



**EKONOMI
HÖGSKOLAN**
Lunds universitet

**FÖRETAGSEKONOMISKA
INSTITUTIONEN**

Examensarbete magisternivå
januari 2008

Förnyelseorganismer i Ystad-Österlenregionen



Handledare:
Leif Edvinsson
Allan T. Malm

Författare:
Marie Björklund
Björn Cederlind

SAMMANFATTNING

Uppsatsens titel:	Förnyelseorganismer i Ystad-Österlenregionen
Seminariedatum:	15 januari, 2008
Ämne/Kurs:	FEKP01 Examensarbete magisternivå, Företagsekonomi, 15 hp
Författare:	Marie Björklund, Björn Cederlind
Handledare:	Leif Edvinsson, Allan T. Malm
Fem nyckelord:	Förnyelseorganism, Knowledge Innovation Zone, knowledge landscape, experience environment, intellectual capital
Syfte:	Syftet med uppsatsen är att utvärdera existerande projekt och projektidéer i Ystad-Österlenregionen utifrån deras potential att generera förnyelse. Studien är tänkt att ge en rekommendation om vilka projekt som har störst möjlighet att ge avkastning i form av förnyelse av regionen.
Metod:	Uppsatsen utgår från ett explorativt undersökningssätt. Undersökningarna har av den orsaken inletts med ett öppet synsätt för att skapa kunskap om regionen och på så sätt möjliggjort identifieringen av de existerande idéerna och projekten i regionen.
Teoretiskt perspektiv:	Med utgångspunkt i Knowledge Innovation Zone kommer tre sammanlänkande områden behandlas, knowledge landscape, experience environment och intellectual capital.
Empiri:	Projekten som analyseras är av vitt skilda karaktär, men alla avser att medföra utveckling av regionen. Dessa är; Filmklustret, Marinbiologiskt centrum, Culinaria-Matrundan, Mötesplats Backåkra och Leaderprojektet.
Slutsatser:	Studien leder fram till en utvärdering av de fem projekten. Utifrån teoriramen förefaller Marinbiologiskt centrum ha störst potential att medföra förnyelse. Utvärderingen visar också på de individuella projektens styrkor och svagheter.

ABSTRACT

Title:	Renewal organisms in the region of Ystad-Österlen
Seminar date:	January 15 th , 2008
Subject/course:	Master Thesis in business administration 15 ECTS
Authors:	Marie Björklund, Björn Cederlind
Advisors:	Leif Edvinsson, Allan T. Malm
Keywords:	Knowledge Innovation Zone, knowledge landscape, experience environment, intellectual capital
Purpose:	To assess the existing projects and ideas with potential of creating renewal in the Ystad-Österlen region.
Methodology:	Based on an explorative approach where a wide understanding about the region has been established, which then made it possible to identify the existing projects for analysis.
Theoretical perspectives:	Based on theories on Knowledge Innovation Zones and three related concepts, experience environment, intellectual capital and knowledge landscape.
Empirical foundation and analysis:	Five different and diverse projects are analyzed The Movie cluster in Ystad, Marine biological centre in Simrishamn, Culinary tourism in Österlen, Backåkra and The Leader project.
Conclusions:	The study brings forward an assessment of the five projects of which, with regard to the theoretical frame of reference, the Marine biological centre in Simrishamn seems to have the biggest potential of creating renewal. The assessment also shows the strength and weakness of the individual projects.

Tack till

Under arbetets gång har det varit vår strävan att ha ett nytt och kreativt angreppssätt till problematiken som speglas. Genom att förena en akademisk rapport med efterfrågan från näringslivet på ett kreativt sätt har vi försökt tänja på den dominanta logiken inom uppsatsskrivande. Vi hoppas att denna uppsats stimulerar läsaren att inom sitt område göra detsamma.

Ett stort tack till alla dem som har inspirerat, ställt upp på intervjuer, bjudit på kaffe och lånat ut material till oss. Vi vill rikta ett särskilt tack till Anders Nilsson & Sparbanken Syd för såväl finansiellt stöd som engagemang i studien, Allan T. Malm för att ha försökt lära oss att skriva en bra uppsats samt Leif Edvinsson för stor inspiration och för att ha initierat den kreativa processen inom oss.

Björklund & Cederlind

Lund 2008-01-18

DEFINITIONER

Edutainment – en kombination av utbildande och underhållande upplevelser som främjar en kreativ process

Experience environment – strukturer som möjliggör upplevelsebaserade erbjudanden

Förnyelse – uppkomsten av förbättrade, utvecklade och nya strukturer

Förnyelseorganism – ett projekt, företag, nätverk eller aktör med förmåga att sprida förnyelse över gränser

Intellektuellt kapital - innehavd kunskap med framtida utvecklings- och värdeskapande potential

Kluster – i arbetet används den mer alldagliga definitionen av kluster, dvs en samarbetsform mellan näringslivet, universitet/högskola och offentlig verksamhet

Knowledge Business – handel med idéer och kunskap

Knowledge Innovation – genererandet av ny kunskap

Knowledge Innovation Zone (KIZ) - en region, stad, företag eller kollektiv vilken avser att realisera och skapa värde utifrån flödet av kunskap. Zonen har potentialen att koncentrera flödet av kunskap mot områden där den behövs som mest.

Knowledge landscape – den diversifierade mängden av kunskap inom ett specifikt område

Knowledge web – ett nätverk mellan aktörer som underlättar navigering i ett *knowledge landscape*. Nätet har en förmåga att integrera och organisera medlemmarna för att sträva mot ett gemensamt mål.

Knowledge Management – definieras i arbetet som lagring och hantering av kunskap

Tillväxt – en ökning av företagets produktionskapacitet. Produktionskapaciteten beror på hur mycket produktionsfaktorer som används och hur produktiva dessa är.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1 INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND	1
1.1.1 Tillväxtfokus	2
1.1.2 Vikten av förnyelse	4
1.2 PROBLEMDISKUSSION	5
1.3 PROBLEMFORMULERING	5
1.4 SYFTE	6
1.5 DISPOSITION	7
1.6 AVGRÄNSNINGAR	8
2 METOD	9
2.1 METODOLOGISKA VAL	9
2.1.1 Undersökningsobjekt	10
2.1.2 Val av ansats	11
2.2 DATAINSAMLING	11
2.2.1 Intervjuer	13
2.3 UTVÄRDERING AV METODVAL	13
2.4 VAL AV TEORI	14
3 TEORETISK REFERENSRAM	16
3.1 FRAMTIDSFOKUS	16
3.1.1 Intellektuellt kapital	17
3.2 DET HANDLAR OM ETT MENTALT KLIMAT	19
3.3 KREATIVA MILJÖER OCH KREATIVA RUM	22
3.3.1 Upplevelser	23
3.3.2 Landskap	25
3.4 SAMMANFATTNING	26
4 EMPIRI	28
4.1 I WALLANDERS SPÅR	28
4.1.1 Film och utbildning	30
4.1.2 Ystad som filmproduktionscentrum	30
4.2 MARINBIOLOGISKT CENTRUM I SIMRISHAMN	32
4.2.1 Kunskap, kommunikation, upplevelser	33
4.2.2 KIMO Baltic Sea	34
4.3 KULINARISK TURISM	35
4.3.1 Culinaria-Matrundan	35
4.3.2 Aktiviteter	37
4.4 MÖTESPLATS BACKÅKRA	38
4.4.1 Dag Hammarskjöld	39
4.4.2 Mänskliga rättigheter	40
4.4.3 Testamentet	41
4.5 LEADERPROJEKTET	42
5 ANALYS	44
5.1 FILMKLUSTRETS FÖRNYELSEKRAFT	44
5.1.1 Nätverk	44
5.1.2 Upplevelser och naturlig skönhet	45
5.1.3 Kunskapsflöden	45
5.2 MARINBIOLOGISK FÖRNYELSEORGANISM	47
5.2.1 Innovativ zon i Simrishamn	47

5.2.2 Marina upplevelser.....	48
5.3 CULINARIA-MATRUNDAN.....	50
5.3.1 Nätverk och upplevelsemiljöer.....	50
5.3.2 Intellectuellt kapital.....	52
5.3.3 Innovativa zoner.....	52
5.4 MÖTESPLATS BACKÅKRA.....	52
5.4.1 Kreativt rum och upplevelser.....	52
5.4.2 Intellectuellt kapital.....	53
5.4.3 Nätbildande.....	54
5.5 LEADERPROJEKTET.....	56
5.5.1 Innovationsfrämjande klimat.....	56
5.5.2 Intellectuellt kapital.....	56
5.5.3 Knowledge landscape.....	57
6 SLUTSATS.....	59
6.1 FÖRNYELSEORGANISMER.....	59
6.1.1 Knowledge Innovation Zone.....	61
6.1.2 Experience environment.....	61
6.1.3 Knowledge landscape.....	62
6.1.4 Intellectuellt kapital.....	62
6.1.5 Humankapital.....	63
6.2 SAMMANFATTNING.....	64
6.3 YSTAD-ÖSTERLENREGIONENS FRAMTID.....	65
KÄLLFÖRTECKNING.....	67
BILAGA 1.....	73
BILAGA 2.....	74
BILAGA 3.....	75
BILAGA 4.....	76
BILAGA 5.....	77

1 Inledning

Uppsatsen inleds med en bakgrundspresentation av Ystad-Österlenregionen samt en förklaring till varför detta område är intressant att studera utifrån förnyelse och innovation. Detta leder i sin tur till problemdiskussionen, uppsatsens syfte och de avgränsningar som har gjorts. Slutligen presenteras uppsatsens disposition.

1.1 Bakgrund

I sydöstra Skåne samarbetar fem kommuner över gränserna med kommunala frågor. Skurup, Sjöbo, Simrishamn, Tomelilla samt Ystad kommun bildar Sydöstra Skånes Samarbetskommitté, SÖSK. Tillsammans med starka aktörer inom bland annat näringslivet arbetar de för att skapa förutsättningar för utveckling av regionen. Begreppet *Ystad-Österlenregionen* myntades utifrån behovet av ett mer vitalt namn i kommersiella sammanhang. Det finns ett stort intresse bland företagare och andra aktörer att utveckla området. En av de starkast drivande krafterna är Sparbanken Syd, som är en fristående sparbank. En fristående sparbank har ingen ägare utan drivs som en form av stiftelse. Detta innebär att allt överskott går tillbaka till banken och en del av detta avsätts till Sparbanksstiftelsen och används till allmännyttiga ändamål. Utöver Sparbanksstiftelsen har Sparbanken Syd även bildat *Stiftelse för utbildning, ungdomsverksamhet, kultur och näringsliv* samt *Stiftelse för tillväxt*.



Bild 1. Ystad-Österlenregionen (www.sydostraskane.se)

Ystad-Österlenregionen ses ofta som geografiskt avskilt från resten av Skåne. Det finns dock forskning (Matthiessen, 2000) som visar att denna bild har möjlighet att förändras. Sverige hade tidigare ett centrum som utgick från Stockholm med sträckning till Göteborg och Malmö, där Ystad-Österlen blev en vit fläck på kartan. Enligt Matthiessen har ett nytt centrum bildats i Öresundsregionen med en sträckning till Ystad-Österlen och Jylland (Bilaga 1). Det är Öresundsbron mellan Köpenhamn och Malmö som har bidragit till den starka integrationen i Öresundsregionen. Medicon Valley är ett exempel på en lyckad integration mellan Köpenhamn och Malmö. Medicon Valley är en av Europas största satsningar på bioteknik. Det finns alltså en möjlighet för de sydöstra delarna av Skåne att integreras med Öresundsregionen. Den allmänna uppfattningen om Österlen är att detta är ett rekreationsområde som besöks för att njuta av den sköna naturen och stimulerande miljön. Detta förstärks av synen på området som geografiskt avskilt. Regionen är ett populärt semester mål och sommarstugsområde. Den främsta näringen är turism. Turismen är starkt kopplad till perioden maj till september. Utanför sommarperioden är det inte många turister som besöker området.

1.1.1 Tillväxtfokus

Tidigare ansåg man att den regionala utvecklingen inte gick att påverka utan den var en exogen tillväxt som var ett resultat av det som skedde på den nationella nivån. Numera menar man att nationens tillväxt är summan av alla regioners utveckling. (Berglund & Holmberg, 2000) Denna förändrade syn har bland annat lett till ett ökat intresse för regionernas och kommunernas utveckling. Det ökade intresset för regional utveckling har lett till flera rikstäckande undersökningar som behandlar tillväxt. Undersökningarna visar att vissa av kommunerna i sydöstra Skåne ligger högt jämfört med riksgenomsnittet medan andra kommuner har problem med utvecklingen. Utifrån Arenas Navigatorundersökning, som jämför utvecklingen mellan Sveriges kommuner går det bland annat att utläsa att Simrishamns kommun ligger långt efter riksgenomsnittet (Bilaga 2). Svenskt Näringsliv har sex år i följd undersökt företagsklimatet i kommunerna utifrån 18 olika faktorer (Bilaga 3). Frågorna behandlar den sociala och politiska miljön för utvecklingen av entreprenörskap och innovationer. Svenskt Näringsliv samlar in data till sin undersökning genom Statistiska Centralbyråns statistik och enkätundersökningar. I undersökningen berörs faktorer som kommunalskatt,

kommunala tjänstemäns attityder till företagande samt vägnät, tåg- och flygförbindelser. Av kommunerna i Ystad-Österlenregionen har Sjöbo avancerat starkast under de senaste tre åren, från plats 59 till 28. Sjöbo har även den högsta rankingen av de fem kommunerna. Simrishamns kommun kommer långt ner på listan även vid jämförelse med övriga kommuner i Sverige. De befinner sig på plats 235, men de har börjat klättra uppåt även om det är små steg åt gången. Tomelilla arbetar också sig sakta men säkert uppåt från plats 203 till plats 160. De andra kommunerna ligger någorlunda stabilt de senaste åren, Ystad har plats 97 och Skurup plats 40.

Tillväxt är ett nationalekonomiskt begrepp som bygger på ökning av företagets produktionskapacitet. Produktionskapaciteten beror på hur mycket produktionsfaktorer som används och hur produktiva dessa faktorer är. Det kan vara svårt att mäta effekterna eftersom omvärlden ständigt förändras. (Fregert & Jonung, 2005) Enligt Porter (1998) finns det ett flertal faktorer som påverkar tillväxtmöjligheterna, såsom tillgången på skicklig arbetskraft, teknisk kunskap och infrastruktur. Konkurrensfördelarna bygger på hur bra företaget är på att kombinera dessa faktorer samt hur bra de utnyttjar dem. Porter anser även att befolkningens efterfråga i regionen också är relevant. Ett ökat krav från de nära kunderna tvingar företagen till att utvecklas och bli bättre. Utbudet av relaterade och understödjande företag i form av specialiserade leverantörer samt företagsstrategier, struktur och rivalitet mellan konkurrenter har också betydelse för konkurrenskraften (Porter, 1998). Tillväxt är en kontinuerlig process som tar sin utgångspunkt i de förutsättningar som samhället kan erbjuda. Det är dessa förutsättningar som utgör grunden men även begränsningarna i tillväxtens utveckling och storlek. Förutsättningarna förändras över tiden vilket påverkar tillväxtens utformning. Tillväxten skapar olika direkta och indirekta effekter på samhället och ekonomin i form av högre välfärd. Samhället anpassar sig efter tillväxtens nya nivå, vilket blir till en ny utgångspunkt i den fortsatta processen. (SCB, 2005)

1.1.2 Vikten av förnyelse

Det kan finnas en gräns för hur mycket tillväxt en region klarar av. Jämfört med en cell i kroppen som växer obehindrat kan en för hög tillväxttakt vara skadlig. Det finns en gräns för hur mycket av en produktionsfaktor som finns att tillgå i en region utan att den blir utarmad. Det är därför viktigt att koncentrera arbetet på förnyelse. Enligt undersökningar (Vinnova, 2006) som har gjorts, ger en koncentration på kundernas efterfrågan av dagens produkter inget incitament för företagen att syssla med innovation, vilket i sin tur kan leda till stagnation över tid. Samspelet mellan producenter och konsumenter, framför allt potentiella konsumenter, är en av förutsättningarna för att företagen skall lyckas med innovation. Förnyelse kan alltså ses som en förutsättning för att en region ska lyckas skapa ekonomiskt välstånd. Nyföretagande är en viktig komponent för förnyelse och i Sverige har antalet nya företag ökat under de senaste tio åren. I Ystad-Österlenregionen bildades 478 nya företag under 2006 (Bilaga 4) det är en rejäl uppgång från 2004 men inte i närheten av den topp som var 2005. Då startades 528 nya företag i regionen. Problemet med nyföretagandet är att fastän antalet företag ökar så minskar andelen människor som försörjer sig som företagare. Detta beror enligt Nutek (2007) bland annat på att hela 60 procent av nyföretagarna i Sverige bara har sitt företag som en bisyssla och inte har några förnyelseambitioner. Det krävs således en målmedveten satsning på att skapa goda förutsättningar och en positiv inställning till förnyelse och utveckling inom regionen.

Kravet på förnyelse innebär ett ökat behov av effektiva samarbetsformer utanför företagens gränser. Enligt Berglund och Holmberg (2000) är lärande och utbyte av kunskap i form av samspel mellan aktörer med olika erfarenheter och kompetens en av de viktigaste faktorerna för att skapa innovation. Detta kan ske genom att näringsliv, universitet/högskola och offentlig verksamhet samarbetar. Denna samarbetsform mellan företag, akademien och politiker är en alldaglig definition av kluster. I en artikel av Malm (2007) berättar docent Ola Jonsson¹ att målsättningen med ett kluster är att skapa en vision som är större än vad den enskilda aktören skulle kunna uppnå och gemensamt arbeta mot detta mål. Klustermotorn har tre huvuduppgifter, att leda, motivera och förenkla, för detta

¹ Ola Jonsson, docent vid institutionen för kulturgeografi och ekonomisk geografi vid Lunds universitet

krävs kompetens. Ett kluster kan enligt Jonsson vara det avgörande för att skapa något framgångsrikt. (Malm, 2007)

1.2 Problemdiskussion

Det finns ett starkt intresse för utveckling av regionen, men ändå hamnar sydöstra Skånes kommuner långt ner i undersökningarna angående tillväxt och företagsklimat. Kommunerna försöker, men har inte lyckats skapa ett bra näringslivsklimat enligt företagarna. En kombination av kommunernas ensidiga fokus på tillväxt samt en bristande förståelse för företagarnas behov kan vara en faktor för detta misslyckande. Regionens satsningar på turism innebär vissa risker eftersom turistnäringen har en stark koppling till konjunkturläget. Då människor reser mer under högkonjunkturer. Det kan därför vara viktigt att vidga sina vyer för att skapa verksamheter som klarar av en stagnation inom turistnäringen. Turistnäringen är även begränsad eftersom säsongen bara är sex månader. Samtidigt är det viktigt att fortsätta utnyttja sina styrkor inom regionen, där kultur och turism med stor sannolikhet alltid kommer att vara den starkaste näringsverksamheten. Ett sätt att vidga vyerna är genom att attrahera nya människor, nya kompetenser för att föra in ett nytt tankesätt. Ansatser till detta har gjorts i och med att kommunerna har inlett ett samarbete med Lunds universitet. Upplevelser är viktigt, då de utifrån ett bredare perspektiv kan nå mer än turistnäringen. Upplevelser stimulerar kreativiteten genom generering och utbyte av kunskap.

1.3 Problemformulering

Det behövs en utvecklingskraft, en typ av tillväxtmotor som kan öka tillväxten. Detta begrepp som härstammar från ett industriellt tänkande kan föra med sig ett för snävt fokus. En tillväxtmotor har kraften riktad framåt, tänk en bil som kör rakt fram när en bred mur dyker upp, bilen har svårt att väja och risken att köra rakt in i muren är stor. I kontrast till tillväxtmotorn ställer vi därför en förnyelseorganism. Den bör ses som ett projekt, företag, nätverk eller aktör med förmåga att sprida förnyelse över gränser. Till skillnad från en tillväxtmotor är förnyelseorganismen mer flexibel. Organismen rör sig och växer okontrollerat på

flera olika håll. På så sätt går utvecklingen framåt även om det dyker upp hinder på vägen. Detta förnyelsefenomen kan studeras i Åre, som hade sin storhetstid som vintersportort under 1990-talet. Stugbyar, liftar och nya skidbackar växte snabbt fram. Åre blev populärt, men dragningskraften fanns bara tre månader per år. Istället för att bara koncentrera sig på tillväxt vilket med stor sannolikhet hade lett till ännu större satsningar på nya backar och bättre after ski började regionen även satsa på sommarturismen. Denna satsning kan jämföras med diskussionen om förnyelseorganismer. Tillväxten hade ökat på kort sikt om Åre hade satsat mer på skidåkningen men genom att förnya sig har de större möjlighet att fortsätta utvecklas. Tillväxt i form av förnyelse har bättre förutsättningar att skapa värde på lång sikt. Vi vill genom att studera förnyelseorganismer bryta den dominanta logiken och skifta fokus bort från tillväxtmotorer och se utanför de traditionella ramarna.

