



OPEN UP! CREATIVE PLACEMAKING FESTIVAL

Praha - Plzeň
6. - 7. listopadu 2014

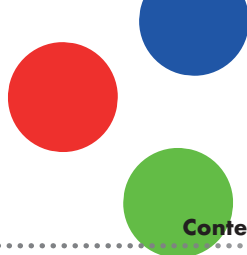
Výsledky soutěže **MOVE UP!**

Praktická řešení alternativní
mobility **v Plzni**

Prague - Pilsen
November 6-7, 2014

Results of the **MOVE UP!**
Competition

Practical Solutions for Alternative
Mobility **in Pilsen**



Obsah

Content

Úvodní slovo	3	Foreword	3
Ann Markusen Creative placemaking: Partnerství s uměním a kulturou k oživení měst	5	Ann Markusen Creative Placemaking: Partnering with Arts and Culture to Animate Cities, text by	5
Hodnocení poroty	11	Jury Verdict	11
Přehled soutěžních návrhů		Participating Projects	
Kolemplzne.cz (1. místo)	13	Kolemplzne.cz (1 stplace)	13
All ground board (2. místo)	15	All ground board (2nd place)	15
Alternativně pojatá mobilita	17	Alternative mobility	17
Lepší místo	19	Better place	19

Generální partner / General Partner



Hlavní partneři projektu / Main Project Partners



Institucionální partneři / Institutional Partners



Generální mediální partner / General Media Partner



Česká televize

Hlavní mediální partneři / Main Media Partners



Partner festivalu / Festival Partner



Partneři Aspen Institute Prague / Partners of Aspen Institute Prague



VIGO Investments



Google™



BCG
THE BOSTON CONSULTING GROUP



ŠKODA



Vážení čtenáři,

kultura a umění nejsou pouze abstraktními pojmy, ale také dynamickým sektorem s vysokou přidanou hodnotou pro ekonomiku a společnost. Mohou přispět k rozkvětu i dalších odvětví nebo pomoci najít řešení různých společenských problémů. Tuto vizi v rámci všech částí bohatého programu prezentoval OPEN UP! Creative Placemaking Festival.

Podpora kultury se dnes bohužel často omezuje na významné kulturní instituce a impozantní stavby, které sice představují dominanty měst, většinou ale výrazně nepřispívají k rozvoji daného prostředí. O to více nás potěšil obrovský zájem, který mezi odbornou i širokou veřejností vzbudila tato první významná mezinárodní konference na téma creative placemaking v České republice. Vysoká účast je důkazem, že se jedná nejen o důležité, ale také velmi aktuální téma.

Zahajovací část festivalu – veřejná konference v Praze – představila koncept creative placemaking a poskytla mnohá doporučení. Neexistuje například žádný obecně aplikovatelný způsob úspěšné transformace místa. Základem je aktivní spolupráce všech zainteresovaných stran v rámci procesu, který využívá veškerých specifik prostoru za účelem zvýšení jeho atraktivity. V rámci dalších částí programu, které proběhly v Plzni – ať již prezentací úspěšných českých i zahraničních projektů či uzavřených pracovních stolů – byl kladen důraz na potřebu aktivně se podílet na utváření veřejného prostoru, umění a kultury. Principy udržitelnosti i snaha o zapojení různých aktérů se promítly i v soutěži návrhů alternativní mobility MOVE UP!, kterou jsme v rámci Festivalu zorganizovali ve spolupráci s Útvarem koncepce a rozvoje města Plzně.

Podpora podobných iniciativ a tvorba inspirativního prostředí pro jednotlivce a komunity jsou právě to, o co Aspen Institute Prague a Plzeň 2015 – Evropské hlavní město kultury, usilují. Příklady projektů představené v této

Dear readers,

Culture and art are not only abstract activities, but they can also give rise to profitable industry branches and constitute a substantial part of a country's economy; moreover, they help solve various social problems. This is the underlying message that we tried to convey through all parts of the OPEN UP! Creative Placemaking Festival.

Often, the support of culture is confined to the backing of large institutions and conspicuous buildings, which work well as city highlights but often do not have an impact on the overall economy and social environment of a place. All the more, we were delighted that the first major international conference on creative placemaking in the Czech Republic attracted so many renowned guests as well as immense public attention, proving the topic timely and significant to discuss.

The festival's opening part – the public conference in Prague – defined the concept of art and culture-driven revitalization. It offered the conclusion that creating a place requires working with its specificities. Turning them into attractions and magnets for residents and tourists. That is why there is no one-size-fits-all scheme of a successful transformation. Rather, one has to consult all stakeholders and engage them in the change process. The demand for active participation in placemaking, art and culture was a recurring theme through other parts of the Festival, which included the case studies presentations and expert workshops in Pilsen. The principle of sustainability and the efforts to engage various stakeholders was also manifested by the MOVE UP! Competition for alternative mobility projects, which we organized as part of the Festival in cooperation with the Urban Planning and Development Institute of the City of Pilsen.

To inspire individuals and communities to act is the goal both of the Aspen Institute Prague and Pilsen - the European Capital of Culture 2015. Therefore,



publikaci, především pak nápady na řešení alternativní mobility v Plzni prezentované během finále soutěže, možná inspirují právě vás a pomohou nám tak být více než jen diskusní platformou.

the examples of projects described in this brochure, especially the ideas for alternative mobility presented during the competition and enclosed hereby, shall encourage you to embark on transforming your immediate environment. Otherwise, the efforts undertaken by us will remain mere debating platforms.



