

Oxford Research A/S, februar 2012



EVALUERING AF KAMPAGNEN BEVARINGSVÆRDIGE GÅRDEJENDOMME

Udarbejdet af Oxford Research A/S



Indholdsfortegnelse

Indledning	5
Evaluering af kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme	5
Læsevejledning	6
1. Hovedkonklusioner og anbefalinger	7
1.1 Anbefalinger	9
2. Sammenhængen mellem mål og indsatser.....	11
2.1 Forandringsteori for kampagnen	11
3. Kampagnens resultater.....	15
3.1 Få realiserede projekter	15
3.1.1 Høj risiko for ejerne.....	15
3.1.2 Demonstrationsværdien af realiserede projekter	17
3.2 Kampagnes spredningseffekt.....	18
3.2.1 Kampagnen har skabt opmærksomhed	18
4. Kampagnens hovedgreb /indsatser	23
4.1 Konkurrence	23
4.1.1 Den åbne idékonkurrence har skabt opmærksomhed	23
4.1.2 Ikke tilstrækkelig forskel på de to faser i konkurrencen	24
4.1.3 For lidt vægt på markedsanalyser og økonomi	24
4.1.4 Realdania kunnet have spillet en mere aktiv rolle	27
4.2 Formidling	28
5. Evalueringens metode	29

Indledning

Kampagnen 'Bevaringsværdige gårdejendomme – nye anvendelsesformer' er én af Realdanias første kampagner, som igennem konkurrencer, demonstrationsprojekter og forskellige formidlingsaktiviteter sætter fokus på et givent tema.

Forud for Bevaringsværdige gårdejendomme havde Realdania støttet nogle enkeltstående pilotprojekter, bl.a. Hestbjerggård, der havde til formål at vise, hvordan historiske gårdanlæg kunne bevares og få et nutidigt anvendelsesformål.

Baggrunden for kampagnen er det stigende antal af overflødiggjorte landbrugsbygninger, som står og forfalder uden at bidrage aktivt til livet på gården og lokalsamfundet.

Formålet med kampagnen 'Bevaringsværdige gårdejendomme – nye anvendelsesformer' har været at sikre bevaringen af bevaringsværdige gårdejendomme ved at anspore flere til at genanvende nedlagte gårdejendomme til nye formål, der respekterer bygningernes kulturelle og arkitektoniske værdier. Anvendelsen af de nedlagte gårdejendomme anskues således som nødvendighed i forhold til at rede de bevaringsværdige ejendomme for eftertiden.

Endvidere har kampagnen haft til hensigt at skabe mere opmærksomhed om nye og økonomisk bæredygtige måder at anvende overflødiggjorte landbrugsejendomme på.

Kampagnen har gennem en række demonstrationsprojekter forsøgt at vise eksempler på, at man kan finde en anvendelse til historiske landbrugsbygninger, anlæg og kulturmiljøer, så de både får en moderne anvendelse og bliver bevaret som kulturarv for eftertiden.

Demonstrationsprojekterne er udvalgt igennem en konkurrence, som Realdania udskrev i 2003, for at indhente idéer til genanvendelse af tomme bevaringsværdige gårde og landbrugsbygninger. Konkurrencen indbragte 234 idéer og forslag. Siden fik 19 projekter støtte til videreudvikling, og fem blev udvalgt til vinderprojekter med realisering for øje. Vinderprojekterne er udpeget af en dommerkomite. Ud af de fem projekter er to realiseret.

Kampagnen, som blev påbegyndt i 2003 og afsluttet i 2010, har haft et budget på 30 millioner kr. til videreudvikling af de 19 projektforslag i finalerunden og realisering af de fem vinderprojekter. Da ikke alle fem vinderprojekter endte med at blive realiseret opstod et restbeløb, som bl.a. er gået til etablering og drift af hjemmesiden www.genanvendgården.dk. Hjemmesiden, der redigeres af Dansk Bygningsarv, formidler i overensstemmelse med kampagnens formål eksempler på moderne anvendelser af nedlagte gårdejendomme.

Kampagnen 'Bevaringsværdige gårdejendomme' er blevet styret af Realdania i partnerskab med Advice Group.

Evaluering af kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme

Evalueringen af kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme er en kombineret resultat- og procesevaluering, som udover at undersøge resultaterne af Realdanias kampagne således også fokuserer på processens betydning for projektets opnåede resultater.

Ved ikke alene at have fokus på kampagnes resultater men også på processen omkring den, er anlagt et lærende perspektiv, der har til formål at løfte Realdanias fremtidige arbejde med kampagner.

Evalueringen er baseret på interview med alle de aktører, som har været i berøring med Bevaringsværdige gårdejendomme, herunder:

- Realdanias og Advice Groups projektledere
- Bedømmelseskomiteéns medlemmer
- Ejerne og arkitekter i de fem vinderprojekter
- Projekthavere (enten ejere eller arkitekter) på de 14 øvrige projekter i finalerunden
- Dansk Bygningsarv

Herudover er gennemført en survey blandt modtagere af hjemmesidens Genanvend Gårdens nyhedsbrev.

Formålet med evalueringen af Realdanias kampagne 'Bevaringsværdige gårde' er at undersøge:

- *I hvor høj grad er det lykkedes at udvikle og formidle nye anvendelser af bevaringsværdige gårdejendomme?*
- *I hvor høj grad har Realdanias kampagne medført en øget interesse og forståelse for bevaring af overflødiggjorte gårdejendomme gennem nye bæredygtige anvendelsesformer?*
- *I hvor høj grad er det lykkedes at realisere succesfulde projekter, der opfylder de arkitektoniske og bevaringsmæssige målsætninger for hvert enkelt projekt?*
- *I hvor høj grad er det lykkedes at realisere succesfulde projekter, der opfylder målsætninger om nyskabende forretningskoncepter og bæredygtige drift for hvert enkelt projekt?*
- *Hvilken betydning har processen gennemført som kampagne haft for de opnåede resultater?*

Læsevejledning

Evalueringen er inddelt i fem kapitler. I **kapitel et** opsummeres evalueringens hovedresultater og anbefalinger. I **kapitel to** opstilles en forandringsteori for kampagnen. Forandringsteorien skitserer sammenhængene imellem kampagens indsatser og målsætninger og danner i evalueringen udgangspunkt for en vurdering af, hvorvidt evalueringens resultater kan føres tilbage til kampagnes indsatser. **Kapitel tre** udfolder evalueringens resultater i forhold til de centrale målsætninger for kampagnen. **Kapitel fire** fokuserer på fordele og ulemper ved kampagnens vigtigste indsatser, én idékonkurrence bestående af to faser og formidlingsaktiviteter. Til slut i **kapitel fem** samles op på evalueringens metoder og inddragelse af kampagnens forskellige aktører.

1. Hovedkonklusioner og anbefalinger

Kampagnen 'Bevaringsværdige gårdejendomme – nye anvendelsesformer', som blev påbegyndt i 2003 og afsluttet i 2010 er én af Realdanias første kampagner. Formålet med kampagnen har været at adressere problemstillingen omkring nedlagte landbrugsbygninger og realisere en række demonstrationsprojekter, som kan inspirere gårdejere og professionelle i forhold til genanvendelsen af bevaringsværdige gårdejendomme.

Kampagnens aktiviteter kan overordnet set inddeles i to overordnede indsatser; En konkurrence og en række formidlingsaktiviteter. Konkurrencen har bestået af to faser; fase 1 en åben idékonkurrence og fase 2 en arkitektkonkurrence.

Kampagnens formål har ramt plet

Realdanias analyse af behovet for at finde nye anvendelsesmuligheder til gamle gård- ejendomme har tilsyneladende ramt plet. Idékonkurrencen indbragte i alt 234 forslag og den store interesse for kampagnen er dermed indiskutabel. Ud af de 234 forslag fik 20 projekter tilbudt støtte til videreudvikling. 19 projekthavere tog imod støtten og to projekter endte med at blive realiseret med støtte fra Realdania.

Realdania havde en målsætning om at realisere 3-5 projekter, og Realdania er med to realiserede projekter således tæt på at have opfyldt denne målsætning. De to projekter, som er blevet realiseret er en børnelejr på Langeland og 11 herberger langs Hærvejen.

Evaluator vurderer overordnet set, at det i forhold til Bevaringsværdige gårdejendomme har været det rigtige greb at udvælge projekterne i gennem en idékonkurrence, der ikke mindst har bidraget til formålet om at skabe opmærksomhed omkring kampagnen og problemstillingen omkring de nedlagte gårdejendomme, som står og forfalder.

Få realiserede projekter

Som nævnt, har kampagnen udmøntet sig i to realiserede projekter, hvilket ligger tæt op af målsætningen om 3-5 realiserede projekter. Evaluator vurderer imidlertid, at to realiserede projekter udgør for spinkelt et grundlag til at kunne formidle og sprede kampagnens resultater. Der hersker blandt evalueringens informanter desuden bred enighed om, at to realiserede projekter er for få i betragtning af den store interesse for kampagnen, som de 234 indkomne idéforslag afspejler.

