

PROSESS- OG PROSJEKTBEKRIVELSE

# SANDAKER SENTER

ET NÆRSENTER FOR ALLE - MED FOKUS PÅ MILJØ OG BÆREKRAFT

Bachelor i interiørarkitektur (BOP3103)  
Kandidatnr. 300206 29.05.2019

HØYSKOLEN KRISTIANIA

Våren 2019

Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høgskolen Kristiania. Høgskolen Kristiania er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.

## Forord

Gjennom disse tre årene på Høyskolen Kristiania har jeg gått forbi Sandaker Senter til og fra forelesning og jobb. Lite visste jeg da jeg startet at det var nettopp dette nedslitte nærsenteret som skulle bli grunnlaget for bacheloroppgaven jeg nå leverer.

Å jobbe med et bygg i nærmiljøet har gjort at denne oppgaven har blitt veldig personlig. Jeg har virkelig fått et bankende hjerte for at Sandaker Senter skal bli et sted hvor folk trives og ønsker å være, meg selv inkludert. Jeg vil takke alle menneskene jeg har møtt på veien som har delt sine erfaringer og tanker om senteret.

Tusen takk til kjæresten og samboeren min Didrik, for støttende ord, servering av middag og tålmodigheten du har vist under dette prosjektet. Jeg vet at det må ha vært frustrerende med alle papirene og rotet som har bodd på stuebordet de siste månedene. Å skulle skrive denne oppgaven har vært krevende, lærerikt og ikke minst gøy og du har virkelig bidratt til å gjøre prosessen lettere. Til slutt vil jeg rette en stor takk til veilederen min Siv Berg-Larsen, som fra første stund viste stort engasjement for temaet og ga meg motivasjon til å utvikle oppgaven videre. Tusen takk for åpenheten og visdomsordene. Fremdriften til prosjektet ville ikke vært den samme uten alle deadlinene.

Den første oppgaven vi gjennomførte på studiet var en observasjon på et kjøpesenter. Det føles riktig å slutte ringen der den startet og kunne vise til hva disse tre årene har lært meg.

Takk for meg!

Oslo, 29.05.2019, 300206

## Sammendrag

Sandaker Senter ligger sentralt i bydel Sagene i Sandakerveien 59. Bydelen består av Torshov, Sandaker, Bjølsen, Iladalen og Sagene og er en bydel som har gjennomgått en betydelig demografisk endring de seneste årene. Det har vært et tydelig ønske fra Obos Eiendom som eier senteret og lokalmiljøet - at senteret skal oppgraderes og tilpasses bydelens fokus på miljø og den nye alderssammensetningen, der majoriteten er kvinner og menn i alderen 20-39 år (med hele 55%).

Gjennom oppgaven har jeg jobbet med problemstillingen som stiller spørsmål til hvordan *interiørarkitektur kan bidra til å gjøre Sandaker Senter til en grønn, attraktiv og inkluderende møteplass som bydelen kan være stolt av?*

Det har blitt drøftet hvordan kjøpesenter-modellen har utviklet seg opp gjennom årene og hvordan man bør møte forbrukerne gjennom en mer opplevelsesbasert handleopplevelse i en tid med kjøpesenterdød. En viktig del av research-fasen har vært observasjonene som er gjort på Sandaker og andre nærsentre. Det ble også gjennomført en undersøkelse hvor beboerne i bydelen fritt kunne skrive sine assosiasjoner til - og ønsker for senteret. Her var det en stor andel som beskrev brukte negative ord som traust, umoderne og belastet. Det var også mange som skrev at det var lite i positiv forstand og praktisk. Det folk ønsket seg mest var en ny klesbutikk istedenfor dagens Bogerud tekstil, grønnsaksbutikk og generelt butikker av bedre kvalitet.

Basert på oppdagelsene som har blitt gjort underveis har jeg utviklet et bærekraftig konsept som utfordrer måten mange tenker dagens nærsentre på. Konseptnavnet "En urban oase" bygger på at vi som mennesker trekker mot vannhullet hvor vi kan få dekket de behovene vi trenger, men også for å være omringet av natur og grønne vekster.

Løsningen presenterer et grønt og moderne senter som retter seg mot målgruppen, med miljøvennlige butikktilbud, offentlig takhage og sosiale soner hvor man kan treffe venner eller lese en bok fra biblioteket.

## Innholdsfortegnelse

<b>1.0 Innledning</b>	<b>5</b>
1.1 Bakgrunn for prosjekt	5
1.3 Problemstilling	5
1.4 Forutsetninger og avgrensninger	5
1.2 Formålet ved prosjektet - tema?	<b>6</b>
<b>2.0 Teori</b>	<b>6</b>
2.1 Interiørarkitektur og det offentlige rommet	6
2.2. Kjøpesenteret	7
2.2.1 Det moderne kjøpesenteret - Shopping mall	7
2.2.2 Department store	7
2.2.3 Arkade - Arcades	8
2.3 Fornebu S	9
2.4 Kjøpesenterdød	9
2.5 Sustainist design	9
<b>3.0 Metodebruk og datainnsamling</b>	<b>10</b>
3.1 Statistikk	10
3.2 Befaring	11
3.2.1 Sandaker senter	11
3.2.2 Andre nærsenter	11
3.3 Feltundersøkelse	12
3.4 Spørreundersøkelse	12
3.5 Travel log	13
<b>4.0 Kreative metoder</b>	<b>13</b>
4.1 SWOT-Analyse	<b>13</b>
4.2 Visuelt Tankekart	14
4.3 Verdibasert brainstorming	14
4.4 Skissering	15
<b>5.0 Konsept</b>	<b>15</b>
<b>5.1 Konseptbeskrivelse</b>	<b>15</b>
5.2 Målgruppe	16
<b>6.0 Redegjørelse for interiørfaglige valg</b>	<b>16</b>
6.1 Planløsning	16
6.1.1 Inngang B	16

6.1.2 Torget	17
6.1.3 Innvendig handlegate	17
6.1.4 Inngang C	17
6.1.5 Urban takhage	18
6.2 Skilting	19
6.3 Kunstig lys	19
<b>7.0 Bærekraftige tiltak</b>	<b>19</b>
7.1 Naturlig lys	19
7.2 Plantevegg	20
7.3 Grønt tak	20
7.4 Arealutnyttelse	21
7.5 Innemiljø	21
<b>8.0 Konklusjon</b>	<b>22</b>

## Litteraturliste

**Vedlegg 1. Befaring Sandaker Senter**

**Vedlegg 2 - Befaring og observasjon andre nærsentre**

**Vedlegg 3 - Spørreundersøkelse**

**Vedlegg 4 - Swot-Analyse - Sandaker Senter**

**Vedlegg 5 - Visuelt tankekart**

**Vedlegg 6 - Verdibasert Brainstorming**

**Vedlegg 7 - Skisser**

## 1.0 Innledning

### 1.1 Bakgrunn for prosjekt

Sandaker Senter ligger i Sandakerveien 59, i bydel Sagene i Oslo. Som Oslos tettest befolkede bydel er den i kontinuerlig vekst og endring. Store industriområder langs Akerselva er blitt gjort om til boligområder og det nyeste påbegynte boligområdet er Torshovhøyden vis-à-vis Sandaker senter. Med en stor sosial spennvidde i befolkningen og en ny alderssammensetning har det foregått et synlig skifte i befolkningens behov de seneste årene (Sagene bydel 2014). Et behov som Sandaker Senter per dags dato ikke oppfyller. Senteret som ble bygd i 1976 fremstår som slitt og utdatert og som nærsenter har det potensialet til å spille en enda større rolle i lokalmiljøets mål om å være en grønn bydel.

### 1.3 Problemstilling

Basert på det det avdekkede behovet og krav fra Obos og lokalmiljøet er følgende problemstilling formulert:

*Hvordan kan interiørarkitektur bidra til å gjøre Sandaker Senter til en grønn, attraktiv og inkluderende møteplass som bydelen kan være stolt av?*

### 1.4 Forutsetninger og avgrensninger

Løsningen som blir lagt frem kan regnes et mulighetsstudie. Det finnes derfor løsninger hvor det ikke blir gått i detalj. Sandaker Senter består totalt av tre etasjer. For å avgrense oppgaven kommer jeg ikke til å ta for meg kjellerarealer, biblioteket (starter oppussing juni 2019), interiør i utleide butikkarealer, tekniske rom, parkeringsgarasje og utleide lokaler i 2. etasje. Enkelte av arealene ovenfor blir berørt for å kunne få ønsket løsning. Det er prosjektert løsninger for følgende arealer:

- Fellesarealer innenfor kjøpesenteret i 1. etasje.
- Inngangsparti B og C med fasade og vindfang.
- Arealfordeling 1. + 2. etasje.
- Det som blir offentlig takareal over 1. etasje.

Tegningene som er utarbeidet er basert på observasjoner gjort på stedet, rømningsplan, og plantegning tilsendt av AMB Arkitekter og OBOS. Tegningenes mål og nøyaktighet avhenger derfor av at tegningene man har tatt utgangspunkt i stemmer. Ventilasjon og El-

installasjoner, foruten lokasjon for belysning, vil ikke ha prosjekterte løsninger. Det vil ikke bli fremlagt budsjett for de prosjekterte løsningene.

## **1.2 Formålet ved prosjektet - tema?**

OBOS Eiendom AS, som er eiere av senteret, jobber med et mulighetsstudie for senteret og jeg håper at denne oppgaven kan bidra til å gi nye ideer og innspill i denne prosessen. Obos uttaler også at de ønsker at Sandaker Senter skal være et miljøsenter. Dette går godt sammen med bydelens fokus på at kultur og miljø bidrar til å øke befolkningens livskvalitet og det faktum at Oslo er kåret til Europas miljøhovedstad 2019. Det blir naturlig at disse verdiene og tankesettene skal reflekteres i oppgaven.

Gjennom interiørarkitektur ønsker jeg å transformere Sandaker Senter til en inkluderende og sosial møteplass som appellerer til en ny og utvidet målgruppe gjennom en bærekraftig tilnærming. Løsningen skal ivareta interessene til de som allerede bruker senteret aktivt i dag samtidig som den skal henvende seg til “den nye generasjonen”. Gjennom oppgaven viser man at senteret kan bli et positivt løft i lokalmiljøet som gir noe tilbake til befolkningen og som de kan være stolte av. Det er viktig at løsningen kan bidra til å bryte ned de negative assosiasjonene mange har til senteret.

## **2.0 Teori**

### **2.1 Interiørarkitektur og det offentlige rommet**

Arealene interiørarkitekter arbeider med utfordres og strekkes. I boken Interiørarkitektur av Ellen S. Klingenberg er det et kapittel basert på Kaja Kosonen Geirans artikkel fra Arkitektnytt (2014). Hun forteller om hva urbanister og interiørarkitekter har til felles og hvordan byrommet og bygningsrommene glir mer og mer over i hverandre og hvordan man nå også møblerer uterommet.

I utformingen av nye bygninger som huser offentlige tilbud, ser vi at overgangen mellom byrommene og rommene i husene blir stadig mer flytende. Fortetting av byene presser byens uteareal og tvinger planleggerne til bedre utnyttelse av de stadig

trangere uterommene som blir til overs. Interiørene flyttes ut i byen, og byrom innredes med møbler etter mønster vi kjenner igjen innenfra. - Kaja Kosonen Geiran (Ellen S. Klingenberg, 2017, 34).

Det er basert på denne forståelsen av interiørarkitektur at jeg også har valgt å ta for meg utearealene på taket og fasade med inngangsparti.

## **2.2. Kjøpesenteret**

For å gi et bilde av hvordan utviklingen til kjøpesenteret har vært og hva jeg jobber med ønsker jeg å trekke frem tre modeller. De tre modellene er viktig for hvordan de norske kjøpesentrene vi kjenner til i dag er utformet, til tross for at de færreste følger den ene eller den andre modellen slavisk. Alle de nevnte kategoriene kan på norsk omtales som kjøpesenter.

