



LUNDS UNIVERSITET

Campus Helsingborg

Institutionen för Service Management

Examensarbete för kandidatexamen

Från ett nedlagt varvsområde till en attraktiv plats

En fallstudie på
Kulturvarvet i Helsingör och
Varvsstaden i Malmö

Sofie Bjerkesjö

Kajsa Nilsson

Thomas Pétin

Handledare:

Fredrik Nilsson

Anna Tunlid

Uppsats

VT 2012

Sammanfattning

Titel: Från ett nedlagt varvsområde till en attraktiv plats- En fallstudie på Kulturvarvet i Helsingör och Varvsstaden i Malmö

Universitet: Lunds Universitet, Campus Helsingborg, Institutionen för Service Management

Kurs: SMKK01: Examensarbete kandidatkurs, 15 hp, VT2012

Seminariedatum: 29 maj 2012

Författare: Sofie Bjerkesjö, Kajsa Nilsson och Thomas Pétin

Handledare: Fredrik Nilsson och Anna Tunlid

Nyckelord: Platsutveckling, omvandling, industriarv, upplevelser, kreativa klassen, kreativ miljö.

Problem: Till följd av avindustrialiseringen står idag många forna industriområdet övergivna. Detta har kommit att bli en samhällsfråga som tas omhand på olika sätt. Tidigare forskning visar på att intresset för industriarv har ökat de senaste 20 åren. Forskningen berör främst nedlagda gruv- och tillverkningsindustrier medan forskning kring nedlagda varvsområden är bristfällig. Kulturvarvet i Helsingör och Varvsstaden i Malmö är två platser med liknande varvshistoria som är under omvandling. Därför har vi valt att använda dessa två platser som studieobjekt.

Syfte: Att undersöka hur nedlagda varvsområden kan omvandlas till attraktiva platser.

Uppsatsen kommer att utifrån ett ledningsperspektiv undersöka hur två nedlagda varvsområden förhåller sig till och arbetar med att skapa attraktiva platser för olika målgrupper.

Metod: Vi har i uppsatsen valt att använda oss av kvalitativa metoder. Vi har utfört djupintervjuer med nyckelpersoner på fallstudieplatserna. För att komplettera dessa har vi genomfört dokumentstudier samt observationer.

Resultat: Undersökningen har visat att omvandlingar av varvsområden kan ske på olika sätt. Dock har varvshistorien en naturlig roll i omvandlingen. För att ge nytt liv åt nedlagda varvsområden och samtidigt göra dem till attraktiva platser, är det viktigt att attrahera olika målgrupper. För att attrahera besökare kan omvandlade varvsområden framhäva det industriella arvet på ett känslomässigt sätt genom upplevelser. För att attrahera invånare och näringsliv kan omvandlade varvsområden fokusera på det funktionella i form av bostäder och kontor. Båda dessa sätt att omvandla leder till att en plats blir attraktiv, men om platsens syfte är att attrahera alla målgrupper bör dessa aspekter kombineras.

Förord

Vi vill börja med att tacka Pontus Tallberg, Region Skåne, för att han ledde oss in på ämnet kring industriarv. Vi vill även utföra ett extra tack till vår handledare Fredrik Nilsson för att han presenterade Kulturområdet i Helsingör för oss, vilket blev ett av våra studieobjekt.

Ett stort tack till våra handledare Fredrik Nilsson och Anna Tunlid som har varit till stor hjälp och givit oss goda råd längs vägen. Vi vill även ge ett stort tack till våra respondenter, Ulrika Englund, Olga Schlyter och Kristina Nilsson angående Varvsstaden i Malmö samt till Mikael Fock och Maibritt Bager angående Kulturvarvet i Helsingör. Utan er hade uppsatsen inte varit möjlig att genomföra.

Vi vill även ge ett stort tack till våra familjer och vänner som har uppmuntrat oss under uppsatsens gång. Ett extra tack till Jan Bjerkesjö, Lisa Rudolfsson, och Matthijs Braakman för era kloka synpunkter.

Nu vill vi önska Dig en trevlig läsning!

22 maj 2012

Sofie Bjerkesjö, Kajsa Nilsson och Thomas Pétin

Innehållsförteckning

1. PRESENTATION	6
1.1 INLEDNING.....	6
1.2 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	7
1.3 AVGRÄNSNINGAR.....	7
2. PRESENTATION AV FALLSTUDIEOBJEKTEN	9
2.1 KULTURVARVET I HELSINGÖR	9
2.2 KARTOR ÖVER FALLSTUDIEOBJEKTEN	10
2.3 VARVSSTADEN I MALMÖ	10
3. ATT SKAPA EN ATTRAKTIV PLATS- EN TEORETISK REFERENS RAM	12
3.1 PLATSUTVECKLINGSBEGREPPET	12
3.1.1 Platsutvecklingsmodellen	13
3.2 KOMPLETTERANDE FORSKNINGSFÄLT KRING PLATSUTVECKLING	14
3.2.1 Industriarvets attraktivitet	14
3.2.2 Upplevelser för att attrahera besökare.....	15
3.2.3 Kreativ miljö för att attrahera invånare och näringsliv.....	17
4. METOD.....	20
4.1 VAL AV FORSKNINGSSOMRÅDE OCH METOD	20
4.2 INTERVJUER.....	21
4.2.1 Intervjuernas tillvägagångssätt	21
4.2.2 Presentation och urval.....	22
4.3 PRESENTATION AV DOKUMENT	22
4.3.1 Att tolka dokument	23
4.4. OBSERVATION	24
5. ANALYS.....	25
5.1 INDUSTRIELLA ARVETS BETYDELSE I OMVANDLINGEN AV	25
5.1.1 ... Kulturvarvet i Helsingör	25
5.1.2 ... Varvsstaden i Malmö.....	27
5.1.3 Sammanfattning	28
5.2 UPPELVELSER FÖR ATT ATTRAHERA BESÖKARE.....	29
5.2.1 Aktiva upplevelser på.....	30
5.2.1.1 ... Kulturvarvet.....	30
5.2.1.2 ... Varvsstaden.....	31

5.2.2 <i>Passiva upplevelser på</i>	32
5.2.2.1 ... Kulturvarvet.....	32
5.2.2.2 ... Varvsstaden	32
5.2.3 <i>Sammanfattning</i>	33
5.3 ATT SKAPA EN ATTRAKTIV PLATS GENOM EN KREATIV MILJÖ	34
5.3.1 <i>Tolerans på</i>	34
5.3.1.1 ... Kulturvarvet.....	34
5.3.1.2 ... Varvsstaden	36
5.3.2 <i>Talang på</i>	37
5.3.2.1 ... Kulturvarvet.....	37
5.3.2.2 ... Varvsstaden	38
5.3.3 <i>Teknologi på</i>	39
5.3.3.1 ... Kulturvarvet.....	39
5.3.3.2 ... Varvsstaden	39
5.3.4 <i>Sammanfattning</i>	40
6. DISKUSSION OCH SLUTSATSER	41
6.1 DISKUSSION	41
6.2 KUNSKAP ATT FÖRA VIDARE	43
6.3 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING	44
KÄLLFÖRTECKNING.....	46
SKRIFTLIGA KÄLLOR	46
MUNTliga KÄLLOR.....	47
PUBLICERADE DOKUMENT	47
OPUBLICERADE DOKUMENT	48
WEBBKÄLLOR	48

1. Presentation

1.1 Inledning

Många äldre industriområden står idag öde runt om i Europa till följd av att industriverksamheter flyttats till platser där kostnaderna är lägre och förutsättningarna för en lönsam verksamhet är större. Många städer och stadsområden som dominerades av industriella verksamheter är nedgångna eller präglas numera av nya näringar. De övergivna industriområdena har kommit att bli en samhällsfråga som tas om hand på olika sätt. Vissa städer väljer att bevara industrisamhällets lämningar genom att utveckla dem till något nytt, andra väljer att riva dem medan vissa lämningar glöms bort (Willim 2008). Efter gjorda litteraturstudier inom ämnesområdet industriarv noterade vi att intresset för ämnet har ökat de senaste decennierna i takt med att vi alltmer går mot ett tjänstesamhälle. Vi noterade dessutom att mycket forskning om industriarv berör nedlagda gruv- och tillverkningsindustrier och att forskning rörande nedlagda varvsområden är bristfällig. I många kuststäder, som präglades av varvsindustrier, finns numera industriella efterlämningar som gapar tomma på en attraktiv mark nära vattnet (Willim 2008, Jörnmark 2007).

Vårt samhälle har kommit att kallas ett tjänstesamhälle till följd av att tjänstesektorn är den sektor som växer snabbast. I detta samhälle kan en plats jämföras med en traditionell industri, där framtiden är dess produkt som bör anpassas till både besökare, invånare och näringsidkare (Kotler et al.1993).

En plats historia och dess industriella arv är något som enligt tidigare forskning bör framhävas eftersom det differentierar platsen. Ett sätt att differentiera en plats från en annan är bland annat genom att erbjuda upplevelser, vilket efterfrågas allt mer i dagens tjänstesamhälle. Nedlagda varvsområden är platser som en gång var hjärtat i städer där människor möttes i en kreativ miljö. Dessa platser står därför idag inför en stor utmaning, att åter skapa en kreativ miljö och att attrahera besökare, invånare och företag så att platsen åter kan blomstra, men på nya sätt.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur nedlagda varvsområden kan omvandlas till attraktiva platser. Uppsatsen kommer att, utifrån ett ledningsperspektiv, undersöka hur två nedlagda varvsområden i Öresundsregionen förhåller sig till och arbetar med att skapa attraktiva platser. Vi kommer att undersöka vårt syfte utifrån följande tre frågeställningar:

- 1. Vilken betydelse har det industriella arvet i omvandlingen av ett nedlagt varvsområde?*
- 2. Hur kan ett omvandlat varvsområde attrahera besökare genom upplevelser?*
- 3. Hur kan ett omvandlat varvsområde återuppbygga en kreativ miljö?*

1.3 Avgränsningar

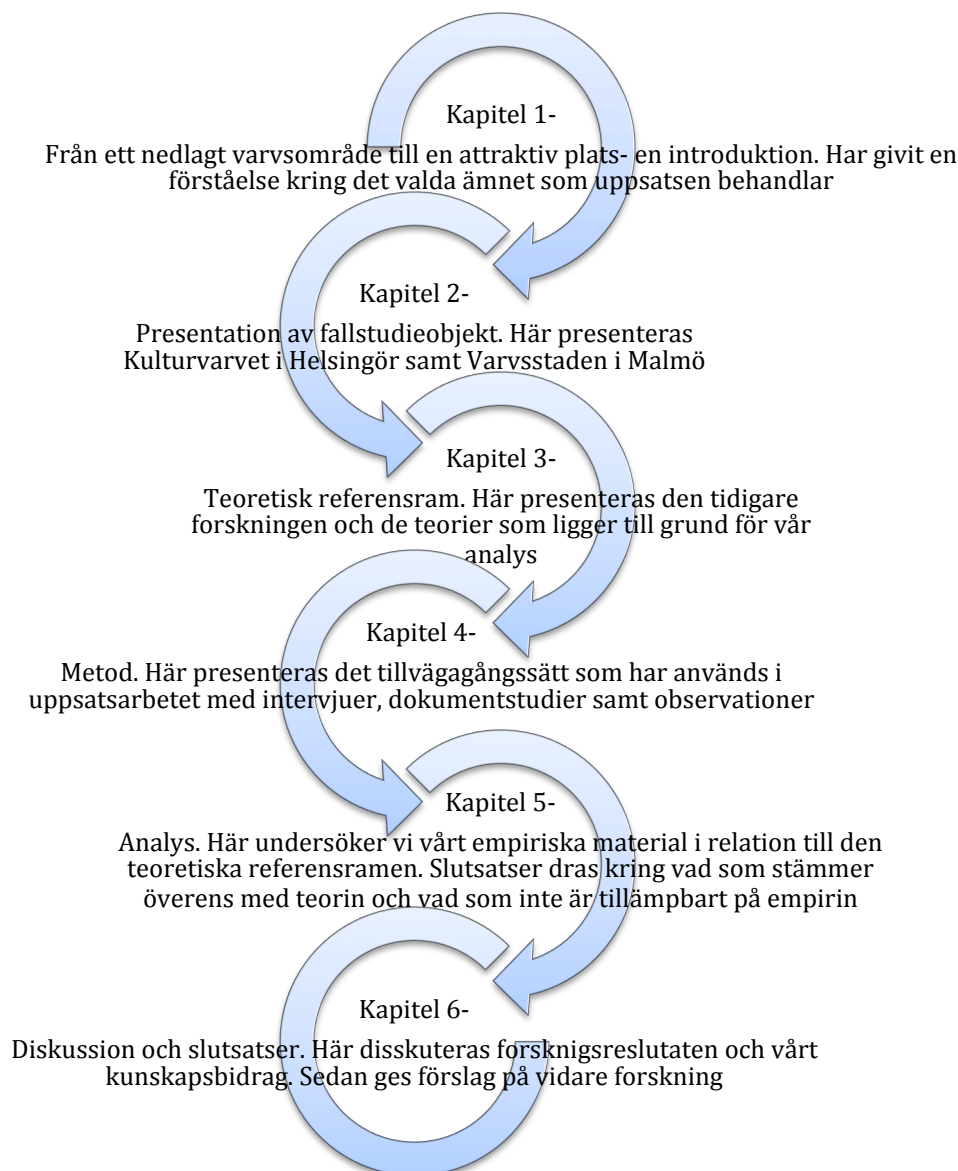
För att besvara våra frågeställningar har vi använt Kulturvarvet i Helsingör och Varvsstaden i Malmö som fallstudieobjekt. Helsingör och Malmö är två kuststäder vars industriella verksamhet dominerades av hamnvarv under större delen av 1900-talet. I mitten av 1980-talet lades båda städernas hamnvarv ner på grund av bristande lönsamhet och idag genomgår de forna varvsområdena stora förvandlingar. Vi valde att använda dessa fallstudieobjekt eftersom de har en liknande varvshistoria och en geografisk närhet till varandra. Dessutom arbetar båda städerna just nu med att omvandla sina nedlagda varvsområden till något nytt och attraktivt vilket vi är intresserade av att undersöka. En närmare presentation av fallstudieobjekten kommer i följande kapitel.

