



Det vidste du nok ikke om de unge i Vestbyen

December 2007
Oplag: 500
Trykkeri: AlphaKannike Århus

Indholdet i denne folder blev til på Vestbysamlingen 2007 i Århus. En gruppe unge fra Vestbyen deltog sammen med en håndfuld unge-aktører på workshoppen Ungdomsliv, hvor temaer som branding, konflikter, målgrupper, tiltrækning og dialog blev drøftet.

Ordene og tankerne, der kommer til udtryk på de følgende sider skal ses som et øjebliksbillede på, hvordan de unge oplever det at være unge i dag og at bo i 8210 eller 8220, og det er vigtigt at være opmærksom på, at teksten ikke har været udsat for omformulering eller nævneværdig behandling forud for trykning.

Folderen er tænkt som et inspirerende idékatalog med metoder og idéer, der kan inddrages i arbejdet med eller for unge - eller i arbejdet med at udvikle Vestbyen til et attraktivt sted at bo eller at besøge som ven, gæst, kunstner, sportsudøver eller bare som nysgerrig.

Go' fornøjelse!

CROSS THE ZIP-CODE

I mange tilfælde har de unge, aktører og andre oplevet, at der findes en usynlig grænse mellem postnumrene i lokalområderne. Unge i de lokale bydele viser ofte modstand mod at bevæge sig ind i lokalområder med andre postnumre. Det kan gøre det svært at lave aktiviteter for alle, og det kan gøre det vanskeligt at placere en uddannelsesinstitution eller en klub. De enkelte lokalområder bliver på denne måde isoleret fra hinanden og afskærer sig selv fra udveksling og tilbud. Der er derfor behov for at få belyst, hvorfor denne grænse er opstået, og hvad der kan ændre situationen. Hvordan skaber vi integration og udveksling mellem lokalområderne?

BRAND DIT POSTNUMMER

Tit hører man skrækhistorier fra 8210 om kriminalitet, vold og utilpassede unge. Men nu er der rent faktisk noget, som har sat 8210 på landkortet for noget positivt! Mange af de nye, unge talenter inden for rapmusik har nemlig en baggrund i 8210. Og det rapper de om. 8210 er på landsplan blevet et brand. Det er da bare for fedt og positivt at være kendt for noget godt. Den positive opmærksomhed må kunne udnyttes på andre områder. Nu er døren i hvert fald åbnet for, at 8210 kan andet end at skabe problemer.

GIV DIN MENING TIL KENDE

Der er mange meninger om Vestbyen: "Århus kunne blive den første by med et multikulturelt ungdomshus. Kulturfaciliteter bliver nedprioriteret i forhold til andre fritidsfaciliteter. Der er ingen steder at mødes og drikke en kop kaffe efter kl. 18. Der bliver lavet en masse ting for drengene, men hvad med pigerne? Gellerup har et stort kreativt potentiale - Gellerup skal udvikle nye jobs i samarbejde med kreative mennesker." Der bor en masse kreative og dygtige mennesker i Vestbyen. Og der er rigtig mange, der gerne vil gøre deres til, at livet i bydelen bliver endnu bedre. Det skal udnyttes - hvordan?

Workshoppen på Vestbysamlingen var bygget op som en speed-workshop seance med tre temaer

I løbet af workshoppen blev det forsøgt at finde svar på spørgsmål om

HVORFOR der er afgrænsninger mellem postnumrene?
HVORFOR er 8210 kun et brand inden for rapmusik og ikke f.eks. inden for dans eller fodbold?
HVORFOR kan kunst og kultur påvirke livet i bydelen?

HVAD skal og kan vi gøre for at ændre den afgrænsning, der er mellem 8210 og 8220?
HVAD kan vi gøre for at arbejde videre med brandet 8210, så det bliver bredt ud?
HVAD virker, og hvad virker ikke?

HVAD er det vigtigste vi har lært?
HVAD mangler?

HVEM kan være med til at vende holdningen?
HVEM kan være med til at udvikle?
HVEM kan hjælpe?
HVEM gør hvad?