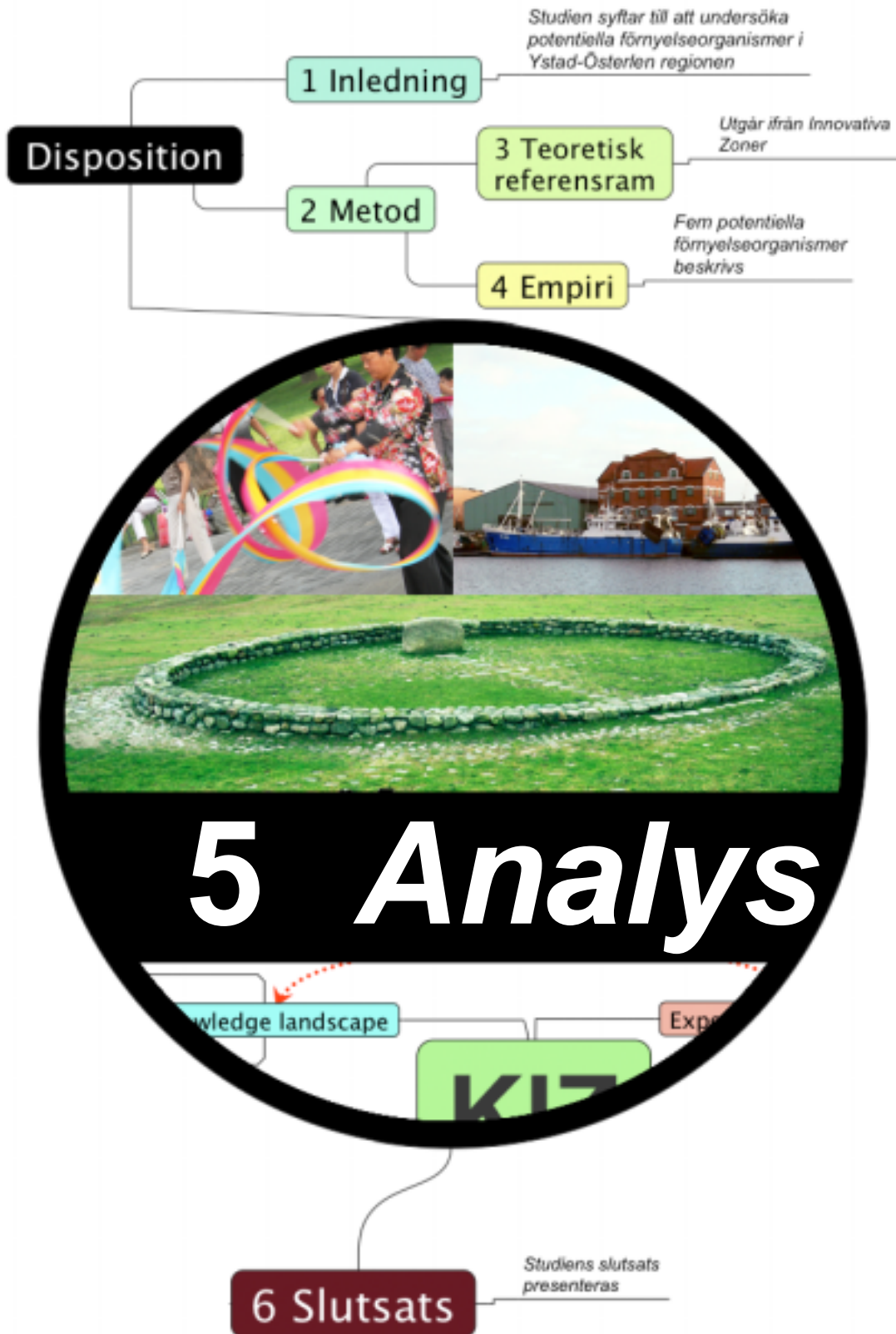
Genom gränsöverskridande samarbete i form av kluster har en förnyelseorganism möjlighet att skapa förnyelse. I och med detta finns möjligheten att skapa något större och få ut mer av varje fenomen. Detta organiska synsätt ligger till grund för studien då Ystad-Österlenregionen undersöks. Studien präglas också i stor utsträckning av antagandet att spridning och generering av kunskap är framtidens sätt att skapa förnyelse i regioner. Vi anser att det behov och den vilja att utvecklas som finns inom regionen gör den till ett intressant objekt att studera. Sparbanken Syd som är en samordnare och stor förnyelsekraft inom regionen har själva efterfrågat och initierat denna undersökning. I samråd med dem samt våra handledare har således studiens fokus och problemområden vuxit fram. Det vi ämnar undersöka är:

Vilken potential har förnyelseorganismerna i Ystad-Österlen att utveckla regionen?

1.4 Syfte

Syftet med uppsatsen är att utvärdera existerande projekt och projektidéer i Ystad-Österlenregionen utifrån deras potential att generera förnyelse. Studien är tänkt att användas som underlag av aktörer, vilka arbetar med att utveckla regionen. Materialet är tänkt att ge en rekommendation om vilka projekt som har störst möjlighet att ge avkastning i form av förnyelse av regionen.

1.5 Disposition



Figur 1. Studiens disposition

1.6 Avgränsningar

Vi har i bakgrunden diskuterat möjligheten till integration med Öresundsregionen. För att förverkliga detta krävs en utbyggnad av infrastrukturen. Det finns redan en förståelse och en stark vilja för en utbyggnad inom regionen men besluten tas på politisk nivå. Vi kommer därför inte att undersöka detta närmare i arbetet. Eftersom uppsatsen har som målsättning att undersöka fenomen som kan sprida sig i form av förnyelseorganismer kommer vi inte att undersöka kommunernas inställning till företagande fastän detta är viktigt vid skapandet av ett attraktivt företagsklimat inom regionen.

2 Metod

Uppsatsens metod är viktig för att nå en hög grad av reliabilitet. I detta kapitel redogör vi därför för de val som har gjorts samt en presentation av den forskningsmetod som använts för att besvara frågeställningen. Därefter kommer en redogörelse för hur undersökningarna har genomförts, val av undersökningsobjekt och teori.

2.1 Metodologiska val

Syftet med uppsatsen är att identifiera och undersöka de projekt som är på gång att utvecklas i Ystad-Österlenregionen. Genom att utvärdera dessa projekts förmåga att generera förnyelse ska vi avgöra vilken potential projekt har att utveckla regionen. Regionen är dock stor och det finns ingen sammanställning av nya projekt, vilket medför en risk att inte finna alla intressanta projekt.

En utmaning har varit att finna lämpliga projekt att studera. Vi har utgått från ett explorativt sätt att arbeta. Undersökningarna har av den orsaken inletts med ett öppet synsätt för att skapa kunskap om regionen. Genom att besöka den Skånska utvecklingsdagen i Eslöv (2007-10-18) och Tillväxtdagen i Ystad (2007-10-22) fick vi en översiktsbild av vad som händer i regionen. Samtidigt hade vi möjlighet att knyta kontakter med människor som vi ansåg kunde tillföra mer kunskap om utvecklingen av området. Detta resulterade i samtal med främst Anders Nilsson, tillväxtansvarig på Sparbanken Syd, Gösta Fernström, föreläsare inom upplevelseindustrin och Madeleine Lundin, projektledare på Sydöstra Skånes samarbetskommitté. Dessa har i sin tur givit oss nya uppslag som har lett oss vidare och på så sätt har vi skapat oss en översikt av Ystad-Österlenregionen.

2.1.1 Undersökningsobjekt

De områden som analyseras i arbetet har framkommit genom den explorativa undersökningen. Genom att besöka tillväxtdagar och samtala med personer insatta i utvecklingen av regionen har vi identifierat de existerande idéerna och projekten i området. Dessa projekt är av vitt skilda karaktär men det som förenar dem är att de alla avser att medföra utveckling av regionen. Nedan ges en kort presentation över de projekt som identifierats;

- **Filmklustret i Ystad.** Det har uppstått ett intresse för Ystad sedan filminspelningarna av Henning Mankells böcker om Kurt Wallander påbörjades under slutet av 1990-talet. Detta har utvecklats både i form av turister som följer Wallanders spår samt ett intresse av att spela in filmer i området. Vi har tittat på Ystads satsning på att bli ett filmproduktionscentrum genom att i samarbete med Lunds Universitet starta en masterutbildning i filmproduktion.
- **Marinbiologiskt centrum i Simrishamn.** Detta projekt handlar om att etablera ett centrum med fokus på forskning om Östersjöns miljö i Simrishamn. Det huvudsakliga nätverket kring anläggningen skulle vara det av Simrishamn nybildade nätverket KIMO Baltic Sea.
- **Culinaria-Matrundan.** Culinaria-Matrundan är ett nätverk av företag i Ystad-Österlenregionen som satsar på kulinarisk turism. Medlemmarna är en blandning av råvaruproducenter, hotell och restauranger etc. Deras huvudsakliga satsning är Matrundan, där de under en vecka i maj vill uppmärksamma utbudet av upplevelser knutna till mat i regionen.
- **Mötesplats Backåkra.** Det finns planer på att etablera en mötesplats i Dag Hammarskjölds före detta hus Backåkra. Tanken är att genom att använda Hammarskjöld som attraktionskraft utveckla en mötesplats för organisationer förknippade med exempelvis mänskliga rättigheter.
- **Leaderprojektet.** Leader är ett EU-projekt som bygger på utveckling av landsbygden. Genom att bevilja finansiellt understöd har Leader möjlighet att styra vilka typer av projekt som etableras i regionen.

Dessa projekt har kommit olika långt i sin planering. Masterutbildningen i Ystad och Matrundan är båda bestämda och kommer att ske under 2008. Leaderprojektet skiljer sig markant men är ända intressant att ha med i studien på grund av dess potential att styra till vilka områden finansiering ges. På så sätt har projektet

möjlighet att medföra utveckling av regionen. Intresset för ett Marinbiologisktcentrum i Simrishamn är stort och flera utredningar har genomförts men det finns ännu inga konkreta planer på genomförande. Backåkra som en mötesplats är än så länge bara en idé som inte har utvecklats något närmare.

2.1.2 Val av ansats

Utifrån valda teorier kommer vi att beskriva och analysera de olika projekten samt genom resonemang belysa de egenskaper som projekten besitter. Vårt mål är att bryta den dominanta logiken och inte bara fokusera på begreppet tillväxt utan utgå ifrån förnyelse. De valda teorierna beskrivs närmare i *2.4 Val av teori*. Vi har utifrån dessa teorier byggt upp en bas av kunskap angående ämnet som sedan genomsyrar insamlingen och analysen av empirin. Detta arbetssätt innebär att uppsatsen kommer att bestå av en kombination av både induktiv och deduktiv ansats.

Eftersom forskningsfrågan som arbetet baseras på är av sådan karaktär att det är svårt att besvara den utan att skapa en djup förståelse är uppsatsen inriktad på ett kvalitativt angreppssätt. Genom att ställa följdfrågor och uppmuntra respondenten till att förtydliga eller komplettera det som sagts finns möjlighet att få mer fullständig information (Andersson, 1994).

2.2 Datainsamling

Genom en kombination av primärdata och sekundärdata är det lättare att undersöka problemställningen (Lundahl & Skärvad, 1999). En bättre bredd på insamlingen av information gör uppsatsen mer tillförlitlig (Jacobsen, 2002). Därför bygger sekundärdatan som används, på resultat av tidigare artiklar, böcker, rapporter, internt material från företagen/projekten och hemsidor knutna till ämnet. Denna data har andra utredare och inblandade samlat in utifrån andra syften än vårt, vilket är viktigt att ha i åtanke vid användningen av informationen. Primärdata har samlats in genom intervjuer. Via intervjuer med personer som arbetar med tillväxtfrågor i regionen skapade vi oss en uppfattning av området.

Därefter har vi försökt att finna de personer som har den rikligaste kunskapen om de projekt som vi ämnat studera vidare. Dessa personer har alla haft en viktig roll och varit inblandade i projektens utveckling i hög grad. Nedan presenteras kort de intervjuade personerna:

- **Anders Nilsson** arbetar som kontorschef på Sparbanken Syds huvudkontor i Ystad. Han har även tilldelats uppgiften som tillväxtansvarig, vilket innebär att han arbetar med utvecklingen i Ystad-Österlenregionen. Han har på så sätt anskaffat en bred kunskapsbild över området. Anders Nilsson har hjälpt oss genom att öka vår kunskap samt diskuterat intressanta projekt i regionen.
- **Gösta Fernström** arbetar på Institutet för företagsledning, IFL med chefs- och ledarutveckling inom upplevelseindustrin och nätverk för att skapa regional utveckling. Gösta Fernström är bosatt på Österlen vilket ger en kombination av kunskap både om regional utveckling samt Ystad-Österlenregionen.
- **Madeleine Lundin** arbetar som ansvarig för Leaderprojektet hos Sydöstra Skånes samarbetskommitté, SÖSK.
- **Olof Hedling** är Universitetslektor inom filmvetenskap på Lunds Universitet. Han har i sin roll på universitet ansvar för utvecklingen av innehållet i den nya masterutbildningen inom filmproduktion.
- **Lars Persson** är näringslivsutvecklare i Simrishamns Kommun. Han är en av initiativtagarna till KIMO Baltic Sea och högst delaktig i arbetet med utvecklingen av ett marinbiologiskt centrum i Simrishamn.
- **Håkan Jönsson** är tillsammans med Anders Lareke initiativtagare till Culinaria-Matrundan. Han har i sin roll som projektledare på Ideon Agro Food även drivit projektet framåt fram tills nu då det står på egna ben, i form av en ekonomisk förening.
- **Ann Mari Lindqvist** arbetar för Svenska Turistföreningen, där hon är platsansvarig för Dag Hammarskjölds Backåkra.
- **Jan Hansson** arbetar som tf ordförande för Sydöstra Skånes samarbetskommitté, SÖSK vilket innebär att han är insatt i Leaderprojektet. Hansson är även en av initiativtagarna till Culinary Heritage Europe.

2.2.1 Intervjuer

Uppsatsen bygger som tidigare nämnt på kvalitativa intervjuer. Intervjuerna har varit uppbyggda enligt trattmodellen (Andersson, 1994). De inledande frågorna har varit av berättande karaktär, därefter har uppföljningsfrågor ställts som utvecklar de tidigare svaren. Till sist har avslutande frågor ställts som har haft som uppgift att vara en direkt uppföljning och fördjupning av de tidigare svaren vi har fått. (Kvale, 1997) Utifrån detta sätt att genomföra intervjuerna på är vår förhoppning att validiteten har förbättrats då fokus har legat på att täcka allt som anses som väsentligt. Vi har inte uppmärksammat några känsliga frågor som har varit besvärliga för respondenterna att besvara. Intervjuerna har även varit uppbyggda utifrån den semistrukturerade metoden, med i förväg bestämda teman i en intervjuguide (Bilaga 5). Dessa teman är kopplade till den teoretiska referensramen. Under intervjuerna har alla teman behandlats men intervjuerna har haft möjlighet att påverka vilken ordningsföljd frågorna ställdes i. Denna flexibilitet gör det möjligt under intervjun att ställa följdfrågor om det kommer upp något nytt och intressant som inte finns med i den ursprungliga intervjuguiden. På så sätt har vi kunnat införskaffa underlag till nya intressanta aspekter. Samtidigt skapar den semistrukturerade metoden en ökad möjlighet att få innehållsrika och trovärdiga svar. Genom att utgå från intervjuguiden och bestämda teman menar även Bryman och Bell (2005) att både sammanställningen av intervjuerna och jämförelser mellan intervjuobjekten underlättas.

2.3 Utvärdering av metodval

De olika metodval som har gjorts påverkar uppsatsens trovärdighet. För att kunna producera en tillförlitlig studie är det viktigt att vara medveten om och ta hänsyn till reliabilitet och validitet samt att ha en kritisk syn på val av källor. Målsättningen med vår uppsats är att skapa en dialog, vilket förhoppningsvis kommer att påverka framtida syn på utvecklingen i Ystad-Österlenregionen. Det kommer därför troligtvis vara omöjligt att replicera undersökningen. Det är svårare att uppnå hög reliabiliteten vid en kvalitativ studie än vid en kvantitativ. Det finns flera faktorer som påverkar tillförlitligheten såsom intervjuaren och miljön där intervjun äger rum. Bryman och Bell (2005) tar även upp problemet med att subjektivitet vid kvalitativa undersökningar också påverkar reliabiliteten.

Undersökningen bygger ofta på undersökarens personliga uppfattning och tolkning (Bryman & Bell, 2005) samt att intervjuarens närvaro påverkar respondentens svar (Jacobsen, 2002).

Validitet är viktigt för bedömning av om de slutsatser som har utvecklats utifrån undersökningen hänger ihop eller inte. Begreppet handlar i grunden om huruvida man lyckas identifiera, observera och mäta det som man syftar till att mäta. (Bryman & Bell, 2005) För att öka validiteten har vi intervjuat personer som är väl insatta i den frågeställning som undersökningen bygger på. Den ekologiska validiteten förbättras då vi har genomfört intervjuerna i respondenternas naturliga miljö i form av deras arbetsplatser. Intervjuerna har även kunnats varieras och anpassas under dess gång eftersom vi valde ett semistrukturerat tillvägagångssätt. På så sätt ökar begreppsvaliditeten då det ger en möjlighet till att ställa följdfrågor och få mer innehållsrika svar. Den interna validiteten har ökat eftersom den långa närvaron och delaktigheten vid intervjuerna har gjort det möjligt att öka graden av överensstämmelse mellan observationer och begrepp.

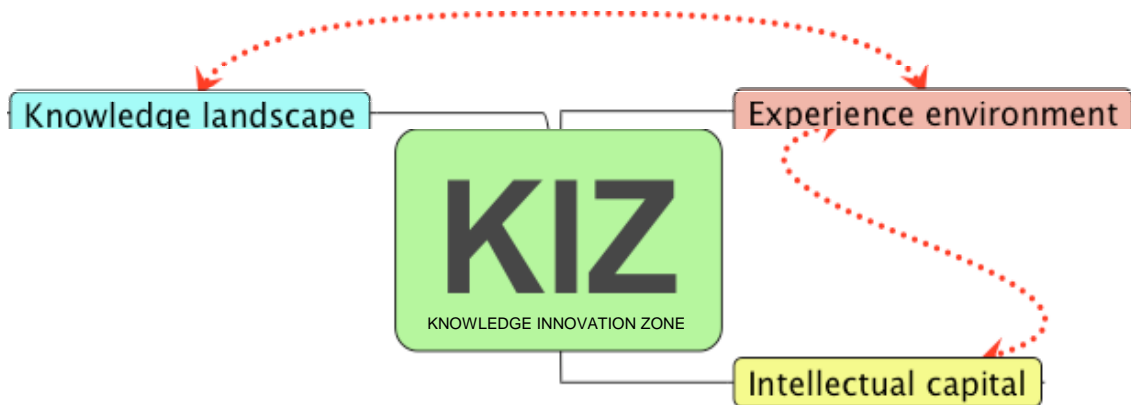
2.4 Val av teori

I problemdiskussionen identifieras ett regionalt intresse för utveckling i Ystad-Österlenregionen. Det görs sedan ett antagande att framtidens sätt att skapa tillväxt är genom förnyelse och spridning av kunskap. Studiens syfte blir följaktligen att utvärdera projekt och projektidéer som har denna potential att utveckla förnyelse genom generering och spridning av kunskap.

För att kunna lösa denna uppgift så utgår studien från teorin om innovativa kunskapszoner, *Knowledge Innovation Zones (KIZ)*² (Amidon & Davis, 2004). Teorin beskriver zoner med förmågan att koncentrera kunskap till den plats där den behövs som mest. Den beskriver också under vilka förutsättningar och klimat som zonerna uppstår. Den innovativa zonen utgör således centrum av studiens teoretiska referensram. I ramen har ytterligare tre koncept inkluderats. Det första är teorin om intellektuellt kapital och den är relevant då den presenterar ett nytt synsätt på idéer och kunskap. Det intellektuella kapitalet är kunskap och idéer

² Det kan inledningsvis vara korrekt att poängtera att KIZ till sin karaktär kan betraktas mer som en tankemodell om nya kunskapsflöden än en teori.

med potential att generera framtida vinster (Edvinsson & Grafström, 1998). Det är också samma kapital som flödar och genereras i en *KIZ*.



Figur 2. Studiens teoretiska ramverk

I fallet med Ystad-Österlen behövde ramen ytterligare dimensioner vad beträffar nätverk och strukturer som möjliggör upplevelser. Klimatet i de innovativa zonerna kräver en struktur av relationer och nätverk för att fungera. Teorin om *knowledge landscape* (Eneroth & Malm, 2001) ger där en djupare vägledning om hur nätverken synkroniseras samt hur nät av kunskapsaktörer leder till interaktion. Teorin är också relevant då det vid de explorativa undersökningarna framkommit att flera av de potentiella förnyelseorganismererna är organiserade i nätverksliknande konstellationer. Det som också framkommit vid dessa undersökningar är att upplevelseindustrier tros spela en väsentlig roll i regionens framtid. Den struktur som möjliggör utbytet av upplevelser är även lik det som återfinns dels i kunskapsnät i *knowledge landscape* samt i de kreativa miljöer som finns i de innovativa zonerna. Därför inkluderas även teorin om *experience environment* (Pralhad & Ramaswamy 2003) i referensramen.

I nästföljande kapitel redogörs mer ingående vad dessa teorier innebär samt hur de samverkar inom referensramen.

3 Teoretisk referensram

Här presenteras den teoretiska referensram som studien utgår ifrån. De teorier och begrepp som redogörs för anser vi behövs för att göra en utredning av hur fenomenen kan fungera som förnyelseorganismer. Som tidigare nämnts förhåller sig studien till förnyelse som skapats genom spridning och generering av kunskap.

