



LUND UNIVERSITY

Kultur för regional utveckling

Lindqvist, Katja; Lorentzen, Anne

Published in:

Gränsløs. Tidskrift för studier av Öresundsregionens historia, kultur och samhällsliv.

2015

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Lindqvist, K., & Lorentzen, A. (2015). Kultur för regional utveckling. *Gränsløs. Tidskrift för studier av Öresundsregionens historia, kultur och samhällsliv.*, 5, 5-9.

Total number of authors:

2

General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00



Kultur för regional utveckling

GRÄNSLÖS NR 5 2015 | CENTRUM FÖR ÖRESUNDSSTUDIER | ISSN 2001-4961



Kultur för regional utveckling

KATJA LINDQVIST & ANNE LORENTZEN (RED.)

GRÄNSLÖS NR 5 2015 | CENTRUM FÖR ÖRESUNDSSTUDIER | ISSN 2001-4961

Centrum för Öresundsstudier (CORS), Lunds universitet, har i uppdrag att skapa nätverk och beforska frågor som rör Danmark, dansk–svenska relationer samt Öresundsregionen. Som ett led i detta arbete arrangeras årligen flera workshops till vilka forskare inbjuds att diskutera angelägna frågor, forskningsansatser och forskningsresultat.

Kunskapen om de frågor som behandlas sprids genom CORS:s bokserie samt genom tidskriften **Gränsløs. Tidskrift för studier av Öresundsregionens historia, kultur och samhällsliv**.

Tidskriften riktar sig till forskare, men vänder sig även till studenter, opinionsbildare och en allmänt intresserad allmänhet. Den är tematiskt uppbyggd vilket innebär att varje nummer kretsar kring en bestämd fråga. Gränsløs är tillgänglig via Centrum för Öresundsstudier hemsida och är kvalitetsgranskad av ett redaktionsråd.

Temat för det femte numret är **kultur och regional utveckling**.

GRÄNSLØS
Tidskrift för studier av Öresundsregionens
historia, kultur och samhällsliv
nr 5 2015

Centrum för Öresundsstudier
Lunds universitet

<http://CORS.lu.se>

Ansvarig utgivare:
Fredrik Nilsson

Grafisk form:
Mia Krokstæde

Omslag:
Fotografi av Gunnar Menander

Tryck:
Media-tryck, Lunds universitet

ISSN 2001-4961

Innehåll

Katja Lindqvist & Anne Lorentzen

KULTUR FÖR REGIONAL UTVECKLING	5
---	----------

Roger Blomgren & Jenny Johannisson

KULTURPOLITIK, STYRNING OCH LEGITIMITET I SVENSKA REGIONALA KULTURPLANER	9
---	----------

Michael Thyresttrup Pedersen

KULTURREGIONER I DANMARK	19
---------------------------------------	-----------

Jens Kaae Fisker

MEETING PLACES & ARENAS FOR LOCAL ENTREPRENEURSHIP	30
---	-----------

Erika Andersson Cederholm & Carina Sjöholm

LANDSBYGDENS SMÅFÖRETAG SOM LIVSSTIL, BESÖKSMÅL OCH REGIONAL ATTRAKTION	43
--	-----------

Katja Lindqvist

KULTUR OCH STADSUTVECKLING	55
---	-----------

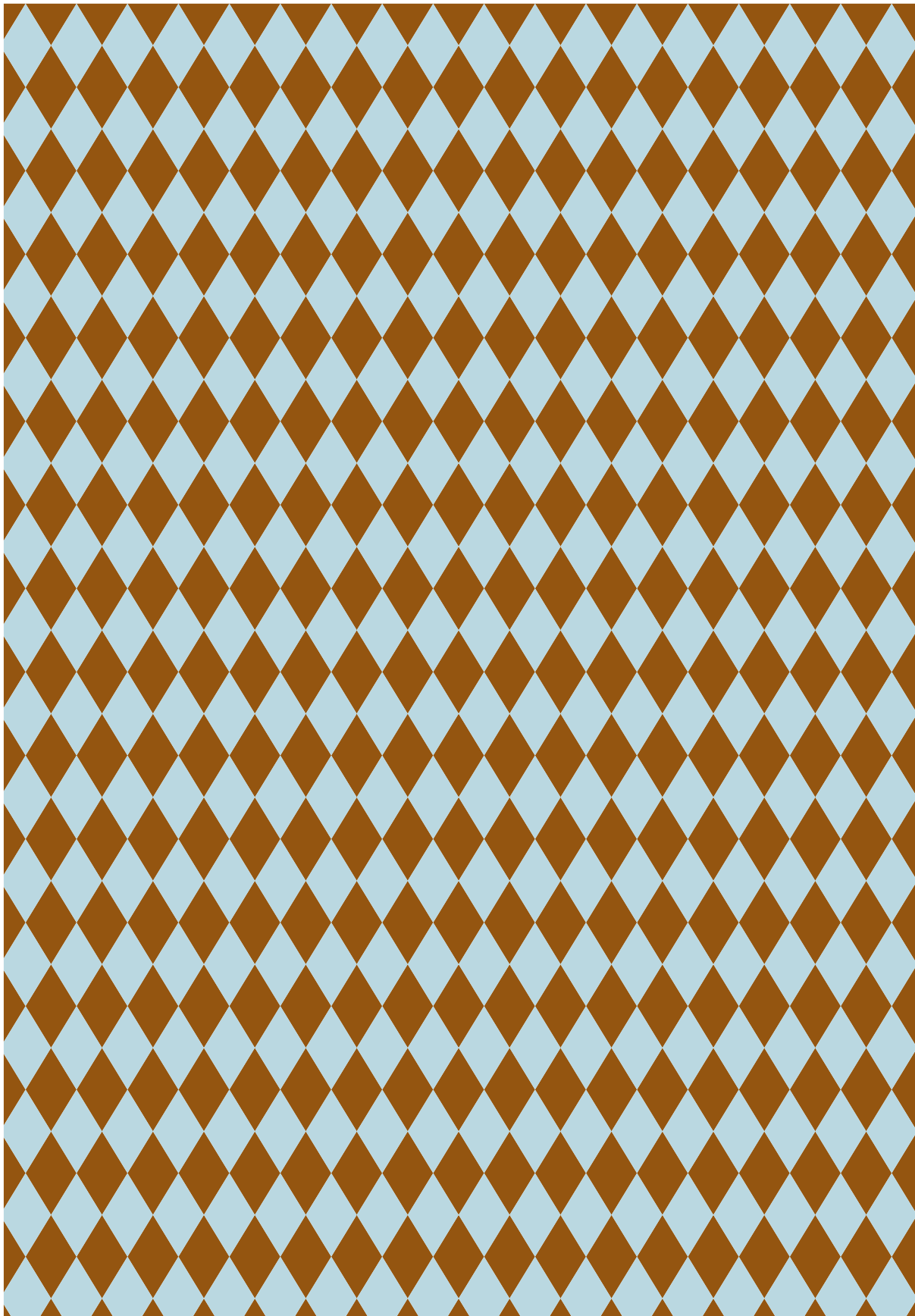
Anne Lorentzen

PLANLÆGNING SOM TEATER OG BYEN SOM SCENE	71
---	-----------

Lars Lindkvist

VANDALORUM KONST OCH DESIGNCENTRUM	82
---	-----------

FÖRFATTARPresentationer	94
--------------------------------------	-----------





Katja Lindqvist & Anne Lorentzen

Kultur för regional utveckling

Den formella definitionen av en region är en administrativ enhet mellan nationell och kommunal nivå, som hanterar frågor som är för stora för enskilda kommuner att hantera, liksom sådana som har delegerats från nationell nivå för större möjligheter till variation inom landet (Nilsson 2010). Det finns också en mer vardaglig förståelse av begreppet region, som kan omfatta en del av en formell regional enhet som har relevans historiskt eller identitetsmässigt. Ofta är städer och urbana regioner drivande vad gäller lokal-regional utveckling, och i sådana sammanhang kan man beskriva ett urbant område bestående av flera kommuner som en region i den mer vardagliga betydelsen område eller ort (Cars & Engström 2008). Sedan 2007 finns i Sverige en nationell strategi för regionalt tillväxtarbete för konkurrenskraft, entreprenörskap och sysselsättning (Näringsdepartementet 2014), och sedan 2009 en nationell handlingsplan för kulturella och kreativa näringar. I Danmark beslöts 2007 att kultur- och upplevelseekonomin skulle stärkas (ØEM 2007), och bland annat design lyfts fram som en nationell strategisk resurs. Kultur är ett område som regioner och län har ett frivilligt ansvar för, men som genom kultursamverkansmodellens¹ införande blir ett mer centralt och strategiskt utvecklingsområde för regionerna. Regionerna, särskilt Skåne och Västra Götaland, har tagit en offensiv roll i att använda kultur för regionens utveckling. I Danmark har regionerna sedan amtreformen 2007 ungefär samma ansvar som svenska regioner och landsting. Men fler satsningar på utveckling och tillväxt tycks i Danmark ske på nationell respektive kommunal nivå jämfört med Sverige.