Evaluator vurderer, at en væsentlig udfordring i forhold projekternes realisering har været den høje risiko, som har været forbundet med investeringen for ejerne. Evalueringen peger på, at projekternes høje budgetter samt projektforslagenes tvivlsomme økonomiske bæredygtighed i kombinationen med en egenfinansieringsprocent på 50 har gjort investeringerne yderst risikofyldte for ejerne.

Af øvrige udfordringer i forhold til projekternes realisering peger evalueringen desuden på, at ikke alle ejere har været lige engageret i at få projekterne realiseret. I to af de tre vinderprojekter, som ikke blev til virkelighed, kom idéen og det indsendte forslag i idékonkurrencen ikke fra ejerne selv, hvilket vurderes at have haft indflydelse på deres engagement.

Med nutidens kendskab til udfordringerne omkring realiseringen af projekter, vurderer evaluatoren, at Realdania med fordel kunne have udpeget flere vinderprojekter, så der var et større felt at tage af i forhold til realiseringsfasen. Endvidere kunne Realdania have fuldt tættede op på realiseringen af vinderprojekter og med fordel afsat midler til udvikling af projekternes forretningskoncepter, hvilket formentlig kunne have fremmet vinderprojekternes økonomiske bæredygtighed og dermed begrænset investeringsrisikoen for ejerne.

For lidt vægt på den økonomiske bæredygtighed

I forhold til at undersøge om kampagnen har medvirket til at realisere nogle projekter, som kan skabe læring for andre, stilles i evalueringen skarpt på demonstrationsværdien af de to realiserede projekter. Demonstrationsværdien defineres som projekternes evne til at opfylde idékonkurrencens bedømmelseskriterier; originalitet, arkitektonisk løsning og økonomisk bæredygtighed. Mens begge projekter vurderes at være udtryk for en original idé og er løst på en måde, der synliggør bygningernes arkitektoniske kvaliteter, vurderes ingen af projekterne at være økonomisk bæredygtige. Såvel herbergerne som børnelejligheden er således dybt afhængige af filantropiske midler.

Interviewene med evalueringens informanter viser, at kriteriet om økonomisk bæredygtighed i såvel idé- som arkitektkonkurrencen har vægtet lavest. Evaluatoren anser imidlertid den økonomiske bæredygtighed for central i forhold til kampagnens målsætning om at inspirere flere gårdejere til at anvende deres nedlagte gårdejendomme på nye måder. Det vil således for langt de fleste ejere kun være muligt at genanvende deres gårdejendomme på måder, som er økonomisk bæredygtige. De realiserede projekters manglende demonstrationsværdi i forhold til økonomisk bæredygtighed betyder, at Realdania med kampagnen ikke er lykkedes at vise vejen frem for, hvordan ejere uden filantropiske midler kan genanvende deres gårdejendomme. Problemstillingen omkring de bevaringsværdige gårdejendomme, som står og forfalder, er således stadig eksisterende.

Kampagnen har givet inspiration til ejere og professionelle

Til trods for, at det kun er lykkedes at realisere to projekter, tyder evalueringen på, at Bevaringsværdige gårdejendomme alligevel har givet inspiration til professionelle og gårdejere. Evaluatoren vurderer, at det er forholdsvis mange ejere, som i surveyen blandt modtagerne af Genanvend Gårdens nyhedsbrev bekræfter, at kampagnen direkte har givet anledning til, at de vil genanvende deres landejendom til nye formål. Ligeledes er forholdsvis mange professionelle enige i, at kampagnen har givet inspiration til deres professionelle arbejde.

Idet ca. halvdelen af de professionelle og ejere, som i surveyen angiver, at kampagnen har givet dem en øget interesse for bevarelsen af gårdejendomme ikke har kendskab til de to demonstrationsprojekter, vurderes disse ikke alene at have haft betydning for kampagnens spredningseffekt. Kampagnens spredningseffekt tilskrives derfor i lige så høj grad den markedsføringsværdi, som er forbundet med at gennemføre den åbne idékonkurrence og formidlingen af kampagnen igennem bog, hjemmeside og nyhedsbreve.

1.1 anbefalinger

I det følgende opstilles en række anbefalinger i forhold til Realdanias fremadrettede arbejde med kampagner. Anbefalingerne er udledt af de aktuelle erfaringer fra kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme.

Problemstillingen kræver fortsat fokus og partnerskaber

Evaluator vurderer, at Realdania med kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme er lykkedes med at sætte fokus på en yderst relevant og meget omfattende problemstilling omkring bevaringsværdige gårdejendomme, der står og forfalder. Det er imidlertid evaluators vurdering, at kampagnen ikke er lykkedes i forhold til at vise vejen for økonomisk bæredygtige måder at genanvende gårdejendomme på, og at problemstillingen omkring de tomme og forfaldne gårde derfor fortsat er værd at fokusere på.

Endvidere er gårdene en del af en større problemstilling omkring udkantsdanmark og det uddøende liv på landet, som stadig er yderst aktuel. Evaluator skønner, at kampagnen har taget fat på en problemstilling, hvis omfang og kompleksitet gør den umulig for Realdania at løfte den alene, særligt på baggrund af investeringen på 30 millioner kr.

I forhold til et fortsat fokus på problemstillingen med forfaldne landbrugsejendomme vurderes partnerskaber med fx kommuner, regioner og By og Boligministeriet at være yderst relevante.

Evaluator anbefaler derfor:

- *At Realdania fortsat fokuserer på problemstillingen med de nedlagte landbrugsejendomme, som står og forholder og det uddøende liv på landet. Det bør imidlertid overvejes, hvordan problemstillingen kan løftes i partnerskab med fx kommuner, regioner eller Ministeriet for By og Bolig. I forhold til fremtidige kampagner anbefales det, at Realdania inden igangsættelsen af nye kampagner nøje overvejer, hvorvidt problemstillingen har et omfang eller karakter, der gør partnerskaber med andre aktører nødvendige.*

Væsentligt at identificere en hovedproblemstilling

Evaluator vurderer, at Realdania i forbindelse med kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme ikke har været fuldt afklaret omkring sammenhængene imellem udvælgelsen af demonstrationsprojekter og den hovedproblemstilling, som kampagnen forsøger at løse. På trods af, at der i konkurrenceprogrammerne for såvel idé- som arkitektkonkurrencen har været lagt op til en række sideordnede udvælgelseskriterier, giver Realdanias projektledere og bedømmelseskomitéens medlemmer samstemmende udtryk for, at kriterierne originalitet og kvaliteten af den arkitektoniske løsning har vægtet højere end forslagernes økonomiske bæredygtighed.

Denne prioritering vurderes at stemme uoverens med den forandringsteori, som ligger til grund for kampagnen. Idet formålet med kampagnen netop har været at sikre bevaringen af bevaringsværdige gårdejendomme igennem anvendelsen af disse, anser evaluator netop anvendelsen og den økonomiske bæredygtighed for yderst central. Det vil således for langt de fleste ejere kun være muligt at genanvende deres gårdejendomme på måder, som er økonomisk bæredygtige. Realiseringen af økonomisk bæredygtige projekter anses på denne baggrund, som den væsentligste kilde til at inspirere flere gårdejere til at genanvende deres nedlagte landbrugsejendomme og dermed sikre, at ejendommenes bevaringsmæssige værdier ikke går tabt for eftertiden.

Evaluators anbefaler derfor:

- *At Realdania i forbindelse med fremtidige kampagner er meget bevidst om, hvilken hovedproblemstilling de skal løse, og hvordan kampagnens indsatser og tilrettelæggelse bidrager til dette. I forbindelse med brugen af åbne calls og konkurrencer til udvælgelse af demonstrationsprojekter anbefales desuden en klar vægtning af kriterier, som er i overensstemmelse med kampagens forandringssteori.*

Vigtig at overveje den filantropiske strategi nøje

Udfordringerne med at realisere alle fem vinderprojekter tilskrives i evalueringen bl.a. den relativt høje egenfinansieringsprocent, der i kombinationen med projekternes høje budgetter samt projektforslagernes tvivlsomme økonomiske bæredygtighed har gjort det nødvendigt for ejerne at finde filantropiske midler til at dække deres andel af finansieringen.

Det er evaluators vurdering at genanvendelse af bevaringsværdige gårdejendomme er en bekostelig affære. Kvadratmeterpriserne bliver således forholdsvis høje, hvilket sætter større krav til den efterfølgende drift. Hertil kommer den yderlige problemstilling, at gårdene ligger i dele af Danmark, hvor erhvervsaktiviteten i forvejen er beskeden.