Vi vill klargöra för läsaren att förutsättningar för att omvandla industriarv till attraktiva platser inbegriper bland annat de akademiska fälten arkitektur och politik. Dessa områden kommer vi inte att behandla i uppsatsen på grund av tidsbrist. Vi vill uppmärksamma läsaren om att målet med uppsatsen inte är att konsultera olika nedlagda varvsområden och dess omvandlingar. Målet är att med hjälp av forskningsresultaten från våra fallstudier öka förståelsen för hur nedlagda varvsområden på olika sätt kan omvandlas och bli attraktiva platser för olika målgrupper. Vi har en förhoppning om att vårt kunskapsbidrag kan bli tillämpbart på andra nedlagda varvsområden med liknande egenskaper.

För att skapa en förståelse för hur ett industriarv kan omvandlas till en attraktiv plats valde vi att behandla en del av Kotlers et al. (1993) teori om platsutveckling. För att attrahera besökare

bör en plats erbjuda dem något minnesvärt och känslomässigt engagerande, vilket efterfrågas idag (Mossberg 2003). Därför har vi valt att komplettera platsutvecklingsteorin (Kotler et al. 1993) med Pine och Gilmores (1999) teori om upplevelser. För att en plats ska bli en attraktiv och kreativ miljö för målgrupperna invånare och näringsliv, har vi valt att använda oss av Floridas (2005, 2006) teori de 3T:na. Vi har även studerat tidigare forskning relaterad till dessa teorier för att skapa en större förståelse för ämnet.

1.4 Disposition



2. Presentation av fallstudieobjekten

2.1 Kulturvarvet i Helsingör

År 1882 byggdes hamnvarvet i Helsingör vilket kom att påverka stadslivet både ekonomiskt, socialt och kulturellt. Varvsindustrin uppfördes mellan ett av Nordeuropas mest betydelsefulla renässansslott, Kronborgsslott, och Helsingörs centrum. År 1983 nådde varvsindustrin nått sitt slut vilket ledde till att byggnaderna länge stod tomma som ett minnesmärke av stadens industriella historia. (Kulturområdets hemsida).

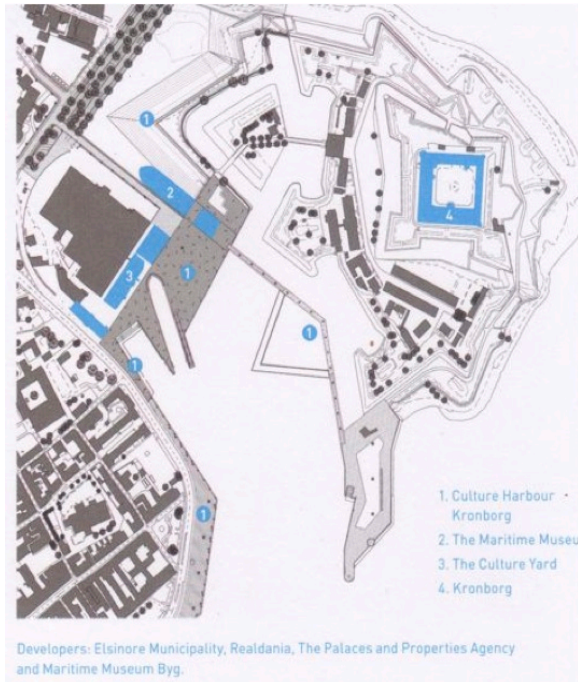
År 2004 blev startskottet för omvandlingen av hamn- och varvsområdet till Kulturområdet. Projektet väntas bli klart år 2013 och har som mål att skapa och erbjuda kulturupplevelser för en nationell och internationell publik. Kulturområdet kommer, när det är färdigbyggt, att inrymma Kulturvarvet & Tullkammeren, Kronborgs slott och Sjöfartsmuseet. Prislappen för Kulturområdet väntas bli över en miljard danska kronor och det är många aktörer inblandade i projektet (Kulturområdets hemsida).

Helsingörs kommun bestämde att rusta upp delar av varvsbyggnaden och omvandla den till ett kulturellt centrum, det nya Kulturvarvet. Kulturvarvet stod färdigt år 2010 och inrymmer stadens huvudbibliotek, ett varvsmuseum, ett utställningsrum, en restaurang och Nordsjällands största musikscen (Kulturvarvets hemsida). Målet med Kulturvarvet är följande:

"Kulturvarvet måste vara ett kulturellt centrum för kunskap och kreativitet, uttryck, erfarenhet, utbildning och identitet, fylld av liv i varje vaken dag - 7 dagar i veckan. Det måste vara den plats där människor möts. Barn, ungdomar, vuxna, lokala och turister, med andra ord, en plats för den lokala och den globala " (översatt av oss från danska, Kulturvarvets hemsida).

Kulturvarvet fungerar som en modern efterföljare till den tidigare varvsindustrin och spelar i dagsläget en viktig roll i Helsingörs och regionens ekonomiska utveckling (Kulturvarvets hemsida). Den sista pusselbiten i omvandlingen till kulturområdet är Sjöfartsmuseet. Det byggs ner i den gamla torrdockan och är ett byggprojekt med stora och internationella ambitioner som väntas bli färdigt år 2013.

2.2 Kartor över fallstudieobjekten



Figur 1 Karta över Kulturområdet i Helsingör



Figur 2 Karta över Varvsstaden i Malmö

2.3 Varvsstaden i Malmö

Varvsstaden är det område i Malmö där Kockums varvsindustri verkade mellan åren 1870-1986. Området är beläget mellan Västra hamnen och Malmös innerstad vilket ger det en central plats i staden. Kockums var under 1940- och 1950-talet Malmös största arbetsgivare och stod på sin tid för nytänkande, framåtblickande och ett socialt ansvarstagande. Kockums har spelat en viktig roll i Malmö utformning och utveckling. Det var bland annat Kockums som fyllde ut Malmös kustlinje och bildade Västra hamnen. Kockums lade ner fartygsproduktionen år 1986 men har lämnat spår efter verksamheten i form av byggnader och strukturer. Byggnaderna är från slutet av 1800-talet fram till 1980-talet vilket har skapat en komplex och brokig karaktär till området. En av de äldsta byggnationerna på platsen är en skeppsdocka i granit från 1840-talet och utöver den finns även plåthallar stora som 10-våningshus där fartygsproduktionen skedde under andra hälften av 1900-talet. I Varvsstaden finns även en hamnbassäng och en kanal, vilka bildar ett vattenrum som idag används som

transportsträcka för lastfartyg. (Planprogrammet 2011). År 2005 köpte Peab det gamla varvsområdet med följande vision:

”Målet är att skapa en innerstadsmiljö med en stor variation i funktioner, en rikedom på mötesplatser och levande publika rum. Tanken är att i hög utsträckning bevara och hitta nya funktioner för de befintliga byggnaderna”(Planprogrammet 2011:).

3. Att skapa en attraktiv plats- en teoretisk referensram

Följande kapitel innehåller tidigare forskning samt den teori som ligger till grund för vår uppsats. Kapitlet är uppdelat i två delar där första delen presenterar begreppet *Platsutveckling* och forskning kring ämnet. För att få en ökad förståelse för hur platser kan göras attraktiva har vi valt att i den andra delen presentera tre kompletterande fält till platsutveckling. Det ena fältet är industriarv och dess betydelse för en plats. De två andra fälten tar upp ytterligare aspekter i platsutveckling genom upplevelser och genom att skapa en kreativ miljö.

3.1 Platsutvecklingsbegreppet

Platsutveckling är ett begrepp som flitigt använts under de senaste två decennierna i stadsutvecklingssammanhang. Platsutvecklingens grunder ligger i att på olika sätt stärka en plats och göra den attraktiv. Begreppet handlar inte bara om att göra en plats attraktiv ur ett ekonomiskt perspektiv utan även om att människor ska vilja bli en del av platsen. Poängen i platsutveckling ligger i att en bra kombination av resurser kan leda till att platser känns mer intressanta och mer attraktiva än vad de egentligen borde vara. (Thufvesson 2009).

Det som gör platser attraktiva, intressanta eller unika har till stor del med naturliga förutsättningar att göra, så som miljön runt omkring platsen. Byar, städer och samhällen har inte en jämn tillväxt över tiden utan utformning sker genom expansion och stagnation (Thufvesson 2009). Willim (2008) menar att det geografiska läget är av stor betydelse för att omvandla ett industriområde till en attraktiv plats. Ett geografiskt läge med närhet till vatten är idag attraktivt i platsutvecklingssammanhang (Jörnmark 2007). Många nedlagda industrier som har varit belägna vid vattendrag och i hamnområden, har idag omvandlats till bostads- och kontorsfastigheter. Ett funktionsbyte av en nedlagd industri sker dock inte bara till bostäder och kontor. Thufvesson (2009) indikerar detta genom ett annat exempel; Campus Helsingborg som en gång var Tretorns gummifabrik och sysselsatte 3000 personer inrymmer idag över 2000 studenter, bankverksamhet, Ikeas IT-avdelning samt delar av kommunal förvaltning. Vidare menar Thufvesson (2009) att funktionsbyte är en bra strategi för att bevara byggnader och miljöer åt eftervärlden.

3.1.1 Platsutvecklingsmodellen

Kotler et al. (1993) har utformat en modell kring konsumtionskategorier som en plats kan attrahera för att öka platsens ekonomiska tillväxt. Modellen innehåller fyra typer av målgrupper; *besökare, invånare och arbetande, näringsliv* samt *exportmarknad*. I denna uppsats har vi lyft ut och fokuserat på tre av målgrupperna från denna modell nämligen besökare, invånare och näringsliv. För att få en lyckad exportmarknad är ett fungerande näringsliv en förutsättning. För att begränsa uppsatsens omfattning har vi därför valt bort den sista målgruppen.

Den första målgruppen delar Kotler et al. (1993) in i två grupper; arbetsrelaterade besökare som ska på möte, sälja eller köpa något och icke-arbetsrelaterade besökare som inkluderar turister. Oavsett vilken besökare det handlar om, spenderar de pengar på platsen genom att de köper tjänster så som mat och logi, vilket har inverkan på bland annat de lokala intäkterna. Platser bör satsa på att attrahera de besökare som stannar längre och spenderar mer pengar (Kotler et al. 1993).

När den andra målgruppen, invånare, ska attraheras bör platsen utveckla lämpliga incitament. Äldre hushåll tenderar att uppmärksamma rekreation- och kulturmöjligheter medan unga familjer tenderar att välja en plats att bo på utifrån skolor och trygghet (Kotler et al. 1993). Den tredje målgruppen i Kotlers et al. (1993) modell, näringsliv, är en målgrupp som tenderar att skapa jobb och intäkter åt platsen. Dessutom måste platsen göra det lätt för entreprenörer att starta upp verksamheter för att attrahera näringsliv. Kotler et al. (1993) pekar här på att platser måste förstå hur företag väljer när det kommer till lokalisering. För företag är det viktigt med en fungerande infrastruktur, exempelvis närhet till flygplats och bra transportvägar.

3.2 Kompletterande forskningsfält kring platsutveckling

3.2.1 Industriarvets attraktivitet

Industriarvet är en del av det etablerade kulturarvet (Alzén 1998) och i takt med att ett samhälles värderingar förändras får även begreppet kulturarv en ny innebörd. Vad som inte anses vara ett kulturarv är bland annat yngre företeelser eller byggnader samt det som inte representerar en tid, en grupp, ett fenomen eller en bygd. Detta har gjort det svårt att acceptera arvet från industrisamhället som ett kulturarv där båda begreppen har ett starkt symbolvärde och behöver skyddas för framtiden (Isacson 2005).

De senaste 20 åren har industrisamhällets kulturarv uppmärksammas alltmer (Alzén och Burell 2005). Willim (2008) instämmer i detta och menar att intresset för industriminnen ökade i Sverige under 1990-talet, i synnerhet när forskning med fokus på industriarv etablerades. För att förstå vad ett industriarv är menar Isacson (2005) att det industrihistoriska arvet symboliserar lämningar efter industriverksamheter.

Willim (2008) framhåller att allt färre människor idag har en personlig koppling till industriarbete. Därför kan människor bli nostalgiskt färgade av en estetiserad industri, det vill säga en försköning av den. Industrin blir allt mer historiserad och framställs i allt fler sammanhang som en förfluten epok (Ibid.). Många forskare är överens om att det i flera europeiska städer finns outnyttjade post-industriella områden och att avindustrialiseringen har lämnat ett tomrum efter sig (Di Domenico och Di Domenico 2007, Hospers 2002, Pratt 2009). Tomrummet uppenbarar sig i den fysiska miljön genom att industrilandskap som en gång i tiden skapade sysselsättning, idag står tomma vilket resulterat i ödsliga fabriker och nedlagda varvsområden. För regioner har det inneburit stora ekonomiska förluster och för invånarna har avsaknaden av en lokal identitet förankrad i industrisamhället gjort sig kännbar (Di Domenico och Di Domenico 2007, Hospers 2002).