HVORDAN kan vi ændre noget i praksis?
HVORDAN kan vi udnytte de positive historier, der bliver fortalt om rap og 8210?
HVORDAN bliver visioner til virkelighed?
HVORDAN udvikler initiativer sig?

Svarene på de følgende sider er resultatet af de mange samtaler og diskussioner, der udfoldede sig i løbet af workshoppen.

hvorfor hvad hvem hvordan hvorfor hvad hvem hvordan hvorfor hvad hvem hvordan hvorfor hvad hvem hvordan hvorfor hvad hvem hvordan hvorfor

Hvad

Hvad skal vi gøre for at krydse grænserne? Hvad virker?

Hvad

KONKRETE INITIATIVER:

- Debataftener for unge
- Kulturnat skaber dialog
- Fest på rådhuset i forbindelse med Ramadanen
- Sport og fitness for piger med tørklæde (og deres mødre)
- Fodboldskole på tværs af skole-distrikter
- Lokal lektiehjælp
- Flere aktiviteter i området
- Teater i Gellerup
- Et kulturhus - der kan være med til at skabe forståelse, interesse og respekt
- Festivaler - de tiltrækker flere unge end foredrag

FOR AT SKABE:

- Samarbejde på tværs
- Plads til diskussion
- Netværk
- Positivt omdømme
- God reklame - det er vigtigt
- Branding af området for "det gode"

EKSEMPLER:

Outsiders2Insiders
Sport som middel



HVAD ER VIGTIGT AT HUSKE PÅ I ARBEJDET?

- At give de voksne plaster på munden en gang imellem
- Det skal være unikt for at skabe og tiltrække opmærksomhed
- Kunst kan være med til at bryde fordomme

DET KAN OPSUMMERES I TO SÆTNINGER

For at tiltrække mennesker er det ikke kun placeringen af et arrangement, der har betydning. Der skal være noget at komme efter!



Hvem

Hvem kan være med til at ændre holdningen? Hvem kan hjælpe?

Hvem

HJÆLPERE:

- Boligforeningerne
- Folkeskolen. F.eks. med emneuger, "Kend stedet", "Forstå andre sprog og kulturer"
- Folk udefra, der kommer på besøg, og som derefter er med til at skabe positiv dækning
- Rollemodeller

HVEM SKAL OPLYSES?

- Medierne, der er med til at skabe forkerte billeder
- Forældre, der også kan være med til at skabe skræmmebilleder



HVORDAN ÆNDRER MAN FOLKS OPFATTELSE?

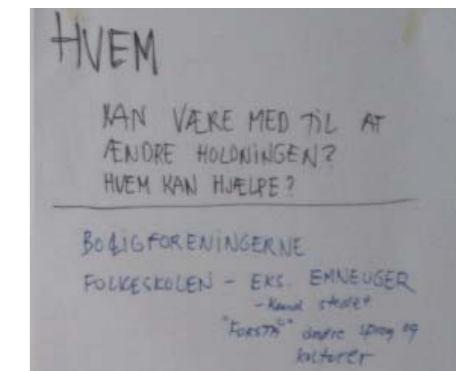
- Forældrene skal informeres om, hvad deres børn kan lave, og hvorfor det er godt for dem at lave det
- Forældrene skal yde noget i forhold til skole, fritidsaktiviteter og opdragelse
- Ved at tiltrække folk udefra til fede arrangementer i Vestbyen
- Ved at give de unge lov til at styre - ved at lave aktiviteter på de unges præmisser

HVAD SKAL HJÆLPERNE GØRE?

- Voksne og ansatte skal give opbakning og følge børn rundt til aktiviteter på tværs af postnumre
- Rollemodeller skal være med til at skabe debat på den sjove måde
- Være med til at skabe et Ungdomsråd

OPSUMMERING

- Sammen kan vi nå mere
- Kunst og kultur kan skabe netværk på tværs af gamle skel
- Nogen at se op til - så drømme skabes



Hvordan

Hvordan kan vi ændre noget i praksis?

Hvordan

HVILKE AKTIVITETER KUNNE ÆNDRE NOGET?