Kampagnen kombinerer således to svære problemstillinger, der stiller store krav til at finde en præcis filantropisk strategi.

Realiseringen af flere vinderprojekter 'Bevaringsværdige gårdejendomme' kunne formentlig være hjulpet på vej af en højere støtteprocent eller af, at Realdania selv var gået aktivt ind i søgen efter medinvestorer og samarbejdspartnere. Men dette ville gøre det sværere for andre at lade sig inspirere af kampagnen. En høj støtteprocent gør jo alt andet lige, at muligheden for, at andre gårdejere direkte kan bruge erfaringerne reduceres.

Evaluators anbefaler derfor:

- *at Realdania i forbindelse med fremtidige kampagner fastlægger sin støtteprocent ud fra grundige overvejelser omkring projektets budget og genstandsfelt, herunder kampagnens målsætninger og bedømmelseskriterier. Skal støtteprocenten være lav, så demonstrationsværdien øges, må kravet være, at kampagnen har sit primære fokus på at skabe økonomisk bæredygtighed og vise vejen frem, så arkitektonisk værdi og realisme i forhold til driften går hånd i hånd.*

2. Sammenhængen mellem mål og indsats

For at kunne måle kampagnens effekt bør kampagnens indsatser ses i forhold til de primære problemstillinger, som kampagnen forsøger at løse.

Ifølge konkurrenceprogrammet for den første fase i den konkurrence, som Realdania udskrev i forbindelse med Bevaringsværdige gårdejendomme er de to primære problemstillinger, som ligger til grund for kampagnen:

1. At landbrugsbygninger står ubrugte hen og derfor enten forfalder eller rives ned
2. At genanvendelsen af nedlagte landbrugsbygninger ikke respekterer de bevaringsværdige værdier.

Begge problemstillinger fører til, at bygningernes bevaringsmæssige værdier går tabt. En større anvendelse af de ofte smukt beliggende landbrugsbygninger kan ikke mindst ses som en del af løsningen på problemstillingen omkring det uddøende liv i Danmarks udkantsområder.

Ud fra de skitserede problemstillinger er de primære målsætninger med kampagnen derfor:

- at finde nye og økonomisk bæredygtige måder at genanvende gårdejendomme på
- at flere nedlagte landbrugsbygninger genanvendes på måder, som respekterer de bevaringsmæssige værdier

Evalueringen vil sætte fokus på, i hvor høj grad kampagnens indsatser har bidraget til at løse disse to målsætninger for kampagnen. For at kunne undersøge sammenhængen imellem kampagnens indsatser og målsætninger opstilles en forandringsteori for kampagnen. Forandringsteorien danner ikke mindst rammen om de mål, som evalueringen følger op på i de næste kapitler.

2.1 Forandringsteori for kampagnen

En forandringsteori beskriver de enkelte trin på vejen, som skal være opfyldt for at opnå de ønskede mål for kampagnen. Teorien kan således anvendes til kortlægge sandsynligheden for, at de igangsatte indsatser leder til de ønskede målsætninger.

Forandringsteorier bør i princippet opstilles ved en indsats begyndelse, da den i sig selv kan være med til at tydeliggøre, hvorvidt der er en sammenhæng imellem mål og midler. Hvis sammenhængen ikke er til stede, bør det overvejes, hvorvidt indsatsen er den rette, men målet urealistisk, eller om målsætningen er den rette, men indsatsen utilstrækkelig.

I evalueringsøjemed kan forandringsteorien bruges til at måle, hvorvidt et givent resultat kan føres tilbage til en given indsats. Hvis de endelige målsætninger ikke opnås, kan der være to forklaringer: 1) Enten er de enkelte trin på vejen ikke blevet opfyldt ("implementeringsfejl") eller 2) Forandringsteorien holder ikke ("teorifejl").

Figur 2.1 viser en forandringsteori for kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme



Som det fremgår af figur 2.1, har Realdania for at realisere kampagnens målsætninger iværksat **to overordnede indsatser**; en konkurrence og en række formidlingsaktiviteter.

Formålet med **konkurrencen** har været at finde frem til en række projekter, hvis realisering kunne være med til at inspirere såvel ejere, professionelle og offentligheden til at genanvende nedlagte gårdejendomme i tråd med kampagnens målsætninger. Professionelle anvendes i denne evaluering som et udtryk for personer, der igennem deres erhverv beskæftiger sig med nedlagte landbrugsejendomme. Det vil ofte arkitekter, men begrebet kan også dække over ingeniører, historikere og øvrige faggrupper, der professionelt beskæftiger sig med bevaringen af bygningskulturarv.

Konkurrencen, som blev igangsat i september 2003 forløb over to sammenhængende faser; en idékonkurrence og en arkitektkonkurrence. Idékonkurrencen var åben for alle og har dannet grundlag for udvælgelsen af de 20 projektforslag, som gik videre til arkitektkonkurrencen. I forbindelse med arkitektkonkurrencen har hvert af de 19 projekter, som tog imod Realdanias støtte, forhandlet et individuelt beløb, som er blevet brugt til videreudvikling af projektforslaget. En bedømmelseskomité har på baggrund af de videreudviklede projektforslag udpeget de fem vinderprojekter, som skulle realiseres. Bedømmelseskomitéen har ligeledes udvalgt de 19 projekter, som gik videre til arkitektkonkurrencen.

Projekterne i konkurrencen er blevet bedømt ud fra en række bedømmelseskriterier, der har haft til formål at sikre, at de realiserede projekter er gode eksempler på kampagnens målsætninger. De opstillede kriterier i de to faser kan kondenseres til tre gennemgående bedømmelseskriterier:

- økonomisk bæredygtighed
- originalitet i forhold til genanvendelsesidé
- kvaliteten af det arkitektoniske løsningsforlag

Udover en konkurrence har Realdania i forbindelse med kampagnen iværksat en række **formidlingsaktiviteter**, bestående af bl.a. hjemmesider, udstillinger og en bog. Bogen 'Når landbrugets bygninger skifter erhverv – inspiration til nye muligheder i bevaringsværdige landbrugsbygninger' er skrevet af én af Kræn Ole Birkkjær, Per Kruse og Jørn Moesgård og udfolder med tekst, billeder og illustrationer en række af de 19 projektforslag i finalerunden. Derudover er kampagnens resultater formidlet via hjemmesiderne www.bondegaarde.dk og www.genanvendgården.dk. I forbindelse med hjemmesiden Genanvend Gården er kampagnen desuden blevet formidlet igennem en række nyhedsbreve. Herudover er de 19 projektforslag fra arkitektkonkurrencen formidlet igennem to udstillinger på henholdsvis Dansk Arkitektur Center og Randbøldal-museet.

Formålet med evalueringens formidlingsaktiviteter har været at øge kendskabet til kampagnen herunder projektforslagene fra arkitektkonkurrencen. Sammen med konkurrencen, har formidlingsaktiviteterne endvidere haft til formål at give inspiration til ejere og professionelle og derigennem sikre genanvendelsen af flere bevaringsværdige gårdejendomme. Endelig har både konkurrencen og formidlingsaktiviteterne haft til formål at gøre offentligheden opmærksom på problemstillingen med nedlagte gårdejendomme, som står og forfalder.

Forandringsteorien danner i evalueringen udgangspunkt for en vurdering af, hvorvidt evalueringens resultater kan føres tilbage til kampagnes indsatser. Resultaterne af kampagnen samt sammenhængen til de igangsatte indsatser vil blive udfoldet i de følgende kapitler.

3. Kampagnens resultater

I dette kapitel stilles skarpt på kampagnens resultater i forhold til at inspirere ejere, professionelle og offentligheden til at genanvende nedlagte landejendomme på økonomisk bæredygtige måder, der respekterer bygningernes bevaringsmæssige værdier. Idet et væsentligt element i kampagnen er at realisere projekter, der demonstrerer formålet med kampagnen, følges først op på målsætningen om realiseringen af vinderprojekter. Dernæst følges op på kampagnens spredningseffekt vurderet ud fra ejeres, professionelles og offentlighedens kendskab til de realiserede projekter såvel som kampagnen som helhed.

3.1 Få realiserede projekter

Et væsentligt skridt på vejen til at skabe inspiration for øvrige gårdejere og professionelle, som ønsker at genanvende gårdejendomme til nye formål er at realisere projekter, der lever op bedømmelseskriterierne; økonomisk bæredygtighed, originalitet og kvalitet i forhold til den arkitektoniske løsning. Det vil derfor i dette afsnit blive set nærmere på i hvor høj grad denne målsætning er lykket.

Ud af de 19 projekter, som gik videre til idékonkurrencens finalerunde udpegede bedømmelseskomiteén fem vinderprojekter, der alle fik tilbudt 50 % i medfinansiering til realiseringen. Ud af de fem projekter er Søgaard Hovedgård og Herberger langs Hærvejen blevet realiseret, mens ingen af de 14 øvrige projektforslag i finalerunden er realiseret.