Tidigare forskning kring hamn- och varvsstaden Rotterdam, är intressant att lyfta fram. Otgaar et al. (2010) beskriver lyckade attraktioner för platsen varav en kallas *Spido*, som erbjuder båtturer i och runt hamnen. Attraktionen kompletteras med mer traditionella utbud

som besök på sjöfartsmuseum och kulturcentrum. Detta medför att möjligheter finns att väcka nytt liv i industriarv vilket kan leda till att gamla bruksorter kan utvecklas och växa igen (Alzén och Burell 2005).

Kultur och aktivitet värderas idag högt av turister (Svensson 1999). På samma sätt som intresset för industriarv ökat pekar Svensson (1999) på att det är intresset för hur människor levde förr som är anledning till att kulturarvsplatser har blivit en populär nisch, speciellt inom turismnäringen. På kulturarvsplatser kan besökare uppleva ett mer ingående möte med andra tider, andra platser och med sig själva (Ibid.). En annan aspekt av kulturarv och besökare som Aronsson (2005) framhäver visar på att kulturarv leder till framgång inom besöksnäringen och ger kulturarvet en fortsatt nytta. Kulturarv och industriarv har fått en innebörd som kan liknas vid ett besöksmål. O'Dell (1999) instämmer och menar att historien och kultur har kommit att bli en handelsvara som idag används för att attrahera turister.

Diskussionen i detta avsnitt handlar om att ett industriarvets betydelse för en plats och om begreppet kan jämföras med kulturarv. Huruvida industriarv kan klassas som ett kulturarv är ovisst och beror på vilken författare och kontext det hämtas från. Alzén (1998) påpekar att industriarvet är en del av kulturarvet. Fortsättningsvis i uppsatsen behandlar vi industriarv utifrån Alzéns (1998) perspektiv.

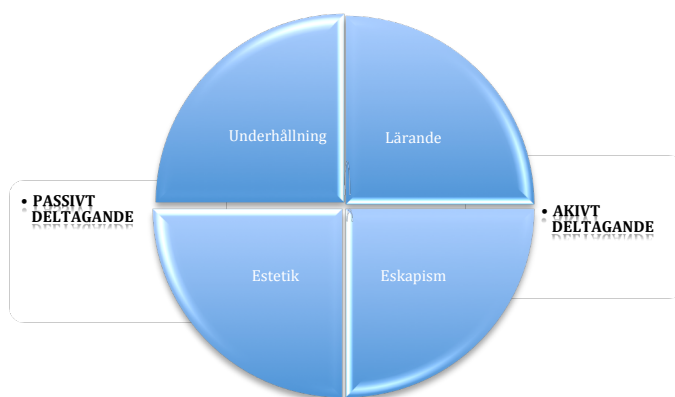
3.2.2 Upplevelser för att attrahera besökare

Det har skett ett skifte på efterfrågesidan hos turister, från passiva attraktioner som museum och äldre byggnader, till mer aktiva sådana som upplevelsecentrum (Otgaar et al. 2010). Människor söker nya vägar för att bli underhållna, bli lärda och för att njuta av livet (Mossberg 2003). För att komplettera och fördjupa oss i vad som attraherar besökare har vi valt att ta med Pine och Gilmores (1999) modell, upplevelsefältet (se figur 3 nedan). När vi använder begreppet upplevelser syftar vi till det som handlar om att ha roligt och njuta, om de emotionella värden som är betydelsefulla vid köp och konsumtion, och det som gör kunden engagerad (Mossberg 2003).

Den ekonomin som vuxit snabbast de senaste 50 åren i USA är den upplevelsefokuserade industrin, vilket har kommit att kallas upplevelseekonomin. Pine och Gilmore (1999) hävdar

att detta skett på grund av att ett nytt förhållande mellan producent och konsument uppstått. Svensson (1999) pekar på att människors värderingar förändrats på senare tid med utökandet av jaget i centrum, där konsumtion blivit allt mer individspecifikt. Det är nu inte bara funktionella behov som ska tillfredsställas utan även de känslomässiga (Svensson 1999). Nyligen ifrågasatte Friere-Gibb (2011) legitimiteten angående implementeringen av upplevelseekonomin i den lokalekonomiska utvecklingen, där författaren gjort en studie på Danmark. I denna studie ifrågasätter Friere-Gibb (2011) varför den danska regeringen så lätt godkände upplevelseekonomins principer i deras ekonomiska utveckling.

Produkter som konsumeras kan ses som en process med nöjesinslag (Pine och Gilmore 1999). När en konsument köper en upplevelse, betalar den för att spendera tid och för att bli underhållen vilket kan klagöras som en förlängning av en tjänst (Ibid.). Detta kan ses som att kunden vill tillfredsställa olika behov och söker därför en helhet, vilket en upplevelse erbjuder (Mossberg 2003). Pine och Gilmores (1999) modell (se figur 3), kan beskrivas utifrån två dimensioner, anknytning och relation till omgivningen som förenar kunden med händelsen



Figur 3 efter Pine och Gilmores (1999) upplevelsefält

samt kunders grad av deltagande. I uppsatsen har vi valt att fokusera på den dimensionen som handlar om kundens grad av deltagande där kunden antingen är *passivt* eller *aktivt* deltagande i upplevelsen. Detta för att uppsatsen inte utgår från ett konsumentperspektiv där den första dimensionen handlar om kunden anknytning och relation till omgivningen.

I en upplevelse kan kunden bli medproducent till vad som sker i händelsen och på så sätt påverka resultatet. Deltagandet påverkas av vilken grad kunden måste vara fysiskt närvarande och på så sätt medproducent. Upplevelsemodellen (se figur 3 nedan) innefattar fyra upplevelsemoment, *underhållning*, *lärande*, *estetik* samt *eskapism*. Upplevelser där kunden är passivt deltagande sker vid underhållning och estetik. Underhållning sker då vi känner något, det vill säga att vi blir underhållna genom vad vi ser och hör. Till exempel vid en

musikkonsert eller en teaterföreställning. Estetik innebär att kunden genom att vara på en plats, fördjupar sig i en händelse eller i en omgivning. Exempelvis vid ett besök på en historisk plats. Det estetiska i upplevelsemomentet behöver inte vara det sköna och vackra utan kan även vara känslor med negativ innebörd. Upplevelser då kunden är aktivt deltagande är lärande och eskapistiska. En upplevelse som innefattar lärande gör att kunden blir en aktiv deltagare och lär sig något såsom deltagare i en kurs. Eskapism handlar om att kunden gör något och omfattar individens aktiva deltagande som vid besök på ett nöjesfält. Dessa upplevelser är exempel på hur en plats kan skapa mervärde för besökare och därigenom bli attraktiva. (Pine och Gilmore 1999).

3.2.3 Kreativ miljö för att attrahera invånare och näringsliv

I dagens samhälle har konkurrensen mellan platser fått en allt större betydelse inom regional utveckling. För att en plats ska kunna attrahera människor kan en *kreativ miljö* vara en annan aspekt som inte Kotler et.al. (1993) fokuserar på i sin platsutvecklingsmodell. Florida (2005, 2006) hävdar att regional tillväxt drivs av kreativa människor som föredrar spännande städer som är mångfacetterade, toleranta och öppna för nya idéer. De bör även ha utbud av kultur, nattliv och shopping där de kreativa människorna kan känna sig hemma. Därför har vi valt att presentera Floridas (2005) modell som han kallar de *3T:na* (se figur 4).

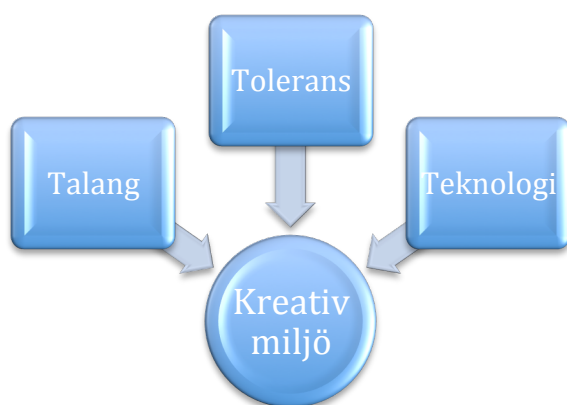
Inom kreativitetsforskningen diskuteras det om hur en plats kan anses vara kreativ.

Thufvesson (2009) antyder att platser bör innehålla faktorer som kommunikation, kompetens, mångfald, tolerans och rätt socialt klimat. Kompetenser från olika håll kan med hjälp av kommunikation förenas till något nytt i en kreativ miljö. Thufvesson (2009) menar på att om en plats ska kunna skapa rätt socialt klimat för kreativitet bör den skapa mötesplatser, attrahera kompetens och aktivera nyfikenhet. För att kommunikation ska kunna äga rum på en plats, både planerade och oplanerade sådana, krävs det så kallade mötesplatser. För att gynna planerade möten krävs det möteslokaler, konferensmöjligheter och restauranger. För att gynna de oplanerade mötena krävs att en plats innehar en närhet mellan verksamheter, funktioner och människor. De oplanerade mötena är inte bara viktiga för att kreativiteten ska flöda utan även för att göra platser intressanta och för att stärka dess gemenskap och identitet. (Thufvesson (2009)).

Florida (2005, 2006) hävdar att begreppet kreativitet blir allt högre värderat i samhället och att det gynnar ett mer innovativt samhällsklimat. De kreativa människorna enligt Florida (2005, 2006) är de högutbildade och produktiva människorna, vilka har fått namnet *den kreativa klassen*. Poängen i Floridas (2005, 2006) teori är att kreativa människor attraherar fler kreativa människor till en plats vilket säkerställer platsens ekonomiska framtid. Vidare menar Florida (2005, 2006) på att platser med en färgrik blandning av de kreativa människorna ofta leder till nya tankar. Mångfalden på platsen gör det lättare att attrahera de människor som innehar olika sorters idéer och kunskap. Den kreativa klassen är den största beståndsdelen i en regional utveckling eftersom de tillför ekonomiskt värde i sitt yrke genom kreativitet (Florida 2006).

Den kreativa klassen delar Florida (2005, 2006) in i två kategorier; den superkreativa kärnan som innefattar bland annat författare, designers, vetenskapsmän och ingenjörer. Den andra kategorin är de som arbetar med kreativ problemlösning som studenter, jurister, läkare och människor inom bank och finansväsendet.

Florida (2005) framhåller att nyckeln till en ekonomisk utveckling på en plats ligger i vad han kallar de 3T:na, *tolerans*, *talang* och *teknologi* (se figur 4). Tolerans definieras som öppenhet och acceptans för olika typer av människor på platsen. Talang definieras av de människor som är utbildade med kandidatexamen eller högre. Teknologi är koncentrationen av innovation



Figur 4 efter Floridas (2005) 3T-modell

och högteknologiska företag på en plats. Varje beståndsdelen är nödvändig men dock ofullständig på egen hand. Samspelet mellan de 3T:na ligger i att tolerans attraherar både talang och teknologi till en plats. Talang ökar teknologin och tillsammans ökar de sedan inkomsten på platsen (Florida 2005).

Asheim och Hansen (2009) pekar på att Floridas 3T har genomsyrat många regionala utvecklingsstrategier i västvärlden, och antagits utan att övervägas om teorin verkligen passar in i en specifik stads- och regionskontext. En viktig aspekt som Asheim och Hansen (2009) belyser är städers storlek, där de menar på att Floridas teorier utgår från stora städer i USA

och inte från mindre städer som finns i Sverige. Författarna ifrågasätter Floridas tankar om att människor följer jobben och menar istället att det är jobben som följer efter människorna. Därför anser författarna att teorin om den kreativa klassen inte bör tas emot med öppna armar utan modifieras för att passa in i platsen regionala utvecklingsplan (Asheim och Hansen 2009).

3.3 Sammanfattning av tidigare forskning och teori

Sammanfattningsvis vill vi lyfta fram det viktigaste ur den teoretiska referensramen. Teorin om platsutveckling är i denna uppsats avgörande för att förklara vad som avses med en attraktiv plats (Kotler et al. 1993). Grundtanken med denna teori är att en plats bör attrahera olika målgrupper vilket gör platsen attraktiv och gynnar den ekonomiska tillväxten.

Vidare har vi presenterat tidigare forskning om området industriarv. Det finns skilda åsikter mellan forskare huruvida ett industriarv kan accepteras som en del av ett kulturarv. Men forskningen är överens om att intresset för industriarv har ökat i takt med intresset för hur människor levde förr.

Teorin om upplevelsefältet (Pine och Gilmore 1999) används för att få ökad förståelse för hur en plats kan bli attraktiv för besökare med hjälp av upplevelser. Centralt för denna teori är att besökare eftersöker såväl aktiva som passiva former av upplevelser. Denna teori har tagits in i uppsatsen för att komplettera med en annan aspekt som inte platsutvecklingsmodellen innehåller.

Teorin om de 3T:na (Florida 2005) ökar förståelsen för hur en plats kan göras attraktiv genom en kreativ miljö. Teorin tillför en ytterligare dimension i uppsatsen. Kreativa människor bidrar med ett ekonomisk värde vilket i sin tur gynnar tillväxten på platsen. För att säkerställa en kreativ miljö är beståndsdelarna tolerans, talang och teknologi viktiga för en plats.

4. Metod

Följande kapitel inleds med en redogörelse för vårt val av forskningsområde samt val av metod. Därefter diskuteras hur det empiriska materialet tillhandahållits genom valda metoder. Alternativa metoder samt problematik längs vägen kommer att diskuteras löpande i texten.