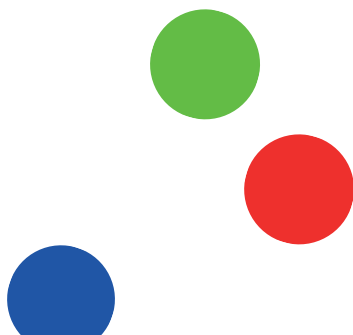
Jiří Suchánek

ředitel / General Director
Plzeň 2015



Radek Špicar

ředitel / Executive Director
Aspen Institute Prague



Ann Markusen

Creative placemaking: Partnerství s uměním a kulturou k oživení měst

Lidé se již tisíce let věnují tvorbě společných míst. Teprve nedávno však nové přístupy postavily umění a kulturu do středu dění. V rámci procesu s názvem creative placemaking hrají umělci a kulturní organizace ve spolupráci s veřejnými institucemi hlavní roli v ožívování komunit i v jejich ekonomické revitalizaci; přičemž vychází z charakteristických kulturních aspektů dané oblasti. Často aplikují umělecké dovednosti na příslušné místní iniciativy, ať už v oblasti dopravy, zdravotnictví, bezpečnosti, bydlení, životního prostředí či rozvoje pracovních kapacit. Partnerství – spojující veřejný, soukromý a neziskový sektor, místní iniciativy a různé úrovně veřejné správy – pomáhá zajistit financování počátečních investic a průběžný provoz programů. Aktivní účast obyvatelstva napomáhá zajistit udržitelnost.

V rámci nedávného festivalu OPEN UP! v Praze a Plzni, který nastínil roli Plzně coby Evropského hlavního města kultury v roce 2015, se sešli umělci, zástupci kulturních institucí, veřejní činitelé, představitelé místních komunit, architekti či designéři. Diskutovali nad tím, jak by mohla Plzeň, Česká republika i střední Evropa nejlépe využít zapojení umění a kultury k oživení měst a čtvrtí, k urychlení hospodářského rozvoje a ke zlepšení kvality života. Ohromil mne velkorysý a energický zájem účastníků, z nichž mnozí přijeli z různých koutů Evropy, i jejich dosavadní experimenty na poli creative placemaking, o které se s přítomnými podělili. Inspirativní byla i snaha stavět na tradičních i moderních kulturních směrech při prosazování hospodářské a sociální agendy vlastních zemí. Na setkáních jsem se podělila o své postřehy z USA a vyslechla si nové nápady, které si do Severní Ameriky odvezu s sebou.

SLOŽKY CREATIVE PLACEMAKING

V koncepčním materiálu (tzv. White Paper), pro organizaci US National Endowment for the Arts (NEA, americká národní nadace pro umění) jsme spolu s kolegyní Anne Gadwa shrnuly

Ann Markusen

Creative Placemaking: Partnering with Arts and Culture to Animate Cities

People have been placemaking for millennia. Recently, new approaches position arts and culture center-stage. In creative placemaking, artists and cultural organizations play a lead role in community animation and economic revitalization by partnering with the public sector and other advocates and building on distinctive features of area culture. They often harness artistic skills to related local missions, such as transportation, health care, public safety, housing, environmental protection, and workforce development. Partnerships across public, private and nonprofit sectors, mission areas, and levels of government help to generate funding for initial investments and ongoing programming. Active participation by residents helps to ensure sustainability.

Anticipating Pilsen's 2015 role as a European Capital of Culture, artists, arts leaders, public officials, community members, architects and designers gathered at the recent OPEN UP! events in Prague and Pilsen. Together, they explored how Pilsen, the Czech Republic, and Central Europe can capitalize on this opportunity to use arts and culture as a way of animating cities and neighborhoods, quickening economic development, and improving the quality of life. I was struck by the broad and energetic interest of participants, many of whom arrived from elsewhere in Central Europe, the existing experiments in creative placemaking that they shared with everyone, and their desire to build on both traditional and modern cultural movements in advancing their countries' economic and social agendas. At the meetings, I shared my insights into creative placemaking in the US and listened to new ideas that I will be bringing back to North America.

CREATIVE PLACEMAKING INGREDIENTS

In a White Paper for the US National Endowment for the Arts, my colleague Anne Gadwa and I summarized the results of research we conducted on successful creative

výsledky námi provedeného výzkumu na poli úspěšných příkladů creative placemaking v USA. Naše studie se týkala velkých měst, příměstských oblastí, městeček a indiánských rezervací; rozličných forem umění (divadla, hudby, výtvarného umění, psaní, designu); a míst – od zanedbaných až po rychle se rozvíjející. Napříč našimi případovými studiemi jsme pozorovaly, že šlo obvykle o iniciativy jedinců, často pak nějakého umělce s vizí a podnikavostí svou vizí prosadit. Všechny úspěšné projekty vycházely z charakteristických prvků dané komunity, od tradiční kultury přes nové umělecké směry, k jedinečnostem okolní krajiny. Všichni museli zmobilizovat vůli veřejnosti, tedy úspěšně oslovit starostu a/nebo zastupitelstvo města, a k tomu vzbudit zájem místních obyvatel. Všichni museli přilákat zájem a dovednosti soukromého sektoru, od vývojářů, bank a komerčních podniků, včetně architektů (pokud šlo o novostavby či rekonstrukce zástavby). Všichni museli získat podporu od místních představitelů umění a kultury, kteří měli často jiné priority, vlastní programy a sami usilovali o finanční prostředky.

PARTNERSTVÍ

Neziskové umělecké a kulturní akce se často konají odloučeně od veřejného a komerčního sektoru. V oblasti creative placemaking, kterou v rámci americké National Endowment for the Arts zastřešuje finanční program Our Town, jsou umělecké a kulturní organizace vyzývány k partnerství s veřejnými institucemi za účelem povzbuzení udržitelných, místně orientovaných projektů. Například program pouličních maleb města Filadelfie vznikl poté, co jedna umělkyně se svou neziskovou organizací Philadelphia Mural Arts Advocates oslovila před třiceti lety starostu s návrhem, aby se mládež a pachatelé po výkonu trestu vyučili malířství a vyzdobili prázdné zdi města malbami (po konzultaci s místními obyvateli). Dnes zdobí mnohé čtvrti krásné malby, i popelářské vozy jezdí s výzdobou. Partneři si navzájem přinášejí zkušenosti, doplňují dovednosti a zviditelňují se.