Medan kulturpolitik idag tenderar att ses som en del av välfärdsstaten, och som ett ansvar för kommuner och stat framförallt, är utvecklingspolitik ofta inriktad på att stimulera företagande och tillväxt. Därvid blir kultur i utvecklingspolitik ofta definierat som element i turism- och destinationsutveckling, men även satsningar på kulturella och kreativa

näringar (Pinheiro & Hauge 2014; Sacco et al. 2014). Kultur i traditionell bemärkelse kan då ses som ett slags regional eller kommunal infrastruktur, utifrån vilka ytterligare privata verksamheter kan utvecklas för att locka besökare. Samtidigt satsar regionerna också på att skapa infrastruktur för kultursektorns aktörer, offentliga såväl som frivilliga och privata. Kulturella och kreativa verksamheter och uttryck är ofta en central faktor för turister, och används gärna av kommuner och regioner i marknadskommunikation för att lyfta fram sin särart (Alasuutari 2013). Mycket av utvecklingsstrategierna i kommuner och regioner idag handlar om att uppfattas som attraktiva av olika typer av intressenter, från invånare till investerare, vilket kan göra relationerna mellan privata aktörer och det offentliga komplicerade och spänningsfyllda då båda parter är beroende av varandra. Det är många gånger långa avstånd, både bildligt och bokstavligen, mellan politikens analyser av numerära data om en region, och tillhandahållandet av denna utveckling och tillväxt genom enskilt företagande. Detta blir tydligt i de olika perspektiv på regional utveckling som återges i artiklarna i detta nummer.

Temanumret innehåller bidrag från forskare som berör frågan om kultur och regional utveckling från en mängd perspektiv och med fokus på både mikro- och makrostrukturer och -relationer. Regionerna har ett utvecklingsuppdrag både i Sverige och Danmark, och kulturen behöver hitta sin form i det regionala utvecklingsarbetet i båda länderna efter reformer som flyttat en del av beslutsmakten över statliga medel till kulturen till den regionala nivån. Roger Blomgren och Jenny Johannisson visar på regionen som en konstruktion med behov av legitimering, då den träder in på den kulturpolitiska arenan på allvar i och med den svenska kultursamverkansmodellen, som inneburit att staten överläter mer beslutsmyndighet till regionerna över de statliga kulturpolitiska medlen. Legitimeringen av regionen som kulturpolitisk aktör blir reell först med ekonomiska resurser, och genom dessa sträcker sig de statliga kulturpolitiska målen indirekt ner till kommunnivå genom de kulturplaner som regionerna tillsammans med kommunerna formulerar och ska godkännas av statens kulturråd. Michael Thyrrstrup Pedersen beskriver hur kulturregioner har utvecklats i Danmark efter kommunreformen 2007, mot mer strategiskt orienterade samarbetsorgan mellan kommuner och staten där övergripande prioriteringar inom de olika kulturregionerna ersatt tidigare stöd till enskilda projekt i olika kommuner. Detta har lett till viss ökad byråkratisering, samtidigt som kommunerna pekar på bättre resultat av satsningar genom ökad koordinering.

Liksom inom andra samhällssektorer är aktörerna inom kulturområdet av många olika slag. De små privata aktörerna, vare sig de representerar ideell sektor eller näringsliv, lyfts ofta fram som avgörande för utvecklingen i en region eller kommun. Men det är inte alltid små aktörer känner igen sig i kommunens och regionens utvecklingsvisioner. Små verksamheter inom kulturella och kreativa sektorer liksom mångsysslare på landsbygden är beroende av den image en region har eftersom det lockar besökare och kunder, samtidigt som marginalerna för verksamheten ofta är små, vilket gör dessa företagare sårbara. Stöd från region eller kommun blir ofta avgörande för bättre eller sämre verksamhetsvillkor, och satsningar på infrastruktur för denna typ av företag är avgörande för regionens eller

kommunens utveckling på många sätt. Erika Andersson Cederholm och Carina Sjöholm visar på hur livsstilsföretag på den skånska landsbygden ses som viktiga av kommunala och regionala aktörer för att höja attraktiviteten för Skånes landsbygdskommuner, utan att dessa företagare får något större stöd i den ofta ganska tuffa ekonomiska vardagen som är beroende av turister. Jens Kaae Fisker ger exempel på hur man i en dansk kommun skapat flera samhällsarenor för entreprenörskap, där kultur är ett bärande element. Dessa fysiska platser kännetecknas av flöden mellan olika sociala sfärer. Fisker pekar på hur enstaka fysiska miljöer kan vara nav i kommunal och regional utveckling, med utgångspunkt i Frederikshavn i Nordjylland, och lyfter fram den politiska utmaningen i att stimulera utveckling i ett geografiskt område när övriga flöden i samhället är globala. Entreprenörerna i Andersson Cederholm och Sjöholms text skiljer sig markant från dem i Fiskers, men de estetiska värdena i landskap och byggnader är centrala i båda. Dessa estetiska värden i landskapet och byggnader har återupptäckts som resurser med nya funktioner och sätt att generera värde än tidigare.

Anne Lorentzen och Katja Lindqvist studerar olika städers strategier för att utvecklas genom kultur med exemplen Vancouver respektive Helsingborg och Helsingör. Lorentzen pekar på hur stadsplanering behöver balansera välfärdssatsningar och privata intressen för långsiktig social hållbarhet. Lindqvist visar på hur olika historiska och geografiska möjligheter ger kulturen olika betydelse för olika städers utvecklingsstrategier, även om kulturen fortsatt är en hörnsten i skandinaviska städers välfärdsutbud liksom i utvecklingen av städerna som besöksdestinationer. Lars Lindkvist diskuterar ett kulturarvsprojekts betydelse för en rad aktörer i Värnamo i Småland. Lindkvist pekar i sitt bidrag på den ofta svåra förhandlingen mellan företagare inom kulturområdet och offentliga aktörer vad gäller vad man ska satsa på för regional utveckling.

Temanumret visar på aktuell forskning vid universitet på båda sidor om Öresund, samtidigt som forskningsbidragen vittnar om fragmentering i forskningen om kultur för regional utveckling där framförallt mer forskning om konsekvenserna av den allt mer ekonomiskt inriktade utvecklingspolitiken i både Sverige och Danmark kan studeras på olika nivåer. Kulturpolitiken är central för social utveckling i våra nordiska välfärdsländer, men det ställs allt fler politiska krav på redovisning av detta bidrag i numerära termer. I Danmark har man närmat sig frågan både politiskt och forskningsmässigt mer mångdimensionellt än i Sverige, och mer forskningssamarbete över sundet skulle gagna beslutsfattande på både regional, lokal och nationell nivå.

REFERENSER

- Alasuutari, Pertti 2013: "Spreading global models and enhancing banal localism: The case of local government cultural policy development". *International Journal of Cultural Policy*, 19(1), 103-119.
- Cars, Göran & Engström, Carl-Johan 2008: *Stadsregioners utvecklingskraft – trender och nya perspektiv*. Rapport 2008:1. Stockholm: Forskargruppen för stadsregioner och utvecklingskraft, KTH. Tillgänglig (2014-10-06) på: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:504215/FULLTEXT01.pdf#page=99>

Myndigheten för kulturanalys 2013: *Kultursamverkansmodellen. Styrning och bidragsfördelning*. Rapport 2013:2. Stockholm: Myndigheten för kulturanalys. Tillgänglig (2014-10-06) på: http://www.kulturradet.se/Documents/Nyheter/2013/Kultursamverkansmodellen_2013_inlaga_low.pdf

Nilsson, Lennart (red.) 2010: *En region blir till*. Göteborg. SOM-institutet.

Näringsdepartementet 2014: "En nationell strategi för regional tillväxt och attraktionskraft 2014-2020". Stockholm: Regeringskansliet (Näringsdepartementet). Tillgänglig (2014-10-05) på: <http://www.regeringen.se/content/1/c6/24/16/63/e0e1d3b3.pdf>

Pinheiro, Rómulo & Hauge, Elisabet 2014: "Global scripts and local translations: The case of cultural and creative industries (CCIs) in Norway". *City, Culture and Society* 5 (2), 87-95.

Sacco, Pierluigi, Ferilli, Guido & Tavano Blessi, Giorgio 2014: "Understanding culture-led local development: A critique of alternative theoretical explanations". *Urban Studies*, 51(13), 2806–2821.

ØEM 2007: Økonomi- og Erhvervsministeriet & Kulturministeriet. Aftale mellem regeringen (V og K) og S, DF, RV og SF om styrkelse af kultur- og oplevelsesøkonomi i Danmark. Daterat 2007-06-20. Tillgänglig (2014-11-25) på: http://www.cko.dk/sites/default/files/politisk_aftale_om_styrkelse_af_kultur_og_oplevelsesoekonomien_i_danmark.pdf

NOTER

1. Kultursamverkansmodellen är en reform som infördes 2010 och som syftar till att ge landsting och regioner ökad beslutsrätt över statliga stöd till kulturen, utifrån regionala prioriteringar. (Myndigheten för kulturanalys 2013).