3.1 Framtidsfokus

Studien utgår, som redogjorts för i metodkapitlet från teorier om innovativa kunskapszoner i vilka intellektuellt kapital genereras. Flera författare ger argument för varför en sådan utgångspunkt är relevant. Edvinsson (2002) menar att framtidens marknad till stor del kommer att utgöras av en ny kategori av vara, kunskap. Produktionen och utbudet av produkter samt tjänster kommer att få ge plats åt erbjudande av idéer och kunskap. Med dagens globalisering och spridning av information kopieras produkter och koncept med enorm hastighet. Konkurrenter lär sig att duplicera produkter och tillverkningsätt samt att producera mer effektivt. Framtidens konkurrensfördel kommer således att finnas i företagets förmåga att producera och dra nytta av intellektuellt kapital. Malone skriver: *"Our future will be a function of "being" more, rather than "having" more. KIZ are a viable and sustainable path"*³. Entovation International (www.entovation.com) skriver att den viktigaste framtida resursen är förmågan att skapa innovation och att skapa system inom vilka kunskap genereras, även kallat *knowledge innovation*. Amidon och Davis (2006) skriver *"flows of goods and services have new driving elements – knowledge... and its partner – innovation."*⁴

Studien antar ett organiskt förhållningssätt genom hela arbetet. Det industriella tänkandets motor ställdes mot biologins organism. Istället för att utgå från enbart tillväxt fokuserar studien istället på förnyelse. Lösningen i Ystad-Österlensituationen innefattar ett sätt att åstadkomma förnyelse och det förutsätter speciella klimat som främjar innovativa zoner. Dessa *Knowledge Innovation*

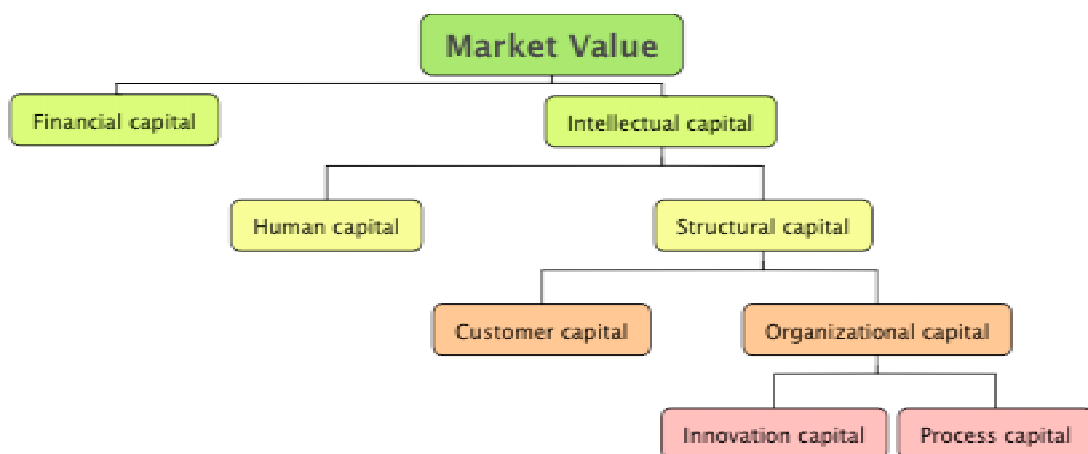
³ *The state of Knowledge Innovation Zones (KIZ)*, www.entovation.com/press-room/KIZ_Preview__Oman__FINAL4_1_06.pdf, 2006

⁴ *The state of Knowledge Innovation Zones (KIZ)*, www.entovation.com/press-room/KIZ_Preview__Oman__FINAL4_1_06.pdf, 2006

Zones är centrala för studien. En mer djupgående redogörelse av *KIZ* följer, men först behandlas det intellektuella kapitalet närmare.

3.1.1 Intellektuellt kapital

I Sverige blev det intellektuella kapitalet identifierat under ledning av Leif Edvinsson i Skandias redovisning (Edvinsson & Grafström, 1998). Där definierades begreppet som innehavd kunskap med utvecklings- och värdeskapande potential. Med andra ord, den resurs inom företaget med möjlighet att skapa framtida vinster. I Skandias system beskrevs värdet i företaget med utgångspunkt i dess marknadsvärde. Skillnaden mellan värdet på börsen och de faktiska tillgångarna företaget innehade beskrevs vara hänförliga till det intellektuella kapitalet. Edvinsson och Grafström (1998) beskriver sambandet med följande modell:



Figur 3. Intellektuella kapitalet (Edvinsson & Grafström, 1998)

Detta är ett av de första strukturerade synsätten men inte den enda bilden av det intellektuella kapitalet. Begreppet har existerat sedan slutet av sextioalet (Stewart, 2001 & Bontis, 2004). En av de första definitionerna identifierade kunskapens betydelse för tillväxt och utveckling. Senare belystes det intellektuella kapitalet viktiga roll i ett kommande kunskapsintensivt samhälle (Bontis, 2004). Vidare identifierades betydelsen av kontext samt användningsområde. Exempelvis

så består kunskap inom ett företag av ren data eller av kommunikation. Det intellektuella kapitalet kan då delas in i tre delar. De anställdas egen kunskap, det som företaget vet om sina kunder och den kunskap som finns lagrad i företaget (Mesa, 2003).

Teorin om det intellektuella kapitalet har väckt stort gensvar. Detta diskuterar Stewart (2001) i en artikel där han refererar till uttalanden från Deutsche Bank ”*IDEAS ARE CAPITAL. THE REST IS JUST MONEY.*”⁵ och J.P. Morgan Chase ”*The power of intellectual capital is the ability to breed ideas that ignite value*”⁶. Teorin kan naturligtvis även kritiseras. Det intellektuella kapitalet är generellt sett svårt att mäta och det som inte går att mäta är svårt att utvärdera och att ha som målsättning. På det viset kan det intellektuella kapitalet komma att bli en abstrakt begreppsapparat som är komplicerad att använda i praktiken. Det finns också svårigheter med vad som ska klassas som intellektuellt kapital. Det har talats om idéer med framtida vinstpotential. Realistiskt sett måste det vara svårt att uppskatta en idéns förmåga att i framtiden generera lönsamhet. Subjektivitet påverkar också en sådan uppskattning. Upphovsmannen till en idé värderar den rimligtvis högre än en utomstående part utan relation till samma idé i fråga.

Det finns en risk för att innovation av kunskap, *knowledge innovation*, blandas ihop med *knowledge management*, dessa två begrepp är dock vitt skilda. *Knowledge management* handlar om att lagra och hantera kunskap så att någon kan använda den i framtiden. Processen kring skapandet av det intellektuella kapitalet handlar mer om ett flöde än om ett lager av kunskap. *Knowledge management* bör användas som ett instrument tillsammans med kreativitetsfrämjande ledning för att skapa innovationer (www.ovation.com). Edvinsson (2002) ser den största utmaningen för framtidens organisationer i att överföra humankapitalet till företagets strukturella kapital. Alltså att kunskapen stannar kvar i företaget fastän personalen går hem. Här kan möjligtvis *knowledge management* och det intellektuella kapitalet anses smälta samman. Om företag lyckas assimilera de två parterna innebär det att den framtida vinstgenererande resursen övergår till någon form av kodifierad kunskap som sedan kan användas av någon annan.

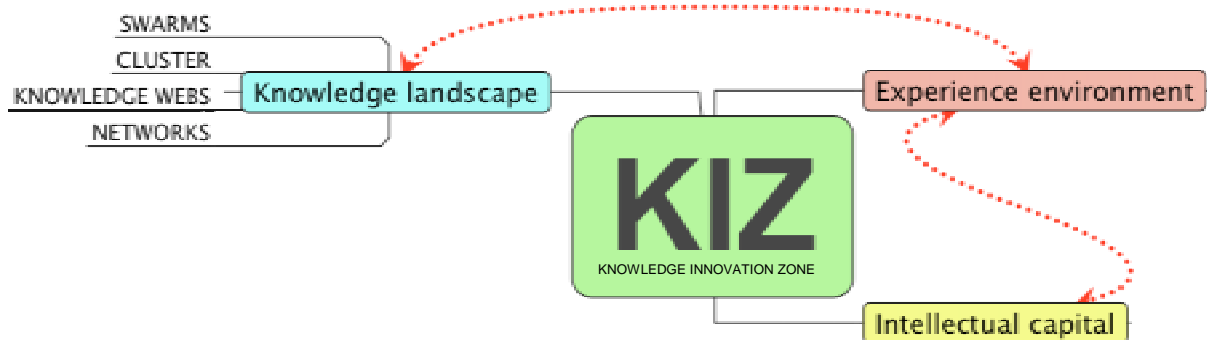
⁵ Stewart, T. A., Intellectual capital: Ten years later, how far we've come *Fortune*. New York: May 28, 2001. Vol. 143, Iss. 11; pg. 192

⁶ Stewart, T. A., Intellectual capital: Ten years later, how far we've come *Fortune*. New York: May 28, 2001. Vol. 143, Iss. 11; pg. 192

För att beskriva det intellektuella kapitalet har Edvinsson (2005) myntat uttrycket *Capital in waiting*, alltså vilande kapital. Med det vill han poängtera ett synsätt som värderar resurser utifrån deras värdeskapande potential. Begreppet är starkt förknippat med behovet av mer än finansiella system och mätmetoder. I dagens system värderas ett företag utifrån dess nuvarande balans av tillgångar och skulder. I princip visar värderingen företagets historiska bakgrund. Mer logiskt vore att istället tala om värdet på företag relaterat till deras framtida potential. Det vilande kapitalet syftar till dessa framtida vinster som idag endast syns i form av kostnader och skulder för investeringar i forskning och utveckling, FoU etc. (Edvinsson, 2005) För att skapa bestående konkurrensfördelar måste dels företag anta ett framtidsfokus i dess redovisning samt skapa miljöer där det intellektuella kapitalet kan utvecklas (Edvinsson, 2005).

3.2 Det handlar om ett mentalt klimat

Centralt i denna studie är de zoner inom vilka det intellektuella kapitalet genereras. Dessa kräver speciella strukturer, miljöer och nätverk. I litteraturen behandlas tre besläktade koncept, *knowledge landscape* (Eneroth & Malm, 2001), *experience environment* (Prahalad & Ramaswamy, 2003) och *intellectual capital* (Edvinsson 2002). Hur dessa hänger ihop illustreras nedan i en utökad modell över studiens teoretiska ramverk.



Figur 4. Studiens teoretiska ramverk

I modellens centrum befinner sig/skapas en *Knowledge Innovation Zone (KIZ)*. Amidon och Davis (2004) definierar den som en region, stad, företag eller ett

kollektiv som avser att realisera och skapa värde utifrån flödet av kunskap. Zonen skapar en gränsöverskridande integration och har potentialen att koncentrera flödet av kunskap mot områden där det som mest behövs. Formica (www.entovation.com) utgår från samma definition men betonar dess förmåga att fungera gränsöverskridande både vad det gäller geografi och bransch. Han ser zonen som bestående av framförallt tre krafter, kreativitet, forskning samt avancerade system för kommunikation och infrastruktur. Grundarna bakom begreppet talar om tio kärnegenskaper hos en *KIZ*, här tas de punkter som är relevanta för studien upp (www.inthekzone.com):

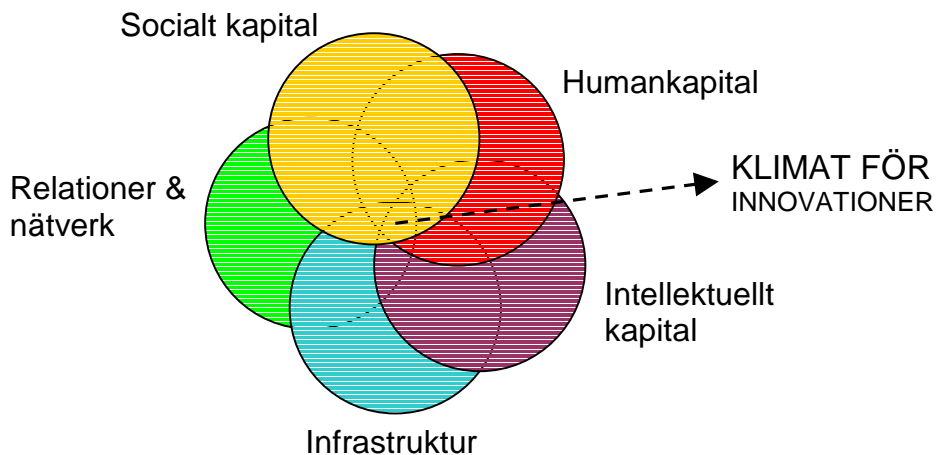
- *KIZ* har som syfte att optimera det humana och intellektuella kapitalet i en avgränsad region/område.
- I zonen sker interaktionen i nätverksliknande former baserade på utveckling av kunskap.
- Zonerna liknar områden där frihandel råder. De skapar också en marknad som möjliggör handel med kunskapsintensiva varor.
- I en *KIZ* är värde förknippat med kontrollen över eller innehavet av *brainpower*, idéer och intellektuellt kapital.
- Zonen är uppbyggd kring strukturer och plattformar som möjliggör interaktion och samverkan mellan människor.

Flera forskare betonar också kopplingen mellan *knowledge innovation zones* och en hållbar utveckling både vad det gäller sociala problem samt miljöfrågor (Amidon, 2005, Amidon & Davis, 2006, 2004; Schwabe, 2005, www.inthekzone.com). Det finns flera exempel på levande *KIZ*, ett är Barcelona Knowledge District 22@ (Amidon, 2005). För att skapa denna zon fastställdes fem strategiska riktlinjer där fokus låg på skapandet av kunskap. Barcelona relaterades till en kunskapsstad där tillväxtmotorerna var kultur och *Knowledge Innovation Zones*. (Amidon, 2005, Ergazakis et al 2006) Projektet resulterade i en rad åtgärder som avsåg att skapa innovationsfrämjande klimat och som skulle utveckla de kulturella värdena (Amidon & Davis, 2004):

- Anpassning av bibliotek för att göra dem kompatibla med EUstandard
- Ny kommunikationsteknologi
- Skapandet av kulturella anläggningar och en övergripande strategi för utbildning
- Konstutbildning i skolor

- Acceptans av kulturella olikheter
- Skapandet av kanaler för kunskapsdistribution

För att lyckas med denna transformering spelade initiativ från den privata sektorn stor roll. Staden bidrog genom att skapa en infrastruktur, transportsystem, kommunikationssystem och energisystem, samt genom att stimulera utveckling och byggande av miljöer/byggnader anpassade för *knowledge business* (Ergazakis et al, 2006). Dessa åtgärder speglar det faktum att innovation handlar om mer än satsningar på forskning och utveckling (FoU), det handlar om ett *klimat*. Genom att studera tidigare initiativ för att skapa dessa zoner skriver Amidon (2005) om fem faktorer som främjar ett innovativt klimat.



Figur 5. Modell över ett innovationsfrämjande klimat

Humankapitalet syftar på tillgång till en diversifierad arbetskraft, exempelvis forskare, vetenskapsmän, artister, konstnärer och entreprenörer. Det intellektuella kapitalet innehåller idéer med framtida vinstgenererande potential. Förutom det ingår även tankemodeller, *mindsets*, ett fungerande patent och upphovsrättsskydd (Edvinsson 2005, Edvinsson & Grafström, 1998). Infrastrukturen syftar till hur lätt det är att söka information i ett samhälle. Finns arkiv/innehållsförteckningar, tillgång på expertis, nätverk? Standardisering av bibliotek, forskningsanläggningar, nivån på kommunikationsteknologi som bredband mm. Det måste också finnas möjlighet att ingå i nätverk av olika karaktär, bilda allianser och partnerskap men samtidigt inneha förmågan att respektera och anpassa sig till

andra aktörer. Det sociala kapitalet innebär att acceptera olikheter och att enas kring en gemensam kultur/inställning till kreativitet. (Amidon, 2005)

3.3 Kreativa miljöer och kreativa rum

Det klimat som främjar den innovativa skapandeprocessen är nära besläktat med upplevelser. Edvinsson (2006) talar om behovet av *edutainment*, alltså en form av stimulans där utbildning eller kreativitet möter underhållning. Detta föranleds av pedagogisk forskning av Hemlin et al (2004) där det konstateras att kreativitet behöver glädje och underhållning för att kunna utvecklas. Med ett sådant samband och med Amidons (2005) *KIZ* i minnet är det lätt att dra slutsatsen att innovativa zoner med upplevelseindustrier som katalysatorer borde gå hand i hand.

Ett exempel på kreativa miljöer och rum är Skandia Future Center i Vaxholm. Där är rummen och miljöerna utformade för att stimulera kroppens sinnen och skapa stämning. Ett av rummen är utformat som en styrhytt på en båt för att dra parallellerna till ledning och navigering. Den kunskap och idéer som utvecklas avgör företagets möjligheter att generera vinster i framtiden. Fokus bör därmed ligga dit man är på väg inte där man befinner sig. (Edvinsson, 2002)

Nedan följer ett exempel på hur en kreativ miljö kan visualiseras, bilden visar ett byggnadsverk som kommit att bli en symbol för Shanghai, Oriental Pearl TV Tower. Byggnaden är naturligtvis en extrem konstruktion både vad det gäller design och konstruktion men de flesta städer har ändå något liknande om än ej i samma skala. Den kreativa miljön innebär här alltså något utöver det vanliga som stimulerar tankeverksamhet. Det påvisar rummets förmåga att främja en kreativ process. Går det till exempel att titta på Shanghais *skyline* utan att få en känsla av framtiden, avancerad teknologi eller rent av science fiction?



Bild 2. *Kreativ miljö* – Oriental Pearl TV Tower, Shanghai

3.3.1 Upplevelser

I inledningen av teoriavsnittet identifierades kunskap som den nya typen av vara på framtidens marknad. En liknande och till viss del besläktad utveckling inom sättet att skapa värde beskrivs av Prahalad och Ramaswamy (2003). Här redogörs för vikten av att genom kundens deltagande och interaktion skapa värde. De traditionella formerna av produkter och tjänsteerbjudanden är på väg att suddas ut, istället behövs innovativa idéer för att bygga upplevelsebaserade erbjudanden. Precis som de innovativa zonerna kräver speciella strukturer krävs här ett *experience environment*. Denna miljö är en struktur som utgår från ett nodföretag som i sin tur håller samman leverantörer, producenter, komplementföretag och kundsegment. Värdet skapas inte på det traditionella sättet, genom köp, utan istället genom interaktionen med hela strukturen simultant. (Prahalad & Ramaswamy, 2003) I denna miljö behövs även rum som tillåter kunden att ”uppleva”. Ett exempel är sportaffären Recreational Equipment Inc, REI i Seattle,

där man har tagit fasta på detta koncept. Affären erbjuder ett stort antal miljöer och situationer för att kunden ska kunna testa deras produkter (Fernström, 2005):

- En 22 m hög klättervägg inne i affären
- Spår för längdåkning
- Terrängbana för mountainbikes
- Kajakpaddling i flod utanför affären

Kunden köper inte endast en produkt, utan upplevelsen av att få testa produkten i anpassad miljö och vad den där får kunden att känna. Gilmore och Pine har utvecklat ett ramverk för hur minnesvärda upplevelser skapas. Detta har sedan Fernström (2005) använt för att studera den svenska upplevelseindustrin.



Figur 6. Matris över upplevelser (Fritt från Fernström, 2005)

Modellen beskriver fyra beståndsdelar som tillsammans bildar ett framgångsrikt upplevelsekoncept. Den är graderad efter två skalor, huruvida upplevelsena tas upp av eller involverar konsumenten, samt om konsumenten är aktiv eller passiv i skapandet av upplevelsen. De fyra delarna är underhållning, utbildning, estetik och eskapism. Underhållning och utbildning innebär det man vanligtvis förknippar med begreppen. Estetik syftar här till skönhet, layout och design. Eskapism innebär en form av verklighetsflykt, äventyr eller aktivitet. Modellen är relevant då den ger vägledning om hur upplevelser kan användas för att skapa värde hos kunder och på så vis också generera vinst för producenten. Den påvisar också kopplingen till kreativitet och innovationer. Edvinsson (2006) och Hemlin et al (2004) talar om kopplingen mellan kreativitet och underhållning. I modellen ovan beskrivs både utbildning och underhållning som delar av framgångsrika upplevelsekoncept.

Det är lätt att placera in exempel som Recreational Sport Inc och Skandia Future Center i modellen. Parallellerna mellan de båda och funktionen av rummet och miljön är tydliga. I båda fallen kopplas behovet av stimulerande rum och miljöer till upplevelser. Det som skiljer dem åt är behovet de syftar till att uppfylla. I Skandia Future Center fallet är det en katalysator för kreativitet och hos Recreational Sport Inc är det ett nytt sätt att skapa värde genom ett *experience environment*. Det som belyses i denna studie är hur de båda synsätten är förenliga. Upplevelser i sig och *edutainment* behövs för att stimulera kreativitet, således torde upplevelseindustri och ett *experience environment* vara en självklar katalysator till bildandet av innovativa zoner.

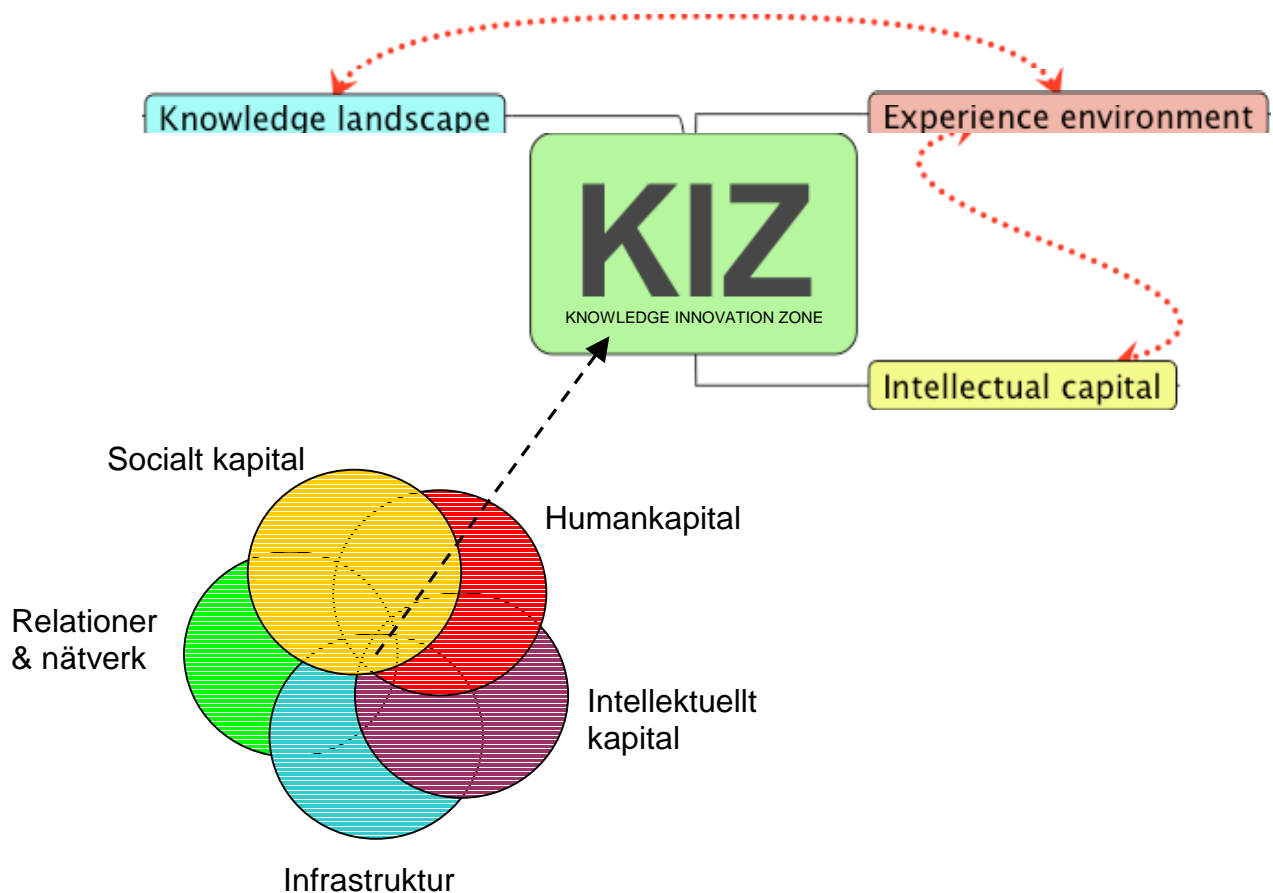
3.3.2 Landskap

Den typ av upplevelsemiljö som beskrivs av Prahalad och Ramaswamy (2003) påminner till sin struktur också om ett *knowledge landscape*. Eneroth och Malm (2001) pratar om ett landskap med svåråtkomlig terräng och bergstoppar som metafor för tillgänglig kunskap. Det kan röra sig om tillgängliga teknologier och nya potentiella systemplattformar. Det som behövs för att lättare kunna navigera genom detta landskap är något som förenar dess aktörer. Författarna talar om behovet av kunskapsnät, *knowledge web*. Nätet har en förmåga att integrera och organisera aktörerna för att jobba mot ett gemensamt mål. (Eneroth & Malm,

2001) Ett liknande fenomen beskrivs av Gloor och Scott (2007) som svärmar. De använder strukturen hos en bisvärm för att påvisa kraften i ett kollektiv som arbetar mot ett gemensamt mål. Precis som i *knowledge web* förenas deltagarna i svärmen kring ett överordnat mål. Den gemensamma drivkraften har stor potential att generera både kunskap och förändring.

