

# SÅDAN SKABER MAN ET IKON

Rundt om i det københavnske gadebillede – og ikke mindst i Tivoli – kan vi støde på, hvad der med tiden kan blive et nyt ikon: Affødt af den såkaldte rygelov fra 2007 har Københavns Kommune indgået partnerskab med organisationerne bag byens restauranter og forlystelsessteder om opstilling af – Københavneraskebægret. Endnu er udbredelsen begrænset, men håbet er naturligvis, at flere og flere virksomheder – forretninger, restauranter, beværtninger mv. – vil tage imod kommunens tilbud om at købe – og tømme – hvad der kan blive et stykke klassisk gadeinventar ligesom Københavner-lampen, Københavner-(affalds-)kurven og alt det andet gade- og byinventar, der er med til at skabe byens egen identitet.

## HVERKEN SOLIDE ELLER PÆNE

Det turde være et tungt ansvar at skulle designe og konstruere et stykke gadeinventar, der bliver lig med

oplevelsen af og mindet om København.

Så hvordan bærer man sig ad?

Udgangspunktet var en strategi formuleret i Center for Renhold under kommunens Teknik- og Miljøforvaltning. Frem for defensivt at udsende hærskarer af orangeklædte mænd og kvinder med en fejlkost, ville man i stedet offensivt: Sammen med den type virksomheder, hvis kunder især medvirker til at skabe affald, kunne man måske forebygge de store affaldsmængder. Således eksisterer i dag et antal partnerskaber med Metrostationerne, udgivere af gratisaviser, HORESTA, Københavns City Center, Danske Caféeer og Restauranter, British-American Tobacco og kæder som 7-Eleven om at træffe foranstaltninger, der gør, at byens brugere kan komme af med deres gratisaviser, cigaretskod og mademballage på en hensigtsmæssig måde. Og det er ikke hensigtsmæssigt at smide sit skod i rendestenen. Hverken hen-



FOTO: HENRIK NIELSEN



FIRE CENTRALE FIGURER BAG KØBENHAVNERASKEBÆGERET: FV. SMEDEMESTER JOHNNY JENSEN, INDUSTRIEL DESIGNER BARBARA BENTZEN, DAVÆRENDE OMRÅDECHEF SØREN FRIIS-MIKKELSEN OG PROJEKTLEDER BOLETTE HØJSTEEN.

HVORDAN DESIGNER MAN ET IKON? HVILKE KRAV STILLER MAN TIL KONSTRUKTION OG ÆSTETIK? OG HVORNÅR ER SAGEN BØF? SÅDAN BLEV KØBENHAVNERASKEBÆGERET TIL ...



sigtsmæssigt, særlig pænt eller specielt hensynsfuldt.

Daværende områdechef Søren Friis-Mikkelsen hjemkøbte og lånte stribevis af udendørsaskebægre, der blev prøvet af – ikke så meget af rygere som af kommunens renovationsfolk. Men de var hverken voldsomt solide, nogen æstetisk nydelse eller hurtige at tømme. I Tivoli mente man, at byen burde konstruere sit eget askebæger.

Så er scenen sat.

#### DESIGNEREN

Bolette Højsteen – projektleder i Center for Renhold under Teknik og Miljøforvaltningen – og hendes kolleger indledte med at formulere et antal krav til askebægret: Heri hed det blandt andet, at det skulle være synligt, kunne fastgøres på en facade uden at beskadige den, stå ordentlig fast på gadeplan, være hærværkssikkert, og så måtte det gerne skabe associationer til et askebæger eller måske ligefrem til en cigaret. Afgørende var det også, at det skulle være hurtigt og nemt at tømme – dog ikke

så nemt, at enhver drillepind skulle kunne finde ud af hvordan.

I Teknik og Miljø havde man fra et tidligere projekt kendskab til designfirmaet Faktor 3. Her sidder blandt andre Barbara Bentzen, der er uddannet industriel designer fra Danmarks Designskole. Hun etablerede i sin tid selv virksomheden, der i dag består af et tværfagligt team med både kreativ og teknisk baggrund; dermed mødes form og funktion fra starten.

»Vi indledte med et briefingmøde, hvor vi så et helt arsenal af askebægre. Det var et rigtig godt udgangspunkt for processen. Her kunne vi studere forskellige konstruktioner – deres muligheder og begrænsninger. Der er både åbne og lukkede typer, store eller mindre skodflader og forskellige måder at tømme dem på,« fortæller hun.

Efter et par uger forelå skitser til to modeller: Pastillen og cylinderen.

Pastillen – en rund, flad, kurvet sag – var bestemt den smukkeste, men cylinderen – til montering på facade eller på en selvstændig stan-

der – fungerede nu en gang bedre.

#### SMEDEMESTEREN

Allerede da var næste væsentlige aktør blevet inddraget: Smedemester Johnny Jensen – manden, der skulle fremstille det nye ikon. Også han var kendt som entreprenør for kommunen og har aldrig været bange for at prøve noget nyt, som Søren Friis-Mikkelsen erindrer fra det tidligere samarbejde om blandt andet en pizzakurv. J. Jensen Metalvarefabrik A/S arbejder både i plast og stål og leverer lige fra belysningsløsninger til tandlægestole.

Johnny Jensen havde også selv eksperimenteret med et københavneraskebæger – ikke mindst teknologien bag – og i et kreativt samspil nåede kunde, designer og fabrikant frem til Columbusægget: Cylinderen med et stempel, der falder ud af sig selv, når man vender askebægret om (og hvordan man gør det, er altså en professionel hemmelighed), hvormed indholdet med tyngdelovens hjælp ender i den spand, man holder under det.



Askebægeret kan fastgøres direkte på facaden. Men hvor ejendommene er fredet, eller hvor det i øvrigt ikke er hensigtsmæssigt at montere direkte på facaden, kan det fastgøres til standeren, der skal nedstøbes i fortovet.

Stemplet er orange, hvormed man skaber den fornødne synlighed og sikrer associationen til en cigaret. Cylinder og stander er fremstillet i rustfrit stål, stemplet – eller gløden – i aluminium og tilføjet en overfladebehandling, der gør, at det kan klare mosten fra de varme cigaretgløder. Farven er ellers grafitgrå og stemmer dermed overens med den fastlagte kommunale farvepalet: Grøn, grå og blå. Askebægeret er naturligvis forsynet med byens tre tårne.

Naturligvis – og dog.

For tanken er, at virksomheder, der vil spille med, kan få askebægerne udført i deres egne farver – i al fald så længe de står på privat grund. I Tivoli har de således fået samme farve som papirkurvene, hvortil askebægerne i øvrigt er fastgjort.

Visionen er ifølge Bolette Høj-

KØBENHAVNERASKEBÆGERET KAN BLANDT ANDET OPLEVES UD FOR DAGMAR BIOGRAFERNE.



steen, at der skal afsættes i alt 1.000 askebægre til Københavns erhvervsdrivende. Så langt er man ikke nået endnu, men de kan opleves ud for blandt andet Dagmar Biograferne.

Om askebægerne så bruges? Her bliver der vist tale om et langt sejt træk, erkender Søren Friis-Mikkelsen og Bolette Højsteen.

*Virksomheder kan ved henvendelse til J. Jensen Metalvarefabrik A/S købe askebægerne for 750 kroner til op-hængning på facade og for 1.200 kroner med stander. Virksomhederne står selv for tomning af askebægerne.*