4.1 Val av forskningsområde och metod

Malmös och Helsingörs forna industrier har i över hundra år sysselsatt människor och utgjort en del av stadshistorien. Under det senaste två decennierna har intresset för dessa varvsområden ökat och omvandlingen är idag i full gång. Platsernas strategiska läge fungerar som en länk mellan stadskärnorna och havet. Deras historia i varvsindustri är även snarlikt varandra vilket gör dessa områden intressanta att jämföra.

Efter att ha studerat det existerande forskningsfältet kring industriarv märkte vi att det innefattar många olika forskningsfält, allt ifrån tekniska-, arkitektoniska-, ekonomiska- till historiska perspektiv. Vi noterade att mycket forskning kring industriarv handlar om att göra dessa platser dynamiska och attraktiva för olika målgrupper. Dessutom handlar mycket av den tidigare forskningen om industriarv nedlagda gruv- och tillverkningsindustrier medan färre behandlar nedlagda varvsområden. Om Varvsstaden i Malmö finns ett fåtal uppsatser som främst inriktat sig på byggnader och fysiska strukturer men om Kulturvarvet, Helsingör, finns ännu ingen tidigare forskning om, utifrån uppsatsens valda ämne. Detta gör vår undersökning intressant och målet är därför att ge ett bidrag till den kunskapslucka som saknas i tidigare forskning om omvandling av nedlagda varvsområden.

För att komma närmare våra fallstudieobjekt valde vi att med ett kvalitativt förhållningssätt undersöka hur nedlagda varvsområden kan omvandlas till attraktiva platser. Kvalitativa metoder, till skillnad från kvantitativa, ger större utrymme för att undersöka det unika, specifika och personliga (Holme och Solvang 1997). Detta ger oss större möjlighet att söka efter den sammanhängande kunskapen och en vidare kontextuell förståelse.

För att undersöka forskningsområdet valde vi att genomföra djupintervjuer med nyckelpersoner i omvandlingen av Varvsstaden samt Kulturvarvet. En närmare presentation av våra respondenter kommer i avsnitt 4.2.2. Vi har samlat in vårt empiriska material för att



Figur 5 uppsatsens tillvägagångssätt

uppsatsens genomförande visar vi i figur 5 vårt tillvägagångssätt. En bearbetning av teorin och empirin har lett till ett kunskapsbidrag inom forskningsämnet.

kunna kartlägga arbetet med omvandlingen av de nedlagda varvsområdena. Vi genomförde även dokumentstudier om fallstudieobjekten, vilka även kommer att presenteras närmare (se avsnitt 4.3). De utförda observationerna (se avsnitt 4.4) har fungerat som komplement till intervjuerna och dokumentstudierna. Det material som har tillhandahållits via dessa metoder har utgjort grunden för vår analys. För att illustrera

4.2 Intervjuer

4.2.1 Intervjuernas tillvägagångssätt

Intervjuerna genomfördes vid olika tillfällen och pågick cirka en timme vardera. Vi valde att använda oss av en semi-strukturerad intervjuguide med öppna frågor (se bilaga 1 och 2). Fördelen med en semi-strukturerad form är att det ger intervjuaren utrymme till att ställa specificerande, uppföljande och tolkande frågor (Bryman 2002). Denna form av intervju gjorde det möjligt för oss att få ökad förståelse när respondenterna diskuterade viktiga ämnen. Öppna frågor ledde inte respondenterna i någon särskilt riktning vilket också lämnade utrymme för ovanliga och oförutsedda svar. Istället för att tematisera vår intervjuguide valde vi ställa frågor i blandad ordning. Enligt Bryman (2002) kan detta ge upphov till ett bättre flyt och anpassning till respondenternas svar.

Vi tog kontakt med respondenterna via mail eller telefon där vi presenterade oss själva och vårt uppsatsarbete. Vi skickade intervjuguiden i förväg till samtliga respondenter, för att de skulle kunna förbereda sig och dessutom veta vilka ämnen frågorna berörde, vilket ledde till

att de kunde ge mer utförliga svar. Vi valde att ha två representanter av oss författare närvarande vid varje intervjutillfälle, varav en ställde frågor medan den andra förde anteckningar, svarade för inspelningen av intervjun och hade möjlighet att ställa följdfrågor. Intervjuerna genomfördes på respondenternas kontor och spelades in med mobiltelefon för att senare transkriberas. Intervjuerna som genomfördes i Danmark var planerade att hållas på engelska, dock visade det sig att båda respondenterna kände sig mer bekväma med att besvara frågorna på danska. Att intervjuerna hölls på danska var inte ett problem under tiden som intervjun genomfördes, däremot uppstod en problematik vid transkriberingen då enstaka ord var svåra att tyda och översätta.

4.2.2 Presentation och urval

I Helsingör intervjuade vi **Mikael Fock**, chef och konstnärlig ledare för Kulturvarvet samt **Maibritt Bager**, museichef i Helsingör. I egenskap av deras chefspositioner har materialet varit användbart för att vår uppsats utgår från ett ledningsperspektiv. Vi anser att en intervju med stadsbyggnadskontoret i Helsingör hade skapat ett bredare empiriskt material för att dra slutsatser kring hur Helsingör som stad arbetar med omvandlingen av Kulturvarvet. Dock fick vi inget gensvar från kommunen vilket omöjliggjorde en intervju med dem.

I Malmö genomfördes intervjuerna med **Olga Schlyter**, byggnadsantikvarie för Malmö museer, **Kristina Nilsson**, på Malmö stadsbyggnadskontor samt med **Ulrika Englund**, kommunikatör och säljare för Peab. Vi har eftersträvat att få ett brett spektrum. Då de tre respondenterna representerar olika intressen i projektet tillför de olika aspekter som bidrar till en helhetsbild. Då tiden har varit begränsad har vi inte haft tillfälle att intervjua alla aktörer som arbetar med omvandlingen av studieobjekten. Detta medför en begränsning i vårt arbete men öppnar även upp för framtida undersökningar.

4.3 Presentation av dokument

Vision & Strategi för Kulturvaerftet och Toldkammeret (2010) innefattar Kulturvarvets strategiska arbete samt vision. Vi har använt dokumentet i syfte att förstå hur Kulturvarvet och Kulturområdet arbetar med omvandlingsprocesser och med upplevelser. Dokumentet finns till för att informera ledningen, skapa samklang mellan intressenterna, och vägleda arbetet.

Kulturområdets officiella hemsida (www.kultuomraade.dk). Vi har använt denna hemsida för att skapa förståelse och samla information om Kulturområdet som innefattar Kulturvarvet, Kulturhamnen, Sjöfartsmuseet samt Kronborg.

Kulturvarvets officiella hemsida (Kulturvaerftet.dk) har använts för att samla in information om Kulturvarvets verksamhet samt fungerat som ett lexikon för vilka upplevelser som erbjuds.

Varvsstaden-mer innehåll än yta (2011) har i första hand använts för att komplettera intervjuerna. Dokumentet har även används för att få en vidare förståelse för Varvsstadens omvandling eftersom den fortfarande är i ett tidigt skede. I dokumentet diskuteras Varvsstadens framtid utifrån markägarnas perspektiv.

Planprogram Varvsstaden (2011) har vi använt som ett komplement till intervjuerna. Dokumentet har gett oss en ökad förståelse för hur planeringen kring Varvsstaden ser ut i förhållande till hur de planerar att attrahera olika målgrupper till platsen.

4.3.1 Att tolka dokument

Bryman (2002) delar in dokument i bland annat personliga dokument, officiella dokument från statliga myndigheter, samt officiella dokument från privata källor. Dokumentet om Varvsstaden, som har tillhandahållits via Malmö stad, är ett offentligt dokument från statliga myndigheter. Dokumentet från Peabs sida kan klassificeras som officiella dokument från en privat källa. Dessutom har ett Vision- & Strategidokument (2010) för Kulturvarvet studerats, vilket är ett personligt dokument skrivet av Mikael Fock. Samtliga dokument är framtagna av projektaktörer vilket betyder att de kan vara skrivna ur ett subjektivt perspektiv (Bryman 2002) vilket gynnar vårt arbete då det utgår från ett ledningsperspektiv. Dokumentstudierna kommer att behandlas som en enskild del av empiriinsamlingen men även som ett komplement till de intervjuer som har genomförts. Vi har även studerat Kulturvarvets- och Kulturområdets hemsidor för att komplettera den information vi samlat in via intervjuer och dokument. Nedan följer en kort presentation av de studerade dokumenten samt de hemsidor som vi även hämtat empiriskt material från.

4.4. Observation

Efter att ha genomfört dokumentstudier och intervjuer beslöt vi oss för att genomföra två ostrukturerade och icke-deltagande observationer av fallstudieobjekten. Vi valde denna metod för att komplettera vårt empiriska material, men även för att få en visuell förståelse för hur omvandlingarna i de nedlagda varvsområdena sker. Vi valde att genomföra ostrukturerade observationer eftersom vi hade klara uppfattningar av observationernas syfte, men inte av detaljerna, vilket är hur Bell (2006) menar att en ostrukturerad observation genomförs.

Syftet med observationerna var att studera hur de nedlagda varvsområdena ser ut, vilka byggnader som har bevarats i omvandlingen samt vilka industriella och kulturella verksamheter som finns på platsen. Icke-deltagande observationer innebär att observatörerna iakttar en miljö utan att vara en del av den (Bryman 2002) vilket passade vårt syfte med observationen.

I Helsingör började vi med att observera Kulturområdet i sin helhet och därefter Kulturvarvet. Observationen ägde rum under onsdagen den 11:e maj år 2012. Vi noterade även vilka byggnader som har bevarats i omvandlingen till Kulturområdet. Vi besökte Varvsmuseet som ligger i anslutning till Kulturvarvet, för att få en ökad bakgrundsförståelse för vad som skett på platsen tidigare. På Kulturvarvet besökte vi biblioteket, stora scenen, det ekologiska kaféet samt utställningen ”Wired mind”.

Observationen av Varvsstaden genomfördes torsdagen den 10:e Maj år 2012. Det pågår fortfarande industriella verksamheter i Varvsstaden vilket innebar en begränsad tillgänglighet, och vi kunde enbart observera en liten del av bebyggelsen som innefattar skeppsdockan från 1840-talet. Arvastson och Ehn (2009) hävdar att ens tidigare erfarenheter avspeglas i sättet att observera. Detta gör oss medvetna om att vi tre observatörer, i egenskap av studenter från samma utbildning, kan ha liknande synsätt när vi observerar och samtidigt vara påverkade av våra tidigare erfarenheter.

5. Analys

I följande analys kommer vi att undersöka det empiriska materialet i relation till den teoretiska referensramen. Respondenterna, som presenterats tidigare, kommer här att benämnas antingen med deras namn eller titel. Analysen är indelad i tre avsnitt där fallstudieobjekten behandlas separat för att underlätta förståelsen för platserna. Första avsnittet (5.1) behandlar vilken betydelse det industriella arvet har för platsen vid omvandling av ett nedlagt varvsområde. Det andra avsnittet (5.2) behandlar hur ett omvandlat varvsområde kan attrahera besökare med hjälp av upplevelser. I det tredje avsnittet (5.3) analyserar vi huruvida ett nedlagt varvsområde blir attraktivt för invånare och näringsliv genom att erbjuda en kreativ miljö.

5.1 Industriella arvets betydelse i omvandlingen av...

5.1.1 ... Kulturvarvet i Helsingör

I Helsingör har intresset för förvandlingen av varvsområdet till ett kulturområde varit omfattande och totalt har över en miljard danska kronor investerats i omvandlingen (Kulturområdets hemsida 120425). Under intervjun med Maibritt Bager (120417), Museichef i Helsingör, berättade hon att staden upplevs som en industristad och tillägger att "efter nedläggningen av varvet följde arbetslöshet och regression". Mikael Fock (120417), chef och konstnärlig ledare för Kulturvarvet, menar att Helsingör är i behov av en omvandling och uttrycker det som att staden har "somnat i en slags Törnrosasömn". Enligt diskussionen i forskningen om industriarv är författare överens om att avindustrialiseringen lämnar ett tomrum efter sig (Di Domenico och Di Domenico 2007; Hospers 2002; Pratt 2009). För att motverka detta tomrum kan platser öka sin attraktivitet för olika målgrupper genom att lyfta fram sitt kulturarv och sin historia (Aronsson 2005, O'Dell 1999). För Kulturvarvet innebär det att en lyckad omvandling kan väcka nytt liv i industriarvet. Vidare pekar forskning på att detta kan få en stagnerad ort att utvecklas igen (Alzén & Burell 2005), vilket i Helsingörs fall, till viss del skulle kunna motverka de problem som Mikael (120417) och Maibritt (120417) berättat om.

Maibritt uttrycker förhoppningar inför Helsingörs framtid och önskar att "Kulturområdet och dess visioner ska lyfta Helsingörs stad utåt" (120417). Förvandling är ledordet för det nya Kulturområdet vilket är en del av deras vision (Vision & Strategi 2010). Förvandlingen ska gälla för hela området, det vill säga Kronborgs slott, Sjöfartsmuseet och Kulturvarvet. Det finns både påtagliga och opåtagliga aspekter i denna förvandling. De påtagliga är de som berör byggnaderna och platsens fysiska miljö. Bland annat kommer Helsingör att få en ny paradbyggnad i form av Sjöfartsmuseet som väntas bli klart år 2013. Från det nedlagda varvet, som idag är Kulturvarvet, valde de inblandande aktörerna i projektet att bevara tegelstensfasaderna från byggnaden, men att bygga in den i en större och modernare anläggning som inrymmer ett stort utbud av kulturupplevelser.