3.4 Sammanfattning

Studien syftar till att kartlägga potentiella förnyelseorganismer. Det teoretiska ramverket förser studien med instrument för att analysera innovativa zoner och dess klimat. Med utgångspunkt i dessa zoner har tre sammanlänkade områden behandlats.



Figur 7. Sammanfattning av studiens teoretiska ramverk

Både *knowledge webs* och *experience environment* innehåller strukturer som ger ett innovativt klimat. Båda teorierna relaterar till ett nodföretag som orkestrerar ett nätverk av aktörer. I nätverken kan individer interagera och erhålla upplevelser. Den struktur som möjliggör ett sådant utbyte är extremt viktig för uppkomsten av innovativa zoner. I dessa zoner med flöden av upplevelser och kunskap genereras således det intellektuella kapitalet.

4 Empiri

Genom de explorativa undersökningarna har det framkommit fem potentiella förnyelseorganismer att studera. Projekten är filmklustret, Marinbiologiskt centrum i Simrishamn, Kulinarisk Turism, Mötesplats Backåkra samt Leaderprojektet. Det empiriska materialet grundar sig på såväl sekundärdata i form av artiklar, förundersökningar och pressmaterial som primärdata i form av intervjuer.

4.1 I Wallanders spår

Ett område eller fenomen som studien fokuserar på är det som uppkommit kring Kurt Wallander. Wallander är en fiktiv kriminalkommissarie skapad av Henning Mankell, som är verksam vid polisen i Ystad. Första boken om Wallander, *Mördare utan ansikte*, utgavs 1991. Det finns en samling på totalt tio böcker om samma kommissarie. Wallander bor och är verksam i Ystad och berättelserna utspelar sig i Ystad med omnejd. Böckerna har filmatiserats och spelats in i Ystad Studios som är ett av tre filmcentrum i Sverige och den största inspelningsstudion i Skandinavien. (www.ystad.se)

Filmerna som exporterats till 16 länder har väckt internationellt intresse, framförallt i Tyskland. Den första filmen sågs av 4,5 miljoner besökare när den visades på biografer i Tyskland (www.ystad.se). Denna internationella uppmärksamhet har gett upphov till en ny typ av turism som följer i Wallanders fotspår. Sydsvenskan (2007-11-25) skriver till exempel om den spanske resejournalisten Paco Nadal som tillbringat en vecka i Ystad för att besöka och skriva ett resereportage om Wallanders hemtrakter. Denna struktur för "Wallanderturism" finns tillgänglig på resebyråer som erbjuder speciella paket där mat, boende och rundvandringar är anpassade specifikt efter romankarakterens liv. Dessa turistmål med anknytning till Wallander finns inte enbart i Ystad utan sträcker sig över i stort sett hela Skånes sydkust. (www.ystad.se) Kartan nedan visar hur Wallander fungerar som ett sammanlänkande fenomen.

Förnyelseorganismer i Ystad-Österlenregionen



1. Marsvinsholm (Vil提高pår)
2. Mossbystrand (Hundarna i Riga)
3. Nybrostrand (Den vita lejoninnan, Den femte kvinnan, Steget efter)
4. Stjärnsunds borgruin (frekvent förekommande plats)
5. Ystads Sandskog (Vil提高pår)
6. Vollsö (Den femte kvinnan)
7. Krageholmssjön (Den femte kvinnan, Den vita lejoninnan)
8. Hagestad Naturreservat (Steget efter, Brandvägg)
9. Löderup (Innan frosten m.fl)
10. Skurup (Innan frosten, Den vita lejoninnan)
11. Kåseberga (Den vita lejoninnan, Innan frosten)
12. Svarte (Innan frosten)
13. Loftgånghuset, Rosenkransgatan i Tomelilla (Mastermind)
14. Nybrostrand (Bröderna m.fl)
15. Väg 9 (Mörkret)
16. Abbekås (Afrikanen)
17. Hedeskoga avfallsanläggning (Afrikanen)
18. Nybroån, Svenstorp (Mastermind)
19. Fyledalen (Innan frosten)
20. Snogeholmsjön (Innan frosten)
21. Valleberga kyrka (Innan frosten)
22. Maglars nya kyrka, Trelleborg (Innan frosten)

Bild 3. Kända Wallanderplatser (www.ystad.se)

Den totala ekonomiska effekten av Wallander är svår att uppskatta men under 2003 satsades 13.5 miljoner på Wallanderrelaterade aktiviteter. Dessa beräknas 2006 ha genererat 52 miljoner kronor (Dagens Industri, 2006-12-13).

4.1.1 Film och utbildning

Genom filmproduktionen har Ystad blivit förknippat med något av ett filmcentrum. Här ligger som tidigare nämnts Skandinavians största inspelningsstudio, Ystad Studios. Det finns också en historisk anknytning till film i form av Sveriges äldsta biograf, Biografteatern Scala (www.ystad.se). Från och med sommaren 2006 finns också ett besökscentrum i filmens tecken med benämningen Cineteket. Centrumet är en satsning som syftade till att tillgodose de turister som har fått en relation till regionen genom Wallander. Besökare har även möjlighet att själva prova på hur det är att göra film. (Trelleborgs Allehanda, 2006-03-11) För att ”befästa” denna roll som filmcentrum startas med stor sannolikhet två masterutbildningar i Ystad under 2008, en inom filmproduktion och en inom filmmusikkomposition. Utbildningen kommer att bedrivas i Ystad, vid Lunds Universitet och vid Malmö Musikhögskola. Bakom detta projekt står Lunds Universitet och Sparbanken Syd som också går in och finansierar med två respektive fyra miljoner kronor (Dagens Industri, 2006-12-13).

Olof Hedling (2007-12-05), utformare av masterutbildningen, har använt sig av amerikanska filmutbildningar som mall. Programmet syftar till att kombinera praktiska färdigheter som manusbedömning, projekthantering och entreprenörskap med kunskaper i immaterialrätt, filmfinansiering och mediastrukturer. Hedling (2007-12-05) anser att traditionell europeisk filmproduktion präglas i större utsträckning av konstnärlig stolthet *a la Bergman* jämfört med amerikansk filmindustri, där nyckelordet är business, ”*Tom Cruise matters!*”⁷. Hedling menar att industrin i Europa fokuserar på att skapa konstnärer när man istället borde fokusera på att skapa skådespelare som är starka nog att bära upp filmer och varumärken. Eftersom Hedling har utformat sammansättningen av kurserna är det troligt att ett sådant ”marknadstänk” även präglar utbildningen.

4.1.2 Ystad som filmproduktionscentrum

Olof Hedling (2007-12-05) identifierar ett antal problem som är förknippade med filmsatsningen i Ystad. Han anser att projektet i grunden är ett initiativ för att

⁷ Hedling, Intervju 2007-12-05 Lund

stärka infrastrukturen kring ett delvis existerande filmkluster i Ystad. Staden har draghjälp av ett internationellt starkt varumärke, Wallander, och tretton nya långfilmer kommer att produceras i Ystad Studios. Att förhandlingarna kring de nya långfilmerna är klara är en faktor som rimligtvis borde göra filmutbildningen attraktiv, eftersom studenterna då har möjlighet att praktisera på en verksam produktionsplats av kommersiell film. De problem som Hedling (2007-12-05) formulerade under intervjun sammanfattas nedan:

- **Wallanders livslängd.** Klustret baseras på *ett* varumärke. Hur länge kan detta bibehålla sin dragningskraft?
- **Regional konkurrens.** Internationellt sett är konkurrensen bland städer som vill etablera sig som filmproduktionscentrum stor. Det finns 300 regioner som har tagit initiativ i den riktningen.
- **Nedladdning.** Filmbranschen i sig är hotad, precis som musikbranschen. En väsentlig del av all film som ses är olagligt nedladdad. Det faktum att det inom branschen blir svårare att tjäna pengar borde göra att filmproduktion attraherar mindre kapital.
- **Skattelättnader.** I dag sker valet av inspelningsplats till stor del utifrån var filmbolaget kan få ekonomiskt sett gynnsammast bidrag. Dessa bidrag ges i form av skattelättnad vilket innebär att filmbolaget får tillbaka en viss procent av totalbeloppet som de spenderar på inspelningsplatsen. Ett land som attraherat filmproduktioner på detta sätt är Island. Där har bland annat Bondfilmen *Die another day*. Det som talar mot Ystad som framtida filmcentrum är att skattereduceringar av den typen inte är aktuella i svensk lagstiftning.
- **Kommunikationer.** Det är relativt komplicerat att transportera sig till Ystad. Infrastrukturen är inte helt anpassad för pendling till Malmö i väst samt flygplatserna Kastrup och Sturup.
- **Det vackra Österlen = en myt?** Österlen marknadsförs som ett naturskönt landskap och detta är också ett argument för att locka dit utländska filmproduktioner. Men räcker detta argument? Är Österlen så mycket vackrare än en äng på exempelvis Jylland, frågar sig Hedling (2007-12-05).

4.2 Marinbiologiskt centrum i Simrishamn

Den andra potentiella förnyelseorganismen som identifierats genom den explorativa undersökningen är etableringen av ett Marinbiologiskt centrum i Simrishamn. Bakgrunden till detta projekt går att finna i en skrivelse från regeringen (Kommittédirektiv 2006:87) i vilken det föreslås en utveckling av ett internationellt institut med syfte att samla ”*Kunskap för bevarande och hållbart utnyttjande av havsmiljön*”⁸. Skrivelsen syftar bland annat till att utreda:

- Hur marin forskning och utbildning kan bidra till att lösa havsrelaterade miljöproblem.
- Hur vattenrelaterad miljöövervakning, forskning och undersökningsverksamhet kan samverka.
- På vilka sätt det går att effektivisera uppbyggnaden av kunskap inom detta område.
- Hur Sverige kan bidra till internationell forskning inom detta område.
- Vilka förutsättningar som finns för ett internationellt forskningsinstitut som studerar miljön i Östersjön.

Förslaget syftar också till att effektivisera kommunikationen av forskningsresultat till andra forskare, förvaltning, allmänheten samt andra intressenter (Kommittédirektiv 2006:87). Genom Simrishamns långvariga tradition som fiskehamn med dess levande kluster kring fiskerinäringen samt geografiska närhet till Östersjön finns det incitament från regeringen att förlägga detta institut i Simrishamn (Persson, 2007-11-30). Tanken att utveckla ett internationellt centrum som fokuserar på miljön i Östersjön stöds av flera organisationer. Detta kan enligt Persson (2007-11-30) bero på den rådande situationen och debatten om ett sinande torskbestånd, övergödning som skapar algblomning samt en incident i farleden utanför Bornholm där ett kinesiskt oljefartyg gick på grund och släppte ut stora mängder olja i havet. Miljöfrågor är alltså aktuella men har som tradition svårt att hamna högst upp på den politiska agendan. Frågorna har emellertid belysts i två utställningar i Simrishamn, *Havsresan* och *Östersjöeventet*. (Persson, 2007-11-30) Den senare var ett samarbete arrangerat av Handelshuset Österlen tillsammans med Baltic University Programmet vid Uppsala universitet, Hel Marine Station vid Universitetet i Gdansk och Tekniska Högskolan i Kaliningrad (Ingo & Frithiof, 2006). EU har också gett ut ett direktiv som syftar till att

⁸ Kommittédirektiv, Dir. 2006:87 *Kunskap för bevarande och hållbart nyttjande av havsmiljön*.

samtliga EU-länders vatten ska uppnå en god status till år 2015 och försämring av något vatten är ej tolererbart. Ett annat initiativ kommer från WWF som har utsett Östersjön till världens viktigaste eko-region. (Introduktion till Marinbiologiskt Centrum Simrishamn) Dessa beslut kan tänkas underlätta möjligheterna att få finansiering till ett Marinbiologiskt centrum för Östersjön från EU (Persson, 2007-11-30).

På uppdrag av Region Skåne och Simrishamns kommun har det därför gjorts en förundersökning på området. Ingo & Frithiof (2006) är författare till den, i sin utredning belyser de fördelarna med att etablera centrumet i Simrishamn. De försöker också ge en bättre bild av inriktningen på centrumet, utreda vilka möjliga samarbetspartners som finns i Östersjöområdet, om det finns liknande centrum samt hur man kan kombinera forskning, samordning av forskningsresultat och upplevelser. (Ingo & Frithiof, 2006) Det huvudsakliga syftet med centrumet som det presenteras av Simrishamns kommun är följande:

”Vi vill skapa en mötesplats där information, kompetens, kunskap och upplevelser om Östersjöns marina miljö står i centrum. Vi vill medverka till att skapa ett friskt hav i ekologisk balans, en säkrare sjöfart och fortsatt yrkesfiske för kommande generationer runt Östersjön”⁹

4.2.1 Kunskap, kommunikation, upplevelser

Det finns tre riktlinjer utstakade för centrumet, dessa är *upplevelser/mötesplatser, kunskap/utbildningar* samt *forskning*. Upplevelserna är tänkta att vara i form av exempelvis utställningar, akvarium, biografer, restauranger, fisketurer och nöjesturer på havet. (Persson, 2007-11-30) Upplevelserna ger centrumet ett ansikte utåt och är tänkt att attrahera människor och på så sätt väcka intresse dels för Östersjön och dels för Simrishamn som stad. Forskningen i centrumet kan ha huvudinriktningar inom bland annat biomimetik som är läran om att imitera strukturer och företeelser som finns hos levande organismer. Inom biomimetiken så har man exempelvis konstruerat en simdräkt baserad på hur en hajs hud är uppbyggd. Ett annat fokusområde skulle vara miljöövervakning. Lars Persson (2007-11-30) på Simrishamns kommun poängterar att ”traditionell” forskning, det

⁹ Introduktion till Marinbiologiskt Centrum i Simrishamn, 2007

vill säga sådan som bedrivs inom akademiska institutioner, inte skulle bedrivas vid centrumet. Kopplingen till forskning bygger på att centrumet skulle ha en samordnande roll och vara den arena på vilken nya rön och resultat presenteras. Därvid framkommer en viktig roll för centrumet som mötesplats. Platsen där ett eventuellt centrum skall ligga är redan planerad och belägen i hamnen i centrala Simrishamn. (Persson, 2007-11-30)



Bild 4. Avsedd plats för marinbiologiskt centrum i Simrishamn

Lokalen är tänkt att kunna fungera både som mötesplats för konferenser och seminarier, men också som arbetsplats för företag med marinrelaterad verksamhet (www.ystad.se).

4.2.2 KIMO Baltic Sea

En viktig aktör för utvecklandet av centrumet är det, på Simrishamns kommuns initiativ, nybildade nätverket KIMO Baltic Sea. Nätverket konstruerades med KIMO International som grund. Detta är en sammanslutning av länder med syfte att värna om miljön i Nordsjön. Initiativet till nätverket kom 1990 som en reaktion mot en ökning av giftig algblomning samt utspridd säldöd i Nordsjön. 110 kommuner i Sverige, Norge, Danmark, Storbritannien, Färöarna, Irland och Holland är medlemmar i KIMO International. Under hösten 2007 grundlades vid

KIMO Internationals årsmöte, som hölls i Simrishamn, att en liknande sammanslutning av kommuner i länder runt Östersjön ska bilda KIMO Baltic Sea. Östersjönätverket innefattar hittills 17 kommuner i Sverige, Estland, Lettland, Litauen och Polen. (www.kimointernational.org)

4.3 Kulinarisk turism

Turistbranschen är starkt påverkad av globaliseringen, kravet på att sälja något annorlunda har ökat. Håkan Jönsson (2007-11-22) berättar att det numera är en plats speciella dragningskraft som skapar turistupplevelsen. Samtidigt har internationaliseringen lett till att även livsmedelsbranschen under lång tid har förändrats. Bland annat har globaliseringen lett till en ökad konkurrens med ett fåtal stora företag som dominerar marknaden samt att importen har ökat. I och med den ökade importen har efterfrågan på nya spännande smaker från andra matkulturer också ökat. Samtidigt har det växt fram en efterfrågan på lokala och närproducerade råvaror, både ur ett miljöperspektiv samt av gastronomiska skäl. (Jönsson & Lareke, 2006) Tidigare har det varit mycket fokus på kombinationen av mat och hälsa, men i och med den ökade efterfrågan på lokalproducerade råvaror har ett nytt område uppstått, kombinationen av mat och turism. Inom turistbranschen har måltiderna ofta setts som ett logistikproblem som snabbt och billigt ska lösas. Genom att binda samman dessa branscher till kulinarisk turism, kan turisterna uppleva en attraktiv helhetslösning. (Jönsson, 2007-11-22) Kulinarisk turism bygger på den senaste utvecklingen av besöksnäringen, där det har skett en efterfrågeförändring från passiv turism till aktiv upplevelseindustri. (Culinaria)

4.3.1 Culinaria-Matrundan

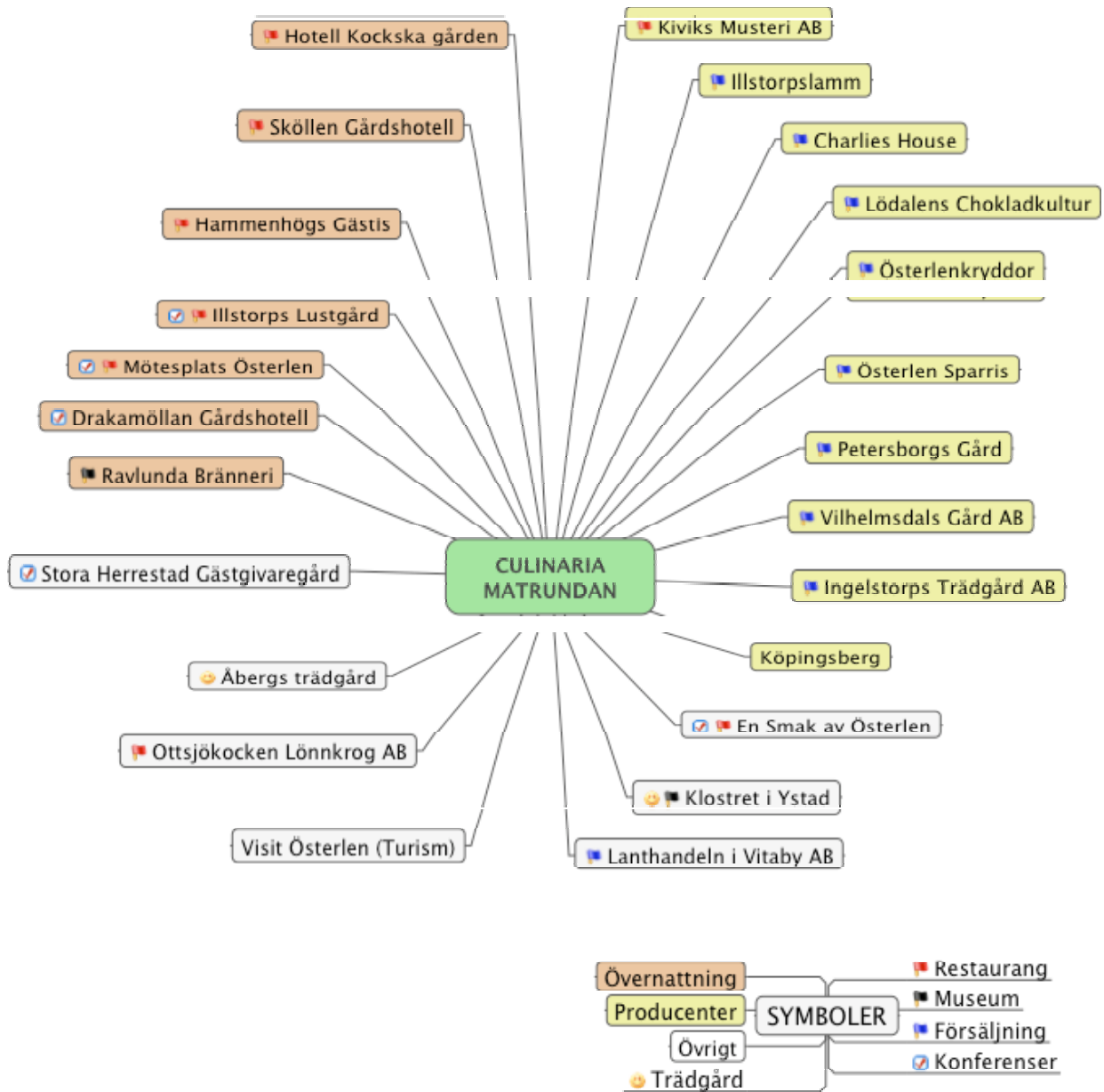
En av initiativtagarna till Culinary Heritage Europe, Jan Hansson (2007-11-12), berättar att det redan finns ett antal organisationer i Skåne som på olika sätt sysslar med bevarandet av den skånska matkulturen. Regional Matkultur Skåne är en av många aktörer i ett stort europeiskt nätverk, Culinary Heritage Europe. De arbetar med att nå ut till turisterna genom att varje medlemsföretag använder Culinary Heritage Europes logotyp och på så sätt vill de erbjuda turisten ett enkelt

sätt att finna lokalproducerad och regional mat med kvalitet. Matkultur Skåne är en satsning på skånsk mat och arbetet bedrivs som en ideell förening och finansieras av medlemmarna själva. (Hansson, 2007-11-12) Utifrån de förutsättningar som tidigare nämnts har Håkan Jönsson och Anders Lareke på Ideon Agro Food¹⁰ tillsammans med en rad företagare i Ystad-Österlenregionen, samt utomstående aktörer som har bidragit med kunskap tagit fram ett nytt koncept, Culinaria-Matrundan. För att undvika att skapa ett projekt som inte blir mer än ett antal rapporter tog Jönsson och Lareke fram ett konkret koncept som skulle vara möjligt att genomföra samt attrahera näringsidkare i Ystad-Österlenregionen. Genom att utgå från den redan klassiska konstrundan¹¹ som arrangeras varje år under påskhelgen presenterade de idén om en Matrunda. Den 11-18 maj 2008 är det dags för den första av förhoppningsvis återkommande Matrundor på Österlen. Detta evenemang har skapats för att etablera den kulinariska turismen i Ystad-Österlenregionen. Matrundan sköts av en ekonomisk förening som ägs av de sammanslutna företagen. Målet är att Matrundan ska vara inledningen till en satsning på kulinarisk turism som sträcker sig över hela året från maj till april. Eftersom Matrundan är begränsad till en vecka är tanken att föreningen arbetar under namnet Culinaria. Visionen är enligt Håkan Jönsson (2007-11-22) att skapa upplevelser för turisterna i anknytning till mat och lärande.