### **2.2.1 Det moderne kjøpesenteret - Shopping mall**

Det første moderne kjøpesenteret ble tegnet av den Amerikanske Arkitekten Victor Gruen (1904-1980) og stod ferdig i 1954 i forstaden Detroit. Gruen regnes av mange for å være det moderne kjøpesenterets far, en tittel han i senere tid uttalte at han ikke ønsket (Quartz, 17. juli 2015). Han hadde en visjon om å urbanisere forstedene i USA. Han tegnet kjøpesentre med fontener, kunstinstallasjoner, store parkeringsplasser og hadde et sterkt ønske om at de, i tillegg til å romme butikker, skulle ha plass til skoler og helsesenter (Quartz, 17. juli 2015). Gruen omtalte senteret som følgende: "Provide the needed place and opportunity for participation in modern community life that the ancient Greek Agora, the Medieval Market Place and our own Town Squares provided in the past."

### **2.2.2 Department store**

I tillegg til det moderne kjøpesenteret har vi den kjente britiske modellen som går under navnet "department store". Et fenomen som oppstod på 1900-tallet da Harry Gordon Selfridge åpnet Selfridges på Oxford Street i London i 1909 (Lynne Mesher, 2010). For første gang var et bredt utvalg av produkter samlet under ett tak og brukeropplevelsen stod i fokus.



Steen & Strøm er et norsk kjøpesenter som bygger på denne modellen hvor det er åpne etasjer hvor du kan gå i blant alle produktene og merkene uten å gå inn eller ut av en fysisk butikk.

Selfridges today is more than just the sum of it's products - it's a shopping experience that promises to surprise, amaze and amuse its customers by delivering extraordinary customer experiences. - Harry Gordon Selfridge (Selfridges, our heritage)

### 2.2.3 Arkade - Arcades

Til slutt har vi det som omtales som en Arkade. Arkaden er et offentlig sted for shopping, sosialisering, underholdning og politisk engasjement, som først oppstod i Paris etter den franske revolusjonen (Lynne Mesher, 2010). Lynne beskriver arkaden som en handlegate med butikker på begge sider som er koblet sammen gjennom et glassatrium som slipper inn naturlig lys og skaper en kobling mellom interiør og eksteriør. Butikk-fasadene har samme arkitektoniske uttrykket og må forholde seg til regler om skilting og grafikk. Sandaker Senter kan på mange måter minne om en Arkade med sin lange handlegate og buehvelv som i dag har en smal rad med vinduer for naturlig dagslys.



Kilde: Hentet fra flickr, fotograf: Jean-François Gornet. Bildet viser Galleri Véro-Dodat som ble bygd i 1826 i Paris.

## 2.3 Fornebu S

Fornebu S åpnet i 2014 og er verdens første kjøpesenter med BREEAM-NOR Outstanding-sertifisering. Senteret har solcellepark og grønne arealer på taket samt solcellepaneler på fasaden. Det er et prosjekt det er interessant å se nærmere på da de også har lagt fokus på opplevelsen til forbrukere. I fellesarealene har de det de kaller “miljøsøyler”. Dette er søyler med informasjon om miljøet og hvordan de har oppnådd den høyeste BREEAM-sertifiseringen. Det er også mulig å spille spill og du kan få spørsmål om miljøet. I tillegg har de et opplegg for barn og unge som heter “miljøjakten” som er en reise rundt i senteret (Fornebu S).

## 2.4 Kjøpesenterdød

Kjøpesenterdød er et fenomen som har vært spesielt synlig i USA. Sentrene tømmes for butikker og blir stående tomme og forfaller. Det er mye omtale i media om at dette skjer som følge av netthandel, men som David Bach skrev for E24, den 3. februar 2018, er det stor sannsynlighet for at dødsspiralen handler om dårlig senterledelse og mangel på innovasjon. Kjøpesentrene må i større grad se til befolkningen og deres endrede behov. Bach trekker i likhet med mange andre frem at nå er det opplevelsen som er viktig. Vi reiser mer enn før og besøker steder som tar seg godt ut på sosiale medier.

## 2.5 Sustainist design

Sustainable design x social design = Sustainist design

“Sustainism” - Et konsept laget av Michiel Schwars og Joost elffers. Konseptet setter lys på den nye konteksten med globalisering, bærekraft, delingsøkonomi og gjenoppblomstringen av det lokale. I boken “Sustainist design guide” skriver Michiel Schwars og Diana Krabbendam og hvordan vi er på vei inn i en ny era. Både globalt og lokalt skjer det en stor bevegelse hvor mentaliteten hos menneskene har skiftet over til tanken om å leve bærekraftig. Boken handler om hvordan vi som designere kan designe for samfunnet på en bærekraftig måte. Et av sitatene jeg har bitt merke i er “Local is a quality, not a place marker.”. Teorien om “sustainist” design passer godt inn i bydel Sagene som på mange måter praktiserer dette allerede. Samvirke er et ord som blir flittig brukt i bydelen. Ved å designe en takhage som er tilgjengelig for alle skaper man en lokal arena hvor beboerne i bydelen kan

møtes, dyrke egne grønnsaker eller slappe av i grønne omgivelser. Det er en perfekt kombinasjon av å gi noe til bydelen, samtidig som det også gagnar miljøet med flere grøntarealer i bydelen.

### **3.0 Metodebruk og datainnsamling**

#### **3.1 Statistikk**

For å få et større innblikk i de demografiske forholdene i bydel Sagene har jeg hatt stor nytte av den strategiske planen som er lagt fram av bydelen. Tallene som blir lagt frem er hentet inn fra Oslo kommunes statistikkbank, men presentert i Oslo kommunes befolkningsframskrivninger fra 2018 og Bydel sagenes strategiske plan 2014-2016 og 2017-2020.

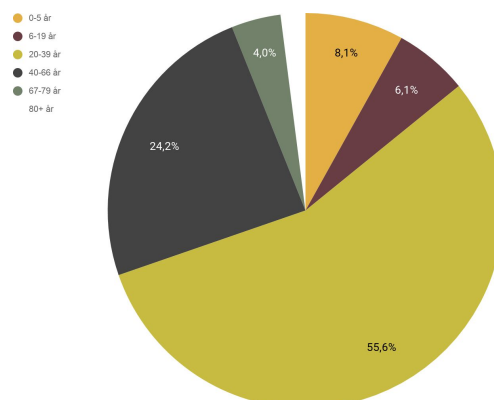
Det kommer blant annet frem at den største prosentandelen av innbyggerne i bydelen er i aldersspennet 20-39 år, med hele 55%. Den nest største sammensetningen er de fra 40-66 år som utgjør 24%. Dette er med på å bekrefte endringen i alderssammensetningen som også er synlig når man oppholder seg i lokalmiljøet. Det vises også til at nivået for høyere utdanning er høyere enn gjennomsnittet i Oslo generelt som ligger på 45% og 56% i bydel Sagene. Basert på tallene ovenfor har jeg utarbeidet en bred målgruppe med kvinner og menn i aldersspennet 20-66 år som jeg ønsker å jobbe mot når jeg utarbeider løsninger i prosjektet (Dette utdypes ytterligere i presentasjonsmappen og under kapittelet “konsept - målgruppe”).

I rapporten fra bydelen peker de spesielt på utfordringer som følge av den demografiske endringen.

- Forskjellen mellom folk blir større, innen blant annet bokvalitet, inntekt, utdanning, helse og muligheter for aktiv samfunnsdeltakelse.

De skriver at bydelen har Oslos høyeste tetthet av kommunale boliger, med ca. 2300 leiligheter og at samtidig som innbyggerne blir rikere vil de som har minst bli mer synlige og tydeliggjøres (Bydel Sagene, 2014). Dette understreker viktigheten av å skape et tilbud som retter seg mot en bred målgruppe, som er inkluderende og som kan gi noe tilbake til lokalsamfunnet.

Til tross for at bydelen er kåret til Oslos grønneste bydel opptil flere ganger er det en av bydelene som har minst grøntareal fordelt på antall innbyggere. Grønnstrukturen er presentert i m2 per person og viser 16 m2 (2014). Totalt antall innbyggere i bydelen er cirka 42.000 og vil være nærmere 47.000 i 2029 (Oslo kommunes befolkningsframskrivninger, 2018). Dette betyr at det i fremtiden vil bli enda viktigere å skape grøntområder for rekreasjon i tiden fremover.



Kilde: Diagram basert på tall hentet fra Sagene bydel strategisk plan 2014-2016. Alderssammensetning.

## 3.2 Befaring

### 3.2.1 Sandaker senter

Denne oppgaven innebærer rehabilitering og forskjøning av eksisterende bygg, samt utbedre senterets arealutnyttelse. Det er derfor naturlig å foreta en befaring av bygget for å se hvilke tiltak som behøves og for å kartlegge eksisterende bygningsmasse. Befaringen gir et bedre bilde av - og større forståelse for de eksisterende tegningene da det er mange strukturer og elementer som ikke fremgår på enkelte tegninger.

Befaringen av Sandaker Senter er noe av det første jeg gjorde da jeg startet prosjektet og er dokumentert gjennom bilder og beskrivelse i vedlegg 1.

### 3.2.2 Andre nærsenter

Gjennom observasjon har jeg sett på hvordan andre urbane kjøpesentre i både stor og liten skala har utformet sine fellesarealer. Sentrene jeg har besøkt ligger i tilknytning til sentrale knutepunkt og består av Byporten i Oslo sentrum, Sandens i Kristiansand sentrum, CC Drammen og Torgbygget i Nydalen. Se vedlegg 2.

### 3.3 Feltundersøkelse

Feltarbeid er en kvalitativ metode som handler om å studere mennesker og fenomen i deres egne sosiale omgivelser. Gjennom å bruke feltarbeid som metode får forskeren innsikt i det som studeres via deltagende observasjon. Analysen av dataen som samles inn analyseres parallelt med feltarbeidet og kan bestå av alt fra bilder til tekst (Hans Erik Næss og Lene Pettersen, 2017, s 85).

I feltundersøkelsen har jeg sett nærmere på hvordan publikum bruker Sandaker Senter i dag og hvordan det er tilrettelagt som en sosial arena. Jeg har sett nærmere på hvordan menneskene som bruker senteret orientere seg og hvilke løsninger som ikke fungerer slik de er i dag. Observasjonene er gjort over en lengre periode. Dette har gitt en dypere forståelse for hvem som bruker senteret og hvordan det brukes. Samtidig har det bidratt til en rekke nye oppdagelser som jeg ellers ikke ville ha gjort ved å kun besøke senteret ved noen få anledninger. For å lese notater fra undersøkelsen med bilder vises det til travel-log.

### 3.4 Spørreundersøkelse

Spørreundersøkelse er en av de mest kjente metodene innenfor samfunnsvitenskapen. Vi skiller mellom skriftlig og muntlig innsamling. Skriftlig innsamling innebærer at respondenten svarer på spørsmålene selv, enten på internett eller på papir og er metoden som er benyttet i dette tilfellet. (H. E. Næss, L. Pettersen, 2017, 132). Metoden ble brukt med samme hensikt som et brukerintervju. Svarene gir innsikt i behov, positive og negative inntrykk og hva de savner med dagens løsning. For å få svar fra flest mulig innenfor målgruppen ble undersøkelsen publisert på Facebook-gruppen "Sageneportalen". Det er en lukket gruppe med over 3000 medlemmer som bor i bydel Sagene. Undersøkelsen ble gjennomført anonymt og bestod av fire spørsmål hvor to av disse var åpne spørsmål. Dette ble gjort for å få mest mulig informasjon ut av de som svarte. Det var totalt 100 respondenter.

Nesten alle som svarte var innenfor målgruppen for oppgaven, med aldersspennet 20-66 år. Noe av det som gikk igjen var ønsket om grønnsaksbutikk, klesbutikk for damer av typen Lindex og Hennes og Maurits, flere eller bedre spisesteder, færre Nille-lignende butikker og mer av noe annet, gjennomgang til biblioteket og lengre åpningstid.