BILDMATERIAL

Fotografi på sida 5 av News Öresund - Johan Wessman © News Öresund (CC BY 3.0)



Roger Blomgren & Jenny Johannisson

Kulturpolitik, styrning och legitimitet i svenska regionala kulturplaner

Den regionala politiska nivåns kulturpolitiska ansvar och roll har i allt större utsträckning lyfts fram i Sverige i och med införandet av den s.k. Kultursamverkansmodellen. De regionala kulturplanerna, vilka utgör vårt huvudsakliga empiriska material för den här artikeln, har en avgörande betydelse för att göra den regionala nivåns kulturpolitiska intentioner explicita. I artikeln identifieras, genom en idéanalys, tre övergripande berättelser om den regionala kulturpolitiken: *Regionen som legitim genomförare av nationella kulturpolitiska mål*, *En gemensam regional identitet* och *Regionen som nyttoskapare*. Berättelserna syftar till att legitimera den regionala nivåns engagemang och insatser inom det kulturpolitiska området, dels gentemot statsmakterna, dels gentemot den egna politiska nivån och regionens medborgare. Det huvudsakliga resultatet är att kulturplanerna främst reproducerat den kulturpolitiska berättelse som dominerar på den statliga nivån. En förklaring till detta kan vara att staten via Statens kulturråd ansvarar för fördelningen av de statliga medlen. Artikeln inleds med en kort historik där Kultursamverkansmodellen diskuteras i ett historiskt perspektiv och följs av ett avsnitt där artikelns centrala begrepp presenteras. Därefter presenteras den empiriska undersökningen innan artikeln avslutas med en kort sammanfattning och konklusion.

Kulturpolitik i de nordiska länderna uppvisar både likheter och skillnader. En likhet är att de nordiska ländernas kulturpolitik sedan efterkrigstiden varit en integrerad del i det välfärdspolitiska projektet. Tillgång till konst och kultur, oavsett bostadsort, betraktas som en medborgerlig rättighet i likhet med tillgång till god utbildning och hälsovård. Kulturpolitik är sålunda ett etablerat politiskt område för statsmakterna (Mangset et al. 2008).

En viktig skillnad mellan de nordiska länderna är ansvarsfördelningen mellan kommunal, regional och statlig nivå. I Danmark och Finland har under senare år den regionala nivån frångått ett formellt kulturpolitiskt ansvar medan Sveriges regioner och landsting¹ och Norges motsvarande nivå – fylkeskommuner – har en uttalad och formell politisk roll i respektive lands nationella kulturpolitik (Michnik 2010). Trots detta har frågan om den regionala nivåns ställning varit ständigt närvarande i den svenska kulturpolitiska debatten sedan början av 1970-talet. I debatten har, lite tillspetsat, två olika föreställningar stått emot varandra. Från regional nivå har det framförts krav på att regionerna ska ges en starkare självständighet när det gäller att bestämma inriktning och att fördela de statliga medlen till regional kulturverksamhet. Motståndare har hävdat att kulturpolitiken är ett nationellt ansvar och att staten därför ska garantera att kulturpolitiken ser så att säga likadan ut oavsett var man bor i landet, vilket kan hotas av en högre grad av regionalt inflytande. I ett historiskt perspektiv har krav på ökat regionalt inflytande inte fått något större gehör i den svenska riksdagen vare sig under 1970-talet i samband med genomförandet av den statliga kulturpolitiken, eller under 1990-talets regionaliseringsreformer. Den regionala kulturpolitikens roll kom återigen att aktualiseras i samband med den övergripande Kulturutredningen (SOU 2009:16), som föreslog att den regionala nivåns inflytande över statlig medelstilldelning skulle förstärkas. Utredningens förslag kom så småningom att implementeras under namnet Kultursamverkansmodellen. Statens kulturråd fick i uppgift att verkställa reformen, som innebär att regioner och landsting har i uppdrag att i samverkan med kommunerna och i samråd med professionellt kulturliv och civilsamhälle framställa kulturplaner som därefter ligger till grund för Statens kulturråds beslut om statliga medel till regional kulturverksamhet (SFS 2010:2012, § 7). I dagsläget har alla län, förutom Stockholm, antagit kulturplaner.

Kulturplanerna skapar ett ypperligt tillfälle att få en samlad bild av regioners, kommuners, kulturlivets och civilsamhällets gemensamma bild av kulturpolitiken. Enligt förordningen syftar reformen till att ”fördelningen av statsbidraget ska bidra till att de nationella kulturpolitiska målen uppnås samt ge ökad ökade möjligheter till regionala variationer” (SFS 2010:2012, § 4). Ett viktigt led i reformen är att olika politiska nivåers prioriteringar ska koordineras och att relationerna mellan de olika aktörerna ska regleras. Reformen kan i vissa avseenden benämnas som ett exempel på flernivåstyrning eller governance, då många aktörer på olika politiska nivåer är inblandade (Montin et al. 2011). Relationerna mellan regional och kommunal nivå ska enligt förordningen (SFS 2010:2012) kännetecknas av samverkan, medan relationen mellan regional nivå och det professionella kulturlivet och civilsamhället ska kännetecknas av samråd. Interaktionen mellan kommuner och region är således av primär betydelse.

Det finns dock begränsningar för hur planerna kan utformas både till form och innehåll om regionerna/landstingen önskar få medel från Statens kulturråd. I Statens kulturråds anvisningar till de berörda regionerna och landstingen för hur kulturplanerna skulle utformas stod att läsa:

De nationella kulturpolitiska målen är utgångspunkten för hur detta ska värderas. Särskild vikt bör fästas vid att landstingen i hanteringen av statliga medel lägger vikt vid tillgänglighet, insatser för barn och unga, jämställdhet och mångfald i kulturutbudet. Vidare bör de utgångspunkter som kultursamverkansutredningen pekar ut vara vägledande i denna bedömning dvs. utvecklingen av den kulturella infrastrukturen, främjandet av regional mångfald samt att ge möjligheter för kulturskapare i hela landet att arbeta och utveckla sitt konstnärskap. Vid bedömning av verksamhetsmässiga prestationer bör omfattningen av verksamheten bedömas, liksom hur dessa utvecklas över tid. Vidare är konstnärlig kvalitet ett grundläggande kriterium. (Statens kulturråd 2010:11)

Sju olika områden som berättigas till stöd pekades ut och dessutom angavs kriterier för landstingens målsättningar inom respektive område. För området konst- och kulturfrämjande verksamheter stod t.ex. att läsa att planerna skulle beskriva hur ”landstingen/regionen avser att bredda intresset och öka ansvarstagandet inom områdena dans, bild- och formkonst samt teater, hur man avser att höja kvalitén och skapa förutsättningar för samarbete och konstnärlig utveckling” (ibid.:14).

Kultursamverkanmodellen innebär således att den regionala kulturpolitiska nivån får möjlighet till ökad självständighet, samtidigt som det är uppenbart att den statliga nivån lämnar tydliga instruktioner om självständighetens begränsning. Kulturplanerna blir därför potentiellt viktiga redskap i regionernas självständighetssträvan, där denna strävan dock måste balanseras mot statens behov av kontroll. I artikeln avser vi att med utgångspunkt i ett urval regionala kulturplaner studera de berättelser som används i argumentationen för att just den regionala nivån är en lämplig organisatorisk enhet på det kulturpolitiska området. Kulturplanerna ger således en möjlighet att studera platsers betydelse och roll för kulturen; mer specifikt regioners och landstings betydelse och roll för kulturpolitiken.

ATT GÖRA SIG BEHÖVD

Vi är intresserade av att redogöra för och diskutera berättelser där den regionala särarten lyfts fram, dvs. hur en region som territoriell enhet avgränsas gentemot andra regioner och territoriella enheter, genom att förankras i specifika berättelser om hur den rumsliga avgränsningen knyter an till ett värdesystem som binder samman den regionala enheten (jfr. Anderson 1991). Berättelserna, som vi tolkat dem, kan ses som hjälpmedel för att legitimera kulturpolitiken både gentemot staten, för att erhålla medel, men även för att erhålla legitimitet inåt i regionen och gentemot kommuner, kulturliv och civilsamhälle samt gentemot medborgarna. Regionernas behov av att skapa legitimitet för den egna verksamheten menar vi är centralt, då regionerna fram till 1990-talet haft en mycket mer begränsad roll i den svenska kulturpolitiken än den statliga respektive kommunala nivån. Det handlar alltså om att kunna förklara, såväl uppåt som nedåt i det politiska systemet, varför regioner behövs. En viktig utgångspunkt är således att vi betraktar regionernas arbete med kulturplaner som en form av idéstyrning, eller mjukstyrning. Det är inte ekonomiska eller legala element som står i fokus, även om kulturplanerna ska ligga till grund för medelstilldelning. Därför blir begreppet berättelser centralt när

vi gestaltar regionernas strävan efter legitimitet, där vi blivit inspirerade av hur begreppet ”storytelling” inom företagsekonomi använts för att benämna berättelser som används i marknadsföringen av företag och organisationer.

REGIONALA BERÄTTELSE OM KULTURPOLITIK

Vi har i ett annat sammanhang identifierat tre huvudsakliga berättelser i de svenska kulturplaner som skapades under perioden 2010-2012: den välfärdspolitiska berättelsen, identitetsberättelsen samt nyttoberättelsen. Den första berättelsen handlar om att förklara hur regionerna kan bidra till en nationell välfärdspolitik, medan identitetsberättelsen tar sin utgångspunkt i unika och specifika regionala identiteter baserade på till exempel gemensamt språk och etniskt ursprung eller en gemensam historia och religion. Nytttoberättelsen handlar istället om kulturpolitikens bidrag till regional ekonomisk tillväxt och social sammanhållning. I de följande kommer vi att kort presentera dessa berättelser närmare.