- Besøg hos hinanden i klubberne
- Tage ud i den danske natur
- Fragte lærere fra udenbys skoler rundt til skolerne i Vestbyen, så de bliver bedre rustede til at tage imod børn fra f.eks. Nordgårdskolen
- Invitere til aktiviteter med det formål at skabe kendskab og derigennem dialog
- Bruge festugen til at åbne boligområderne uden for Århus C
- Skabe et Ungdomsråd

OG HVAD ER FORMÅLET MED DET?

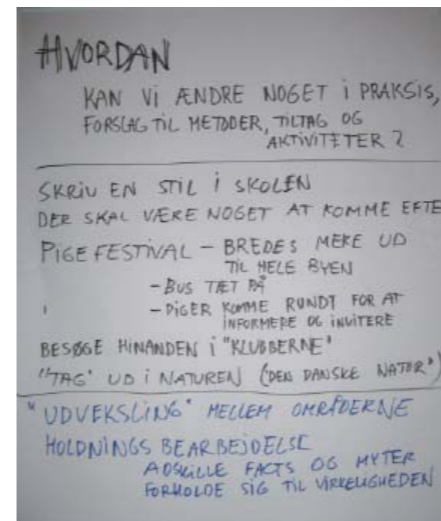
- Udveksling mellem områderne
- At fortælle den gode historie
- Branding af områderne for alt det gode

HVAD ER VIGTIGT HELT OVERORDNET?

- Holde aktiviteterne i kog - bevare gejsten
- Koordinere aktiviteterne mellem områderne
- At lave arrangementer uden for Gellerup
- Placering uden for Vestbyen skaber bevægelse; de unge skal ikke isoleres i Vestbyen
- Sørge for aktiviteter i områderne

HVAD KUNNE STØTTE INITIATIVERNE OG AKTIVITETERNE?

- At der var busforbindelser tæt på
- Hvis piger kommer rundt til klubberne for at informere og invitere
- At man skriver en stil eller laver opgaver om andre kulturer i skolen
- SMS som kommunikationsform for at nå ud til de unge
- Godt med rådgivning fra voksne: "I må gerne arbejde selv, men vi er der for jer".
- Giv de voksne plaster på munden en gang imellem



OG HVAD SÅ?

For at ændre noget i praksis er det vigtigt at snakke sammen på tværs af alle postnumre i byen og at skabe bevægelse så ingen isoleres. Så vil de gode historier også begynde at brede sig.

Hvorfor

Hvorfor skal vi gøre alt det her? Fungerer tingene ikke, som de er?

Det er nødvendigt med en holdningsbearbejdelse, for at facts og myter kan blive adskilt, og for at borgere, medier, arbejdspladser, venner, lærere og alle andre kan begynde at forholde sig til virkeligheden.

Det er nødvendigt at skabe tryghed i nærmiljøet, så dem, der bor der har lyst til at blive boende, og så andre har lyst til at flytte dertil, og så venner udefra har lyst til at komme på besøg mere end én gang.

Det er vigtigt, at folk, der kommer til Vestbyen, får indtrykket af, at det er et rart sted at bo, så de dermed kan være med til at skabe et positivt billede af Vestbyen.

Hvis man bor i et dejligt kvarter med masser af grønne omgivelser, spændende fritidstilbud, gode venner og busforbindelser til omverdenen, så har man lyst til at blive boende og til at gøre en indsats for, at den høje standard opretholdes. Det gør en forskel at bo smukt!

Byer der bobler af musik, billedkunst, teater, film, litteratur, udstillinger og andre kulturtilbud opfattes som attraktive af borgerne i byen og af gæster. Kunst og kultur kan altså medvirke til at skabe et positivt billede af Vestbyen og dermed spille en vigtig rolle i branding af bydelen.

Århus er én stor by med masser af børn og unge og masser af postnumre. Der er ingen unge, der skal være isolerede i den bydel, de bor i. Alle skal have lige gode muligheder for fritidsaktiviteter, kulturtilbud, uddannelse og arbejde.