Gjennom assosiasjon-ordene var det tydelig at folk synes senteret er trist, trangt, kjedelig og traust, men også praktisk, lavterskel og positivt på grunn av vinmonopolet og en god matbutikk. Det ble viktig å snu det negative bildet av senteret. Spørsmål og svar presenteres i vedlegg 3..



Kilde: Ordsy. Hvilke tilbud savner du på Sandaker Senter?

Kilde: Ordsy. Hvilket ord assosierer du med Sandaker Senter?

### 3.5 Travel log

Gjennom prosjektet har jeg skrevet en travel log, en dagbok som viser reisen gjennom dette prosjektet fra start til slutt. Den viser til bilder, tanker og tekster som på en eller annen måte har vært med på å forme oppgaven eller bidratt i prosessen. Det er også her jeg har samlet alle observasjoner og case-studier som har blitt gjort underveis. Ved å samle alle data på ett sted har jeg fått en dypere forståelse for problemstillingen og temaet jeg har undersøkt. Bare å skrive boken i seg selv har vært en kreativ prosess som har gjort at jeg har oppdaget ting på nytt. Loggen er levert som et eget dokument og del av oppgaven.

### 4.0 Kreative metoder

#### 4.1 SWOT-Analyse

Med utgangspunkt i observasjonene som ble gjort under befaringer og feltundersøkelse har jeg utarbeidet en SWOT-analyse. Analysen kartlegger og systematiserer styrker, svakheter, muligheter og trusler med dagens løsning på Sandaker Senter. SWOT-analyser brukes ofte for å avdekke løsningsforslag, enkelte produkter og deres markedspotensial (Lerdahl 2007, 75). Som resultat av SWOT-analysen fikk jeg oversikt over hvilke områder jeg ville utbedre og arbeide med videre i prosjektet. En av tingene som ikke vil bli prosjektert er løsning for inngangene på baksiden av bygget ut mot Sandaker Borettslag. Analysen har også vært en fin

oversikt å se tilbake på underveis i prosjektet som en påminnelse om hvordan det er i dag. For å se hele analysen se vedlegg 4.

#### **4.2 Visuelt Tankekart**

Metoden visuelt tankekart er utviklet av Tony Buzan og skal gi en oversikt og frembringe assosiasjoner raskt. I tillegg til å skrive ned assosiasjonene lages det enkle illustrasjoner og ikoner underveis (Erik Lerdahl, 2017).

Jeg startet med å skrive ned hovedordet, Sandaker Senter, på et ark for så å notere ned alle ord jeg assosierte med hovedordet. Underveis brukte jeg tusjer med ulike farger for å koble sammen ord og tegne illustrasjoner. Metoden er nyttig for å kartlegge og strukturere tankene man har i startfasen av prosjektet. For meg var dette en metode som bidro til forslag av butikker med miljøprofil, som Floke frisør, bruktbutikk, samt forslag til å innføre papirposer hos alle butikkene på senteret. For å se hele tankekartet se vedlegg 5.

#### **4.3 Verdibasert brainstorming**

Etter å ha gjennomført de ovennevnte kreative metodene, research og observert senteret opptil flere ganger, har jeg fått et bilde av hvilke verdier jeg ønsker at senteret skal gi til de som besøker det og nærmiljøet. Verdiordene er *stolthet*, *trivsel* og *dynamisk*.

Gjennom en verdibasert brainstorming har jeg skrevet ned verdiordene på et stort ark og assosiert rundt de tre ordene (se vedlegg 6).. Dette er en metode som er spesielt relevant i prosjekter der vi tidligere har utformet en visjon eller ønskede verdier for valgt løsning. I tillegg til å gi nye ideer, kan metoden hjelpe oss til å bli enda klarere på hva slags verdier vi strekker oss etter i prosjektet (Erik Lerdahl, 2017, s. 118). Etter å ha notert alle assosiasjonene har jeg generert ideer knyttet til hvordan verdiordene og assosiasjonene kan bidra til å løse problemstillingen. Til slutt har jeg streket under de ideene som jeg føler er verdt å ta med videre i prosjektet.

#### 4.4 Skissering

I skisseprosessen har jeg brukt mye tid på å analysere den eksisterende planløsningen for å se på hva som fungerer og ikke fungerer i dag. Hvilke butikker må flyttes, fjernes og hvilke kan få bli for å skape den rette opplevelsen for kunden.

Ett av områdene jeg har sett ekstra mye på er inngangspartiene fra gateplan da dette er områder som fungerer spesielt dårlig i dag. Et utvalg skisser kan ses i vedlegg 7.

### 5.0 Konsept

#### 5.1 Konseptbeskrivelse

Gjennom fordypning i problemstillingen har jeg kommet frem til følgende konsept:

Sandaker Senter - En urban Oase.

Konsept-navnet “En urban oase” bygger på at vi som mennesker trekker mot vannhullet hvor vi kan få dekket de behovene vi trenger, men også for å være omringet av natur og grønne vekster. Som en kontrast til slik mange oppfatter Sandaker Senter i dag er konseptet basert på ønsket om at Sandaker Senter skal bli et åpent og grønt samlingspunkt uavhengig av bakgrunn og livssituasjon. Denne grønne oasen skal kunne tilby det en trenger i det daglige liv i form av butikker og servicetjenester. I tillegg skal det ha et ikke-kommersielt tilbud i form av felles grøntarealer på taket med mulighet for å dyrke spiselige vekster og som et sted for rekreasjon i grønne omgivelser, midt i byen. Atmosfæren inne i senteret skal oppleves som levende i form av grønne planter og være en glidende overgang fra byen som befinner seg på utsiden. Ved hjelp av rikelig dagslys fra tønnehvelvet i glass over handlegaten skal man føle at man befinner seg et sted mellom ute og inne.

Urban [urba:ˈn] - Adjektiv

**ETYMOLOGI** av latin

“Urban, bymessig, typisk for byer, som har med byer og bykultur å gjøre; belevn, høflig; kultivert, dannet.”

(Store norske leksikon, 2018.)



Oase [oa:ˈsə] - Substantiv.

**ETYMOLOGI** av gresk

“Oase, et område i en ørken der det er tilgang på ferskvann, og derfor grunnlag for vegetasjon og ofte betydelig bosetning. Vanntilførselen kan komme fra grunnvannskilder” (Store norske leksikon, 2018).

## 5.2 Målgruppe

Målgruppen er satt basert på funn gjort i research-fasen. Målgruppen for den valgte løsningen er kvinner og menn i aldersspennet 20-66 år. De er urbane, opptatt av miljøet og bor i bydel Sagene. De foretrekker nye Sandaker Senter som sitt nærsenter og bruker det som en sosial møteplass hvor de kan dra på kafé, møte venner og familie eller lese en bok de har lånt på biblioteket i et mer dynamisk miljø.

## 6.0 Redegjørelse for interiørfaglige valg

### 6.1 Planløsning

Den endelige løsningen presenterer forslag til plassering av 24 butikker og servicetjenester med utvidet åpningstid hos Narvesen. Prosjektets bygg består av tre etasjer med fem innganger til senterets butikk-kjerne. Den nye planløsningen omfatter endringer mellom inngang B og C i 1. etasje, takareal og deler av utleide arealer i 2. etasje hvor etasjeskillet ned til 1. etasje har blitt fjernet for å gi de besøkende en bedre romopplevelse. Den nye løsningen viser et nytt forslag til butikker og spisesteder som bygger opp under temaet om at dette skal være et grønt senter. Det er lagt stor vekt på at fellesområdene skal ha en god og luftig atmosfære. I 2. etasje viser plantegningen utnyttelsen av byggets mange kvadratmeter med flatt tak. Det er prosjektert grøntarealer med kolonihage, uteservering og urtehage i tilknytning til matbutikken.

#### 6.1.1 Inngang B

Inngang B er kjøpesenterets hovedinngang inn fra Sandakerveien. Den originale plasseringen av inngangen gjør at det står en trapp midt i vindfanget. På grunn av trappens bærende funksjon består trappens plassering og den nye inngangen er flyttet nærmere biblioteket og byggets sørside for å oppnå et luftigere og synligere inngangsparti. Den nye plasseringen er der vinmonopolet befant seg tidligere. Vinmonopolet befant seg originalt i det eneste lokalet

med store vinduer ut mot gateplan, dette oppfattet jeg som unødvendig og dårlig utnyttelse av de store vindusflatene. Flytte av inngangen gjør også at det er plass til sittebenker i fellesarealet innenfor vindfanget som nå åpner seg opp inn mot et stort og luftig torg med overlys.

### 6.1.2 Torget

Det nye torget er arealet i enden av handlegaten, mot inngang B. Den nye planløsningen presenterer en utvidet og mer åpen løsning hvor deler av torget ligger der Vinmonopolet var plassert tidligere. Fellesområde har plass til arrangementer som små konserter, boksigneringer og lignende. Fra torget er det også gjennomgang inn til biblioteket via kafeen. Store deler av torget har dobbel takhøyde med overlys. Den originale løsningen består av et buehvelv i perforert bølgeblikk. Under overlyset er det tegnet opp innbydende sittegrupper i form av både faste og løse møbler samt senterinformasjon. Det er også et naturlig sted for byttebod og utleie av handlenett som allerede er etablert på senteret, men som ikke har en naturlig plassering i dag.

### 6.1.3 Innvendig handlegate

Handlegaten er en lang, smal tarm som strekker seg gjennom hele senteret. I dag er det åpent mellom etasjeskillet opp til 2. etasje og tønnehvelv, noe som gir god takhøyde i hele handlegaten. Den nye løsningen viser at materialene i tønnehvelvet over handlegaten skal byttes ut med glassvinduer.

I midten av handlegaten er butikkfasadene skjøvet innover for å gi et mer romslig fellesareal og for å skape et naturlig stoppested. Resultatet er et miljø med plass til sittegrupper og benker. Det er også plass til utstilling utenfor butikkene, noe som skape et mer dynamisk uttrykk og opplevelse. Som følge av at tønnehvelvet skal bli glass er det innført en rekke grep for å forbedre akustikken i handlegaten. Dette er gjort ved bruk av systemhimling, akustisk spilehimling ut mot handlegatene midtgang og den lange planteveggen som strekker seg gjennom hele handlegaten.

### 6.1.4 Inngang C

Inngang C ligger på byggets nordside ut mot Sandakerveien. I dag må man ned en utvendig smal trapp for å komme til døren. Den nye løsningen åpner opp mellom etasjeskillet til 2.

etasje og hever gulvet slik at det blir inngang direkte fra gateplan. Den nye inngangen byr på en innvendig trapp som erstatter trappen som tidligere var på utsiden og tar deg ned til samme nivå som resten av senterets 1. etasje. Dette er en løsning som bidrar til en synligere og mer tilgjengelig inngang med større lysinnslipp. På denne måten unngår man pinlige møter i trappen ned til inngangen hvor man tidligere måtte vente på sin tur for å gå opp eller ned. De store vindusflatene bidrar også til å pirre nysgjerrigheten til de forbipasserende, noe som kan resultere i et økt antall besøkende på sikt. I vindfanget er det tegnet sittebenker, miljøstasjon og grønne vekster da dette er et sted hvor mange av de eldre bruker å sitte den dag i dag.

#### 6.1.5 Urban takhage

Taket over 1. etasjen mot Sandaker borettslag er tegnet som byhage. Taket er delt inn i fem seksjoner hvor den ene ligger over Coop Mega, den andre befinner seg over diverse butikker og den tredje ligger over vinmonopolet sammen med deler av biblioteket. Seksjon fire består av taket over biblioteket ut mot Sandakerveien. Seksjon fem består av taket over senterets 2. etasje ut mot Sandakerveien.