Under vår observation (120411) på Kulturvarvet noterade vi att det gamla varvet omvandlats till ett modernt bibliotek men där krokarna och bjälkarna från varvet bevarats. Genom att bevara vissa delar från industrin har de valt att synliggöra varvets historia för besökarna, vilket är förenligt med forskningen om att besökare lockas av en svunnen tid (Svensson 1999; Aronsson 2005). Omvandlingen från ett varv till ett bibliotek kan ses som ett exempel på ett funktionsbyte vilket Thufvesson (2009) menar är en bra strategi för att bevara byggnader och miljöer åt eftervärlden. Genomgående för hela Kulturvarvet är att de valt betonggolv, tegelstenväggar och vita stålkonstruktioner inomhus, där färgerna således består av grått, brunt och vitt (observation 120411). Dessa diskreta färger och rustika byggnadsmaterial kan även betraktas som ett försök att framhäva vad Willim (2008) benämner en förfluten epok, i detta fall varvsindustrin. Dessutom menar han att ett industriområdes geografiska läge spelar stor roll för omvandlingen av platsen. Varvets självklara placering vid vattnet, innebär att Kulturvarvet fått ett attraktivt läge.

Omvandlingen av den nedlagda varvsindustrin till ett kulturellt område inrymmer ett flertal mer opåtagliga aspekter av Helsingörs industriarv. Det är här som kärnberättelserna definieras vilka ligger till grund för det kulturella värdet som Kulturvarvet vill skapa och förmedla. För att göra en plats attraktiv för olika målgrupper kan kulturen användas som handelsvara (O'Dell 1999). Detta påstående stärks även av strategidokumentet, som understryker att de inte längre kan konkurrera i en global industrikultur. De måste istället konkurrera med hjälp av kulturella innovationer där varvshistorien är det som bör återspeglas i kulturutbudet (Vision & Strategi 2010).

Ledaren för Kulturvarvet, Mikael, menar att varvsområdet är ett ”väldigt emblematiskt område” och är ”fullt av symboler och berättelser om varvsindustrin” (Mikael 120417). För att illustrera hur detta tar sitt uttryck i praktiken finns exemplet festivalen ”*Click – new media arts*”. Målet med festivalen är att locka besökare genom att blanda musikupplevelser med innovativa konst- och mediaformer (clickfestival.dk). Respondenterna berättar att arvet från industrin, i detta fall teknisk kompetens, är en av berättelserna som förmedlas till besökarna (Mikael 120417). Med hjälp av experimentella konstformer under festivalen, som en videoprojektion på fasaden av Kronborgs slott, har de lyckats att blanda kultur med berättelser under ett och samma tema. Detta visar på hur de arbetar med att inkorporera mer opåtagliga aspekter av industriarvet i deras kulturutbud och omvandling. I likhet med tidigare forskning kan detta vara ett sätt att skapa större acceptans för industriarvet som en del av en plats kulturarv (Isacson 2005).

5.1.2 ... Varvsstaden i Malmö

År 2005 köpte Peab marken till det som kommer att bli Varvsstaden. År 2007 genomfördes en kulturhistorisk utredning av bebyggelsen som påvisade att området innehöll byggnationer från slutet av 1800-talet till 1980-talet (Olga 120427; Planprogrammet 2011). Utredningen ligger nu till grund för arbetet i Varvsstaden. Olga Schlyter, byggnadsantikvarie för Malmö museer, medverkade i utredningen och berättar att de valde ut vilka byggnader, kajer, detaljer och miljöer i Varvsstaden, som var värdefulla att bevara inför en omvandling och anpassning till nya funktioner. Alla delar av 1900-talssamhället är inte alltid intressanta att bevara, ”de nyare byggnaderna från 1930- och 1940-talet är betydligt mindre intressanta eftersom de inte anses vara lika estetiskt vackra eller tillräckligt gamla” (Olga 120427). Citatet visar att byggnader från dessa decennier inte alltid är kulturhistoriskt intressanta. Det får stöd av tidigare forskning som visar på att arvet från industrisamhället ibland är svårt att acceptera som ett kulturarv (Isacson 2005). Dock framgår det tydligt att det är viktigt att bevara den industriella karaktären i området, och att den brokiga blandningen mellan det gamla och nya är viktigt för att framhäva det (Kristina 120508; Olga 120427; Planprogrammet 2011).

Olga (120427) berättar att markägarna (Peab) är mest intresserade av att bevara sekelskiftesbyggnaderna och uttrycker sedan att ”även de modernare tilläggen är viktiga, för om man skulle riva bort allting utom sekelskiftesbyggnaderna så skulle man tappa väldigt

mycket av det som är områdets karaktär idag”. Att dra nytta av de kulturhistoriska värdena är viktigt för att differentiera sin plats från andra platser (Thufvesson 2009). Ulrika Englund, kommunikatör och säljare för Peab, menar att de byggnader som är intressanta att bevara måste fysiskt gå att bevara i omvandlingen. Peab är intresserad av att bevara byggnadens historia vilket gör att fasaderna i många fall kommer att bevaras medan dess funktioner förändras. Att byggnaderna genomgår funktionsbyte behöver inte vara negativt då det är en bra strategi för att bevara byggnader och miljöer åt eftervärlden (Thufvesson 2009).

Det området som idag är Varvsstaden dominerades under många decennier av Kockums verksamhet och sysselsatte många människor. Verksamhetens nedläggning resulterade i efterlämningar i form av byggnationer och strukturer på området, vilket enligt tidigare forskning kan skapa ett tomrum såväl i den fysiska miljön som i den lokala identiteten (Di Domenico och Di Domenico 2007, Hospers 2002). Därför är det viktigt att för framtida generationer framhäva det industriella arvet, och lyfta fram ”vad som egentligen hände innanför väggarna” (Ulrika 120510). ”Även om människor inte medvetet tänker på att 'nu går jag förbi Kockums industrier' så finns det ändå där och genomsyrar miljön” (Kristina 120508). Även Olga uttrycker vikten av att bevara förståelsen för Kockums historia. ”Bebyggelsen ska i framtiden ge förståelse för vad som hänt på platsen tidigare” (Olga 120427). De tre respondenterna är således eniga om att Kockums historia är viktig att lyfta fram i omvandlingen av Varvsstaden. Detta går hand i hand med tidigare forskning som visar att besökare är intresserade av hur människor levde förr samt att besökare på just kulturvarvsplatser vill uppleva ett möte med andra tider (Svensson 1999).

5.1.3 Sammanfattning

Det industriella arvet har spelat en stor betydelse i omvandlingen av båda varvsområdena där platserna valt att bevara arvet på olika sätt. Kulturområdet arbetar med omvandlingen utifrån påtagliga och opåtagliga aspekter. Kulturvarvet har bland annat valt att bevara den gamla varvsbyggnaden. Berättelser från varvshistorien används här som en handelsvara för att attrahera olika målgrupper som exempelvis genom Clickfestivalen. Vi kan även se att Kulturvarvet satsat mycket pengar på omvandlingen där fokus ligger på att skapa ett kulturcentrum, där upplevelser kring varvsindustrins historia fått en naturlig plats.

Sammanfattningsvis ser vi att i omvandlingen av Varvsstaden ligger fokus på att framhäva det

industriella arvet för framtida generationer, då varvet en gång haft en betydande roll i framväxten av Malmö som stad. Dels för att fylla tomrummet i miljön och i den lokala identiteten. I nästa avsnitt undersöker vi hur upplevelser kan göra en plats mer attraktiv för besökare i respektive varvsområde.

5.2 Upplevelser för att attrahera besökare

Att arrangera en upplevelse handlar inte om att underhålla kunderna utan om att engagera dem. (Pine och Gilmore 1999). Därför har vi valt att i följande stycke undersöka hur Kulturvarvet och Varvsstaden erbjuder upplevelser genom att kunder, som besökare, antingen är aktivt eller passivt deltagande i händelsen.

När det nedlagda varvet i Helsingör omvandlades, idag Kulturvarvet, hamnade fokus på att erbjuda kulturella och upplevelsebaserade aktiviteter. Forskning kring vad som attraherar besökare visar på att det skett ett skifte på efterfrågesidan från passiva attraktioner, som museum, till mer aktiva sådana som upplevelsecentrum (Otgaar et al. 2010). Genom dokumentet Vision & Strategi (2010) kan vi utläsa att Kulturvarvet menar att

”Vi befinner oss i en unik historisk och arkitektonisk verklighet, i en tid full av förändring. Kulturvarvet och Tullkammaren hittar och använder kärnberättelserna i detta utrymme och skapar nya berättelser och upplevelser som vi vecklar ut i konstens alla tänkbara former. På detta sätt skapas en grogrund och ett bollplank, att en meningsfull gemenskap kan uppstå genom upplevelser. De nya berättelserna och upplevelserna ligger i gapet och sammanstötningen mellan det gamla historiska och det nya” (översatt av oss från danska till svenska, Vision och Strategi 2010: 8).

Detta citat visar på att Kulturvarvet arbetar med att attrahera olika besökare, vilket är Kotlers et al. (1993) första målgrupp i platsutvecklingsmodellen, genom att erbjuda både traditionella och mer moderna kulturupplevelser, som ska spegla varvsområdets historia. Hospers (2002) pekar på att kulturarvsturism kan ge mening och ekonomisk vinning åt post-industriella områden genom riktlinjer för bevarande av industriarv och satsningar riktade mot kulturturister.

På Kulturvarvet handlar det om att engagera besökaren i upplevelsen där Mikael (120417) uttrycker detta genom att ”man inte längre har kunder utan medberättare och medupplevare, så istället för kunder har man personer som är med och berättar historien”. Pine och Gilmore

(1999) menar på att resultatet av tjänsten påverkas då kunden är deltagande som medproducent till vad som sker i upplevelsen. Oavsett vilka besökare det rör sig om på en plats är det viktigt att fokusera på att ju längre de stannar, desto mer spenderar dem, vilket både Kotler et al. (1993) och Thufvesson (2009) hävdar utgör en viktig del i platsutvecklingen. På Kultuvarvet inryms ett modernt bibliotek, ett varvsmuseum, en utställningshall, en restaurang och kafé, flera konferenslokaler och workshops (Vision & Strategi 2011). Kultuvarvet erbjuder därmed besökare en helhet för att få dem att stanna på platsen, till exempel att efter ett utställningsbesök äta något på restaurangen eller passa på att låna en bok på biblioteket.

Friere -Gibb (2011) hävdar att Danmark implementerar upplevelseekonomin utan att riktigt tänka igenom om den verkligen passar in i deras lokalekonomiska utveckling. Kulturvarvet fokuserar på upplevelser vilket styrker Friere-Gibbs (2011) reflektioner, dock visar det sig i Kulturvarvets fall, att upplevelser kan gynna området och den lokalekonomiska utvecklingen.

Varvsstaden har i dagsläget inga uttalade upplevelser eftersom platsen är under omvandling. Dock finns det planer på att i framtiden erbjuda besökare upplevelser av olika slag vilka kommer behandlas längre ned under nästa avsnitt.

5.2.1 Aktiva upplevelser på...

5.2.1.1 ... Kulturvarvet

Upplevelser i Pine och Gilmores (1999) modell är antingen aktiva eller passiva vilket beror på besökarens grad av deltagande. Lärande upplevelser gör besökaren till aktiva deltagare, då de lär sig något, medan eskapistiska upplevelser gör besökare till aktiva deltagare, genom att de gör något. Genom aktiva upplevelser ska den historiska verkligheten fungera som en språngbräda för en gemensam upplevelse och kulturupplevelse på Kulturvarvet (Vision & Strategi 2010). Aktiva upplevelser som attraherar besökare erbjuds på Kultuvarvet genom utställningar, litteratur, föredrag, debatt, kurser, workshops, film och rundvisningar. På Kultuvarvet finns även mer interaktiva upplevelser i form av utställningar och under observationen fick vi uppleva utställningen Wired Mind (120411) där besökare bland annat

kan skapa olika sorters ljud tillsammans med olika utställningsobjekt. Detta är exempel på hur Kulturvarvet arbetar med att skapa en attraktiv plats genom att attrahera besökare och där dessa är medskapare av upplevelser.

5.2.1.2 ... Varvsstaden

Det finns i nuläget inga konkreta planer på att erbjuda besökare aktiva former av upplevelser i Varvsstaden, detta på grund av att många aktörer och viljor är inblandade (Ulrika 120510; Kristina 120508; Olga 120427). ”Idag när Peab äger all mark är den stängd för allmänheten och vi (stadsbyggnadskontoret) kan inte göra någonting, men på sikt när staden tar över allmänna platser och parker så finns det möjligheter” (Kristina 120508). Citatet visar på att det finns en vilja från Malmö stads sida att erbjuda besökare upplevelser medan det från Peabs sida är en ekonomisk fråga som i första hand inte prioriteras. Ett problem i Malmös fall är att de i nuläget inte kan planera utformningen av de allmänna platserna. I Planprogrammet (2011) står det att Varvsstaden planerar att skapa historiska vandringar för besökare, vilket kan ses som eskapistiska upplevelser. Att erbjuda historiska upplevelser är enligt tidigare forskning ett sätt göra en plats attraktiv eftersom historien idag har blivit en handelsvara för att attrahera turister (O'Dell 1999).

Kockums har spelat en viktig roll i Malmös utveckling och utformning både socialt, kulturellt och ekonomiskt (Planprogrammet 2011). Både byggnadsantikvariern och representanten från Malmö stadsbyggnadskontor, tror att många Malmöbor har en personlig koppling till dess verksamhet (Olga 120427; Kristina 120508). ”Allt eftersom Varvsstaden öppnar upp sig så tror jag att det kommer att dra väldigt mycket lokalturister” (Olga 120427). Citatet visar på att lokala besökare med en personlig koppling till Kockums är den målgrupp som förväntas attraheras av Varvsstadens omvandling.

