, møblering

Området har god og jevn belysning. Det finnes skilt ved begge inngangene med oversikt over basar som viser hvor man kan finne butikker og viktige funksjoner. Det finnes stoler der man kan hvile.



4.1.7 Intervju

Jeg fikk kontakt med Michael Egeberg, senterleder i Bazar Fyn, via telefon og vi ble enig om å møte i Bazar Fyn. I intervjuet fortalte han om bakgrunnen for basaren. Det hele startet med suksessen med Bazar Vest, ville Olav de Linde etablere en basar i Odense. Hans visjon var å skape et sosialt og integrasjonsprosjekt som kunne gi innvandrerbefolkning muligheter til etablere sine egne interesser. Han fortalte videre om den nyåpne delen av Super Gastro i basaren. Han mente at det er en suksess. Med den nye delen får også bønder til å etablere sine interesser og folk får mulighet til å kjøpe de ferske grønnsaker og andre lokale varer og produkter.

Jeg spurte om leien av butikk lokale i basar. Michael fortalte at leie er billig mens fellesutgifter er høy og det gjelder også i Aarhus. Men leie pris er også avhengig av størrelsen på tomten. Hvis tomten er stor så pris er høy, ved liten tomt er pris litt lav. Ved omsetnings spørsmål fortalte han at alle butikker har sine egne salg og omsetninger per år og det syns han at det er vanskelig å svare på.

Han fortalte at det er forskjell mellom basar og et kjøpesenter. Basar er en multikulturell plattform for alle og folk utveksler kulturer og tradisjoner her, og dette gjør de ved å kjøpe deres varer og produkter. Men i kjøpesentre har du ikke mulighet til å utveksle kultur slik som en basar. I følge Michael er det viktig å gi mulighet til innvandrerbefolkning slik at de kan skape sine egne arbeidsplasser. Vedlegg A viser hele intervjuets oversikt.

Etter intervjuet tok vi en omvisningsrunde. Der viste han meg butikker, restauranter, begge innganger og felles arealer. Etter å ha intervjuet han, tok jeg spørreundersøkelser av butikkeiere og kunder som var på stedet.

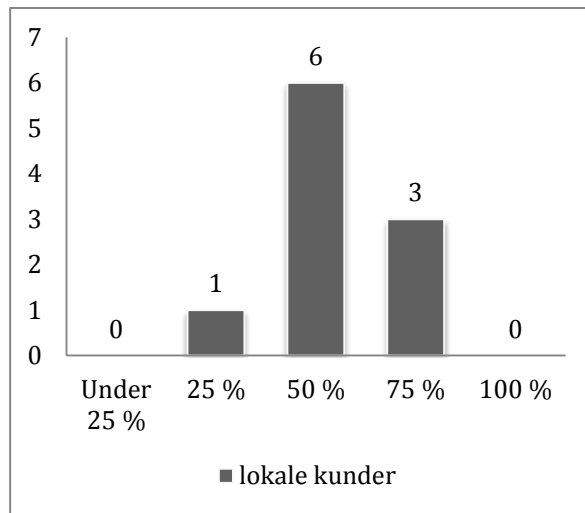
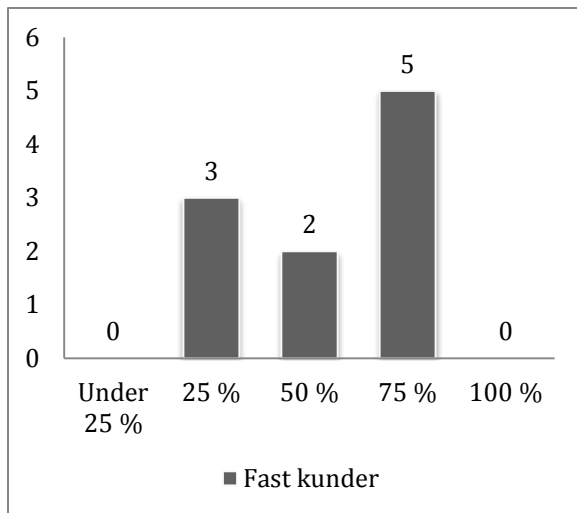
4.1.8 Butikkeier spørreundersøkelsen

I denne undersøkelsen har jeg stilt noen spørsmål som gjelder deres produkter, til hvilke mål gruppe deres produkter refererer til, hvordan er nå situasjonen og hvor fornøyd er de med basar. Det er 10 butikkeierne som deltok i spørreundersøkelsen.

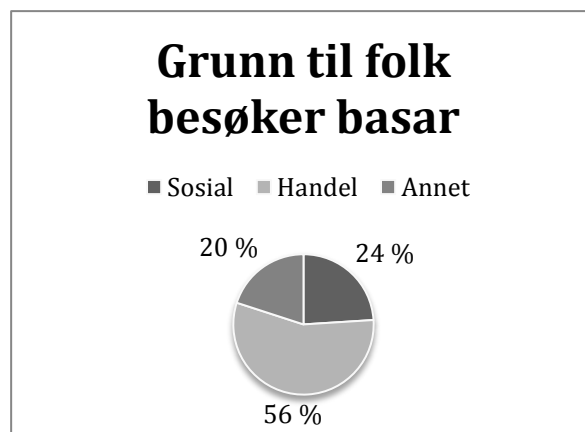
Ut ifra spørreundersøkelsen fikk jeg resultat at hver butikk får daglig besøk av kunder. Det er både fastkunder og lokalekunder som besøker disse butikker. Fem butikkeiere har 75 % fastkunder, to butikkeiere har 50 % fastkunder og tre butikkeiere har 25 % fastkunder.

Med lokale folk mente noen av de butikkeierne folk fra Odense og ikke utenfra. Tre av butikkeiere har 75 % lokalekunder, seks butikkeiere har 50 % lokalekunder og en butikkeier har 25 % lokalekunder.

Grafen under viser et gjennomsnitt svar på antall fast kunder og lokalekunder. Resultatene ble hentet ut ifra spørreundersøkelsen og antall personer som deltok i undersøkelsen.



Ut ifra spørsmålene mer enn halv parten sier at folk besøker deres butikk for å handle, men noen av dem sier at folk kommer her for å ha litt sosialt og noen kommer for å gjøre andre ting. Men noen av kunder kommer for både sosialt og handel. Grafen viser gjennomsnitt prosent tall på besøkenes aktiviteter i basaren.



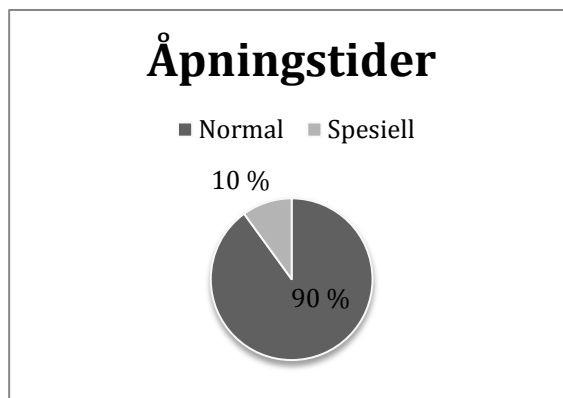
Nesten alle butikkeiere sier at de refererer sine produkter og varer til lokalbefolkning. Forskjellige butikker har forskjellige varer men målet er det samme. De mener at de representerer landet sitt og varene fra landet og de nyter denne muligheten.

Alle butikkene har minst en konkurrent i eller utenfor basaren. Frukt og grønt var en av de største butikkene før Super Gastro ble åpnet i februar 2014. Frukt og grønt har stor utvalg av grønnsaker og frukter fra forskjellige land og har veldig mange faste kunder, som liker å kjøpe varer som tilhører fra andre land. Det er mulighet for å kjøpe fersk brød, fersk kjøtt, og også fersk grønnsaker. Alle restauranteiere benytter denne muligheten. De kjøper fra basaren de ferske varer, de slipper å bestille og å hente varer fra andre leverandøren.

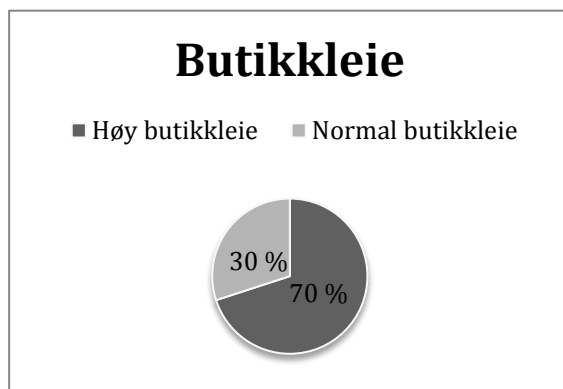
Ut ifra undersøkelsen fikk jeg resultat at flere av de butikkene har både Dansk og innvandrere kunder. I følge frukt og grønt butikkeiere får besøk av både danske og innvandrere kunder. Grafen viser et gjennomsnitt av kunder med forskjellige bakgrunn. Det er 1/3 del er danske kunder og 2/3 del er innvandrere kunder.



Ni butikkeiere er fornøyd med nåværende åpningstider. Med spesiell åpningstider mener butikkeiere at de kan åpne og stenge butikk når dem vil. En butikkeier mener at det bør være litt spesielle åpningstider for basaren. i tillegg kan de åpne butikker lenge i Ramadan tiden, siden fleste av butikkeiere i Bazar Fyn er muslimer. Grafen viser et gjennomsnitt svar på antall prosent om åpningstider.



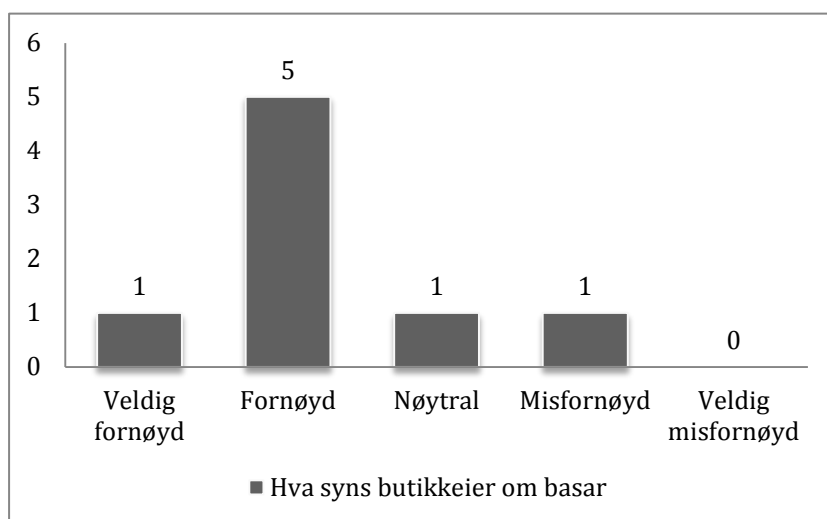
Syv butikkeiere mente at det var høy butikkleie siden det i tillegg også er høy fellesutgifter. Det var ingen som ville svare på butikk omsetning og butikkleie pris. Men de svarte at de hadde fast leieavtale. Leie pris var avhengig av butikk størrelsen. Tre av butikkeiere var fornøyd med butikkleien. Grafen viser gjennomsnitt på antall prosent om butikkleie.



Noen av de eierne mener at de sliter med å få kunder. De mente at det er ikke samme salg som de hadde på starten. Nesten alle har hatt butikk fra starten, bortsett fra Super Gastro som ble åpnet i februar 2014. Fleste av dem har vært etablert siden basaren ble åpen, men noen av de butikkene ble etablert etter hvert eller skiftet eier.

Ut ifra spørreundersøkelsen mener alle eiere at det er behov for en basar, siden det er ei plattform for at flere kan etablere deres interesser og behov. Det er mulig å kjøpe billig og ferske grønnsaker, frukt og kjøtt. Det er også et sosialt knutepunkt for dem der de møter sine kolleger og venner og har det gøy, spesielt i restaurantområdet. I tillegg har folk fordelen å kjøpe andre lands produkter.

Fem av butikkeierne er stort sett fornøyd med basaren, og ingen av dem har noen praktiske problemer, men nesten alle foreslår at det bør være mer reklame for Bazar Fyn og det bør også være litt billig butikkleie. En av butikkeierne er misfornøyd med den høye butikk leie. Grafen viser et gjennomsnitt svar på antall prosent på hvor fornøyd de er med basar.



4.1.9 Kunde spørreundersøkelsen

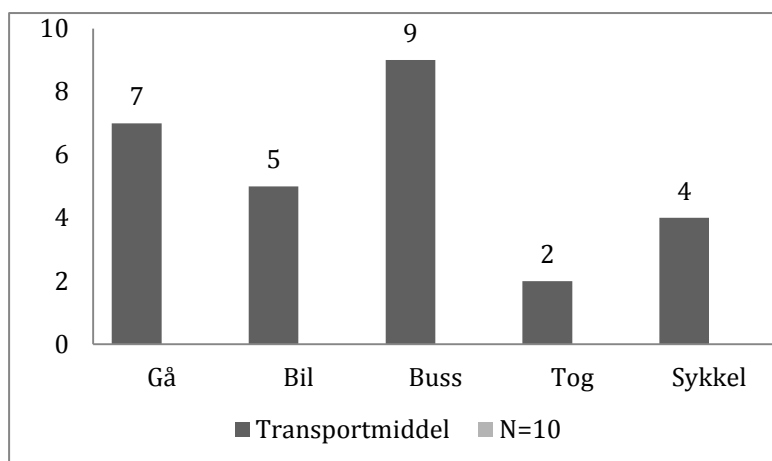
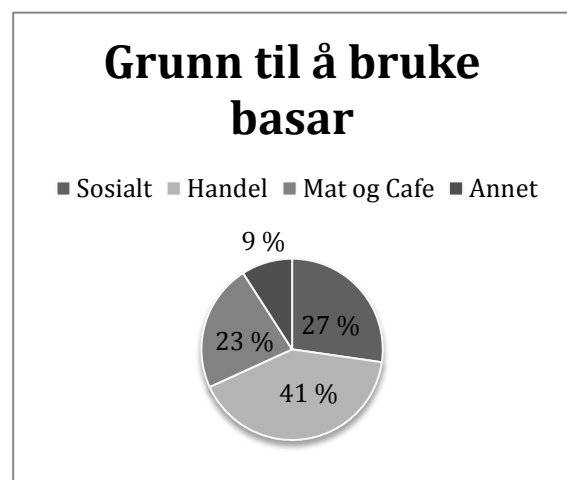
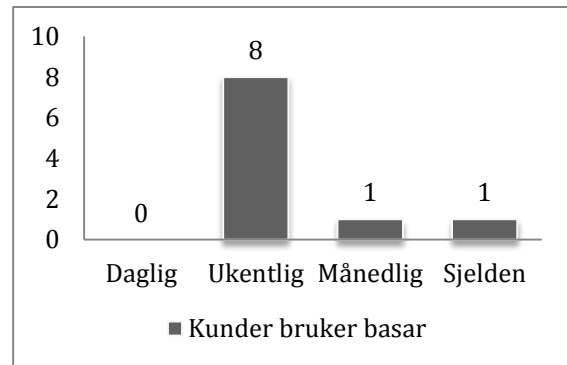
I denne undersøkelsen har jeg stilt noen spørsmål til brukerne som var å tilstede. Målet med denne var å spørre brukernes synspunkt om hvor fornøyde de var med basaren, hva var grunn til at de bruker basaren og hva er deres mening om den. Det er 10 brukere/kunder som deltok i spørreundersøkelsen.

Ut ifra undersøkelsen bruker åtte av brukerne ukentlig basaren, men en av dem bruker månedlig og en av dem bruker basar sjelden. Grafen viser et gjennomsnitt svar på antall kunder som besøker basar. Resultatene ble hentet ut i fra spørreundersøkelsen og antall personer som deltok i undersøkelsen.

Flere av folk bruker basar for handel, og sosialt (cafe osv.) men noen bruker den av grunner. Brukerne har svart på flere alternativer, hvor fleste svarte at de bruker basar på grunn av sosialt og handel. Grafen viser et gjennomsnittlig svar på antall prosent og årsaker til hvorfor basaren blir brukt.

Folk mener at de bruker basar for å handle fersk kjøtt, frukt og grønnsaker. Noen mener at eksotiske krydder fra fjerne strøk er viktig for dem. Andre mener at det er en berikelse med forskjellige kulturer og mye utvalg, og at forskjellige leverandører har mulighet til å selge ulike produkter. De fleste var enig at det var eksotiske matvarer, annet kulturell aktiv og det unike sosiale atmosfæren som skiller basaren fra de tradisjonelle kjøpesentre.

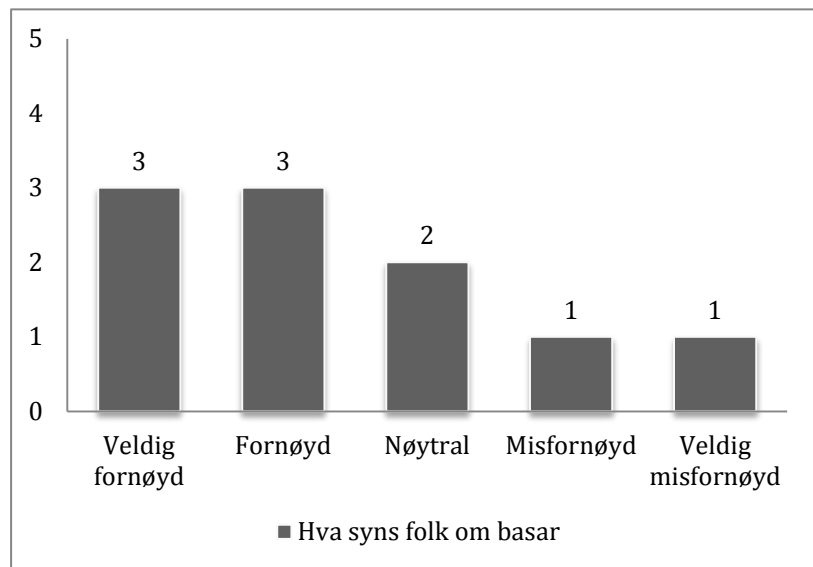
Noen bruker tid på å handle varer og noen bruker tid på mat og sosialt samvær. Ut ifra undersøkelsen bruker folk mellom 1-3 timer i basaren, og dette er avhengig om hvordan bruker de basarer. Folk mener at det er et sosialt knutepunkt der folk fra forskjellige land møter for å bli kjent med hverandre. Mange folk kommer fra en viss avstand for å ha sosialt samvær med venner. Ut ifra spørreundersøkelsen bor folk mellom 200 m til 5 km



avstand. Folk bruker mellom 5 minutter til 15 minutter for å komme seg til basaren. Mange folk bruker sykler, men noen bruker kollektiv og noen velger å kjøre bil til basaren. Brukerne har svart på flere alternativer. Grafen viser et gjennomsnittlig svar på antall prosent om transportmiddel.

Folk mener at en basar er veldig annerledes enn en vanlig kjøpesenter. Det er et sted der mange land og kultur møter. Det tradisjonelle og kulturelle mat fra hele verden og andre produkter gjør forskjell mellom basar og et kjøpesenter. Flere mener at det er lett og enkelt å oppleve en rekke aktiviteter på ett sted men noen ganger er det ikke nok plass. Men bortsett fra det mener folk at det er lett å finne produkter i basaren.

Folk er ganske fornøyd med basar i området, og mange mener at det bør være basar i dette området. Det er et sted der dansk befolkning møter verdens kulturer og tradisjoner. Folk opplever ikke noe praktiske problemer i basar. Folk vil at det bør være mer aktiviteter og reklame for basar. Grafen viser et gjennomsnittlig svar på prosent tallet om hvor fornøyd er folk med basaren.



Konklusjon

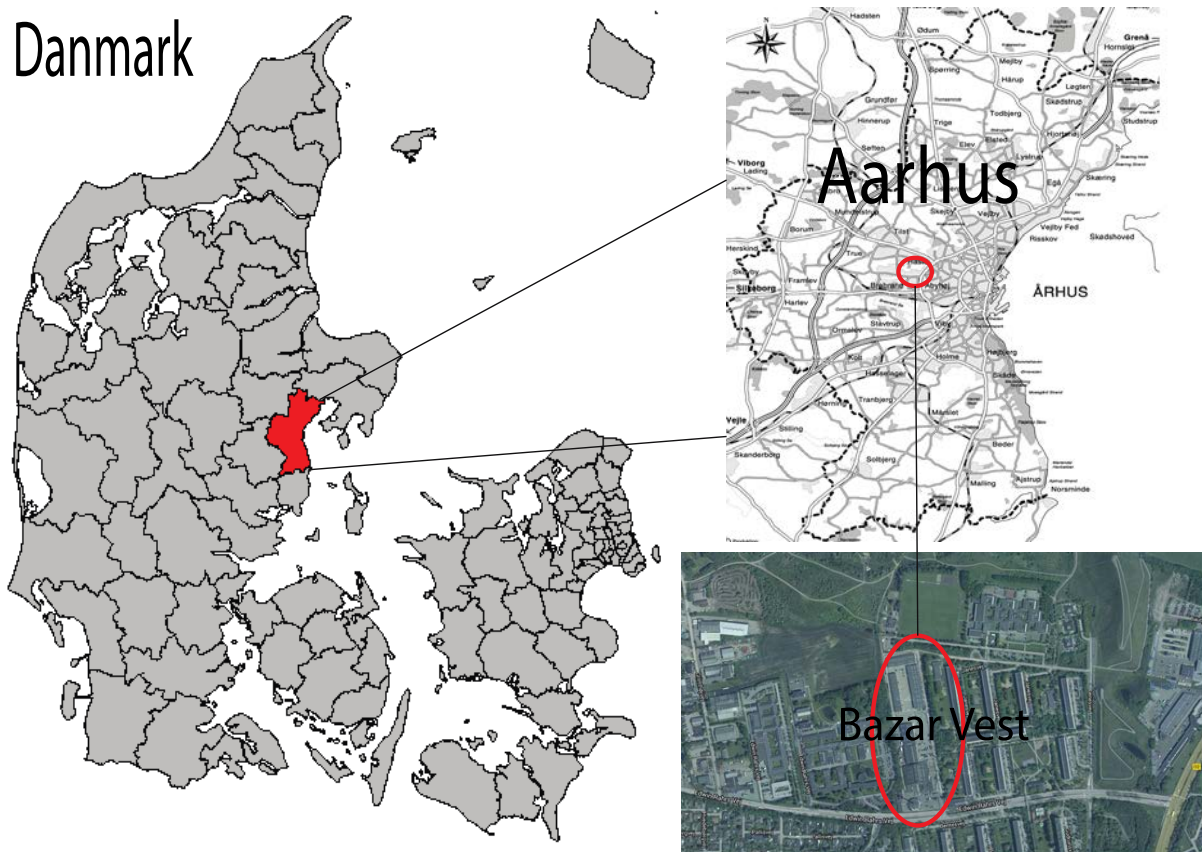
Bazar Fyn har et størrelse på 7000 m². Det er 65 butikker lokalisert i basaren og det kommer 20000 besøkende hver uke. I tillegg har jeg sett på andre viktige elementer som er viktig å vite for å etablere basar. Jeg har sett parkerings muligheter, fellesarealer, varelevering, og andre viktige tiltak og løsninger. Tillegg har jeg sett på hvilke type materialer, møblering, informasjon, belysning ble brukt. Alt er forklart under kapittel 4.5 oppsummering av oppgaven.

4.2 Case-studie 2: Bazar Vest i Aarhus, Danmark

Den andre case-studie område er Bazar Vest som ligger i Aarhus, Danmark. Aarhus er Danmarks andre største by etter hovedstaden. Denne basaren er landets største basar med utenlandske butikker og handle lokaler. Denne casen er også delt i to deler. Første del med spørreundersøkelsen og et intervju med senterleder av basaren. I tillegg bruker jeg også befaring av områdene.

4.2.1 Lokalisering av Bazar Vest

Bazar Vest lokalisert i Brabrand-Gellerup bydel av Aarhus som ligger i vestre del av byen. Kartene under viser om hvor basaren befinner seg geografisk. Store kart viser hele Danmarks kartet, medium kartet viser Aarhus og liten kartet viser Bazar Vest i Brabrand-Gellerup bydelen.



Figur 13 Illustrator bilde viser kart over Danmark og lokalisering av Bazar Vest i Danmark.

4.2.2 Infrastruktur

Området ligger ved avstand fra Aarhus sentrum derfor er det ikke stor trafikk i området, men det er en stor pågang av biler innenfor basarens område. Den trafikken er stor sett av de som bruker basar eller som bor i området. det finnes sykkelveier langs hovedveien, som gjør lettere for sykkel brukere. Kartet viser oversikt over bil- og sykkel veier. Blå farge viser parkerings muligheter rundt basaren, grå farge viser sti, og rød farge viser bil- og sykkelveier.



4.2.3 Grønn og Blå struktur

Området har stor grønn område bak siden av basaren. I tillegg finnes også en stor grønn struktur i hele bydelen. Det er ingen tegn av blå struktur i denne bydelen. Den nærmeste blå struktur er i sentrum av Aarhus som ligger langs ved sjøen.



4.2.4 Typologien av område

Basaren ligger veldig tett med boligområdet. På øst siden av basaren finnes bolig blokker, på vest siden er det både bolig blokk og industri bygninger og i sør siden finnes både bolig blokk og enkelte hus. Grønn farge i kartet viser bolig bygninger, sort farge viser nærings lokaler.



4.2.5 Avstand til kollektiv transport

Ut ifra min erfaring i område, ligger nærmeste buss holdeplassen på 5 minutter gåavstand. Blå punkter i kartet viser lokalisering av buss holdeplasser i området.



4.2.6 Bazar Vest

Bazar vest er delt på to bygninger. Den ene er gammel fabrikk bygning og den andre bygning er den nye delen av basaren. Kartet under viser begge delene av basaren. Bazar Vest første gang etablert i 1996 og den nye delen utvidet i 2009 med det tre nye små bygninger.



Figur 14 Illustrator bilde av Bazar Vest Bilde: Google Map

4.2.6.1 Planløsning

Det åpner opp for en passasje gjennom basaren som kobler begge deler av basaren. Avstand mellom begge bygninger er ikke langt. Gammel fabrikk bygg har innvendig butikker men på den nye delen er butikker utvendig og alle butikker har egen inngang som åpner mot parkeringsplass.

4.2.6.2 Arealbehov

Basaren har veldig stor areal utvendig som brukes for parkerings og vareleverings formål. Det finnes både HC-parkering og El-bil parkering som ligger nærmere hovedinngangen mellom begge bygninger. I tillegg er det også mulighet for egen sykkel parkering i området. Område er også innvendig delt med kategorier, frukt og grønt befinner seg i midten av basaren i gammel bygget, restauranter finnes i begge sider av frukt og grønt, i starten finnes klær og andre shopping butikker, i slutten av basaren finnes dagligvarer butikker.



Den nye delen av basaren ligger alt utvendig og alle butikker har egen inngang som gjør for folk å gå til hvert enkelt for å handle, mens i gamle basaren ligger alt i samme sted og er lett å finne varer og produkter.

4.2.6.3 Nivåforskjeller

Det finnes ingen nivåforskjell i felles arealer og parkering område. Noen av de restauranter er noen centimeter høyere, men ser ikke forskjell mens folk bruker den. Det er også lettere å bruke for HC-rullestol.



4.2.6.4 Inngangspartier

I gammel fabrikk bygg er det tre hovedinnganger en på starten, en i midten nærmere parkering og en på enden av bygg som ligger nærmere nye delen av basaren. Det er lett å bruke alle innganger. Bilde viser inngang fra midten av basaren i det gamle bygget.



4.2.6.5 Materialer

Det har brukt fliser i innvendig gulvet. Utvendig delen av basar er det asfalt som ble brukt. Noen steder har de brukt stein gulvet. Bakkeplan er flat i hele området. Det finnes ingen ledelinjer som leder til innganger. De har brukt gangfelt mellom begge bygninger som egentlig brukes som ledelinjer fra en basar delen til andre delen.



4.2.6.6 Belysning, informasjon, møblering

Det finnes god og jevn belysning i området Det finnes oversikt kart/skilt over basaren som gjør det lettere for folk på hvor de kan finne butikker. Det finnes stoler i gammel bygget av basaren for å hvile, men det finnes ikke i den nye delen siden, og alle butikker er utvendig.



4.2.7 Intervju

Jeg fikk kontakt med Ahmet Öcalan som er senterleder i Bazar Vest, via telefon samtale og vi ble enig om å møte i Bazar Vest. I intervjuet har jeg stilt spørsmålene som gjelder bakgrunn for basar, fakta om basar og sosiale aktiviteter. Han fortalte at basaren ble bygget førstegang i 1996 med 70 butikker men utvidet i 2009 med nye 40 butikker. Bygget er delt i to deler. Den gamle fabrikk bygget og den nye delen som er nabo bygget.

Olav de Linde som er et privat byggeselskap hadde bakgrunn for å etablere basar, var et sosialt og integrasjonsprosjekt. Han hadde ideen om å starte med små butikker og vokse etter hvert. Olav valgte dette området siden det bor over 15000 personer i området, og dette var grunnen til at område var godt plassert for å ha en basar. I dette prosjektet fikk ingen kommunalt support, men kommune samarbeidet med selskapet ved å leie ut arbeidere.

Han fortalte at området er ca. 20 000 m² og har totalt 110 butikker som er delt på to bygninger. Han sa at de leier ut butikker per kvadrat meter og pris er avhengig av hvor stor butikken er og hvor den fysisk er plassert. Han sa at butikkleie er billigere enn byen og høyere enn gate butikker pga. felles utgifter er veldig høy i basaren.

Han fortalte at det finnes ingen ledig butikk akkurat nå, men hvis det er ledig så er det vanskelig å leie ut. Basaren er delt i to deler av basar, hvis det er i gammel fabrikk så er det lett å leie ut men på andre delen er det vanskelig siden butikkene lokalisert utvendig.

Alle butikker har egen salg derfor er det vanskelig å svare på omsetning per år. Hver butikk har forskjellige omsetninger per år og dette avhengig av hvor stor salg av varer butikken har.

Han mener at det er stor forskjell mellom basar og kjøpesenter. Han sa at basar handler om våre sansene, du lukter, ser, hører annerledes i basar. Basar er ei kulturell plattform. Basar har ingen franchisetaker. Folk kjøper fra hverandre, for eksempel restauranteier kjøper grønnsaker og kjøtt fra andre leverandører som er en del av basar. Det er billig å kjøpe varer og produkter her. Det finnes små og tette butikker som å gjøre basar mer monoton. Det kommer 20000 besøkende per ukedager og 10000 besøkende i helgen, totalt 30000 besøkende i hele uken. Han mener at det bør være noe spesifikke regler for å drive basar, og den regel er veldig viktig. Det bør sorteres forretninger i bra og dårlig kategorier. Hvis du har suksess så kan basaren utvides. Han mener at en basar bør være for all, ikke bare for etniske bakgrunn men samt for innvandrere. Det er et sted hvor hele verden møter. Vedlegg B viser oversikt over hele intervjuet.