Seksjon 1 er prosjektert som utleid areal til Coop Mega med hage og bikuber (Detaljert løsning utarbeides i regi av Coop). Seksjon 2 blir et fellesareal som er åpent og tilgjengelig for alle. Deler av leilighetene i Sandaker borettslag ligger inntil senteret og 1. etasjen har balkong inn mot taket (Se figur 6.1). Av hensyn til beboerne er alle fasiliteter tegnet minst tre meter fra leilighetene. Det er også tegnet et gjerde som skal hindre at folk går over til leilighetene. Arealet mellom leiligheten og fellesarealet vil likevel være dekket av grønne vekster. Takhagen vil ha vekstkasser, stier og sitteplasser. Seksjon tre er tiltenkt den enn så lenge fiktive spisestedet Kolonihagen Sandaker, basert på det eksisterende konseptet Kolonihagen (Detaljert løsning utarbeides i regi av Kolonihagen). Seksjon fire er tiltenkt biblioteket, dette er en løsning som biblioteket allerede er i dialog med Obos om og som har blitt presentert på Deichmanskens infomøte 25. april 2019. Seksjon 5 er prosjektert som solcellepark. Løsningen med Solceller utdypes under kapittel 7, Bærekraft.



Kilde: Bildet er hentet fra en finn-annonse publisert i 2018 på en bolig i Åsengata 4A. Bildet viser hvordan leiligheten i 2. etasje ut mot Sandaker Senter kun har ca. en meter avstand opp til senterets tak.

## 6.2 Skilting

Det er fremlagt forslag til skilting i presentasjonsmappen. Dette er gjort gjennom rendringer som viser hvordan hensiktsmessig skilting kan foregå. Det er presentert forslag til enkle, letteste symboler i hvit folie på sort bakgrunn. Symbolene som er brukt er allerede en del av den grafiske profilen til Sentralen i Oslo og er utviklet av et designfirma. Det er derfor kun vist som et prinsipp for hvordan det *kan* gjøres.

## 6.3 Kunstig lys

Den eksisterende løsningen har alt for lite lys. Lokalet oppleves som trist og mørkt. I himlings- og belyningsplanen presenteres det forslag til bruk av ulike typer belysning for å skape en stemning i lokalet og ikke få det kalde, krispe uttrykket jeg har observert på mange andre sentre. Det er benyttet generell belysning samt pendler som henger i tønnehvelvet for å skape et blikkfang og dele opp den lange gaten i soner. All belysning er LED, en kontrast til de eksisterende halogenpærene som er benyttet.

En viktig funksjon for belysningen som er valgt er å synliggjøre inn/utganger og informasjonspunkt. Dette er gjort ved at LED-profiler er felt inn mellom trespiler i tak og vegger og blir med ett naturlige ledelinjer og trekkpunkt.

## 7.0 Bærekraftige tiltak

### 7.1 Naturlig lys

En av utfordringene i denne oppgaven har vært å få åpnet opp fasaden ut mot gaten. Både for at forbipasserende skal få et større innblikk i hva som befinner seg inne på senteret, men også

for å få mer lys inn i lokalene som i dag oppleves som mørke. Forbigående publikum kommer ofte fra siden og har kun noen få sekunder til å gjøre seg opp et inntrykk av butikkene. Hvis en butikkfront tillater innsyn langt inn i butikken, vil kundens synsvinkel øke samtidig som det øker visningstiden for kunden som går forbi (William R. Green, 2011).

Ved å flytte inngangen til senteret i den nordlige enden, opp på gateplan og dermed åpne opp etasjeskillet til 2. etasje har det resultert i et åpent og luftig inngangsparti med rikelig naturlig dagslysinnslipp gjennom store vindusflater. Hovedinngangen i sydenden er flyttet slik at det naturlige lyset ikke blir stoppet av den store trappen som står midt i vindfanget. Dette skal også bidra til at det er lettere å orientere seg og åpnet opp mot et stort torg.

Et av de største grepene for å få inn mer dagslys har vært å bytte ut den perforerte bølgeblikken i buehvelvingen med glass. Dette gjør at det blir et gjennomgående naturlig lysinnslipp gjennom hele senterets handlegate og torg og gir nesten 500 kvm. med vindusflater. Ved å få inn rikelig med naturlig dagslys sparer man store kostnader til bruk av elektrisk belysning (Siân Moxon, 2012).

## **7.2 Plantevegg**

Det er ingen levende planter inne på Sandaker Senter i dagens løsning. Det er derfor prosjektert en grønn plantevegg langs hele langsiden av veggen i 2. etasje som vender ut mot handlegate. Levende vegger, eller plantevegger er nyttige passive tiltak og kan brukes innendørs. De som inneholder jord gir termisk masse mens plantene også absorberer luftforurensning og støv. Den vertikale hagen er et blikkfang inne på senteret, men også et hint om hva som befinner seg på den andre siden - Nemlig takhagen.

## **7.3 Grønt tak**

I tillegg til takhagen er det prosjektert grønne tak andre steder som ikke er like tilgjengelig. Vi får færre grøntarealer i byene og behovet for et bedre økologisk klima er stort.

## 7.4 Arealutnyttelse

I denne sammenhengen innebærer økonomisk bærekraft å utnytte arealene som er tilgjengelig på best mulig måte. Bygget har store ubrukte arealer og dårlig utnyttelse av arealer fører til svært store utgifter.

### Følgende tidligere ubrukte arealer er nå utnyttet:

- Solcellepark  
Ca. 1 000 m<sup>2</sup> grønt tak med solcellepark
- Grønt tak
- Ca. 1 200 m<sup>2</sup> med sedumtak tilpasset klimaendringer og behovet for flere grøntarealer.
- Naturlig lys  
Ca. 500 m<sup>2</sup> med overlys i fellesarealene i form av nye vinduer med solceller i de eksisterende buhvelvene.
- Takhage  
1 000 m<sup>2</sup> med urban takhage som kan benyttes av alle.
- Urtehage til utleie  
Ca. 650 m<sup>2</sup> av takarealet over Coop Mega gir mulighet for at butikken kan dyrke og selge egne grønnsaker.

## 7.5 Innemiljø

Det er lagt vekt på å velge materialer og produkter som er lavemitterende, det vil si produkter som ikke forurenses inneklimate med avgassing. Materialene og produktene som er beskrevet er alle fra leverandører som er miljøsertifiserte sånn at vi kan være trygge på at de valgte møblene og materialene ikke bare er miljøvennlige i seg selv, men at hele produksjonsprosessen er holder høy standard av miljøbevissthet.

## 8.0 Konklusjon

Med utgangspunkt i problemstillingen om “hvordan interiørarkitektur kan bidra til å gjøre Sandaker Senter til en grønn, attraktiv og inkluderende møteplass som bydelen kan være stolt av: Tatt i betraktning hvordan senteret brukes i dag, har jeg åpnet det opp og gjort det mer tilgjengelig og attraktivt for den definerte målgruppen. Dette er gjort ved å ta gjennomtenkte valg med målgruppen som bruker. En av utfordringene har vært å gjøre dette på en måte som ikke diskriminerer de som er aktive brukere av senteret i dag, men heller å skape en arena som er inkluderende og gir noe tilbake til samfunnet dette er blant annet gjort ved å etablere den offentlige takhagen.

Konseptet Sandaker Senter - En urban oase har vært utgangspunktet for mange valg. Det har vært viktig at senterets fellesarealer oppleves som et sted man trekkes mot og ønsker å oppholde seg. Det er derfor blitt bedre tilrettelagt for å kunne oppholde seg i fellesarealene ved å sette inn benker med tilhørende bord diverse sittegrupper og lignende. Ønsket om at senteret skal være et grønt senter har gjort at det har blitt lagt fokus på bærekraftighet i alle ledd og en rekke bærekraftige tiltak. Det har blitt satt inn flere miljøstasjoner, prosjektert solcellepark på deler av taket samt sedumtak og takhage som er tilgjengelig for alle. Inngangspartiene har blitt synliggjort både inn-og utvendig ved bruk av kunstig belysning og materialer som understreker konseptet om senteret som en urban oase.

## Litteraturliste

Bydel Sagene. 2014. *Strategisk plan for Bydel Sagene - en bydel i endring*. Lesedato 16.februar 2019:

[http://www.sagenesamfunnshus.no/wp-content/uploads/2011/10/STRATEGISK-PLAN\\_2014-2016.pdf](http://www.sagenesamfunnshus.no/wp-content/uploads/2011/10/STRATEGISK-PLAN_2014-2016.pdf)

Ellen S. Klingenberg. 2015. *Interiørarkitektur*. Utgiver: Scandinavian Academic Press

Erik Lerdahl. 2007. *Slagkraft*. Oslo: Gyldendal.

-----, 2017. *Nyskapning - Arbeidsbok i kreative metoder*. Oslo: Gyldendal forlag.

Figur 6.1 Bilde av tak sandaker senter fra leilighet

<https://www.finn.no/realestate/homes/ad.html?finnkode=132791380>

Lynne Mesher. 2010. *Retail Design*. Lausanne: AVA Academia

Michiel Schwarz, Diana Krabbendam. 2013. *Sustainist Design guide*. Amsterdam: BIS publishers



**Oslo kommune. 2018. Befolkningsframskrivingene for Oslo 2018. Lesedato 2. april**

**2019:**

<https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/13296542/Innhold/Politikk%20og%20administrasjon/Statistikk/Notat%20om%20befolkningsframskrivingene%202018.pdf>

Oslo kommune, Bydel Sagene. 2016. Strategisk plan for Bydel Sagene 2017 - 2020. Lesedato 19. februar 2019:

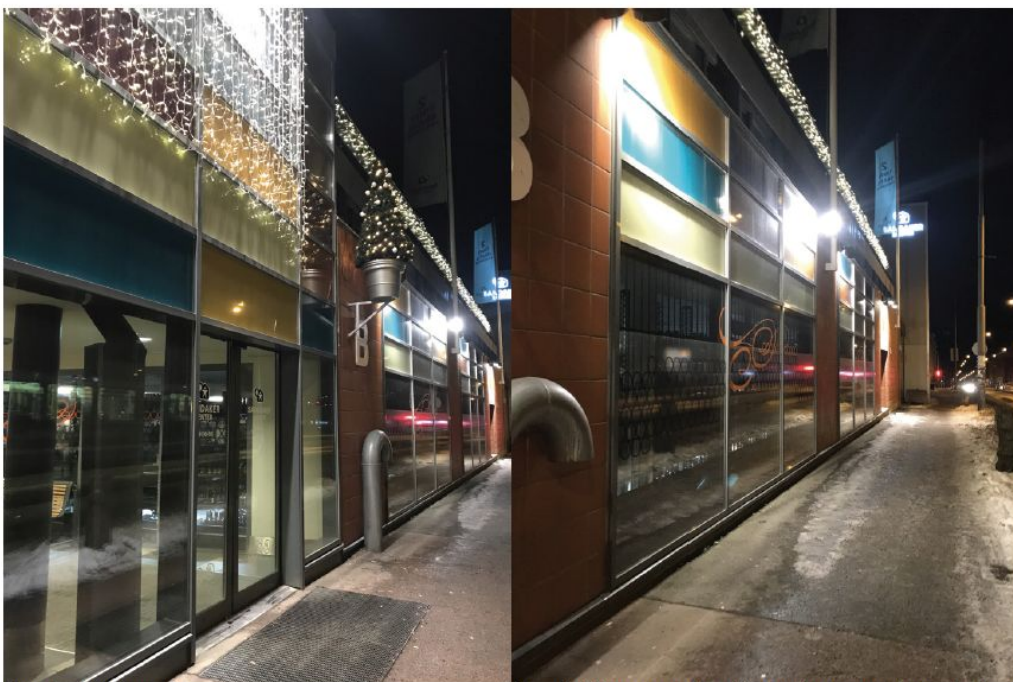
<https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/13162308/Innhold/Politikk%20og%20administrasjon/Bydeler/Bydel%20Sagene/Politikk%20Bydel%20Sagene/Politiske%20saker%20Bydel%20Sagene/2016/BU%2016-58%20Strategisk%20plan%20for%20Bydel%20Sagene%202017%20-%202020.pdf>

Siân Moxon. 2012. Sustainability in interior design. London: Laurence king publishing Ltd

William R. Green. 2011. Store Design. Utgiver: Zippy Book

## Vedlegg 1. Befaring Sandaker Senter

For flere bilder se travel-log



Fasade inngang B

Fasade Vinmonopolet. Plassering av ny hovedinngang.