REGIONEN SOM EN LEGITIM GENOMFÖRARE AV NATIONELLA KULTURPOLITISKA MÅL

Även om regional variation lyfts fram som central i förordningen för kultursamverkansmodellen (SFS 2010:2012, § 4), har den statliga kulturpolitikens inflytande varit stort. En förklaring är, som tidigare nämnts, att reformen karakteriseras av inbyggda begränsningar i form av vilken typ av idéer som den regionala nivån måste lyfta fram om de önskar statligt stöd till sina regionala verksamheter; dels i form av nationella målsättningar som ska genomsyra planerna, dels genom de sju utpekade verksamhetsområdena. En betoning av såväl mål som utpekade områden framkommer i samtliga kulturplaner. Detta innebär att ett i svensk, nordisk och västeuropeisk kulturpolitik centralt mål för kulturpolitiken sedan 1930-talet och framåt, nämligen att sprida konst av hög kvalitet till medborgarna, dominerar även kulturplanerna. Av den danska kulturpolitikforskaren Dorte Skot-Hansen (1999) har denna kulturpolitiska legitimeringsgrund benämnts som ”humanistisk”, medan vi väljer att benämna den välfärdspolitisk för att ge uttryck för vår starkare betoning av den politiska styrningsaspekten.

I en analys av Jämtlands respektive Kronobergs län landstings kulturplaner kan vi konstatera att båda landstingen väljer att realisera den kulturpolitik som drivs på statlig nivå, snarare än att försöka bygga ett kulturpolitiskt varumärke som är unikt för regionen (Blomgren & Johannisson 2013). I både Jämtland och Kronoberg lyfts fram att Kultursamverkansmodellen bidragit till att synliggöra kulturens och kulturpolitikens roll för att skapa ett varumärke för regionen, men denna roll blir densamma som gestaltas i den statliga kulturpolitiken. I både Jämtland och Kronoberg återskapas således samma berättelse som på den statliga nivån om vad kulturpolitik ska bestå i och hur den ska organiseras. Den regionala nivån blir fortsatt i första hand en representant för den statliga kulturpolitiken ute i landet, med betoning på att upprätthålla den institutionsbaserade infrastrukturen. Även bland de inblandade aktörerna råder konsensus om att arbetet

med kulturplanen inte lett till några kulturpolitiska omprioriteringar. En anledning till detta var att man utgick från redan existerande målsättningar och verksamheter. Alla är också överens om att några större omprioriteringar inte kommer att ske inom den närmaste framtiden.

Sammanfattningsvis befästs den sedan länge formaliserade och institutionaliserade kulturpolitiken i de kulturplaner vi studerat. Sedan de regionala institutionerna började sin verksamhet i mitten av 1970-talet har landstingens roll primärt varit att utgöra en regional förvaltningsinstans för den statliga kulturpolitiken, snarare än en regionalt baserad administration av egna och självständiga verksamheter (Blomgren & Johannisson 2014). Liksom i den svenska välfärdspolitiken i övrigt, har landstingen och kommunerna kommit att bli de huvudsakliga genomförarna av en statligt initierad och nationellt baserad kulturpolitik, samtidigt som den egna politiska kulturen blivit osynliggjord (jfr t.ex. Aronsson 1997; Hundstad 2012).

Den välfärdspolitiska berättelsens främsta mottagare har varit den statliga nivån och syftet är att skapa legitimitet gentemot staten och den dominerande kulturpolitiska diskursen. Däremot har studier visat att kulturpolitiken som område inte är prioriterat som politikområde vare sig av regionala politiker eller av dess medborgare (Blomgren & Johannisson 2014).

Vi ska nu övergå till att närmare studera alternativa berättelser och argument. Även om det inte direkt har någon reell betydelse i form av resurstilldelning är det intressant att notera vilka berättelser som används för att tydliggöra de regionala skillnaderna.

EN GEMENSAM REGIONAL IDENTITET

I kulturplanerna finns spår av argument för den regionala nivåns betydelse som tar sin utgångspunkt i unika och specifika regionala identiteter baserade på till exempel språk, religion, etniskt ursprung eller gemensam historia. Ett viktigt syfte är att skapa en känsla av enhet, eller essens, för att urskilja vad som separerar den aktuella enheten från andra enheter. Att argument av detta slag förekommer sparsamt i kulturplanerna kan förklaras av det faktum att Sverige är och under lång tid har varit en enhetsstat där den nationella nivåns historia, språk och religion starkt dominerat den svenska "identitetspolitiken". Skåne och Jämtland är dock exempel där vi i tidigare studier noterat att de lyft fram sina landskapsspecifika särarter. Jämtland har i marknadsföringssyfte till och med utropat Republiken Jämtland, med hänvisning till den tid mellan 900- och 1100-tal då området var en självstyrande bonderepublik. Även om den historiskt nära relationen till Norge poängteras av samtida kulturpolitiska aktörer lyfts inte någon specifik jämtländsk identitet fram i nu gällande kulturpolitiska strategidokument (Blomgren & Johannisson 2013: kap.4). En förklaring till detta är att Jämtland, i likhet med flertalet områden i norra Sverige, står inför så avgörande utmaningar avseende såväl befolknings- som ekonomisk utveckling att riskerna med att följa en egen kulturpolitisk linje istället för att anpassa sig

till den statliga bedöms vara för stora. I Skåne, som med sitt läge i södra Sverige har andra ekonomiska förutsättningar att hävda sin särart, verkar också denna argumentation ha övergivits sedan en tid tillbaka. Att hänvisa till en specifik regional identitet genom att framhäva t.ex. ett gemensamt språk eller historiska rötter, en nationalistiskt inspirerad idé som i Europa använts i t.ex. Katalonien och Skottland (jfr t.ex. Barbieri 2012; Østerud 1997), verkar sålunda inte fått någon grogrund i svensk kulturpolitik.

En annan version av identitetsberättelsen utgår från invånarna som befolkar länet. Det är således inte landskapets eller regionens specifika och gemensamma identitet som lyfts fram utan skilda grupper som hålls ihop av ett gemensamt språk samt en gemensam kultur och religion. Ett exempel på detta går att finna i Norrbottens kulturplan (2011) där de nationella minoriteterna lyfts fram som ett eget område vilket motiveras av att alla de fem nationella minoriteterna – sverigefinnar, tornedalingar, romer, judar och samer (som också är ett urfolk och omfattas av urfolksrättigheter) – finns representerade i regionen (ibid.: 38). Det finns dock inget som vidare förklarar hur och varför minoriteterna ska integreras utan de lyfts fram som värdefulla inslag i områden som sträcker sig från konst till kreativa näringar. Den etniska och språkliga identiteten är dock inte nödvändigtvis kopplad till Norrbotten som territoriell enhet.

REGIONEN SOM NYTTOSKAPARE

En vanligare typ av berättelse som lyfts fram i princip alla kulturplaner handlar om kulturens explicit instrumentella roll för att skapa nyttigheter av skilda slag. Berättelsen utgår från idén om att kultur och konst bidrar till en ökning av olika sociala och ekonomiska värden i regionen. Vilket innehåll konst och kultur ska förmedla är således av underordnad betydelse; en förskjutning i offentlig kulturpolitik som iakttagits av flera kulturpolitikforskare (t.ex. Belfiore & Bennett 2010; McGuigan 2004; Skot-Hansen 1999). Ett genomgående drag i nyttoberättelsen är idén om att den regionala platsen är den bäst lämpade för att uppnå specifikt utpekade ”nyttomål”. De två nyttoaspekterna vi vill lyfta fram i denna artikel är ekonomisk nytta, och social samhällsnytta.

Den dominerande versionen av nyttoberättelsen utgår från idén om att regionen är den mest lämpliga platsen för att uppnå ekonomisk utveckling, vilket, enligt Keating (2002), förklaras av att regionala territorier fått allt större betydelse för ekonomisk utveckling. Denna typ av berättelse utgör också ett dominerande inslag i alla kulturplaner. Här står ofta hänvisningar till de kulturella och kreativa näringarnas potential i centrum. Norrbottens kulturplan får stå som representativt exempel:

Kultursektorns företrädare har varit vana att bli betraktade som snarare tärande än närande och kulturfrågor har ofta slentrianmässigt i den offentliga ekonomin klumpats ihop med andra fritidsintressen utan särskild ekonomisk potential. [Richard] Floridas och andras arbeten har därför bidragit till att ge nytt liv åt diskussionen om ett annorlunda sätt att bedöma, inte bara värdet av enskilda personers kreativitet, utan av den samhälleliga betydelsen av kultursatsningar över huvud taget. (Norrbottens läns landsting 2010: 41)

Citatet visar att kultur utöver att ses som en viktig ny näring även kan ges en vidare samhällsroll. Richard Florida, som omnämns i citatet, har lyft fram kulturverksamhetens betydelse för möjligheten att utveckla och skapa framgångsrika platser.