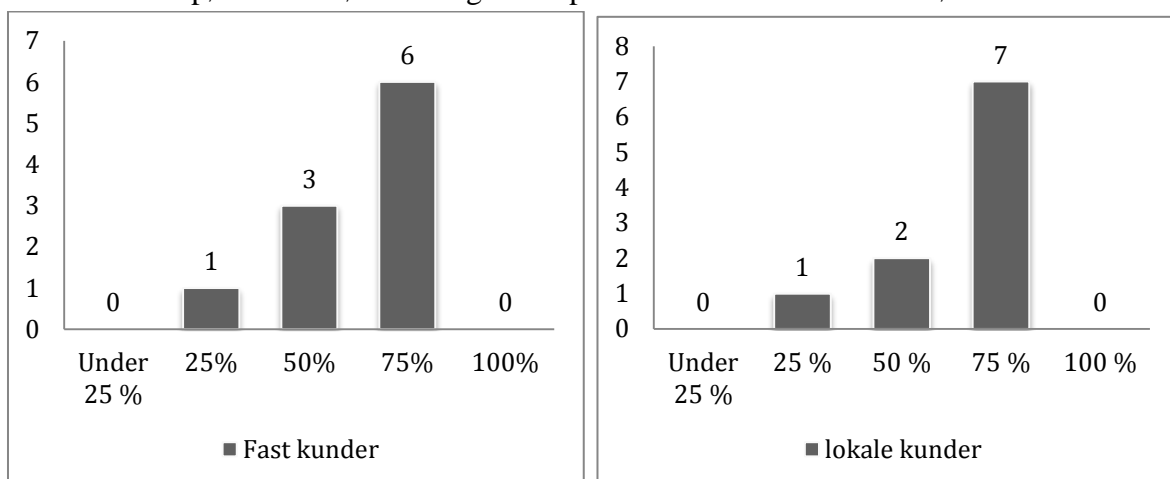
4.2.8 Butikkeier spørreundersøkelsen

I denne undersøkelsen har jeg stilt noen spørsmål som gjelder deres produkter, til hvilke målgruppe deres produkter refererer til, hvordan situasjonen er nå og hvor fornøyde de er med basaren. Det er 10 butikkeierne som deltok i spørreundersøkelsen.

Resultet av spørreundersøkelsen viser at hver butikk får daglig besøk av kunder. Det er både fastkunder og lokalekunder som besøker disse butikkene. Seks av butikkeiere har 75 % fastkunder, tre butikkeiere har 50 % fastkunder og en butikkeier har 25 % fastkunder.

Lokale folk som bor i Brabrand-Gellerup bydelen av Aarhus, men noen fra andre byer og indre byen besøker også basaren siden det er mye utvalg av varer og alle butikker ligger tett med hverandre, slik at kunder trenger ikke å gå til andre steder for å kjøpe varer. Sju av butikkeiere har 75 % lokalekunder, to butikkeiere har 50 % lokalekunder og en butikkeier har 25 % lokalekunder.

Grafen under viser et gjennomsnitt svar på antall fast kunder og lokalekunder. Resultatene ble hentet ut ifra spørreundersøkelsen og antall personer som deltok i undersøkelsen.



Bazar Vest er et sted hvor folk handler, noen folk går for å ha sosialt i basaren med andre mennesker. Det er cafeer og restauranter der folk sitter i grupper og har sosialt. Grafen viser gjennomsnitt prosent tall på besøkenes aktiviteter i basaren.

Alle butikkeiere har et mål å referere sine produkter og varer til alle som besøker butikken, men spesiell fokus er på kunder som bor i nabo områdene. Det er høy innvandrere tall som bor i nærheten og mange kommer til basaren og kjøper husholdnings varer. Folk som selger varer mener at de representerer landets produkter som er veldig kjent blant folk. Konkurransen er høy mellom hver eneste butikk i basaren. Frukt og grønt arealet er lokalisert i midten av gamle bygget i basaren. Det finnes minst seks forskjellige eier som selger frukt og grønt, og de butikkene ligger rett ved siden av. Disse butikkene ligger så tett at det blir vanskelig å skille fra hverandre. Ikke lett å ha oversikt over hvilke varer tilhører til hvilken eier.

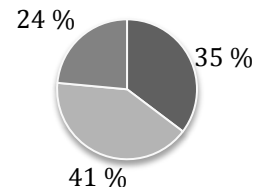
Ut ifra undersøkelsen fikk jeg resultat på at flere av butikkene har både Dansk og innvandrere kunder. I følge frukt og grønt butikkeiere og cafeer og restauranter eiere får besøk av både danske og innvandrere kunder. Grafen viser et gjennomsnitt av kunder med forskjellige bakgrunn. Det er 1/3 del er danske kunder og 2/3 del er innvandrere kunder. Grafen viser et gjennomsnitt av kunder med forskjellige bakgrunn.

Syv butikkeiere har svart at de er fornøyd med nåværende åpningstider, men noen av dem fortsatt mener at det bør være litt spesielle tider for åpning, spesiell i høytider og lignende. Tre mener at det bør være spesielle åpningstider for basaren, spesiell i ramadan måneden. Mer enn halv parten av butikkeierne er muslimer og derfor har de annerledes åpninger etterspørsel. Grafen viser et gjennomsnitt svar på antall prosent om åpningstider.

Ut ifra undersøkelsen mener syv av butikkeierne at det er høy- og dyr butikkleie i basaren siden fellesutgifter er veldig høye, men det er fortsatt billig å leie i basaren enn andre steder i

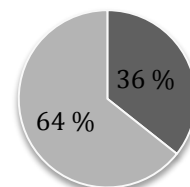
Grunn til folk besøker basar

■ Sosial ■ Handel ■ Annet



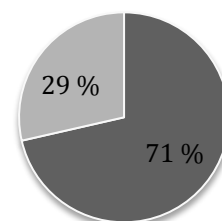
Bakgrunn av kunder

■ Dansk kunder ■ Innvandrere kunder

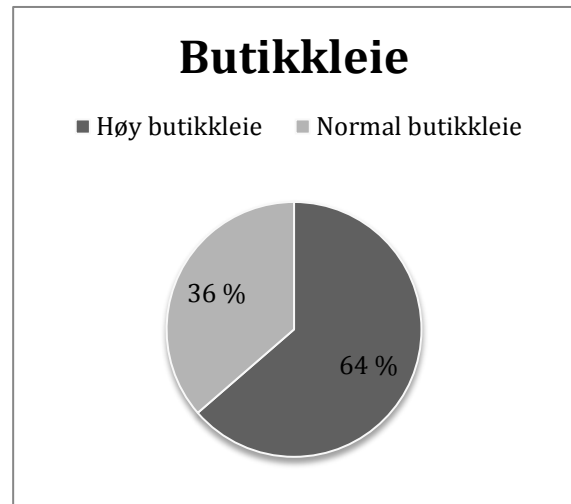


Åpningstider

■ Normal ■ Spesiell

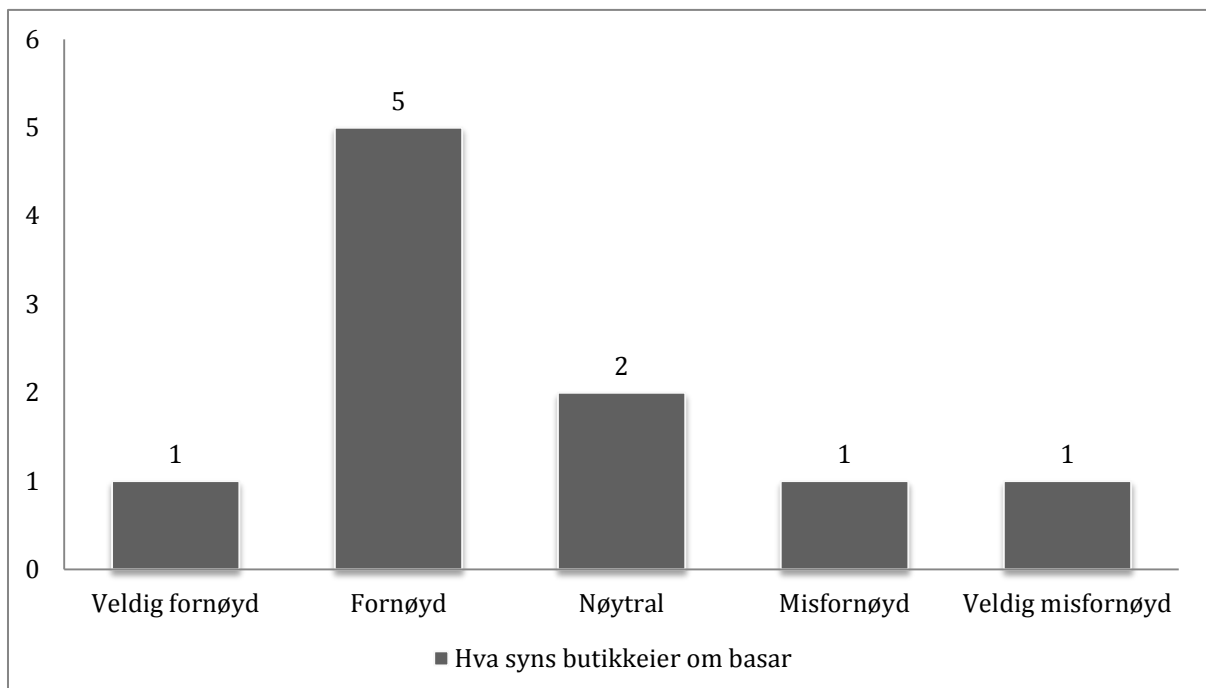


byen. Tre av dem mener at det er normal og billig å leie en butikk i basaren. Ingen ville svare på omsetning av butikken per år, men de fleste sa at de er fornøyd med det de tjener her. Butikkleie er avhengig av per kvadrat meter og fleste av butikker har fastleie å betale per måned. Grafen viser gjennomsnitt av butikkleie.



Fleste av eierne mener at de sliter med å få flere kunder i nåtiden. Det var veldig høy salg på starten men i det siste tre til fem år har det vært lite salg. Folk har etablert sine butikker mellom to til seksten år i basaren. Mange av dem har vært fra starten men noen av de butikkene har skiftet eier i de siste årene.

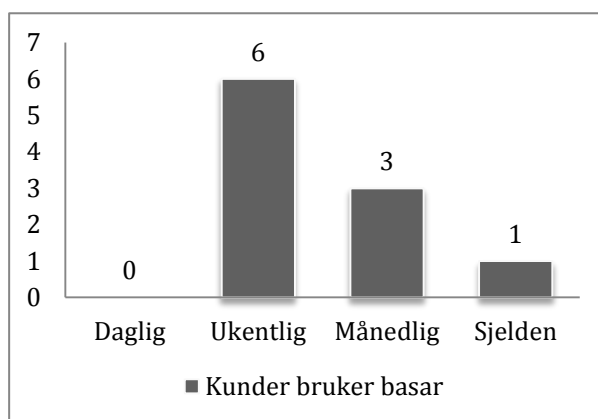
Ut ifra undersøkelsen mener alle butikkeiere at det bør være basar i området som dekker behovene til folk som har andre bakgrunn, tradisjonen og kulturer. Basar er en mulighet for folk for å etablere sine interesser. Den gir også mulighet til folk å handle billig og kvalitetsvarer, ferske grønnsaker, frukter og kjøtt. I tillegg er det et sosialt knutepunkt for mange. Fem av eierne er fornøyd med basar og flere av dem har ingen praktisk problemer. Noen av dem mener at det bør være sikkerhet selskap her for å ha kontroll både i parkeringslokale og innen for basar. En av eier var misfornøyd med høy leie. En av dem var veldig misfornøyd med basar konseptet, og to av dem var nøytrale. Grafen viser et gjennomsnitt svar på antall prosent om hvor fornøyd er butikkeiere med basar.



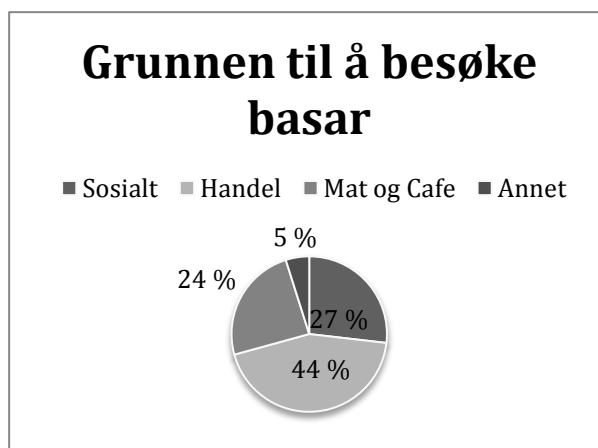
4.2.9 Kunde spørreundersøkelsen

I denne undersøkelsen har jeg stilt noen spørsmål til brukerne som var å tilstede. Målet med denne var å spørre brukernes synspunkt om hvor fornøyd er de med basar, hva var grunn til de bruker basar og hva er deres mening om basar. Det er 10 brukere/kunder som deltok i spørreundersøkelsen.

Ut ifra undersøkelsen fikk jeg resultat at seks av kundene besøker basar ukentlig, og tre av dem besøker månedlig siden de bor i andre bydeler som er langt unna, og en av dem besøker basar sjelden. Grafen under viser et gjennomsnitt svar på antall kunder som besøker basar. Resultatene ble hentet ut ifra spørreundersøkelsen og antall personer som deltok i undersøkelsen.



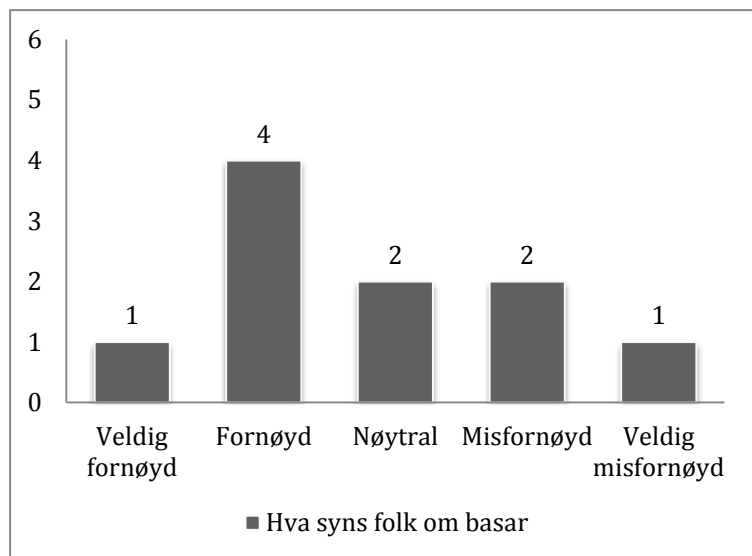
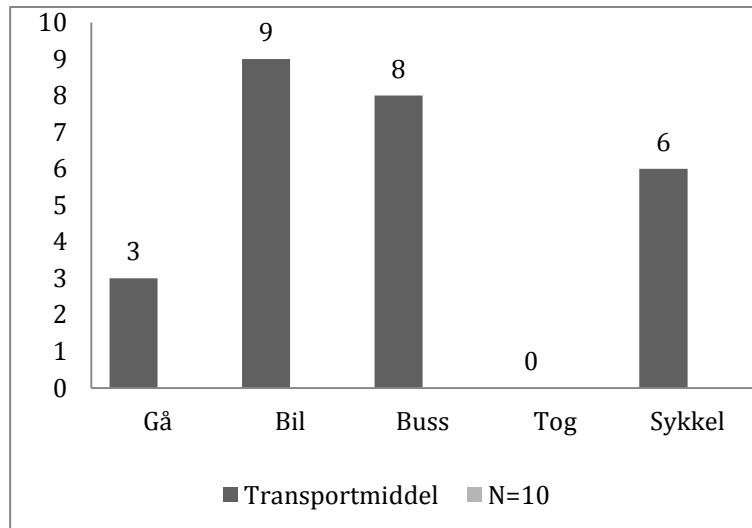
Flere av kunder bruker basar for å handle husholdsvare, å ha sosial med venner og familie og å spise. Deltakerne har svart på flere alternativer, hvor fleste svarte at de kommer for å handle, men gjennomsnitt for både sosialt og mat og Cafe til sammen er høyere enn handel. Grafen viser gjennomsnitt om hva som er grunn til folk besøker basar.



Folk mener at kvalitet av produkter i basar er veldig god og derfor kommer de for å handle. Flere av dem handler fersk frukt og grønnsaker, kjøtt, krydder fra ulike land og andre daglig bruks varer. Det mener at det er mye utvalg og produkter, og det er billig pris. Restauranter og cafeer minner om Midtøsten og tilbyr mat med mye gode smaker. Folk mener at alt som finnes her er ikke vanlig å finne i dansk butikker som Netto og Fakta. Tradisjonelle og kulturelle varer skiller basar fra et kjøpesenter.

Mange av besøkende bruker mye av sin tid i basaren. Denne basaren har ca. 110 butikker og hver butikk har sin egen spesialitet. Ut ifra undersøkelsen bruker folk mellom en halv time til fire timer i basaren. Dette er et sted hvor folk møter fra hele verden. Forskjellige tradisjoner og kulturer gjør dette stedet mer attraktiv. Folk reiser mellom 500 meter til 15 km. Folk bruker mellom 5 minutter til 20 minutter for å komme seg til basaren. Folk som bor i langt avstand bruker bil eller kollektivtrafikk for å komme. Mange velger å bruke sykkel. Det er flere som har svart på flere alternativer. Grafen viser gjennomsnitt om hvilke type transportmiddel bruker folk.

Ut ifra undersøkelsen mener folk at forskjellige kulturer og tradisjoner gjør basar annerledes enn vanlig kjøpesenter. Det er mange aktiviteter som skjer her. Det er mange som kommer og sitter i en cafe eller restaurant og har sosialt samvær med venner. Stort sett er alle fornøyde med basaren, og mener at det bør være flere slike basarer i de fleste byer. Siden den gir mulighet for folk å kjøpe billig varer og også oppleve verdens tradisjoner og kulturer. Mange mener at de opplever ikke noe særlig praktisk problem men det bør være sikkerhet her og folk bør røyke på utsiden. Det var flere som ønsket et røyke fritt basar. En av deltakerne er veldig fornøyd med basaren, fire av dem er nokså fornøyd, to av dem er nøytrale, to er misfornøyde og en er veldig misfornøyd. Grafen under viser gjennomsnitt om hvor fornøyd er folk med basaren. Resultatene ble hentet ut ifra spørreundersøkelsen og antall personer som deltok i undersøkelsen.



Konklusjon

Bazar Vest har et størrelse på 20 000 m² og er delt på to deler. Det første bygget har et størrelse på 7000 m², og det andre har størrelse på 9000 m². Den lukket basar gir meg forståelse og forholde mellom butikker under et tak. Og den åpne basar gir meg forståelse av hvordan kan et butikklokale ha separat inngang. Det er totalt 110 butikker lokalisert i basaren. Jeg har forklart alt under kapital 4.5 oppsummering av oppgaven

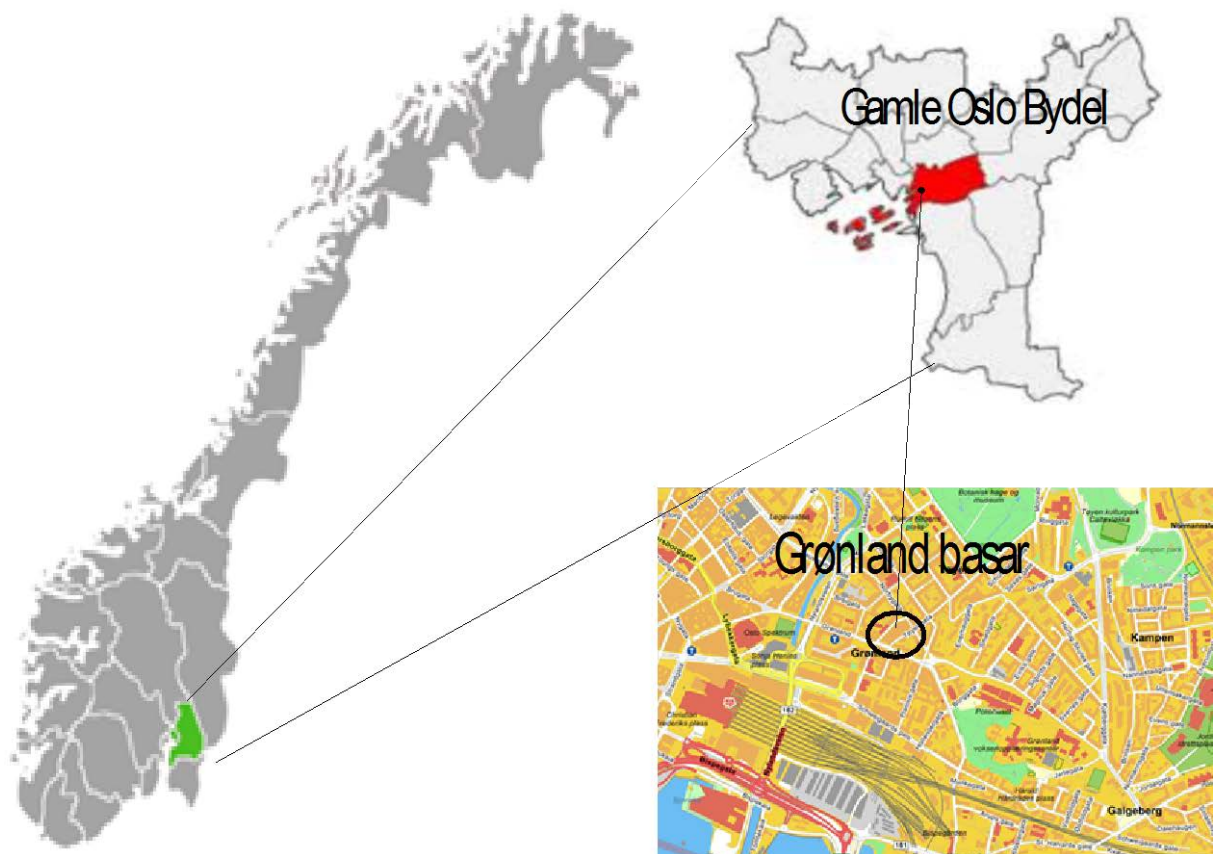
4.3 Case-studie 3: Grønland Basar i Oslo, Norge

Den tredje case-studie område er Grønland Basar som ligger i Oslo, Norge. Oslo er Norges hovedstad og det bor en stor andel av innvandrere i denne byen. Det er landets eneste basar med innvandrere eiere.

Metoden for denne case-område er også delt i to typer av spørreundersøkelse, hvor første delen presenterer butikkeiers spørreundersøkelse og andre del presenteres kunde spørreundersøkelsen. I tillegg har jeg hatt intervju av Hilde Frantzen, som er senterleder i Grønland Basar.

4.3.1 Lokalisering av Grønland Basar

Grønland basar ligger i Gamle Oslo bydel og er hjerte av Oslo. Kartene under viser om hvor basaren befinner seg geografisk. Store kart viser hele Norges kartet, medium kartet viser Oslo og liten kartet viser Grønland Basar i Gamle Oslo bydelen.



Figur 15 Illustrator bilde viser kart over Norge og lokalisering av Grønland Basar i Norge.

4.3.2 Infrastruktur

Grønland området er veldig sentralt område og derfor er det stor trafikk døgnet rundt i dette området. Det er mange spisesteder og andre dagligvarer butikker i område som gjør at Grønland er full av folk hele tiden. Det finnes sykkelveier i noen steder men fleste av veier er uten sykkelveier. Rød farge i kartet viser bil- og sykkel veier, grå farge viser gågate.



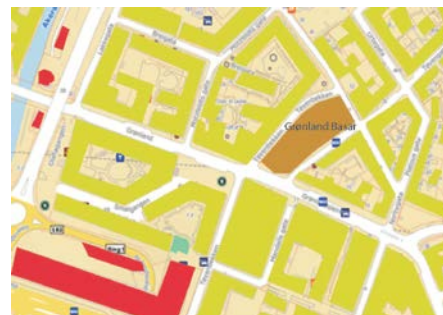
4.3.3 Grønn og Blå struktur

Det finnes grønn struktur og parker ved 500 meter avstand. Den nærmeste vann kanal, Akerselva, ligger ved 500 meter avstand, og den store blå struktur ligger ved nesten 1 km avstand, nær Operahuset. Men den nye gangbru å minske avstanden til vannet. Grønn farge i kartet viser grønt struktur i nabo laget, og blå farge viser vann struktur i området.



4.3.4 Typologien av område

Grønland ligger veldig tett i boligområdet. Det finnes kun høy blokk boliger i hele området. Flere av de bygninger har første etasje med næringslokaler. Det finnes også næringsbygninger i dette området. Kartet viser forskjellige typer bygninger med funksjoner. Gul farge i kartet viser bolig bygninger og rød farge viser buss terminal og andre næringsbygginger.



4.3.5 Avstand til kollektiv transport

Det finnes veldig god kollektivtransport i dette området. Buss holdeplass er ved 50 meter avstand fra basaren, T-bane stasjon ved 100 meter, trikk holdeplass er ved 250 meter avstand og Toget er ved 600 meter avstand. Bussterminalen ligger ved 250 meter avstand som kobler hele Oslo med andre store byer og tettsteder.



4.3.6 Grønland Basar

Basar er en blanding av gammel og nye struktur. Basar er en mixed-use bygninger, hvor to etasjer har næringslokaler. Tøyenbekken er en verneverdig gate så her ble alle de små husene restaurert og beholdt likt fasademessig ut mot gaten. Innvendig likeså når det gjelder fasade men innvendig ble det gjort klart for butikk. Tøyenbekken ble revet og bygget opp på nytt. Så ble det lagt tak over og leiligheter på toppen. Dette blir sett på som et vellykket prosjekt og en flott fornøyelse av Grønland, som jo har mye slitne bygårder. Siden oppstarten i 2006 har det skjedd mange gode og nye byfornyelsesprosjekter i form av oppussing av gårder.¹²



Figur 16 Illustrator bilde av Grønland Basar, Bilde: Google Map

4.3.6.1 Planløsning

Det åpner opp for en passasje gjennom basar som gjør lettere for folk å gå fra ene siden til andre. Det er mange folk går gjennom basaren hver eneste dag når basaren er åpen. Bygget er blanding av gammel og ny struktur, hvor i gammel bygget ligger butikker og det nye bygget er det leiligheter fra 3. etasje. Bygget er veldig god kombinasjon av mixed-use.

4.3.6.2 Arealbehov

Basaren har to etasjer, hvor i første etasje ligger butikker og i andre etasje ligger det kontor. Det er løst med trapper og heis. I midten er det åpent areal hvor ofte folk møter. Det arealet brukes også av klær butikker. De har kles stativer som står også i det åpne arealet. Per i dag har cafeer i basaren innvendig å sitte muligheter, og dette gjelder også restauranter. Ut ifra min observasjon i lokalet var det 90 % innvandrere besøker de cafeer og restaurant.

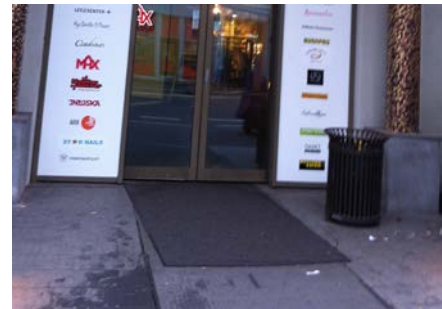


¹² Se vedlegg C: intervju av Hilde Frantzen

Det gamle bygget i Tøyengata som er også en del av basaren, har en felles inngang for lokalet og også egen privat inngang for butikker i denne siden. Basar har ikke egen parkering for kunder som besøker basar, men det finnes parkering for beboere i kjelleren.

4.3.6.3 *Nivåforskjeller*

Det finnes ingen nivåforskjell i bakke planen. Gulvet er flatt og er lett å bruke den. Det er to etasjer av næringslokaler i basaren og derfor har det brukt trapper og heis for å gå opp til andre etasje. Andre etasje er også veldig flat og komfortabelt å bruke.



4.3.6.4 *Inngangspartier*

Det er to hoved innganger som åpner opp mot Grønlandsleiret og Norbygata. I tillegg er det også en liten inngang i midten av basaren som har tilgang fra Tøyengata.



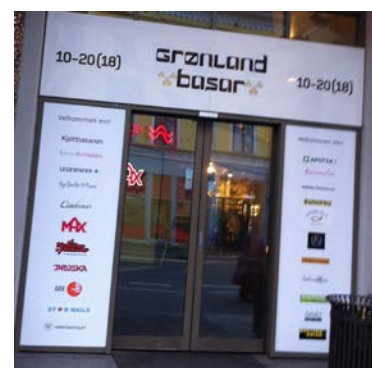
4.3.6.5 *Materialer*

Gulvet i basaren er marmor fliser. Utsiden er det asfalt fortauer som går rundt hele bygget og som fortsetter mot andre gater. Det er ikke brukt ledelinjer i utsiden av lokale.



4.3.6.6 *Belysning, informasjon, møblering*

Det finnes god belysning innsiden av området. I vintertiden er det lett å se basar skiltet fra avstand. Jeg fant informasjon over butikker ved inngang entré. Men basar er veldig liten forhold til Bazar Vest og Bazar Fyn, og det finnes bare 20 butikker som er lett å finne fram i basaren.



4.3.7 Intervju

Hilde Frantzen som er senterleder i Grønland Basar, ble kontaktet via e-post og vi ble enig om å møte i Grønland Basar, men møte ble avlyst etter hvert og hun svarte på spørsmålene via e-post.

Hun fortalte at Olav Thon ønsket om å lage et kjøpesenter med små butikker med varer som er typisk for bydelen. For å lage Grønland basar Oslos mest eksotiske kjøpesenter, har de brukt basarer i Europa/Asia som modeller for dette kjøpesenteret. Olav hadde ønske om å binde sammen fire kvartaler til et stort handelsområde. Det skulle være handel i to etasjer og leiligheter på toppen. Dette blir sett på som et vellykket prosjekt. Siden oppstarten i 2006 har det skjedd mange gode og nye fornyelsesprosjekter i form av oppussing av gårder.

Grønland basar har ikke fått statelig støtte. Grønland basar er et kommersielt kjøpesenter. Den har 20 butikker og får 30000 besøkende per uke og har 160 millioner omsetning per år. Per i dag er det ingen tomme lokaler, men hun fortalte at det er tøft å drive et lite kjøpesenter i en stor by som Oslo med store konkurranse på alle kanter. Men vi har funnet vår nisje og klarer oss godt.