INICIATIVY

Proces creative placemaking se často neobejde bez propojení napříč iniciativami. Program

placemaking in the US. Our scan included large cities, suburban areas, small towns and Native American reservations; diverse arts forms (theatre, music, visual art, writing, design); and places that were in distress as well as those that were growing rapidly. Across the case studies, we found that most were initiated by a single person, often an artist, who had the vision and drive to pursue it. All tailored their creative placemaking around distinctive community features, from traditional culture to new artistic movements to unique landscapes. All had to mobilize public will, meaning a successful approach to the mayor and/or city council as well as generating interest among the area's residents. All had to attract private sector interest and skills from developers, banks, and commercial businesses, and architects if new buildings or renovations were involved. All had to win support from local arts and cultural leaders who were often reluctant given their own agendas and struggles to raise funding.

PARTNERING

Nonprofit arts and cultural activities are often detached from public and commercial sectors. In creative placemaking, the framing rubric for the US National Endowment for the Arts' new Our Town funding program, arts and cultural organizations are encouraged to partner with public sector agencies to initiate sustainable place-based projects. For instance, the City of Philadelphia's mural arts program was created when an artist and her nonprofit, Philadelphia Mural Arts Advocates, approached the mayor thirty years ago to propose that youth and ex-offenders be taught painting and engaged to fill blank inner city wall spaces with murals in consultation with local residents. Today, many neighborhoods host beautiful and enduring murals, and even trash collection vehicles are beautified. Partners bring each other experiences, complementary skills, and greater visibility.

MISSION AREAS

Often, creative placemaking involves crossing mission areas. In the Philadelphia Mural Arts case, the city's public safety, workforce development, and sanitation agencies supported the program because it enhanced their missions.

pouličních maleb města Filadelfie podpořily složky městské bezpečnosti, pracovních úřadů i hygieny, protože navazoval na jejich vlastní snažení. V Portlandu se úřad veřejné dopravy spojil s umělci, aby navrhli (opět ve spolupráci s obyvateli), co by každá nová dopravní stanice měla o místní komunitě vyjadřovat. V Clevelandu si hudebník a několik divadelních společností ve snaze obnovit dvě uzavřená divadla a postavit nové divadlo v dělnické čtvrti na západě města našli ochotného partnera v CDC, Komunitní rozvojové společnosti, která již třicet let úspěšně stavěla cenově dostupné bydlení. CDC chtěla posílit životaschopnost komerčních příležitostí, přičemž divadelní společnosti oceňovaly na CDC její zkušenosti s rozvojem i politické vazby. Společně navrhli a vystavěli pouliční parter, sloužící coby odrazový můstek pro renovaci divadelní čtvrti Gordon Square (Gordon Square Theater District).

FINANCOVÁNÍ

Partnerství a společné poslání umožňují uměleckým a kulturně revitalizačním projektům získat adekvátní financování, jak investiční, tak provozní. V clevelandské divadelní čtvrti Gordon Square pomohly konexe CDC získat prvních 75 tisíc dolarů z rozpočtu města Cleveland a od Společenství pro podporu místních iniciativ. Poté hledali financování u městských, regionálních a státních veřejných institucí – projekt pouličního parteru si vyžádal 3,5 milionu dolarů a trval tři roky. Finanční prostředky na rekonstrukci divadel a výstavby nového potřebovaly dalších sedm let. K nárůstu příslibených veřejných financí se nakonec přidaly i neziskové nadace, takže se tým mohl napojit na federální programy (a sice památkové péče a daňových úlev pro nová obydlí). Partnerství Gordon Square dosáhlo trvalého zlepšení podnikání a značně rozšířilo kulturní nabídku a zapojení celého okolí.

PARTICIPACE

Nejúspěšnější creative placemaking projekty zapojují členy komunity od samého počátku. Před iniciativou NEA byly projekty v oblasti veřejného umění, které byly financované místní správou, zpravidla zadány, navrženy a realizovány bez účasti komunity, což vedlo k bezduchým,

In Portland, the public transit authority partnered with artists to design, in consultation with residents, what each new transit station would convey about the community. In Cleveland, a musician and several theatre companies hoping to restore two shuttered theatres and build a new one on the city's working class west side found a willing partner in a community development corporation (CDC) that had successfully been building low income housing for thirty years. The CDC wanted to improve commercial business viability, and the theatre companies sought the CDC's development experience and political connections. Together, they designed and built a streetscape that served as a launching pad for the Gordon Square Theater District and theatre renovation.

FUNDING

Partnering and mission-sharing enable arts and cultural revitalization projects to raise adequate funding for both space investments and programming. In Cleveland's Gordon Square Theatre District, the CDC's connections helped the team raise their first \$75,000 from the City of Cleveland and the Local Initiative Support Corporation. They then sought funding from city, regional, and state public agencies – the streetscape project required \$3.5 million and took three years. The funds to renovate the theatres and build a new one required another seven years. As public funding commitments increased, the nonprofit foundations finally contributed as well, so that the team could tap into federal programs (historic preservation and new market tax credits). The Gordon Square partnership has produced sustained business improvement and greatly expanded the cultural offerings and participation in the neighborhood.

PARTICIPATION

The most successful creative placemaking projects involve community members actively from conception. Before the NEA's initiative, local governments chiefly funded public art projects commissioned, designed and built with no community input, resulting in often lifeless and sometimes publicly derided artifacts. Enduring initiatives actively



leckdy veřejně zesměšňovaným výtvorům. Trvalé iniciativy aktivně zapojovaly veřejnost od samého začátku, a zahrnovaly do celého procesu jejich schopností, nápady a tužby. Například v Arnaudville, malém venkovském městě ve státě Luisiana, se rozhodl žít navrátillec, vizuální umělec, úspěšně vystavující ve vzdálené velkoměstské galerii. Založil si kavárnu, která uvádí místní umělce a hudebníky a vychází z francouzského jazykového dědictví arkádijských (euro-amerických) i kreolských (afro-amerických) obyvatel. Projekt přilákal další umělce a řemeslníky, vznikly diskusní stoly francouzského jazyka a brzy dojde ke znovuootevření zrušeného špitálu, který bude sloužit jako škola frankofonní výuky. Aktivní zapojení obyvatel oblasti Arnaudville, amatérů i profesionálů, bylo klíčem k úspěchu této umělecké iniciativy a jejímu přispění k revitalizaci bydlení a podnikání.