Ud af de 14 projekter øvrige projekter i finalerunden, er der kun én ejer, som er gået videre med sit forslag. Det er ejeren til Inspiratoriet, et kreativt lærings- og procescenter på Samsø'. Hun fortæller således, at projektet er blevet realiseret til en 1/15 del af det budget, som forelå i finalerunden.

Med to realiserede projekter, er Realdania tæt ved at have opfyldt den oprindelige målsætning om 3-5 realiserede projekter. Evaluators vurderer imidlertid, at to realiserede projekter er få og udgør et for spinkelt grundlag til at kunne formidle og sprede kampagnens resultater.

Efterfølgende kampagner i Realdania har vist, at der ofte vil være en vis spildprocent i forhold til realiseringsfasen. Med nutidens kendskab til udfordringerne omkring realiseringen af projekter, vurderer evaluator derfor, at Realdania med fordel kunne have udpeget flere vinderprojekter, så der var et større felt at tage af i forhold til realiseringsfasen. Endvidere kunne Realdania have fuldt tættere op på realiseringen af vinderprojekter og eksempelvis have afsat midler til udvikling af projekternes forretningskoncepter, hvilket formentlig kunne have fremmet vinderprojekternes økonomiske bæredygtighed og dermed begrænset risikoen for ejerne.

3.1.1 Høj risiko for ejerne

Evaluators vurderer, at en væsentlig udfordring i forhold til vinderprojekternes realisering har været den høje risiko, som har været forbundet med investeringen for ejerne. Projek-

ternes høje budgetter samt projektforslagenes tvivlsomme økonomiske bæredygtighed vurderes i kombinationen med en egenfinansiering på 50 % at have gjort investeringerne yderst risikofyldte for ejerne.

Flere af de interviewede arkitekter påpeger, at det er yderst kostbart at genanvende gårdejendomme.

En stald er bygget til at være en stald, så det er meget dyrt at lave den om til at være noget andet. Det er næsten umuligt at finde økonomisk bæredygtige måder at genanvende gårde på, hvilket skyldes gårdenes beliggenhed, komfortkrav og moderne bygningsregler. (Arkitekt).

At ombygge og bevare gamle landbrugsbygninger er ofte dyrere end at bygge nyt. Flere af projektforslagene i finalerunden har derfor også haft et budget på mellem 8 og 12 millioner kr., hvilket giver en egenfinansiering på mellem 4 og 6 millioner kr.

Flere af de interviewede ejere og arkitekter påpeger, at det har været for dyrt for ejerne, at gå ind i projekterne. Mens nogle vurderer, at egenfinansieringen skulle have været lavere end 50 %, peger andre på, at projekterne har været for ambitiøse og at budgetterne skulle have været mindre.

Skaleringen skulle have mindre. Det var et alt for voldsomt budget, der blev arbejdet med når finansieringsmodellen hedder 50/50. (Ejer)

Man får ikke et projekt i gang med 50 % egenfinansiering. Det er mange projekter, som kuldsejler ved en egenfinansiering på 50 %, måske skulle finansieringen være 90 % og 10 % egenfinansiering. Hvis man synes, at idéen er god, så må man også støtte dem hele vejen, for man kan ikke gå til sin bank og låne penge til det. Det koster det dobbelte per kvadratmeter at restaurere en gammel bygning, som det koster at bygge nyt (Arkitekt)

Advice Groups projektleder for kampagnen Mette Lindberg medgiver, at en egenfinansiering på 50 % var for høj.

Man skulle stort set have finansieret det hele fra Realdanias side. Det er svært at bede et betrængt segment stille med både idéen og halvdelen af pengene.

Et medlem af bedømmelseskomitéen, opridses problemstillingen ved at påpege, at det har været for dyrt for ejerne at gå ind i projekterne i forhold til den risiko, som de har skullet løbe ved at gøre det.

Realiseringen af projekterne foregik i 2004-2005, hvor det var lettere at låne penge end i dag. Udfordringen med at skaffe egenfinansiering kan derfor ikke tilskrives konjunkturerne. Herudover repræsenterer vinderprojekterne alle mere eller mindre uprøvede forretningskoncepter som kombineret med deres beliggenhed giver en høj risiko.

Evaluators vurderer, at en egenfinansiering på 50 % har været for høj set i lyset af dels de høje budgetter og dels den store risiko, som har været forbundet med investeringen for ejerne.

Både Hærvejsprojektet og Søgaard Hovedgård er realiseret med støtte fra øvrige investorer. De øvrige vinderprojekter er faldet fra, før der er søgt om medfinansiering. Dette skyldes formentlig, at langt hovedparten af projekthaverne i finalerunden ikke tidligere har været med til at realisere projekter af den økonomiske størrelsesorden, som kampagnen lagde op til. De har derfor heller ikke været klædt på til at finde finansieringsmodeller, som har kunnet dække deres andel af investeringen.

Erfaringerne for kampagnen tydeliggør betydningen af, at Realdanias fastlægger sin støt-teprocent ud fra grundige overvejelser omkring projektets budget og genstandsfelt, her-

under kampagnens målsætninger og bedømmelseskriterier. Endvidere bør eventuelle forventninger i forhold medfinansiering fra øvrige investorer tydeliggøres i forhold til projekthaverne.

Af øvrige udfordringer i forhold til vinderprojekternes realisering kan peges på, at ikke alle ejere har været lige engageret i at få projekterne realiseret.

I et af de tre vinderprojekter, som ikke blev til virkelighed, kom idéen og det indsendte forslag i idékonkurrencen ikke fra ejeren selv men fra personer i lokalsamfundet med kendskab til Realdanias kampagne. I et andet af de tre ikke-realiserede vinderprojekter, fik ejendommen ny ejer efter idékonkurrencen. At idéerne ikke er kommet fra ejerne selv vurderes at have været en medvirkende årsag til deres begrænsede engagement.

Med en egenfinansiering på 50 % vurderes ejernes engagement i projektet at være afgørende for realiseringen. Det er derfor væsentligt, at Realdania i forbindelse med udvælgelsen af demonstrationsprojekter i fremtidige kampagner sikrer sig ejernes engagement og opbakning til projektets realisering.

3.1.2 Demonstrationsværdien af realiserede projekter

Kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme har været præget af ambitionen om at skabe nogle pilotprojekter, som har en demonstrationsværdi, og som kan bidrage til læring for andre. Det er derfor relevant at vurdere demonstrationsværdien af de to realiserede projekter Søgaard Hovedgård og Herberger langs Hærvejen. Demonstrationsværdien defineres i denne sammenhæng som projekternes evne til at opfylde bedømmelseskriterierne; originalitet, arkitektonisk løsning og økonomisk bæredygtighed.

Begge forslag roses af medlemmerne fra bedømmelseskomiteén, arkitekter og ejere for deres **originalitet** i forhold til anvendelse. Ikke mindst Hærvejsprojektet vurderes at have ramt direkte ind i en af tidens store trends, nemlig pilgrimsrejser. Projektet er blevet til med inspiration fra den spanske pilgrimsrute 'Caminoen'. Det består af i alt 11 gårde, som er renoveret og sat i stand til at kunne overnatte vandreturister langs Hærvejen.

Søgaard Hovedgård på Langeland danner ramme om en børnelejr og drives af 'Foreningen børnelejren på Langeland'. Evaluator vurderer i overensstemmelse med evalueringens informanter, at såvel børnelejr som herberger kan betegnes som originale og nyskabende måder at genanvende gårdejendomme på.

Begge de realiserede projekter vurderes desuden at være eksempler på **arkitektoniske løsninger**, som synliggør bygningernes arkitektoniske kvaliteter. De bygningskyndige medlemmer af bedømmelseskomiteén udviser således tilfredshed med den arkitektoniske løsning for såvel Søgaard Hovedgaard som Hærvejsprojektet. Det skal dog bemærkes, at både projektlederen og arkitekten for Hærvejsprojektet medgiver, at langt fra alle gårdene i projektet ud fra en faglig vurdering kan betegnes som bevaringsværdige. De er således primært valgt ud fra deres afstand til de øvrige gårde og ikke deres kulturhistoriske og arkitektoniske værdier.

Hverken Hærvejsprojektet eller Søgaard Hovedgård vurderes af evaluator at leve op til kriteriet omkring **økonomisk bæredygtighed**. Driften af både herberger og børnelejr er dermed afhængig af medfinansiering fra fonde og sponsorater. Evaluator vurderer imidlertid, at Hærvejsprojektet i højere grad end Søgaard Hovedgård lever op til kriteriet. Herbergerne er således et 'low cost' projekt, idet 11 gårde er blevet renoveret for et budget på 12,3 millioner kr. Renoveringen af Søgaard Hovedgård har til sammenligning kostet 16 millioner kr. En væsentlig årsag til de lave renoveringsomkostninger for Hærvejs-

projektet er, at gårdene ikke er istandsat til helhedsbrug, idet de kun har åbent i sommermånederne.