Hun fortalte at butikkleie er individuelt per leietaker og hvilke type bransje man driver. For å vite mer om butikkleie og leie struktur, ba hun meg å kontakte eiendomssjef Erik Sand hos Olav Thon gruppen.

Hun fortalte at det er ingen forskjell mellom en basar og et kjøpesenter, siden basar betyr møteplass. Grønland basar har et stort areal inne på senteret til utleie, stands aktiviteter, scene osv. Tanken bak var å lage en basar slik man ser i Asia, men dette ble vanskelig å få til i lille Norge. Vi fikk ikke inn de leietakerne vi trengte for å lykkes med denne tanken.

Hun fortalte at Grønland basar har tilpasset i markedet under årenes løp. Vi har analysert markedet og kommet frem til en løsning vi har i dag og som fungerer kommersielt.

Hun hadde noe forslag for forbedringer. Hun fortalte at Grønland basars ledelse jobber stadig med utleiemiksen slik at våre besøkende skal få et best mulig vareutvalg. Vi jobber alltid med trivselsfaktoren. Interiørmessig er vi et spesielt senter. Dette liker våre besøkende. Vi er annerledes enn f.eks. Oslo City. Så butikkmik og trivsel i form av gode restauranter og hyggelig stemning er det viktigste vi kan fokusere på Grønland basar.

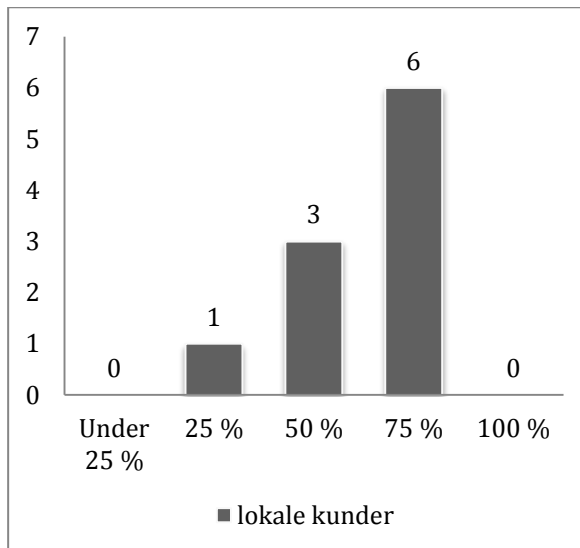
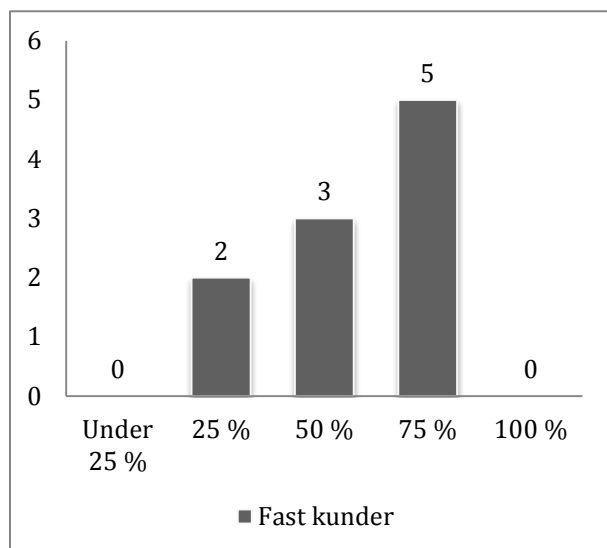
4.3.8 Butikkeier spørreundersøkelsen

I denne undersøkelsen har jeg stilt noen spørsmål fra butikkeiere i Grønland basar. Undersøkelsen gjelder deres produkter, til hvilke mål gruppe deres produkter refererer til, hvordan er nå situasjonen og hvor fornøyd er de med basar. Det er 10 butikkeierne som deltok i spørreundersøkelsen.

Ut ifra spørreundersøkelsen har jeg fått resultat at butikker får daglig besøk av forskjellige kunder. Det er både fastkunder og lokalkunder som besøker disse butikker. Fem av butikkeiere har 75 % fastkunder, tre butikkeiere har 50 % fastkunder og to butikkeiere har 25 % fastkunder.

Med lokale folk mener butikkeierne folk som bor i Gamle Oslo bydelen. Det er mange folk kommer fra andre bydeler for å handle, siden Bunnpris er døgnåpent hele året¹³. Seks av butikkeiere har 75 % lokalekunder, tre butikkeiere har 50 % lokalekunder og en butikkeier har 25 % lokalekunder.

Grafen under viser et gjennomsnitt svar på antall fast kunder og lokalekunder. Resultatene ble hentet ut ifra spørreundersøkelsen og antall personer som deltok i undersøkelsen.



Mange folk drar til basaren for å spise eller for cafe for å ha sosialt med andre folk. Innvendig stort areal gjør at folk sitter inne i det åpne arealet og har lagd egen sosialt knutepunkt. Grafen viser gjennomsnittlig prosenttall om besøkenes aktiviteter besøkenes i basaren.

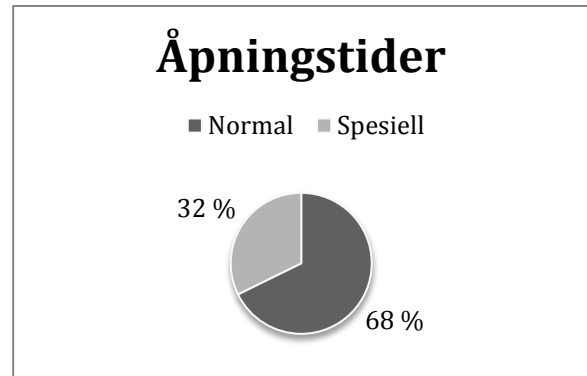


Formålet med å referere sine produkter og varer til alle som besøker butikken. Flere eierne har spesiell fokus for å selge varer til beboerne i nabo områdene. Konkurransen er høy mellom butikkene siden basaren er lokalisert midt i byen, der det finnes ulike typer butikker utenfor basaren. Det besøker mange forskjellige nasjoner i basaren, og flere av butikkene har høy innvandrere kunder. Det er ca. 70 % innvandrere og ca. 30 % norske befolkning besøker basar. Grafen viser gjennomsnittlig prosenttall mellom etniske og innvandrere kunder.

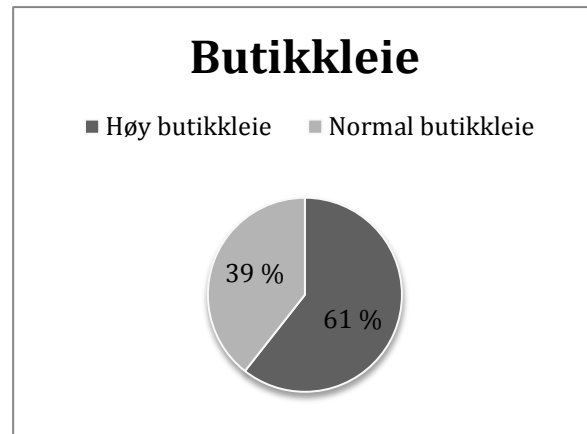


¹³ Hentet fra Intervju av butikkeier og <http://bunnpris.no/butikker/bunnpris-gronland-basar>

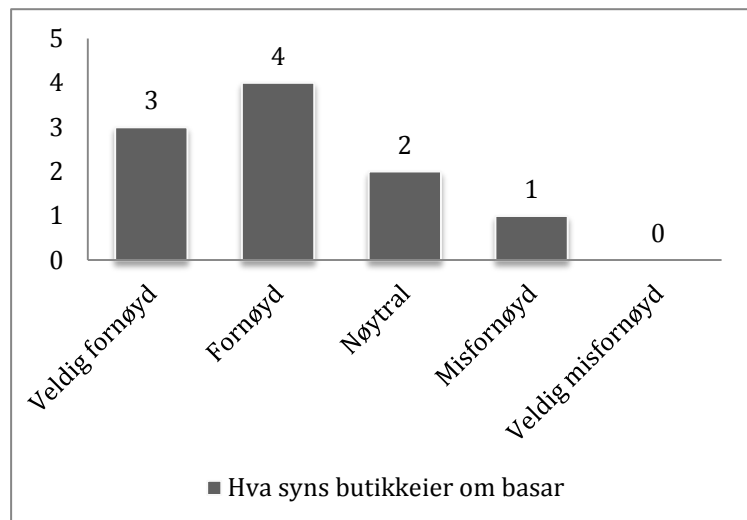
Syv av butikker er fornøyd med åpningstider av basaren, men tre av dem mener at det bør være litt lenger stenge tid, spesielt for cafeer og mat restauranter. Videre mener dem at folk ofte kommer på kvelden for å spise eller møte venner, og hvis vi stenger tidlig så kan vi ikke tjene godt på dette. Grafen viser gjennomsnittlig svaret om åpningstider.



Ut ifra undersøkelsen mener seks av butikkeiere at det er litt dyrt å leie i basaren, og fire av dem mener at butikkleie er ikke veldig dyr. Ingen svarte om omsetning per år, men flere var fornøyd med salget. Mange av dem var fornøyd med salget og noen av dem sliter litt med å få mer kunder. Leiestructur er individuelt, og er avhengig av per kvadrat meter og hvilken type bransje man driver. Grafen viser gjennomsnitt prosenttall mellom høy og normal butikkleie.



Det er mange butikker som har skiftet eier på grunn av lite salg i basaren. Det er mange nye som har etablert sin egne bransjer. Det er en som er misfornøyd med basaren på grunn av lite salg, men fire av dem er fornøyd med salget. Tre av dem var veldig fornøyd og to av dem er nøytrale.

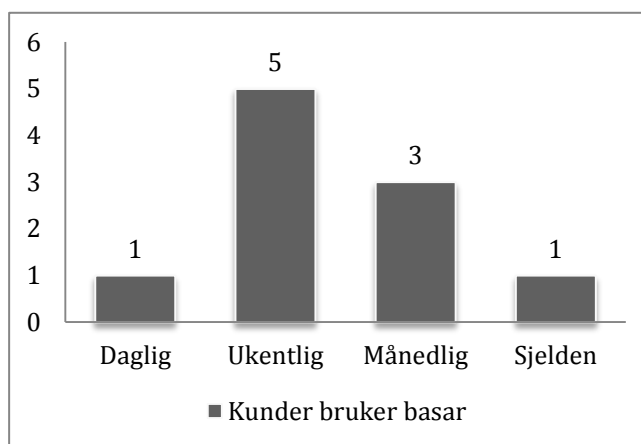


Mange mener at det er behov for basaren i området siden det er mange innvandrere som bor i Gamle Oslo. Noen mener at Grønland basar kan utvikle mer med nye spise steder med innvendig sitte plasser og matvarer butikk med dagligvarer. Ledelse bør arrangere aktiviteter som tiltrekker mer kunder. Grafen viser gjennomsnittlig prosenttall om hvor fornøyd er butikkeiere med basar.

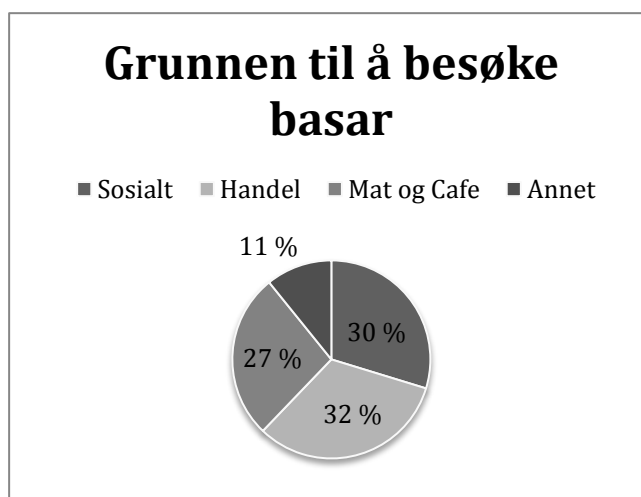
4.3.9 Kunde spørreundersøkelsen

I denne undersøkelsen har jeg stilt noen spørsmål til brukerne som var tilstede. Målet med dette var å spørre brukernes synspunkt om hvor vidt de fornøyd med basaren, og hva var årsaken til at de velger å bruke basar. Videre hva er deres mening om basaren. Det er 10 brukere/kunder som deltok i spørreundersøkelsen.

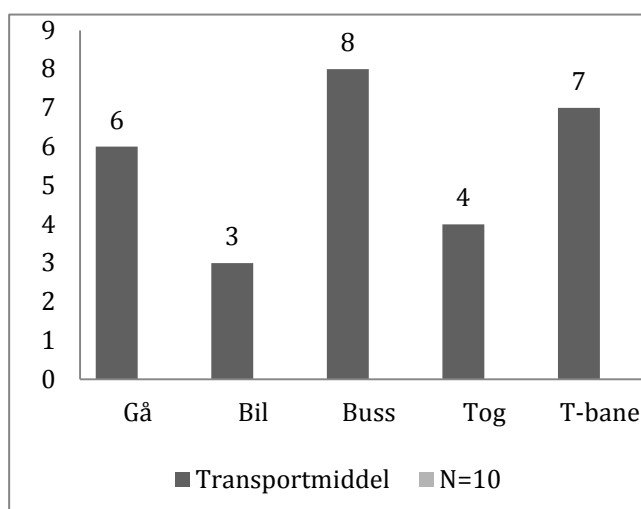
Ut ifra undersøkelsen fikk jeg resultat at fem av brukerne besøker basar ukentlig, en av dem besøker daglig siden de bor i nabolaget, tre av dem besøker månedlig siden de bor langt fra byen og en av dem besøker sjelden basar. Grafen under viser et gjennomsnitt svar på antall kunder som besøker basar. Resultatene ble hentet ut ifra spørreundersøkelsen og antall personer som deltok i undersøkelsen.



Det finnes forskjellige typer butikker i basaren og folk besøker basaren for å handle eller å ha sosialt samvær. Det er mange deltakere som svarte på flere alternativer. Gjennomsnitt for både sosialt samvær med restaurant og Cafe besøk er høyere enn handel. Grafen viser gjennomsnitt om grunn til folk besøker basar.

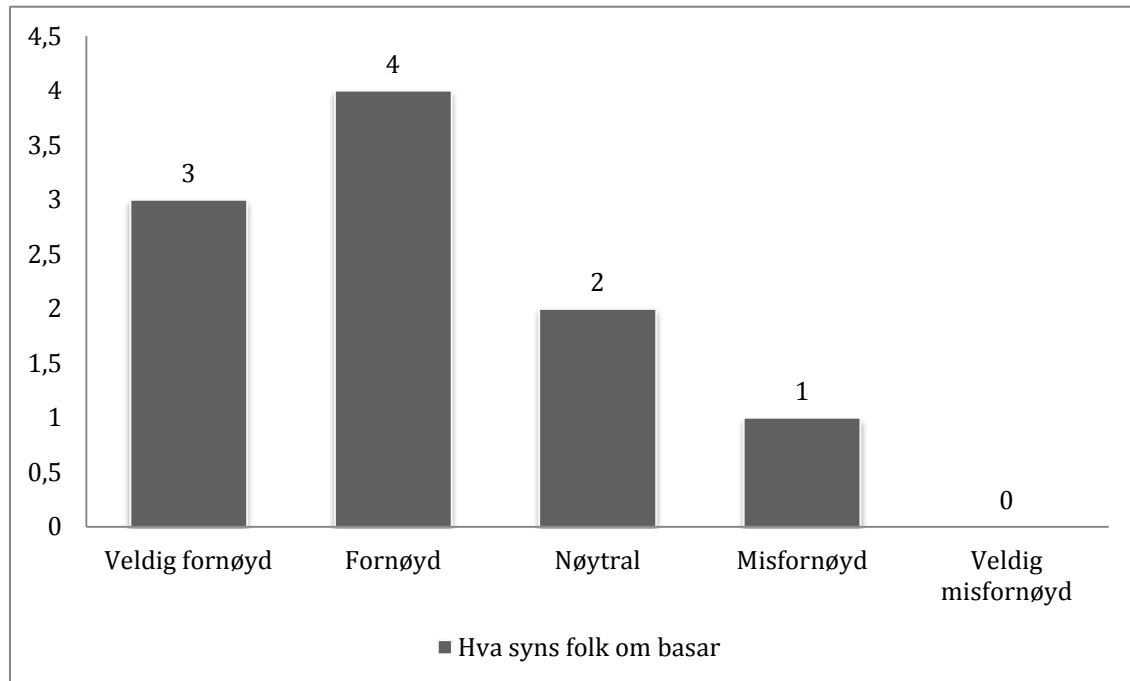


Grønland basar har 3300 m² areal som er veldig liten forhold til basarer i Danmark (Aarhus 20000 m², og Odense 7000 m²), men har fortsatt flere utvalg og muligheter. Det finnes fersk kjøtt, restaurant og cafeer, apoteket, elektronisk butikk, smykker og kles butikker, som gjør at folk besøker basar. Mange av brukerne kommer fra andre deler av byen. Folk bruker mellom 5 til 40 minutter for å komme seg til basaren. Kollektivtransport er veldig god i byen og mange benytter denne muligheten. Noen velger å kjøre bil. Basar har ikke egen parkeringsplasser for basar brukerne, men det er mulighet for å



parkere bilen i gatene rundt basaren. Fleste deltakerne svarte på flere alternativer. Grafen viser gjennomsnitt om hvilke type transportmiddel bruker folk.

Mange mener at det bør være basar i området med flere butikker og muligheter. Fire av brukerne er fornøyd med nå situasjonen av basaren, tre av dem er veldig fornøyd, to av dem er nøytrale og en av dem er misfornøyd med basaren i Grønland. Cafeen og restauranter i basaren er sosialt knutepunkt som gir mulighet til folk for å bli kjent med andre mennesker. Grafen viser gjennomsnitt om hvor fornøyd er folk med basaren.



Konklusjon

Grønland basar har et areal på 3300 m². Det er 20 butikker lokalisert i basaren og det kommer cirka 30000 besøkende hver uke. Siden Grønland basar ligger i Norge, derfor har jeg også sett lokaliserings forholdene mellom beboere og besøkende. Jeg har forklart mer detaljert i kapittel 4.5 oppsummering av oppgaven.

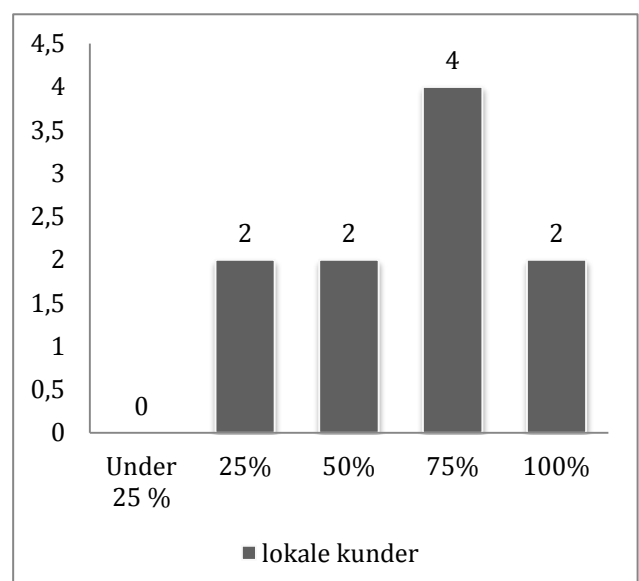
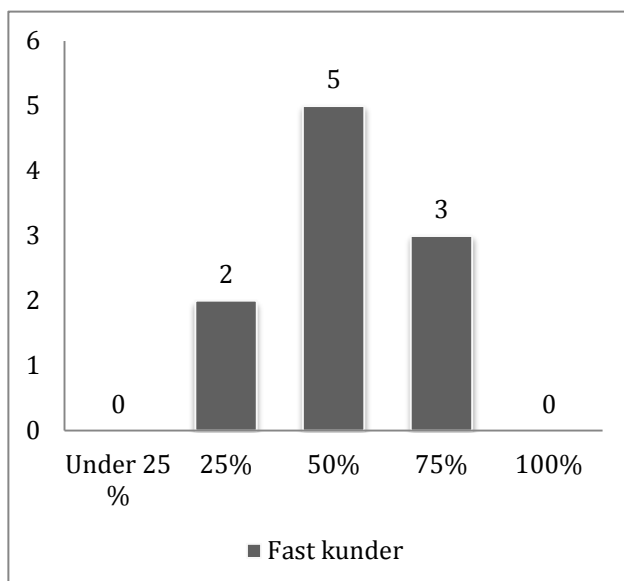
4.4 Case-studie 4: Stavanger og Sandnes

Målet med å ta spørreundersøkelsen i de områdene var å vite om hvordan folk driver butikker uten basar muligheter. Hva synes de om deres eksisterende situasjon og hva mener der om ny forslag om basar i denne regionen. Det ble utført spørreundersøkelsen både i Stavanger og i Sandnes by.

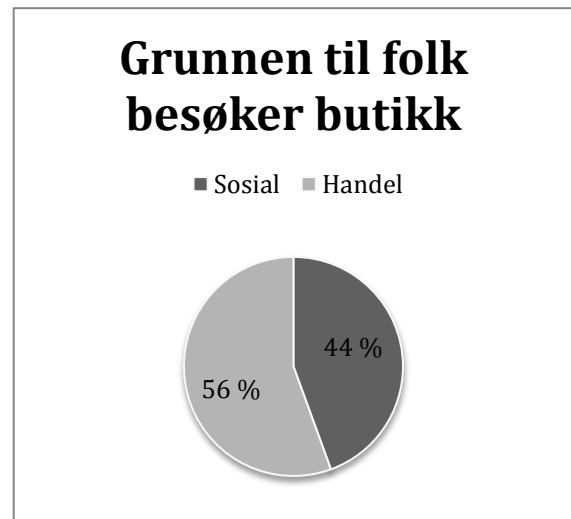
4.4.1 Stavanger butikkeier spørreundersøkelse

Det ble utført en spørreundersøkelse i Pedersgata og Lagårdsveien i Stavanger. Hovedfokus med denne spørreundersøkelsen var å spørre butikkeierne, som har ulike bakgrunn og driver egne butikker i Stavanger, at deres synspunkt og mening om å drive egen bedrift og forslag om basar i denne regionen. Det var ti butikkeiere som har bidratt med spørreundersøkelsen og ga forslag. Det var fem dagligvarer butikker, to restauranter, en kles butikk, en frisør og en bok butikk. Det var kun en butikk som ligger i Lagårdsveien og resten alle ligger i Pedersgata. Det er 10 butikkeierne som deltok i spørreundersøkelsen.

Alle dagligvarer butikker får daglig besøk av kunder og har fastkunder mellom 30 % til 85 %. Alle dagligvarer butikk har forskjellige typer varer og derfor er lokale kunder avhengig av typer produkter og varer. Med lokale kunder mente fleste butikkeierne at kunder som besøker butikker bor i Stavanger kommune. Ingen av dem har oversikt over kundene, eller hvem som bor i nabo område rundt butikken og dette er på grunn av at butikkene er lokalisert midt i byen. Alle anslått svar mellom 15 % til 75 %, der afrikanske butikker har mellom 50 % til 75 % lokale kunder og Asiatiske butikker har lokale kunder mellom 15 % til 25 %. Grafer under viser gjennomsnittlig svar om fast kunder og lokale kunder som besøker Pedersgata i Stavanger for å handle varer. Resultatene ble hentet ut ifra spørreundersøkelsen og antall personer som deltok i undersøkelsen.



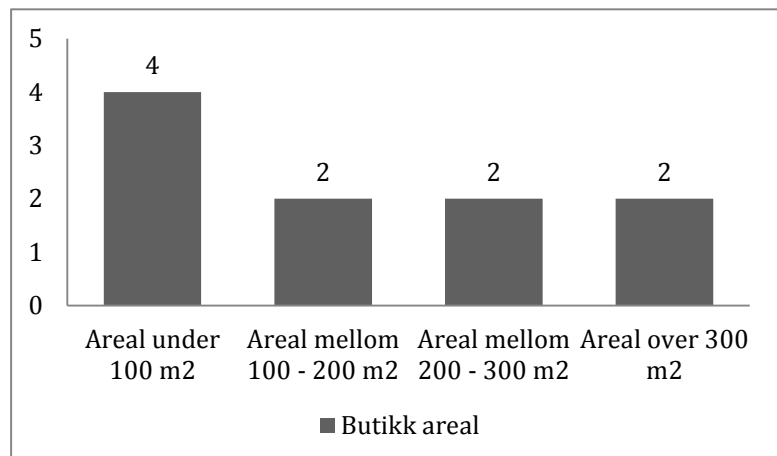
Fleste av de kundene handler i de butikkene men noen av de bekjente kommer bare for å ha litt sosialt med butikkeierne. Alle dagligvarebutikker selger grønnsaker og krydder som mest populære produkter, men Norvina, Thai butikk, selger mest populære thai produkter, Sesame, Afrikansk/Somalisk butikk, selger mest populære sine Afrikansk matolje. Lille Asia, Afghansk butikk, er eneste butikk som selger fersk kjøtt og derfor har høy andel av fastekunder enn de andre dagligvarer butikkene både i Stavanger og Sandnes. Fordel med ferske grønnsaker, utenlandske krydder og andre produkter øker salg og tiltrekker flere kunder. Det er mange som har svart på begge alternativer. Grafen viser et gjennomsnittlig svar om grunn til folk besøker disse butikkene.



Konkurransen mellom de butikkene er høy siden alle ligger innen cirka en kilometer radius. Alle butikkene prøver å tiltrekke mer kunder ved salg av ferske grønnsaker og med mest populære produkter. Mellom 50 % til 90 % kundene har utenlandsk bakgrunn. Norvina selger thai produkter som er også kjent blant norsk befolkning og derfor 50 % kunder er Norsk og 50 % kunder har utenlandsk bakgrunn. Andre butikker har også mellom 10 % til 30 % kunder med norsk bakgrunn. Hovedmålet for alle butikkene er å selge og å referere sine produkter blant lokale folk som bor i Stavanger og også folk som pendler fra nabo byer som Sola, Sandnes, Randaberg. Det er ca. 1/4 del som har dansk bakgrunn og 3/4 del av kunder har innvandrer bakgrunn.



Butikkene har areal mellom 35 m² til 320 m², og alle butikkene har en fast leieavtale, og ingen av dem villig til å fortelle om hvor stor er butikkleie. Butikk åpningstider har mye å si for butikkleie. Alle har normalt åpningstider og alle er stort sett fornøyd med åpningstider og butikkleien. Men noen av dem vil ha litt spesiell åpningstider.



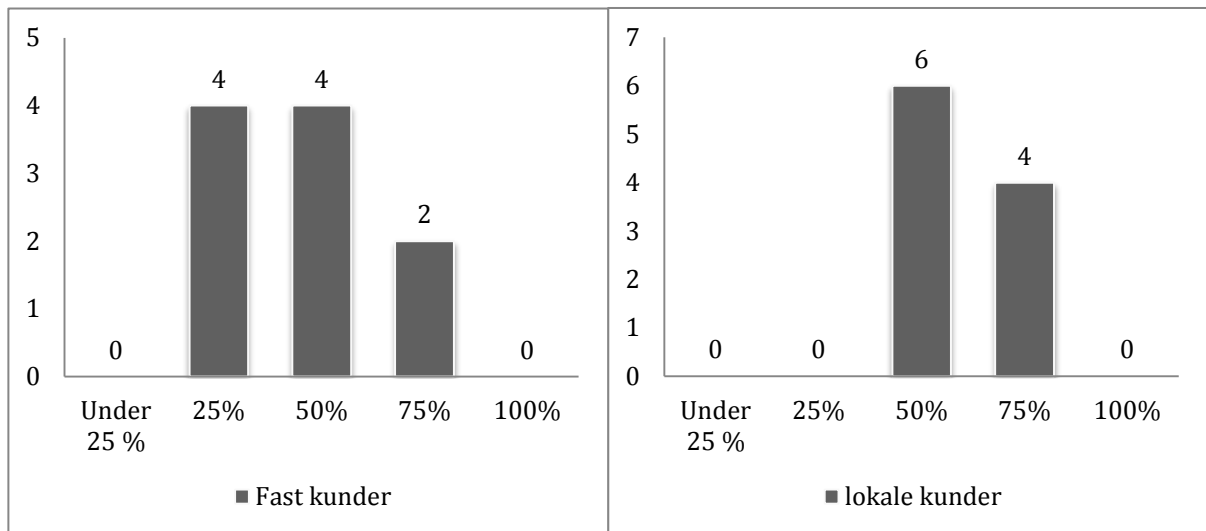
Flere av de butikkene har noen praktiske problemer med varelevering. Ingen av de butikkene har egen inngang for varelevering. Alle bruker hovedinngang både for varelevering og avfallhåndtering sammen med inn- og utgang for kunder. Alle bruker søppel container for avfall håndtering og har en avtale med kommune for å plukke opp avfall. Dem har ikke spesiell sted for å håndtere avfallet, med mindre enn kommune plukker det opp. Alle butikkene å rengjøre selv og ingen av dem har avtale med andre rengjøring firma. Noen av dem har problemer med kunde parkeringsplass, men det finnes fortsatt mulighet for å parkere biler i parallell gatene. Det finnes også felles parkeringsplass mot betaling i Nytorget, som gir mulighet for å parkere bil og har opplevelsen i Pedersgata og Nytorget. Avstand til kollektivtransport er ikke langt, og det finnes muligheter til å bruke kollektivtransport i Pedersgata og også i Nytorget.

Alle butikkene mener at det er behov for basar i området, men ingen kom med noe forslag på hvor dette kunne plasseres. De muslimske butikkeierne mener at basar forslag er en god ide, spesielt i ramadan måneden, når alle muslimer faster, kan basar spille en god rolle for et som knutepunkt både for sosialt samvær og handel. folk kan handle det de trenger på et område, istedenfor å pendle fra et sted til et annet. Mange mente at basar er anledning til å handle utenlandske produkter og ikke bare norsk produkter. Den gir også mulighet til å leie billig butikker. Den kan bidra til å tiltrekke turister og folk fra andre byer, med sine gode tilbud av varer og produkter som ellers ikke finnes i de vanlige handle steder. Ulike mattradisjoner som serveres på de diverse restaurantene spiller en rolle for sosialt knutepunkt, hvor alle er inkludert uansett nasjonalitet. Basar er en åpen arena der alle er velkommen og som kan bli et landemerke for byen og kan løfte byens økonomisk og sosialt bærekraftige aspekt.

Flere kom med forslag om at kommunen bør løse parkeringsplasser ved etablering av basarer. Det bør være god tilgjengelighet av kollektivtilbud og lett å finne fram, butikkleie bør være billig og det bør ikke være så høy som i byen, og restauranter med flere sosiale muligheter.