UDRŽITELNOST

Klíčovým faktorem pro udržitelnost je, podle našeho výzkumu, vyvarovat se „institucionímu monumentalismu“. Za poslední dvě desetiletí místní vlády a investoři v Severní Americe, Evropě a Asii v řadě případů přehnaně investovali do nových nebo repasovaných uměleckých a kulturních struktur (což často podnítily finanční zdroje, jakými jsou britské loteriijní fondy a evropské strukturální fondy). Některé projekty selhaly úplně (Urbis v Manchesteru, v Sheffieldu National Centre for Popular Music – národní centrum populární hudby), protože byl průběžně navyšován personál a programové zdroje, zatímco odhady návštěvnosti byly až příliš optimistické. Je třeba hledat správně dimenzované struktury, jako jsou umělecké renovace „naživo“, menší divadla a galerijní prostory, či umělecká centra spravovaná členskými neziskovkami, která sdílejí zdroje, výbavu a výuku, příležitosti učit se a vystavovat. Spíše takové vedou k soběstačnosti a oživení ulic a čtvrtí, kde se nacházejí. Pokud se jedná o budovy, investoři a lídři uměleckých organizací (ať již vládní či neziskové organizace), by měli dbát na přiměřené programové a údržbové finanční zajištění. Také festivaly jsou problematické v tom, že zapojují místní obyvatele a generují příjmy a ekonomickou aktivitu nárazově a krátkodobě.

engaged members of the public from the start, incorporating their skills, ideas, and dreams in the process. For instance, in Arnaudville, a small town in rural Louisiana, a visual artist with successful gallery representation in a large city elsewhere came home to live. He started a café that nurtures and showcases local artists and musicians, and builds on French language heritage, spoken by both Arcadian (Euro-American) and Creole (African-American) inhabitants. They have attracted artists and craftspeople to live there, started French language tables, and soon will convert their shuttered small hospital into a French language immersion school. Active engagement by people living in the Arnaudville area, whether amateurs or professionals, has been key to the art initiative's success and contribution to housing and business revitalization.

SUSTAINABILITY

A key factor in sustainability, our research found, is to avoid “the edifice complex.” Over the past two decades, in North America, Europe, and Asia, local governments and funders (often prompted by funding streams like the UK Lottery Funds and European Structural Funds) have often over-invested in new or refurbished arts and cultural structures. Some have failed outright (Manchester's Urbis, Sheffield's National Center for Popular Music), because they provided ongoing staff and programming resources and their projections of attendance were far too optimistic. Right-sized structures that will be actively used, such as artist-live renovations, smaller theatre and gallery spaces, and artists' centers run by membership nonprofit organizations that provide resources, equipment, teaching, learning, and exhibition opportunities, are more apt to be self-sustaining and animate the streets and neighborhoods where they are located. Where buildings are involved, funders and arts organization leaders, whether government or nonprofit, should take care to ensure adequate funding for programming and maintenance. Festivals, too, are problematic in that they engage local people and generate income and economic activity for a very short period.

OUR TOWN & ARTPLACE: CREATIVE PLACEMAKING INICIATIVY V USA

V USA postihl umělecké a kulturních organizace pokles veřejného financování po bitvách o kulturním směřování v 90. letech minulého století. Nedávné creative placemaking iniciativy tento vzorec zvrátily. Od roku 2010 program National Endowment for the Arts s názvem Our Town poskytl přes 21 milionů dolarů týmům veřejných a neziskových partnerů, z nichž alespoň jeden musí být uměleckou organizací. ArtPlace America, konsorcium národních nadací, mající za partnery banky a vládní agentury coby strategické poradce, investovala 56,8 milionů dolarů do projektů, kde tzv. artmaking (umělecká tvorba) zvelebují komunitu nebo místo. U Federálních oddělení bydlení a rozvoje měst a vzdělání byly zrevidovány finanční pokyny, aby vedly k strategické podpoře umění v rámci vlastních programů.

DOPADY

Creative placemaking má řadu dopadů, včetně zvýšení kvality života, zlepšení a růstu pracovních míst a příjmů, jakož i rozšíření a prohloubení toho, co umění samotné přináší (krásu, radost, humor, inovaci, sociální komentář, zrcadla nastavená nám samým i naší společnosti, kulturní dědictví, můstky mezi kulturami). To lze jen stěží měřit konvenčním způsobem. V USA jsme vedli energické debaty o tom, zda lze sledovat úspěšnost creative placemakingu, na základě sekundárních dat. V debatách převážně vítězily skeptické hlasy. Ta nejlepší hodnocení podstupují náročný úkol zjistit, zda se aspirace, které iniciátoři uvádí ve svých žádostech o financování, skutečně projektem naplnily. V USA zapojují NEA a ArtPlace řady „placemakerů“ a sepisují zkušenosti, v zájmu poskytnout úspěšné příklady a zlepšit praxi.

DOPORUČENÍ

V Plzni, České republice i celé střední Evropě mohou projekty pod hlavičkou creative placemaking napravit chyby, ke kterým z různých důvodů došlo. Vyhněte se tvorbě nákladných a naddimenzovaných uměleckých a kulturních struktur – mnohem lepší jsou malé, sousedské a komunitní projekty, často v budovách, které

OUR TOWN AND ARTPLACE CREATIVE PLACEMAKING: US INITIATIVES

In the US, artists and cultural organizations suffered declining levels of public funding following the 1990s culture wars. Recent creative placemaking initiatives, however, are reversing that pattern. Since 2010, the National Endowment for the Arts' Our Town program has granted over \$21 million to teams of public and nonprofit partners, one of which must be an arts organization. ArtPlace America, a consortium of national foundations with bank partners and government agencies serving as strategic advisors, has invested \$56.8 million in projects where artmaking improves community or place. The federal Departments of Housing and Urban Development and Education have revised funding guidelines to encourage arts-strategies in their programs.