I Culinaria-Matrundan finns det som figuren nedan visar en stor och bred spridning av kunskap och expertis såsom producenter, restauranger, handlare, researrangörer, gårdshotell, bageri, musteri samt ett kloster. Denna blandning av medlemmar har enligt Jönsson (2007-11-22) möjlighet att samarbeta över gränserna och på så sätt utnyttja varandras kunskap och kapacitet på ett bättre och förhoppningsvis lönsammare sätt. I detta kluster har den drivande motorn bytts ut under utvecklingens gång, från att bestå av projektledarna från akademien till att bestå av näringsidkare i sydöstra Skåne. Dessa är kunniga inom sina områden men för att ro hem ett projekt som Matrundan krävs även kunskap i form av marknadsföring och arrangemangsvana. Detta får föreningen genom att externa experter tas in som konsulter. (Jönsson, 2007-11-22)

¹⁰ Ideon Agro Food är en nätverksorganisation inom livsmedel som arbetar för att föra samman forskning och företag för att skapa innovation och på så sätt erbjuda en ökad möjlighet för företagen att genomföra projekt som de inte har möjlighet, kunskap eller kraft till att genomföra själv (www.agrofood.ideon.se).

¹¹ Konstrundan arrangeras varje år under påskdagarna av Östra Skånes Konstnärsgille, ÖSKG. Då öppnar konstnärerna runt om i östra Skåne sina ateljéer och visar sina verk. (www.oskg.nu)



Figur 8. Medlemmarnas spridning i Culinaria-Matrundan

4.3.2 Aktiviteter

Culinaria-Matrundan ska vara entreprenörsdrivet med ett vinstintresse men Jönsson (2007-11-22) poängterar att föreningen i sig antagligen inte kommer att gå med vinst. Syftet är istället att det är de inblandande företagen som ska dra fördel av den förhoppningsvis ökade turismen. Jönsson (2007-11-22) talar vidare

om att det finns ett flertal projekt som utgår från producenter som har sviktande vinst där projektets mål är att försöka rädda producenternas verksamheter. Culinaria-Matrundan ska bygga på en kundbaserad syn som arbetar för att underlätta för turisterna som kommer till området. Föreningen vill med detta samarbete även skapa upplevelser för turisten där mat och lärande kopplas samman. En liten gårdsbutik eller en liten producent har svårt att ensam locka till sig kunder och turister men genom arrangemang, olika typer av visningar och aktiviteter ökar utbudet. Därmed är det också större chans att lyckas skapa intresse för området. Genom att anordna en ”matmässa” har de lokala matproducenterna och förädlarna en möjlighet att visa upp sig och på så sätt nå ut till kunderna. Genom samarbetet kan aktörerna öka utbudet och attrahera flera kundsegment. Ett förslag på samverkan som har kommit fram under utvecklingen av Culinaria-Matrundan är vandrings- och ridturer, där man erbjuder färdiga matsäckar med mat från området som kunden/turisten kan avnjuta i naturen. Till exempel kan turen börja med lammsafari på Illstorp Lamm för att sedan bege sig till ett bed & breakfast tillsammans med en guide som berättar om odlingslandskapet och kulturhistorien. Nästa dag innebär ett nytt tema inom det kulinariska området. Ett annat arrangemang under Matrundan som har diskuterats är Lars Göran Larsson som bjuder på underhållning för både mage och huvud. I sin lärorika Gröna Matshow tillagar han grönsaker på ett spännande och inspirerande vis inför besökarna. (Culinaria) Flera av dessa aktiviteter finns redan men genom Matrundan och det gemensamma namnet Culinaria hävdar Jönsson (2007-11-22) att näringsidkaren har större möjlighet att nå ut till en större grupp människor genom till exempel gemensam marknadsföring.

4.4 Mötesplats Backåkra

20 minuter från Ystad, mellan Löderups strandbad och Sandhammaren, ligger en liten by omgiven av en lång sandstrand som utgör Hagestads naturreservat samt tallskog och ljunghed. Här ligger den fyrlängade gården Backåkra som tillhörde Dag Hammarskjöld. (www.ystad.se) Hammarskjöld köpte gården 1957, antagligen var tanken att han senare skulle kunna utnyttja den som bostad i Sverige när den internationella karriären var över. Han hann dock aldrig bosätta sig på gården innan han avled 1961. Gården samt flera föremål från hans resor

och tid i FN testamenterades till Svenska Turistföreningen och den drivs idag som ett museum. (Lindqvist, 2007-12-12)



Bild 5. Backåkra (www.ystad.se)

4.4.1 Dag Hammarskjöld

Dag Hammarskjöld hann med flera höga poster i Sverige innan han blev generalsekreterare i FN. Hammarskjöld var exempelvis sekreterare i Riksbanken och i Finansdepartementet, satt i UD som sakkunnig i finansiella frågor och var delegat i OEEC. (Thelin, 2005) Han var även aktiv i Svenska Turistföreningen och Fjällklubben samt en av ledamöterna i Svenska Akademin. (Lindqvist, 2007-12-12) Dag Hammarskjöld beträdde posten som FN:s generalsekreterare 1953. Han förknippades med den ”tysta diplomatins strategi”¹² och FN:s sätt att arbeta förändrades en hel del när Hammarskjöld tillträdde (Urquhart, 2005). Ett utdrag ur hans sista tal 1961 är ett bevis på vilken vikt han ansåg att FN:s arbete hade:

”Men även om farorna må vara stora och även om vår roll må vara blygsam, kan vi känna på oss att organisationens arbete dock är den metod genom vilken vi alla tillsammans kan arbeta för att minska farorna”¹³

¹² Den ”tysta diplomatins strategi” är ett begrepp som används när representanter möts och söker lösningar på ett inofficiellt sätt

¹³ Ur Dag Hammarskjölds sista tal den 8 september 1961 till personalen på FN-sekretariatet, Regeringskansliet, *Freden som äventyr Dag Hammarskjöld och FN:s framtid*, Atlantis, Stockholm 2005

Hammarskjöld hade ett djupt teologiskt intresse och mediterade mycket. Hans intresse för teologiska frågor hedras på Backåkra, då en stor meditationsplats har upprättats. Denna plats är populär för vigslar och dop och varje år går ett traditionellt midsommarfirande av stapeln på gården. (Lindqvist, 2007-12-12)



Bild 6. Meditationsplatsen

4.4.2 Mänskliga rättigheter

För att hedra Hammarskjölds arbete för fred och mänskliga rättigheter bildades 1982 *Dag Hammarskjöldsstiftelsen* som verkar för globala fredsfrågor. Intresset för mänskliga rättigheter har alltid varit stort men det eskalerade efter andra världskrigets slut. Det är inte bara FN som arbetar hårt med dessa frågor i världen utan även många andra organisationer som till exempel Rädda Barnen, Amnesty och Röda korset. 1946 bildades FN:s kommission för mänskliga rättigheter och de internationella riktlinjerna för alla människors friheter och rättigheter har legat till grund för många länders grundlagar och författningar. (www.un.dk)

*”Alla människor äro födda fria och lika i värde och rättigheter. De äro utrustade med förnuft och samvete och böra handla gentemot varandra i en anda av broderskap.”*¹⁴

Så lyder artikel 1 i Allmän Förklaring om de Mänskliga Rättigheterna som är de riktlinjer för folk och nationer som FN har skapat. En viktig del i FN:s arbete är

¹⁴ ”1948-1998 Allmän förklaring om de Mänskliga Rättigheterna” Artikel 1, Informationsbroschyr http://www.un.dk/swedish/manskliga_rattigheter/jubilaums_skrift/hr_jubilaums_skrift.htm

att sprida kunskap bland befolkningen om vilka deras rättigheter är och hur de kan försvara dessa. Flera icke-statliga organisationer hjälper också till att sprida kunskap och fungera som en pådrivande kraft för förändringar. (www.un.dk)

4.4.3 Testamentet

I sitt testamente förklarade Hammarskjöld att han tänkte sig Backåkra som en plats för hjärta och tanke. En mötesplats som litterära, konstnärliga, naturintresserade och humanitära grupper kunde använda för att sprida information och kunskap. Med andra ord alla de vitt spridda ämnen som Dag Hammarskjöld intresserade sig för. Fastigheten fick dock inte användas till kommersiellt bruk. Testamentet begränsar Svenska Turistföreningens möjligheter och vill de göra några större förändringar krävs det godkännande från släkten Hammarskjöld. Numera är gården en stor förlustaffär för föreningen och de har svårt att få fram de pengar som behövs för att renovera det nödvändigaste på gården. Det finns dock ett stort internationellt intresse för Hammarskjöld. Detta bevisas av det stora antalet internationella representanter under 100årsfirandet. Detta firande skedde utomhus eftersom gården har begränsat utrymme inomhus. Utrymmet är enligt Ann Mari Lindqvist (2007-12-12) begränsat till 50 personer. Gården är alltså inte speciellt stor och utrymmet begränsas även av att södra längan upplåts åt Svenska Akademiens ledamöter. Genom samverkan med till exempel Backåkra Vandrarhem och Löderups strandbad finns det däremot möjlighet till både mat och husrum i närheten. Under jubileet transporterades emellertid människorna till Malmö som ligger drygt en timmes resväg västerut. Ett förslag som Svenska Turistföreningen arbetar med för tillfället är möjligheten att hyra ut gården till konferenser. Detta måste då ske till självkostnadspris för att inte räknas som kommersiell verksamhet. Elektricitet och vatten är inkopplat till gården men Lindqvist (2007-12-12) menar att detta bara är anpassat för sommaren och ska stugan användas året om behövs det bättre uppvärmningskapacitet.

Går det utifrån Dag Hammarskjölds kämpande för de mänskliga rättigheterna att använda hans starka namn och skapa ett fenomen där information och kunskap flödar mellan olika organisationer och allmänheten? Är Hammarskjöld som varumärke så starkt att det går att skapa en mötesplats i hans namn med internationell/nationell dragningskraft?

4.5 Leaderprojektet

Leader är EU:s landsbygdsprogram vars syfte är att olika aktörer ska komma igång och samarbeta med målsättning att utveckla landsbygden. Projektet bygger på tre aspekter. Dessa är att förbättra konkurrenskraften inom jord- och skogsbruk, förbättra miljön och landskapet samt diversifiering och förbättring av livskvaliteten på landsbygden. (Lundin, 2007-11-12 & Hansson, 2007-11-12)

Leaderprojektet har funnits sedan 1991 och är uppdelat i perioder där sydöstra Skånes kommuner med SÖSK i spetsen söker för perioden 2008-2013. Sydöstra Skåne är inte godkända som Leaderområde ännu utan under 2007 och fram till sommaren 2008 bearbetas en förstudie som kommer att ligga till grund för den ansökan som skickas in i juni 2008. (Lundin, 2007-11-12) De inledande diskussionerna behandlas i åtta utvecklingsgrupper vilkas uppgift är att ta fram material till en gemensam utvecklingsstrategi (www.sydostraskane.se). Madeleine Lundin (2007-11-12) som är ansvarig för Leaderprojektet i sydöstra Skåne berättar att utvecklingsgrupperna består av näringslivsrådet från de berörda kommunerna och invånare som är intresserade av områdets utveckling. Utvecklingsstrategin ska behandla områdets styrkor, svagheter, problem och möjligheter samt förslag på förändringar. De åtta områdena som sydöstra Skåne har valt att satsa på är: (www.sydostraskane.se)

- *Entreprenörskap* – företagande, nätverk, samverkan, utbildning, häst
- *Naturresurser/naturbruk* – lantbruk, skogsbruk, fiske
- *Hälsa* – livskvalitet, grön vård, häst
- *Kultur* – konst, musik, teater, naturkultur
- *Ungdomar* – ungdomars sysselsättning på landsbygden, idrott, kultur, utbildning, häst
- *Infrastruktur* – kommunikation, bredband, vägsamfälligheter
- *Miljö/klimat/ekologi* – hållbar utveckling, ekologisk produktion, energi
- *Besöksnäring* – turism, upplevelseindustrin, förlängning av säsongen, mat, trädgård, häst

Går ansökan igenom får området en viss summa pengar som är baserad på ansökningen. Därefter kommer en ideell förening att bildas med en styrelse som är

uppbyggd som ett kluster bestående av lika stor andel representanter från ideell, privat och offentlig verksamhet. Målet med denna fördelning av styrelsen är enligt Lundin (2007-11-12) att försöka uppnå en lokal förankring i de beslut som tas. Därefter kan föreningar, företag och enskilda personer söka pengar till olika projekt. Det är sedan styrelsen som tar alla beslut om vilka projekt som kommer att få finansiellt stöd. Jan Hansson (2007-11-12) berättar att det bara är mindre summor som betalas ut men meningen är att de projekt som får bidrag ska fungera som katalysatorer för större förändringar.

5 Analys

Med hjälp av studiens teoretiska ramverk analyseras i detta kapitel de områden som tas upp i empiriavsnittet. Ramverket tillhandahåller verktyg för att bedöma områdenas potential att skapa förnyelse. Projektens karaktär analyseras ur de tre beståndsdelar som kopplats samman med de innovativa zonerna, knowledge landscape, experience environment och det intellektuella kapitalet.

5.1 Filmklustrets förnyelsekraft

Filmklustret uppvisar former av gränsöverskridande relationer och till viss del nätverksstrukturer. Men hur navigerar aktörerna på detta "landskap", finns det något nodföretag eller något *knowledge web* som håller samman strukturen?

5.1.1 Nätverk

Ur ett perspektiv är Wallanderfenomenet i sig ett sådant nät. Genom Wallander koordineras filmproduktion, turism och utbildning. Vidare utgör de platser som böckerna/filmerna utspelar sig på en form av sammanlänkande struktur längs Skånes sydkust. Böckerna skapar den gemensamma nämnaren och kommunerna och turistbyråerna har sedan möjlighet att skapa en infrastruktur i form av rundresor och upplevelseturer som kopplar samman aktörer. Vad beträffar utbildningens roll som samordnare av kunskapsaktörer så upplevs den som liten. Antalet tilltänkta studenter är relativt få och utbildningen är till sin karaktär utformad som om den vore en isolerad enhet. Det vill säga att den har ingen tydlig positionering i förhållande till konkurrenter eller till eventuell existerande efterfrågan. Utbildningen knyter visserligen band till akademien, i form av Malmö Högskola och Lunds Universitet samt till näringslivet genom Ystad Studios. Det förefaller då mer troligt att Ystad Studios kommer vara centrum i det nät som i sin tur involverar utbildningen i projektet.

Ser man på aktörerna i landskapet går det dock tydligt att urskilja svärmlignande aktiviteter som är en väsentlig beståndsdel i innovativa kunskapszoner

(www.inthekzone.com, Amidon, 2005). Aktiviteterna är gränsöverskridande, geografiskt- och branschmässigt. De sträcker sig längs med Skånes sydkust och integrerar filmproduktion, upplevelser, konst i form av litteratur, utbildning och turism.

5.1.2 Upplevelser och naturlig skönhet

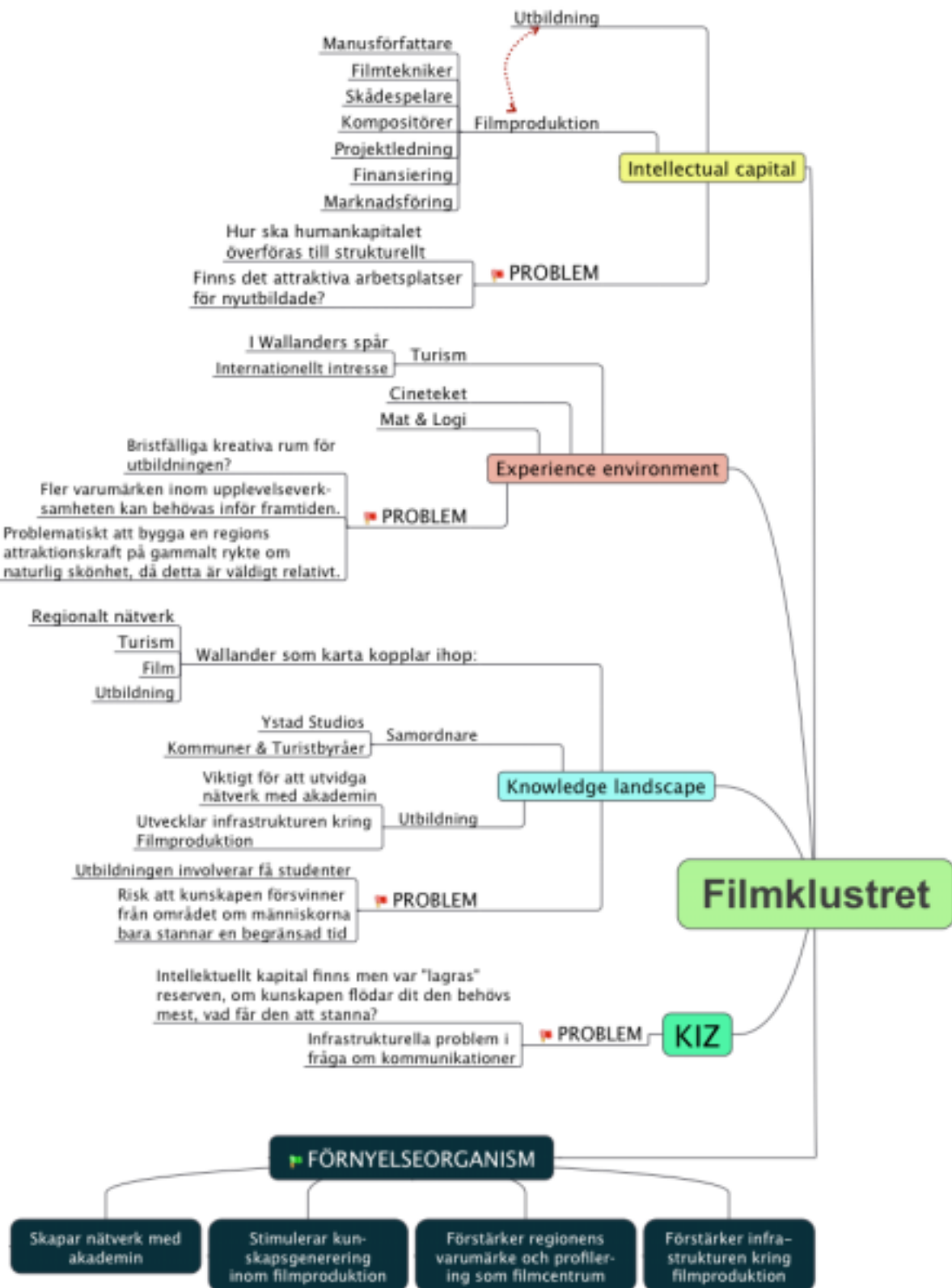
Kring filmklustret finns en uppbyggd *experience environment*. Genom Cineteket kan besökare få större inblick i hur skapandet av film går till. Turistbyråer och kommunen möjliggör för intresserade att delta i Wallanderrelaterade upplevelser. Vad beträffar utbildningen så saknas någon plan kring kreativa rum. På lång sikt förefaller det dock troligt att kreativa rum kommer att behövas. Skapandet av film förknippas med stor del kreativitet och ofta leder nya idéer till framgång, exempelvis manusidéer, ny berättarteknik, klippning och marknadsföring.