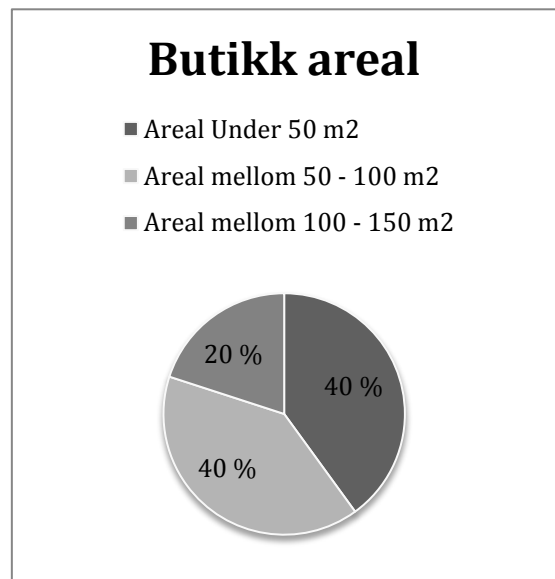
I tillegg til dagligvarer butikker har jeg også sett på andre butikker som kan spille stor rolle for å løfte basaren. Jeg har sett på to mat restauranter, en kles butikk, en frisør og en bokhandel butikk. Spesiell mat restauranter har en stor rolle for å gjøre en basar som en sosial bærekraftig.

Alle butikkene får daglig besøk av kundene og har mellom 30 % til 75 % fastekunder, bortsett fra frisør butikken, siden han har cirka 10 % fast kunder. Alle butikker får besøk av lokale folk mellom 30 % til 50 %. Det er cirka mellom 50 % til 90 % innvandrere som besøker mat restauranter og klær butikken, 10 % innvandrere besøker frisør og 25 % besøker bokhandel.



Alle butikkene konkurrerer med butikker som har liknende varer og produkter. For eksempel frisør får ikke mange kunder hver dag, mat restauranter i samme gate konkurrerer med hver andre, Afrikansk klær butikk er kun kjent i blant afrikansk befolkning. Alle butikker har sine populære produkter og varer som tiltrekker kunder. For eksempel har restauranter, har forskjellige tilbud hver dag på dagens middag, slik at folk kommer og spiser billig middag. Alle butikker refererer sine produkter både til lokalbefolkning, folk som pendler fra andre byer og også til turister som reiser fra andre land. Grunnen til at dette er at vil tilby turistene produkter fra forskjellige land. Frisør hadde service arbeid og tilbyr alle sine tjenester.

Butikkene har areal mellom 50 m² til 150 m², bortsett fra frisør butikken som har areal på 9 m². Alle har en fast leieavtale men ingen var villig til å svare på leiekostnader og omsetninger. Alle har standard åpningstider, men frisør butikkeier ville ha spesielle åpningstider, hvor han kan åpne butikk Maximum på 8 timer.



Alle har et praktisk problem med vareleveringen, bortsett fra klesbutikken som har egen inngang for varelevering. Ingen av dem hadde problemer med avfalls håndtering siden alle hadde søppel container og avtale med kommune som henter søppel. Alle butikkene rengjør selv i butikken. Ingen av dem hadde problemer med avstand til kollektiv transport. Noen av dem var misfornøyd med parkerings muligheter.

Mat restauranter, bokhandel og klesbutikk eiere mente at det var behov for basaren i området, mens eieren av frisørsalongen var litt misfornøyd med denne ideen. Han ville ikke ha basar i dette område fordi han mente at det er lite sted for å ha basar her. Det bør være åpent areal som Kvadrat senter i Sandnes, siden små gatene kan blokkeres av mye trafikk og

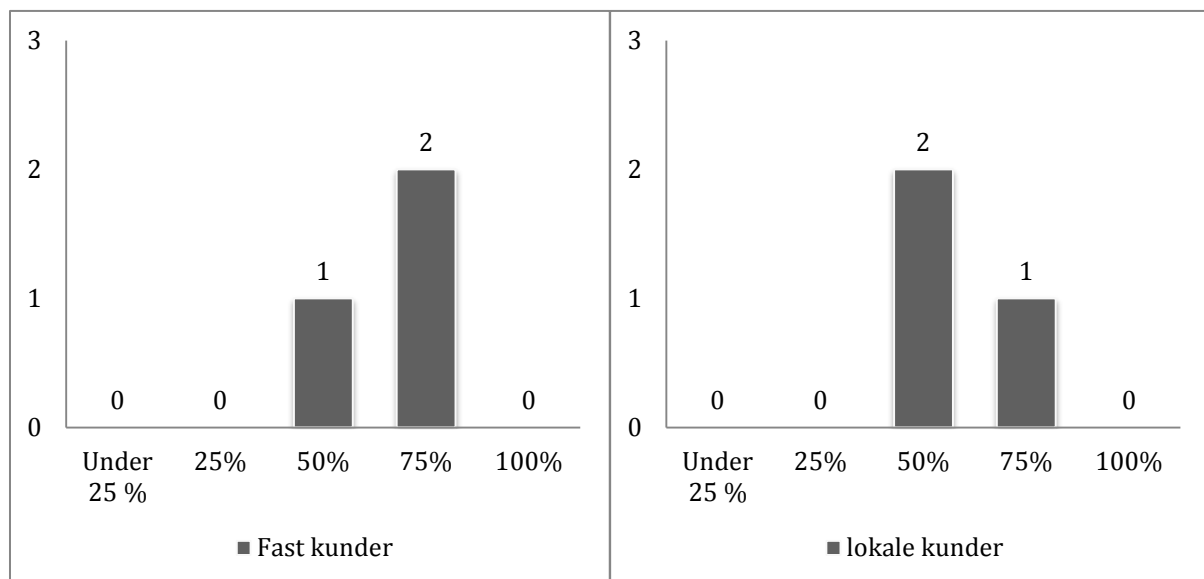
kan også ødelegge for andres forretninger og virksomheter. Eier av bokhandel mente at det er god ide for å fjerne fremmed frykt og øke inkludering.

Alle har gitt forskjellige forslag for forbedring. Sofra, mat butikk kom med forslag med universell utforming at, det bør være tilgjengelig for alle, det bør også løse problemer. Eieren av frisørsalongen eier mente at det bør være billig men med garanti, siden det er mange steder i basaren som ofte selger billig produkter og har ingen garanti. Videre påpekte han at det er stor pris forskjeller. Det bør være en ledelse som kontrollere priser og produkters garantier. Med basarkonseptet øker også sjanse for at butikker som er utenfor basar kan gå i tap.

4.4.2 Sandnes butikkeier spørreundersøkelse

I Sandnes fant jeg ikke så mange dagligvarer butikker. Det var tre av fem butikkeiere som var villig til å bidra med spørreundersøkelsen. De andre to butikkeierne var ukomfortable med å være med. Det var en thailandsk, syrisk, og en irakisk butikk som utførte undersøkelsen og ga deres mening og forslag om basar utvikling i denne regionen. Den ene butikken ligger på Vågsruta og andre to ligger på Gjesdalveien.

Alle butikker får daglig besøk av kunder. Under undersøkelsen har jeg observert at det var mange folk som besøker butikken, noen kom for å kjøpe grønnsaker, noen for å kjøpe fersk kjøtt og noen for å handle thai produkter. En av butikken har 50 % og andre to har 75 % faste kunder. To av dem har 50 % og 1 av dem har 75 % lokale kunder.

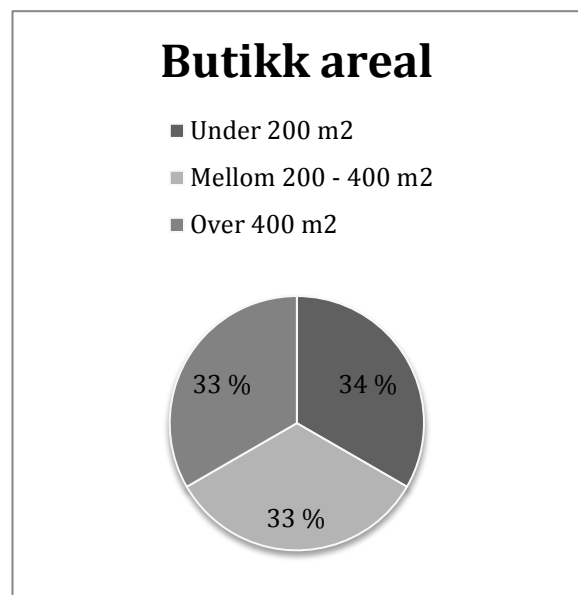


Dagligvarer butikker i Sandnes er kjent for sine populære produkter, Thai butikk er kjent for sine thai produkter, og andre to butikkene er kjent for fersk kjøtt, frukt og grønnsaker, spesielle asiatiske krydder og nøtter. Noen av de kundene kom for å ha sosialt med butikkeierne og mange kom bare for å handle.

Alle butikkene konkurrerer med hverandre siden alle ligger innen for 100 m radius. Thai butikk har cirka 50 % innvandrere kunder og andre to har cirka 75 % innvandrere kunder. Thai mat produkter, spesielt sushi er like kjent blant norsk befolkning. Alle butikkene refererer sine produkter til lokale, men mange kunder pendler fra nærmere byer og kommuner. Mat produkter og andre varer er billigere enn i andre dagligvarer butikker som Rema1000 og Coop. Jeg har observert og sammenlignet priser fra de butikker med andre dagligvarer butikk, Rema1000, Kiwi og Coop, og har sett på pris forskjell og også kvalitet på ferske varer som grønnsaker, kjøtt og frukt. Alle butikker har fordeler med sine produkter at varer som finnes her, er ikke vanlig å finne på andre steder. Grafen viser et gjennomsnittlig svar om bakgrunn av kunder, hvor 1/3 del av kunder har norsk bakgrunn og 2/3 del av kunder har innvandrere bakgrunn.



Butikkene har areal mellom 250 m² til 600m² og betaler butikkleie per kvadratmeter. Butikker i Gjesdalveien betaler mellom 50 000 til 60 000 butikkleie, men EWA AS, den syriske butikk var ukomfortabelt for å fortelle om butikkleie. Den Irakisk butikk, Sandnes frukt og grønt, har fortalt at de har omsetning på 17 millioner per år. Alle butikkeierne var ganske fornøyd med salg og ingen av dem sliter med å selge sine varer. EWA AS hadde nylig kjøpt butikken og har ikke vært eier mer enn en måned, men Thai butikken har drevet butikk mer enn seks år og Irakisk butikk har drevet nesten syv år og det ble ikke byttet eier i de siste seks og syv årene



Butikkene i Gjesdalveien har noen praktiske problemer med parkering, men butikk i Vågsgata har god parkerings muligheter foran inngangen. Ingen av butikkene har kollektiv transport problem, bussholdeplass ligger på cirka 200 m avstand. Ingen har problemer med avfall håndtering og de har avtale med kommune som håndterer avfall når avfall container blir full. Alle rengjør selv i butikken. Sandnes frukt og grønt butikk har praktisk problemer med varelevering siden de ikke har egen inngang for varelevering. De bruker hovedinngang for varelevering, men andre to butikker har egen inngang for varelevering.

Thai butikk og EWA AS mener at det er behov for basar i området men Sandnes frukt og grønt mener at det er ikke god ide å ha basar i dette området siden det må være som Kvadrat senter med god åpent plass for parkering og god kollektiv transport muligheter. Kanskje basar blir kjent av sine varer og produkter på starten men etter hvert ved tiden kan den gå på lite salg siden det ikke er mange folk som har ulike bakgrunn her og flere av dem kommer ikke til å like basaren her. Men derimot andre to butikkeierne mener at det er en god ide, og basar kan øke våres salg også, og samtidig er det mulighet til å utveksle kulturer og bli kjent med nye folk fra verden rundt.

EWA AS og Sandnes frukt og grønt har gitt forslag for forbedring at det bør være åpent plass for basaren med god kollektiv tilbud. Husleie bør være billig innen for basaren. Det bør etableres i et sentralt sted som sentrum der mange folk kan besøke daglig og det er også mulighet for et godt salg av varene. Det kan bli et godt sosialt knutepunkt for flere besøkende og kan også styrke kommunes økonomi.

Konklusjon

Ut ifra disse spørreundersøkelser har jeg kommet frem til at det ikke er mange butikker i Stavanger og Sandnes som har utenlandske eiere og selger utenlandske varer. Det er mange innvandrere som bor i Stavanger og Sandnes med forskjellige behov og etterspørsel. Folk i disse byene sliter med å skaffe billig varer fra disse butikkene. Folk må gå fra et sted til annet for å handle. Basar forslaget i Stavanger sentrum kan gi folk mulighet til å handle i et sted. Jeg har forklart alt under kapittel 4.5 oppsummering av oppgaven.

4.5 Oppsummering av analysen

Informasjonen som fremkommer om de forskjellige case-studier kan varierer, dette på grunn av forskjellige størrelser av butikker, felles arealer, lokalisering og tilfeldige kunder. Alle områder representerer ulike lokaliseringsprinsipper.

Bazar Fyn

Ut i fra intervjuet og undersøkelsen kom jeg fram til en konklusjon at innbyggere har stor oppmerksom til Bazar Fyn. Basar er lokalisert i et område hvor det er lett tilgang til bil, sykkel og kollektivtransport. Den ligger i veldig tett området, der det er lett tilgang til beboere. Skur 2 i Skansekaaien i Stavanger kan jeg sammenligne med Bazar Fyn, siden basar er enkelt lukket bygg og alle butikker er lokalisert innvendig.

Jeg har sett vilkårene til basar, der jeg har fokus om hvor stor arealet har basar, hvor mange butikker, antall besøkende per uke, enkelte tilganger, parkerings muligheter og kollektiv tilbudet i dette området. I tillegg har jeg også sett på andre planløsninger som vareleverings muligheter, andre vilkårene som nivåforskjell, informasjon, belysning, møblering og materialer.

Bazar Vest

Ut i fra intervjuet og undersøkelsen har jeg kommet frem til at stor andel av innvandrere i denne delen av kommunen har egne interesser og behov. Bazar Vest er veldig godt lokalisert i området. Det er god tilgang til biler og syklist. Trafikk tilbud er løst med buss, som kobler sammen andre bydeler med Brabrand bydel. Den er et godt eksempel om hvordan basaren kan utvikles i fremtiden ved behov.

Området er veldig stort i forhold til andre case-studier. Den er delt på to bygninger. Hvor jeg har sett to typer av løsninger, den ene er innvendig lukket basar med butikker i samme tak og den andre er utvendig butikker med egne innganger. Skur 2 i Skansekaaien i Stavanger kan jeg sammenligne med lukket del av Bazar Vest og den åpne delen av basar kan jeg sammenligne med Nytorget i Stavanger hvor butikker har egne innganger.

Jeg har også sett på vilkårene til basaren om hvordan de har løst arealbehov, antall butikker i begge deler av basaren, antall besøkene per uke, parkerings muligheter, varelevering, og andre vilkår. Jeg har også sett på avstand til kollektivtransport.

Grønland Basar

Ut ifra intervjuet og undersøkelsen har jeg kommet fram til en konklusjon at basar bygget er en god kombinasjon av både boliger og næringslokaler. Denne basaren er veldig liten forhold til basarer i Danmark, men stor andel av innvandrere i denne bydelen gjør at Olav Thon har kommet med basar ideen, hvor han hadde fokus til beboere og deres behov i dette området. Han har gitt mulighet til innvandrere gruppe for å etablere egne interesser som dekker også folkets behov i dette området.

I tillegg har jeg sett på forskjellige vilkårene som planløsning, arealbehov, kollektivtilbud i området, antall butikk og antall besøkende per uke. I tillegg har jeg også sett på enkelte innganger, nivåforskjeller, belysning, møblering og informasjon av basaren.

Stavanger og Sandnes

Ut ifra spørreundersøkelse har jeg kommet frem til en konklusjon at alle butikkeierne ville øke sitt salg blant i norske og innvandrere befolkning. Alle mener at husleie er litt høy og det bør være litt billigere. Mange av de butikkeierne mente at det er behov for basaren, men noen av dem var uenig med basarkonseptet i dette området. Med basarkonsept blir konkurransen høy mellom hver dagligvare butikk, som øker sjansen for mindre salg og som også kan resulterer i konkurs for noen butikker. Lite salg og høy butikkleie er med på gjøre det vanskelig for butikk eierne. Ved høy konkurranse skal flere av de butikkene ha ofte salg av varene for at folk kan kjøpe fra dem enn å gå til andre steder. Avstand og kvalitet på produkter skal spille stor rolle for salg av varene i butikker. Folk som bor nærmere skal prioriterer butikker som ligger nærheten, men hvis de selger dårlig kvalitet på varer, så kommer de til å miste kunder. I tillegg til dette er mange butikker, spesiell utenlandsk butikker, også kjent for sine sosiale forhold med kunder. Det er mange som besøker ikke kun for å handle, men for å ha litt sosialt samvær med folk.

Normalt åpningstid er butikkens første prioritering men i basaren vil noen av butikkene mener at det bør være litt spesiell åpningstider. Det er en del muslimsk butikker som mente at det bør være spesiell åpningstid i Ramadan måneden og da det bør også være en ramadan basar, der folk kan kjøpe billig og ferske varer.

Planløsning

Planløsningene for alle områdene er logiske. Det er forholdsvis enkelt å orientere seg i basar områdene, både i Danmark og i Norge. Men i Stavanger og Sandnes har ikke samme mulighet som basar, og derfor må folk bruke eksisterende muligheter som ligger spredd i disse områdene.

Arealbehov

Basar områdene har gode dimensjoner spesiell i Danmark, med stort sett større felles arealer enn Grønland Basar. Innvendig areal har større dimensjoner i alle basarer, og det er lett å orientere seg. Bazar Vest og Bazar Fyn har gode parkerings muligheter, men Grønland Basar har ingen egen parkering for besøkende. I Stavanger og Sandnes ligger butikker spredd og dermed har ingen av butikker parkerings muligheter for besøkende, bortsett fra en butikk som ligger i Lagårdsveien.

Nivåforskjeller

Basarer i Danmark og i Norge har ingen nivåforskjell, men noen av butikker i Stavanger og Sandnes har problemer med dette, spesiell noen av butikker i Pedersgata ligger over bakkenivå. Disse butikker er ikke tilgjengelig for universell utforming. Det har brukt kun trapper og ingen rampe eller heis for å løse universell utforming.

Inngangspartier

Hovedinngangspartier for hver basar er tydelig og definerte med overbygning og belysning. Grønland basar og Bazar Fyn har to hovedinngangspartier og tillegg til denne har basarer også en ekstra inngang som er lokalisert nesten i midten. Butikker i Sandnes og Stavanger har egne inngangspartier og alle er tydelige definerte.

Materialer

Innsiden av basarer er overflatene jevne og uten sprekker, men Stavanger og Sandnes områdene er lokalisert utvendig og derfor har det brukt forskjellige materialer i disse områdene. Disse materialer kan være ubehagelig å bruke for flere brukere. Det har heller ikke brukt ledelinjer i disse to områdene. Disse er ikke knyttet til systemet, men viser vei mellom kantsteinen og inngangspartier.

Informasjon, Belysning og Møblering

Bazar Fyn og Bazar Vest ligger veldig tett med boligområdene og har også god belysning. Det har brukt informasjonsskilter ved hovedveien, som leder til basarer. Det er ingen informasjonsskilt som leder til Grønland basar, men Grønland Basar er lokalisert midt i byen og derfor er det lett å finne frem. Innsiden av alle basarer har butikkene og kafeen brukt sine stoler og bord i felles arealer som har både fordeler og ulemper. Fordel med dette er at folk for mulighet til å hvile men ulempen er at disse møbler tar stor plass. Tillegg til dette finnes det også andre hvileplasser.

I Stavanger og Sandnes finnes ikke hvileplasser innsiden av butikker, bortsett fra kafeen og restauranter. Men det finnes møblering ved buss holdeplasser, som gir mulighet for å hvile.

Tabeller

Tabeller under viser om hva jeg har lært fra case-studie områder. Det er to forskjellige tabeller viser under. Tabell 2 gir informasjon om de tre forskjellige basarer både i Danmark og i Norge. Hvor stor areal disse basarene har, antall butikker og antall personer som besøker basarer hver uke. Tabell 3 gir informasjon av de tre forskjellige basarer og også om Sandnes og om Pedersgata i Stavanger.

Tabell 2

	Bazar Fy, Odense	Bazar Vest, Aarhus	Grønland Basar, Oslo
Areal (m²)	7000	20000	3300
Butikker	65	110	20
Besøkende per uke	20000	30000	30000

Tabell 3 gir informasjon om elementer som er viktig å vite for å etablere basar. Der har jeg sett parkeringsmuligheter, fellesarealer, varelevering, og andre viktige tiltak løsninger som universell utforming. Tillegg har jeg sett på hvilke type materialer, møblering, informasjon, belysning ble brukt.

Tabell 3

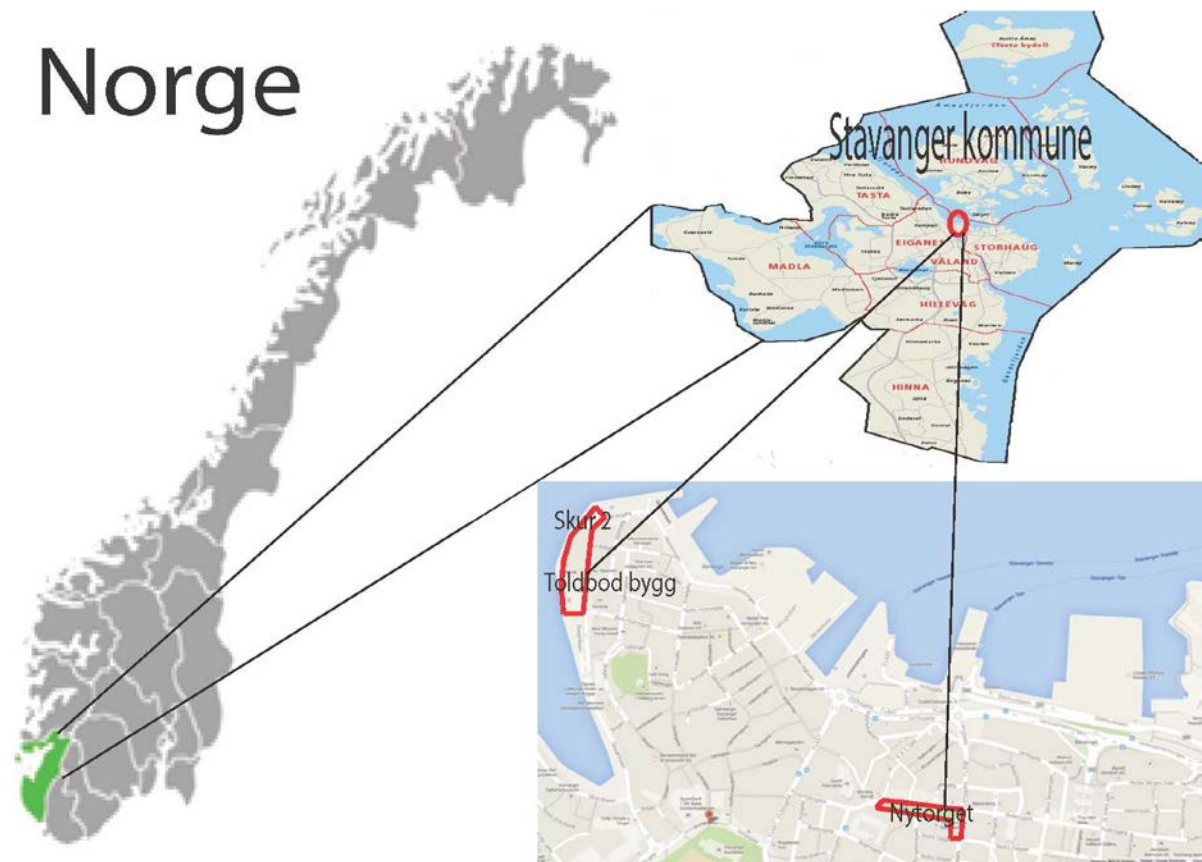
	Bazar Fyn, Odense	Bazar Vest, Aarhus	Grønland Basar, Oslo	Stavanger	Sandnes
Parkering	God parkerings mulighet	God parkerings mulighet	Har ikke egen parkering	Mulighet ved parallell gater	Ingen parkering mulighet ved fleste butikker
Varelevering	Ja, har egen plass for varelevering.	Ja, har egen plass for varelevering.	Har ikke egen plass for varelevering, men varelevering ofte skjer ved langs gatene.	Har ikke egen plass for varelevering pga. hver butikk har egen inngang, men varelevering ofte skjer ved langs gatene.	Har ikke egen plass for varelevering pga. hver butikk har egen inngang, men varelevering ofte skjer ved langs gatene.
Inngangspartier	To hovedinnganger	Tre hovedinnganger, men i andre delen av basaren er egen inngang for hver enkelt butikk	To hoved innganger	Egen inngang for hver enkelt butikk	Egen inngang for hver enkelt butikk
Belysning	Ja, gode belysninger innsiden av basar.	Ja, gode belysninger innsiden av basar.	Ja, gode belysninger innsiden av basar.	Ja, hver enkelt butikk har gode belysninger.	Ja, hver enkelt butikk har gode belysninger.
Møblering	Ja, det har brukt gode sitte og hvile plasser innvendig basaren.	Ja, det har brukt gode sitte og hvile plasser innvendig basaren.	Ja, det har brukt gode sitte og hvile plasser innvendig basaren.	Ingen sitte eller hvile plass i innsiden av butikker.	Ingen sitte eller hvile plass i innsiden av butikker.
Informasjon	Ja ved hovedinngangene av basaren og også ved hovedveien som ligger nærmere basaren.	Ja ved hovedinngangene av basaren og også ved hovedveien som ligger nærmere basaren.	Ja ved hovedinngangene av basaren.	Individuell informasjon for hver enkelt butikk.	Individuell informasjon for hver enkelt butikk.
Materialer	God innvendig materialbruk	God innvendig materialbruk	God innvendig materialbruk	Avhengig av butikktype men fleste av butikker har gode materialer i gulvet	Avhengig av butikktype men fleste av butikker har gode materialer i gulvet
Nivåforskjeller	Ja, men den er løst med rampe og er ingen	Nei, ingen nivåforskjeller	Nei, ingen nivåforskjeller	Ja, noen av de butikker ligger over	Nei, ingen nivå forskjeller.

	problem med å bruke den. Tenkt på universell utforming.			bakken og har ingen rampe for universell utforming, kun trapper	
Fellesarealer	Det er gode og åpne felles arealer i innsiden av basaren.	Det er gode og åpne felles arealer i innsiden av basaren.	Det er gode og åpne felles arealer i innsiden av basaren.	Nei, har ingen felles arealer for enkelte butikker	Nei, har ingen felles arealer for enkelte butikker
Butikkeie	Avhengig av butikk størrelse og lokalisering	Avhengig av butikk størrelse og lokalisering	Avhengig av butikk størrelse og lokalisering	Avhengig av butikk størrelse og lokalisering. Fleste butikker har fast avtale.	Avhengig av butikk størrelse og lokalisering. Fleste butikker har fast avtale.

Ut ifra disse undersøkelser, intervjuer og befaringer har jeg lært om hvordan kan jeg benytte arealbehovet (både butikk-, felles- og parkeringsareal), sosial samvær, shared spaces, og andre elementer som oppfyller forutsetninger og vilkår for å etablere en basar i norsk samfunn. Disse resultatene skal jeg bruke, som hjelpe middel, for å drøfte design forslaget for basar i Stavanger sentrum, både i Skur 2 og Nytorget.

4.6 Valg av område

Valget av studieområde for analyse og prosjektering for oppgaven, er valgt på grunn av basarkonseptet som ikke er vanlig i Norge. Dessuten er det viktig at etablering av basaren bør være i et område med flere innvandrere eller der det er behov for basar. Med dette konseptet får folk fra ulike nasjoner mulighet til å etablere sine egne virksomheter og interesser. Analyse av alle basarer over viser en god kombinasjon av flerkulturelle butikker i Skandinavia, videre har analysen vist hvordan disse basarene blitt etablert og vel fungert ved tiden. For å gi forslag for basaren har jeg sett to forskjellige steder for å prøve ut basar konseptet. En ligger i Skansekaaien som er Skur 2 og andre er Nytorget som er et åpent areal.



Figur 17 Illustrator bilde viser kart over Norge og lokalisering av Skur 2 og Nytorget i Norge.

4.6.1 Stavanger/Sandnes/Sola i Rogaland

Stavanger, Sandnes og sola kommuner ligger i Region Vest. Stavanger er Norges tredje største by sammen med Sandnes og Sola, med totalt 227 737 innbyggere (SSB 2014). Stavanger kommune har totalt 130754 innbyggere, Sandnes har 71 900 og Sola har 25 083 innbyggere. Stavanger er kjent for olje hovedstaden og Universitetet, og Furus har stor næringspark, som øker internasjonalt folkets interesse i denne regionen. Det forventes ca. 29 % av befolkningsvekst i fram til 2040 i denne regionen, der Stavanger får ca. 20 %, Sandnes får ca. 40 % og Sola får ca. 54 % befolkningsvekst (SSB 2014).

20 % av befolkning i Stavanger er innvandret med bakgrunn fra 177 land. Folk har innvandret fra Asia, Afrika, Sør- og Mellom Amerika, Tyrkia, Øst Europa og Norden (Kommune 2013).

Innvandres nivå er høy i denne landsdelen og etterspørsel for folkets behov og interesse øker. Basarkonseptet i denne landsdelen øker verdiskaping i regionen både på nasjonalt og internasjonalt nivå siden internasjonalt interesse er høy i denne regionen på grunn av Olje selskapene og internasjonale investorer som er godt etablert i regionen.

Forus næringspark som ligger mellom Stavanger-, Sandnes- og Sola kommunegrense. Forus Næringspark er landets største næringspark med rundt 2500 ulike virksomhet, som har et nært kommunalt samarbeid til beste for næringslivet i regionen. Det ligger store bedrifter som oljeselskaper, entreprenørbedrifter, produksjonsbedrifter, dataselskaper, handel- og servicevirksomhet (Forusnæringspark).

Sandnes er en pulserende handelsby, der byens koselige gågate Langgata er kjent for trivelige butikker, gateliv og møtested for folk i alle aldergrupper. Sandnes ligger sentralt og har god kollektiv tilgang (Kommune). Sola kommune er kjent for flyplass som ble etablert i 1937 og var landets første flyplass (kommune 2014).

Etablering av tradisjonell basar i denne regionen gir mulighet for folk fra de tre kommuner til å etablere sin egne interesse og bedrifter som øker verdiskaping i det norske samfunnet. Basar kan spille hovedrolle som sosialt knutepunkt, der folk handler ferske dagligvarer, møte kjente og ukjente folk og skape et sosialt liv mellom innbyggere fra kommuner. Bedrifter og store investorer får også interesse til å introdusere markeder og varer fra ulike land som spiller hovedrolle til å utveksle kulturer og tradisjoner gjennom folk fra ulike bakgrunn.