Tidigare forskning visar på att även människor utan personlig koppling kan attraheras till industriarv, då det kan bli nostalgiskt påverkade av den förskönade industrin (Willim 2008). Ulrika tror däremot inte att många Malmöbor idag har en personlig koppling till Kockums och framhåller därför vikten av att synliggöra dess historia i Varvsstaden. För att framhäva Kockums historia planeras det att placeras ut informativa skyltar som berättar om platsens historia (Olga 120427). Detta kan ses som en lärande upplevelse (Pine och Gilmore 1999) där

kunden blir en aktiv deltagare. Dock menar Pine och Gilmore (1999) att upplevelser konsumeras och gynnar platsen ekonomiskt, vilket informativa skyltar inte går att koppla till.

Sammanfattningsvis när det gäller aktiva upplevelser ser vi att Kulturvarvet arbetar utifrån att se besökare som medupplevare och medberättare, vilket involverar besökarna i upplevelsen. De erbjuder upplevelser som utställningar, kurser, workshops och rundvisningar där besökarna blir aktiva deltagare i vad som sker. I Varvsstaden förekommer inga aktiva upplevelser i nuläget men planer på att involvera besökare finns, främst riktade mot lokalturister, bland annat genom historiska vandringar.

5.2.2 Passiva upplevelser på...

5.2.2.1... Kulturvarvet

Vid underhållande upplevelser är besökare passiva deltagare som känner något (Pine och Gilmore 1999), exempelvis vid en konsert eller teaterföreställning (Mossberg 2003). Vid estetiska upplevelser fördjupar sig kunden passivt i en händelse eller plats, exempelvis vid ett besök på ett museum eller en historisk plats. De passiva upplevelserna som Kulturvarvet erbjuder kunder ska vara rekreativa upplevelser som fungerar som en ram för kulturella upplevelser. Kulturvarvet har valt att driva dessa upplevelser utifrån ledorden, mat, gemenskap och rekreation. (Vision & Strategi 2010). Kulturvarvets närhet till Kronborgsslott och till Sjöfartsmuseet, som dock inte ännu är färdigbyggt, attraherar besökare med hjälp av passiva upplevelser. Där kan besökare bara vara eller känna något vilket kan kopplas med fälten estetik och underhållning. Detta blir som en förflyttning i tid och rum till en annan plats (Mossberg 2003). Tidigare omvandling av hamn- och varvsstäder har visat på lyckade attraktioner genom Sjöfartsmuseum och kulturcentrum i Rotterdam (Otgaar et al. 2010).

5.2.2.2 ... Varvsstaden

I Varvsstaden planeras det att erbjudas passiva upplevelser. Ulrika, Peabs representant (120510), berättar att ”den gamla dockan ska vara orörd, den ska överlämnas till Malmö stad

och bli något slags vattenfall”, vilket kan ses som en estetisk upplevelse. Respondenterna ser gärna att det i framtiden anordnas musikfestivaler (Kristina 120508) samt verksamheter som lockar besökare i form av museum (Ulrika 120510). I Planprogrammet (2011) för Varvsstaden kan vi även utläsa att ljuskonst och konserter ska initieras i området. Detta är exempel på underhållande och estetiska upplevelser där besökare enligt teorin är passiva deltagare (Pine och Gilmore 1999). I tidigare forskning visar trenden att det inte är denna typ av upplevelser som besökare efterfrågar idag, utan mer aktiva upplevelser som upplevelsecentrum (Otgaar et al. 2010). Detta visar på att platser bör fokusera mer på de aktiva upplevelserna som efterfrågas i allt större omfattning.

En av huvudidéerna för Varvsstadens utformning är att bevara konstruktionen från en av de stora plåthallarna och i den skapa en ny mötesplats – Varvshallen (Planprogrammet 2011). Olga (120427) menar att ”plåthallarna, stora som tiovaningshus, från 1900-talets senare hälft är väldigt intressanta historiskt sett eftersom de visar vilka stora båtar som byggdes i området”. Både Olga (120427) och Kristina (120508) är dock osäkra på vilken funktion som kommer fylla stommen av Varvshallen, och Ulrika (120510) hävdar att det kommer bli väldigt svårt att behålla hallen eftersom den är 45 meter hög. Om Varvsstaden väljer att omvandla Varvshallen till en mötesplats kan det betyda att hallen får nytt liv igen. Dessutom kan besökare uppleva ett möte med det förflutna, genom ett besök i Varvshallen där det förr byggdes båtar, vilket får stöd av tidigare forskning (Svensson 1999).

5.2.3 Sammanfattning

Genom vår undersökning har vi noterat att upplevelser attraherar besökare till ett omvandlat varvsområde och gör området således till en mer attraktiv plats. Med hjälp av upplevelser, kan besökare attraheras genom att de själva kan välja om de antingen vill vara aktivt- eller passivt deltagande. Utifrån Pine och Gilmores (1999) upplevelsefält kan vi se att Kulturvarvet erbjuder aktiva upplevelser genom bland annat workshops och utställningar. I varvsstaden förekommer inga aktiva upplevelser i nuläget men planer på att involvera besökare finns, främst riktade mot lokalturister, genom historiska vandringar.

Sammanfattningsvis erbjuder Kulturvarvet passiva upplevelser genom deras närhet till Kronborg och Sjöfartsmuseet där besökarna erbjuds en upplevelse genom att vara där. I

Varvsstaden planeras det för konserter men framförallt en omvandling av den gamla plåthallen till någon form av attraktion, vilket beroende av dess framtida funktion blir avgörande för om det blir en passiv eller aktiv form av upplevelse.

5.3 Att skapa en attraktiv plats genom en kreativ miljö

Följande avsnitt innehåller en analys kring hur Varvsstaden och Kulturvarvet kan återuppbygga en kreativ miljö och på så sätt attrahera målgrupperna invånare och näringsliv. Dessa målgrupper är hämtade ur Kotlers et al. (1993) platsutvecklingsteori och kommer att ställas i relation till Floridas (2005) 3T-modell som utgör grunden för att skapa en kreativ miljö.

Grundtanken med Floridas (2006) teori om den kreativa klassen är att utbildade och produktiva människor lockar fler människor med liknande yrken till en plats, vilket i sin tur säkerställer en kreativ miljö och som skapar en ekonomisk tillväxt. Kreativitet är något som blir allt högre värderat i samhället och gynnar ett mer innovativt samhällsklimat (Florida 2005, 2006). För att en plats ska kunna skapa en kreativ miljö bör den innehålla, tolerans, talang och teknologi samt ha ett stort utbud av kultur, nattliv och shopping. Vi anser att det tidigare funnits en kreativ miljö i Varvsstaden tack vare Kockums verksamhet som sysselsatte många människor och bidrog till utformandet av hur Malmö ser ut idag (Planprogrammet 2011). Karin Månsson, ansvarig projektutvecklare i Peab uttrycker ”Vem vet, det kanske är Kockums innovativa gener som nu återuppstår i ny skepnad och med andra uttryck” (Varvsstaden – mer yta än innehåll 2011:2). Även skeppsvarvet i Helsingör var under sin verksamma tid en kreativ miljö och Mikael (120417) berättar ”vi ska översätta den innovation och skaparkraft i den mycket fina industriverksamhet som funnits här”.

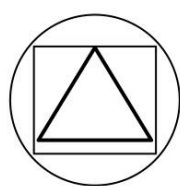
5.3.1 Tolerans på...

5.3.1.1... Kulturvarvet

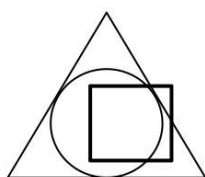
Ledaren för Kulturvarvet berättar om omvandlingen och menar att målet är att “skapa ett mycket fint kulturellt område där det dels kan skapas stor kreativitet” (Mikael 120417). För

att uppnå målet och en lyckad omvandling, har de involverade aktörerna genom olika workshops kartlagt tre orienteringar alternativt dimensioner som kulturområdet ska anpassas efter (strategi & vision 2010). Den ena dimensionen är den sociala (se figur 6). Här är det tänkt att området ska erbjuda ett rum för rekreation genom attraktioner som natur, mat, gemenskap, motion och vila.

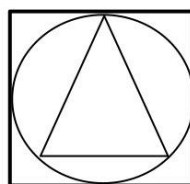
Mikael (120417) uttrycker att kulturområdet ska vara “ett kreativt rekreationsområde där man kan vila sig eller tillsammans med vänner äta god mat”. Vidare förtydligas detta i strategidokumentet av de ovannämnda attraktionerna i den sociala dimensionen. Ur figuren



Konstrnäriska dimensionen



Sociala dimensionen



Lärande dimensionen

Figur 6 efter Kulturvarvets tre dimensioner

kan vi se liknelser mellan denna dimension och den första beståndsdel i Floridas (2005, 2006) modell, tolerans. Ett brett utbud av aktiviteter och användandet av dikotomin motion respektive vila, kan

ses som en ansträngning ifrån kulturområdet att skapa en tolerant och kreativ miljö, öppen för olika preferenser. Ledaren för Kulturvarvet berättar också om hur de har arbetat med att införliva den sociala dimensionen i praktiken med *Knejpefestivalen*. Kulturvarvet har medverkat i denna musikfestival som arrangeras på olika hamnkrogar i Helsingör, där Fadomusiker (ursprungligen portugisisk folkmusik) bjuds in från hela världen. På hemsidan beskrivs festivalen som “en musikalisk clash och jordomresa” (Kulturvarvets hemsida). I likhet med Floridas (2005, 2006) teori, visar detta citat att det från Kulturvarvets sida genom slagord, görs ansträngningar för att skapa en tolerant miljö med inslag av mångfald.

Utifrån den teoretiska diskussionen om platsutveckling bör en plats utveckla lämpliga incitament för att attrahera målgruppen som Kotler et al.(1993) benämner invånare. Äldre hushåll lockas av rekreations- och kulturmöjligheter (Kotlers et al. 1993). Här är hela området med Kulturvarvet, Kronborg och Sjöfartsmuseet exempel på aktiviteter som denna målgrupp eftersöker. För att attrahera unga familjer till en plats är det viktigt att det finns skolor och möjligheter till utbildning (Kotlers et al. 1993). Några skolor finns inte i nuläget på kulturområdet. På Kulturvarvet noterade vi att det pågick en utställning med målningar med

temat framtid, där konstnärerna var barn från olika skolor i området (observation 120411). Detta visar på hur skolor och yngre ortsbor får medverka vilket kan tolkas som ett incitament från Kulturvarvet att attrahera och även inkludera de unga invånarna. Genom att upplevelser erbjuds för både äldre och yngre invånare kan detta betraktas som ett försök att inte lämna någon utanför och skapa en större mångfald, vilket är en viktig beståndsdel för att en plats ska kunna skapa en kreativ miljö (Florida 2005, 2006).

5.3.1.2... Varvsstaden

En förutsättning för att en kreativ miljö ska skapas är att en plats är öppen och tolerant mot olika typer av människor (Florida 2005). Förhoppningen om att Varvsstaden ska ha en blandad befolkning uttrycks av Kristina (120508) på Malmö stadsbyggnadskontor. Men det är i nuläget svårt att säga vem som kommer att flytta dit eftersom bostäderna inte är färdigbyggda. ”Det är höga kostnader i området och man kan ju misstänka att lägenheterna blir dyra. Men hade vi fått välja hade vi haft en blandning av människor. Det jobbar vi mycket med, men det är svårt att styra” (Kristina 120508). Malmö stad kan inte påverka vem som flyttar till Varvsstaden, vilket däremot Peab kan göra. Ulrika, kommunikatör och säljare på Peab uttrycker att de vill att ”människor med stora nätverk och som gör medvetna val” ska flytta dit (Ulrika 120510). Med hänsyn till teori och tidigare forskning är det viktigt att människor på en plats har olika kompetenser eftersom kreativa platser kännetecknas av mångfald (Kotler et al. 1993; Thufvesson 2009). Det är inte enbart en mångfald av människor som är viktigt för att skapa en tolerant miljö utan även en mångfald av verksamheter (Thufvesson 2009). Det finns i nuläget industriella verksamheter i Varvsstaden, men då deras hyreskontrakt löper ut mellan år 2013-2015 kommer de att flytta (Planprogrammet 2011).

”Det är sådant jag kan irritera mig på (...) att det är en trend i stadsbyggnads-sammanhang att man ska ha en blandad stad, men en industri är inte en komponent. (...) Det är inte industrijobb, utan kontor, boende och nöje som är den blandade staden och det finns inte plats i vårt samhälle för det lite ruffigare vilket jag tycker är synd” (Olga 120427).

Citatet visar på att det finns motsättningar mellan aktörerna i frågan kring vilka invånare och verksamheter de vill ska finnas på platsen. Förutsättningar finns för att Varvsstaden ska bli en tolerant miljö, dock är det i nuläget svårt att se huruvida Varvsstaden blir en öppen och tolerant miljö eftersom bostäderna inte är färdigbyggda eller befolkade.

5.3.2 Talang på...

5.3.2.1. ... Kulturvarvet

Om en plats är tolerant kan den locka till sig talang, som utgörs av kreativa människor som är högutbildade och produktiva, vilket är nästa steg i utvecklingen mot en kreativ plats (Florida 2005, 2006). Av dokumentstudien och intervjun med Mikael noterar vi att kultur och upplevelser är ett återkommande tema som ska genomsyra förvandlingen av kulturområdet. Han uttrycker att “de gärna vill vara konstnärliga och kreativa med deras industrikultur”. Utifrån hans arbete som konstnärlig ledare är Mikael en person med stor erfarenhet och talang, vilket enligt Florida (2006) är representativt för den superkreativa kärnan.