Även om inte de kreativa näringarna i dagsläget har någon framträdande roll kommer de i kommande planer att inta ett större utrymme, i alla fall enligt Norrbottens kulturplan:

Vi ser emellertid framför oss att kommande planer kan göras med en betydligt bredare ansats. Det vi nu diskuterar är frågorna om regional utveckling och tillväxt utifrån vad kulturverksamheterna i deras nuvarande form kan erbjuda eller bidra med. I nästa kulturplan bör det vara möjligt att arbeta också med analyser av behoven och efterfrågan inom näringslivets olika delar. (ibid.: 42)

Det är svårt att finna belägg för att satsningar på s.k. kreativa näringar gett positiva resultat. Ett undantag är dock regional filmverksamhet som sedan mitten av 1990-talet har haft en stark regional ställning i framförallt i Norrbotten, Skåne och Västra Götaland, där den sistnämnda regionen i sin kulturplan skriver:

Västra Götalandsregionens satsning på Film i Väst och Göteborgs filmfestival ger en tydlig signal om filmens värde som näring och regional utvecklingsfaktor vid sidan av dess lika viktiga konstnärliga och kulturpolitiska värde. Det är ingen överdrift att påstå att dessa regionala filmsatsningar har ritat om kartan för den svenska film- och kulturpolitiken. (Västra Götalandsregionens kulturplan 2012)

Detta är i sig ingen ny trend, utan har sedan mitten av 1990-talet lyfts fram som en viktig del i den regionala utvecklingen i princip i alla läns och regioners planer, vilket framkom i projektet *Kultur i regionala utvecklingsstrategier* (KRUS), där bland annat Statens kulturråd medverkade (Blomgren 2007; se även SOU 2009:16: 195 ff.).

Att kultur kan användas för att stärka den sociala hållbarheten är en annan typ av nyttoberättelse som återfinns i vissa av regionernas kulturplaner. Ett representativt exempel på denna version av nyttoberättelsen hämtas från Västra Götalandsregionens kulturplan 2013-2015:

Den tid har passerat då man bara var konsument eller publik. Eget skapande och aktivt deltagande i ordnade eller spontana aktiviteter har betydelse för den sociala sammanhållningen och innebär ofta ett större ansvarstagande inför framtiden. Den symbolskapande aktiviteten upptar en allt större del av människans vardags-, arbets- och privatliv. (Västra Götalandsregionens kulturplan 2013-2015:7)

Här framställs regionen som den plats där social hållbarhet bäst kan uppnås, en roll som hittills varit förbehållen nationalstaten (Johannisson 2010, 2012). Det är svårt att identifiera berättelsen som en egen regional berättelse utan den tangerar den traditionella välfärdspolitiska berättelsen. Snarast verkar det handla om att gestalta centrala välfärdspolitiska argument för att kulturen utgör ett viktigt redskap för att stärka demokratin i en ny och EU-anpassad språkdräkt.

AVSLUTNING: HAR REGIONAL KULTURPOLITIK I SVERIGE LEGITIMITET?

I artikeln har vi lyft fram några exempel på hur den regionala nivån i de regionala kulturplanerna legitimerar sin kulturpolitik. Den dominerande berättelsen, alltsedan 1930-talet, är att medborgarna oavsett bostadsort – först via organisationer som Riksställningar, Riksteatern och Rikskonserter som hade säte i Stockholm och därefter de regionalt uppbyggda institutionerna från och med mitten av 1970-talet – ska få ta del av kvalitativt god kultur. Kultursamverkansmodellen kan i detta avseende ses som en reform som övertalat den underordnade politiska nivån att köpa den överordnades problembild, och utgör därmed ett exempel på s.k. kooptering eller modellmakt (Engelstad 2010:64).

Även om kulturplanerna domineras av denna berättelse förekommer även ”nyare” regionala berättelser. De skilda identitetsberättelserna som återfunnits har legitimitetsproblem. En landskapsberättelse har svårt att få genomslag när det inte tycks existera några självklara och gemensamma regionala kulturella identiteter, vilket är fallet i Sverige.

De nyttoberättelser som vi funnit i kulturplanerna har syftat till att skapa legitimitet för den regionala kulturpolitiken genom att argumentera för att kultur har en viktig funktion för övergripande, regionala politikområden som rör ekonomi och social hållbarhet. Även om dessa berättelser bidrar till att öka den regionala sammanhållningen, det vill säga stärka legitimiteten inåt för att därigenom få större acceptans för satsningar på regional kulturverksamhet bland regionens medborgare, är det samtidigt mycket svårt att ”mäta” eller påvisa en reell måluppfyllelse i relation till det som berättelserna föreskriver. Och det finns från ett kulturpolitiskt perspektiv risker med att använda olika versioner av nyttoberättelsen - vad händer med ett redan marginaliserat politikområde om den regionala kulturpolitiken inte levererar det som nyttoberättelsen utlovar?

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att det förekommer olika berättelser för att motivera den regionala nivåns betydelse i den svenska kulturpolitiken. Att den statliga nivåns berättelse dominerar även i regionala sammanhang kan antingen ses som att den regionala nivån de facto likställer sina egna politiska ambitioner med den statliga nivån, eller att den regionala politiska nivån inte har egna berättelser som kan konkurrera med den dominerande och att den regionala nivån därmed inte kan erhålla legitimitet för regionala variationer inom kulturpolitiken. En intressant fråga som kan ställas är om den regionala kulturpolitiska nivån har någon annan legitimitet gentemot statsmakterna än att vara en genomförare av statliga politiska målsättningar. Om så inte är fallet vore det kanske legitimt att även i ett svenskt sammanhang diskutera huruvida det behövs en självständig regional kulturpolitisk nivå i Sverige.

REFERENSER

Anderson, Benedict 1991: *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.

- Aronsson, Peter 1997: *Local Politics: The Invisible Political Culture*. I: Sørensen, Øystein & Stråth, Bo (eds.), *The Cultural Construction of Norden*. Oslo: Scandinavian Univ. Press, 172-205.
- Barbieri, Nicolás 2012: Why Does Cultural Policy Change? Policy Discourse and Policy Subsystem: A Case of the Evolution of Cultural Policy in Catalonia. *International Journal of Cultural Policy*, 18 (1), 13-30.
- Belfiore, Eleonora & Bennett, Oliver 2010: "Beyond the Toolkit Approach": Arts Impact Evaluation Research and Realities of Cultural Policy-Making. *Journal of Cultural Research*, 14 (2), p.121-142.
- Blomgren, Roger 2007: *Den onda, den goda och den nyttiga – Kulturindustrin, filmen och regionerna*. Högskolan Väst. (Forskningsrapport 2007:02).
- Blomgren, Roger & Johannisson, Jenny 2013: *Att styra genom samverkan: Genomförandet av kultursamverkansmodellen i Jämtland och Kronoberg*. Stockholm: Myndigheten för kulturanalys.
- Blomgren, Roger & Johannisson, Jenny 2014: "Varför regional kulturpolitik? Legitimeringsberättelser i svenska regioner." *Sociologi i Dag*, 1/2014. Oslo: Novus forlag, 39- 65.
- Engelstad, Fredrik 2010: *Maktens uttrykk*. Oslo: Universitetsforlag.
- Hundstad, Dag 2012: Historikeren som regionbygger? – et fagkritisk perspektiv på fire landsdelshistoriske verk. *Historisk tidsskrift*, 1, 37-63.
- Johannisson, Jenny 2010: *Förändringar i kulturpolitikens geografi*. Stockholm: Statens kulturråd. (Kulturpolitisk forskning, 1).
- Johannisson, Jenny 2012: "Att planera kultur: Konst, tillgänglighet och regionutveckling i 16 kulturplaner". I Harding, Tobias & Nathanson, Calle (red.), *Under konstruktion: Effekter av kultursamverkansmodellen 2010-2012*. Stockholm: Sveriges Kommuner och Landsting (SKL), 65-75.
- Keating, Michael 2002: Territorial Politics and New Regionalism". I Heywood et al. (eds.), *Developments in West European Politics*. London: Palgrave.
- Landry, Charles 2000: *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Kulturplan för Jämtlands län 2010-2014*.
- Mangset, Per, et al. 2008: "Nordic Cultural Policy" *International Journal of Cultural Policy*, 14 (1), 1-8.
- Michnik, Katarina 2010: *Lokal kulturutvikling i nordisk perspektiv: Nordisk utredning*. Borås: Högskolan i Borås, på uppdrag av Norsk Kulturforum, med stöd av Nordisk Kulturfond.
- McGuigan, Jim 2004: *Rethinking Cultural Policy*. London: Open University Press.
- Montin, Stig, et. al. 2011: *Governance: Att styra med insikt snarare än avsikt*. Pilotprojekt 2010-2011. Mistra-Urban Future. Chalmers tekniska högskola.
- Norrbottens läns landsting 2010: *Kulturplan 2011-2013 Norrbotten*.
- SFS 2010:2012. *Förordning om fördelning av vissa statsbidrag till regional kulturverksamhet*.
- Skot-Hanson, Dorte 1999: "Kultur til tiden – strategier i den lokale kulturpolitik: Med Holsterbro som eksempel". *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*. 6 (2), 29-51.
- SOU 2009:16. *Betänkande av Kulturutredningen*.
- Statens kulturråd 2010: *Redovisning av regeringsuppdrag (KU2010/961/KV) om förberedande insatser med anledning av en ny modell för statens stöd till regional kulturverksamhet*. Stockholm: Statens kulturråd (dnr: KUR 2010/3140).