Per i dag finnes det ulike butikker i Pedersgata og en butikk i Lagårdsveien i Stavanger som er eies av personer fra ulike nasjoner. Det finnes både restauranter, frisører, pub, elektronisk butikk og daglig varer butikker med varer fra ulike land. Det er lite tall av innvandrere som bor i denne regionen enn etniske norske innbyggere og basarkonseptet er ikke veldig kjent i de norske byene. Men de internasjonalt studentene, utenlandske arbeidstakere, og økende innvandringstallet har ulike behov og interesse og basar er et konsept eller mulighet for folk fra ulike nasjoner for å samle og etabler sine egne små bedrifter under et tak, der kan man finne restauranter, cafeer, kles og dagligvarer butikker som gir folk muligheten til å velge mellom billig varer

4.6.2 Lokalisering av Skur 2 og Nytorget

Skansekaaien og Nytorget som er lokalisert i Stavanger sentrum og begge stedene har stor åpen areal og god tilgjengelighet for biler. Disse områdene er attraktivt for å etablere basar. Det ligger en attraktiv bygning i Skansekaaien som kan brukes som basar i fremtiden. Skur 2 i Stavanger som er også eksisterende og tidligere brukt bygninger. Bygning lokalisert sentralt i Stavanger sentrum, og dette området dominert av mange andre næringsvirksomheter. Bygget har en begrenset størrelse og derfor kan ikke vurderes på samme måte som andre eksterne sentrene i Norge eller eksisterende basarer i Skandinavia.

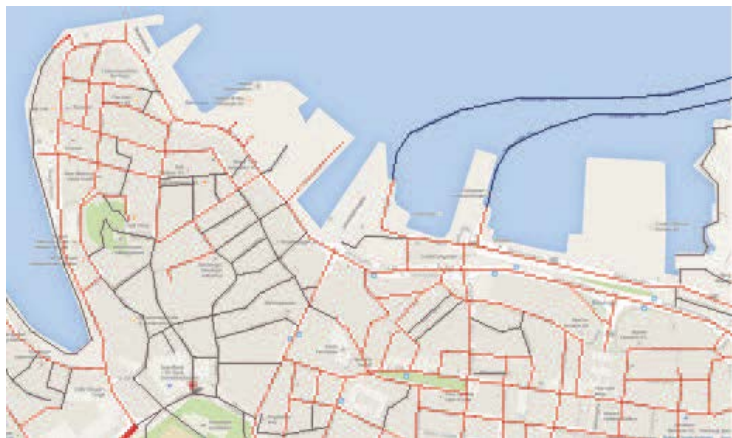
Lokalisering av basar i Skansekaaien eller Nytorget tiltrekker til seg kunder fra et større omland. Med en stor belastning av kunder kan medføre til ekstra belastning på kollektivtransport. En annen utfordring er å tilpasse veksten i antall kvadratmeter salgsareal til lokal befolkningsutvikling og kjøpekraft samt endringer i omsetningsformer. Etablering av basar i Skansekaaien eller Nytorget kan bevare og styrke sentrums betydning, redusere trafikk- og miljøproblemer og sikre tilgjengelighet.

Per i dag er innvandreres butikker lokalisert i forskjellige områder. I Stavanger ligger mest butikker i Pedersgate, noen lokalisert i Bergelandsgata og Hospitalsgata, og en ligger i Lagårdsveien. De ligger spredd og ved en viss avstand, spesielt butikk i Lagårdsveien og derfor må folk bruke sin tid for å pendle fra ett sted til annet. Avstand mellom butikk i Lagårdsveien og Pedersgata er ca. 2 km. Brukerne må ta kollektiv transport eller kjøre for å gå fra et sted til andre sted.

Ved etablering av ny basar, øker bil- og store lastebil trafikk i området som skaper miljøproblemer. Mange kommer til å like basar men noen kommer til å være uenig med dette forslaget i sentrums område.

4.6.3 Infrastruktur

Stavanger sentrum er veldig sentral område og har stor trafikk døgnet rundt i sentrums. En av grunn for trafikk er at det er mange næringslokaler lokalisert i sentrums område. Sentrum er veldig tett og har små gågater. Rød farge i kartet viser bilveier, grø farge viser forgjenger felt eller gågater, og blå farge viser båt veier. Det er mange båter som

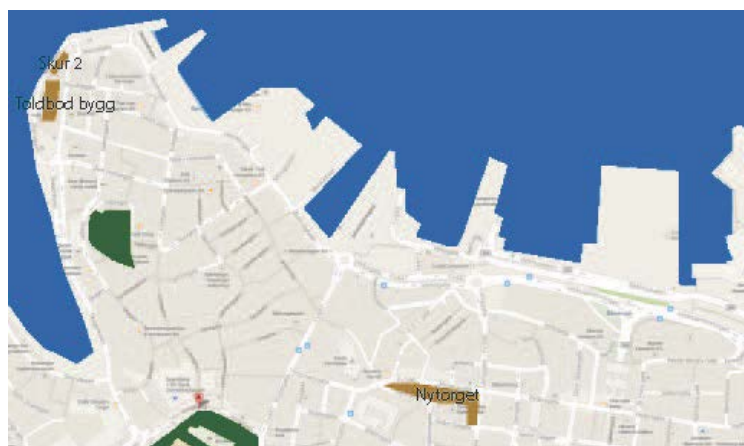


seiler fra Stavanger til andre øyer og kobler sammen disse områder. Det er mange folk som pendler fra andre steder for å jobbe i sentrum og derfor pendler folk ved å bruke båt.

Skur 2 ligger i Skansekaaien langs ved vannet, men Nytorget ligger i veldig tett område. Begge områder er omkranset av en stor belastning av trafikk. Nytorget er en parkeringsplass som skal transformeres til basar mulighet. Det er parkerings muligheter nærmere ved Skur 2.

4.6.4 Blå og Grønt struktur

Stavanger ligger langs ved vannet, og det er cirka 3,34 km² som tilsvarer cirka 4,7 % av total kommune areal¹⁴. Det er kun fast materialer som ble brukt i sentrums område og det er ikke mange steder som har grønt areal. Kartet viser to steder av grønt arealer i sentrums område. Den ene er rundt Valbergårnet og den andre ligger ved Stavanger domkirke. Sentrum er



¹⁴ Hentet fra Wikipedia: Stavanger kommune areal.

veldig attraktiv plass på grunn av sine gode uteplasser og brygge. I tillegg til dette er det også mange andre plasser som museer, restauranter og kafeer langs ved vannet som tiltrekker folk fra andre steder.

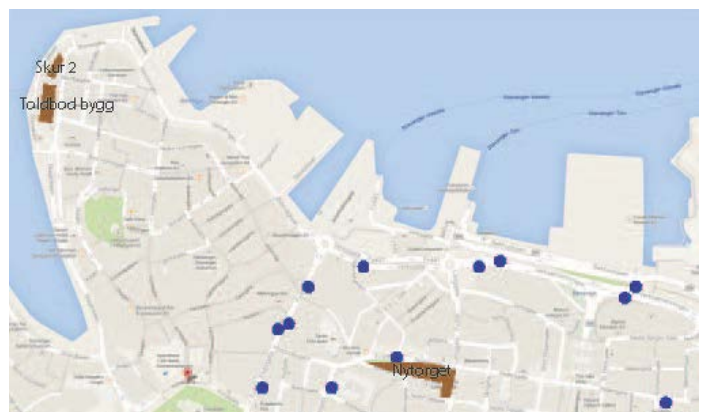
4.6.5 Typologi

Mange bygninger i Stavanger har flere funksjoner. Flere av de bygninger har næringslokaler og butikker i første etasjer og leiligheter på toppen. De gamle bygninger som ligger langs ved vannet har spesiell tak som representerer byen blant andre byer og steder. Olje museet og domkirke ligger også i sentrum som tiltrekker mange folk fra andre destinasjoner. Rød farge viser olje museet og domkirke, og grø farge viser bygningsarealer. Og gul farge viser sentrums stor kjøpesenter som ligger veldig sentralt.



4.6.6 Avstand til kollektiv trafikk

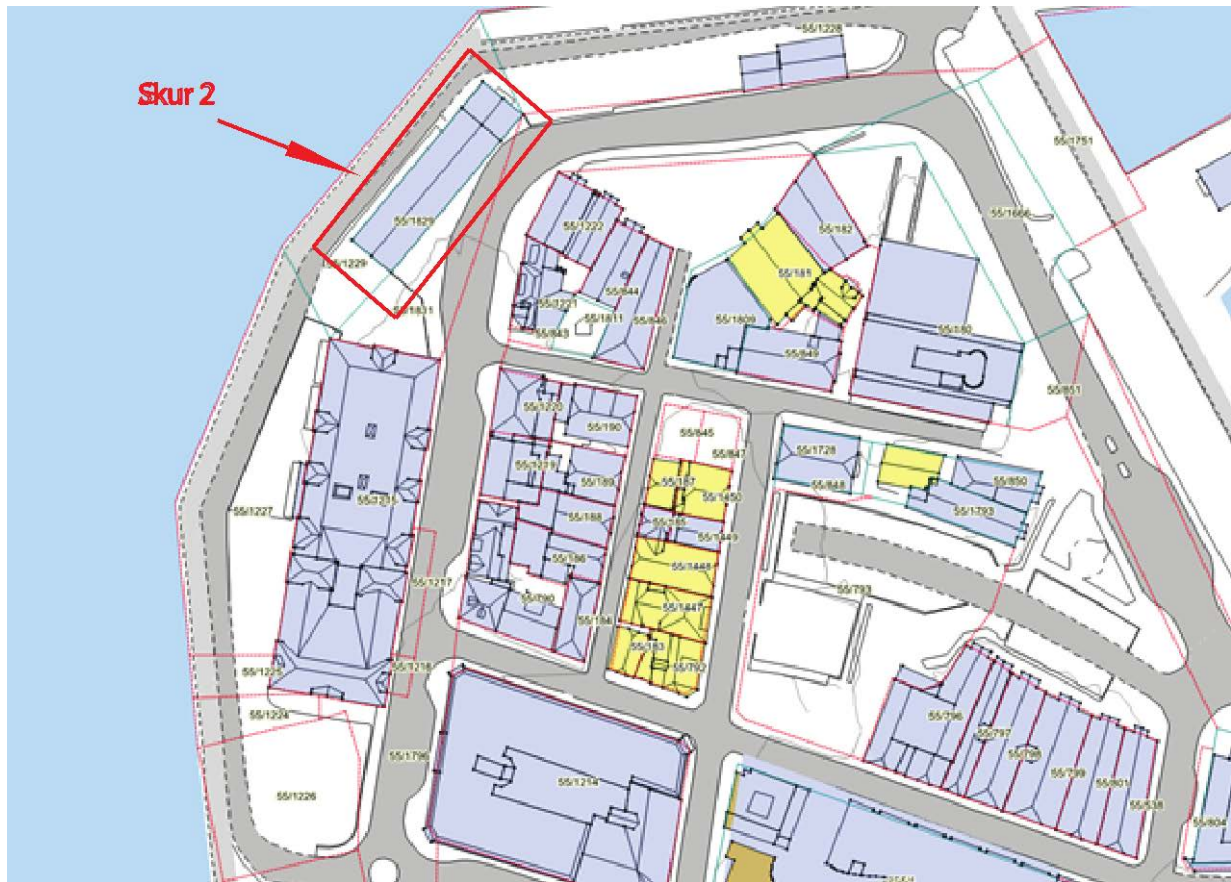
Begge områder ligger i sentrums områder derfor er den gode transport mulighet i disse områdene. Flere av de bussene går fra Fylkesveien og Kongsgata. Blå punker viser nærmeste buss holdeplasser i området. Fra Nytorget til Kongsgata tar to minutter, og tillegg til dette går bussene også fra Pedersgata. Buss holdeplass i Pedersgata ligger ved ett minutt gå avstand. Det går ikke kollektiv transport fra Skansekaaien og derfor må folk pendle til Olav Vs gata, Kongsgata eller Jernbaneveien. Disse gatene ligger rundt Breia vatnet. Bussene går nesten til alle retninger, til og med andre byer som Sandnes, Sola og Randaberg. Fra Skansekaaien til Breia vatnet er cirka fem minutter å gå avstand.



4.6.7 Skansekaaien – Skur 2

Skur 2 bygninger ligger i Skansekaaien. Skur 2 er et rehabilitert lagerbygg, bare 8 meter fra kaikanten, med mangfoldige bruksområder. Bygget har en fleksibel rominndeling, hvor flyttbar vegg i galleridelen, gjør det mulig å tilpasse lokalet til det enkelte arrangement. Per i dag brukes det rehabiliterte lagerskuret for utstillingsplass, hvor Stavanger International Collection brukes dette bygget for kunst samling. I tillegg brukes dette bygge for andre

samlere, museer, gallerier og kunstnere. Det er også mulighet for å leie ut lokale for konserter og selskapslokale (Skur2).



Figur 18 Kartet viser lokalisering av Skur 2. Bilde: Stavanger-kommune

4.6.7.1 Arealbehov

Begge bygninger i Skansekaaien har forskjellige areal og høyde. Bygninger ligger i Stavangers gamle havn. Det har blitt brukt god plass for parkering i både syd og nord side av Skansekaaien, som gjør lettere å bruke disse bygninger. Tillegg til disse parkeringsplasser, er det også mulighet å parkere biler ved to minutter avstand, som ligger ved parallell gaten.



Skur 2 er en utstillingslager og har bare en etasje. Bilde under viser arealbehov i innsiden av skur 2. Bildet ble hentet fra Stavanger kommune.



Figur 19 Skur 2 hovedplan, skala 1:100, Tegning: Stavanger kommune

4.6.7.2 Nivåforskjell

Skur 2 har ingen nivå forskjell i bakke planen. Utvendig og innvendig gulvet er flatt og er lett å bruke. Fasade tegning viser nivåforskjell mellom bakkenivå og inngangspartiet.



Figur 20 Fasade tegning, Skala 1:100, Tegning: Stavanger kommune

4.6.7.3 Material

Det har brukt forskjellige typer materialer i området og også i bygningen. I Skur 2 har brukt svart gulv. Utsiden av disse bygninger har brukt asfalt og steiner.



Figur 21 Asfalt og stein ble brukt utvendig i Skansekaaien og Svart gulv innsiden av Skur 2, Bilde: (Melberg 2011)

4.6.7.4 Inngangsparti

Det er en hoved inngang for Skur 2, og tillegg til dette er mulighet for å bruke de fire ekstra innganger som brukes i nød situasjoner eller ved andre behov.



Figur 22 Bildene viser hoved inngang til Skur 2

4.6.7.5 Belysning, informasjon, Møblering

Det står navnet av bygget på utvendig vegg og derfor er det lett å finne frem. Det har også brukt god belysning i området. På ene siden går Skansegata, og på andre siden ligger Skansekaaien. Bildene under viser belysning og møblering på utsiden.



Figur 23 Sittebenk, belysning i skansekaiaen.

4.6.8 Nytorget

Nytorget er en åpen plass som ligger i Storhaug bydel. Nytorget ble første gang brukt som torg i 1850, og har utviklet seg med forskjellige funksjoner gjennom årene. Per i dag brukes torget som parkeringshus (Jensen 2013). Nytorget ligger ved Pedersgata, hvor fleste utenlandske butikker er lokalisert. Hver lørdag fra slutten av april til midten av oktober arrangeres det tradisjonsrik bruktmarked og annen salgsvirksomhet på Nytorget. Faste deltakere betaler en avgift for oppsetting av sperrematerial, for å selge brukte eller hjemmelagde ting og klær. Ved å selge eller å kjøpe bruktvare er folk med på å redusere avfallsmengden og sparer miljøet for å lage et tilsvarende nytt produkt. I tillegg er det gøy og sosialt å selge på bruktmarked (Loppis 2014).



Figur 24 Kartet viser lokalisering av Nytorget. Bilde: Stavanger-kommune

4.6.8.1 Areal

Plan området har per i dag åpent areal, hvor en del har grønt tomt areal og andre delen har stor parkeringsplass. Den parkeringsplass brukes av kundene som besøker Pedersgata, siden det ligger mange utenlandske butikker i denne gaten. Det er mange som besøker butikker i Pedersgata og benytter parkerings muligheter i Nytorget. Det grønne arealet brukes ikke så ofte av folk. Bildene under viser begge delene i Nytorget.



Figur 25 Parkeringsplasser og grønt areal i Nytorget.

4.6.8.2 Nivåforskjell

Parkeringsplassen og grønt område ligger noen meter over terreng fra Pedersgata. Det har brukt trapper som ligger ved buss holdeplassen i Pedersgata og parkeringsplassen i Nytorget. Tillegg til dette er det Langgata og Hospital gata som er asfalt vei, kobler sammen Nytorget med andre gater. Det grønne området ligger også over parkeringsplassen. Det er ikke lett å bruke for universell utforming. Bilde under viser nivåforskjell mellom bakkenivå og grønt arealet.



Figur 26 Bilder viser nivåforskjell fra parkeringsplassen og fra Langgata.

4.6.8.3 *Material*

Det har brukt asfalt og stein materialer i bakken. Hele parkerings areal har kun stein materialer i bakken, men fortauet og veien har asfalt. Steiner skiller parkering plassen fra andre veier og fortauer. Folk bruker begge arealer som fortauet. Min egen befaring fra området var at etter å parkere bil, bruker ikke folk fortauet. De lager sine egne fortauer/gangveier for å gå.



Figur 27 Bilder viser forskjellige materialer i bakken.

4.6.8.4 *Inngangsparti*

Nytorget er et åpent areal. Parkeringsplassen i dette torget har to hoved inngangen, hvor ene er fra Langgata og andre er fra Hospitalsgata. I tillegg til dette har det brukt trappetrinn fra midten av parkeringsplassen som går ned til Pedersgata.



Figur 28 Bilde til venstre viser inngang til parkeringsplassen fra Langgata og bilde til høyre viser inngang fra Hospitalsgata.

4.6.8.5 Belysning, Informasjon, Møblering

Det har ikke blitt brukt informasjonskart av område, hvor det er forklart om lokalisering av butikker. Men det er lett å oppdage denne store parkeringsplassen, når man kommer inn i området. Det er ikke stor mulighet av møblering i område men det finnes noen steder hvor man kan hvile.



Figur 29 Møblering i parkeringsområde.

5. Prosjektering – Løsning forslag

Analysen har vist hvordan Bazar Vest og Bazar Fyn i Danmark og Grønland basar i Oslo har fullført forutsetninger og vilkår for å etablere en basar. Oppsummering av analyser viser arealbehov, antall butikker, antall besøkende og andre tiltak som er viktig for å etablere basar. Intervjuer viser hvilke utfordringer som oppstår ved etablering av basar. I tillegg viser analysen både butikkeiernes og kundenes synpunkt om etablering av basar i Stavanger sentrum. Jeg skal ta disse case-områder som et hjelpemiddel for å drøfte videre design forslag, der skal jeg ta hensyn både for forutsetninger og vilkår, og utfordringer.

Jeg har valgt to steder i Stavanger for å teste ut basar forslag. Det er ikke endelig plan, men en design forslag som kan gi en forståelse og retningslinje for å etablere en basar som kan dekke innvandrers behov.

For å starte med design har jeg sett på innvandreres behov og interesser som er viktig å ta med. Dialog både med kunder og butikkeiere gir meg ideer og forståelsen av, hvor viktige virksomhetene er, og hva folk i Stavanger savner. Design tegninger og kart som ble brukt i kapittel 5, har ikke riktig dimensjoneringer. For riktig dimensjon og målestokk, se vedlegg fra H til O.

5.1 Forslag 1 – Skur 2

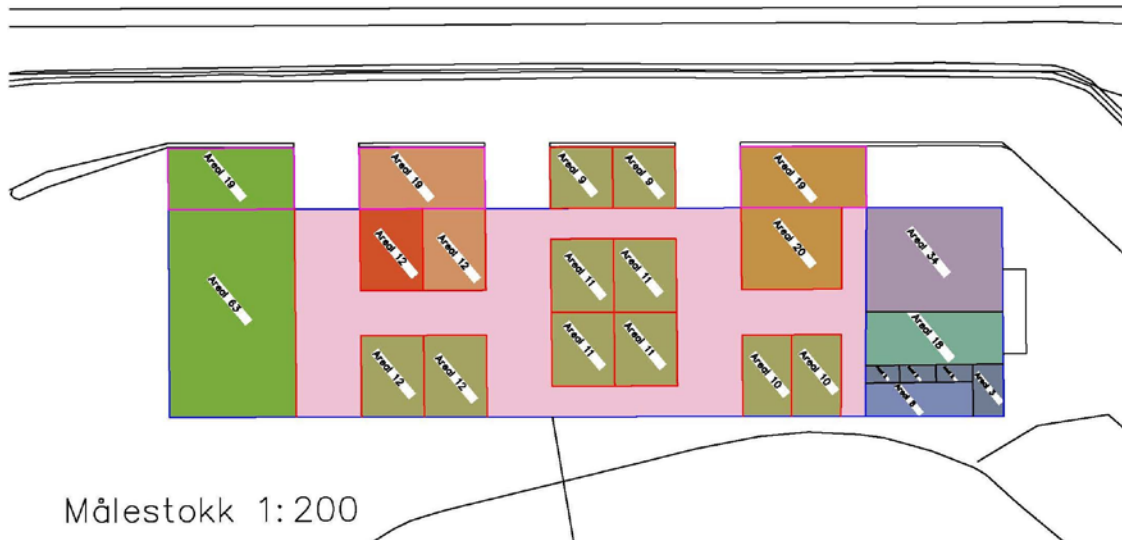
Skur 2 er en eksisterende bygg som ligger i Skansekaaien. Denne bygningen passer godt for å etablere en basar. Den er ikke veldig stor med størrelsen som andre basarer. Men har en nok størrelse for å etablere en liten basar i Stavanger sentrum som kan fullføre innvandreres behov og interesser. Illustrator tegninger viser en planforslag for basar i Skur 2, der har jeg tatt hensyn til felles arealer, utganger, varelevering, samlet bevegelse i Skur 2. Jeg har også tatt bilder av område. Se vedlegg F for bilder av Skur 2.

Skur 2 er delt på to deler, hvor ene delen skal brukes for basar aktiviteter og andre delen brukes for personalet og samt toaletter. Skur 2 har cirka 400 m² areal, som er ikke nok til å etablere en stor basar. Den store delen har cirka 350 m² areal og lille delen har 65 m² areal. Jeg har plassert 14 små butikker, hvor har jeg tatt med dagligvarer butikk frukt og grønt, et kjøtt og slakter, en restaurant, en cafe og ti andre små butikker som kan drives av utenlandske eierne. Disse små lokalene skal danne en tett og sosial miljø i Skur 2. Folk kan handle forskjellige typer varer i samme sted. Tillegg har jeg også plassert toaletter og en felles varelager for butikkene. Felles lager kan brukes for varelevering og lagring av ekstra varer. Det har plassert to butikker utenfor basaren samt med felles arealer for å sitte og som kan brukes både for cafe og restaurant kunder. Det har også lagt utvendig plass for dagligvare butikk, som kan brukes for plassere ferske frukt og grønnsaker, eller andre varer.

Det har brukt cirka 270 m² totalt areal, hvor 75 m² areal har brukt utvendig og cirka 195 m² areal har brukt innvendig. Det har brukt cirka 210 m² for felles arealer, samt toaletter og utvendig å sitte areal. Det har brukt to utvendig felles arealer som kan brukes for sitte og samtidig kan restaurant og cafe kunder kan bruke dette. Begge plassene er på 19 m². Den minste butikk med en størrelse på 9 m², og den største er på 82 m². Illustrator tegning under

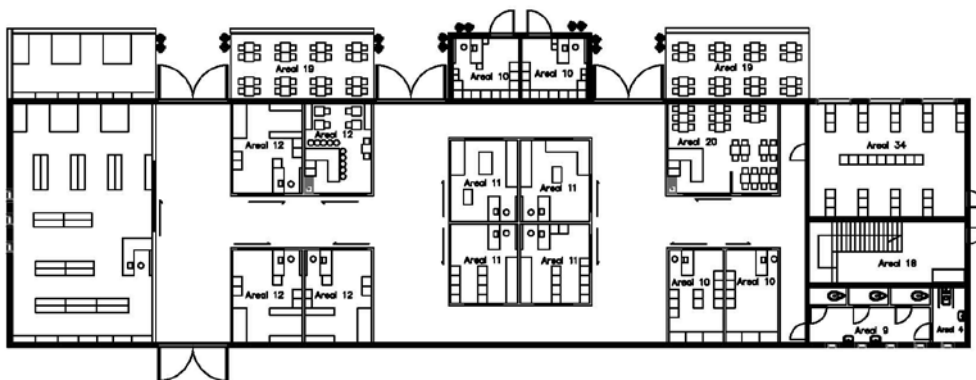
viser forslag for basar. Forskjellige fargene definerer forskjellige type butikker og lokalisering av butikkene.

- Frukt & Grønt
- Restaurant
- Butikker
- Toaletter
- Kjøtt Slakter
- Cafe
- Felles areal
- Felles Lager



Design av basar i Skur 2

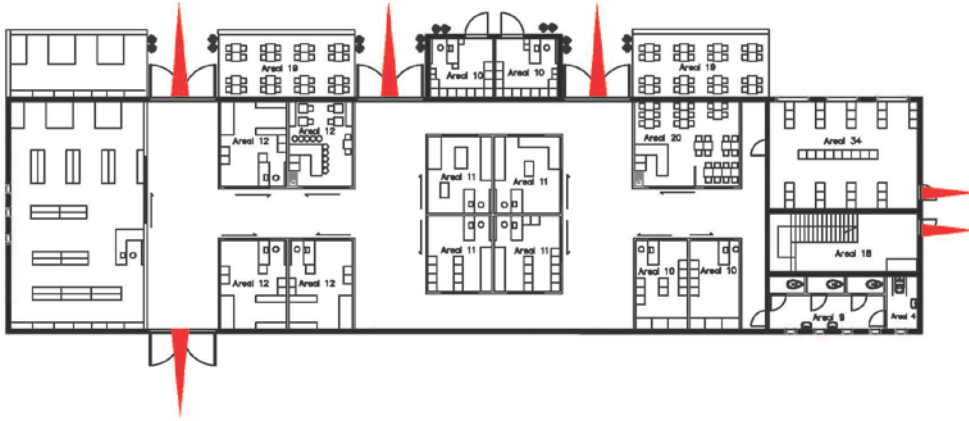
I design har jeg også brukt plassering av vinduer, dører og forskjellige karakterer av butikker og forhold mellom dem. Dette er ikke endelig design men jeg har brukt dette for å vise forhold mellom butikker og hvordan butikkene og andre felles arealer kan se ut. Tegning med målestokk se vedlegg H.



Hovedinngang og Utgang

Illustrator tegning viser inn/utganger av basar. De fire store piler viser hovedinnganger, og de to liten pilene viser inngang for personale og felleslager.

Utgang / Exit

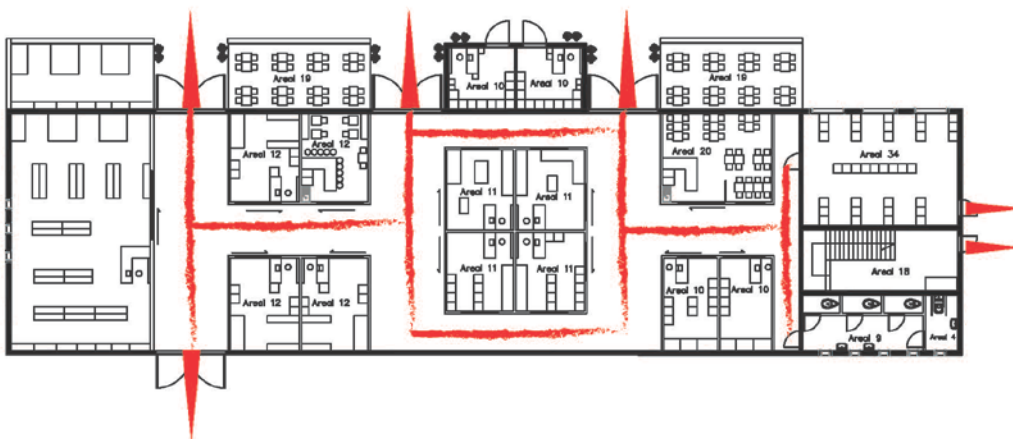


Målestokk 1:200

Innside bevegelse

Illustrator tegning viser bevegelse av mennesker i innsiden av basar. Smågater gir gode bevegelige forhold. Det er lett å gå fra en side til en annen.

Innside bevegelse

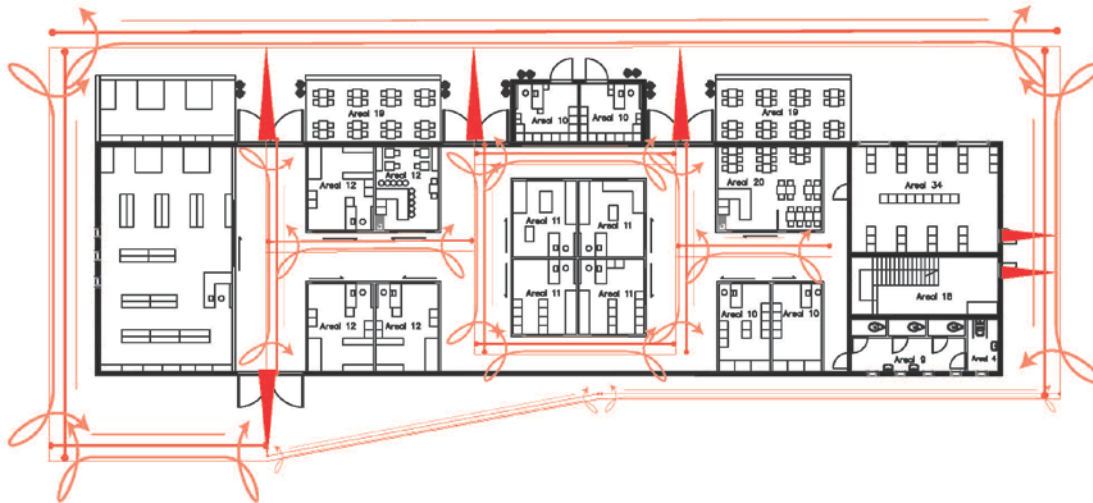


Målestokk 1:200

Samlet sirkulasjon

Illustrator tegning viser totalt samlet sirkulasjon av mennesker både inn- og utvending. Utvendig sirkulasjon er stor på grunn av promenaden på ene siden og bilveg på andre siden. Bilde viser kun mennesker aktiviteter og ikke bil aktiviteter rundt bygget.