Inngang B

Trapp ved inngang B opp til 2. Etasje.

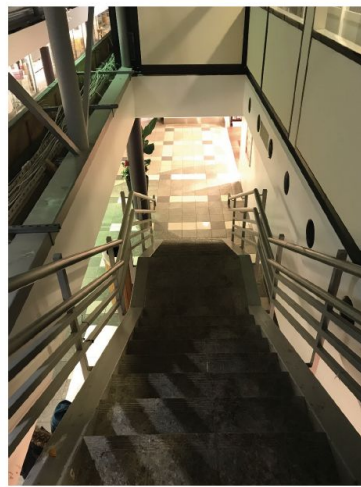


Toalett fra handlegaten

Toalett ved inngang D



HC WC ved utgang til parkeringsgarasje



bogerud tekstil, ny lokasjon for Vinnemonopolet

Gullsmed



Butikk uten navn

W.B. Samson





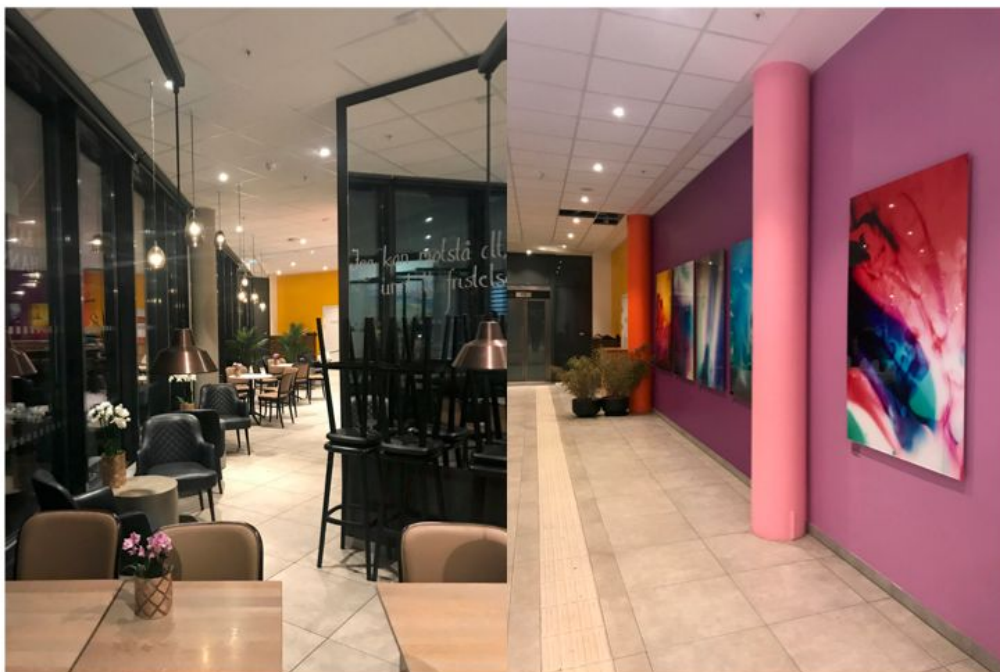
## Vedlegg 2 - Befaring og observasjon andre nærsentre

### CASE-STUDY Befaring Torgbygget

Torgbygget er et lite handlesenter som ligger i Nydalsveien 33 i Oslo, i tilknytning til t-banestoppet Nydalen. Senteret kan på mange måter sammenlignes med Sandaker Senter da publikum kan finne mange av de samme funksjonene. Det har totalt 17 butikker. Til sammenligning har begge Coop Mega, Vinmonopolet, cafeer, apotek, helsesenter, blomsterbutikk og Auster frisørsalong.

Ved første øyekast fremstår senteret som mer åpent, luftig og lyst. Belysningen er "chrisp" og slik man forventer at den skal være på et senter. Det er noen få sittedeier med urbane benker fra Vestre. Det er høyt under taket og går rulletrapper ned til t-banestasjonen. Det er en fargerik vegg malt i en rosa/lilla farge. Søylene foran veggen er malt i forskjellige varme toner og på veggen henger det flere abstrakte kunstverk. Det er to uteserveringer i tilknytning til spisestedene. Den ene retter seg ut mot et pent opparbeidet område rundt akerselva.

På mange måter vil jeg si at senteret oppleves som et helt vanlig senter. Det er ikke noe spesielt fra eller til, som gir den unike handleopplevelsen. likevel ville jeg valgt Torgbygget framfor Sandaker da det virker bedre ivaretatt og har en bedre atmosfære. Jeg ser for meg at det kan være et hyggelig sted å ta lunsj eller sitte mens man jobber med et prosjekt.



# CASE-STUDY

## BEFARING SANDENS

Sandens ligger sentralt til i Kvadraturen i Kristiansand og er ett av fire mindre kjøpesentre i gågaten markens. De har 35 butikker fordelt på tre etasjer og satser mest på motebutikker, men har også andre butikker.

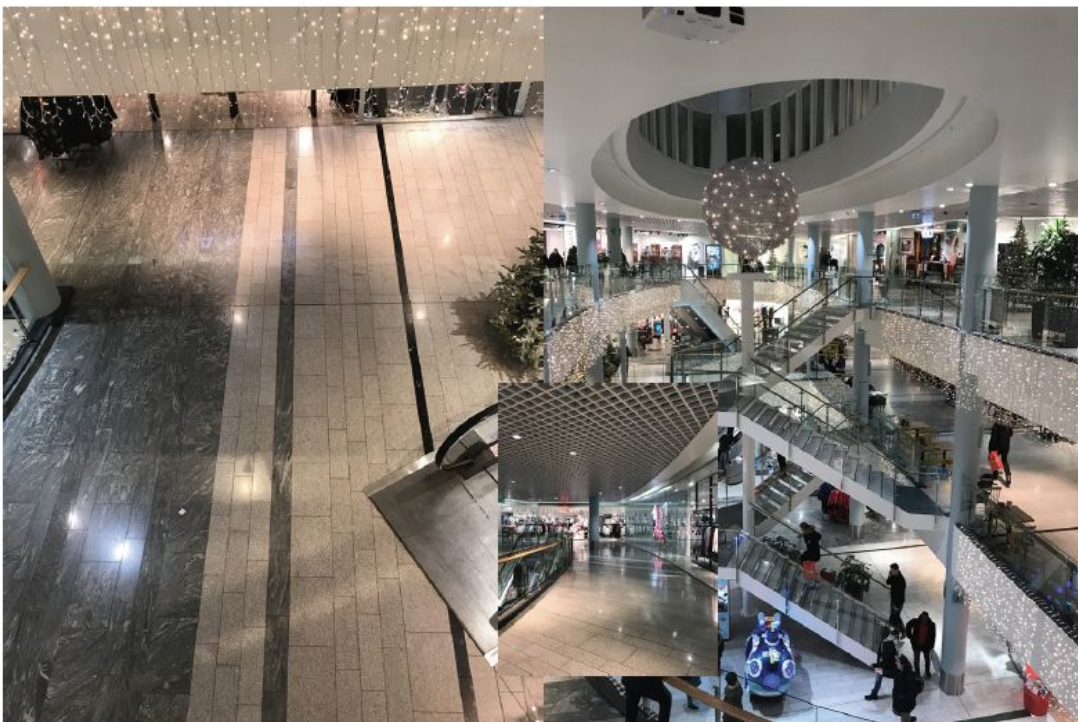
Sammenlignet med mange av de andre kjøpesentrene fremstår Sandens som litt "glossy" med blankpolerte fliser i stein og en kjølig kombinasjon av hvitt og glass. Det er benyttet lite treverk, men det lille som er å se som håndløper langs rekkverket er med på å varme opp uttrykket.

I midten av senteret er det et atrium som gir naturlig dagslys ned gjennom alle etasjene. Da jeg besøkte senteret på vinterstid fremstod det som relativt mørkt. I nærheten av søylene er det plassert ut plantekasser med grønne planter. Det er få sitteplasser i fellesarealene, men i 1. etasjen hvor man kommer inn er det noen av serveringene som har stoler og bord plassert ut i fellesområdet. I kjelleren er det plassert ut barnekaruseller. Himlingen i gangsonene består stort sett av hvite gitter tak/rutenett himling.

Det er lett å orientere seg fordi senteret er såpass åpent, men det er ikke et sted hvor det føles riktig å sette seg ned for å slå av en prat med venner. Det er jo ingen steder å sitte uten om tilknyttet spisestedene?

Ved hovedinngangen har de utlån av paraplyer, men utover dette gir ikke interøret inntrykk av at de er opptatt av miljøet. Jeg vil med andre ord si at konseptet passer





# CASE-STUDY

## BEFARING CC DRAMMEN

CC drammen er et relativt lite senter som ligger på Brakerøya i Drammen. Senteret består av to etasjer og noen få butikker som er tilgjengelig ved å gå ut på parkeringsplassen i 2. etasje for så å gå videre over i et nytt bygg. På sin egen nettside skriver de følgende:

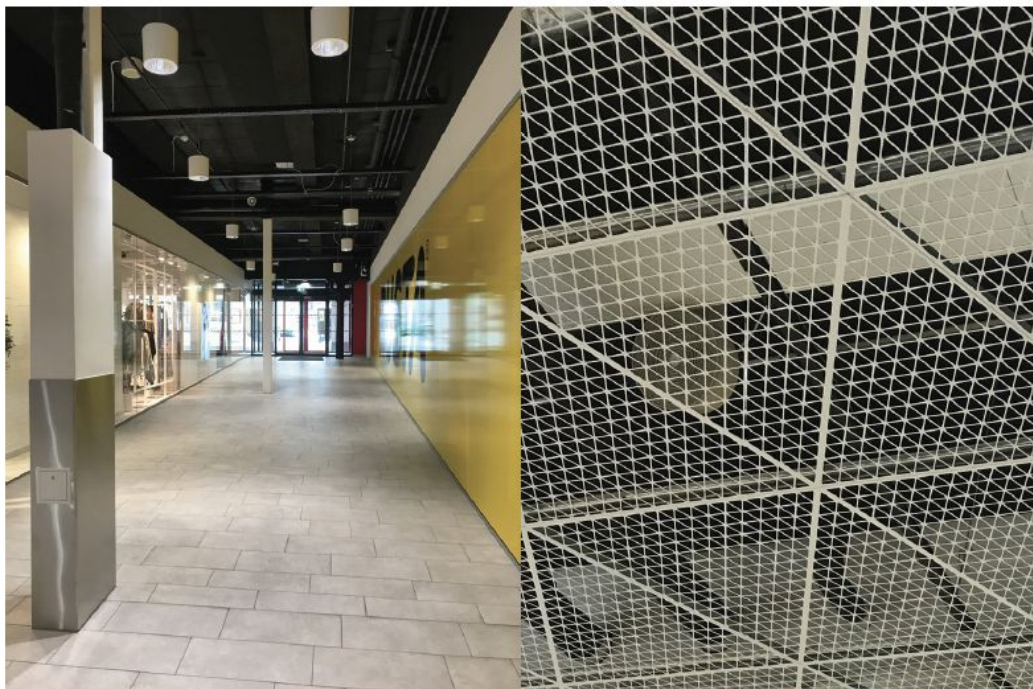
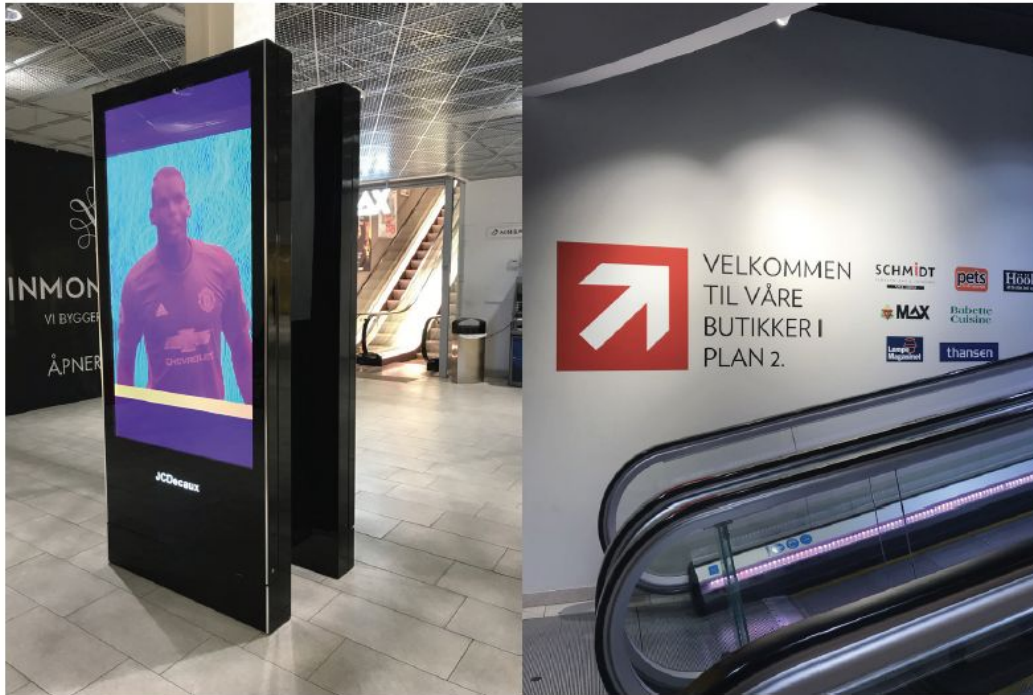
“Vi har et godt utvalg av spesialbutikker innen blant annet bilrekvisita, apotek, helsekost, jernvare og interiør, i tillegg til vanlige bransjebutikker og en stor velassortert dagligvarebutikk. Vår koselige kafé i andreetasje skaper et naturlig samlingspunkt for både stamkunder og nye gjester.”