Evaluators vurderer samlet set, at det kun i mindre grad er lykkedes, at realisere nogle projekter, der kan inspirere øvrige ejere og professionelle til at genanvende nedlagte gård-ejendomme på nye og økonomisk bæredygtige måder, som sikrer bevaringen af bygningernes kulturhistoriske og arkitektoniske værdier. I forhold til den opstillede forandrings-teori for kampagnen i kapitel 3 er der således tale om en implementeringsfejl, idet det trin, som handler om realiseringen af projekter ikke vurderes opfyldt til fulde.

Først og fremmest er det kun lykkedes at realisere to projekter, hvilket skaber et meget spinkelt grundlag i forhold til at formidle og sprede kampagnens resultater. Derudover lever de to realiserede projekter ikke i lige høj grad op til bedømmelseskriterierne; økonomisk bæredygtighed, originalitet og kvalitet i forhold til den arkitektoniske løsning. Mens begge projekter er udtryk for en original genanvendelsesidé og er løst på en måde, der synliggør bygningernes arkitektoniske kvaliteter, vurderes ingen af projekterne at være økonomisk bæredygtige.

3.2 Kampagnes spredningseffekt

I dette afsnit følges op på målsætningerne om at give ejere, professionelle og offentligheden inspiration til at genanvende gårde på nye og økonomisk bæredygtige måder, der respekterer bygningernes kulturhistoriske og arkitektoniske værdier.

Kampagnens spredningseffekt vurderes i evalueringen dels ud fra det generelle kendskab til kampagnen og dels ud fra den inspiration, som kampagnen har givet til ejere og professionelle. I forhold til ejere ses på, hvor mange der i surveyen vurderer, at kampagnen har givet inspiration til at genanvende deres gårdejendomme på nye måder. I forhold til professionelle vurderes spredningseffekten ud fra, hvor mange der i surveyen angiver, at kampagnen har givet inspiration til deres professionelle arbejde.

3.2.1 Kampagnen har skabt opmærksomhed

Interviewene med arkitekter, bedømmelseskomitéen og kampagnens projektledere tyder på, at kampagnen har genereret en væsentlig opmærksomhed. Dette bekræftes endvidere af antallet af idéforslag, som kampagnens idékonkurrence indbragte samt af antallet af brugere på Genanvend Gårdens hjemmeside. Fra den 1. marts 2010 til den 12. januar 2012 har hjemmesiden haft 19.806 unikke besøgende, hvoraf 8.423 har besøgt hjemmesiden flere gange. Herudover har 474 personer tilmeldt sig Genanvend Gårdens nyhedsbrev.

Surveyen blandt modtagerne af Genanvend Gårdens nyhedsbrev bekræfter desuden et udbredt kendskab til kampagnen. Selvom Bevaringsværdige gårdejendomme med sin opstart i 2003 ligger nogle år tilbage i tiden, svarer 84 % af de i alt 152 nyhedsbrevs-modtagere i surveyen, at de har kendskab til kampagnen. Det er i denne sammenhæng vigtigt at huske, at nogle formentlig har kendskab til kampagnen netop igennem nyhedsbrevet. Evaluator vurderer dog, at antallet af besøgende på Genanvend Gårdens hjemmeside og antallet af nyhedsbrevsmodtagere i sig selv er en indikator på den opmærksomhed, som Bevaringsværdige gårdejendomme har skabt i forhold til offentligheden.

Kampagnens projektledere i Advice Group og i Realdania vurderer begge, at kampagnen har været med til at rette fokus på udfordringen med de mange landejendomme, som står og forfalder. De påpeger, at de ved at skabe en åben idékonkurrence, som er nået

bredt ud, har formidlet nogle væsentlige kriterier for, hvad den gode genanvendelsesidé er.

Igennem kampagnen fik vi italesat et problem og fik vist nogle løsningsforslag. Vi fik formidlet nogle udvælgelseskriterier omkring, hvad den en gode idé er. (Projektleder Advice Group)

Interviewene med arkitekter bekræfter, at kampagnen har været med til at skabe en opmærksomhed blandt såvel ejere som arkitekter:

Kampagnen har skabt en opmærksomhed blandt ejerne af bondegårde, og den har skabt en opmærksomhed i arkitektfaget også blandt de studerende (Arkitekt).

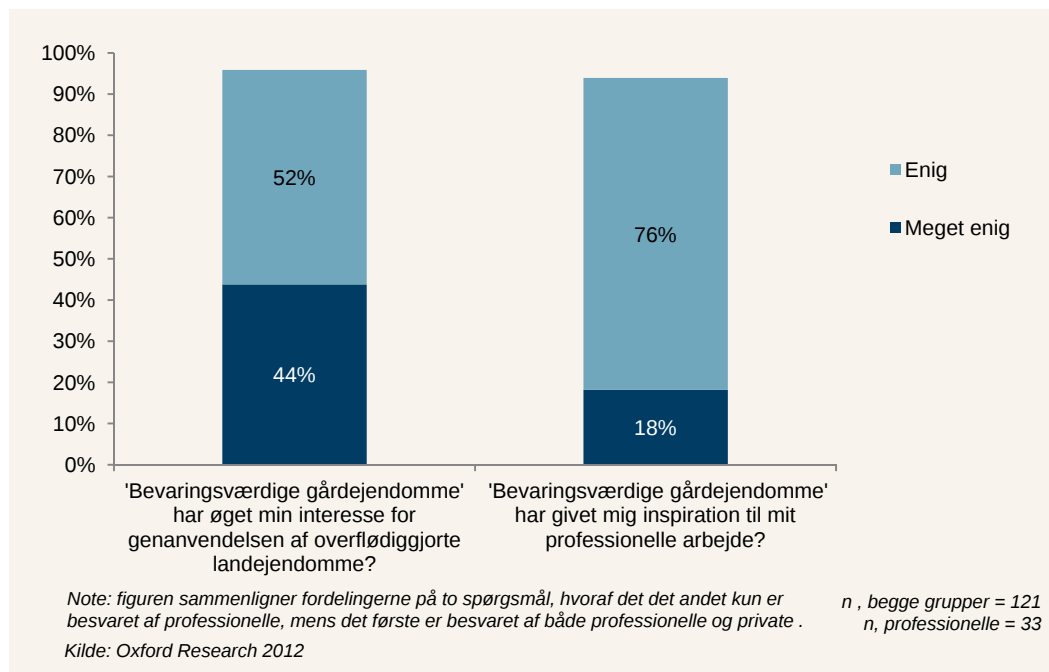
Kampagnen har været med til at skærpe interessen for de bevaringsværdige gård-ejendomme blandt ejerne. Når jeg mødes med mine kollegaer oplever vi, at tiden arbejder for os. Ejerne er villige til at ofre mere for at istandsætte deres gård på en måde, der er i harmoni med gårdens bevaringsværdige værdi (Arkitekt).

En enkelt arkitekt påpeger, at kampagnen især har bidraget til at fremme ejernes opmærksomhed på gårdenens bevaringsmæssige værdi, mens han vurderer, at de hele tiden har været bevidste om at genanvende deres gårde på nye måder, fx til gårdsalg. For ham at se ligger den væsentligste problemstilling i, at ejerne ikke har råd til istandsætte deres gårde på en måde, som er i tråd med de arkitektoniske forskrifter for bevaring snarere end en manglende idérigdom, når det gælder genanvendelse:

Opmærksomheden på at kunne finde muligheder til at genanvende gårdene på, har været der fra starten. Der er mange steder, hvor man har gårdsalg. Arkitekturen ligger under de projekter, der er blevet lavet, fordi folk ikke har penge til at gøre det. (Arkitekt)

Af surveyen blandt modtagerne af Genanvend Gårdens nyhedsbrev fremgår kampagnes resultater i forhold til at fremme interessen for nedlagte landejendomme blandt professionelle og ejere tydeligt. Som det fremgår af figur 3.1, svarer 96 % af de nyhedsbrevsmodtagere, der har bekræftet deres kendskab til Bevaringsværdige gårdejendomme, at de enten er enige eller meget enige i, at kampagnen har øget deres interesse for bevarelsen af overflødiggjorte landejendomme. Ud af de 33 nyhedsbrevsmodtagere, som har angivet at, de har tilmeldt sig nyhedsbrevet på grund af deres erhverv, svarer hele 94 %, at kampagnen har givet dem inspiration til deres professionelle arbejde, hvilket desuden fremgår af figur 3.1.

Figur 3.1 Kampagnens spredningseffekt blandt professionelle og ejere



Resultaterne af surveyen peger desuden på, at kampagnen har givet inspiration til ejerne. Ud af de 70 ejere, som i surveyen har angivet, at de ejer en landejendom har således en tredjedel svaret bekræftende på, at kampagnen har igangsat konkrete planer om, at genanvende deres egen landejendom til andre formål end landbrug.