OUTCOMES

Creative placemaking has multiple impacts, including increases in the quality of life, better and more jobs and income, and a broadening and deepening of the intrinsic contributions of the arts (beauty, delight, humor, innovation, social commentary, mirrors on ourselves and our society, carrying tradition forward, bridging across cultures). These are hard to measure in any conventional way. In the US, we have had an energetic debate about whether indicators based on secondary data can track creative placemaking success. For the most part, the debate has been won by the skeptics. The best evaluations do the hard work of determining whether the aspirations of the initiators, articulated in funding proposals, were indeed achieved in the project. In the US, the NEA and ArtPlace are creating cohorts of creative placemakers and writing up experiences as a way to provide models and improve practice.

RECOMMENDATIONS

For Pilsen, the Czech Republic and Central Europe, creative placemaking projects can improve on mistakes made elsewhere. Avoid expensive, new, and over-sized structures – smaller, neighborhood, and community embedded spaces, often in repurposed

vznikly za zcela jiným účelem. Vyhňte se uměle vytvářeným „kulturním čtvrtím“ a přehnané koncentraci umění a kulturních aktivit. Raději se snažte vytvořit živou mozaiku, která se rovnoměrně rozprostře vašim městem, krajem a celou zemí a která bude nabízet různé zážitky místním obyvatelům i příchozím. Zapojte do procesu všechny důležité skupiny – místní umělce, důchodce, středoškoláky, lidi s různými dovednostmi a s ochotou věnovat svůj čas – je to lepší než se spoléhat na architekty a designéry odjinud. V neposlední řadě plánujte dlouhodobé aktivity, na nichž mohou umělci i milovníci umění spolupracovat a vytvářet krásné a specifické komunitní prostory, překypující různými aktivitami a rozličnými typy lidí.

existing buildings, are preferable. Avoid designated “cultural districts,” and the over-concentration of arts and cultural activities. Aspire rather for a mosaic that spreads across your city, region, and nation, with many distinctive offerings that will draw residents as well as those from elsewhere. Involve stakeholders in the process – local artists, retirees, high school kids, people with diverse skills and the willingness to devote time – rather than relying on architects and designers from elsewhere. Finally, plan for ongoing activities where artists and art lovers can work together on an ongoing basis to produce beautiful spaces expressive of the community, filled with many activities and all types of people.



Ann Markusen

Kontakt:

Ann Markusen
profesorka a ředitelka
Arts Economy Initiative
University of Minnesota
markusen@umn.edu
Markusen Economic Research
annmarkusen.com
1161 Villa Vista Circle
Wright MN 55798 USA

Contact:

Ann Markusen
Professor and Director
Arts Economy Initiative
University of Minnesota
markusen@umn.edu
Markusen Economic Research
annmarkusen.com
1161 Villa Vista Circle
Wright MN 55798 USA



MOVE UP!: Alternativní mobilita – zaměřeno na Plzeň

Uspořádat soutěž, která by motivovala tvůrce ke kreativním nápadům na alternativní mobilitu v Plzni, nás napadlo díky podobné soutěži z Vídně. Tam byly výsledkem úžasné nápady z oblasti designu, módy nebo digitálního světa a jen dokreslovaly samozřejmost, s jakou evropské metropole vnímají pěší pohyb po městě, jízdu na kole a další „lidské“ způsoby transportu v městském prostředí.

Konference OPEN UP! na téma Creative Placemaking díky soutěži umožnila debatu o naprosto konkrétních řešeních na toto téma pro Plzeň. Ukázalo se, že i u nás je téma pohybu po městě živé, ale ještě ne tak probádané a rozšířené mezi designéry či městské aktivisty. Nicméně pokud je jedním z vlajkových projektů Plzně jako Evropského hlavního města kultury pro rok 2015 veřejný prostor jako téma, pak je jasné, že debatu o něm rozvíjíme správným směrem. A to i díky spolupráci s Aspen Institute Prague a Útvarem koncepce a rozvoje města Plzně.

V soutěži jsme hodnotili čtyři návrhy: inovativní design longboardu pro městské využití, houpačky pro krácení dlouhé chvíle pohybem ve švih, aplikaci pro informování o problematice místech města a zapojení partnerů do vyřešení těchto problémů a bikesharing v Plzni. Všechny návrhy jsou chytrým příspěvkem do tématu Creative Placemakingu, což svědčí o důležitosti soutěže MOVE UP! v podpoře kreativity.

S ohledem na zadání jsme ocenili prvním místem projekt bikesharingu kolemplzne.cz, který se snaží povýšit sdílení kol ve městě ze zábavy a módní záležitosti na plnohodnotnou alternativu k veřejné dopravě. Protože byl projekt velmi dobře připravený a představený, nebylo o umístění pochyb. Finanční podpora 25 000 Kč tak míří právě na rozvoj kolemplzne.cz.

Na druhém místě se umístila technologická inovace z dílny studentky Fakulty designu a umění

MOVE UP!: Alternative mobility – focus on Pilsen

The idea to organize a competition of alternative mobility projects was inspired by a similar contest conducted by the City of Vienna. That Austrian competition gave birth to a number of inspiring projects, ranging from fashion and design to applications. It also illustrated obvious for many European capitals it is to take advantage of walking, cycling, and other human-propelled modes of moving in an urban environment.

The MOVE UP! Competition, organized as part of the OPEN UP! Creative Placemaking Festival, enabled a debate on concrete solutions for mobility in Pilsen. The contest proved that, although the issue is being discussed, it is not yet fully grasped or popular among designers or urban activists. It also showed that the debate on public space as the flagship theme of Pilsen 2015, European Capital of Culture 2015, was developed in the right direction also thanks to cooperation with the Aspen Institute Prague and the Urban Planning and Development Institute of the City of Pilsen.

Four projects were invited to the competition's finale: an innovative long board designed for urban environments, swings installed in urban spaces to amuse oneself while waiting, an application meant to inform about problematic spots in a city and engage stakeholders to solve them, and a bike-sharing system. All four projects were valuable contributions to the topic of creative placemaking, which demonstrated the importance of the competition in supporting inventiveness.

In regards to the competition assignment, the Jury awarded kolemplzne.cz, the bike-sharing system, the first prize. This project tries to upgrade the sharing of bicycles from a fashion to a full-fledged alternative to public transportation in Pilsen. Because the system was well prepared and presented, the Jury did not hesitate about supporting it with a money prize of 25 000 CZK.