Hvorfor



HOT

På workshoppen blev deltagerne bedt om at bidrage til et HOT OR NOT barometer. På en grøn og en rød seddel skrev de positivt og negativt om Vestbyen.



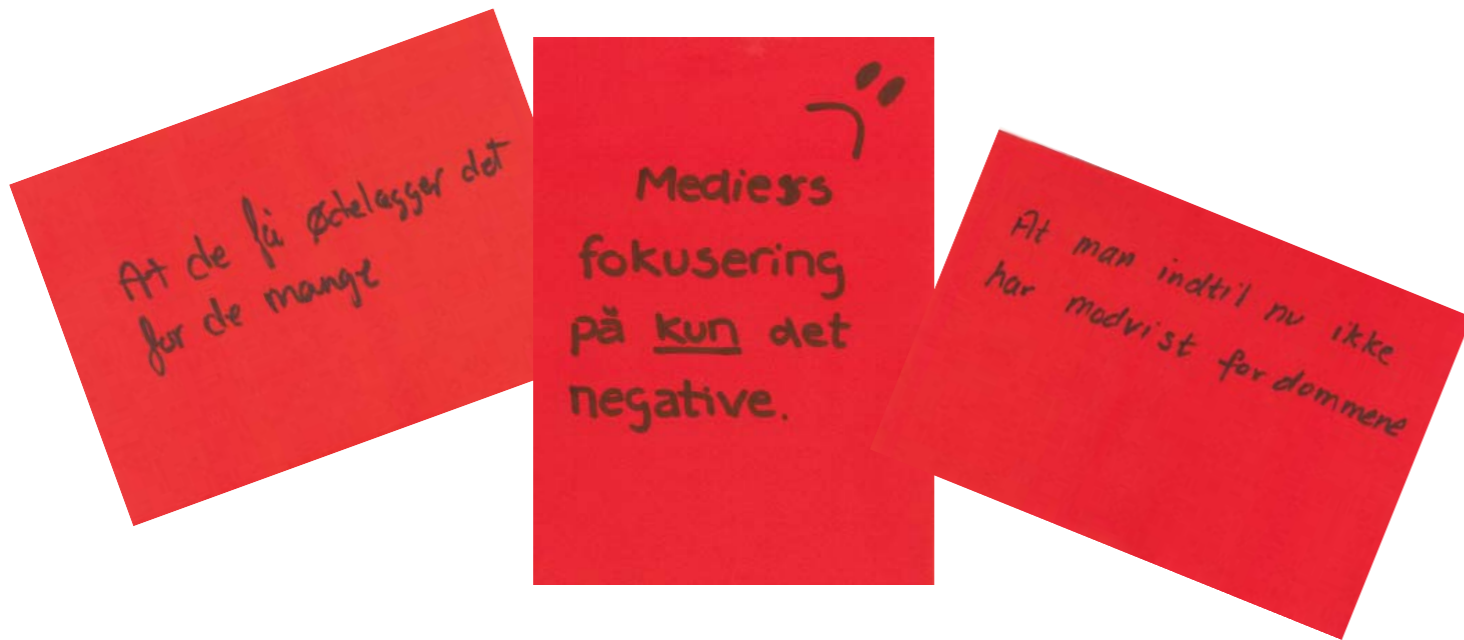
HOT

På HOT barometrets grønne skala finder man de hotte ting, som rent faktisk virker og er rigtig fede ved Vestbyen.

| | | | | |
|--|---------------------------|--|---------------------------|-----------|
| Accept | Sammenhold | Nye muligheder | Mangfoldighed | Forskning |
| Sociale aktiviteter | Ungdomsaktiviteter | Møde nye mennesker, kultur m.m. | | |
| Identitet | Gode aktivitetsmuligheder | Multikulturel by | Fritidsaktiviteter - klub | |
| Gode aktiviteter til de unge = større netværk og mere sammenhold | | Spejder | Biograf | |
| Lektiehjælp | Fritidsaktiviteter | At så meget rent faktisk fungerer godt | | |
| Muligheder for at deltage i arrangementer | | At mærke den gode energi i området | | |

NOT

På workshoppen blev deltagerne bedt om at bidrage til et HOT OR NOT barometer. På en grøn og en rød seddel skrev de positivt og negativt om vestbyen.