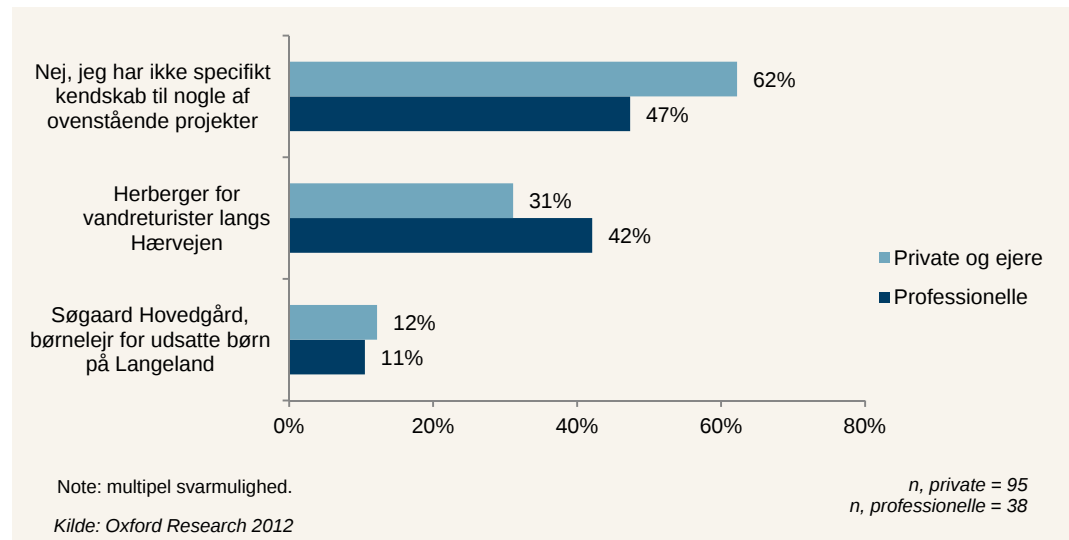
Forholdsvis begrænset kendskab til demonstrationsprojekter

Idet et væsentligt element i kampagnen har været at realisere projekter, som kunne danne inspiration for andre, er det centralt at vurdere, hvorvidt der udover et generelt kendskab til kampagnen også er et udbredt kendskab til de to demonstrationsprojekter; Søgaard Hovedgård og Hærvejsprojektet.

Surveyen blandt modtagerne af Genanvend Gårdens nyhedsbrev tyder imidlertid på et begrænset kendskab til de to realiserede projekter fra kampagnen.

Som det fremgår af figur 3.2 er der generelt set lidt flere professionelle end private og ejere, som har kendskab til demonstrationsprojekterne. Ca. halvdelen af de adspurgte ejere og professionelle har dog hverken kendskab til Hærvejsprojektet eller Søgaard Hovedgård. Der er imidlertid lidt flere, som har kendskab til herbergerne end til børnelejren på Langeland.

Figur 3.2 Har du kendskab til ét eller flere af følgende projekter?



Ud af de modtagere af nyhedsbrevet, som kender såvel Søgaard Hovedgård som Hærvejsprojektet, er alle enten meget enige eller enige i, at projekterne er et gode eksempler på, hvordan man kan give historiske landbrugsbygninger en moderne anvendelse.

Evaluator vurderer samlet set, at kampagnen har haft en spredningseffekt i forhold til ejere såvel som professionelle. Der er således forholdsvis mange ejere, som bekræfter, at kampagnen direkte har givet anledning til, at de vil genanvende deres landejendom til nye formål. Ligeledes er relativt mange professionelle enige i, at kampagnen har givet inspiration til deres professionelle arbejde.

Idet en stor andel af de professionelle og ejere i surveyen ikke har kendskab til de to demonstrationsprojekter, vurderes disse ikke alene at kunne forklare kampagnens spredningseffekt. Kampagnens spredningseffekt tilskrives derfor i lige så høj grad tilrettelæggelsen af idékonkurrencen og formidlingen af kampagnen igennem hjemmeside og nyhedsbreve.

4. Kampagnens hovedgreb/indsatser

I dette kapitel zoomes ind på kampagnens hovedgreb og indsatser. Kapitlet stiller dels skarpt på konkurrencen, dels på formidlingen igennem bog, hjemmeside og nyhedsbreve.

4.1 Konkurrence

Udvælgelsen af projekter med henblik på realisering, baserer sig i kampagnen på én konkurrence, bestående af to sammenhængende faser; en åben idékonkurrence og en arkitektkonkurrence. I den første fase har alle kunnet komme med idéer til genanvendelsen af bevaringsværdige gårdejendomme, mens de 20 projekter, som er gået videre til arkitektkonkurrencen er udvalgt af en bedømmelseskomité.

Der vil i dette afsnit blive set på fordele og ulemper ved at udvælge projekterne igennem en konkurrence frem for eksempelvis at lade et ekspertpanel udvælge projekterne, hvilket bl.a. er blevet gjort i forbindelse med Realdanias kampagne 'Historiske haver'. Endvidere vurderes fordele og ulemper ved den måde, som konkurrencen er grebet an på. Der vil i denne sammenhæng både blive set på opstillingen af bedømmelseskriterier og inddragelsen af eksperter.

4.1.1 Den åbne idékonkurrence har skabt opmærksomhed

Formålet med en åben idékonkurrence var ifølge kampagnens projektleder i Advice Group at skabe en bred opmærksomhed omkring kampagnen og dens målsætning om at genanvende nedlagte landbrugsbygninger på nye måder:

Hovedidéen var at finde nogle nye anvendelser for de gamle landejendomme. Det var også derfor, at vi gik bredt ud. At gå ud så bredt var også for at skabe større opmærksomhed i pressen (Projektleder Advice Group)

De 234 forslag, som den første fase i idékonkurrencen indbragte, vurderer evaluator, vidner om, at det lykkedes at skabe den ønskede brede opmærksomhed omkring kampagnen. En af de interviewede arkitekter roser desuden annonceringen af kampagnen, hvilket formentlig har bidraget til den opmærksomhed, som er opstået i forhold til kampagnen.

Annonceringen af kampagnen i fx lokalaviser var god og forklarede på en fin måde, hvad baggrunden for kampagnen og dens formål var. (Arkitekt)

Evaluator vurderer, at idékonkurrencer og åbne calls egner sig godt til kampagner, der retter sig mod en bred målgruppe, og hvor formålet er at genere idéer til at løse en given problemstilling. Ekspertsudvælgelser egner sig derimod godt til kampagner, der ligesom Historiske haver retter sig i mod en mere snæver målgruppe, og hvor der i højere grad stilles krav til de realiserede projekters repræsentativitet i forhold til målgruppen.

Evaluator vurderer overordnet set, at det i forhold til Bevaringsværdige gårdejendomme har været det rigtige greb at udvælge projekterne i gennem en idékonkurrence, der ikke mindst har bidraget til formålet om at skabe opmærksomhed omkring kampagnen og problemstillingen omkring de nedlagte gårde, som står og forfalder.

4.1.2 Ikke tilstrækkelig forskel på de to faser i konkurrencen

Evaluator vurderer, at det på mange måder er fornuftigt at kombinere en åben idékonkurrence med en efterfølgende arkitektkonkurrence, idet de to faser har forskellige formål, og man herved sikrer, at de projekter, som realiseres, kombinerer den bedste idé med den bedste arkitektoniske løsning.

Der er imidlertid evaluators vurdering, at det i forhold til Bevaringsværdige gårdejen-domme ikke i tilstrækkelig grad er lykkedes at skabe et klart skel imellem idékonkurrencens to faser; den åbne idékonkurrence og den professionelle arkitektkonkurrence. De kriterier, som ligger til grund for udvælgelsen af forslag i de to faser er således næsten ens. Herudover er forslagene i begge faser blevet bedømt og udvalgt af den samme bedømmelseskomité.