Samlet sirkulasjon

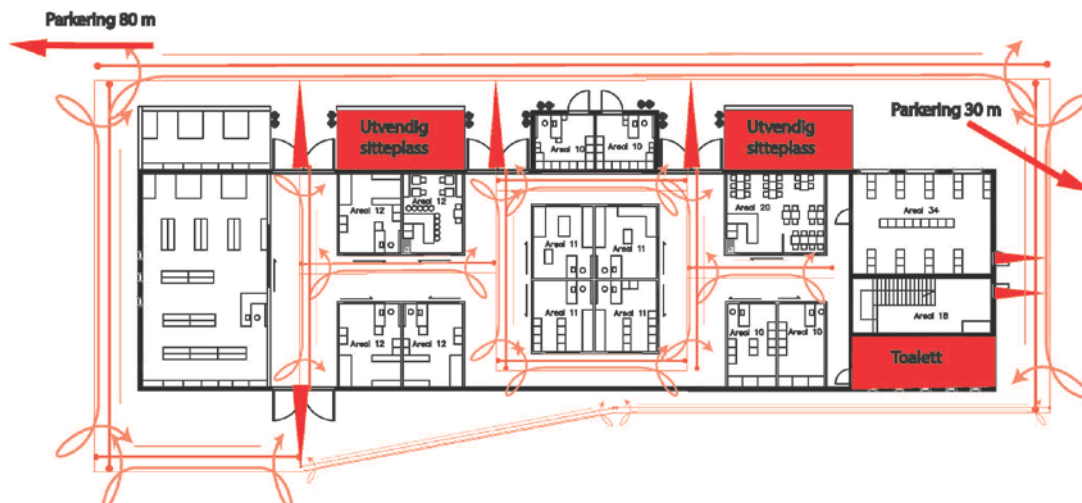


Målestokk 1:200

Felles fasiliteter

Illustrator tegning viser felles fasiliteter områder. Den røde farge, merket med Utvendig sitteplasser og toaletter, viser felles fasiliteter. To piler, merket med parkering, viser bil parkeringsplass retning og avstand.

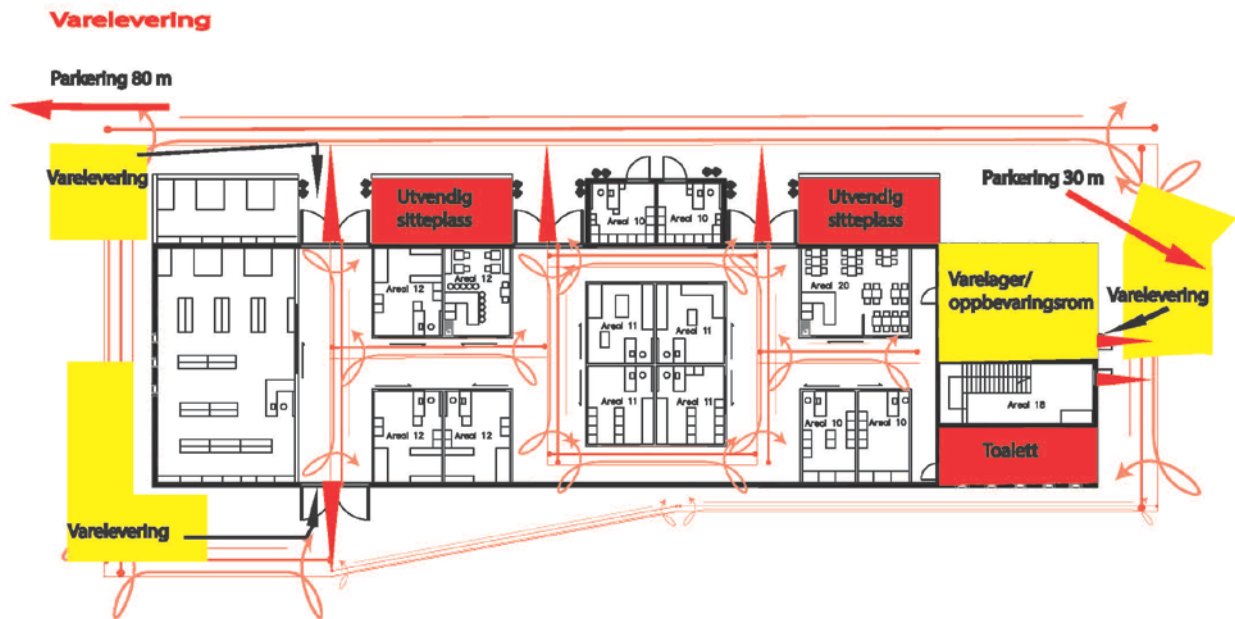
Felles fasiliteter



Målestokk 1:200

Varelevering

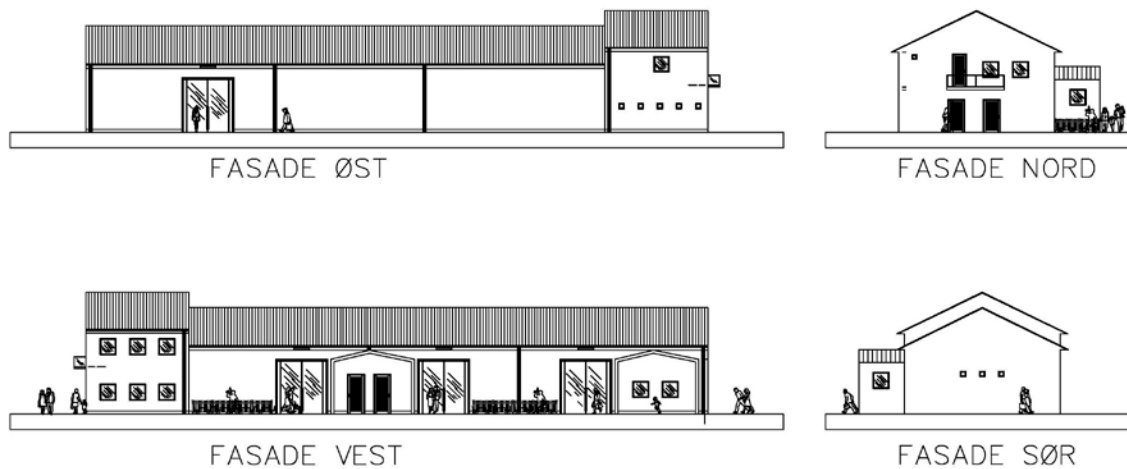
Illustrator tegning viser vareleverings muligheter, samt med varelager rom. Varene kan leveres på begge sider av Skur 2. Den ene siden ligger også varelager rom som kan brukes for varelevering. Men det er også mulighet for å levere varer gjennom hovedinnganger. På den andre siden kan varene leveres for dagligvarer butikk. Varene kan levers ved to hovedinnganger. Dagligvarer butikker har ofte mange varer som er lett å håndtere med nærmeste vareleverings mulighet.



Målestokk 1:200

Fasade tegning

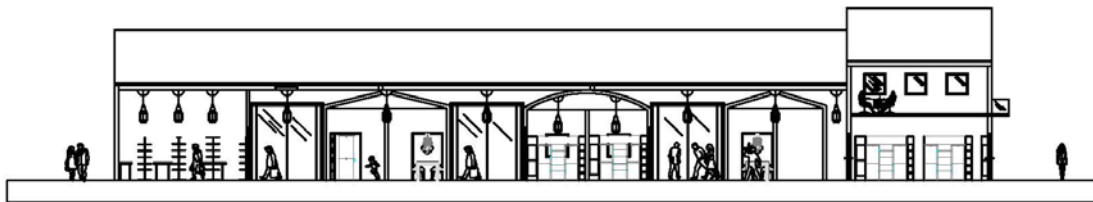
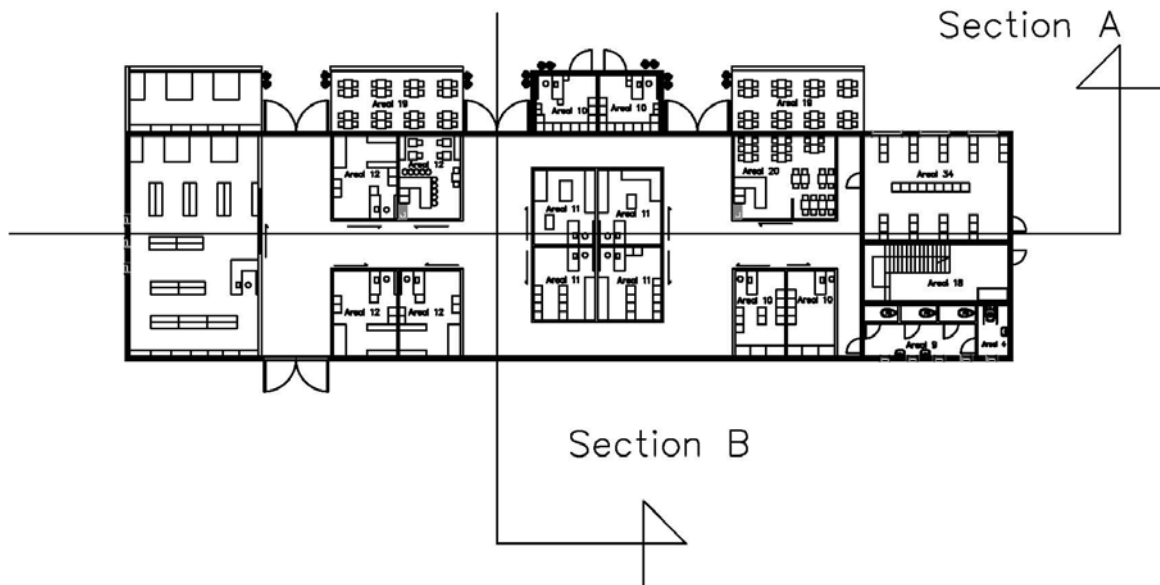
Tegningen under viser fasader fra fire retninger. Disse tegninger er ikke med målestokk. For tegning med målestokk, se vedlegg I. Disse tegninger viser utvendig forhold, samt høyde og type aktiviteter rundt bygget. Som vi ser i tegningene er det flatt gulv og det er ikke nivåforskjell mellom utvendig bakkeplan og Skur 2 første etasje plan. I tillegg viser den også den nye utvendige plan for Skur 2. I fasade vest kan vi se de to butikker, og to felles fasilitets areal og utvendig areal for dagligvarer butikk.



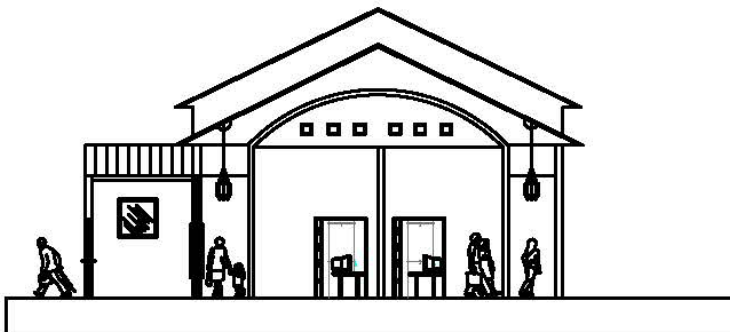
Målestokk 1:200

Snitt tegning A og B

Tegninger under viser to forskjellige snitter. Snitt A viser, fra Sør til Nord mot Vest, og Snitt B viser, fra Vest til Øst, mot Nord. Disse snittene viser sammenheng og forhold mellom butikker, samt med felles gangarealer. Disse tegninger er en ide som kan brukes for basar. Design som har jeg brukt er ikke endelig, men en ide som gir forståelse om forhold mellom butikkarealer, samt felles arealer. Tillegg viser tegninger både innvendig og utvendig folks aktiviteter. For riktig målestokk av disse tegninger, se vedlegg J for Snitt A, og vedlegg K for Snitt B.



Målestokk 1:250



Målestokk 1:250

5.2 Forslag 2 – Nytorget

Nytorget er en parkeringsplass som ligger ved Pedersgata. Det ligger mange utenlandske butikker i Pedersgata. I sommerhalvåret holds det hvert lørdag loppemarked på Nytorget. En ny basar i Nytorget kan gi bedre mulighet til folk for å handle mest mulig på et sted. I tillegg kan det kombineres med loppemarked om sommeren og butikker i Pedersgata.

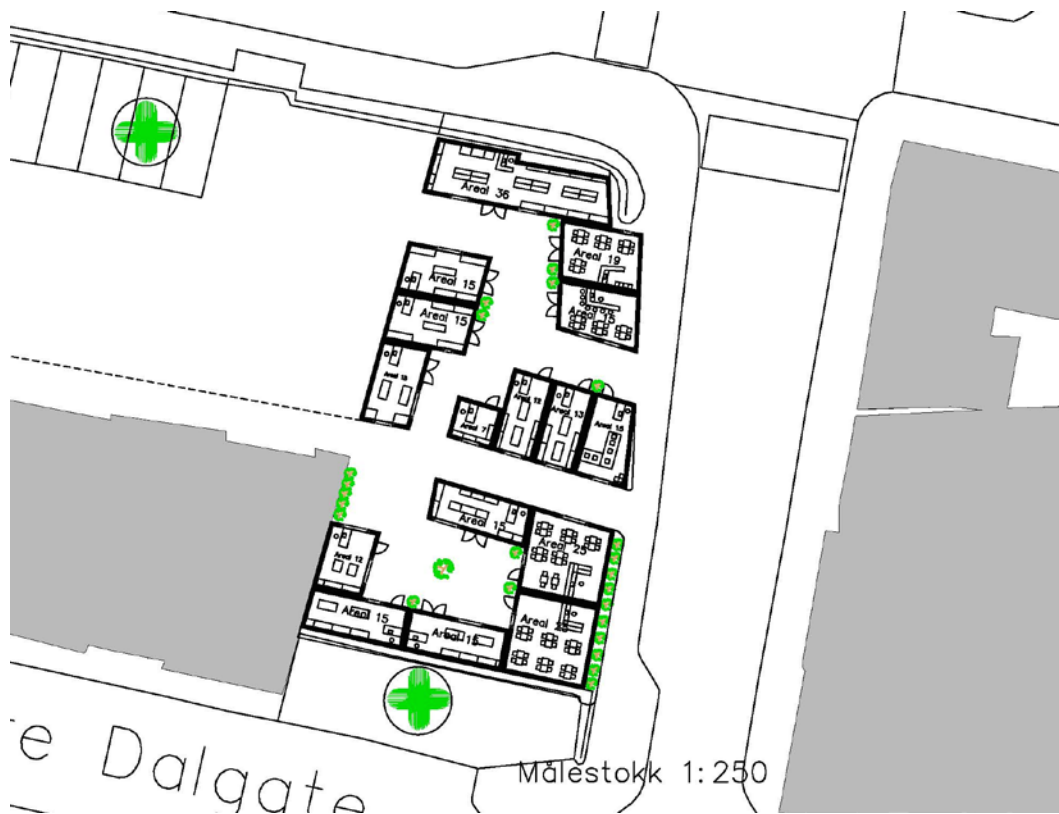
I det nye forslaget har jeg delt Nytorget på to deler, hvor ene del skal brukes som ny planforslaget for basaren og den andre delen skal beholde nåværende situasjonen som parkeringsplass. Det nye planarealet er på cirka 500 m². Jeg har plassert 16 nye butikklokaler som har forskjellige størrelser. Den minste butikken har cirka areal på 7 m², og den største butikken har cirka areal på 36 m². Illustrasjon tegning viser forskjellige typer butikklokaler, hvor en frukt og grønt, to restauranter, to cafeer, en kjøtt og en slakter butikk, og ti andre butikker slik som klesbutikk eller lignende.

Det har blitt brukt totalt 269 m² byggeareal og 231 m² areal brukt for fellesarealer. Siden Nytorget er et åpent areal, har jeg derfor ikke brukt mange sitteplasser ute. Illustrasjon tegning under viser forslag for basar. Forskjellige fargene definerer forskjellige type butikker og lokalisering av butikkene. Det har brukt tre paviljongen med en høyde på 4 meter. Men for videre design som Fasade tegninger og snitt av planen skal vise frem litt mer detaljering av disse tre paviljonger.



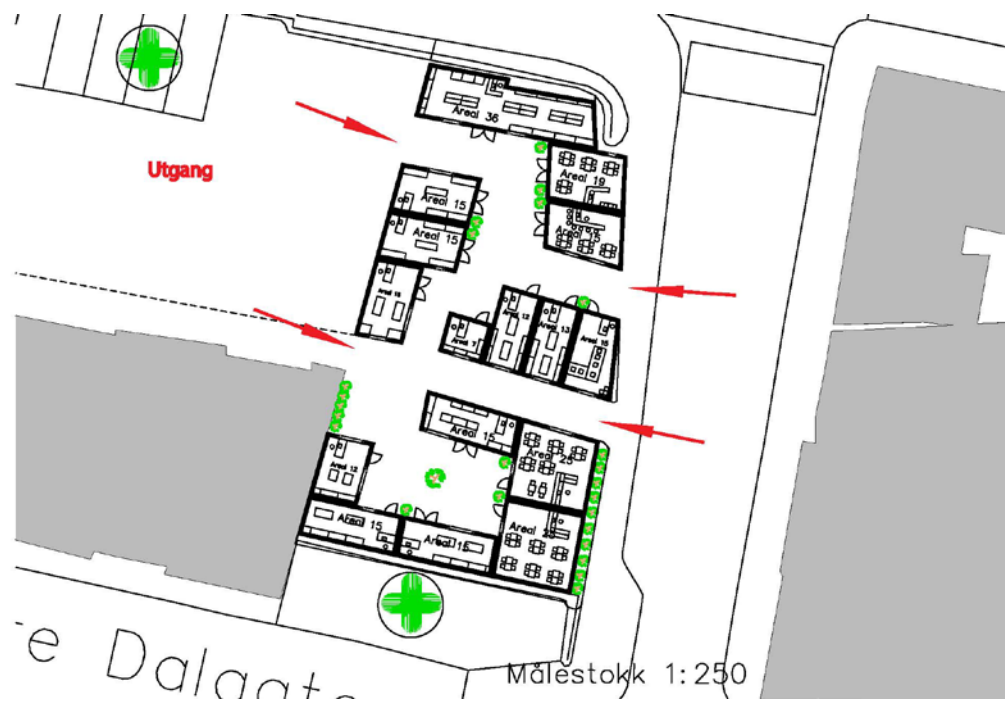
Design av Basar i Nytorget

I design har jeg plassert vinduer og dører og også karakteriserte forskjellige butikker, og har vist forholdet mellom disse. Dette er ikke en endelig design derfor kan jeg ikke lage eksakte plan for basar. Det nye forslaget viser sammenheng mellom butikker i Pedersgata, Nytorget og nye plan området. Disse kan kombineres sammen og danne et sosialt samvær i området.



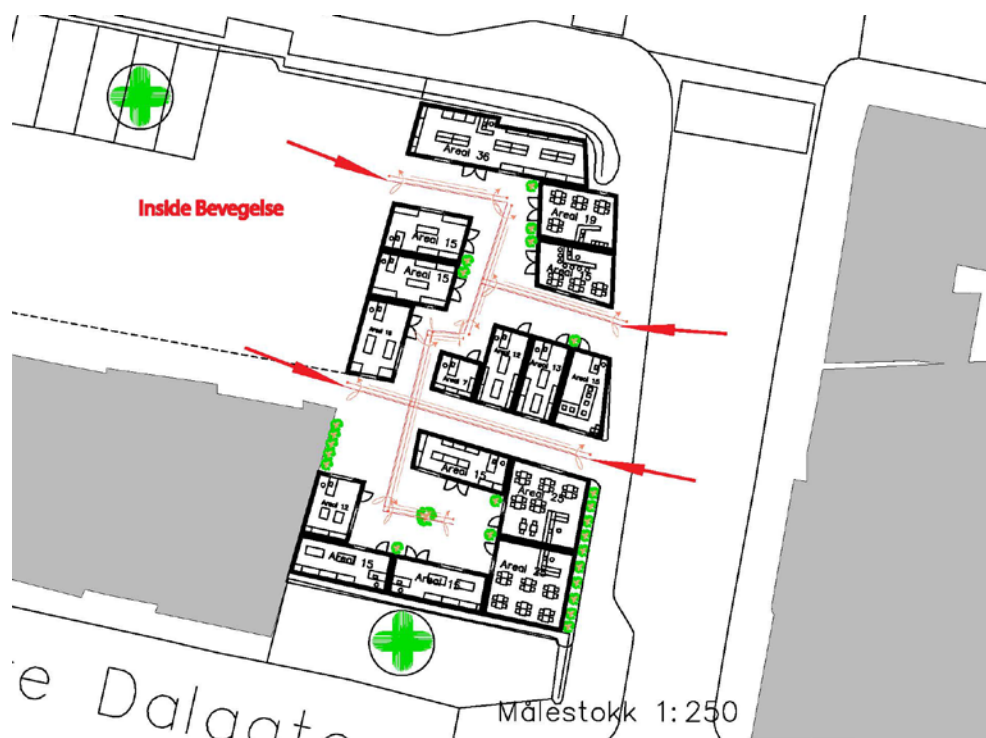
Hovedinngang og Utgang

Det er fire innganger for basaren, hvor alle kan brukes som hovedinngang. To av inngangene åpner opp mot Langgata og to åpner mot Nytorget parkeringsplassen. De fire røde pilene viser illustrasjon tegning av inn/utganger for det nye plan forslaget.



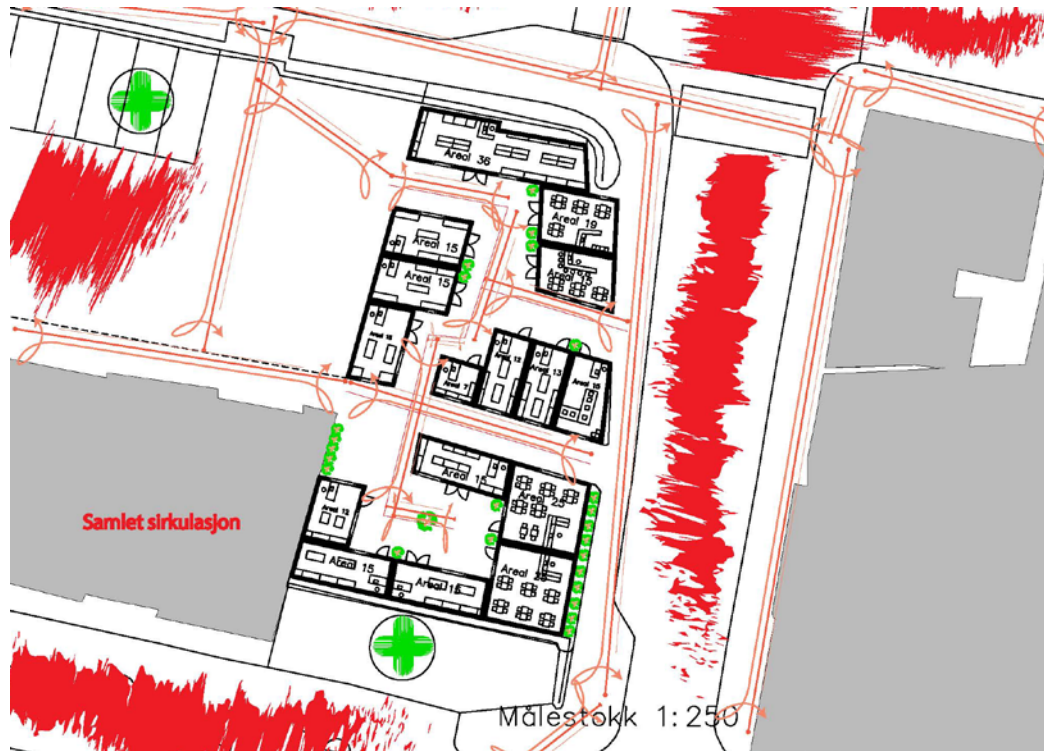
Innside bevegelse

Illustrator tegning viser hvor folk kan bevege seg i innsiden av basar. Det har blitt brukt organiske små gater for å gå fra et butikk til annet, som minner om tradisjonelle basarer i Midtøsten, Asia eller Afrika.



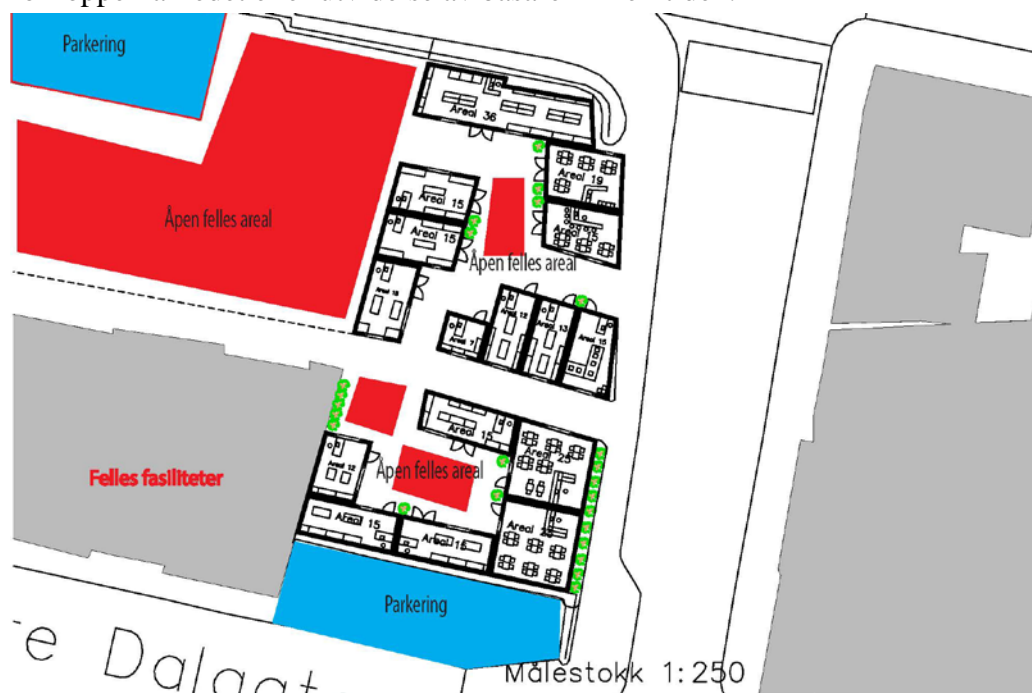
Samlet sirkulasjon

Illustrator tegning viser totalt samlet sirkulasjon av mennesker både i Pedersgata, Nytorget, nye plan området og også i område rundt. Det tjukke røde fargen viser bil aktiviteter i område rundt og de tynne linjer (eller piler) viser mennesker aktiviteter.



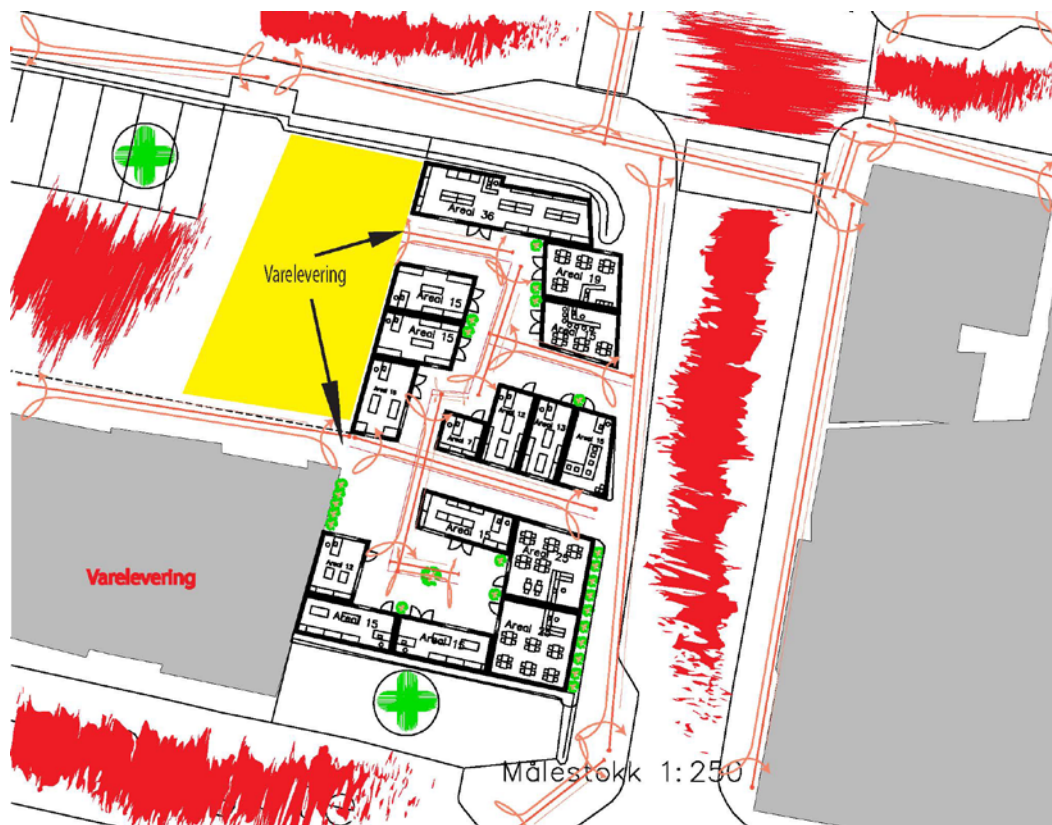
Felles fasiliteter

Illustrator tegning viser felles fasiliteter i område. Den blå fargen viser parkerings muligheter og den rød farge viser andre felles arealer. Det store røde arealet i tegningen kan også brukes for loppemarkedet eller utvidelse av basaren i fremtiden.



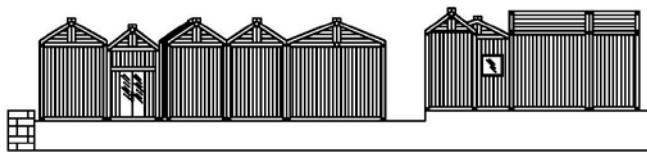
Varelevering

Illustrator tegning viser vareleverings muligheter i forbindelse med basaren. Varer kan leveres i parkeringsplassen på Nytorget ved nye basaren, hvor det er kun plass for varelevering. Varene kan også leveres fra Langgata eller Nedre Dalgate, men dette kan lage vanskeligheter for andre biler som bruker disse gatene/veiene. Derfor er det lett å bruke parkeringsplassen som varelevering, siden den ikke skaper trafikk kaos, og er det lett å håndtere varelevering for butikkene i basaren.