Når jeg besøker senteret er det fredag ettermiddag og det er mange gjester på spisestedet i 1. etasje. I resten av senteret er det stille og ikke spesielt stor trafikk. Himlingen er malt sort og skifter mellom synlig venitalsjon og rørsystem og en hvit perforert systemhimling. Den mørke hinlingen skaper en lun og trygg atmosfære. Det er brukt sterke farger i de delene som leder inn/ut av senteret. Sammen med den sortmalte himlingen gir det en følelse av at de har prøvd å tenke på interiøret.

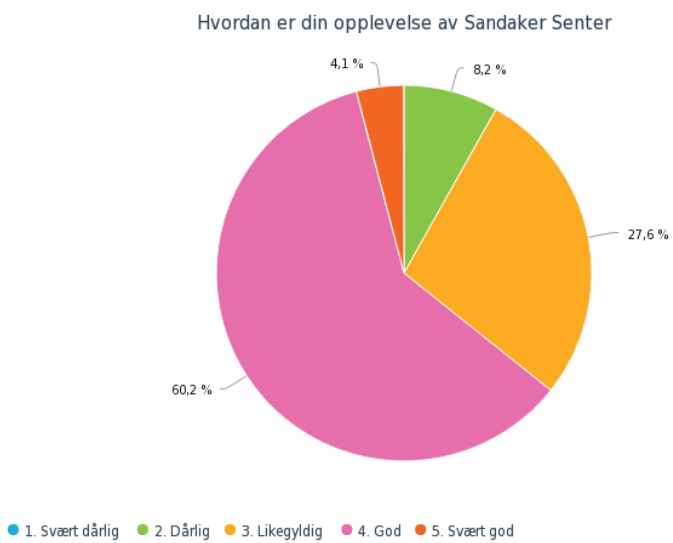
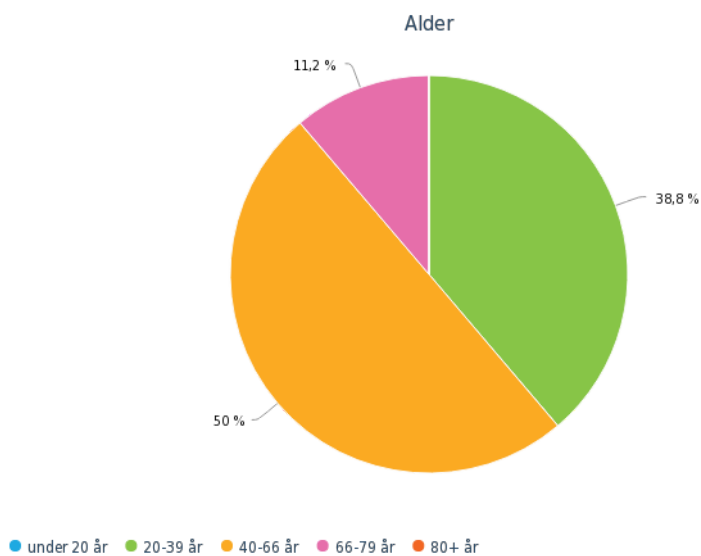
Det er plassert ut miljøstasjoner rundt om i senteret og de har tydelig merking og informasjon som gjør det lett for de handlende å orientere seg.

Det er noen sittebenker ved senterets hovedinngang og få andre steder, men uten om dette oppleves senteret litt tomt og lite møblert.





## Vedlegg 3 - Spørreundersøkelse



## Spørsmål: Hvilke tilbud savner du på Sandaker Senter?

Skulle ønske det var Meny istedenfor coop	Klesbutikk med normale klær	er ikke tilbudet som er problemet, men oppsettet, ikke noe hyggelig der inne dessverre, men har det man trenger av butikker	Spisesteder	Jernvarehandel,	lengre åpningstid
Asiatisk matbutikk, gjerne med hala-kjøtt	Bedre sykkelparkering for feks ladtesykkel		Klesbutikker, spisesteder	God og tilgjengelig sykkelparkering	Kvalitetsbutikker
Klesbutikk til yngre dame, interiørbutikk(ala TGR, Søstrene Grene)	Spesialbutikker for mat og isenkram	Post, Rema	Savner grønnsaksbutikken	Dameklesbutikk typ HM, Lindex eller noe hadde vært kjekt. Gode spiseplasser. En skikkelig pub/bar! Som har litt mer enn Ringnes.	Bedre klesbutikker, men er der sjeldent.
Flere typer butikker, familievennlige eller vennevennlige restauranter.	Spisested (eks. Jordbærpikene)	Ikke noe jeg kommer på	Mer relevante klesbutikker. Frukt og grønt.	Innvandrerbutikk» med bra grønnsaker. Det var en der tidligere	Ingenting tror jeg
Klesbutikk 🍷	Klær og skobutikk	Clas Olsson	Innvandrerbutikk» med bra grønnsaker. Det var en der tidligere	En god grønnsakbutikk	En annen klesbutikk
Forretning med herrekjær med god kvalitet (Match/Boys of Europe)	Har det meste jeg trenger	Jernvare/el a la Clas Ohlsson	Noe annet enn billigkjedebutikker - utstyr/hobby/sko - renseri - legesenter , tannlege	SiO trening og et legekantor	Ingenting (3x)
Internasjonal grønnsaksforretning som var der tidligere bl.a. Vegansk kafé eller andre veganske alternativer. Aktivitetsområde/lokale for ungdommer/barn der de kan lære forskjellige ting slik at de har et sted å gå til i nærområdet på fritiden sin.	Kjell & co	Et bedre spisested	Noen litt mer 'eksklusive' butikker. Nå er det mye Nille, konkursumsalg, helsekost og Bogerud.	fargehandel, jernvare, fiskebutikk	klesbutikk, spisested
Elektro	At forretningene ikke vender ut mot gaten og tilfører noe til omgivelsene sine	Kafé og bakeri med mer glutenfri og sunn mat, barneutstyrbutikk, og barnevogn/handikappvennlig utgang ved apoteket/Coop.	Flere klesbutikker (feks Lindex)	ingen	Butikker, finere spisesteder
Klesbutikk, ikke kjede.	Ikke no	Ingenting egentlig, det jeg ikke finner der har de i nærheten.	Klær. Lindex kappal e. L	Tilgang til biblioteket direkte fra biblioteket. Flere små butikker. Fruktbutikk. Kaffebar	Grønnsaksbutikk (2x)
En av kaffe kjedene med kort som gir deg gratis kaffe etter et visst antall!	Hadde vært fint med et asiatisk spisested.	Pizzarestaurant	En generell oppgradering. Svært trangt inngangsparti, dårlige toalettfasiliteter og generelt ganske slitt	Sportsbutikk (2x)	Klesbutikk til dame
	Flere klær, andre typer. « lettere»lokaler.	Butikker for verktøy og elektronikk.	Klesbutikk. Ala Lindex, KappAhl, hm osv. Basisklær	Det tillates altfor mye av folk som sitter på benker på senteret og drikker alkohol osv.	Greit nærsenter
	Kaffebrenneriet f eks	Enda bedre vinmonopol	Sykkelparkering	Mindre Nille og andre butikker med diverse og inn med noe folk faktisk trenger.	sushi
	Grønnsaksbutikk, helst tyrkisk el, slik som den som var der tidligere	chlas og g sport	Klær og sko	Egentlig ingenting	En kaffebar og at senteret fremstår mer åpent. Og trenger vi egentlig to billigbutikker ala Nille?
	ingenting spesielt	Sko	En cafe med god mat og vin og skobutikk	Egentlig ingen. Har det viktigste: pol, apotek, matbutikk, blomsterbutikk, optiker, Nille og Vita.	Fritidsklubb
	Uteservering uten alkohol.	Chlas Ohlsen aktig butikk med litt praktiske ting i. Nå er det jo 2 «nilleaktige» butikker		Spisested	Skobutikk (3x)
					Sushi, klesbutikk, men alt man trenger får man i grunn tak i. Litt konkurranse er likevel sunt, så HM el. Ungdomsklær hadde vært bra.
					Kaffebar
					Ingen (5x)
					Kanskje en klesbutikk og en mindre brun pub