Projektlederen fra Advice Group vurderer selv, at kriterierne og hele konkurrenceoplægget i idékonkurrencen første fase, har været for kompliceret i forhold til formålet omkring at genere idéer:

Kriterierne og hele konkurrenceoplægget var måske lige lovligt kompliceret i forhold til at ville genere idéer hos målgruppen. Det ville man nok gøre anderledes i dag. (Projektleder Advice Group)

Hun fremhæver desuden, at projektgruppen forsøgte at bygge bro imellem de to faser og på den måde, kom til at sætte sig imellem to stole:

Vi satte os imellem to stole. Vi prøvede at bygge bro, men det gik ikke. Det er ligesom at sætte nogle børn til at lave nogle malerier og så bagefter lade dem bedømme af et professionelt kunstudvalg. Der var megen begejstring bag idéerne, og det var måske lidt tarveligt, at de blev bedømt ud fra mere arkitektoniske kriterier. (Projektleder Advice Group)

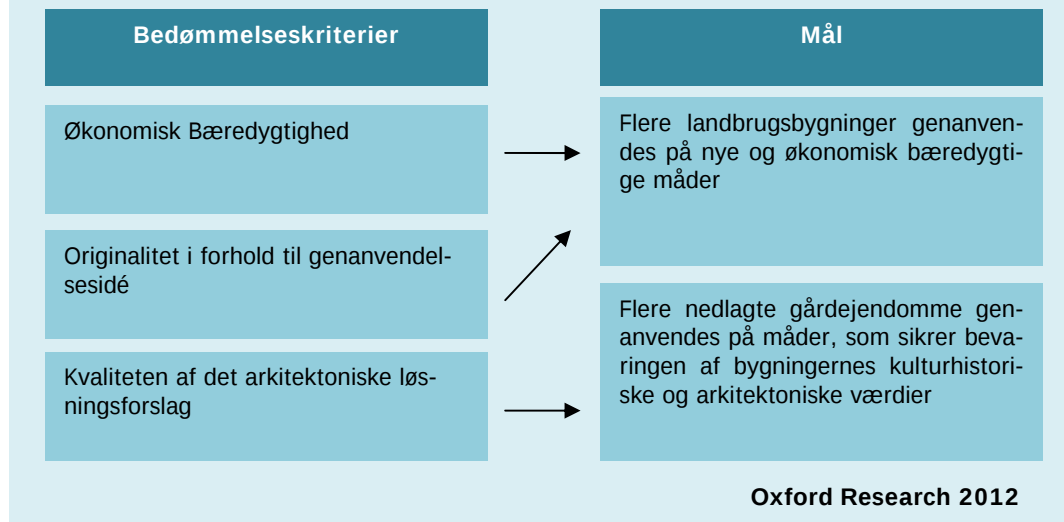
Evaluator vurderer, at der med fordel kunne være skabt mere klare rammer omkring de to faser, fx ved i konkurrenceprogrammet til den første fase at tydeliggøre forskellene på de to faser, herunder de tilhørende bedømmelseskriterier.

Det fremgår af interviewene med flere af ejerne, at de er blevet overrasket over, hvor stor vægt projektets anden fase har haft på den arkitektoniske løsning. Nogle af ejerne har oplevet, at Realdanias penge til projektets videreudvikling i fase 2 uberettiget er gået til arkitekter. Det kan således, som projektlederen for Advice Group påpeger, være en svær balancegang at kombinere en åben idékonkurrence med en professionel arkitektkonkurrence og kræver derfor ikke mindst til de involverede ejere en tydelig kommunikation undervejs i forløbet.

4.1.3 For lidt vægt på markedsanalyser og økonomi

Idet de forskellige bedømmelseskriterier ikke understøtter alle målsætninger for kampagnen lige meget, har deres vægtning i bedømmelsen også betydning for prioriteringen af kampagnens målsætninger. Figur 4.1 viser, hvilket af de to overordnede målsætninger for kampagnen, som hvert af de tre bedømmelseskriterier primært er vigtigt i forhold til.

Figur 4.1: Sammenhæng imellem bedømmelseskriterier og målsætninger



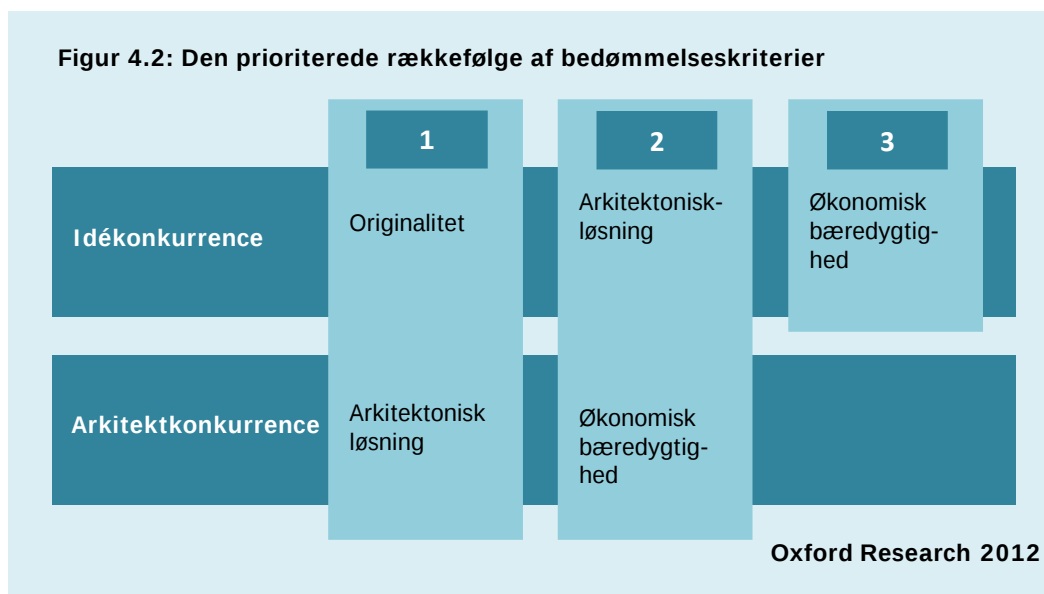
På trods af, at bedømmelseskriterierne i konkurrenceoplæggene optræder som sideordnede, fremgår det af interviewene med bedømmelseskomiteén, at kriteriet omkring forslagens økonomiske bæredygtighed i samspillet mellem Realdania og bedømmelseskomiteén har vægtet lavere i forhold til de øvrige kriterier:

Kriterierne om henholdsvis forslagens anvendelses- og idémæssige indhold samt forslaget originalitet samt evne til at anvise nye løsningsforslag arkitektonisk, teknisk og planmæssigt, blev vægtet højere end kriteriet om den økonomiske bæredygtighed (Medlem af bedømmelseskomiteén).

Bedømmelseskomiteéns medlemmer påpeger, at Realdanias direktion blandende sig i den endelige udvælgelse af de fem vinderprojekter, hvilket førte til at et af medlemmerne af bedømmelseskomiteén, personen som var garant for forslagernes økonomiske bæredygtighed, forlod projektet.

Realdanias projektleder og de interviewede medlemmer af bedømmelseskomiteén peger på, at projekterne er blevet bedømt ud fra den i figur 4.2 skitserede rækkefølge for henholdsvis idé- og arkitektkonkurrencens bedømmelseskriterier:

Figur 4.2: Den prioriterede rækkefølge af bedømmelseskriterier



Prioriteringen af bedømmelseskriterier sætter dermed kampagnens målsætning om at flere nedlagte landbrugsbygninger genanvendes på måder, som respekterer de bevaringsmæssige værdier højere end målsætningen om at finde nye og økonomisk bæredygtige måder at genanvende de nedlagte landbrugsejendomme på.

Som nævnt i kapitel fire, anses det generelt som en væsentlig udfordring at finde økonomisk bæredygtige måder at genanvende nedlagte landejendomme på. Flere af de interviewede arkitekter påpeger derfor også betydningen af markedsanalyser i forhold til kampagnens genstandsfelt:

En af de vigtigste læringer fra kampagnen er nok, hvor betydningsfulde markedsanalyser er, når man skal retænke landejensommes funktion (Arkitekt).

Inden man begynder at tegne for meget, skulle man måske have gjort mere ud af en konceptudviklingsfase ved at tage erhvervsmæglere og bankforbindelser i ed (Arkitekt).

Evaluators vurderer, at Realdania med henblik på at styrke vinderprojekternes økonomiske bæredygtighed i forbindelse med projektforslagernes videreudvikling med fordel kunne have afsat midler til udvikling af fx forretningskoncepter og markedsanalyser.

I forhold til at realisere projekter, som bredt set kan inspirere ejere til at genanvende deres gårdejendomme til nye formål, anser evaluator den økonomiske bæredygtighed for at være yderst central. Det vil således for langt de fleste ejere ikke være muligt at genanvende deres gårdejendomme på måder som ikke er økonomisk bæredygtige. Endvidere kunne en større vægt på projekternes økonomi og forretningsmæssige bæredygtighed muligvis have betydet flere realiserede projekter og en lavere spildprocent i forhold til de projekter, som blev udvalgt til realisering.

4.1.4 Realdania kunnet have spillet en mere aktiv rolle

Der hersker blandt de interviewede ejere og arkitekter generelt stor respekt omkring Realdanias kompetencer samt tilfredshed med Realdanias rolle i forbindelse med kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme. Såvel ejere som arkitekter har desuden oplevet Realdanias projektleder som værende fagligt kompetent.