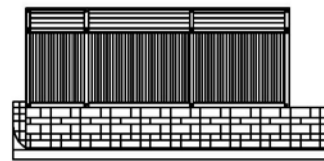


Fasade tegning

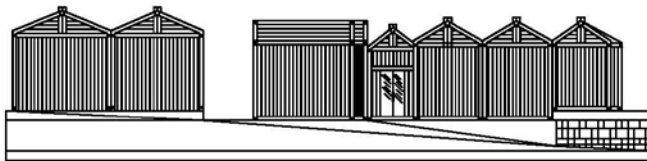
Disse tegninger viser fasader fra alle (fire) retninger. Fasade øst og fasade nord viser nivåforskjeller fra bakkenivå eller fra Pedersgata. Fasade Vest viser det flate bakkenivået i Nytorget parkeringsplassen, men det er fortsatt skrått i Langgata. I fasade sør kan man ikke se nivåforskjeller siden den ligger ved det høyeste punkt av byggeplanen. Fasade Nord er egentlig ligger rett over Pedersgata. Fasaden viser den nivåforskjellen fra bakken til Nytorget. Fasade Øst (East) i tegningen viser fra Parkeringsplassen mot Langgata, og der kan man se nivåforskjellen for hele planen.



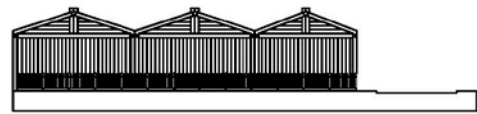
Fasade East



Fasade Nord



Fasade Vest



Fasade Sør

Målestokk 1:250

Snitt tegning A og B

Tegninger under viser to forskjellige snitter. Snitt A viser, fra Øst til Vest mot Nord og Pedersgata. Snitt B viser, fra Sør til Nord mot øst. Disse snittene viser sammenheng og forhold mellom butikker, samt med felles gangarealer. Disse tegninger er en ide som kan brukes for basar. Disse forslagene (butikkene) kan man kombineres med Pedersgata. Jeg har ikke gått i mer detalj for materialer. Men snittene viser at jeg har brukt trematerialer for paviljonger som kan også kombineres med byens trehus materialer. Dette er ikke endelig desing av basar men er et forslag og ide som kan utforske videre av aktørene.



Oppsummering og konklusjon

Hensikt med oppgaven er å etablere en basar i en stor by, hvor det bor en god del folk fra innvandrerbakgrunn. Visjon bak oppgaven er å integrere forskjellige kulturer og tradisjoner i det norske samfunnet. Dette er viktig siden vi lever i et flerkulturelt samfunn. Visjonen er at en tradisjonell basar kan bidra til integrering og inkludering. Det kan også være med å redusere fremmedfrykt og åpenhet rundt forskjellige kulturer.

Hovedformål med basar forslag i norske byer er å gi mulighet til innvandrere, som har ulike kultur, religion og tradisjon, til å etablere sine egne bedrifter og dyrke sine egne interesser. En basar kan bidra til et sosialt møtested og handelskanal for alle. Hvor en kan skape nye relasjoner med nye mennesker, møte gamle venner eller ta med familien sin på shopping tur.

En bærekraftig og tradisjonell basar har en positiv effekt på byutvikling og kan ses som del av kulturarven i det urbane livet. Basaren kan bli en kulturell plattform for både innvandrere og etniske nordmenn. Dermed kan basaren gi rom for både inkludering og aksept. En bærekraftig basar handler om en toveis integrasjon ”kulturelt og økonomisk”, det vil si at basar konseptet kan øke verdiskapning i norsk næringsliv med nye markeder i Midtøsten, Asia og Afrika samtidig som man integrere minoriteter inn i norsk verdiskapning i Norge. I følge Norges strategi for bærekraftig utvikling bidrar regjeringen til å skape for et samordnet og helhetlig tilbud til innvandrere som har behov for bistand for å komme i og stå i et arbeidsforhold. Dette gir mulighet for ideutveksling og matchmaking aktiviteter mellom norske bedrifter, investorer og bedrifter i Midtøsten, Asia og Afrika.

Ut ifra vurderingen av grad av måloppnåelse i punktet over vil jeg vurdere hvorvidt ulike design elementene har bidratt til måloppnåelse.

Problemstilling	Resultat
Er det behov for basar i norske byer?	Ja, det er behov for basar i norske byer på grunn av økt innvandrerbefolkning og deres egne behov og interesser.
Hva er en basar?	Basar er en handelskanal og en sosial møteplass for alle, som gir rom for både inkludering og aksept. Den er også en kulturell plattform for både innvandrere og etniske nordmenn.
Hvorfor bør en basar etableres?	Integrere innvandreres kulturer og tradisjoner inn i norsk samfunnet. Den er en handelskanal for flere aktører som utvider antall kunnskapsbaserte arbeidsplasser (innovasjon og kulturforståelse) og verdiskapning for samfunnet. Dette gir også mulighet for ideutveksling og matchmaking aktiviteter mellom norske bedrifter, investorer og bedrifter i Midtøsten, Asia og

	Afrika.
Hvilke forutsetninger og vilkår bør være tilstede for å etablere en basar?	For å etablere detaljhandel av basar, begrenses den til regelverket, hvor arealbehov, lokalisering av basar, tilgjengelighet av biler og lastebiler (varelevering), parkerings muligheter og kollektiv tilbudet er mulig. "Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre", som bestemmer om regler for etablering av et kjøpesenter. Viktige forutsetninger og vilkår ifølge Lovdata er å: <ul style="list-style-type: none"> • Unngå byspredning • Unngå bilavhengighet • Unngå dårlig tilgjengelighet for dem som ikke disponerer bil.
Lokalisering kriterier for en basar i norske byer?	Kommuner har utredninger og planer for å styrke sentrum og legge til rette for en klarere politikk når det gjelder lokalisering av detaljhandel.
Hvordan tilpasse en basar i et eksisterende bymiljø?	Vilkårene er viktige for å etablere og å tilpasse en basar i et eksisterende bymiljø, dette ifølge plan- og bygningsloven "Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre".

Jeg har laget to alternativer for basar konseptet i Stavanger sentrum. Den første er Skur 2 og andre er Nytorget. Jeg har laget registreringer og analyse av case-studier og ut ifra disse case-studier har jeg kommet frem til noen resultater som har jeg brukt i design forslaget. Resultatene fra analysen og case-studier bidrar videre med å evaluere begge design forslagene.

Tabeller

Tabellene under evaluerer disse design elementene om de har bidratt til måloppnåelse eller ei. Deretter en drøfting av basar forslagene i forhold til problemstillingen, og i hvilken grad disse elementene totalt sett har gitt måloppnåelse. Tabellene under viser evaluering av ny design forslagene i både Skur 2 og Nytorget.

	Skur 2	Nytorget
Totalt Areal (m²)	490	500
Felles Areal	210	231
Butikker	14	16

Følgene elementene har jeg brukt for å evaluere, siden disse er viktig å vite for å etablere en basar. Disse elementene gir resultat fra ny design forslagene i både Skur 2 og Nytorget.

	Skur 2	Nytorget
Beliggenhet	Lokalisert i sentrum, langs ved Skansekaaien	Lokalisert i sentrum ved Pedersgata, hvor fleste innvandreres butikker lokalisert.
Parkering	Det er mulighet å parkere biler ved Skansekaaien, Bådegata og i Oskars plass ved Valberggata	Det er mulighet å parkere i Nytorget, Nedre Dalgate og andre gater som ligger nærmere Nytorget.
Varelevering	I følge ny forslag har jeg lagd mulighet for varelevering fra to sider, hvor alle hovedinnganger kan benyttes for å levere/hente varer.	I følge ny forslag har jeg lagd vareleverings mulighet i Nytorgets parkering plass, hvor det er egen vareleverings plass for levere/hente varer.
Inngangspartier	Det har brukt fire hovedinnganger, en personal inngang og en inngang for varelager, som kun benyttes av personalet. Disse hovedinngangene gir enkelt og lett tilgjengelighet for alle.	Det har brukt fire hovedinnganger. To fra Nytorget og to fra Langgata. Disse inngangene gir enkelt og lett tilgang for alle.
Belysning	Gode beysninger innsiden, men utsiden bør utforske mer.	Ikke gode belysninger siden lokalisert utvendig, men kan utforske mer.
Møblering	Noen sitteplasser ved utvendig.	Noen sitteplasser ved utvendig.
Informasjon	Det står navnet på utvendig vegg av Skur 2 mot skanskegata som er lett å lese og også lett å finne fram.	Det står ingen informasjon om Nytorget men den kan kombineres med Pedersgata som er kjent for utenlandske butikker blant folk.
Materialer	Det har brukt forskjellige materialer både inn- og utvendig, som kunne ikke utforsket mer på grunn av tidsbegrensning.	Det har brukt forskjellige materialer både i Pedersgata, Langgata og Nytorget, som kunne ikke utforsket mer på grunn av tidsbegrensning.
Nivåforskjeller	Flatt gulv gir ingen nivåforskjell både inn- og utsiden. Det er lett å bruke Skur 2, uten noe hindring.	Det finns nivåforskjeller i ny plan forslaget siden området ligger skrått og litt høyere fra Pedersgata. I Nytorget er bakkenivå flatt men fortsatt skape hindringer
Butikkleie	Basar eiendomssjef kan velge mellom fastpris eller kvadrat meter pris for å leie ut butikklokalet. Prisen er avhengig av størrelsen og beliggenhet av butikken.	Basar eiendomssjef kan velge mellom fastpris eller kvadrat meter pris for å leie ut butikklokalet, eller den kan også kombineres med priser for butikkleie i Pedersgata. Prisen er avhengig av størrelsen og beliggenhet av butikken.

Intervjuer

Ut ifra intervjuer av senterlederne, butikkeierne og kundene har jeg kommet frem til et resultat at folk mener at basar er en mulighet for innvandrere for å oppfylle sine behov og interesser. Basar er som sanser, der lukter man annerledes, føler seg annerledes, og kommer i

kontakt med forskjellige typer mennesker og kulturelle aktiviteter. Felles arealer i basaren kan også brukes som stands aktiviteter, scene osv. Det er et flerkulturell og sosialt knutepunkt for alle og ikke bare for de etniske gruppene. Det bør være åpen for alle uansett bakgrunn og kultur.

Planløsning

Planløsningene for disse områdene er logiske. Den nye design forslag gir forholdsvis enkelt mulighet til å orientere seg i de ulike basar områdene.

Arealbehov

Det har tatt hensyn til gode fellesarealer og gode dimensjoner, som gjør det lettere å orientere seg i begge basarer. Videre har det tatt hensyn til parkerings muligheter, hvor i Skur 2 kombinerer parkering fra Skansekaaien, Bådegata og Oskars plass ved Valberggata. I Nytoget kan man parkere i Nytorget, Nedre Dalgata og parallell gater. Det har også blitt tatt hensyn til varelevering, hvor en åpen og lett tilgjengelig areal trenger for å håndtere varelevering. I Nytorget er det mulig å levere varer i Nytorgets parkeringsplass hvor det er reservert egen plass for varelevering. I Skur 2 kan Skansekaaien benyttes for varelevering. Videre kan det også kombineres med Shared spaces og sosiale møteplasser. Det kan for eksempel være relevant for Nytorget, hvor ny basar og parkeringsplassen er lokalisert like ved.

Nivåforskjeller

Begge forslagene er ganske ulik hverandre. I Skur 2 er det ingen nivåforskjell mellom selve Skur 2 bygget og utvendig Skansekaaien arealet. I Nytorget finnes det nivåforskjell mellom Pedersgata og Nytorgets området. det er cirka 2 meter forskjell mellom disse. Men det er fortsatt lett å bruke den siden Nytorget åpner opp mot Langgata og mot Hospitalsgata.

Inngangspartier

Det har brukt fire hovedinnganger for begge alternativene, som gir letter tilgang til å bruke den. Skur 2 er lukket bygg og dermed har også brukt to ekstra innganger hvor ene skal brukes av personalet og andre skal benyttes for felleslager.

Materialer

Det har ikke blitt utforsket mer om materialer, men kommune kan utforske mer om materialbruk men hensyn til lokalt og historiske bakgrunn. Disse materialer skal brukes lett, og skal ikke vise diskriminering for universell utforming.

Informasjon, Belysning og Møblering

Kommunen kan også utforske mer om hva slags belysning som skal brukes for disse områdene. Hvilken informasjon som skal brukes for basarer? Skal hver butikk ha sin egen informasjon tilgjengelig, eller kan en felles informasjon være mer nyttig? Slik at kundene finner dette lett tilgjengelig ved inngangsdøren. Videre kan det jobbes med møblering av disse områdene. Møblering i disse områdene skal stort sett brukes for å sitte og å hvile men disse kan også brukes av cafeer og restaurant besøkene. Disse skal også brukes av små sosiale grupper. Dette kan dannes et sosialt knutepunkt.

SWOT-analyse

Jeg har brukt swot-analyse for å evaluere positive og negative sider av disse plan alternativene. Den skal også drøftes videre med fordeler og ulemper for hvert enkelt område.

<p>Styrke</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flerkulturell samfunn • Integrasjon av kulturelt og økonomisk • Verdi skapning i norsk næringsliv • Kunnskapscenter for norsk bedrifter • Arbeidsplasser (innovasjon og kulturforståelse) • Ideutveksling og matchmaking aktiviteter mellom norske og utenlandske aktører 	<p>Svakhet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Misbruk av åpningstider • Misbruk av arealbruk • Dårlig kollektiv (framkommelighet) • Dårlig parkering
<p>Mulighet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fleksibilitet av tider • Kan åpne lenge i høytider som ramadan for muslimer, jultiden osv. • Sosial møteplass • Shared spaces • Billig butikkleie • Starte med små lokaler og utvide videre ved lykkes 	<p>Trussel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriminalitet blant ungdommer • Okkupert av (kun) innvandrere

Skur 2 er veldig god beliggenhet i sentrum av Stavanger. Basar forslag i dette område har både fordeler og ulemper. Fordeler med dette forslaget er at det er et lukket bygg som dekker noen av de kravene og vilkår for å lage en basar i denne bygning. Om sommeren kan det være uteservering av restauranten og kafeen langs ved Skansekaaien, hvor flere lokale befolkning og turister går. Flere turister kommer med store cruise fra hele verden og disse cruisene ligger til kai langs ved vannet. Flere av turistene besøker promenaden på grunn av olje museet som ligger ved vannet.

Ulemper med Skur 2 at det er ikke god kollektivtrafikk i området som gjør at mange kommer til å velge bil for å komme seg til Skur 2 og den kan skape store trafikk problemer, med tanke på støy, trafikk kø og parkeringsplasser, som blir også årsak til klima forurensning i området.

<p>Fordeler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lukket basar bygg • Best om vinteren • God lokalisert og lett å finne frem • Turist attraksjon • Styrke byens økonomi 	<p>Ulemper</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kollektivtilbud • Parkerings (har ikke egen) • Trafikk støy og forurensning • Høy butikkleie
--	---

Nytorget er et åpent areal med parkeringsmuligheter i Nytorget som er veldig godt lokalisert i sentrum av Stavanger. Fordel med å ha basar i dette området er at den kan kombineres med utenlandske butikker i Pedersgata og Loppemarked om sommeren. Jeg har laget forslag for å starte med små butikk lokaler som kan utvides videre med basar suksessen. Om sommeren

kan den lykkes veldig mye siden mange turister og innvandrere går til denne gaten for å oppleve helt annet tradisjonen enn norsk. Den kan også styrke byens økonomi.

Ulemper med denne er at det er et åpent marked som ikke er gunstig å drive om vinteren eller ved regnværet. Den kan også okkuperes av innvandrere, som gir dårlig inntrykk på byen.

Fordeler	Ulemper
<ul style="list-style-type: none"> • Åpent marked • God sosial møteplass • Kombineres med Pedersgata og loppemarked om sommeren i Nytorget • Åpen for alle • Turist attraksjon • Styrke byen økonomi • Kollektivtilbud (Bussholdeplass i Pedersgata ved Nytorget) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dårlig salg om vinteren og i dårlig vær som regn og lignende • Kan okkuperes av innvandrere

Jeg mener at Nytorget er best for å lage basar siden den kan kombineres med Pedersgata og loppemarked om sommeren. Ved bestemte regler kan basaren gjøres til en suksess, og dermed utvikle seg mer i fremtiden. Det er en god ide å etablere alt på et sted da folk slipper å reise fra et sted til annet. Derimot Skur 2 fyller ikke alle kravene med tanke på kollektivtilbud og parkering, og det viser seg at det er ingen god ide og etablere en basar her. Siden det blir mer spredning av utenlandske butikker flere steder i byen og folk må reise fra et sted til annet for å handle.

Kommune bør tre inn og utforske mer om forutsetninger og vilkår for å etablere av basar i Stavanger sentrum. Det bør undersøkes videre for kostnads analyse (omsetning, butikkleie og også areal per kvadrat meter) og material valg for å finne om det er realiserbart å etablere en basar i Stavanger sentrum eller andre store byer. I tillegg kan det også utforske mer om design av basaren i disse områdene. I følge plan- og bygningsloven "Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre" og Norges strategi for bærekraftig utvikling kan en basar integrere forskjellige kulturer og tradisjoner i det norske samfunnet.

Refleksjoner – om mulige endringer

Som tilfelle med de fleste prosjekter er det alltid noe som kunne vært gjort annerledes eller bedre. Slike vurderinger kan brukes som nyttig lærdom ved senere anledninger, og er en styrke ved slike evalueringer. Planleggingsprosessen og tradisjonell basar prosjektet har overføringsverdi i forhold til hva andre prosjekter kan dra nytte av.

For å oppnå fullgode løsninger som innvandrere og etniske norske ville være seg fornøyde med, bør kommune se nærmere på dette prosjektet som bidrag til integrering, også hvor kunnskapsbaserte arbeidsplasser (innovasjon og kulturforståelse) og verdiskapning for samfunnet er målet. I følge Norges strategi for bærekraftig utvikling kan kommuner sette i gang med å skape for et samordnet og helhetlig tilbud til innvandrere som har behov for bistand for å komme i og stå i et arbeidsforhold.

For videre forskning og ytterligere evaluering av basar kunne det vært interessant å gå videre med design prosessen. Det var ønskelig å lage en 3D modell for å se virkelig sammenheng, men på grunn av tidsbegrensning har jeg begrenset oppgaven til 2D modell og planlegging prosessen. Jeg har brukt fasade tegning og snitt tegninger for å se relasjoner av nye planen med eksisterende området. Disse tegninger er ikke endelig tegninger eller resultat, siden i design prosessen er det alltid mulig å endre.

Det kunne også vært interessant å foreta en vurdering av materialvalg, da ikke alle materialtyper viser seg å fungere like god i basaren. Skur 2 er et lukket bygg og dermed valg av materialer er annerledes enn Nytorget som er en åpen plass. Det er ønskelig å bruke materialer fra Midtøsten, Afrika eller Asia som kan kombineres med norske været.

Det er også mulig videre å jobbe med belysninger at det er lett å finne frem området, møblering i område gjør det mulig å hvile i område, og nivåforskjeller bør være uten hindring, slik at området er lett tilgjengelig for alle. Det bør også undersøkes kostnadsanalyse for å finne om det er realistisk å etablere basar i Stavanger sentrum. I tillegg kunne det også være interessant å foreta en vurdering av praktisk problemer for områder, hvor avfall håndtering, rengjøring, kollektivtransport osv.

Referanse

Aarhusportalen.dk "Brabrand-Gellerup." (<http://www.aarhusportalen.dk/brabrand.asp>).

AktiviOslo "Grønland Basar." (<http://www.aktivioslo.no/presentasjon/gronland-basar/>).

Alvesson, K. S. o. M. (2008). "Tolkning och reflektion : vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod." **2. oppl.**([Lund] : Studentlitteratur): 598.

Andersen, S. S. (1997). "Case-studier og generalisering : forskningsstrategi og design." (Bergen Fagbokforlaget): 155.

Audunson, R. (2009). "Observasjon som Metode." Forelesning(HiO).

Backpacker, D. (2011). "Damascus: St. Paul, St. Thomas and the Most Expensive Piss in the World." (<http://www.desibackpacker.com/blog/2011/04/damascus-st-paul-st-thomas-expensive-piss/>).

Bazarvest.dk "Historie." (http://www.bazarvest.dk/Historien_bag.aspx?ID=658).

Bazarvest.dk (1996). "Om Bazar Vest." (http://www.bazarvest.dk/OM_BAZAREN.aspx?ID=438).

Berg, B. L. (2001). "Qualitative research methods for the sosial sciences." **Fourth edition**(California State University, Long Beach).

Between, D. "Difference between Mall and Bazaar." (<http://www.differencebetween.info/difference-between-mall-and-bazaar>).

Blog, C. A. (2013). "All About Art & Pakistan." LANDA BAZAAR AND SULTAN'S SERAI(<http://blog.chughtaimuseum.com/?m=201311>).

City, F. (2011). "Popular places Faisalabad." (<http://faisalabadcity.net/popular-places-fsd>).

CNN (2012). "America's best flea markets." Brooklyn flea market(<http://edition.cnn.com/2012/11/08/living/tl-flea-markets/>).

Dale, B. (1992). "Metode på Tvers." Samfunnsvitenskapelige forskningsstrategier som kombinerer metoder og analysenivåer **3. opplag**(Trondheim : Tapir): 270.

Davidson, R. P. o. B. (1995). "Forskningsmetodikkens grunnlag : a planlegge, gjennomføre og rapportere en undersøkelse." (Oslo Universitetsforlaget): 113.

- DST (2013). "Folketall." (<http://www.dst.dk/pukora/epub/Nyt/2013/NR231.pdf>): 2.
- DST (2013). "Indvandrere i Danmark." (<http://www.dst.dk/pukora/epub/upload/17961/indv2013.pdf>): 22.
- DST (2014). "Befolkningsfremskrivning efter køn, alder, område og tid." (<http://www.dst.dk/da/Statistik/emner/befolkning-og-befolkningsfremskrivning/befolkningsfremskrivning.aspx>).
- Experiment, T. G. (2012). "Transforming Streets back to Gathering Spaces: A Crucial Challenge of Our Times." (<http://gubbinsexperiment.blogspot.no>).
- Finansdepartementet (2007). "Norges strategi for bærekraftig utvikling." Strategi(Publisert som del av Nasjonalbudsjettet 2008): 3,7,70,76,77,80,82,87 og 88.
- Forusnæringspark "Om Forus." (<http://www.forusnaeringspark.no/event/dolink/famid/131990>).
- FutureBuilt "Furuset 300 m." (<http://www.futurebuilt.no/?nid=216066&pid=Native-ContentFile-File>): 20.
- Fyens (2014). "Nyt Gastro-konsept: Kulinarisk supermarked genåbner i bazaren." (<http://www.fyens.dk/article/2440301:Odense--Nyt-Gastro-konsept--Kulinarisk-supermarked-genaabner-i-bazaren>).
- Hellevik, O. (1991). "Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap." 5(Oslo Universitetsforlaget): 431.
- Hellevik, O. (1995). "Sosiologi metode." Universitetsforlagets metodebibliotek 2: 184.
- Hindu, T. (2011). "Ranganathan Street." T.Nagar 's overfylte gater, fargerike skjermer og fornuftige priser, gjør denne travle knutepunkt en perfekt handel formål.(<http://www.thehindu.com/features/metroplus/nxg/shoppers-paradise/article2028744.ece>).
- IOTPE (2011). "Technical and Physical problems of engineering." 3(<http://www.iotpe.com/IJTPE/IJTPE-2011/IJTPE-Issue9-Vol3-No4-Dec2011/3-IJTPE-Issue9-Vol3-No4-Dec2011-pp18-24.pdf>): 21.
- Istanbul, G. B. "The Grand Bazaar." Fact and History(http://www.grandbazaaristanbul.org/The_Grand_Bazaar.html).
- Istanbul, W. (2013). "The Grand Bazaar." (<http://www.whereist.com/the-grand-bazaar/>).

Jan Usterud Hanssen, O. F.-T. (1998). "Kjøpesentre – lokalisering og bruk." En undersøkelse av Ski storsenter og Vinterbro senter med fokus på marked og transport(Transportøkonomisk institutt).

Jensen, E. (2013). "Nytorget Historie." (<http://erlingjensen.net/Historie/nytorget.htm>).

Kommune, O. (2013). "Hvor godt kjenner du Grønland?" (<http://www.utviklings-og-kompetanseetaten.oslo.kommune.no/oslostatistikken/article156566-42123.html>).

kommune, O. (2014). "Åbningen af Bazar Fyn udsættes." (http://www.odense.dk/presse/pressemeddelelser/pressemeddelelser_2007/aabningen_af_bazar_fyn_udsættes).

Kommune, S. "Om Sandnes." (https://http://www.sandnes.kommune.no/Fillager/Internett/dokumenter/Om_Sandnes_brosjyre/om_sandnes.pdf).

Kommune, S. (2013). "20 prosent av Stavangers befolkning er innvandrere." (<http://www.stavanger.kommune.no/Arkiv-aktuelt/20-prosent-av-Stavangers-befolkning-er-innvandrere/>).

kommune, S. (2014). "Næring." (<http://www.sola.kommune.no/artikler/nering>).

Kvale, S. (2002). "Det kvalitative forskningsintervju." **5. opplag**(Gyldenland akademisk, Oslo): 236.

LivogLand (2013). "Supergastro - 750 m2 gårdbutikk i hjertet af Odense." (<http://livogland.dk/vidensbase/projekter/supergastro-750-m2-gaardbutik-hjertet-odense>).

Loppis (2014). "Bruktmarkedet på Nytorget." (<http://stavangerloppis.com/bruktmarked-nytorget/>).

Lovdata (2008). "Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre." Kommunal- og moderniseringsdepartementet 7(<http://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2008-06-27-742>).

Markham, J. E. (1998). "The Future of Shopping - Traditional Patterns and net effects." (Macmillan Press LTD): 234.

Melberg, E. (2011). "Skur 2." (<http://www.elinmelberg.com/content/index.php/selected-works/7-i-wish-i-wish-i-wish-in-vain-skur-2-stavanger-2011>).

Mikalsen, K. K. "Det offentlige rom – hva er det?" (<http://generator.teks.no/wp/wp-content/uploads/det-offentlige-rom.pdf>): 13.

Næringsliv, D. (2014). "Norske husholdninger: Rekordhøy gjeld - kraftig forbruksvekst." Nordmenn shopper som aldri før. Særlig kjøp av tjenester øker sterkt. Foto: Anita Arntzen(<http://www.dn.no/nyheter/politikkSamfunn/2014/04/10/norske-husholdninger-rekordhy-gjeld-kraftig-forbruksvekst>).

NRK (2013). "Rom for basar i julen." Karasjok og Kautokeino(http://www.nrk.no/kanal/nrk_sapmi/1.11439376).

Oslo kommune, P.-o. b. (2006). "Kommunedelplan for torg og møteplasser: MØTEPLASSER I MULTIETNISKE MILJØER." Byggforsknotat 83 3(Norges byggforskningsinstitutt): 62.

Rambøll (2008). "Shared space." Erfaringer med "shared space" ved kryssutforming(Statens vegvesen Vegdirektoratet): 36.

Regjeringen.no (2006). "Bjarne Håkon Hanssen åpnet nye Grønland basar." (http://www.regjeringen.no/nb/dokumentarkiv/stoltenberg-ii/aid/Nyheter-og-pressemeldinger/pressemeldinger/2006/bjarne-hakon-hanssen-apnet-nye-gronland-.html?regj_oss=1&id=104052).

Ringdal, K. (2001). "Enhet og Mangfold : Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode." (Bergen : Fagboklaget): 506.

SkjeriOslo (2012). "Grønland Basar." (<http://skjerioslo.dittoslo.no/shopping/groenland-basar-what:Shopping>).

Skur2 "Om Skur 2." Kunstutstilling, konsert, selskapslokale, mat og drikke(<http://www.skur2.no>).

Spiseliv.dk (2014). "SuperGastro er lukket - nu åbner Bazar Gastro." (<http://spiseliv.dk/artikel/supergastro-er-lukket---nu-aabner-bazar-gastro>).

SSB (2014). "Befolkningframskrivning Region Vest." (<https://http://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/saveselections.asp>).

SSB (2014). "Folkemengde 1. januar 2014, Norge." (<http://ssb.no/befolkning/statistikker/folkemengde/aar/2014-02-20>).

SSB (2014). "Folketall." Region Vest(<https://http://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/saveselections.asp>).

SSB (2014). "Rask utvikling mot 6 millioner innbyggere." (<http://ssb.no/folkfram/>).

Studenterguiden.dk "Bazar Fyn." (<http://studenterguiden.dk/BazarFyn/Odense/Butikker/byguidested/2903>).

Thagaard, T. (2003). "Systematikk og innlevelse : en innføring i kvalitativ metode." **2. utgave**(Bergen fagboklaget): 224.

Thoneiendom (2007). "Grønland Basar etablert."
(http://www.thoneiendom.no/Artikler/Boligsalg/-UxSIJXIQ2_s).

Thorenfeldt (2006). "Grønland Basar." Thorenfeldt Arkitekter AS(<http://thorenfeldt.no/prosjekter/reguleringer/gronland-basar>).

Vest, B. "Dommerkomitéens begrundelse:."
(http://www.bazarvest.dk/Netv%C3%A6rkspris_06.aspx?ID=540).

Vollsmose, V. (2010). "Turisme som vækstgenerator."
(http://www.odense.dk/topmenu/borger/bymiljoe/byudvikling_og_trafik/strategier_og_planer/~media/BMF/Bystrategisk_Stab/Vollsmose_Multiby/VisitVollsmose_Baggrundsrapport_A5.ashx): 53.

Wengstrom, C. F. o. Y. (2003). "Att göra systematiska litteraturstudier : värdering, analys och presentation av omvårdnadsforskning." (Natur och Kultur, Stockholm): 207.

Yin, R. K. (2003). "Applications of case study research." **2. edition**(Thousand Oaks, California : Sage Publications): 2003.

Litteratur liste

Denne liste kommer tillegg til referanseliste siden jeg har lest og sett på forskjellige gamle masteroppgaver og sett på innholdet om hvordan har folk jobbet med en masteroppgave. Dette ga meg ide for å lage innholdsfortegnelse for oppgaven min. I tillegg har jeg lest forskjellige bøker og rapporter som ga meg forskjellige ideer som var relevant for oppgaven.