Ladislava Sutnara ZČU v Plzni. Nový typ koleček pro longboard, která umožňují překonávat i komplikovaný městský terén s kostkami a dlažbou, posouvá longboard od volnočasové aktivity k mobilitě. A studentka Monika Bartošová má před sebou určitě dobrou designérskou kariéru! Tu podpoříme i v rámci spolupráce Plzně 2015 s Fakultou designu a umění.

Trávít čekání na autobus na houpačce připevněné k zastávce je jistě zábavné. Ivana Kozlová a Michal Bryxí nás ale nepřesvědčili o tom, že se jedná o víc, než vtip, a to i přesto, že se celá porota i diváci v sále velmi rádi houpají. Portál Lepší místo s návrhem lokalizace jejich aplikace pro Plzeň jsme pak propojili s místním projektem Pěstuj prostor.



Jméno členů poroty
Jiří Sulženko – Plzeň 2015, o.p.s.

Další členové poroty:
Útvar koncepce a rozvoje města Plzně – Zuzana Froňková
Auto*Mat – Vít Masare
Aspen Institute Prague – Maria Staszkiwicz
Vallo Sadovský Architects – Matuš Vallo

A technological innovation by a student of the Ladislav Sutnar Faculty of Design and Arts at the University of West Bohemia won the second prize. A new type of wheels, enabling one to overcome the difficulties of urban terrain with cobbled stones and paving, advances longboarding from a leisure activity to mobility. The author, Monika Bartošová, who surely heads for a successful career in design, will also be supported in the framework of Pilsen 2015 and its cooperation with the Faculty of Design.

Swinging while waiting is definitely a fun activity. Even though both the Jury and the public enjoy it, the idea's advocates, Ivana Kozlová and Michal Bryxí, did not convince the Jury that the project was more than a gag. Finally, authors of the fourth – unsuccessful – project, the application called Better Place (Lepší místo), were connected with the non-profit organization Foster the City and representatives of the City of Pilsen.

On behalf of the Jury,
Jiří Sulženko – Plzeň 2015, o.p.s.

Other Jury members:
Urban Planning and Development Institute of the City of Pilsen – Zuzana Froňková
Auto*Mat – Vít Masare
Aspen Institute Prague – Maria Staszkiwicz
Vallo Sadovský Architects – Matuš Vallo



1. místo v soutěži

Odměna

- 25 000 Kč na realizaci projektu
- prostor pro prezentaci v rámci akcí projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015
- výběr vzdělávacího kurzu z nabídky Centra pro kreativní podnikání v Plzni

1st place in the competition

Reward

- CZK 25,000 to implement the project
- Presentation opportunity at the Pilsen – European Capital of Culture 2015 event
- Choice of a training course offered by the Centre for Creative Business in Pilsen



kolemplzne.cz



Kolemplzne.cz

Bike sharing

Projekt kolemplzne.cz je nezávislou neziskovou iniciativou, jehož cílem je změnit způsob, jak je město svými obyvateli prožíváno prostřednictvím alternativního způsobu dopravy po městě Plzni. Jde o projekt sdíleného využívání jízdních kol, která jsou v ulicích města k dispozici 24 hodin denně 7 dní v týdnu bez nutnosti kola půjčovat a vracet na pevných stanovištích, to vše za velmi nízký poplatek ve srovnání se všemi ostatními placenými druhy dopravy.

Základní parametry

- 35 nových kol vybraných speciálně pro provoz ve městě (3-stupňová převodovka, široké sedadlo, nosič, košík)
- plně responzivní web jako platforma pro půjčování a vracení kol

Kolemplzne.cz

Bike sharing

Kolemplzne.cz [“around Pilsen by bike”] is an independent non-profit initiative that aims to change how residents use the city by introducing an alternative mode of transportation in Pilsen. The project involves the sharing of bicycles that are made available on the streets 24/7. The bicycles do not need to be rented from and returned to any fixed locations, and the rental fee is very low in comparison with other paid forms of transportation.

Basic parameters

- Thirty-five new bicycles specially selected for use in the city (three speed bicycles with wide seats, racks, and baskets)
- Fully responsive website as a platform for borrowing and returning bikes
- Regular servicing; an employee who

- pravidelný servis; pracovník, který je schopen každodenní údržby poruch na kolech; redistribuce kol po Plzni v případě, že by se koncentrovala na několika místech

Provoz 9–10/2014

- 120 registrovaných uživatelů
 - 14 ročních tarifů
 - 91 měsíčních tarifů
 - 15 uživatelů po registraci bez tarifu
- 673 výpůjček
- 2 137 najetých cyklo-hodin (89 dní a 1 hodina)
- 1 097,45 ujetých km

Využití výhry ze soutěže MOVE UP!

Základní výzvou je nadále snižovat práh dostupnosti nabízené služby a rozšiřovat síť kol. Pro zahájení sezóny 2015 plánujeme:

a) plný sms provoz: implementace databáze čísel všech sloupů veřejného osvětlení včetně jejich lokalizace. Databázi čísel všech sloupů veřejného osvětlení je potřeba implementovat do Google mapy, kterou zatím systém využívá. Na této síti bodů lze postavit půjčování a vrácení kol nezávislé na webovém prohlížeči. Snížíme tak náročnost pro uživatele, službu bude moci využívat skutečně každý, kdo vlastní jakýkoliv mobilní telefon. SMS brána běží na serveru 24 hodin denně 7 dní v týdnu.

b) promotion restart: větší kampaň na sociálních sítích

Sezónu 2015 plánujeme zahájit 1. 3. 2015.

can perform daily maintenance on bicycles and would be able to redistribute bicycles throughout Pilsen in case they would be concentrated in a few areas

Operation 9–10/2014

- 120 registered users
 - 14 annual payments
 - 91 monthly payments
 - 15 users made no payment after registration
- 673 rentals
- 2,137 rented bicycle hours (89 days plus one hour)
- 1,097.45 kilometres travelled

Use of the MOVE UP! competition prize

The major challenge is to reduce the threshold for access to the offered services and expanding the bicycle network. For the start of the 2015 season, we are planning on the following:

a) Operation by texting: Create a database of all street lamp post numbers, including their locations. The database of all street lamp post numbers must be implemented in Google Maps, which is what the system currently uses. Bike rentals and returns can be based on this network of points, without relying on a web browser. This will reduce the difficulty of access for users; the service can be used by anyone who owns any type of mobile phone. The SMS text gateway operates on the server 24/7.

b) Promotion restart: a larger social media campaign

We plan on launching the 2015 season on March 1st, 2015.