NOT

På NOT barometrets røde skala finder man ting, som mangler, og som er rigtigt irriterende ved Vestbyen.

| | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|----------|
| Segregation | At de få ødelægger det for de mange | Racisme | Fordomme |
| For få sportsaktiviteter til piger, fx fitness | | Dårligt billede af området | Ballade |
| Kriminalitet | Dårlig samvittighed | Områdets dårlige image | |
| Mediernes fokusering på kun det negative | Modstand | De negative opfattelser af Vestbyen | |
| At man indtil nu ikke har modvist fordommene | | Forhindringer | |

- Flere sportsfaciliteter til piger og kvinder i Vestbyen
- Debatarrangementer arrangeret AF og FOR de unge
- Besøge hinanden i klubberne
- Tage på ture ud i naturen
- Udveksling af lærere
- Invitere til aktiviteter på tværs af postnumre, foreninger og klubber
- Århus Festuge som middel til at åbne op for boligområderne uden for Århus C
- Et Ungdomsråd
- Bus tæt på
- Opgaver og temaer i skolen for at lære mere om hinanden og andre kulturer
- Brug SMS som kommunikationsform

- Rådgivning fra voksne
- Følg børnene rundt til aktiviteter på tværs af postnumre og store veje
- Informer forældrene om de muligheder, der er for deres børn
- Lav spændende arrangementer og forsøg at trække ikke-Vestbyborgere ud til dem
- Arranger debataftener for unge
- Deltag i arrangementer som KulturNatten
- Arrangement i Århus C i forbindelse med Ramadanen eller anden begivenhed
- Fodbold på tværs af skoledistrikter
- Lokal lektiehjælp
- Et Kulturhus i Vestbyen - det kan være med til at skabe forståelse, interesse og respekt
- Festival

1. De unge er engagerede og deltager gerne i diverse møder, dialoger og workshops. De efterspørger dog større mulighed for at lave arrangementer for unge arrangeret af unge - gerne med råd og vejledning fra voksne.
2. De unge efterspørger større udveksling med Århus C og andre dele af byen. Både for at få "centrum-boere" til at bevæge sig til Vestbyen, men også for at modvirke, at nogle unge bliver isolerede i Vestbyen, fordi de går i skole der og har venner og fritidsaktiviteter der.

3. Det er vigtigt at have fokus på, at de gode historier fortælles til medierne og til folk, der ikke bor i Vestbyen. Rygtet om, at Vestbyen ikke er så skidt endda, skal spredes. Som en deltager skrev på en grøn HOT-seddel: at så meget rent faktisk fungerer godt.
4. Det er fint, at rappere fra 8210 har skabt et positivt brand, men vi skal huske på, at hip hop og rap stadig kun rammer en begrænset målgruppe, hvorfor man ikke bør sætte alle ressourcerne ind på dette område.

5. En del af Vestbyens piger har en muslimsk baggrund og bryder sig derfor ikke om at komme på de væresteder, der traditionelt bruges af drenge, derfor er der behov for en pigeclub eller -café. I iveren efter at lave aktiviteter, der rammer bredt, er det med andre ord vigtigt at huske på at lave aktiviteter for pigerne. Flere piger efterlyser muligheder for at dyrke idræt med tørklæde, en del piger efterspørger fitness.

Indholdet til denne folder er formuleret af:

| | | | | | | | |
|--------|-------|----------|-------|--------|-------|---------|-----|
| Samah | Sarah | Natthila | Ghena | Michel | Worud | Iidle | Jes |
| Bassam | Rana | Ziad | Husam | Rabih | Tri | Rowaida | |
| Mariam | Hanin | Claus | Doaa | | | | |



Det Boligsociale Fællessekretariat



De Europæiske Fællesskaber
Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling

Folderen er udarbejdet i et samarbejde mellem
Urbanprogrammet, Det Boligsociale Fællessekretariat og College Århus