Talang kan ses som den konstnärliga dimensionen, vilken är den andra dimensionen som Kulturområdet ska anpassas efter, (se figur 6). Den yttras i form av konserter, utställningar, evenemang, teater och festivaler. För att sätta ihop dessa upplevelser kan det tänkas att människor har någon form av högskoleutbildning. För att undersöka hur stor andel av människorna som faller under denna kategori och som är högutbildade krävs det vidare forskning av mer kvantitativ natur. Trots detta visar det på hur platsens kulturutbud kan relateras till talangfulla och kreativa människor.

På Kulturvarvet arbetar de även med att attrahera talangfulla människor och företag med eller utan direkt koppling till kulturupplevelser. Genom att inrätta konferenslokaler har de skapat möjligheter för vad Thufvesson (2009) benämner planerade möten. Vi noterade att ett danskt företag hade, under dagen vi genomförde observationen (120411), möte i konferenslokalen. En plats näringsliv består bland annat av olika företag, vilket Kotler et al. (1993) menar är en tredje målgrupp som en plats bör attrahera för att bli attraktiv. Denna målgrupp är i synnerhet viktig för att stärka en plats ekonomiska tillväxt. Florida (2005, 2006) instämmer i detta och menar att kreativa människor tillför ett ekonomiskt värde vilket är en viktig del i en plats utveckling. Utöver detta kan Kulturvarvet, tack vare sina två scener, skapa mötesplatser för cirka 600 personer vilket potentiellt kan bli en ytterligare inkomstkälla.

5.3.2.2 ... Varvsstaden

För att attrahera invånare, Kotlers et al. (1993) andra målgrupp, till Varvsstaden planeras det att byggas 1500 nya bostäder och 5000 nya arbetsplatser samt allt från restauranger, kaféer, hantverkare till moderna kontor (Planprogrammet 2011). Visionen är att området ska bli en tät och levande stadsdel (Kristina 120508) där det historiska arvet ska leva vidare när nya människor och företag flyttar in (Planprogrammet 2011). Bostäder och kontor kommer att byggas i första hand medan kaféer, restauranger och butiker läggs till senare (Kristina 120508). ”Sannolikheten är att lokalerna blir dyra och att det blir mäklare och arkitektkontor som har råd och lust att vara här” (Kristina 120508). ”Det kan inte finnas tillverkande industrier bredvid bostäder så det kommer automatiskt bli mer kontor och tjänsteföretag” (Ulrika 120510). Citaten visar på att det i nuläget inte finns några uttalade planer för vilka invånare och företag som ska attraheras till Varvsstaden. Dock framgår det att det är de kreativa professionella som Florida (2006) definierar som bankväsende, jurister och läkare, som förväntas flytta dit. Det är även viktigt att människor som utgör den superkreativa kärnan flyttar till en plats för att den ska bli attraktiv (Florida 2006). I Varvsstaden är detta ännu ovisst eftersom platsen är i en tidig fas i omvandlingen.

Det kommer att finnas tillgängliga och attraktiva publika rum för kultur och rekreation i Varvsstaden. Dessa ska fungera som mötesplatser för Malmös alla invånare (Planprogrammet 2011). Bland annat berättar Ulrika ”att de planerar att skapa så kallade *pocketparks* vilket innebär fler småparker mellan husen istället för en stor park i mitten”. Detta är enligt teori och tidigare forskning önskvärt eftersom naturkontakt och mötesplatser är viktig för att skapa en attraktiv miljö. Att ha både planerade och oplanerade mötesplatser gynnar kommunikation och kan leda till ett socialt och kreativ miljö (Kotler et al.1993; Thufvesson 2009).

Något som skiljer Varvsstaden från andra områden är dess centrala läge, vilket spelar en betydande roll för att människor ska attraheras till platsen (Olga 120427; Kristina 120508). Att det geografiska läget spelar en stor roll för en plats stöds av tidigare forskning (Thufvesson 2009) som menar att en plats ska profilera sig utifrån sina geografiska förutsättningar. Respondenterna är eniga om att det som gör Varvsstaden till en attraktiv plats för potentiella invånare är närheten till vattnet (Olga 120427; Kristina 120508; Ulrika 120510). Att vattenkontakt är viktigt vid platsutveckling får stöd av både Jörnmark (2007)

och Willim (2008). Det finns goda förutsättningar för att Varvsstaden kommer att locka den kreativa klassen. Dels eftersom de erbjuder ett stort antal bostäder och arbetsplatser, men även eftersom platsens utformning och geografiska placering gynnar ett kreativt klimat.

5.3.3 Teknologi på...

5.3.3.1 ... Kulturvarvet

Florida (2005) framhåller i sin teori att för att plats ska bli kreativ krävs även beståndsdelen teknologi som innebär koncentrationen av högteknologi och innovation på en plats. Den sista dimensionen som Kulturvarvet ska anpassas efter är *lärandet* och symboliseras i dokumentet av en fyrkant (Se figur 6). Kärnan i förvandlingen är Helsingörs historia och här är det tänkt att byggnader och museum ska synliggöra detta. Lärandet och historien ska förmedlas till besökarna och konkretiseras av biblioteket, Kronborg Museum, och Sjöfartsmuseet (Vision & Strategi 2010). Här läggs stor vikt vid Helsingörs industriarv där varvet och skeppsteknologin varit viktiga inslag. I en renoverad form är det meningen att lärandet och teknologin ska erbjudas för olika målgrupper. Diskussionen i teorin om den kreativa klassen och vikten av teknologi syftar i första hand på kunskapsintensiva arbetsplatser (Florida 2005, 2006). Men kulturområdet kan tack vare sin historia i avancerad teknologi, till viss del förmedla en känsla av teknisk kunnighet vilket kan locka kreativa människor och skapa en kreativ miljö.

I området och i anslutning till Kulturvarvet, har Siemens sin företagsverksamhet (Mikael 120417). Detta är ett högteknologiskt företag som förmedlar kunskapsintensiva tjänster. Detta visar på att platsen attraherar företag och näringsliv, vilket är Kotlers et al. (1993) tredje målgrupp. I enlighet med Floridas (2006) tankar om teknologi, är det denna typ av verksamheter som bidrar till att skapa en kreativ miljö.

5.3.3.2 ... Varvsstaden

Större delen av Varvsstaden har ännu inte omvandlats vilket innebär att det inte finns en hög koncentration av teknologiska företag på området. Men vad som framgick i föregående

avsnitt om talang, planeras det att byggas 5000 nya arbetsplatser. Medan Florida (2005) menar att kreativa människor flyttar dit jobben finns, anser Asheim och Hansen (2009) att det är jobben som följer efter de kreativa människorna. Att Varvsstaden planerar 5000 arbetsplatser är därför ingen förutsättning för att attrahera de kreativa människorna.

För att locka näringsliv, Kotlers et al. (1993) tredje målgrupp, till en plats är det viktigt att förstå hur företag väljer lokalisering och att de ofta tittar på hur infrastrukturen ser ut samt närheten till bra transport och kommunikationer (Kotler et al. 1993). Varvsstaden är belägen intill Malmö centralstation vilket Olga (120427) tror var en av anledningarna till att SVT valde att bygga kontor där. Målet med Varvsstaden är att områdets bebyggelse ska erbjuda innovativa och nätverksskapande verksamhetsmiljöer (Planprogrammet 2011) vilket är förenligt med teorin om att platser måste göra det lätt för entreprenörer att starta upp verksamheter (Kotler et al. 1993). Att Varvsstaden har nära till kommunikationer samt att de erbjuder nätverksskapande miljöer ger förutsättningar för att platsen blir attraktiv för företag.

SVT flyttade in i de kulturhistoriskt intressanta lokalerna i Varvsstaden redan år 2010 och våren år 2012 flyttade *Media Evolution City* (MEC) in i grannfastigheten (Varvsstaden – mer innehåll än yta 2011). MEC är ett kontorshotell där frilansare kan hyra kontorsplatser och konferensrum med hjälp av månadskort eller klippkort. Under våren år 2012 öppnar även en restaurang intill SVT och MEC. Dessa verksamheter är enligt tidigare forskning önskvärd då möteslokaler, konferensmöjligheter och restauranger är viktiga komponenter på en plats för att gynna planerade möten (Thufvesson 2009).

5.3.4 Sammanfattning

På Kulturvarvet i Helsingör yttrar sig tolerans i form av bland annat *Knajpefestivalen* vilket är ett exempel på att gynna mångfalden på platsen. Varvsstaden i sin tur, vill ha en blandning av människor på platsen vilket visar på en önskan om mångfald och en tolerant miljö. På Kulturvarvet visar sig talang genom den kompetens som finns på platsen. I Varvsstaden finns även goda förutsättningar för att locka den kreativa klassen genom bostäder och arbetsplatser. Teknologi tar form på Kulturvarvet genom den kreativa miljön i området som har en lång historia av skeppsteknologi. Även Siemens har kontorsverksamhet i området. I Varvsstaden planeras många arbetsplatser vilket kan attrahera högteknologiska företag till platsen. I

Varvsstaden och på Kulturvarvet finns många mötesplatser såväl för oplanerade som planerade möten vilket gynnar kommunikation och skapar en kreativ miljö.

6. Diskussion och slutsatser

6.1 Diskussion

Uppsatsen har visat att mycket av den tidigare forskningen om industriarv är ett komplext ämne men som visat sig vara tillämpligt både på Kulturvarvet och Varvsstaden. Det har även visat sig att industriarv, så som tidigare forskning pekat på, innefattar olika aktörer med olika synsätt på vad som ska bevaras av arvet, både det visuella och det historiska. Både tidigare forskning och vår empiriska undersökning har visat att det finns ett stort engagemang för att omvandla nerlagda varvsområden till attraktiva platser, och att det industriella arvet har spelat en stor betydelse i omvandlingarna.

Det har under uppsatsarbetets gång framgått att för att differentiera en plats från en annan har det industriella arvet tillvartagits på olika sätt. På Kulturvarvet arbetar de utifrån påtagliga och opåtagliga aspekter. De påtagliga aspekterna utgörs av byggnader och miljöer som bevarats från varvsepoken, medan de opåtagliga aspekterna utgörs av berättelser och upplevelseevenemang som ska genomsyras av varvshistorien. I Varvsstaden ligger fokus på att framhäva det industriella arvet för framtida generationer. Det sker främst genom att fysiskt bevara byggnader och strukturer, men det planeras även att på immateriella sätt berätta varvets historia. Det har även visat sig att båda platserna arbetar med funktionsbyte av byggnader vilket gör att industriarvet kan förmedlas till framtida generationer.

Syftet med uppsatsen är att öka kunskapen kring hur nedlagda varvsområden kan omvandlas till attraktiva platser. Vi har sett att en omvandling av ett nedlagt varvsområde kan få nytt liv genom att använda upplevelser som en attraktion för att locka besökare till platsen. Detta såg vi genom att Kulturvarvet har ett stort fokus på upplevelser och menar på att det handlar om att engagera besökaren i upplevelsen som en medberättare och medupplevare. De fokuserar på en bredd i erbjudandet av upplevelser där besökaren kan vara en aktiv eller passiv deltagare av varvets historia.

När vi började den empiriska undersökningen visade den teoretiska referensramen att kulturarvsplatser blivit en intressant nisch på turismmarknaden. Dock har det här visat sig i undersökningen att Varvsstaden inte har ett fokus på upplevelser idag men att det finns planer på att involvera besökare, främst riktade mot lokalturister, genom historiska vandringar. I nuläget planeras Varvsstaden att göras till en attraktiv plats genom bostäder och kontor, men har visioner om att i framtiden erbjuda mer upplevelsebaserade attraktioner.

Genom vår undersökning har det visat sig att både Kulturvarvet och Varvsstaden omvandlas till något nytt. Den tunga industrin är numera inte välkommen på platsen och aktörerna arbetar med funktionsbyten och upplevelser för att attrahera olika målgrupper och göra platsen attraktiv.

Utifrån vår forskning framgår det att Kulturvarvet arbetar aktivt med att främja talang, i synnerhet med fokus på kulturupplevelser. Toleransen synliggörs på båda fallstudieplatserna och mångfald är även något som eftersträvas. Det kan diskuteras huruvida teknologi är närvarande på Kulturvarvet och om detta kommer att locka till sig kreativa människor. I första hand är det varvsteknologin som framhävs genom olika upplevelser, i synnerhet för besökarna. Under uppsatsarbetet har det visat sig att Varvsstaden har större potential att bli en kreativ miljö utifrån teorin om platsutveckling och kreativitet. Varvsstaden planerar många nya bostäder och arbetsplatser vilket kan attrahera kreativa människor i större omfattning än vad Kulturvarvet kan. Dessutom har Varvsstaden ett centralt läge och binder samman två stadsdelar vilket ökar potentialen att skapa naturliga mötesplatser och på så sätt en kreativ miljö.

Det har visat sig i undersökningen att fallstudieobjekten arbetar med omvandlingen av de nedlagda varven ur olika perspektiv. Kulturvarvet fokuserar mer på att framhäva det industriella arvet på ett känslomässigt sätt för besökare genom upplevelser, medan Varvsstaden fokuserar mer på det funktionella för invånare och näringsliv såsom bostäder och kontor.