KONTAKT

Mgr. Petr Pelcl: service@kolemplzne.cz
www.kolemplzne.cz

CONTACT

Petr Pelcl: service@kolemplzne.cz
www.kolemplzne.cz



2. místo v soutěži

Odměna

- prostor pro prezentaci v rámci akcí projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015
- výběr vzdělávacího kurzu z nabídky Centra pro kreativní podnikání v Plzni

2nd place in the competition

Reward

- Presentation opportunity at the Pilsen – European Capital of Culture 2015 event
- Choice of a training course offered by the Centre for Creative Business in Pilsen



All ground board

Jedinečný koncept vychází z myšlenky longboardingu a posunuje ji dál pro širší veřejnost jako možnost dopravy ve městech.

Hlavní myšlenkou konceptu All ground board je bezpečná jízda na jakémkoli povrchu. Proto bylo nutné navrhnout jedinečná kola, a tak vznikl můj návrh terénních kol. Ta jsou vyrobena na principu bezdušových kol s vyztužujícími kosticemi, díky kterým máme možnost regulovat vyztužení, například dle terénu či zkušenosti jezdce.

Speciálně navržená deska, kterou jsem

All ground board

This unique concept is based on the idea of longboarding and increases public awareness about longboards as a transportation option in cities.

Because the main idea behind All ground board is safe riding on any type of surface, unique longboard wheels had to be designed – and this gave rise to my all-terrain wheel design. These wheels are produced based on a tubeless wheel design with underwire reinforcements, allowing the rider to regulate how hard the wheels are based on the type of terrain or the rider's experience level.

konzultovala s aktivními jezdci na longboardu i mountainboardu, maximálně vyhovuje jízdě. Všechny detaily, podélné i příčné zakřivení nebo zvednutí patek, mají své praktické důvody. Bylo důležité zvládnout ergonomii desky, aby byla jízda zcela bezpečná. Estetická stránka pro mne však byla také důležitá, bylo nutné udělat kompromisy a nalézt ten pravý tvar. Nakonec zvítězila jednoduchost. Ta se ukázala efektivněji než prvoplánový design bez účelu.

Nedílnou součástí mého návrhu jsou trucky, které jsou vyrobeny z oceli a hliníku pro svou pevnost a zároveň lehkost. Horní část je přišroubována k desce a spodní ke kolům, společně tvoří pevné spojení všech částí.

The specially-designed board, which I designed with advice from active longboard and mountainboard riders, maximally adapts to riding conditions. All of the details, lengthwise and crosswise curves and the raised flange, have been implemented for practical reasons. It was important to ensure the board was ergonomic, making riding absolutely safe. Because the aesthetics were also important for me, compromises had to be made to find just the right shape. Simplicity won out in the end. This proved to be more effective than the initial design that lacked purpose.

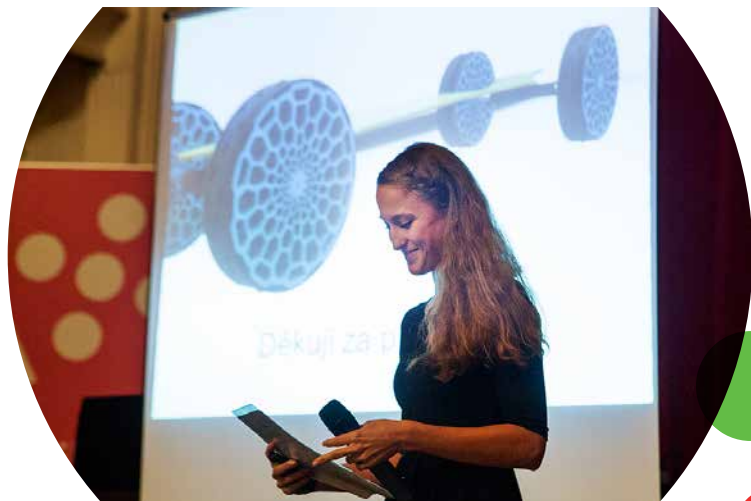
The longboard trucks, which are made of steel and aluminium for their strength and lightness, are a critical part of my design. The upper part is screwed on to the board and the lower part is screwed to the wheels, which together form a strong connection between all the parts.

KONTAKT

Monika Bartošová: bartosova.moni@seznam.cz

CONTACT

Monika Bartošová: bartosova.moni@seznam.cz



Alternativně pojatá mobilita

Myšlenka našeho projektu je v obohacení stávajících způsobů městsky-přátelské přepravy tak, aby byly pro jejich uživatele atraktivnější a tím snad i více vyhledávané.

Snad každému se už stalo, že mu autobus odjel přímo před nosem a další jel až za nepřijemně dlouhou dobu. Náš projekt má za cíl takovéto situace odlehčit. Udělat čekání na zastávce MHD o něco snesitelnější.

Jako nejjednodušší, nejtípnější a jednoduše realizovatelný způsob jsme vymysleli systém závěsných houpaček na zastávky MHD.