Enkelte af evalueringens informanter peger imidlertid på, at Realdania kunnet have spillet en mere aktiv rolle i kampagnen. I stedet for at vente på, at idéerne opstod nedefra kunnet Realdania i kampagnens opstartsfasen bl.a. have taget rollen som ekspert på sig og været med til at kvalificere de indkomne ansøgninger. En ejer foreslår konkret, at Realdania fra start kunne have foretaget en kortlægning samt formidling af de eksisterende gode eksempler på nye og bæredygtige anvendelsesmuligheder af nedlagte landejendomme.

Man kunne have startet med en kortlægning af, hvilke alternative anvendelsesmuligheder, der allerede eksisterede i bevaringsværdige landejendomme. På den måde ville man måske have opnået et mere realistisk billede af, hvad sådanne bygninger kan anvendes til på et forretningsmæssigt bæredygtigt fundament. (Ejer).

I forbindelse med idékonkurrencen arrangerede Realdania en konference, hvor deltagere kunne komme og få inspiration og høre relevante oplæg om bl.a. muligheder og begrænsninger for genanvendelse af landbrugsejendomme. Konferencen er et eksempel på, at Realdania har forsøgt at bidrage til kvalificeringen af idéforslagene i konkurrencen.

Bedømmelseskomitéen er imidlertid generelt set enige om, at kvaliteten af projektforslagene i særligt konkurrencens 2. fase ikke er tilfredsstillende. Dette kommer klart til udtryk i publikationen 'Bevaringsværdige gårdejendomme – nye anvendelsesformer, 19 forslag – præsentation og bedømmelse'; "Det må imidlertid erkendes, at forventningerne ikke er blevet indfriet fuldt ud. De 19 projektforslag rangerer fra visionære opfølgninger til egentlige forringelser, hvor udvikling og realisering af ellers så indlysende og klare idéer fra 1. bedømmelsesrunde kun i begrænset omfang slår igennem".

Bedømmelseskomitéens vurdering af projektforslagene i konkurrencens finalerunde tyder på, at Realdania med fordel kunne have spillet en mere aktiv rolle i forhold til at kvalificere projekterne. Endvidere tyder den store spildprocent i forbindelse med realiseringen af vinderprojekter på, at Realdania desuden kunne have spillet en mere aktiv rolle i projekternes realiseringsfase, hvilket desuden påpeges af arkitekterne på nogle af de vinderprojekter, som ikke blev realiseret.:

Realdania kunne godt have lagt møder ind med projektgruppen efter prisoverrækkelsen. Den følgen op, som jeg kunne tænke mig, at der kunne være, har jeg ikke været en del af. Realdania kunne godt have spillet en mere aktiv rolle efter udpegningen af vinderprojekter (Arkitekt).

Armslængdeprincippet fra Realdanias side i forhold til gennemførelse var fin nok som tanke, men den virksomhed, der blev valgt til at gennemføre kampagnen som Realdanias forlængede arm var alt for meget proceskonsulenter og kunne dermed ikke svare på faglige spørgsmål. Dette betød at forløbet blev meget tungt, da det bl.a. tog lang tid at få svar fra Realdania. Realdania trak sig for langt væk fra projekterne. En tættere og løbende dialog er nødvendigt for at gennemføre kampagner af denne art (Arkitekt).

Det er evaluators indtryk, at Realdania sammen med Advice Group har gjort en stor indsats for at realisere så mange af de fem vinderprojekter som muligt. Evaluator vurderer imidlertid, at det er muligt, at Realdania kunne have spillet en mere aktiv rolle tidligere i realiseringsprocessen, fx ved at have hjulpet med at få den samlede finansiering på

plads. Herudover, kunne der formentlig have været behov for, at Realdania undervejs i konkurrenceforløbet havde spillet en mere aktiv rolle i forhold til at kvalificere såvel idéforslagene og de endelige projektforslag. Konferencen i forbindelse med idékonkurrencen kunne eksempelvis være fulgt op af en mindre konference i forbindelse med arkitektkonkurrencen.

4.2 Formidling

Kampagnens formidlingsdel har i kampagnes opstartsfase bestået af fem artikler, som er blevet trykt i konkurrenceprogrammet for idékonkurrencen, og som har haft til formål at inspirere gårdejere til at se ressourcerne i deres nedlagte gårdejendomme. Størstedelen af kampagnens formidlingsaktiviteter har imidlertid foregået efter udpegningen af de fem vinderprojekter i fase 2.

Formidlingen er ikke mindst foregået igennem hjemmesiden www.bondegaarde.dk, hvor man stadig kan læse konkurrenceprogrammet og beskrivelser af de 19. projekter i finale-runden. Herudover har de i alt 19 forslag i finalerunden været udstillet på bl.a. Dansk Arkitekturcenter. Udvalgte forslag er desuden formidlet i publikationen 'Når Landbrugets bygninger skifter erhverv – inspiration til nye muligheder i bevaringsværdige landbrugsbygninger', som igennem tekst, illustrationer og billeder på en læsevenlig måde præsenterer kampagneprojekterne samt en række øvrige eksempler på gårde, som er blevet genanvendt.

Endelig er en del af det restbeløb, som er blevet tilovers fra de tre vinderprojekter, der ikke blev realiseret, gået til finansieringen af hjemmesiden www.genanvendgarden.dk, som ligeledes formidler eksempler på moderne anvendelsesmuligheder for nedlagte landejendomme.

Hjemmesiden www.genanvendgarden.dk bestyres af Dansk Bygningsarv og er først kommet til efter kampagnens afslutning. Direktør i Dansk Bygningarv, Thomas Martinsen, er fortaler for, at Realdania hurtigere går i gang med at formidle de eksisterende gode eksempler og idéer, i stedet for at vente på realiseringen af nogle få enkeltstående projekter:

Hvorfor først bygge 7 eller 9 haver og lave to bevaringsværdige gårde. Hvorfor lave det hver for sig? Man kunne have åbnet laboratoriet først. Åbnet hjemmesiden og vist, hvordan man kunne gøre, inden man gik i gang.

Resultaterne af surveyen blandt ejere og professionelle tyder på, at kampagnen Bevaringsværdige gårdejendomme på trods af et forholdsvist begrænset kendskab til de to realiserede projekter alligevel har skabt en del opmærksomhed og inspiration. Evaluator vurderer, at den åbne idékonkurrence ikke mindst har haft en stor markedsføringsværdi samt betydning for kendskabet til kampagnen, og at Bevaringsværdige gårdejendomme således er et godt eksempel på, hvordan markedsføringen kan tænkes ind i forhold til kampagnens delelementer.

5. Evalueringens metode

I det følgende kapitel samles op på evalueringens metoder og inddragelse af kampagnens forskellige aktører. Evalueringen er foretaget af Oxford Research i perioden september 2011 til februar 2012.

Kampagnens dataindsamling har baseret sig på følgende tre delelementer:

- Desk Research
- Kvalitative interview med centrale aktører
- Survey blandt modtagerne af Genanvend Gårdens nyhedsbrev

Desk Research

Evaluators har igennem en grundig desk research gjort sig bekendt med baggrunden og idéerne bag kampagnen. Desk researchen har bl.a. fokuseret på følgende centrale dokumenter og hjemmesider:

- Konkurrenceprogrammerne for de to faser i konkurrencen
- Beskrivelser af de 19 projektforslag i finalerunden
- www.bondegaarde.dk
- www.genanvendgarden.dk

Kvalitative interview med centrale aktører

Evalueringen baserer sig desuden på en række kvalitative interview med de centrale aktører i kampagnen. De kvalitative interview har givet en dybdegående og kontekstnær viden om resultater såvel som processer. Følgende centrale aktører er blevet interviewet i forbindelse med kampagnen:

- Realdanias og Advice Groups projektledere
- Bedømmelseskomiteéns medlemmer
- Ejerne og arkitekter i de fem vinderprojekter
- Projekthavere (enten ejere eller arkitekter) på de 14 øvrige projekter i finalerunden
- Dansk Bygningsarv

Survey blandt modtagere af Genanvend Gårdens nyhedsbrev

Endelig baserer evalueringen sig på en survey blandt modtagerne af Genanvend Gårdens nyhedsbrev. Surveyen, der er sendt direkte til modtagernes e-mailadresser, er gennemført i oktober 2011. Den er sendt ud til 416 personer, hvoraf 184 svarede, hvilket giver en svarprocent på 44 %.

Med henblik på identificering af ejere af bevaringsværdige gårdejendomme, er der i surveyen spurgt ind til baggrunden for respondentens interesse for hjemmesiden genanvendgarden.dk. Blandt de personer, som har besvaret surveyen, angiver 73 %, at de primært interesserer sig for gårdejendomme som privatperson, mens 27 % primært interesserer sig for gårdejendomme igennem deres erhverv. 83 % af de personer, som interesserer sig for gårdejendomme som privatpersoner er selv gårdejere.