## Spørsmål: Hvilke ord assosierer du med Sandaker Senter?

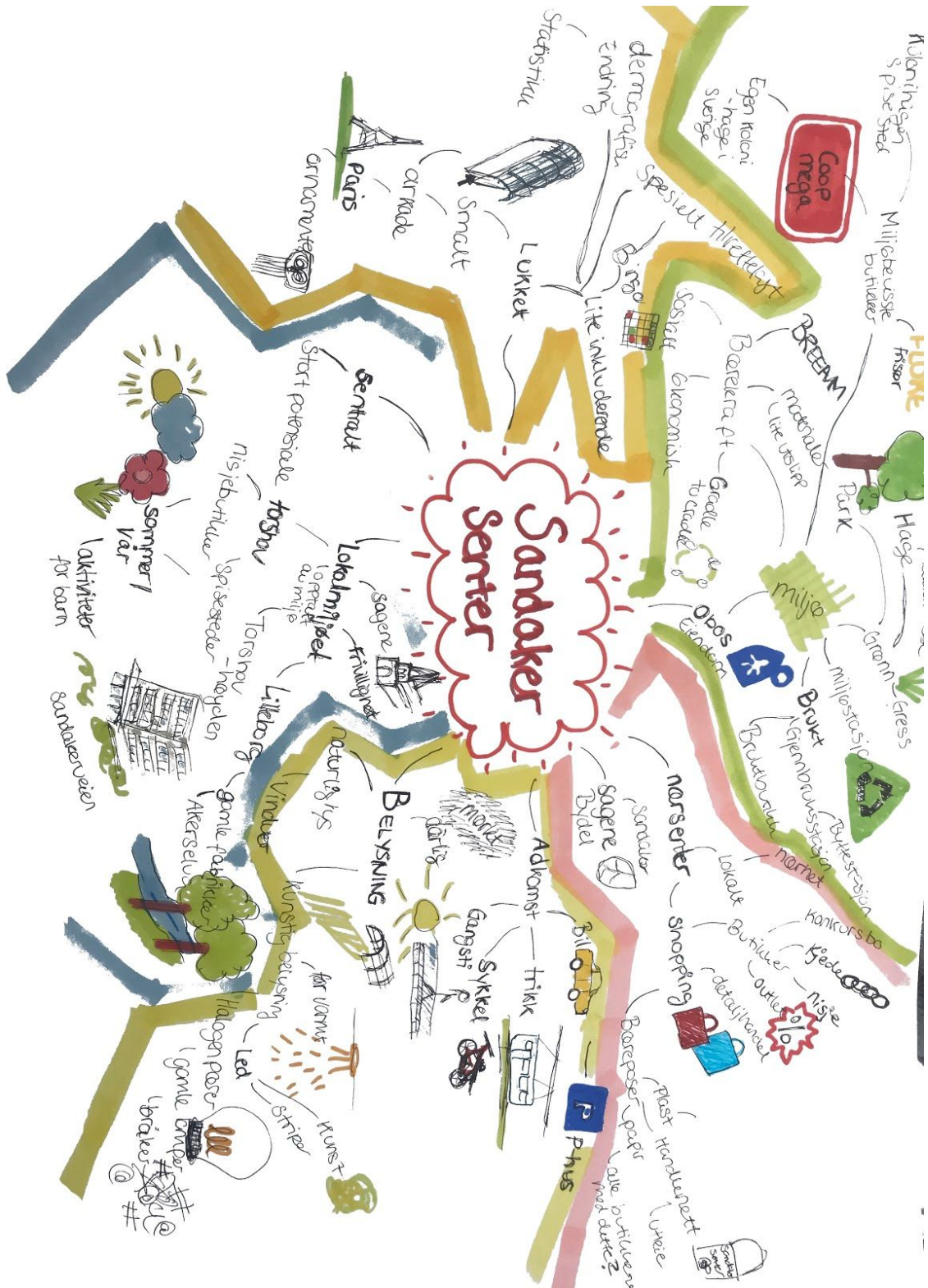
Trist	Typisk kjedelig senter, traust og umoderne.	lavterskel, enkelt og praktisk			
Traust		Gæmlis, Lillebjørn, Rullator			
Slitne/belasta kunder og pussig utvalg av butikker	Trygd				
Gammeldags, traust, stygt, innestengt, fantastisk matbutikk, glitrende pol med god service. men nyttig og glitrende parkering	Praktisk (3x)	Slitent, kjedelig, utdatert, nærsenter, et sted man bare er innom fordi man må			
Litt kjedelig	Det har alt jeg trenger. Bra pol, bra med parkering og aldri stappa med folk	Mange eldre der			
Mørkt, rufsete	Har det viktigste. Tilgjengelig. Oppholdssted eldre og deres mangfold av rullestoler og tobakk	Slitent senter, godt utvalg av butikker og tilbud, fullt av trygdede personer som bor i de kommunale boligene over			
Lite	Mennesker. Vinmonopolet.	Rullator, Polet, grei matbutikk, apotek, billigbutikker, blomster, ikke et veldig moderne senter men det er vårt nabolagssenter			
ujålete, pensjonister, traust, rolig og stille, lokalt	Slitent, praktisk med trikkestopp like ved inngangen. Kunne integrert biblioteket bedre.	Biblioteket			
eldre mennesker	Lokal	ok			
Hverdag. Strømpebukse til barna. Stearinlys til bursdager	slitent, lukket arkitektur, men med alt man trenger: vin, baker, blomster, helsekost, apotek, gaver, god matbutikk, ullundertøy, bøker, smykker og briller. Alltid vært der.	Lott kjedelig			
Nærsenter. Mulig å handle uten bil. Folkelig miljø. Trivelig	Trivelig lite senter	Generasjoner med Torshovfolk i alle aldre og samfunnsklasser			
«Eldresenter» ,»navere»	Mangfold	Innestengt			
Nærsenter, coop mega, vinmonopol	Greit sted å handle i nærområdet	Polet			
Litt traust, alt du trenger, muligheter!	Eldresenter...	Polet, bøker, optiker og bra matbutikk			
Slitt, trist, lite. Ukoselig.	Enkelt, i nærheten	Litt slitent, ikke så hyggelig, nyttig, nærsenter			
Nedpå, grunnleggende, hjemlige	Nærsenter, vinmonopol, trygd	Shabby, trangt og lite innbydende. Alkoholikere.			
slitent	Trivelig, nært, praktisk, lite (i positiv forstand)	Pensjonister, alkoholikere, litt shabby men hyggelig nærmiljøssenter, lite og koselig			
Trygd, alkohol, slitne folk, kaffe, skolebolle	Lite, praktisk, ikke så koselig	Coop og Vinmonopolet			
litt slitent, også kundene (mye sosialklienter)					
			Bibliotek, stygt, alkoholikere	Lokal, gammeldags, umoderne	«Tilbake til 80-tallet». Kunne gjerne fått en renovering og oppfriskning.
			Lite, oversiktlig og hyggelig	Hyggelig vinmonopol, ellers kjedelig.	Slitent, mye bra butikker
			Et nærsenter	Sosialklienter!	
			trygd, nærsenter	Et innadvendt, lukket samfunn.	Oversiktlig med gode parkeringsmuligheter. Vinmonopol
			Koselig og usnobbete	Deichman og Bogerud	Tilgjengelig
			Eldre kunder, bingo, røykfylte kafe, Mega, Polet, kake	Nært, lettvin, har mye man trenger i det daglige	Eldrevennlig
			Biblioteket, frivillighetssentrale n og BUA. Riktignok ikke inne på senteret, men det er bra tiltak som er i samme bygget. Helt fantastisk at de har begynt med utlån av verktøy på biblioteket og utstyr på BUA, håper det utvider seg i andre former også:)	Stille	Alt man trenger. Nært. Praktisk. Hyggelig. Folkelig.
			Klart for oppussing	Greit og litt traust	Koselig
			Nærsenter med variert utvalg. Sentral.	Fint sted å handle, rolig og avslappet.	Nærmeste butikk(er)
			Eldre mennesker	Enkelt	80-talls, slitent, hARRY, belasta.
			Trygd, vinmonopolet, bibliotek	Hyggelig betjening, nærsenter, tilgjengelig, dekker hverdagslige behov, oversiktlig, godt utvalg av tjenester/varer/butikker, passe stort, lite kjøpesenter-preg, god atmosfære	Lavt inntektsnivå.
			Hverdag, tilgjengelig, nærmiljø, eldre	nærhet	Gratis og grei parkering. Lett å få varer til bil.
				Rullatorer	Greit senter men vanskelig for handikappede og komme seg inn fra forsiden
				Pensjonister, rolig	Pensjonister på bakeriet...rullatorer :-)
				Lite, koselig, lokalt. Supert.	Gammelmodig preg!
				90's, bilbasert kjøpesenter. Siste av sitt slag som er levende.	slitent, lurvete, folkelig, stort sett hyggelig

## Vedlegg 4 - Swot-Analyse - Sandaker Senter

Strengths (Styrker)	Weaknesses (svakheter)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ligger sentralt på toppen av Torshov.</li> <li>● Lett tilgjengelig via kollektivtrafikk, med bil og sykkel.</li> <li>● Mange innbyggere i området rundt gir potensialet for høye besøkstall.</li> <li>● Mange inngangspartier fordelt rundt i bygget.</li> <li>● Tilknytning til biblioteket.</li> <li>● Stor matbutikk med godt utvalg.</li> <li>● 2 timer gratis parkering.</li> <li>● Utleie av handlenett og byttebod.</li> <li>● Lojal lokalbefolkning.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lite synlig og tilgjengelig inngangsparti.</li> <li>● Mørke lokaler med lite innsyn fra gateplan.</li> <li>● Lite naturlig dagslys.</li> <li>● Slitte lokaler hvor det nye som er tilført i ettertid ikke spiller sammen med de gamle detaljene.</li> <li>● Lite appellerende butikker.</li> <li>● Lav takhøyde foran selve butikkfrontene .</li> <li>● Lite synlig skilting.</li> <li>● Møkkete og slitte toalettfasiliteter.</li> <li>● Trapperom i vindfanget.</li> <li>● Ingen helhetlig konsept</li> <li>● Inngangsparti på baksiden ut mot sandaker borettslag</li> <li>● Dårlig utnyttelse av fasade</li> </ul>
Opportunities (muligheter)	Threats (trusler)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Store arealer med flatt tak som kan benyttes som grøntarealer og/eller solcellepark.</li> <li>● Sykkelparkering.</li> <li>● Bedre reklamering på fasade.</li> <li>● Gjennomgående høy takhøyde gjennom hele gågaten, her er det mulighet for å bytte ut det perforerte bølgeblikken med vinduer som gir lysinnslipp.</li> <li>● Obos ønsker å gjøre noe med senteret.</li> <li>● Bedre skilting for butikkene</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Storo storsenter</li> <li>● Manglende inkludering</li> <li>● Hvordan vil de som bor i leilighetene over parkeringsgarasjen stille seg til grønne tak? Sett en klage ang. dette hos plan og bygg.</li> </ul>



Vedlegg 5 - Visuelt tankekart



Vedlegg 6 - Verdibasert Brainstorming

**Gjøre plass for kultur. Lage en scene? Rom for arrangement**

**Større møte-plasser og sittearealer for møter med venner og familie**

**Gjøre sentret mer trygt og tilpasset alle. I dag er det fremmed for mange**

**Hvorfor må kjøpe-senter være så sterkt. Gjøre det mer hjemmelig**

**Gitt fellesarealer flere funksjoner**

**åpre opp! Slippe inn lys**

**Bringe ut siden inn, grønne arealer, brusestø?**

**Problemløsting:**  
 Hvordan kan interiørarkitektur bidra til å gjøre sandaker senter til en positiv arena for møte mellom mennesker og handel i en tid med sosial og kjøpesentersdød?