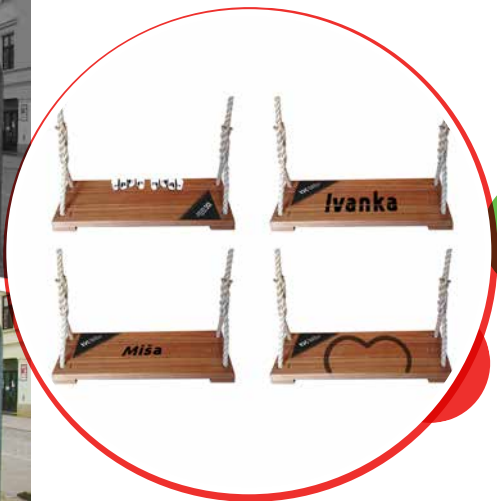
Cílem je pořídit 20 houpaček (+ 10 náhradních) a zavěsit je na již existující konstrukce přístřešků zastávek MHD. Tím vznikne prostor pro netradiční posezení, zábavu dětí a uvolnění stresu ze zmeškané tramvaje. Houpačky

Alternative mobility

The idea behind our project lies in enriching current modes of city-friendly transportation so that they may be more attractive and thus perhaps more popular among users.

Certainly everyone has had the experience of watching the bus they were supposed to catch drive away without them, with the next bus connection not scheduled to arrive for a long time. Our project aims to lighten up situations like this and make waiting at the public transportation stop a little easier to bear.

As the simplest, funniest, and easiest method to implement, we came up with a swing set system installed at public transportation stops.



The aim is to purchase 20 swings (plus ten replacements) and hang them from the shelter structures already in place at public transportation stops. This would create space for a less conventional seating

v tomto prostoru jsou netradičním zpestřením a dovolí jeho odlišné využití. Současně bude každá z nich potištěna vtipným obrázkem pro zpestření všedního dne.

area, entertainment for children, and a way to relieve stress from missing a tram or bus. The swings liven up the space and can be used in different ways. At the same time, funny images will be printed on each of the swings to add spice to everyday life.

KONTAKT

Ivana Kozlová: ivanakozlova@gmail.com
Michal Bryxi: michal.bryxi@gmail.com

CONTACT

Ivana Kozlová: ivanakozlova@gmail.com
Michal Bryxi: michal.bryxi@gmail.com



Lepší místo

Městu Plzeň nabízíme zavedení platformy Lepší místo (webové stránky + mobilní aplikaci), která funguje jako efektivní oboustranný nástroj komunikace mezi městským úřadem a občany a dá se využít v mnoha oblastech zlepšování veřejného prostoru. Oblast dopravy je jedna z nevhodnějších, neb je to palčivé téma v každém městě, řeší ho všichni účastníci nejen silničního provozu včetně chodců a hendikepovaných lidí. Na základě tipů vložených běžnými obyvateli město situaci rychle řeší a především komunikuje. Přibývá vložených tipů, vyřešených případů a spokojených občanů, kteří vědí, že radnici jejich názor zajímá a že se jím skutečně zabývá. Jedním z přínosů pro město využívající Lepší místo je transparentnost, po které dnes všichni tak volají.

Better Place

We are proposing that the City of Pilsen launch a platform titled Better Place ("Lepší místo" - website and mobile phone application) that will act as an efficient, two-way communication tool between city government and citizens that could be used in many areas of public space improvement. Transportation is one of the most suitable areas, as it is a pressing issue in every city and a problem faced by everyone on and off the road - including pedestrians and people with disabilities. The city can respond quickly to tips entered by average residents, and, most of all, the city can communicate. If implemented, the number of satisfied citizens who know that City Hall is invested in and responsive to their opinions will increase. Additionally, Better Place will improve transparency within the city, which is a topic that many would like to address.



Mezi nejčastěji vkládané a následně řešené tipy z praxe v oblasti dopravy můžeme uvést nebezpečné přechody pro chodce, špatné osvětlení, nebezpečné dopravní úseky, chybějící zrcadlo v nepřehledné zatáčce, hendikepovanými nepřekonatelný úsek, zničená dopravní značka,

From our experience in the transportation sector, we found the most frequently entered and resolved tips are safe pedestrian crossings, poor lighting, dangerous sections of road, missing mirrors at hard-to-navigate turns and intersections, areas that people with

stržený jízdní řád na zastávce MHD, rozbitá čekárna MHD, chybějící chodník apod. Nejlepšími strážníky města jsou vždy občané, kteří se pohybují po ulici denně pěšky, autem či na kole. Dejte jim šanci zlepšovat ve spolupráci s městem místo, ve kterém žijí.

disabilities cannot cross through, damaged traffic signs, timetables ripped from public transportation stops, damaged public transportation waiting areas, missing pavement, etc. Residents, who are constantly walking, driving, and riding their bikes on the streets, are always the best patrollers. Let's give them a chance to work with the city to improve the area in which they live.



Za získané finanční prostředky v případě výhry bychom proškolili vybrané úředníky, poskytli platformu - úřednickou administraci pro co nejjednodušší používání Lepšího místa a manuál pro uživatele, prezentovali bychom příklady dobré praxe z jiných měst a možnosti dalšího využití Lepšího místa (spolupráce s firmami, neziskovými organizacemi, školami).

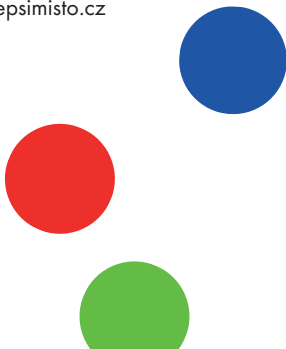
If we win, we would use the proceeds to train select civil servants and provide the platform - clerical administration to use Better Place as easily as possible and a user manual. We would present examples of good practice in other cities and options for expanded use of Better Place (collaboration with the private sector, non-profit organisations, schools).

KONTAKT

Markéta Holečková:
marketa.holeckova@lepsimisto.cz

CONTACT

Markéta Holečková:
marketa.holeckova@lepsimisto.cz



Design: Dragon Print s.r.o.

Překlad / Translation: Aspen Institute Prague, David Fuchs s.r.o. (13-20), Václav Pinkava (5-10)

Vydal Útvar koncepce a rozvoje města Plzně ve spolupráci se společností Plzeň 2015, o.p.s. a Aspen Institute Prague

Published by: Urban Planning and Development Institute of the City of Pilsen in cooperation with Pilsen 2015 and Aspen Institute Prague

www.ukr.plzen.eu, www.plzen2015.cz, www.aspeninstitute.cz