Österlen framställs ofta som vackra ängar och landskap där lugn och stillhet råder. Är det exceptionellt vackert? Det finns problem med att basera en regions attraktionskraft enbart på estetiska värderingar. Därför är det viktigt att utveckla kompletterande varumärken och egenskaper. Ett exempel är en speciell tankemodell kring filmskapande (Edvinsson, 2005). Det kan exempelvis vara en egenskap som präglar alla filmproduktioner som lämnar regionen. Om något sådant etableras kan dels projekt attraheras till regionen för att bli ”påverkade” av denna speciella stil eller så kan kunskapen om stilen flöda dit den efterfrågas.

5.1.3 Kunskapsflöden

Tittar man på det intellektuella kapitalet och humankapitalet har filmklustret en förmåga att integrera många olika branscher. Det är exempelvis manusförfattare, skådespelare, filmtekniker, kompositörer, projektledare, finansierare, marknadsförare och strateger. Wallanderfenomenet attraherar alltså en diversifierad arbetskraft. Utbildningen kommer i sin tur att generera ny kompetens till klustret.

Förnyelseorganismer i Ystad-Österlenregionen



Figur 9. Översikt Filmklustret

Figuren ovan ger en bra överblick av de väsentliga faktorerna i filmklustret som rimligtvis kan bidra till förnyelse. Figuren visar också de specifika förnyelseegenskaper som klustret troligtvis för med sig. Ser man till tillgången på kunskap inom filmproduktion är det troligt att den kommer att vara stor. Fungerar området som en innovativ zon så kommer kunskapen att flöda från Ystad till dit den behövs i andra filmproduktioner etc. Problematiken är att det finns för få platser i Ystad att överföra det humana kapitalet till strukturellt kapital på. Det finns så att säga inget som kan lagra kunskapen. Om så blir fallet kommer kunskapsflödet att bli ett engångsflöde. Kunskapen kommer då att "flytta" istället för att flöda. För att detta skall lösas måste det finnas strukturer och kommunikationssystem som gör det möjligt att hålla kvar studenter, arbetare och deras kompetenser i regionen.

5.2 Marinbiologisk förnyelseorganism

Ser man på det tilltänkta centrumets upplägg så är likheterna till ett *knowledge web* tydliga. Centrumet har funktionen av en samordnare/koordinator/orkestrerare av kunskapsaktörer inom det givna fältet. Detta förstärks kraftigt av Simrishamns initiativ till KIMO Baltic Sea. Genom att utveckla nätverket så har redan Simrishamn positionerat sin roll som samordnare. Centrumet skulle således möjliggöra navigering genom ett landskap av diversifierad marinforskning.

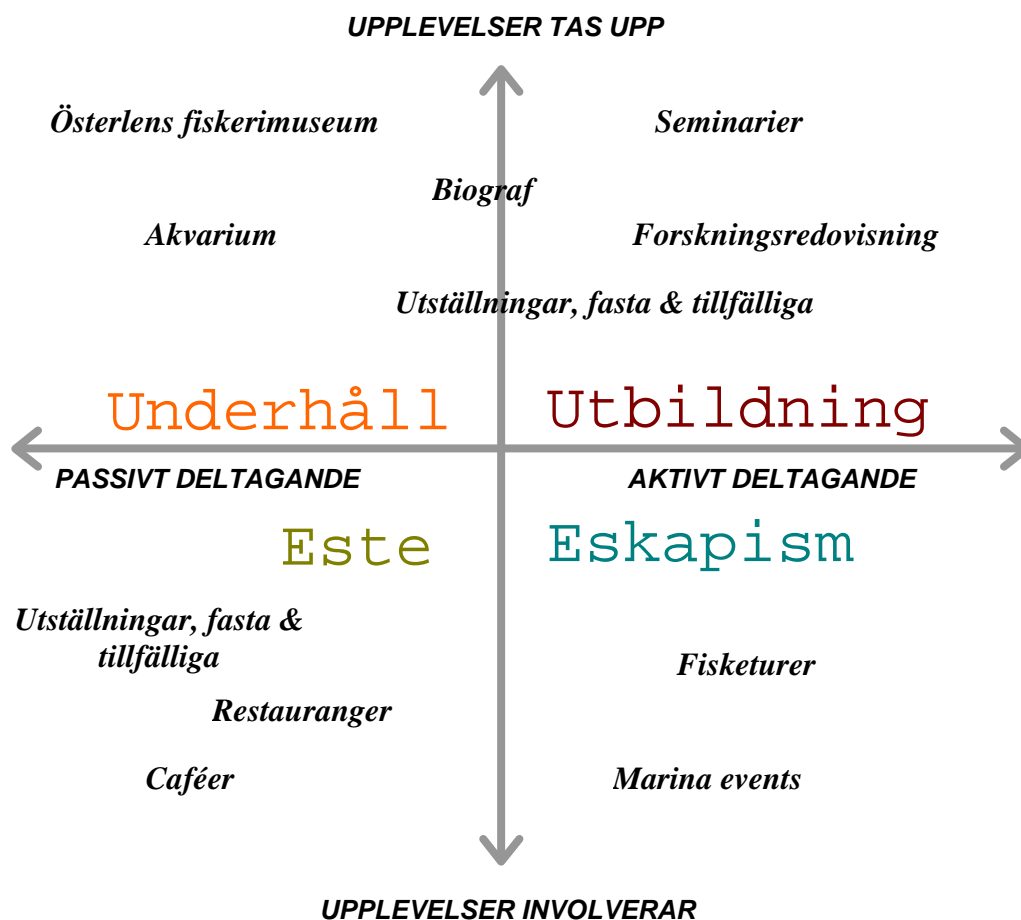
5.2.1 Innovativ zon i Simrishamn

Centrumet saknar egen potential att skapa kunskap, men det bidrar till en annan mycket väsentlig faktor. Det som karaktäriserar en innovativ zon förutom dess förmåga att tillhandahålla ett flöde av kunskap är hur kunskap realiseras och utbyts på en marknad (www.inthekzone.com). Det som centrumet skapar genom sin roll som kommunikationsspridare är i praktiken en förberedande infrastruktur för kunskapshandel. För att koordinera forskningsresultat måste informationskanaler som möjliggör ett kunskapsflöde skapas. Samma kanaler kan på längre sikt utgöra grunden för en marknad med kunskapsutbyte. Förutom strukturer för att hantera kunskapsspridning finns en annan intressant koppling till KIZ. Bland kärnegenenskaperna hos innovativa zoner nämns syftet att optimera det humana och

intellektuella kapitalet i en avgränsad region/område (www.inthekzone.com). I fallet med Marinbiologiskt centrum syftar det till att optimera intellektuellt och humant kapital delvis inom ett geografiskt avgränsat område, Östersjöområdet, men framför allt inom ett teoretiskt avgränsat område, Östersjöns miljö.

5.2.2 Marina upplevelser

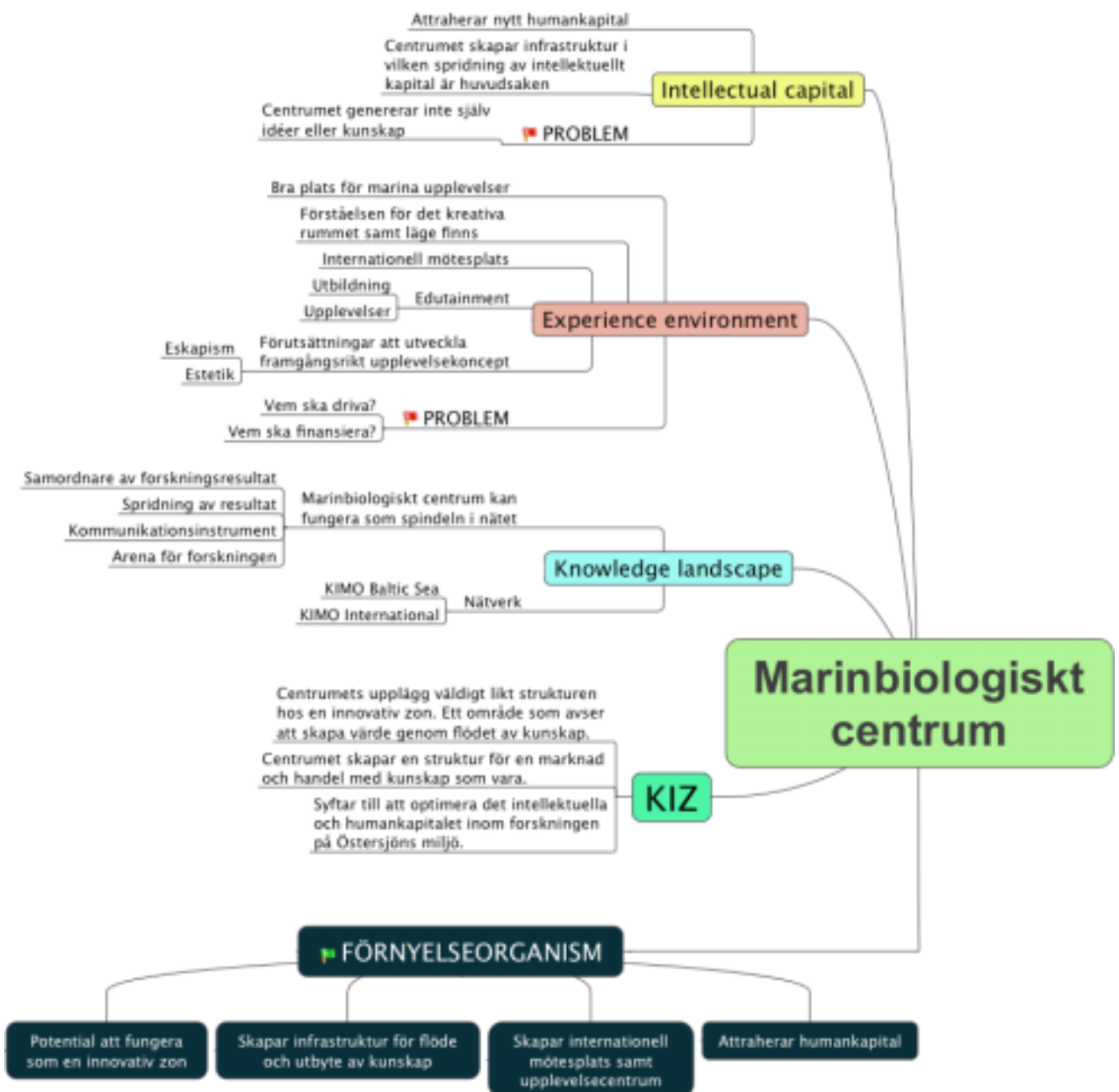
Det tilltänkta centrumet har också goda möjligheter att skapa framgångsrika upplevelser vilket visas i Fernströms (2005) tolkning av Gilmore och Pines modell. I strategierna för centrumet så integreras samtliga element i framgångsrika upplevelser.



Figur 10. Marina upplevelser (Fritt från Fernström, 2005)

Förnyelseorganismer i Ystad-Österlenregionen

Det finns också en tydligt definierad förståelse för behovet av ett kreativt rum för mötesplatsen. I dagsläget existerar upplevelseupplägget som beskrivs ovan endast som idéer och det finns ingen tilltänkt organisation eller företag som kan strukturera eller tillhandahålla ett sådant erbjudande. Detta är ett stort problem. Hittills har kommunen stått för planeringen och utveckling av strategier. För att driva det tilltänkta centrumet i praktiken är det högst troligt att det behövs ett kommersiellt tänkande och ett vinstdrivet företag som axlar ansvaret.



Figur 11. Översikt Marinbiologiskt centrum

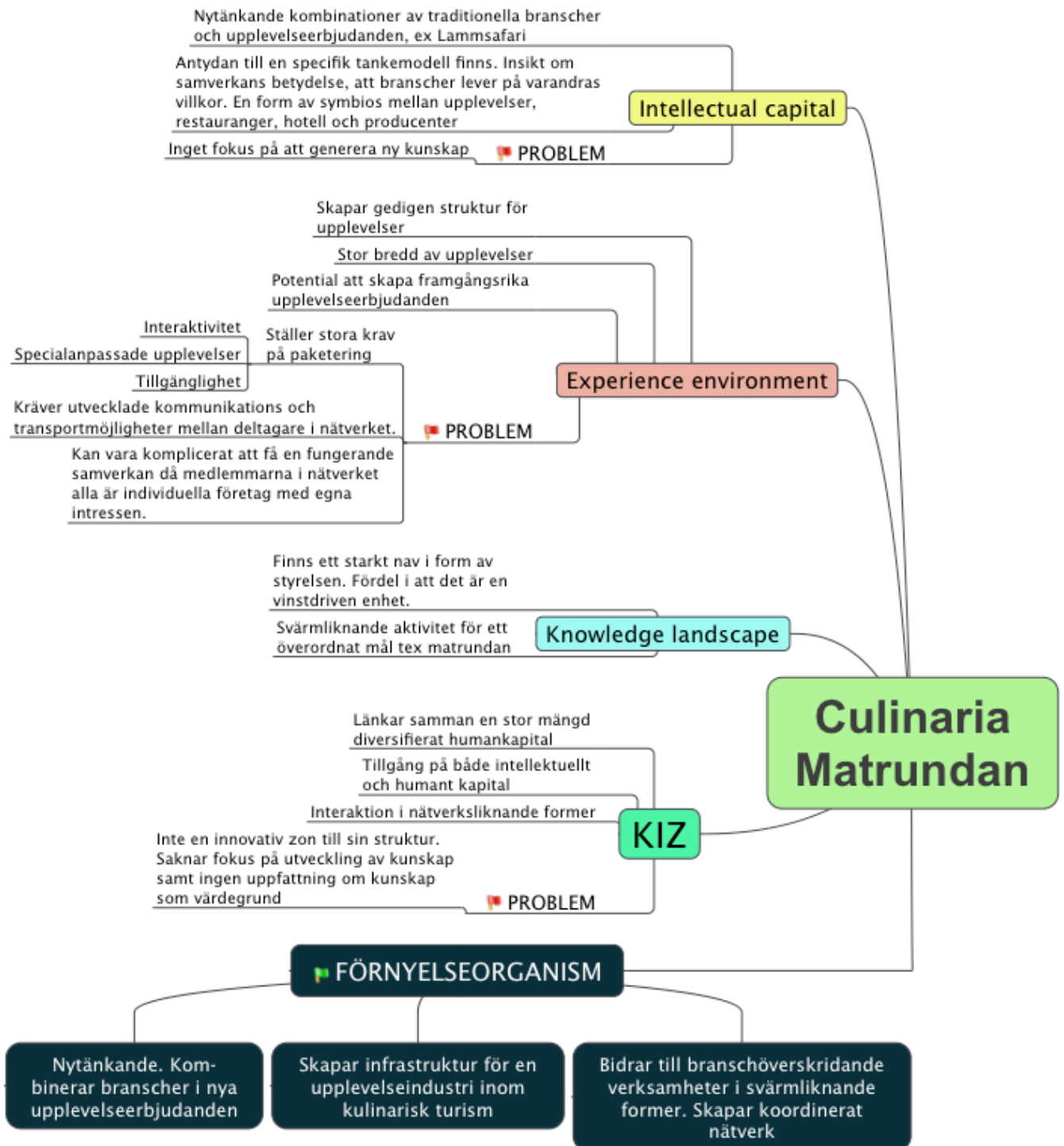
5.3 Culinaria-Matrundan

5.3.1 Nätverk och upplevelsemiljöer

Culinaria-Matrundan skapar en struktur och ett fundament för upplevelsebaserade erbjudanden. Ser man till upplevelsekonceptet som behandlas i referensramen så täcker projektets aktörer in nästan alla delar. Projektet syftar till att stimulera sinnen. Den del som eventuellt skulle vara underrepresenterad är utbildning. Det förekommer visserligen utställningar och information om produktionssätt. Projektets huvudsyfte är att skapa strukturer för upplevelseerbjudanden och inte att optimera någon form av intellektuellt kapital.

Att projektet avses drivas genom en ekonomisk förening med vinstintresse anser vi vara en stor fördel. Det ger en annan typ av incitament till samverkan inom nätverket för att jobba mot ett gemensamt mål. Det finns dock potentiella problem i nätverkets struktur. Dels är alla medlemmarna enskilda enheter med tradition av isolerad verksamhet. En utmaning kommer att bli att skapa en känsla för vad gruppen kan åstadkomma tillsammans och röra sig bort från kortsiktiga individuella mål. För att synkronisera nätverkets medlemmar måste således informationskanaler, forum och någon part som kan orkestrera aktörerna till. Denna roll som orkestrerare är väsentlig för ett fungerande *experience environment*. Denna aktör bör rimligtvis också tillhandahålla ett ramverk för paketering av upplevelseerbjudanden. För att kunden ska kunna hitta rätt bland nätverkets alla medlemmar (se Figur 8) behövs någon typ av navigering. Ett tänkbart exempel är ett system som används både inom nätverket och mot kunder. Systemet bör tillåta kunder att lätt specialanpassa upplevelsepaket, genom att kombinera utflyktsmål, övernattning, mat, aktiviteter och logistik.

Förnyelseorganismer i Ystad-Österlenregionen



Figur 12. Översikt Culinaria-Matrundan

5.3.2 Intellectuellt kapital

Konceptet innefattar en hel del nyskapande kombinationer av branscher. Traditionella tjänster och branscher kopplas samman och utvecklas till nya upplevelseerbjudanden. Det finns således en antydning till en specifik tankemodell kring hur man kan erbjuda och kombinera upplevelser. Förvaltas och utvecklas denna modell kan det bli möjligt att Culinaria-Matrundan används som konceptmall för liknande projekt i andra regioner. Kan sedan tankemodellen kompletteras med det ovan nämnda systemet för paketering och specialanpassning så skapas en helhetslösning av upplevelsebaserade affärsverksamhet.

5.3.3 Innovativa zoner

När det gäller projektets förmåga att generera ny kunskap bedöms den som liten. Projektet är en nätverkssatsning som knyter samman diversifierat humant och intellektuellt kapital men det finns ingen drivkraft eller strategi för hur detta kan utvecklas. Detta är en naturlig konsekvens av att fokus ligger på de positiva affärsmöjligheter som kan födas ur dels nätverket men också ur storskaligheten och inte på utvecklingen av kunskap som konkurrenskraft.

5.4 Mötesplats Backåkra

5.4.1 Kreativt rum och upplevelser

Edvinsson (2005) beskriver vikten av att skapa miljöer där det intellektuella kapitalet har en möjlighet att utvecklas. Backåkra som en mötesplats skulle kunna jämföras med Skandia Future Center (Edvinsson, 2002), en plats där rummen och miljön är skapade för att stimulera sinnen. I Backåkra känner man historiens vingslag när man befinner sig i byggnaden. Ett av rummen är en uppbyggd kopia av det kontor som Dag Hammarskjöld använde i FNskrapan i New York. Både Edvinsson (2006) och Hemlin et al (2004) diskuterar betydelsen av upplevelser och underhållning i samband med den kreativa processen. Upplevelserna på Backåkra är en kombination av storslagen natur med en djupt grundad harmoni i

form av exempelvis meditationsplatsen, men även känslan i likhet med Future Center vars rum var utformat som en styrhytt. Kopian av Hammarskjölds kontor kan ses som ett rum i vilket svåra och viktiga beslut har tagits. Platsen är belägen på ett relativt svåråtkomligt ställe avskilt från tätort och stora vägar. Talar man upplevelsedimensioner är Backåkra ett tydligt exempel på verklighetsflykt, eskapism. Det som vidare talar för Backåkra som mötesplats är den internationella igenkänningsfaktor som Hammarskjöld har. I dag sitter det tidningsurklipp på väggarna i Backåkra där bland annat Kofi Annan besöker gården. Det finns således ett relativt stort internationellt intresse.

Det som främst har diskuterats i uppsatsen är möjligheten att skapa en mötesplats där organisationer kan mötas både inom organisationen men även över gränserna. Denna plats skulle kunna stimulera företag att utveckla kapitalet. Det går dock inte att bortse från problematiken med testamentet. Fastigheten får inte användas till kommersiell verksamhet men samtidigt ville Hammarskjöld skapa en mötesplats. Därför måste varje förslag analyseras noga och godkännas av Hammarskjölds släkt innan det sker en satsning. Varje satsning måste ställas i relation till vad man tror att Hammarskjöld själv ville och vad som sker om attraktionskraften på Backåkra inte ökar.

5.4.2 Intellectuellt kapital

Bli det verklighet av idén att skapa en mötesplats finns det en stor möjlighet att attrahera internationellt humankapital. Om exempelvis konferenser om mänskliga rättigheter hålls i anslutning till Backåkra skulle detta få stora effekter i regionen. För det första medför det marknadsföring av regionen, om internationella konferenser hålls i en gård ute på Skånes sydkust. För det andra medför det en rad kringtjänster som upplevelser för besökarna, mat och logi, logistik etc. Mötesplatsen har dock små möjligheter att sprida eller lagra kunskapen utan skulle i sådana fall vara det kreativa rummet i vilket det intellektuella kapitalet kan utvecklas. Utveckling av det intellektuella kapitalet är väsentligt för att generera konkurrensfördelar (Edvinsson, 2005).

Kunskap har således en möjlighet att genereras och flöda inom Backåkras väggar men detta kunskapsflöde riskerar att bli ett ”engångsflöde” på samma sätt som i filmklustret. Aktörerna som besöker platsen tar med sig kunskapen när de lämnar den. Dessutom saknas kanaler för spridning av kunskap som det ser ut idag. Det finns dock möjligheter att använda Backåkra som en utställningslokal. Nu handlar utställningarna främst om Hammarskjölds liv men genom att ordna utställningar utifrån teman kan flera olika organisationer tillsammans dela med sig av sin kunskap. Bara utifrån Hammarskjölds egna intressen skulle många organisationer kunna utnyttja denna kreativ mötesplats och på så sätt utveckla och sprida kunskap.