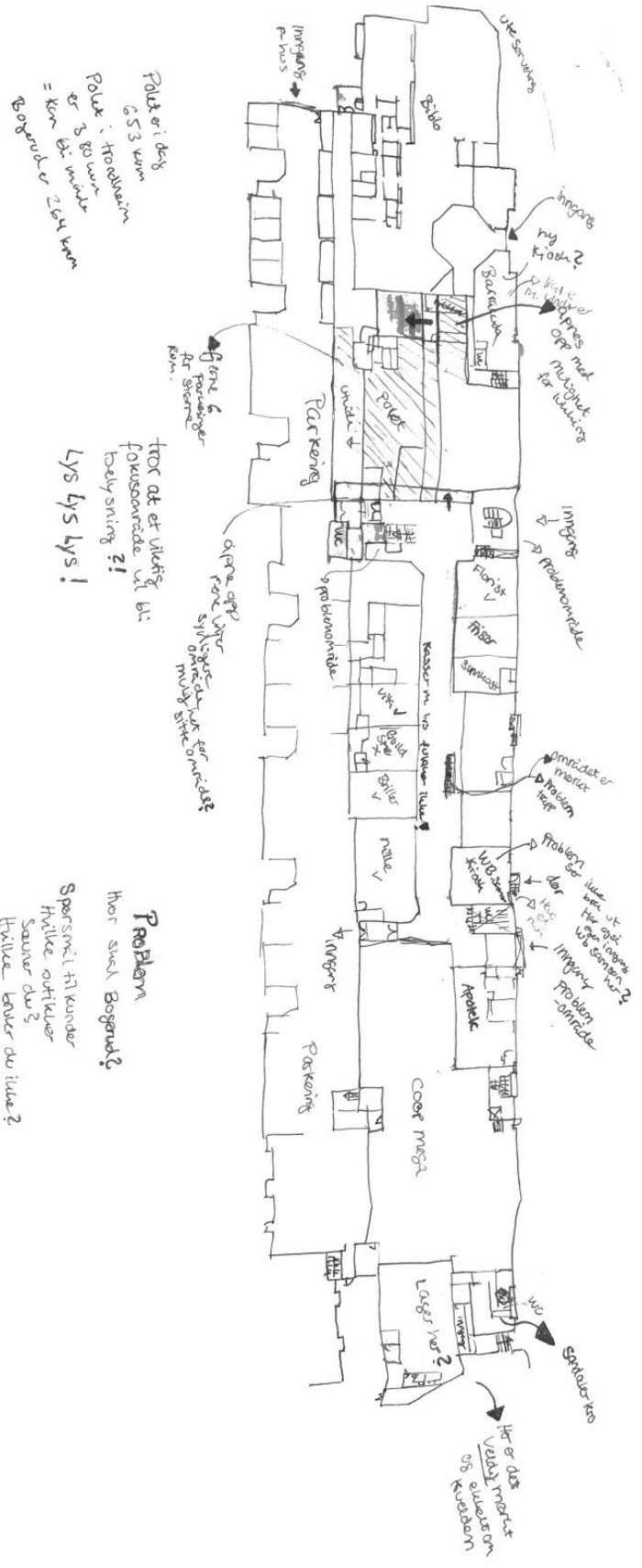
**Gjøre sentret til noe folk er stolte av og som gir tilbake til nærmiljøet**

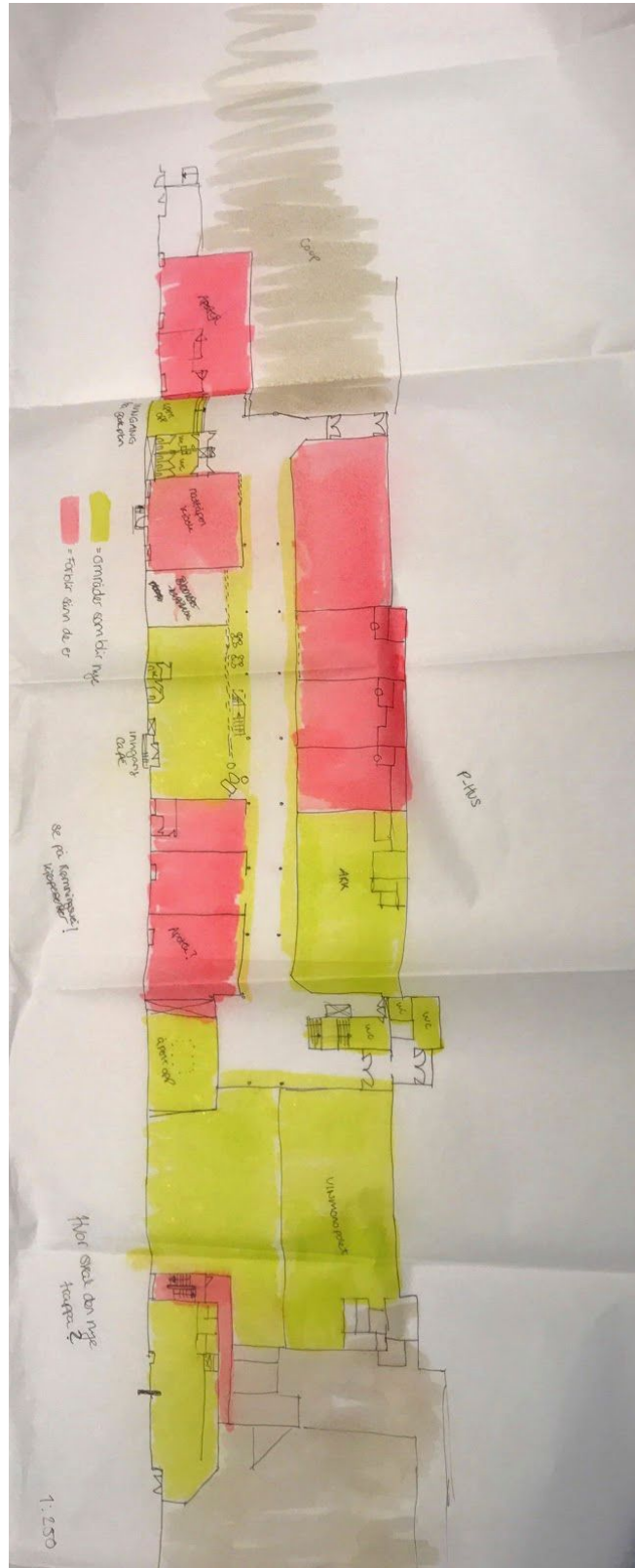
**trivsel**

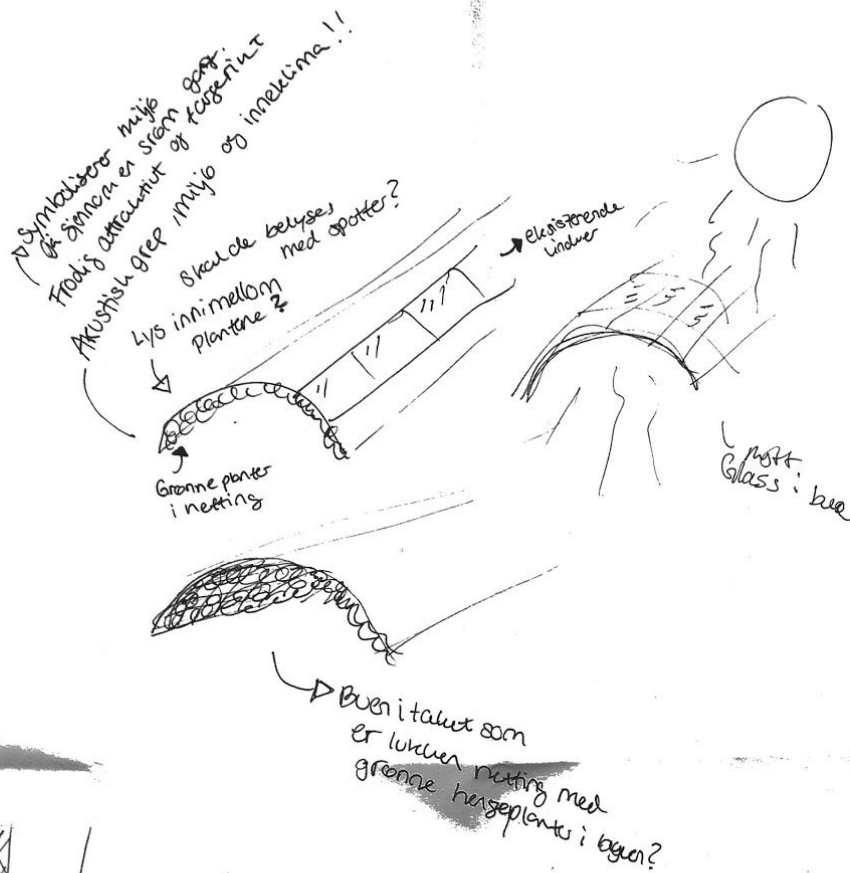
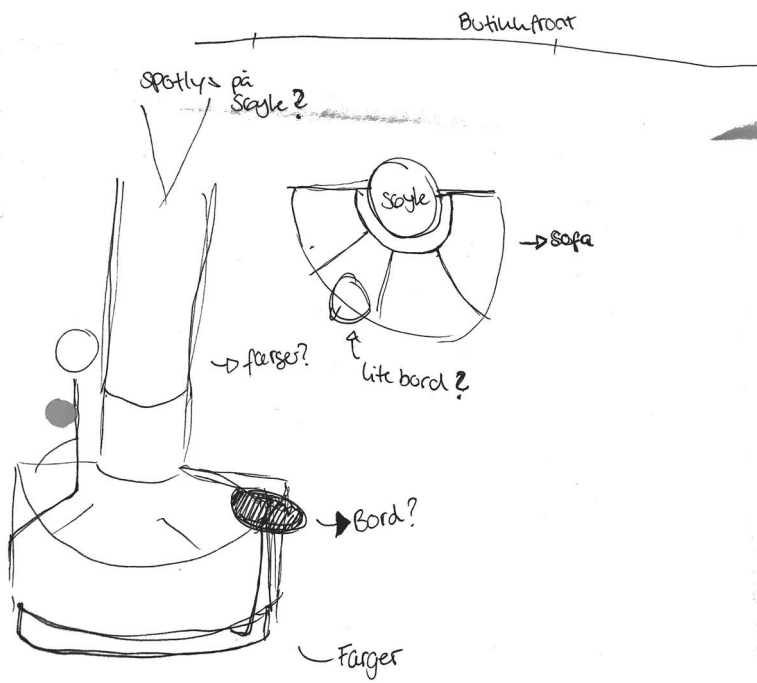
Komisk Engasjement  
 musikk dynamisk rygge ferie Lys  
 aktiviteter menneske åpent trygghet spennende  
 godkjennelse gjennkjennelse tilhørighet kultur  
 aksept hjemme Kunst venner glede familie  
 jobb skole nærmiljø det kjente  
 balanse nærhet miljø ute positivt  
 Sunn  
 Ulike miljøer mennesker bevegelse  
 flere bruks-områder dynamisk livs fart og spenning  
 fremdrift forandring  
 i degenerering  
 visst fra  
 livets aktivitet  
**Stolthet** noe esst  
 Eierskap  
 verdiskaping





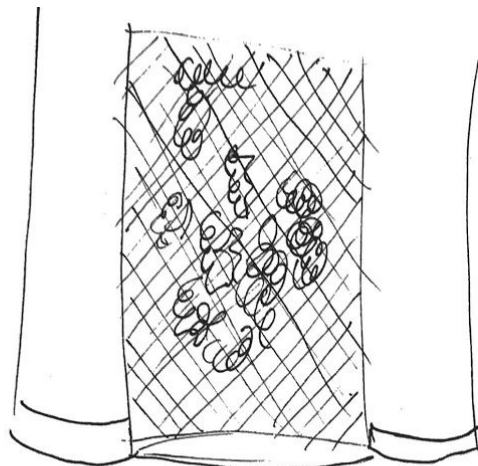
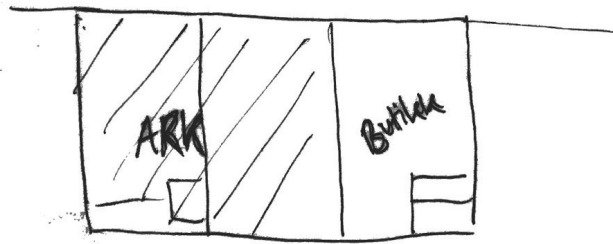
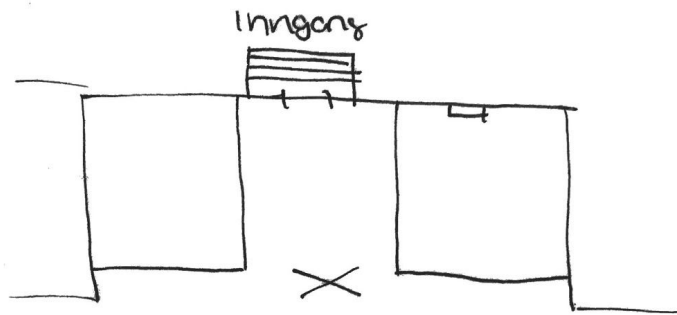






Skisse tidligere  
arbeid

?



Søyle hansenetting  
med klatreplanter  
mellom søylene



Søyle med  
monter eller  
farger