Statens kulturråd 2012: *Beslut avseende fördelning av vissa statsbidrag till regional kulturverksamhet 2012 inom ramen för kultursamverkansmodellen, Jämtland*. Dnr: KUR 2011/5808.

Østerud, Øyvind 1997: *Vad är nationalism?* Stockholm: Universitetsforlaget.

NOTER

1. Sverige består idag av 20 landsting/regioner, där fyra landsting (Gotland, Halland, Skåne, Västra Götaland) har utvidgat ansvar för regional utveckling och därmed rätt att kalla sig region.

BILDMATERIAL

Illustration på sida 9 från SCB RM/REN, 2007, www.scb.se



Michael Thyrrestrup Pedersen

Kulturregioner i Danmark

NYE FORVALTNINGSNIVEAUER I KULTURPOLITIKKEN

Udgangspunktet i denne artikel tages i de udfordringer kommunerne står overfor, i forhold til at planlægge kultur som er udviklende og kreativ, samtidig med at der i kommunerne opleves ressourcemæssige udfordringer. Formålet med denne artikel er at beskrive udviklingen af kulturregionerne og diskutere det nye kulturpolitiske forvaltningsniveau i Danmark, som kulturregionerne også kan beskrives som. Dette tager sit afsæt i arbejdet med et PhD projekt, omhandlende en konkret kulturregion – nemlig Kulturregion Østjysk Vækstbånd.

Kulturregionerne udspringer af en diskussion om skæv fordeling af de nationale kulturmidler, som traditionelt set har centreret sig om de store kongelige og nationale kulturinstitutioner i hovedstaden. Kulturregionerne var således en måde at få kommunerne inddraget mere direkte i den nationale kulturpolitik, gennem allokering af nogle, i det store billede, få kultur-millioner. Men er der en effekt af kulturregionerne, set i forhold til de nationale og kommunale kulturbudgetter? Er regionerne et reelt udviklingsværktøj eller er det et hierarkisk styringsværktøj, som fordrer en lettere styring af kommunernes kulturelle udvikling for få midler?

Kulturregioner svinger meget i størrelse og type, lige fra at dække hele geografiske regioner, til at bestå af én kommune. En af tankerne bag kulturregionen er, at man løfter bedre i flok og derved kan opnå flere samarbejds-mæssige fordele, ex ressource-, informations- og vidensdeling, kreativ inspiration, etc. Og så selvfølgelig, lukke munden på provinsens kritikere af fordelingen af kulturpengene. Det er ikke et homogent niveau, der er blevet skabt mellem kommuner, regioner og Staten. Derfor er det afhængigt af mange faktorer, hvilke udviklinger kulturregionerne undergår de kommende år.

Metodisk benyttes dokumentanalyse og kvalitative empiriske interview. Analytisk anvendes en beskrivende tilgang til udviklingen af kulturregionerne i Danmark. Som eksempler på en kulturregions udvikling og udfordringer benyttes empirisk materiale fra interviews med aktører fra Kulturregion Østjysk Vækstbånd – en kulturaftale mellem fire kommuner (Randers, Viborg, Silkeborg og Horsens).

KULTURPOLITIK I NYE REGIONALE SAMMENHÆNGE

Hvad en region er og hvorvidt Kulturregionerne i Danmark rent faktisk er regioner, vil ikke blive adresseret i videre omfang i denne sammenhæng. Under alle omstændigheder italesættes de nye rumligheder som regioner, og her er Johnstons (1991:68) frugtbart at have en mente:

Regions are not simply the unintended outcomes of economic, social and political processes but are often the deliberate product of actions by those with power in society, who use space and create places in the pursuit of their goals.

De med magt i samfundet, som Johnston her nævner, kan tolkes bredt. Her bliver kultursektoren sammenviklet med det øvrige samfund. I et velfærdssamfund som det danske, er der meget politisk styring for at fordele goder og bringe udlignede vilkår og forudsætninger for alle borgere.

I alle velfærdssamfund har statens opgave været at opveje markedets mangler gennem en bevidst offentlig styring og regulering. Det gælder også for den offentlige kulturpolitik i det danske velfærdssamfund. (Duelund, 1995:31)

Den offentlige nationale kulturpolitik italesættes altså i stigende grad i regionener i den danske kontekst. I Kulturregion Østjysk Vækstbånd bekender man sig åbent til begrebet *Cultural Planning*. Det er særligt Bianchinis udgave af 'cultural planning', der skeles til. Bianchini (1993) antyder, at *cultural planning* burde ligge til grund for al kulturpolitik, da man uden en ordentlig analyse af kulturen ikke kan lave en ordentlig politik.

Cultural Planning rests on a very broad, anthropological definition of "culture" as "a way of life", and it integrates the arts into other aspects of local culture and into the texture and routines of daily life. (Bianchini & Parkinson 1993:209)

Skot-Hansen (2007:74) mener, at forskellen mellem kulturpolitisk planlægning og 'cultural planning', groft set er, at den første betragter kunst og kultur som dét, en by og dennes borgere mangler, og som derfor bør udvikles; hvor den anden betragter kultur som noget allerede eksisterende, noget som derfor skal udvikles på. Kulturregionerne kan betragtes som en syntese mellem disse to forståelser.

En kulturregion er baseret på en kulturaftale om et frivilligt samarbejde mellem Kulturministeriet og et varierende antal kommuner. I kulturmetropol Øresund er 26 kommuner på tværs af to administrative regioner gået sammen. Der er pr. 8. nov. 2013 otte kommuner i

Danmark, som ikke indgår i en kulturaftale (Kulturministeriet, 2013). Kulturministeriet (2009) udtrykker formålet med en kulturaftale som værende:

(...) med udgangspunkt i det tværkommunale samarbejde at sætte fokus på kunst- og kulturlivet i det pågældende område og sammen højne kvaliteten af såvel etablerede som nye kulturtilbud og -institutioner. Samtidig fungerer en kulturaftale som en samlet platform, hvorfra samarbejdet mellem statslige og kommunale kulturinstanser kan udfolde sig.

Der er tale om fokus på såvel et løft af kulturen som en platform for dialog og samarbejde, hvorigennem der skal sikres større dispositionsfrihed på et lokalt niveau, samt gennem et mere strategisk tilsnit at sætte fokus på mål og resultater frem for detailstyring (Kulturministeriet 2009). Derved kan der identificeres to overordnede samfundsforvaltningsprocesser i aftalerne – den fælles styrende enhed, som udgøres af kommunernes samarbejde gennem en administrativ og en politisk styregruppe, og Kulturministeriets processer i forbindelse med godkendelse af aftalerne og deres fokusområder.

KULTURREGIONER	AFTALEPARTNER
Fyn	(10 kommuner)
KulturMetropolØresund	(26 kommuner og 1 region)
Kulturring Østjylland	(6 kommuner)
Midt- og Vestjylland	(7 kommuner)
Midt- og Vestsjælland	(8 kommuner)
Nordjylland	(11 kommuner og 1 region)
Storstrøm	(6 kommuner)
Sønderjylland	(7 kommuner og 1 region)
Trekantområdet	(6 kommuner)
Vadehavet	(4 kommuner)
Østjysk Vækstbånd	(4 kommuner)
Aarhus Kommune	(1 kommune)
Bornholm	(1 kommune)

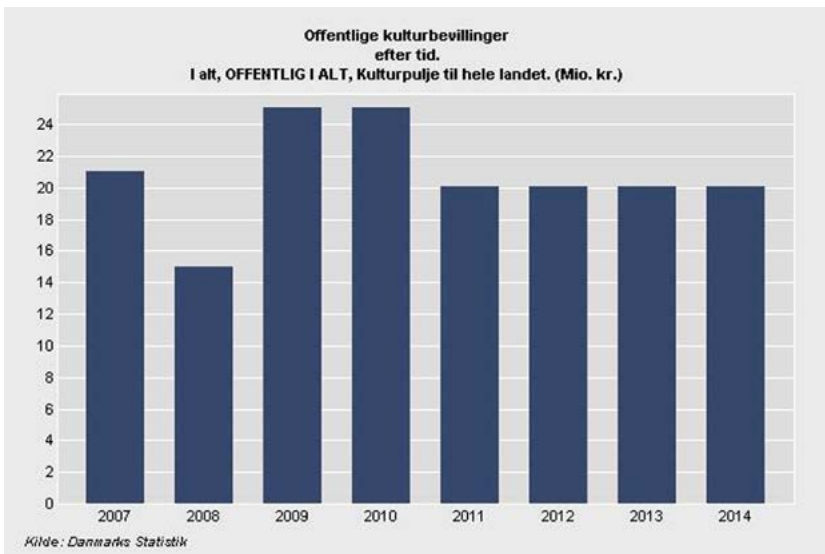
Tabel 1 Kulturregionerne i Danmark (Statens Kunstråd 2013) – Bornholm er tilgået (Kulturministeriet 2013)

De fleste kommuner i Danmark er i dag med i en kulturregion. Nogle af de kulturregioner, som gør sig særligt bemærkede, er Kulturregion Sønderjylland-Schleswig, som er den første danske kulturregion med et grænseoverskridende samarbejde med ikke danske partnere. Kulturregion Nordjylland er den eneste kulturregion, som dækker hele den administrative region, således at der er et absolut geografisk sammenfald mellem Region Nordjylland og Kulturregion Nordjylland. Kulturregion Aarhus gør sig bemærket ved at Aarhus Kommune deltager i et "samarbejde" med sig selv. Det samme gør sig gældende for den nyligt oprettede Kulturregion Bornholm. Alle de nuværende kulturregioner er oplystede i tabel 1. Her kan det ligeledes bemærkes, at det er stor forskel på antallet af kommuner i hver region, og at tre af aftalerne har inddraget den respektive administrative region i deres kulturregion.