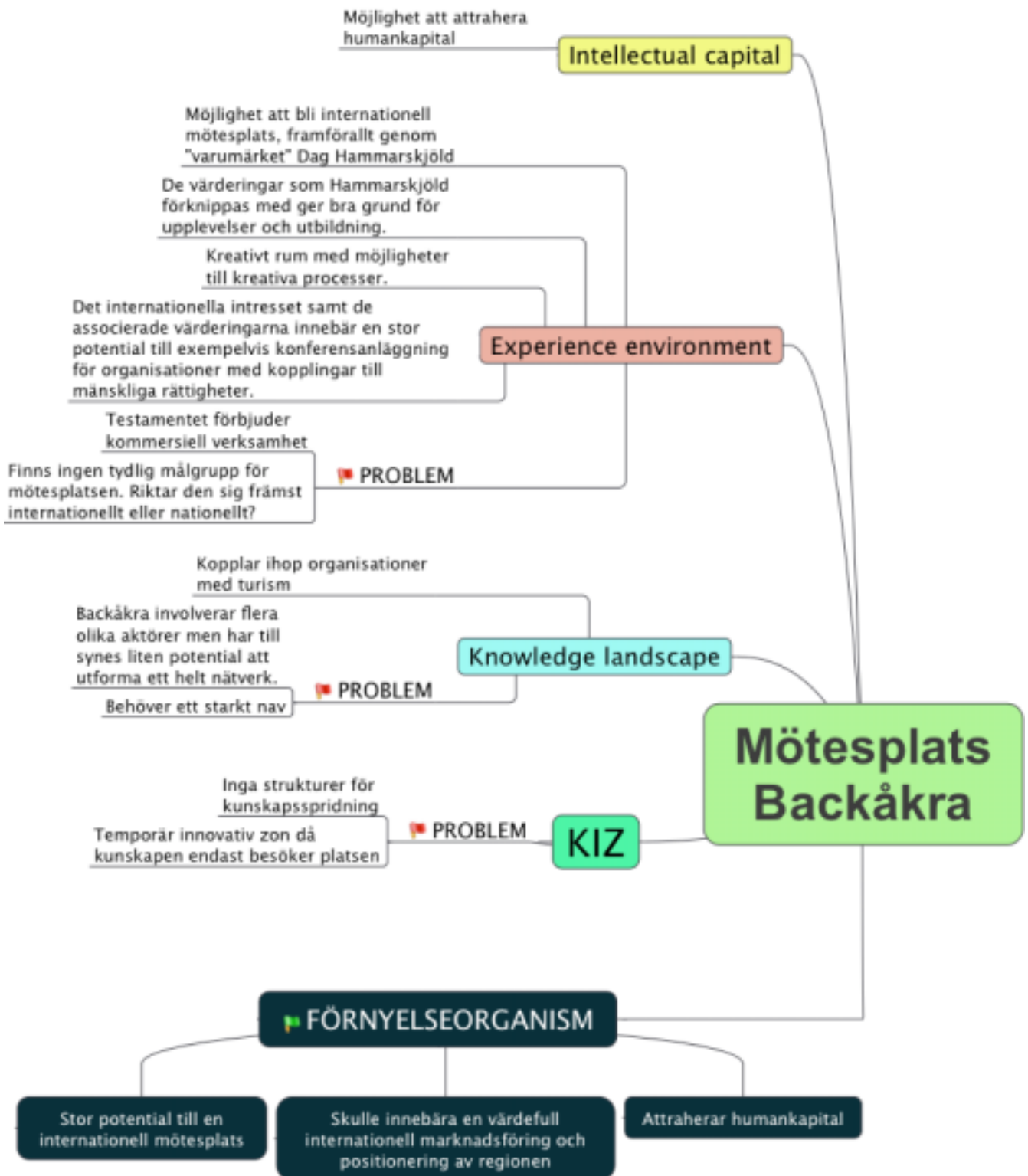
5.4.3 Nätbildande

Det finns idag inga gränsöverskridande relationer men eventuellt kan Hammarskjöld bli den plattform som Eneroth och Malm (2001) beskriver som nödvändig för att förena olika aktörer. Namnet Dag Hammarskjöld kan bli den nod som de övriga organisationerna och intressenterna kan arbeta utifrån. Ett väl fungerande nätverk och samordnare skulle antagligen också kunna koppla samman turismen, allmänheten och företag. Svenska Turistföreningen är den som driver gården men det är kanske inte den optimala samordnaren. En stark och drivkraftig stiftelse skulle kunna vara ett alternativ till denna position.

Det finns flera organisationer som skulle vara lämpliga för att ingå i ett nätverk kring mötesplatsen. De kan tänkas förenas genom ett överordnat mål, exempelvis mänskliga rättigheter. Exempel på tänkbara organisationer är:

- Svenska Turistföreningen
- Svenska Akademin
- FN:s avdelningar i Sverige
- Internationella intresseorganisationer
- Organisationer inom mänskliga rättigheter som Röda Korset, Amnesty och Rädda Barnen

Förnyelseorganismer
i Ystad-Österlenregionen



Figur 13. Översikt Backåkra

5.5 Leaderprojektet

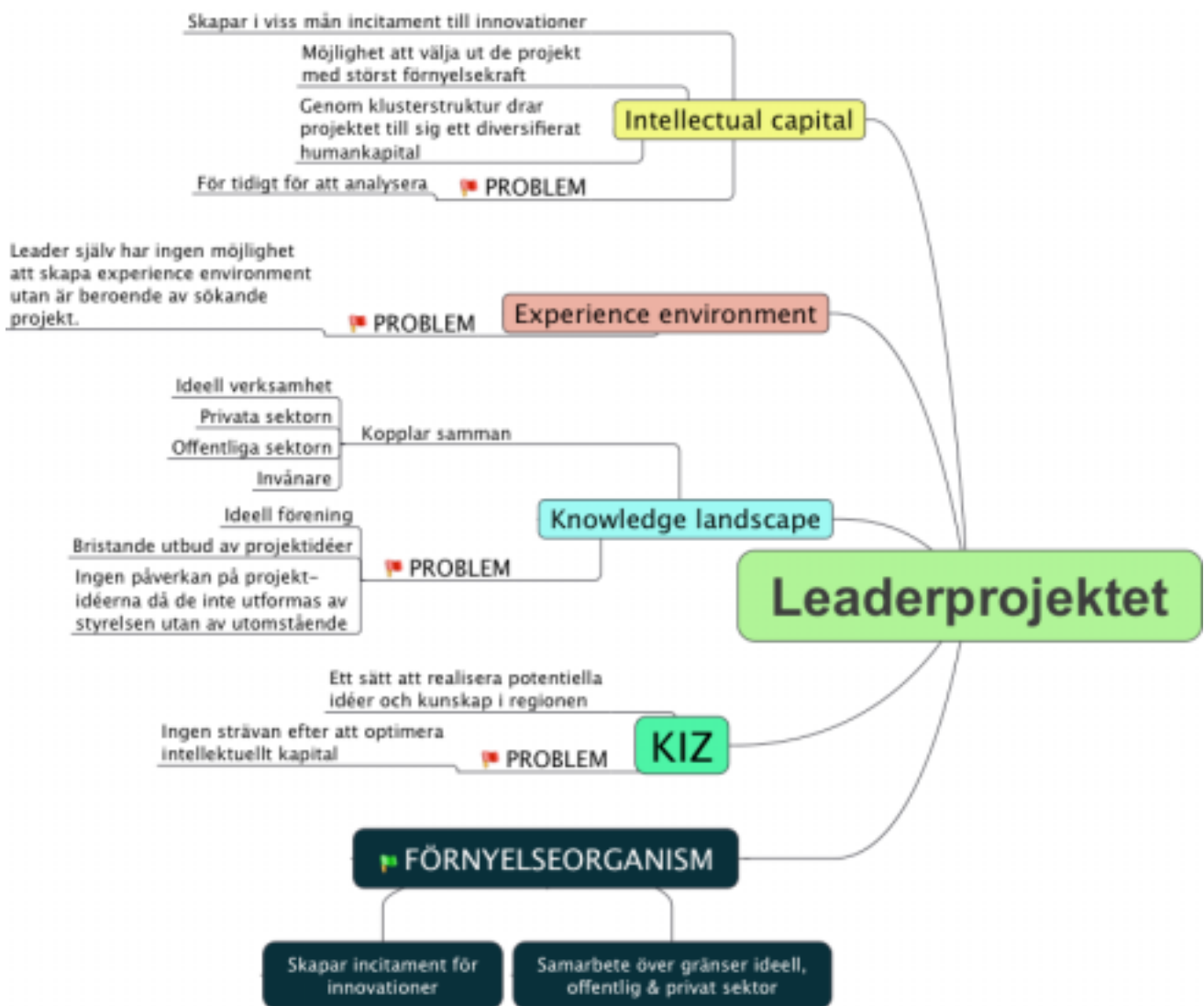
Först och främst är det viktigt att påpeka att sydöstra Skåne ännu inte har ansökt om att bli ett Leaderområde och därmed inte heller blivit godkända än.

5.5.1 Innovationsfrämjande klimat

Själva Leaderprojektet i sig är inte en kreativ mötesplats där upplevelserna kan generera ett värde genom att skapa stämning och stimulera sinnen så som Edvinsson (2002) beskriver. Däremot kan Leaderprojektet, utifrån de diskussioner som har förts i teoriavsnittet om kreativa miljöer och upplevelser (Edvinsson, 2002, 2006; Hemlin, 2004, Amidon, 2005 & Fernström, 2005), styra bidragen till innovativa projekt. Detta kan uppnås genom att ställa krav på de projekt som söker bidrag att de ska skapa något nytt som har en möjlighet att utvecklas i framtiden. Leader har fastän de inte själva kan skapa en kreativ mötesplats, en möjlighet att skapa det mentala klimat för innovationer som Amidon (2005) och Amidon och Davis (2004) beskriver. Genom att arbeta för att bli den sammanbindande länken mellan socialt kapital, humankapital, relationer och nätverk, infrastruktur och intellektuellt kapital kan de hjälpa andra att skapa förnyelse.

5.5.2 Intellektuellt kapital

Det intellektuella kapitalets värde beror på vilka som kommer att ingå i utvecklingsgrupperna. Det är därför svårt att analysera utifrån den information som är tillgänglig i uppstarten av projektet då grupperna ännu inte är färdigkonstruerade. Däremot ökar klustrets möjligheter att generera ny kunskap genom den fördelning av aktörer från näringslivet samt offentlig och ideell verksamhet som kommer utgöra styrelsen. Samarbetsformen skulle kunna vara den fungerande katalysator som enligt Edvinsson (2005) är väsentlig för omvandling av kunskap till värdeskapande resurser. Lyckas de bli den sammanbindande länken som beskrevs ovan har de även möjlighet att föra samman nya grupper av humankapital.



Figur 14. Översikt Leaderprojektet

5.5.3 Knowledge landscape

Genom projektets klusterliknande uppbyggnad skapas stora möjligheter att samarbeta över gränserna. Samarbetet mellan offentliga, privata och ideella verksamheter kan liknas vid Gloor och Scotts (2007) svärmar. Denna kollektiva strävan efter att uppnå ett överordnat mål har stor potential att generera både kunskap och förnyelse. En självklar samordnare och nod i svärmen är SÖSK.

Leaderprojektet kan vara en verksamhet som har potential att utvecklas till en

Förnyelseorganismer i Ystad-Österlenregionen

förnyelseorganism men eftersom inte organisationen står för all drivkraft utan är beroende av de föreningar, företag och enskilda personer som söker bidrag finns det en viss problematik. Det är således hos medlemmarna som drivkraft och kreativitet måste attraheras och utvecklas. Ett annat problem att ta hänsyn till är att allt arbete sker ideellt vilket ofta blir en begränsande faktor då inte samma krav på arbetsmängd kan ställas på ideellt arbete.

6 Slutsats

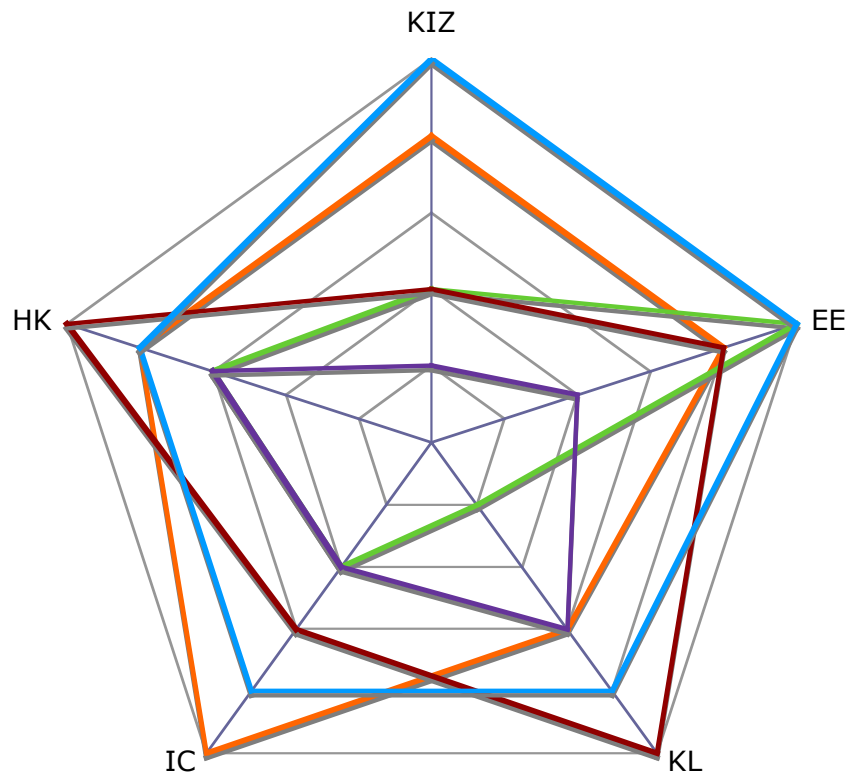
I detta kapitel fullföljs studiens syfte genom att presentera en utvärdering av de existerande projekten och idéer som finns i regionen. Utifrån studiens analysinstrument ges här även en utvärdering av projektens potential att generera förnyelse.

6.1 Förnyelseorganismer

Genom arbetet har vi talat om behovet av förnyelseorganismer. I den teoretiska referensramen har vi strävat efter att skapa ett ramverk för att analysera sådana organismer, vad de är samt vad som krävs för att de ska fungera. Studiens slutsats har vi valt att presentera med utgångspunkt i en grafisk modell som visas nedan. Modellen är konstruerad som ett radardiagram med fem parametrar hämtade från teoriramen. Projekten har sedan placerats in i diagrammet genom en inbördes rangordning från ett till fem dem emellan. Diagrammets mittpunkt är nollpunkten vilket innebär att ju större area ett projekt täcker desto bättre. Nedan ges en kort beskrivning på vad axlarna innebär samt vilka faktorer som har påverkat utvärderingen.

- *KIZ*: Huruvida projekten syftar till att optimera intellektuellt kapital samt möjligheten att få kunskap att flöda till andra områden.
- *Experience Environment*: Hur väl utvecklad struktur för upplevelseerbjudanden det finns, samt tillgången på kreativa miljöer för att stimulera innovativt beteende.
- *Knowledge Landscape*: Förekomsten av nätverk och svärmlänkande strukturer och sammanbindande nav.
- *Intellectual Capital*: Innehavet av idéer, kunskap och tankemodeller.
- *Humankapital*: Tillgången på diversifierad kompetens och arbetskraft.

Förnyelseorganismer



Filmklustret

Culinaria-Matrundan

Leaderprojektet

Mötesplats Backåkra

Marinbiologiskt centrum

AXLAR:

KIZ Knowledge Innovation Zone

EE Experience Environment

KL Knowledge Landscape

IC Intellectual Capital

HK Humankapital

Figur 15. Förnyelseorganismer

6.1.1 Knowledge Innovation Zone

När det gäller förmågan att skapa en *Knowledge Innovation Zone* (KIZ) så bygger den på flera faktorer som bör vara uppfyllda. Bland annat förmågan att skapa en interaktion mellan olika aktörer, syftet att optimera intellektuellt kapital samt att ha möjligheter att sprida kunskap. Det projekt som vi bedömer har störst potential att utvecklas till en sådan zon är det Marinbiologiska centrumet i Simrishamn. Utifrån idén om ett nätverk rörande Östersjöns miljö med Marinbiologiskt centrum som nod finns det en struktur för spridning och samordning av idéer och kunskap.

Filmklustret har med hjälp av sin branschöverskridande utveckling också tendenser till en lyckad optimering av kunskap, detta främst genom satsningen på utbildning. Däremot krävs det att utbildningen integreras med de andra aktörerna inom klustret så att inte kunskapen flyttar från regionen. Inom Culinaria-Matrundan finns det för tillfället inget fokus på utbyte och utveckling av kunskap inom föreningen vilket gör att de inte kan räknas som en Knowledge Innovation Zone. Samma sak gäller Backåkra där det främst kommer att handla om "besökande" kunskap om mötesplatsen blir verklig. Backåkra kommer att fungera som en temporär innovativ zon men kommer att ha svårigheter att utvecklas till en konstant. Hos Leaderprojektet är strävan efter att optimera det intellektuella kapitalet obefintlig. Ansökningarna kommer troligen att handla om individuella projekt, av mer sysselsättande karaktär istället för nätverksintegrerande och innovativa.

6.1.2 Experience environment

Backåkra och Marinbiologiskt centrum kan skapa ett *experience environment* av den typ som stimulerar utveckling av det intellektuella kapitalet. Framför allt Backåkra har stor potential att skapa *experience environment* med tanke på behovet av ett kreativt rum. Till skillnad från Backåkra och Marinbiologiskt centrum, som skapar upplevelser kopplade till utveckling av intellektuellt kapital, har filmklustret och Culinaria-Matrundan resurser för att erbjuda upplevelser till kunder. Leaderprojektet i sig har ingen möjlighet att skapa en struktur för upplevelser. Däremot har de i sin utvecklingsstrategi möjlighet att ta upp behovet

av ett *experience environment* och på så sätt styra vilka projekt som beviljas ekonomiskt stöd.

6.1.3 Knowledge landscape

Culinaria-Matrundan har det starkaste nätverket för tillfället. Detta beror på att de har en drivande kraft, i form av styrelsen, som samordnar nätverket. Det är svårt att dra några definitiva slutsatser om Marinbiologiskt centrum och Backåkra eftersom utformningen av dessa projekt inte är färdigplanerade ännu. Både filmklustret och Marinbiologiskt centrum agerar dock i en mer svåråtkomlig terräng. Problematiken består av en mer komplex situation i form av bland annat större konkurrens från både nationella och internationella aktörer. Detta skapar ett större behov av ett starkt nätverk i jämförelse med vad till exempel Culinaria-Matrundan behöver. Nätverkets styrka genererar förutsättningar att kunna integrera medlemmarna och få dem att sträva mot samma mål. Marinbiologiskt centrum har fördelen av att det redan finns ett utvecklat nätverk, KIMO Baltic Sea, som skulle kunna fungera som nav. Det behövs dock en starkare aktör som har ett vinstdrivande intresse i botten för att utveckla centrumets verksamheter. Leaderprojektets styrka ligger i att deras struktur består av ett kluster med ideell, offentlig och privat verksamhet. De har också en stark samordnare i form av Sydöstra Skånes samarbetskommitté.

6.1.4 Intellectuellt kapital

När det gäller intellektuellt kapital har filmklustret placerats främst eftersom dess strävan är att attrahera nytt intellektuellt kapital till regionen genom utbildning. Den nya utbildningen kan förhoppningsvis även fungera som en informationskanal till internationella intressenter vilket innebär marknadsföringsmöjligheter för hela regionen. Flera av filmklustrets satsningar är skapade för att dra till sig människor under en längre tid. Det är således viktigt att integrera idéerna och kunskapen i strukturer som regionen kan dra nytta av.

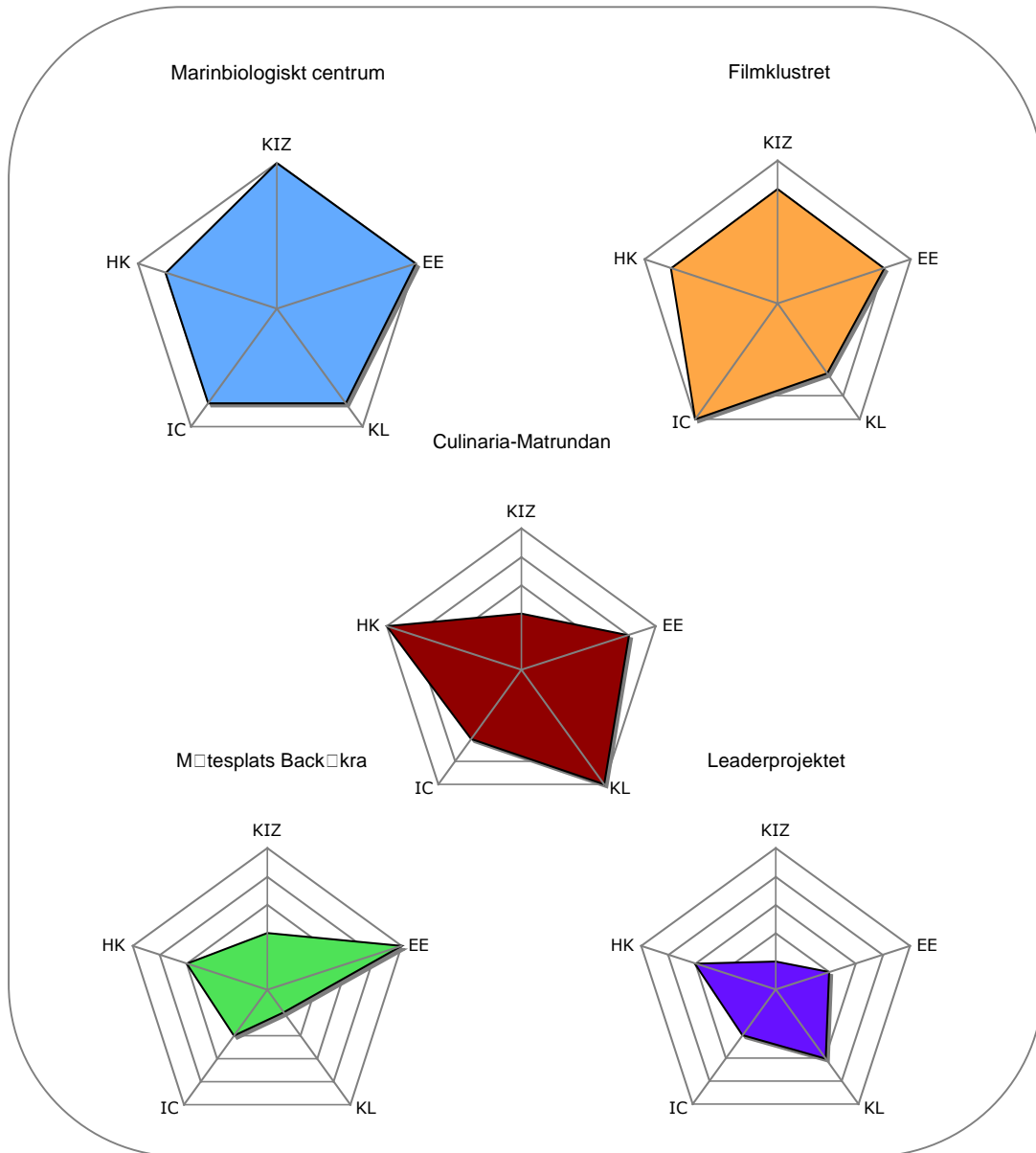
Marinbiologiskt centrum har också möjlighet att attrahera intellektuellt kapital, främst i form av ny marin- och miljöforskning. Inom Culinaria-Matrundan finns

det ett nytt tänkande kring upplevelseerbjudanden, kopplade till kulinarisk turism. Problematiken som kan uppstå är att varje medlem bara fokuserar på sitt företagande och inte utnyttjar nätverkens potential. Det behövs klara strukturer för att lyckas omvandla intellektuellt kapital till något som genererar värde. När det gäller Leaderprojektet så utvärderas de bidragssökande projekten på andra premisser än det intellektuella kapitalets utveckling. Det innebär att det är sannolikt att projekt som endast sysselsätter en målgrupp har lika stor möjlighet att få stöd som ett innovativt projekt. Tittar man sedan på Backåkra så är det troligt att en mötesplats kommer att attrahera och tillhandahålla möjligheter för det intellektuella kapitalet att utvecklas. Däremot kommer ”värdet” inte att tillfalla Backåkra utan istället de besökande människor som drar nytta av den värdeskapande processen. Ur ett annat perspektiv kan detta vara positivt, Backåkra kan satsa på att marknadsföra sig som ett kreativt rum som kan stimulera till utveckling.