- Daniel Miller. 1998´ A theory of shopping – ISBN 0-7456-1945-2.
- Urban Transformation and Sustainable Engineering Techniques. 2013”Discovering Enghave Brygge – An Urban Transformation”.
- Julian E. Markham. 1998` The future of shopping – Traditional patterns and net effects – ISBN 0-333-73180-8, side 41-48.
- Astrid Flugsrud. 2011´ Carl Bernes plass – en evalueringsstudie. En beskrivelse og analyse av måloppnåelse ved ombyggingen av Carl Berners Plass.
- Dorte Rudlang 2006´ Byggeskikk og Universell Utforming? – Undersøkelse av tre prisbelønte prosjekter.
- Carina Holm Thorvalsen 2009´ Effektiv areal – og transportplanlegging? – grad av samsvar mellom overordnede planer og lokal utvikling i Ski.
- Ingrid Undheim 2010´ Universell utforming – Fra mål til resultat – Evaluering av tre veiprosjekter i Troms fylke.
- Ragnhild Njå 2010 Bryne – et sted for alle? – om urbanisering, universell utforming og mangfold.
- John Pløger 1990´ Kjøpesenter og Forbrukeratferd – ISSN 0802-1570
- IMDi 2008´ Hvordan går det med integreringen? - Årsrapport 2008 – ISSN 978-82-92757-73-4

Vedlegg

Vedlegg A: Bazar Fyn Odense Survey

Name: Michael Egeberg

Position: Centerchef, Bazar Fyn

Age:

Gender: Male

- **When was Bazar Fyn established?**
Mars 2007 + februar 2014
- **What was the background (reason) for the bazaar in this area?**
After being a success from Bazar Vest, Olav choose to make another oppertunity for people of Odense. Odense is a third largest city of danmark and there live alot of foreginers, and their demand was different. Thats why Olav wanted to make a bazar in this city. He gave oppertunity to forigners that they can make their own wishes, and create thier own cultures and traditions.
- **Why not in other areas?**
Location was very good and peoples demand in this area was high, thats why Olav de Linde choose this area to establish a basar.
- **Did you receive government support for the bazaar? Or do you have an agreement between the municipalities?**
No, Olav de Linde is a private company who made it by self.
- **How big is the area?**
7000 m² + 600 m²
- **How many stores are there in the Bazar Fyn?**
65 shops
- **What is the store rent (per square foot)?**
It is different shop by shop and location of shop
- **Are the rental charges in Bazar Fyn higher than shops outside the Bazaar? How big is the Price differanse?**
Rent is cheaper but we have common expenses, for example water, electricity etc.
- **How is the rent structure organized?**
It is two parts; one is a normal rent per month and second is common expensives which is higher.
- **Is it good or you are struggling to rent out (retail) premises?**
All the shops are rent out, there is no shop which is free, and we have just opened a new grocery store, Super Gastro
- **How much is sales per year?**
Every shop has their own sales so it is difficult to answer about sales per year.
- **What is the difference between a bazaar and a mall?**
It is different between these two, bazar is oppertunity for the foreginers to create their own culture platform, and the mall is often a chain groups. You can find a chain malls

everywhere but a bazar is difficult to find as a chain group. People have different traditions and cultures in the bazar. Price is cheaper.

- **How many visitors come every day – every week/month and every year?**

Between 10000 to 20000 visitors per week

- **What could you have done differently?**

Me as a center leader grow it more and make more opportunities for more people that they can make their own shops, like we did this year the opening of Super Gastro. Make more activities in the bazar that attracts more people.

- **Do you have any suggestions for improvement?**

It is important to give people opportunities that have different backgrounds that they can feel free to make their own culture platform and keep alive their traditions.

Vedlegg B: Bazar Vest Aarhus Survey

Name: Ahmet Öcalan

Position: Centerchef, Bazar Vest

Age:

Gender: Male

- **When was Bazar Fyn established?**
First time established in 1996 and the new part finished in 2009
- **What was the background (reason) for the bazaar in this area?**
Olav De Linde had idea to give opportunity to make social and integration project. Started with small and lower shops and will grow afterwards.
- **Why not in other areas?**
This area living almost 15000 people and it was a social pressure that's why this area was good located to have a bazar.
- **Did you receive government support for the bazaar? Or do you have an agreement between the municipalities?**
No, Olav De Linde made it selv. They get workers from municipalities to work inside. Municipal and Olav De Linde help each other and they work together apart from receiving economical government support.
- **How big is the area?**
 - 20 000 m²
- **How many stores are there in the Bazar Fyn?**
110 shops that are rent out
- **What is the store rent (per square foot)?**
It depends on shop to shop. Some shops are bigger and have big rent and others are small and have small rent. And it is also depends on physically location of shops.
- **Are the rental charges in Bazar Fyn higher than shops outside the Bazaar? How big is the price difference?**
The price is less than downtown and much higher than streets because of common expenses.
- **How is the rent structure organized?**
Common expenses are very high but the rent is very low. That's why it is expensive to rent a shop in the bazar.
- **Is it good or you are struggling to rent out (retail) premises?**
It is difficult to rent because of two parts. But right now almost all bazar is rent out, may be 1 or 2 shops are empty for rent out.
- **How much is sales per year?**
All shops have their own sale that's why it is difficult to answer for sales per year.
- **What is the difference between a bazaar and a mall?**
Big different; Bazar is a sense, it smells different, and you can see different kind of people and activities. It's a cultural platform and has no franchise. Price is cheaper. It is more monotone. People buy from each other for example baker gives breads to restaurants and etc.
- **How many visitors come every day – every week/month and every year?**

In weekend almost 10000 people and per week almost 20000 people, but it depends.

- **What could you have done differently?**

Make it cultural hub with specific rules. Rules are very important to drive a bazaar. Start with these rules and make it success and grow the bazaar more.

- **Do you have any suggestions for improvement?**

It is important to make it multicultural hub and social hub for everyone, not only for ethnic people. It should be majority not only minority. It should be open for every background all over the world.

Vedlegg C: Grønland Basar spørreundersøkelse

Navn: Hilde Frantzen

Stilling: Senterleder

Alder: 44

Kjønn: Kvinne

- **Når ble Grønland basar etablert?**

16. februar 2006

- **Hva var bakgrunn for basar i dette området?**

Olav Thon ønsket å lage et kjøpesenter i den delen av byen. Han ønsket små lokalet med varer som er typisk for bydelen. Grønland basar skulle bli Oslos mest eksotiske kjøpesenter og man brukte basarer i Europa/Asia som modeller for dette kjøpesenteret

- **Hvorfor ikke i andre områder?**

Olav Thon hadde ønsket om å binde sammen fire kvartaler til et stort handelsområde. Tøyengata, Nordbygata, Tøyenbekken og Grønlandsleiret. Her skulle det være handel i 2 etg og leiligheter på toppen. Tøyenbekken er en verneverdig gate så her ble alle de små husene restaurert og beholdt likt fasademessig ut mot gaten. Innvendig likeså når det gjelder fasade men innvendig ble det gjort klart for butikk. Tøyenbekken ble revet og bygget opp på nytt. Så ble det lagt tak over og leiligheter på toppen. Dette blir sett på som et vellykket prosjekt og en flott fornøyelse av Grønland, som jo har mye slitne bygårder. Siden oppstarten i 2006 har det skjedd mange gode og nye byfornyelsesprosjekter i form av oppussing av gårder.

- **Har dere fått statlig støtte for basar? Eller har dere noen avtale mellom kommune?**

Nei – ingen statlig støtte. Grønland basar er et kommersielt kjøpesenter.

- **Hvor stort er området?**

Strekker seg over 4 kvartaler som beskrevet over. Rundt

- **Hvor mange butikker er det i Grønland basar?**

20 butikker

- **Hvor mye er butikkleie (per kvadratmeter)?**

Det er individuelt pr leietaker og hva slags bransje man driver. Vil du vite mer om dette må du ta kontakt med eiendomssjef Erik Sand hos Olav Thon Gruppen på tlf. 23 08 00 00

- **Er husleie i Grønland basar høyere enn butikker utenfor Basar? Hvor stor er pris forskjell?**

Konf Erik Sand

- **Hvordan er deres leie struktur organisert?**

Konf Erik Sand

- **Går det godt eller sliter dere med å leie ut (butikk) lokaler?**

Pr dags dato har vi ingen tomme lokaler. Men det er klart det er tøft å drive et lite kjøpesenter i en stor by som Oslo med stor konkurranse på alle kanter. Men vi har funnet vår nisje og klarer oss godt.

- **Hvor stor er omsetning per år?**

160 mill.

- **Hva er forskjell mellom basar og et kjøpesenter?**
Ingen forskjell. Det heter Grønland basar fordi basar betyr møteplass. Vi har et stort areal inne på senteret til utleie, stands aktiviteter, scene etc. Da vi åpent ønsket vi å være en basar slik man ser i f.eks. i Asia men dette ble vanskelig å få til i lille Norge. Vi fikk ikke inn de leietakerne vi trengte for å lykkes med denne tanken. Derfor ble vi et Nærsenteret på Grønland med varer og tjenester vi trenger i hverdagen. Men vi heter fortsatt Grønland basar
- **Hvor mange besøkende kommer hver dag - hver uke / måned og hvert år?**
Vi har ca. 30 000,- besøkende pr uke
- **Hva kunne dere ha gjort annerledes?**
Vi føler vi har tilpasset oss markedet under årenes løp. Vi har analysert markedet og kommet frem til en løsning vi har i dag og som fungerer kommersielt.
- **Har du forslag for forbedring?**
Vi jobber stadig med utleiemiksen slik at våre besøkende skal få et best mulig vareutvalg. Vi jobber alltid med trivselsfaktoren. Vi er et spesielt senter interiørmessig. Dette liker våre besøkende. Vi er annerledes enn f.eks. Oslo City. Så butikkmiksen og trivsel i form av gode restauranter og hyggelig stemning er det viktigste vi kan fokusere på Grønland basar.

Vedlegg D: Spørsmål til butikkeier







- Hvor ofte besøker folk butikken?
Daglig – Ukentlig – Månedlig – sjelden
- Hvor stor andel er faste kunder?
Ingen (0 %) – 1/4 (25 %) – 1/2 (50 %) – 3/4 (75 %) – 100 %
- Hvor mange av kunder er lokaler?
Ingen (0 %) – 1/4 (25 %) – 1/2 (50 %) – 3/4 (75 %) – 100 %
- Hva er grunnen til folk besøker deres butikk?
Handel – Sosialt – Annet
- Hvilke varer/produkter mest populære hos dere?
- Hva slags nytte har du?
- Nevn noen konkurrenter som selger de samme varene og hvor er de konkurrentene plassert?
- Hvor stor andel av kundene er innvandrere?
- Hva er bakgrunnen (nasjonalitet) til dine kunder?
Norsk bakgrunn – Bakgrunn fra andre land
- Til hvilke mål grupper dine produkter/varer refererer til?
Lokale – folk utenfra – nasjonale – internasjonale turister
- Har åpningstidene blitt spesielt tilrettelagt (av basaren)?
Normalt åpningstider – spesielle åpningstider
- Hvorfor ønsker du å leie butikk i en basar?
- Hvor stor er butikken din og hvor mye er butikkleie (per kvadratmeter)?
- Hvor stor er omsetning per år?
- Går det godt eller sliter du med?
- Hvor lenge har dere holdt på med denne butikken?
- Er det skiftet eier i denne perioden?
- Mener du det er behov for basar i området?
Ja, Hvorfor?
Nei, Hvorfor ikke?
- Hvor fornøyd er du med basar?
Veldig misfornøyd – Misfornøyd – Nøytral – litt fornøyd – veldig fornøyd
- Har du forslag for forbedring?
- Er det noen praktiske problemer?
Avfall håndtering – Parkering – Avstand til kollektiv transport – Rengjøring – Annet

Vedlegg E: Spørsmål til kunder

- Hvor ofte bruker du Basar?
Daglig – Ukentlig – Månedlig – Sjelden
- Hva er grunn for at du er her?
Sosial – Handel – Cafe – Annet
- I hvilken butikk handler du mest? Og hva er grunnen bak dette?
- Hvilke produkter handler du? Er det populære produkter?
- Hvilke produkter tilbyr basar som ikke kan finnes på andre steder?
- Hva skiller handel mellom basar og andre steder?
Spesiell varer – Sosialt – Annet
- Hvor mange timer per besøk holder du deg i basaren?
- Er det også et knutepunkt for sosialt møtested?
- Bor du i nærheten eller langt?
- Reiser du langt for å komme deg til basaren (avstand)?
- Hvilke transportmiddel bruker du til å komme seg i basaren?
Gående – Buss – Trikk – Tog – T-bane – Bil – Annet
- Føler du deg annerledes eller komfortabel når du er i en basar eller i et kjøpesenter?
- Hvilken forskjell ser du i en basar og i et kjøpesenter?
- Er det enkelt å oppleve en rekke aktiviteter på ett sted? Er det nok plass?
- Er det lett å finne produkter?
- Mener du det er behov for basar i området?
- Hvor fornøyd er du med basar?
Veldig misfornøyd – Misfornøyd – Nøytral – litt fornøyd – veldig fornøyd
- Er det noen praktisk problemer?
 - Parkering
 - Avstand til offentlig transport
 - Rengjøring
 - Toaletter
 - Tilgjengelighet for funksjonshemmede (universell utforming)
 - Annet
- Har du forslag for forbedringer?

Vedlegg F: Skur 2 – Bilder av område

Disse bildene ble tatt ved befaring i området fra forskjellige sider. Jeg har tatt flere forskjellige bilder i området, men følgende bilder viser viktige informasjon om Skur 2.

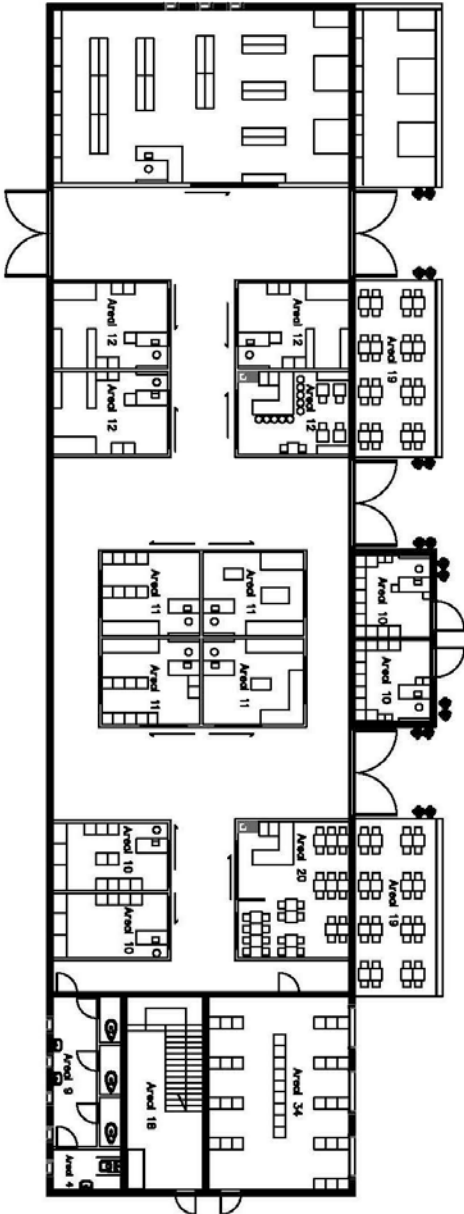
		
<p>Promenaden og gangvei</p>	<p>Hovedinngang fra Øst siden</p>	<p>forskjellige materialer i bakkenivå</p>
		
<p>Varelevering</p>	<p>Bilde ble tatt fra Skansegata</p>	<p>Personal inngang</p>
		
<p>Varelevering og søppel deponering</p>	<p>Hovedinngang ved Promenaden</p>	<p>Nivå forskjeller og Materialer ved promenaden</p>
		
<p>Bilde ble tatt fra Skansegata</p>	<p>Personalinngang fra Skansegata</p>	<p>Personalinngang fra promenaden</p>

Vedlegg G: Nytorget – Bilder av område

Disse bildene ble tatt ved befaring i området fra forskjellige sider. Jeg har tatt flere forskjellige bilder i området, men følgende bilder viser viktige informasjon om Nytorget og også Pedersgata.

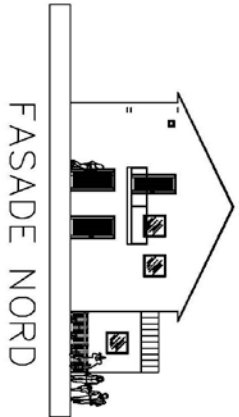
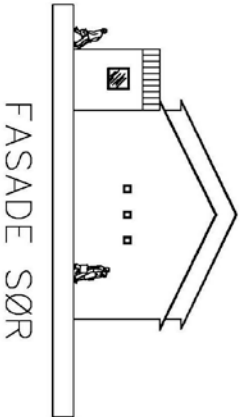
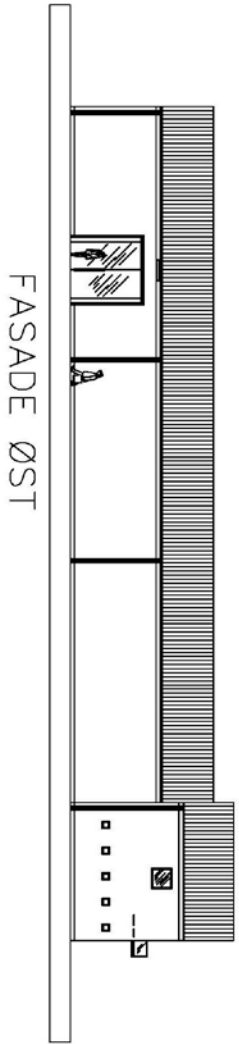
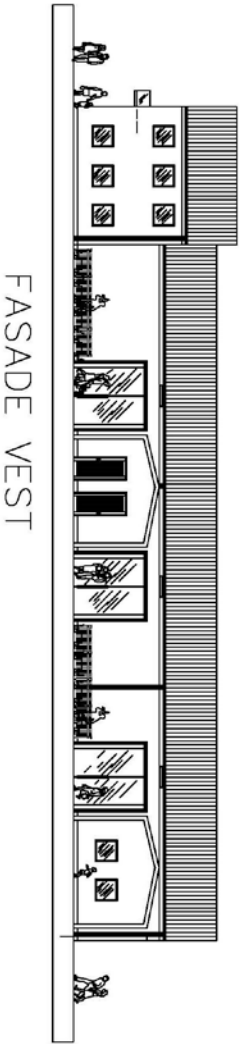
		
Nivåforskjell i Nytorget	Grøntareal i Nytorget	Inngang fra Langgata og Grøntareal i Nytorget
		
Langgata og Nytorget	Pedersgata	Pedersgata
		
Inngang fra Langgata	Nivåforskjell og møblering i område	Parkeringsmuligheter i Nytorget
		
Inngang fra Pedersgata og Kongsteinsgata	Kongsteingata og Nytorget parkering	Parkering i Langgata

Vedlegg H: Skur 2 – Plan tegning



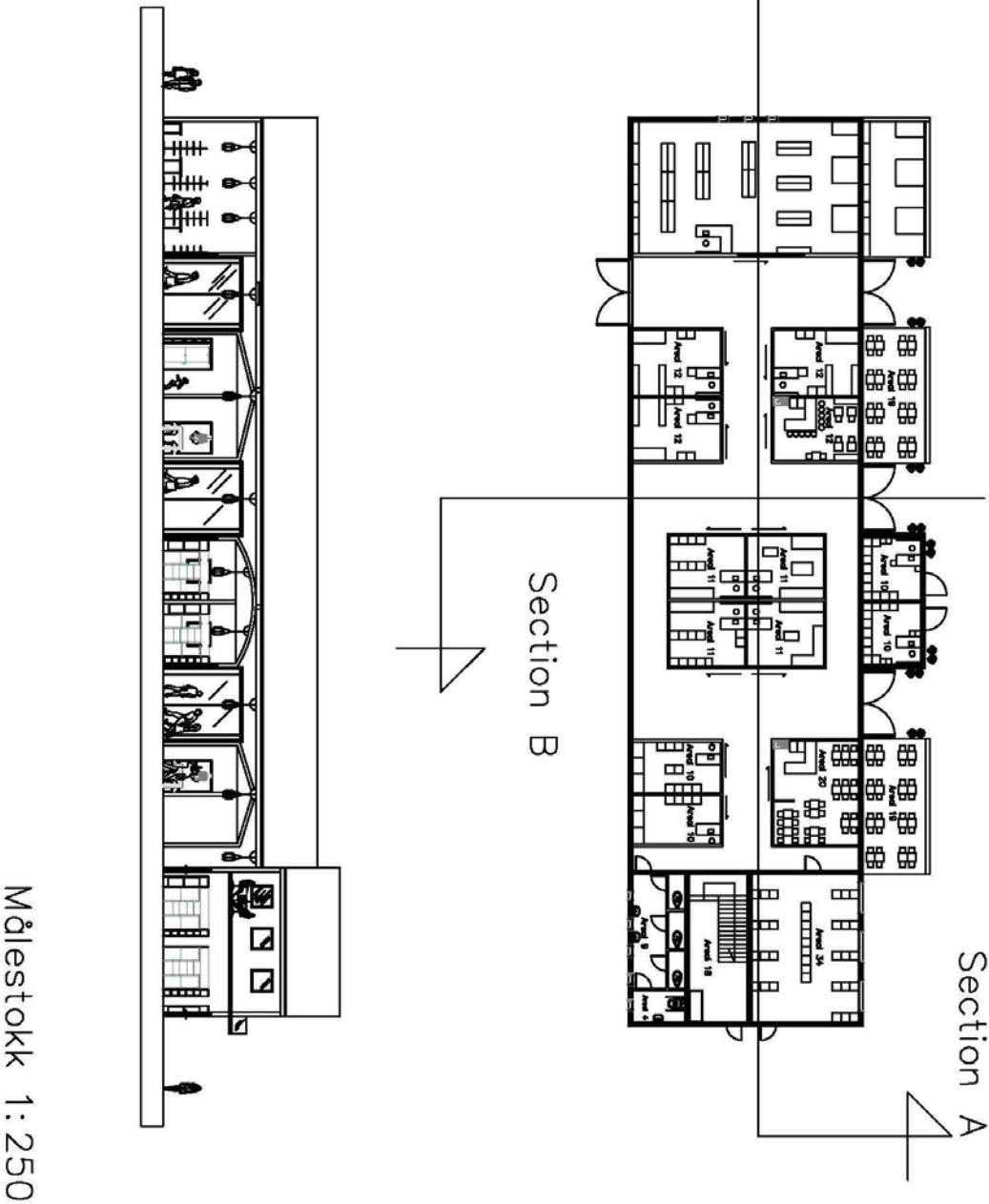
Målestokk 1:200

Vedlegg I: Skur 2 – Fasade tegning

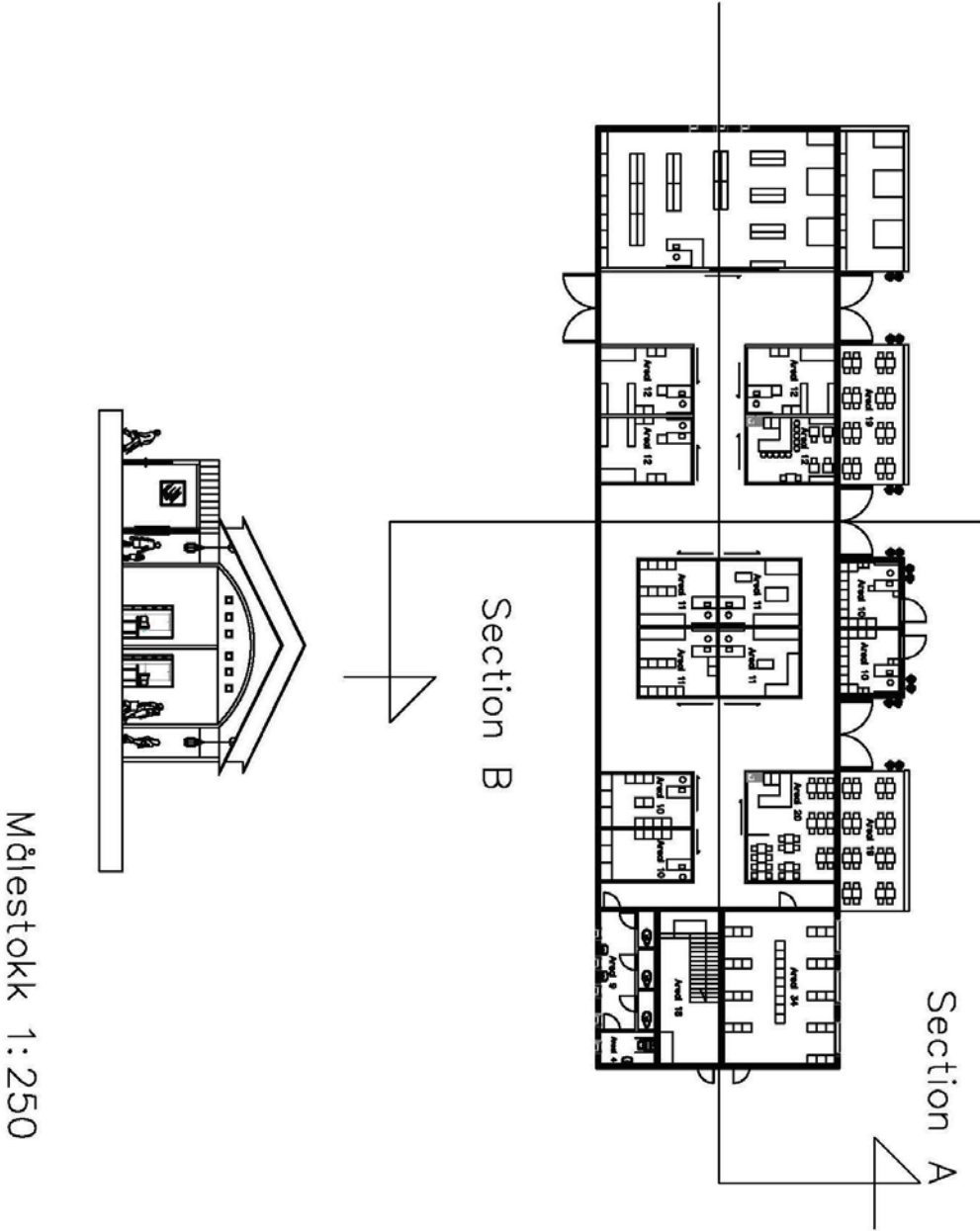


Målestokk 1:200

Vedlegg J: Skur 2 – Snitt A



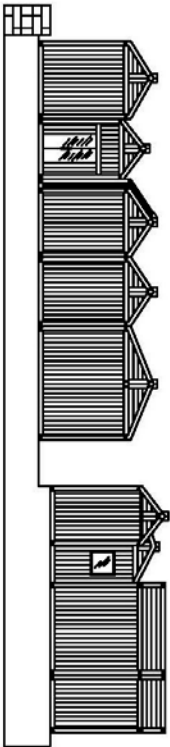
Vedlegg K: Skur 2 – Snitt B



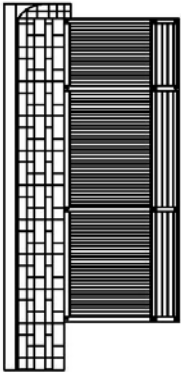
Vedlegg L: Nytorget – Plan tegning



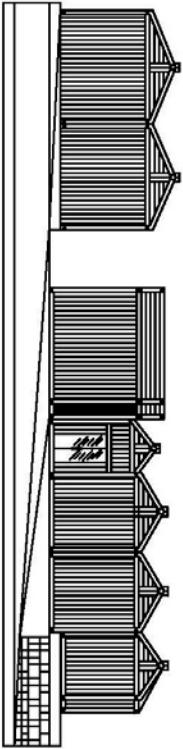
Vedlegg M: Nytorget – Fasade tegning



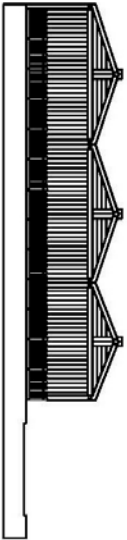
Fasade East



Fasade Nord



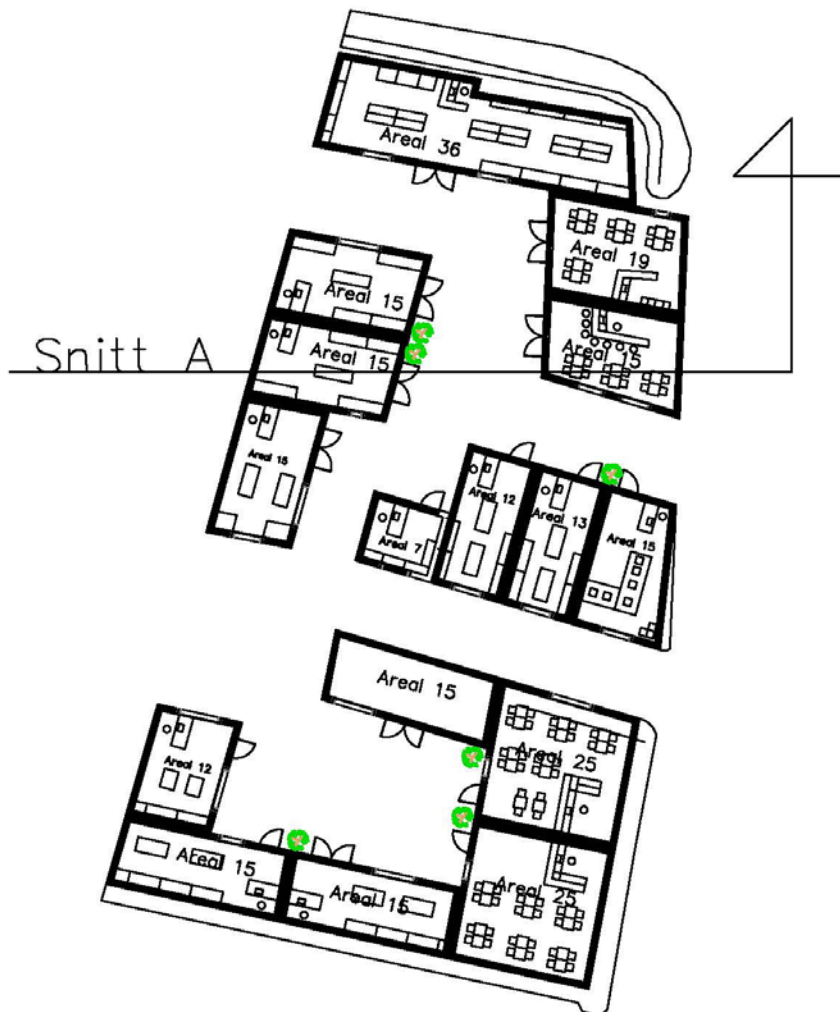
Fasade Vest



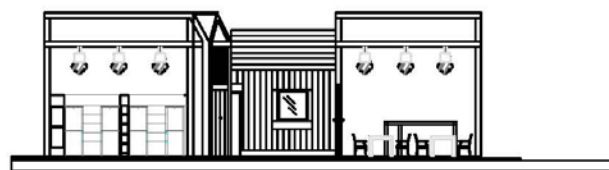
Fasade Sør

Målestokk 1:250

Vedlegg N: Nytorget – Snitt A



Målestokk 1:200



Snitt A

Vedlegg O: Nytorget – Snitt B

PRODUCED BY AN AUTODESK EDUCATIONAL PRODUCT