Der findes flere forskellige konstruktioner af aftaler, der, som hovedregel, er fireårige aftaler. Nogle har projektbevillinger og rammebevillinger i samme aftale, andre har kun projektbevillinger. De typiske projektbevillinger kommer fra 'Puljen til kultur i hele landet':

Puljen til kultur i hele landet skal videreudvikle og højne kvaliteten af kulturlivet over hele landet yderligere. Det skal ske gennem øget kulturpolitisk samarbejde, koordinering og arbejdsdeling om markante kulturinitiativer med høj kvalitet. Den støtter kulturprojekter i hele landet i tilknytning til kulturaftalerne. Puljen udmøntes i overensstemmelse med et bredt kulturbegreb. (Kulturministeriet 2009:b)

I figur 1 er det illustreret hvor mange midler der findes i puljen på årlig basis. De senest fire år har puljen ligget på godt 20 mio. kr.



Figur 1 illustrerer udviklingen af kulturpuljen til hele landet (Danmarks Statistik 2014)

DE POLITISKE RATIONALER FOR DEN KULTURREGIONALE UDVIKLING

Kulturregionerne opstod i sin tid som et forsøg på at omfordele en lille andel af de nationale kulturmidler, således at alle dele af landet ville have mulighed for at få adgang til de nationale støttemidler på kulturområdet. Derved skabes nye rumligheder, som har potentiale til at skabe nye kulturelle praksisser. Tankerne om kulturaftalerne mellem Kulturministeriet og kommunerne opstår ifølge Per Voetmann (interview 2012), kontorchef i Kulturministeriet, i perioden sidst i 1980'erne til starten af 1990'erne. Det var en tid præget af instrumentaliseringstankegang inden for kultursektoren (Konrad 2002). Tankerne om kulturregionerne grunder i den på det tidspunkt højaktuelle diskussion om, hvorvidt den geografiske fordeling af Statens kulturmidler var rimelig. En debat, hvor man i provinsen mente, at hovedstadens kulturinstitutioner favoriseres over det øvrige lands. En debat, der til stadighed finder sted. Ifølge Per Voetmann kunne man ikke uden videre ændre på støtten til de nationale og kongelige kulturinstitutioner, som også var ramt af tidens trange økonomiske kår. Derfor begyndte man at overveje, hvordan man fra Kulturministeriets side kunne bidrage til den kulturelle udvikling udenfor hovedstaden. "Det, som man kunne gøre noget ved, var at være mere aktivt engageret i det, som foregik i resten af landet, og det var også det, som kulturaftalerne skulle hjælpe med til." (interview med Per Voetmann 2012).

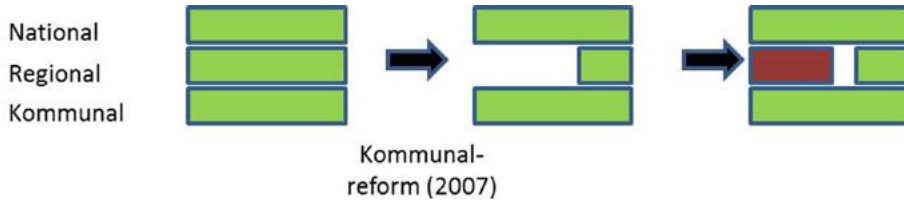
En anden debat fra slutningen af 1980'erne og starten af 1990'erne omhandler en helt grundlæggende diskussion af, hvordan samarbejdet mellem kommunerne og Staten skal foregå på kulturområdet. I perioden var der en generel tendens til, at man lagde flere og flere opgaver ud til selvstyre lokalt. Her var frygten hos folk i kultursektoren, at man ville opleve en nedprioritering af kulturen, hvis dette blev effektueret på kulturområdet. Det endte dog med, at kun biblioteksområdet blev lagt ud. Voetmann beskriver videre udfordringen for Kulturministeriets overvejelser i begyndelsen af 1990'erne:

[...] vi overvejede modeller for, hvordan man kunne gøre Statens og kommunernes engagement og dialog med hinanden mere aktiv og mere spændende, men indenfor den samme økonomiske ramme og uden, at Staten gav slip på pengene. (interview med Per Voetmann 2012)

Så kulturaftalerne har altså været set som et forsøg på en løsning, eller et beroligende element i debatten om geografisk og økonomisk ulighed i et differentieret nationalt kulturlandskab. Det forsøges altså at signalere og gennemføre en fordelingspolitisk ændring således, at visse områder i kongeriget ikke efterlades. Men hvis det er rationalet, er der så tyngde nok bag udførelsen af politikken? Eller kommer det til dels til at ligne en alibipolitik?

En stor politisk og administrativ begivenhed finder sted i 2007, da der gennemføres en struktur- og kommunalreform. Dette betyder overordnet set, at amterne nedlægges og erstattes af færre regioner med færre beføjelser. Kommunerne bliver færre og større og får amtslige og ministerielle kulturforvaltningsområder overdraget.

På kulturområdet er det stort set svarende til, at et niveau i det kulturelle hierarkiske system er blevet fjernet. Figur 2 illustrerer, hvordan det administrative mellemniveau i den danske kultursektor fjernes ved kommunalreformen, og hvordan kulturregionerne erstatter det regionale forvaltningsniveau.



Figur 2: Udviklingen inden for kultursektoren. Kulturregionerne erstatter det tidligere forvaltnings-mellemniveau

Kulturaftalerne blev i den forbindelse ændrede fra at fokusere på driftsbevillinger til at fokusere på strategisk udvikling. Ændringen er sket i forbindelse med kommunalreformen i 2007, hvilket derfor kan betragtes som en skillelinje mellem de to tilgange til kulturaftalerne. Per Voetmann fra kulturministeriet peger på en udvikling i kommunerne mod de gennemsnitligt større kommuner, som værende vigtige faktorer for at kommunerne har lettere ved at løfte opgaverne, der er forbundet med at samarbejde på tværs af kommuner. Dette bakkes op af en kulturkonsulent i Randers Kommune (interview med Hjerrild 2013), som med udgangspunkt i Randers Kommune mener, at perioden med omstrukturering af kommunerne ligeledes gjorde dem mentalt parate til et bredere samarbejde i kulturregionsregi.

ERFARINGER FRA KULTURREGION ØSTJYSK VÆKSTBÅND

Kulturregion Østjysk Vækstbånd har taget afsæt i fire kommuner (Randers, Viborg, Silkeborg og Horsens), se figur 3. De fire kommuner har parallelle udfordringer i forhold til økonomi, geografi, demografi og planlægning. Den empiriske informationsindsamling i kulturregionen, er foregået ved dokumentanalyse af relevante strategier, projektbeskrivelser og lovtekst. Yderligere, er der foretaget kvalitative, semi-strukturerede interviews. Der er indsamlet empiri på tre niveauer og - tidspunkter i processen, henholdsvis hos repræsentanter for det kulturministerielle niveau, det administrative kulturregions niveau samt det projektstyrende niveau.

Kulturregionens udvikling gennem de kulturelle udviklingsaftaler har ændret sig tydeligt siden starten af samarbejdet, hvor der er sket større ændringer med så vel indhold som organisering af samarbejdet. Det er i den forbindelse vigtigt for forståelsen, at udgangspunktet for samarbejdet var de fire kommuners kulturafdelinger, som med hver deres tilgang til kulturområdet har spillet ind på forståelsen og udviklingen i samarbejdet. Udviklingen kan på den måde ikke forstås udelukkende igennem eksempelvis arbejdet i den administrative styregruppe. Der har foregået en sideløbende udvikling af de fire kommuners kulturafdelingers syn og forståelser. I forhold til udvikling i organiseringen

af samarbejdet har denne i høj grad været påvirket nedefra. På trods af dette er ændringerne i organiseringen af kulturregionen alligevel gående mod mere central styring, og ved indførelse af flere nye funktioner lægges vægten i højere grad på koordineringen af samarbejdet, end tidligere hvor det i højere grad var op til de enkelte projekter. Denne centralisering er dog stadig i kulturregionsskala og ikke noget der er pålagt ovenfra.

Lidt omvendt forholder det sig med udviklingen af kulturaftalernes indhold. Ændringer i indholdet af aftalerne er sket i lyset af en generel udvikling på nationalt niveau, hvor Kulturministeriet har bidraget til forståelsen af projekternes retning og indhold. Der har således været en mere eller mindre direkte påvirkning af aftalernes indhold og fokus, og denne er i høj grad sket fra oven, uden at det dog betyder, at kommunernes kulturafdelinger har været sat uden for indflydelse. Der er da heller ikke tale om, at kommunerne føler sig trådt under føde. Der kommunikeres en god stemning til Kulturministeriet, og den generelle stemning i den administrative styregruppe er positiv i forhold til samarbejdet og de projekter, der kommer ud af det. En chef for Kultur og Fritid i Silkeborg Kommune (interview med Davidsen 2011) udtrykker i spøg, at det på godt jysk er en slags krejl; få midler investeres, men man får meget ud af det.