6.2 Kunskap att föra vidare

Här följer en sammanfattning av de viktigaste kunskaper uppsatsen har bidrag med till forskningsfältet

- Under omvandlingsprocessen av varvsområden bör det finnas utrymme för attraktioner för att tillfredsställa så många målgruppers behov som möjligt för att skapa en helhet på platsen.
- Tidigare forskning visar att intresset för industriarv ökat vilket stärks av vår undersökning. Därför kan alla former av industriella lämningar ta tillvara på detta intresse och skapa något attraktivt som passar in i dagens tjänstesamhälle.
- Undersökningen har visat att även immateriella aspekter av industriarvet kan användas för att skapa en attraktiv plats, så som berättelser och historien.
- Genom att framhäva historien på både materiella och immateriella sätt har platser med nedlagda varvsområden en större möjlighet att differentiera sig gentemot andra platser.
- Då det ofta är många aktörer inblandade vid omvandlingar av nedlagda varvsområden är det viktigt att deras intressen överensstämmer. I frågan huruvida industriarvet ska bevaras eller återbrukas bör aktörer vara överens så att det inte uppstår meningsskiljaktigheter om vad platsen i framtiden ska inrymma.
- Undersökningen har visat att varvsområden fokuserar på antingen upplevelser för attrahera besökare eller en kreativ miljö för att attrahera invånare och näringsliv. Om syftet är att attrahera människor och näringsliv bör platser inte begränsa sig till att erbjuda antingen eller, utan bör vara medvetna om att de kan erbjuda båda, och därigenom skapa en mer attraktiv plats.
- Varvsområden omvandlas på olika sätt. Det finns inga uttalade regler för hur omvandlingen ska ske. Därför är det viktigt för aktörer att se till olika målgruppers behov om platsen ska bli attraktiv.
- Vid omvandling är funktionsbyte av byggnader ett sätt för nedlagda varvsområden att få nytt liv och bli attraktiva platser.
- Vid omvandlingar av nedlagda varvsområden är inte tyngre tillverkningsindustrier välkomna. Detta kan vara ett problem vid skapandet av en kreativ miljö eftersom en sådan miljö förutsätter en tolerans mot människor och verksamheter.

6.3 Förslag till vidare forskning

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur nedlagda varvsområden omvandlas till en attraktiv plats där teorin om platsutveckling ligger till grund. Vi har behandlat forskningsområdena upplevelser och kreativ miljö som vi anser kompletterar platsutvecklingsmodellen. Vi har under uppsatsarbetets gång, insett att det finns många andra ämnen som kompletterar platsutvecklingsmodellen, vilken bidrar till att göra en plats attraktiv. Förslag på andra forskningsämnen som utvidgar platsutvecklingsmodellen är bland annat *storytelling*, en annan förgrening inom upplevelseindustrin som mer fokuserar på att sälja platser genom en historia. Ett annat forskningsfält som utvidgar platsutvecklingsmodellen ur ett annat perspektiv är med hjälp av kluster, det vill säga en koncentration av företag inom samma bransch på en plats.

Slutligen vill vi tillägga att uppsatsen är medvetet vald att utgå från ett ledningsperspektiv på hur nedlagda varvsområden kan omvandlas. Förslag till vidare forskning är att ur ett konsumentperspektiv undersök huruvida omvandlade varvsområden verkligen upplevs som attraktiva platser.

Avslutande text

Detta har varit en givande undersökning för oss författare och vi hoppas att den har varit givande för dig läsare också. Vi vill avsluta denna uppsats med en fiktiv berättelse om ett omvandlat varvsområde.

Vi närmade oss det gamla varvsområdet som omvandlats till en attraktiv plats för såväl turister som för lokala invånare. Den gamla docka i granit från 1840-talet hade putsats och rengjorts så att den blänkte i solljuset, den fungerade idag som en mötesplats för områdets besökare samtidigt som den utgjorde en minnesplats för stadens forna glansdagar som varvsstad. Kajerna kantades av kaféer och restauranger, kaffedoften nådde oss på lång väg, och servitörerna skyndade mellan de fullsatta borden på uteserveringarna. De gamla hangarerna från 1920-talet hade givits nytt liv och fungerade nu som konstgallerier efter att stadens konstnärer flyttat in sina alster i lokalerna. De röda sekelskiftesbyggnaderna med rundbågade fönster och småspröjsat glas hade rustats upp och inrymde idag allt från arkitektkontor till juristfirmor och modellagenturer. Även de enklare byggnaderna från 1930- och 1940-talet hade bevarats och fungerade numera som studentbostäder för de som läste vid högskolan i närområdet. Det som förr utgjorde hjärtat i varvsområdet, byggnaden där skeppen tillverkades, reste sig stolt över platser och verkade som stadens huvudbibliotek. Där rörde sig områdets skolungdomar tillsammans med pensionärer, och varje vecka anordnades kulturella arrangemang i konsertsalen som även den inrymdes i varvsbyggnaden.

I en av de gamla varvshallarna fanns nu ett upplevelsecentrum där besökare fick ta del av plasten historia. När föräldrarna gick på museum kunde barnen prova på varvsarbetet i museets experimentrum. Var vi än tittade såg vi industriella lämningar i form av rostiga kranar på husfasaderna, järnvägsräls som fortfarande prydde gatorna och de gigantiska plåthallarna som reste sig som områdets beskyddare. Trots att vi visste att detta område för mindre än 50 år sedan hade dominerat stadens industriella verksamhet, med tusentals arbetare, och båtar som skeppades till världen alla hörn, var detta idag svårt att föreställa sig. Det vi såg framför oss när vi blickade ut över varvsområdet var ett område där stadens befolkning och turister rörde sig och inte längre varvsarbetarna. Det var ett område där olika tjänsteföretag hade sina verksamheter i varvsindustrins forna lokaler. Det var ett område som var attraktivt, händelserikt och omtyckt av alla.

Källförteckning

Skriftliga källor

- Alzén, A. och Burell, B. (2005). Inledning s.7-16 i: Alzén, A. och Burell, B. (red). *Otydligt, otympligt, otaligt: det industriella kulturarvets utmaningar*. Stockholm: Carlsson
- Alzén, A. (1998). Fabriken - Ett kulturarv s. 85-103 i: Alzén, A. och Hedrén, J. (red). *Kulturarvets natur*. Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag Symposion
- Aronsson, P. (2005). Kulturarvets berättelser - industriarvets mening s.17-43 i: Alzén, A. och Burell, B. (red). *Otydligt, otympligt, otaligt: det industriella kulturarvets utmaningar*. Stockholm: Carlsson
- Arvastson, G. & Ehn, B. (2009). Observationens dynamik. I: Arvastson, Gösta & Ehn, Billy (red.) *Etnografiska observationer*. s. 19-36 Lund: Studentlitteratur.
- Asheim, B., & Hansen, H. (2009). Knowledge Bases, Talents, and Contexts: On the Usefulness of the Creative Class Approach in Sweden. *Economic Geography*, 85(4), 425-442.
- Bell, J. (2006). *Introduktion till forskningsmetodik*. 4. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Bryman, A. (2002). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi
- Di Domenico, C., & Di Domenico, M. (2007). Heritage and urban renewal in Dundee: Learning from the past when planning for the future of a post-industrial city. *Journal Of Retail & Leisure Property*, 6(4), 327-339.
- Florida, R. L. (2005). *Cities and the creative class*. New York: Routledge
- Florida, R. L. (2006). *Den kreativa klassens framväxt*. Stockholm: Daidalos
- Freire-Gibb, L. (2011). The Rise and Fall of the Concept of The Experience Economy in the Local Economic Development of Denmark. *European Planning Studies*, 19(10), 1839-1853.
- Holme, I. M. & Solvang, B. K. (1997). *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Hospers, G. (2002). Industrial Heritage Tourism and Regional Restructuring in the European Union. *European Planning Studies*, 10(3), 397-404.
- Isacson, M. (2005). Brottningar med industriarvsbegreppen s. 44-54 i: Alzén, A. och Burell, B. (red). *Otydligt, otympligt, otaligt: det industriella kulturarvets utmaningar*. Stockholm: Carlsson
- Jörnmark, J. (2007). *Övergivna platser*. Lund: Historiska Media
- Kotler, P et al. (1993). *Marketing places: attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*. New York: Free Press

Mossberg, L. (2003). *Att skapa upplevelser: från OK till WOW!*. Lund: Studentlitteratur

O'Dell, T. (1999). Turist i upplevelsen tecken s.11-40 i: O'Dell, T. (red) *Nonstop!: turist i upplevelseindustrialismen*. Lund: Historiska media

Otgaar, A. H. J. (2010). *Industrial tourism: opportunities for city and enterprise*. Farnham, Surrey [u.a.], Ashgate

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston, Mass.: Harvard Business School

Pratt, A. C. (2009). Urban Regeneration: From the Arts 'Feel Good' Factor to the Cultural Economy: A Case Study of Hoxton, London. *Urban Studies (Sage Publications, Ltd.)*, 46(5/6), 1041-1061.

Svensson, B. (1999). På naturliga äventyr i kulturvarvet s.107-127 i: *Nonstop! Turist i upplevelseindustrialismen*. Lund: Historiska media

Thufvesson, O. (2009). *Platsutveckling*. Helsingborg: Plattformen

Willim, R. (2008). *Industrial cool: om postindustriella fabriker*. Lund: Humanistiska Fakulteteten, Lunds Universitet

Muntliga källor

Mikael Fock, Regissör och Kulturvarvets ledare
Intervju den 17 april 2012 (kl. 9:00-10:00)

Maibritt Bager, Museichef Helsingör
Intervju den 17 april 2012 (kl. 10:30-11:30)

Olga Schlyter, Byggnadsantikvarie Malmö museer
Intervju den 27 april 2012 (kl. 13:00-14:00)

Kristina Nilsson, Malmö stadsbyggnadskontor
Intervju den 8 maj 2012 (kl. 10:00-11:00)

Ulrika Englund, kommunikatör och säljare för Peab
Intervju den 10 maj 2012 (kl. 10:00-11:00)

Publicerade dokument

Karta Kulturområdet, Helsingör (bild hämtad från broschyren *Cultural inspiration around Elsinore Harbour*)

Karta Varvssraden, Malmö 2011 (bild hämtad från Planprogrammet)

Planprogrammet Varvsstaden 2011, Malmö Stadsbyggnadskontor

Varvsstaden- mer innehåll än yta 2011, Peab

Öpublicerade dokument

Vision & Strategi for Kulturværftet & Toldkammeret, et arbejdspapir (2010). Mikael Fock

Webbkällor

Clickfestivalens hemsida (citrat)

<http://clickfestival.dk/> (läst 2012-05-17)

Kulturområdets hemsida (presentation och fakta om Kulturområdet)

<http://www.kultuomraade.dk/?#/161666/> (läst 2012-04-10)

Kulturområdets hemsida (budget för Kulturområdet)

<http://www.kultuomraade.dk/?#/161666/> (läst 2012-04-15)

Kulturvarvet (omslagsfoto, redigerad av oss)

<http://www.kulturvaerftet.dk/om-kulturvaerftet.aspx> (hämtad 2012-05-19)

Kulturvarvets hemsida (presentation och fakta om Kulturvarvet)

www.kulturvaerftet.dk (läst 2012-04-10)

Kulturvarvets hemsida (Nordsjällands största scen)

kulturvaerftet.dk/moede-og-konference-.aspx (läst 2012-04-10)

Kulturvarvets hemsida (Knejpefestivalen)

<http://www.kulturvaerftet.dk/nyheder/2012/marts/knejpe-festival-2012-nu-med-esbjerg.aspx> (läst 2012-05-17)

Bilaga 1: Intervjuguide

Intervjuguide för Mikael Fock och Maibritt Bager i Helsingör.

Could you please tell us a little about yourself?

When did your interest for culture and culture heritage arise?

How did you get involved in this project and what are your main working tasks?

How did the project start?

What are the goals and ambitions with this project?

In a future, what is the vision of kulturområdet?

Where did the inspiration to the project come from?

What is the perceived image of Elsinore today?

What image does Elsinore want to achieve with this project?

How does Elsinore market itself today?

Which marketing channels are used to attract visitors?

What does the culture yard mean for Elsinore as a brand?

What role does culture have in today's society?

What is an industrial heritage for you?

Why is it important to preserve industrial heritage?

What separates the Culture Yard from other industrial heritages?

What role did the old wharf play in the development of the culture area?

Bilaga 2, Intervjuguide

Intervjuguide för Olga Schlyter, Ulrika Englund samt Kristina Nilsson.

Kan du börja med att berätta lite om dig själv och ditt yrke?

Vad är ett industriarv för dig?

Är du eller har du varit involverad i utvecklingen av Varvsstaden?

Tror du att industriarv har en viktig roll i dagens tjänstesamhälle?

Vilken image tror du att Malmö har idag?

Hur och när började projektet Varvsstaden?

Vad är målet med omvandlingen av Varvsområdet?

Varifrån har projektet fått sin inspiration?

Vilka aktörer är inblandade?

Vad skiljer Varvsstaden från andra varvsområden?

Vilken roll spelade varvet i omvandlingen av Västra hamnen?

Kommer lokalbefolkningen få ta del av omvandlingen av Varvsstaden?

Vad kommer att bevaras från varvsområdet och varför har just de delarna valts?

Under projektets gång, har det varit konflikter mellan olika intressenter?

Vad gör Varvsstaden attraktivt för:

- Invånare, företagare, turister

Vilken typ av människor vill ni ska:

- Bo-, Jobba-, och besöka Varvsstaden?

Finns det några besöksattraktioner i och runt om Varvsstaden? Vilka?

Planerar Varvsstaden att erbjuda besökare någon form av upplevelse?

Vad betyder Varvsstaden för Malmö som varumärke?

Vad speglar Varvsstadens identitet?