

NOTAT

15. april 2026
Signe Skovstrup Ethelberg
Staben for Erhverv,
Ejendomme og Teknik

Gennemgang af tilbud fra rådgivere i forbindelse med udvikling af Caspar Brands Plads 6

Der er indhentet tilbud fra Grandville (bilag 1) og Urban Goods (bilag 2 + 3). De to tilbud supplerer hinanden, så Grandville fokuserer på de overordnede strategiske greb og politiske scenarier, mens Urban Goods driver den konkrete inddragelses- og testproces og samler data i et værdiprogram og en drifts-/forretningsmodel.

Grandvilles tilbud består af tre ydelsesområder:

Ydelse 1: Light program for bygning og omkringliggende byrum

Indeholder bl.a. kortlægning af funktionsmuligheder, screening af tekniske bindinger, bystrategiske greb og digitalt slutmateriale.

Ydelse 2: Input til beslutningstakt og afhængigheder

Oversigt over forhold, der skal afklares før politiske beslutninger, afhængigheder til andre projekter samt en kort politisk afrapportering.

Ydelse 3: Sparring og politisk oplæg

Udarbejdelse af oplæg til politisk møde, koordinering med Urban Goods og løbende sparring med administrationen.

Samlet pris for Grandville: 228.350 kr. ekskl. moms.

Urban Goods gennemfører en tre-faset udviklingsproces bestående af:

Fase 1: Forudsætninger, aktørkortlægning og ungeinddragelse

Indeholder bl.a. aktør- og økonomiscreening, kickstartworkshop, miniworkshops med unge, og politisk minibriefing

Fase 2: Test og prøvehandling på Caspar Brands Plads (sommer 2026)

Forslag til 3 prøvehandling, samt løbende dataindsamling og observationer, og en politisk temadrøftelse

Fase 3: Værdiprogram og drifts-/forretningsmodel

Udarbejdelse af værdiprogram og drifts- og forretningsmodel, samt politisk orientering og beslutningsoplæg

Samlet pris for Urban Goods: 315.732 kr. ekskl. Moms

Test og prøvehandling på Caspar Brands Plads (bilag 2)

I tilbuddet fra Urban Goods beskrives et forløb med test og prøvehandling, som ligger i procesplanens fase 2: Test og forankring (juni–september 2026). Der er beskrevet tre prøvehandling, hvor aktiviteter på Caspar Brands Plads afprøves i praksis. Formålet er at skabe aktivitet i området og samtidig indsamle konkret viden om brugere, drift, værtskab og

partnerskaber, som skal danne grundlag for det endelige værdiprogram og drifts-/forretningsmodel.

Prøvehandlingerne omfatter:

1. "Børn og unge festuge" – test af aktiviteter, zoner og brugeradfærd for børn, unge og familier.
2. "Sommeroplevelser på Caspars" – test af byrum, ophold, værtskab og turismepotentialer på Caspar Brands Plads.
3. "Pop-up måned" – test af midlertidig drift med pop-up erhverv, ungeaktiviteter og familieaktiviteter i huset.

Planen lægger op til fire typer prøvehandling, som hver afprøver forskellige måder at skabe aktivitet og liv i området, ved at benytte sig af bl.a. midlertidige installationer, bevægelse og legebaserede prøvehandling, kunstneriske aktiviteter, samt sociale og inkluderende aktiviteter.

Samlet set skal prøvehandlingerne gøre det muligt at teste forskellige funktioner og aktivitetsformer, før der træffes permanente valg om udviklingen af Caspar Brands Plads og området ved det gamle rådhus.

Fase 2 bygger på tæt samarbejde mellem kommunen, Urban Goods og lokale aktører, hvor kommunen og aktørerne står for afviklingen af aktiviteterne, mens Urban Goods sikrer struktur, koordinering og læringsopsamling. Data indsamles løbende gennem observationer, interviews og en selvfaciliterende feedbackstation.

Leverancen for Fase 2 omfatter design og koordinering af prøvehandlingerne, to aktørworkshops, databehandling samt en politisk temadrøftelse