6.1.5 Humankapital

Humankapitalet syftar på tillgången av diversifierad kunskap. De som har lyckats bäst med detta är Culinaria-Matrundan. Sammansättningen av humankapital överensstämmer med utformningen av Culinaria-Matrundans projektidé och skapar på så sätt en variation av kulinariska upplevelser. Det går således att identifiera en koppling mellan humankapital och ett utvecklat nätverk. Utan en struktur som möjliggör kommunikation och samverkan har projektet ingen fördel av diversifierad kunskap. Culinaria-Matrundan kan jämföras med Marinbiologiskt centrum och filmklustret där tillgången på diversifierad kunskap är stor men har en större spridning över branscher. Filmklustret engagerar en rad olika aktörer i form av filmskapare och filmtekniker men även restauranger och platser som kan dra nytta av Wallanderfenomenet. En större spridning kan skapa fördelar genom möjligheter att utöka samarbetet över gränserna och på så sätt skapa förnyelse. Däremot krävs det starka och koordinerade strukturer för att det ska kunna ske ett utnyttjande av humankapitalet. Leaderprojektet och Mötesplats Backåkra har kapacitet att dra till sig humankapital. Deras problematik ligger i förmågan att utforma strukturer som kan dra nytta av kapitalet. En lösning är att utforma projekt i nätverket som integrerar och utnyttjar fördelarna av mångfalden.

6.2 Sammanfattning

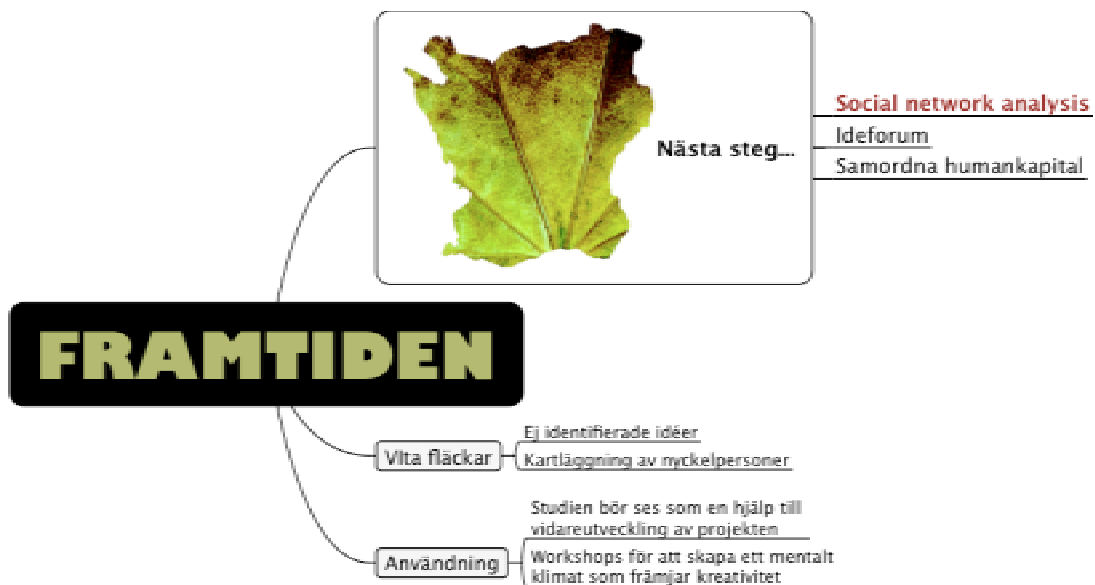


Figur 16. Sammanställning av förnyelseorganismer

Här visualiseras den utvärdering av projekten som studien har lett fram till. Modellen är konstruerad så att störst area innebär störst potential att sprida förnyelse. Enligt de teorier som studien baseras på är Marinbiologiskt centrum att anse som den starkaste potentiella förnyelseorganismen i regionen. Modellen ska däremot inte ses som en rangordning utifrån vilka projekt det bör satsas på utan som en hjälp till vidareutveckling av respektive projekt. Det kan finnas skäl till att

ifrågasätta en jämförelse av så pass olika projekt. Trots detta så ger modellen en god bild av projektens individuella styrkor och svagheter.

6.3 Ystad-Österlenregionens framtid



Figur 17. Vad händer i framtiden?

Undersökningen som har gjorts har resulterat i en utvärdering av fem projekt. Det som har framkommit är att alla projekt har potential att skapa förnyelse i regionen på olika sätt. Utvärderingen ska inte ses som en rangordning av projektens möjligheter utan vår förhoppning är att den ska skapa underlag och en dialog för vidareutveckling av respektive projekt. Detta kan ske i form av workshops där målsättningen är att bidra till dels utveckling av projektens strategier och dels till ett mentalt klimat som främjar kreativitet. Studien ger ingen antydning på att vara fullständig utan det finns sannolikt outforskade "vita fläckar". Exempelvis så finns det förmodligen fler idéer i regionen än de projekt som har studerats. Det är därför viktigt att skapa förutsättningar för att dessa ska kunna realiseras, ett förslag kan vara ett idéforum som ger ekonomiska incitament för att generera idéer. Ytterligare ett område som inte är belyst i uppsatsen är den outnyttjade

resurs som finns i Ystad-Österlen under sommaren, i form av semestrande människor från bland annat Stockholmsregionen. Det är möjligt att det går att samordna dessa individer och integrera dem i existerande nätverk och på så vis ta vara på denna resurs.

Utifrån det vi har diskuterat om vikten av diversifierat humankapital och utbyte av intellektuellt kapital skulle alla projekt tjäna på att kopplas samman med fler personer. På så sätt kan de dra nytta av varandra och öka förmågan att sprida sig på nya okontrollerade sätt, precis som en förnyelseorganism. Nästa steg i utvecklingen av regionen kan därför vara att göra en *Social Network Analysis*. Det innebär att man kartlägger projektens nyckelpersoner, hur och med vilka de har kontakt. En sådan analys ger på samma sätt som vår ”karta” över förnyelseorganismer ett verktyg för navigering. Det skulle således ge bättre möjligheter att utnyttja den potential som finns i relationerna mellan nyckelaktörerna i regionen.

Under arbetets gång har det varit vår strävan att ha ett nytt och kreativt angreppssätt till problematiken som speglas. Genom att förena en akademisk rapport med efterfrågan från näringslivet på ett kreativt sätt har vi försökt tänja på den dominanta logiken inom uppsatsskrivande. Vi hoppas att denna uppsats stimulerar läsaren att inom sitt område göra detsamma.

Källförteckning

- Amidon, D. M., Knowledge Zones fueling innovation worldwide, *Research Technology Management* Jan/Feb 2005:48, 1: ABI/INFORM Global p. 6
- Amidon, D. B. & Davis, B. E., Get in the zone, *Knowledge management*, October 2004 vol 8 issue 2
- Andersson, B-E., *Som man frågar får man svar – en introduktion i intervju- och enkätteknik*, Rabén Prisma, 1994
- Beglund, B. & Holmberg, I., *Den regionala utvecklingen och politiken*, Institutet för regionalforskning, Rapport 118:2000, Östersund 2000
- Bontis, N., National Intellectual Capital Index - A United Nations initiative for the Arab region. *Journal of Intellectual Capital* Vol. 5 No. 1, 2004 pp. 13- 39
- Bryman, A. & Bell, E. (2003), *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Liber, 2005
- Carillo, F. J., *Knowledge cities, Approaches, Experiences and perspectives*, Butterworth-Heinemann, Oxford 2006
- Ergazakis, K., Metaxiotis, K., Psarras, J., *An emerging pattern of successful knowledge cities main pattern*. Chapter 1
 - Edvinsson, L., *K-city and society entrepreneurship for intellectual capital growth*, Chapter 5
- Edvinsson, L. & Grafström, G., *Accounting for minds*, 1998 Skandia
- Edvinsson, L., *Capital in waiting*, www.criticaleye.net june-august 2005 pp. 58-62
- Edvinsson, L. *Corporate longitude – Navigating the knowledge economy*, Bookhouse Publishing, Stockholm 2002

Eneroth, K. & Malm, A. T., Knowledge webs and generative relations –a network approach to developing competencies, *European Management Journal*, Vol 9, nr 2, April 2001

Fernström, G., *Upplevelser*, Fernia Consulting AB, 2005

Fregert, K. & Jonung, L., *Makroekonomi teori, politik & institutioner*, Studentlitteratur, Lund 2005

Gloor, P. & Scott M. C., The new principles of swarm business. *Mit Sloan Management Review*, Spring 2007

Jacobsen, D. I., *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Studentlitteratur, Lund 1999

Kvale, S., *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Studentlitteratur, Lund 1997

Lundahl, U. & Skärvad, P-H., *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, Studentlitteratur, Lund 1999

Malm, M., ”Grönt ljus för kluster”, *Näring Skåne – en region för ett växande näringsliv*, Region Skåne Näringslivsutveckling, oktober nr 2, 2007

Matthiessen, C. W., (2000) Bridging the Öresund: potential regional dynamics Integration of Copenhagen (Denmark) and Malmö-Lund (Sweden) A cross-border project on the European metropolitan level, *Journal of Transport Geography*, 8, 2000, 171-180

Mesa, W. B., The Wealth of Knowledge, *The Journal of Consumer Marketing*; 2003; 20, 4/5; ABI/INFORM Global pg. 491

Porter, M., *The Competitive Advantage of Nations*, Palgrave, 1998

Prahalad, C.K. & Ramaswamy, V., The new frontier of experience innovation, *Mit Sloan Management Review*, summer 2003

Regeringskansliet, *Freden som äventyr – Dag Hammarskjöld och FN:s framtid*, Atlantis, Värnamo, 2005

- Urquhart, B., *Generalsekreterare – Varför Dag Hammarskjöld? Kapitel 1*

Stewart, T. A., Intellectual capital: Ten years later, how far we've come
Fortune. New York: May 28, 2001. Vol. 143, Iss. 11; pg. 192, 2 pgs

Thelin, B. (2001), *Dag Hammarskjöld - barnet, skolpojken, studenten*, Falun, 2005

Elektroniska källor

Amidon & Davis, *The state of Knowledge Innovation Zones (KIZ)*, 2006,
www.entovation.com hämtad 2007-11-27 11.45

Arena för tillväxt, *Navigatorundersökning*, 2007
<http://www.arenafortillvaxt.com> hämtad 2007-11-07 17.00

Dagens Industri, *Filmpengar till Ystad*, 2006-12-13
www.di.se hämtad 2007-11-27 11.45

Entovation
www.entovation.com hämtad 2007-11-27 11.45

Formica, P., *Gli Imprenditori – Knowledge entrepreneurs*.
www.entovation.com hämtad 2007-11-27 11.00

Hemlin, S., Allwood, C. M., Martin, B., *Creative knowledge environments*, 2004
www.sussex.ac.uk/cetl/documents/ben_martin_spru_creative_knowledge_environments_article1.pdf hämtad 2007-11-23 13.15

Ideon Agro Food
www.agrofood.ideon.se hämtad 2007-11-23 13.15

In the K Zone
www.inthekzone.com hämtad 2007-11-27 11.45

KIMO International

www.kimointernational.org hämtad 2007-12-05 11.00

Nutek, *Årsbok 2007 – fler nya företag, fler växande företag, fler starka regioner*, Stockholm 2007

<http://www.nutek.se/content/1/c4/52/24/SLV%20Arsbok%202007%20low.pdf>, hämtad 2007-11-07 10.00

SCB, Statistiska Centralbyrån, *Regional ekonomisk tillväxt – förutsättningar, indikatorer och mått*, Bakgrundsfakta 2005:1

http://www.scb.se/statistik/_publikationer/OV9999_2005A01_BR_X102ST0501.pdf, hämtad 2007-11-07 12.00

Schwabe, O., *"Get Kizzed" Egyptian KIZZES / A Knowledge Recipe for Creating Knowledge Innovation® Zones*. 2005

www.entovation.com hämtad 2007-11-27 11.45

Svenskt Näringsliv, *Företagsklimat 2007 – en årlig rapport från svenskt Näringsliv*, 2007

<http://www.svensktnaringsliv.se/material/rapporter/article29141.ece>, hämtad 2007-11-07 11.45

SÖSK, Sydöstra Skånes Samarbeteskommitté, kreativ karta

www.sydostraskane.se hämtad 2007-11-27 11.45

Trelleborgs allehanda, *Klart för besökscentrum*, 2006-03-11

www.trelleborgsallahanda.se hämtad 2007-11-27 13.00

United Nation

http://www.un.dk/swedish/manskliga_rattigheter/jubilaums_skrift/hr_jubilaums_skrift.htm hämtad 2007-12-10 09.00

Vinnova, *från: VINNOVA, Fakta och nyheter från VINNOVA*, okt 2006

http://www.vinnova.se/upload/dokument/franVINNOVA/franVINNOVA_Nr3.pdf hämtad 2007-11-26 08.30

Ystad Allehanda

<http://www.ystadsallehanda.se/apps/pbcs.dll/section?Category=WALLANDERS>
YSTAD, hämtad 2007-11-29 12.00

Ystad Kommun

<http://www.ystad.se/ystadweb.nsf/AllDocuments/BB304A3B6D259B9DC1256E6D00260956>, hämtad 2007-11-29 12.00

ÖSKG, Sydöstra Skånes Konstnärsgille

<http://www.oskg.nu> hämtad 2007-11-23 12.45

Intervjuer

Fernström, Gösta, IFL – Institutet för företagsledning, platsintervju 2007-12-18

Hansson, Jan, SÖSK - Sydöstra Skånes samarbetskommitté, platsintervju 2007-11-12

Hedling, Olof, Universitetslektor filmvetenskap, Lunds Universitet, platsintervju 2007-12-05

Jönsson, Håkan, Projektledare Ideon Agro Food, platsintervju 2007-11-22

Lindqvist, Ann Mari, Platsansvarig Dag Hammarskjölds Backåkra, Svenska Turistföreningen, platsintervju 2007-12-12

Lundin, Madeleine, SÖSK – Sydöstra Skånes samarbetskommitté, platsintervju 2007-11-12

Nilsson, Anders, Tillväxtansvarig Sparbanken Syd, platsintervju 2007-11-20

Persson, Lars, Näringslivsutveckling Simrishamns Kommun, platsintervju 2007-11-30

Övrigt material

Culinaria 2008 matrundan (ett prospekt angående målgrupper, lanseringsstrategi, marknadsföringsplan som har tagits fram inför stämman)

En introduktion till Marinbiologiskt centrum Simrishamn, 2007,
informationsbroschyr framtagen av Simrishamns Kommun

Ingo, S. & Frithiof, M., *Marinbiologiskt centrum i Simrishamn Förstudie*, oktober 2006. Inregia AB

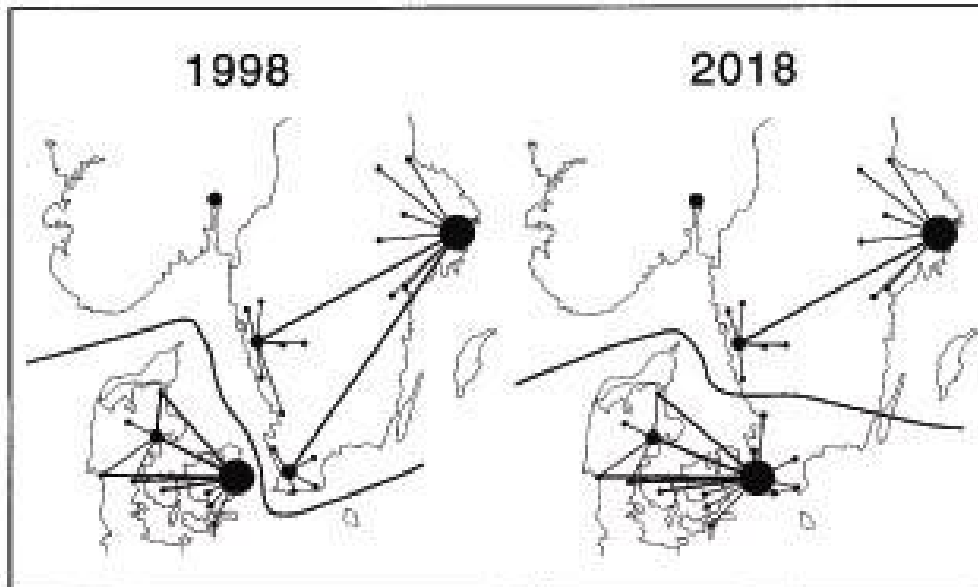
Jönsson, H. & Lareke, A. *Mat och turism – en kombination för Skåne/Österlen*, en förstudie framtagen av Ideon Agro Food, maj 2006

Kommittédirektiv, Dir. 2006:87 *Kunskap för bevarande och hållbart nyttjande av havsmiljön.*

Sydsvenska Dagbladet 2007-11-25
Malmö hyllas inför två miljoner spanjorer

Bilaga 1

Öresundsregionen i centrum



Kartan till vänster visar stadsmiljöer och tätbebyggda områden samt faktiska transportvägar på land. Kartan till höger är en prognos hur det kan se ut 2018 med Öresundsregionen i centrum med en sträckning till Ystad-Österlen och Jylland. (Matthiessen)

Bilaga 2

Navigatorundersökning (www.arenafortillvaxt.com)

Kommun	Omsättningstillväxt	Lönesummeutv.	Sysselsättningsutv.	Nya företag
Ystad	13,82	16,5	6,1	5,37
Tomelilla	15,47	16,5	1	3,82
Skurup	30,23	15,6	5,7	5,03
Sjöbo	41,07	18	11,4	4,9
Simrishamn	6,14	9,8	2	5,12
Riksgenomsnitt	19,1	11,5	3	5,78

- **Omsättningstillväxt** är förändring i företagens och andra momspliktiga verksamheters ekonomiska omsättning mellan 2001-2006
- **Lönesummautveckling** är förändring i kommunens totala lönesumma i reala priser mellan 2001-2006
- **Sysselsättningsutveckling** är förändring av den förvärvsarbetande dagbefolkningen mellan 2000-2005
- **Nya företag** är andelen nya företag i förhållande till befolkningen mellan 2001-2006

Bilaga 3

Undersökning av företagsklimat (www.svensktnaringsliv.se)

	2007	2006	2005
Ystad	97	81	95
Sjöbo	28	35	59
Tomelilla	160	135	203
Simrishamn	235	249	245
Skurup	40	43	39

Statistik från SCB

Marknadsförsörjning 2005 – Visar hur stor andel av hushållens inkomster som kommer från löneinkomster från privata företag

Kommunalskatt 2007

Entreprenader 2005 – Visar hur stor del av kommunens totala verksamhet som är utlagd på entreprenad i privat drift

Utbildningsnivå 2005 – Visar andelen invånare med eftergymnasial utbildning

Företagande 2006 – Visar totalt antalet privata arbetsställen med minst en anställd per 1000 invånare

Nyföretagande 2006 – Visar antalet nyaktiva företag per 1000 invånare

Enkätfrågor

Allmänhetens attityder till företagande

Kommunpolitikernas attityder till företagande

Kommunala tjänstemännens attityder till företagande

Medias attityder till företagande

Skolans attityder till företagande

Kommunens service till företagande

Kommunala regler och byråkrati

Konkurrens från kommunen

Vägnät, tåg- och flygförbindelser

Tele- och IT-nät

Tillgången på kompetent arbetskraft

Sammanfattande omdöme till företagsklimatet i kommunen

Bilaga 4

Nyföretagande i Ystad-Österlenregionen 2004-2006 (Nilsson, 2007-11-20)

	2006	2005	2004
Ystad	177	179	163
Sjöbo	91	100	101
Tomelilla	52	54	63
Simrishamn	97	119	103
Skurup	61	76	86

Bilaga 5

Intervjuguide