Figur 3 Kulturregion Østjysk Vækstbånd (Østjysk Vækstbånd [2011])

Rationalet bag tendensen til central styring af kulturregionerne fra ministeriel side, forklares af Per Voetmann, der erkender at der har været en meget stram styring af kulturaftaler, men at kommunerne efterhånden er modne til at løsne op. Han siger dog samtidig, at der ikke: ”skal (...) ret mange fejl med frie midler til, før der står en masse og kræver mere kontrol”. Han forklarer videre at heterogenitet i kulturaftalerne hindrer udlæg af driftsområder; noget han finder positivt. Det samme blev der, af enkelte aktører, givet udtryk for til mødet om kulturregionernes fremtid 8. nov. 2013 (Kulturministeriet 2013). De asynkroniserede aftaleperioder i de forskellige kulturregioner, sammenholdt med de forskelligartede sammensætninger, mentes at gøre kulturregionerne uinteressante som kortsigtet, populistisk værktøj. Det kan betragtes som både positive og negative refleksioner; det er positivt at der ikke kan udføre hovsa-politik med en hurtigt effekt i Kulturregionsregi, da der som oftest vil gå fire år før politikken vil være fuldt ud implementeret; det kan dog give anledning til nervøsitet, på sigt, hvis konstruktionen stort set ikke er politisk interessant.

Horisontalt i Kulturregion Østjysk Vækstbånd kunne man have forestillet sig, at påvirkning af ændringer var sket ulige imellem kommunerne. Dvs. at en enkelt kommune eksempelvis havde indtaget en førerposition i samarbejdet, og det dermed var prioriteringerne fra denne kommunes kulturafdeling, der endte med at blive gennemført. Det udtrykkes dog fra alle sider i den administrative styregruppe, at samarbejdet er meget ligeværdigt og respektfuldt. Hvorvidt dét blot er en forestilling, undersøges ikke nærmere. Er det en forestilling, er den i så fald kollektiv, og kommunikerer dermed også en slags fælleskab. Så langt er det i hvert fald ligeværdigt. Der er som sådan heller ikke grund til at tolke det som andet end et ligeværdigt samarbejde, omend kommunernes forskellige kulturbudgetter er værd at have in mente; de har på den måde forskellige muskler at spille med. Den administrative projektleder i Kulturregion Østjysk Vækstbånd (Interview med Lassen 2013) udtrykker ligeledes, at trygheden er vigtig for udviklingen af kulturregionen. Så kommunikationen af et ligeværdigt samarbejde virker essentielt, ligegyldigt om det er forestillet eller reelt.

Det er med henblik på dette syn på de organiseringsmæssige udfordringer, at den overordnede holdning om, at udviklingen i kulturregionen betragtes som værende positiv, skal ses. Organiseringsudviklingen mod et mere komplekst system betragtes altså som en investering i at udvikle kulturregionsskalaen. Den øgede kompleksitet opfattes som et nødvendigt redskab i forhold til at håndtere projekternes parallelle og søjleinddelte natur.

De interne forbindelser imellem projekter i de forskellige kommuner ses også som fordrende for de enkelte projekters udvikling, fordi det er en ’sund konkurrence’. Det forstås som udtryk af projektler i Kulturregion Østjysk Vækstbånd:

Der synes jeg godt, at det nogle gange kan have en positiv effekt, at nogen kommer og præsenterer noget, som er rigtig godt, så tænker de andre kommuner: ”Det skal vi den ’unten lynemig’ også – nu skal de bare se, hvad vi kan. (Interview med Lassen 2013).

”Der er sådan en udveksling og udvikling på det niveau også”. Her udtrykkes et positivt syn på intern konkurrence som sund. Logikken er, at det kan være en del af motivationen for at udvikle noget nyt og spændende i de enkelte kommuner. De horisontale relationer handler altså ikke kun om samarbejde, men også om skærpene konkurrence (forstået som noget kvalitativt anderledes end aggressiv konkurrence, hvor aktører forsøger at udkonkurrere hinanden).

Opfattelsen hos de kommunale kulturskonsulenter (ansatte i de kommunale kulturafdelinger) er blandede. De går lige fra meget positive til lettere negative ved spørgsmålet om, hvad de største effekter lokalt er ved deltagelse i kulturregionen. Nogle oplever det som: ”Kun positive effekter (...) i forhold til synlighed på kulturområdet over for borgere/ besøgende og øget samarbejde mellem kommuner” (interview med Kristensen 2013). Det står i kontrast til en holdning der mødes hos en kulturkonsulent fra Viborg (interview med Hauritz 2013), der kort beskriver de lokale effekter som: ”Flere ressourcer – lidt mere bureaukrati”. Projektleder på Kultuhverv 2008-2011 Horsens (interview med Petersen 2013) er mere konkret i forhold, hvad betydningen af at have flere ressourcer til rådighed kan være: ”Øget synlighed samt udviklingsmidler, hvilket på sigt kan afstedkomme øget ekstern finansiering af de kulturelle aktiviteter”.

Bykoordinatoren i Silkeborg (interview med Larsen 2013) mener endvidere at:

De kommunale projekter og den lokale kultursektor får et løft ved deltagelsen - som forhåbentlig skaber nogle erfaringer og relationer, der kan bygges videre på fremover. Det er meget positivt, at der gives mulighed for at inddrage professionalisme og tværfaglighed i de lokale projekter. Og det er altid godt at få ny horisont på, hvad der er muligt ligesom inddragelse af andre samarbejdspartnere er meget positivt.

Det er overvejende på linje med Kulturkonsulent i Viborg (interview med Nysom 2013) som peger på: ”Frie midler til udvikling af særlige indsatsområder, ligesom det særlige fokus også bidrager til en fælles samarbejdende indsats mellem kulturinstitutioner, borgere, politikere og kommunale forvaltninger” som en positiv lokal effekt af kulturregionens eksistens. Både Nysom og Larsen italesætter her det brede tværsektorelle samarbejde, som ligeledes er at finde i tankerne om ’cultural planning’ og som også pointeres i kulturregionens egen overordnede vurdering af udfordringer og potentialer. Det understøtter altså kulturregionens kurs mod mere ’cultural planning’, at opfattelsen af kulturregionens rumlighed forplanter sig lokalt.

AFRUNDING

Kulturregionerne kan beskrives som kulturpolitik for kulturplanlægning (cultural planning), i henhold til Skot-Hansens (2007) skelnen mellem kulturpolitik og ’cultural planning’. Kulturregionen er et konstrueret niveau som arbejder med kultur, for at give de lokale kultursektorer et løft gennem samarbejde og lidt ekstra tilførte midler. Projekterne opfattes af størsteparten af de involverede, som nogle med et anderledes

tilsnit, end det man ellers ser i de fire kommuner, derved bidrager Kulturregionen med nogle anderledes projekter. Det ville givet vis være en tilsnigelse ud fra det fremlagte, at konkludere på hvor vidt kulturregionerne som kulturpolitik kan betagnes som en alibipolitik. Men det tyder på at der er forskellige interesser, hensigter og forestillinger indlejret i de forskellige niveauer, som er i spil i forbindelse med kulturregionerne. Alene den økonomiske prioritering af 'puljen til kultur i hele landet', med ca. 20 mio. årligt til deling mellem alle kulturregioner, viser hvorfor kulturregionerne kan være svære at tage seriøse i de kommunale kulturafdelinger. I Kulturregion Østjysk Vækstbånd gives der blandede indtryk når det gælder tilfredshed med kulturregionsmodellen. Der er bl.a. overordnet tilfredshed med samarbejdet mellem kommunerne, projekterne og tilførslen af yderligere midler. Utilfredsheden spirer når det gælder en ekstra arbejdsbyrde til de ressourcemæssigt trængte kulturafdelinger, særligt set i forhold til de indkomne midlers størrelse; samt hvad nogle betegner som unødigt samarbejde.

Det nye niveau kan betyde forskellige ting i de forskellige skalaer. Det betyder fra nationalt niveau, at man officielt engagerer sig i kommunerne på kulturområdet, samtidig med at det forsøges at bruge den kulturregionale platform som talerør til de resterende dele af de kommunale kulturafdelinger. På kommunalt niveau betyder det at man tager stilling til tingene i en anden skala, og ikke på samme måde låser sig fast i relationerne med de interne kommunale samarbejdspartnere. Der er til gengæld mere samarbejde på det administrative niveau end på det praktiske niveau. Til spørgsmålet om kulturregionerne er et reelt udviklingsværktøj eller et hierarkisk styringsværktøj, må svaret være: Både og. Det kan være begge på samme tid eller det ene mere end det andet. Det afhænger af politiske intentioner i forskellige skalaer samt de administrative og praktiske organers opfattelse af konstruktionen.

REFERENSER

INTERVIEW

- Davidson, Freddie 2011: "Interview". Chef for Kultur og Fritid - Silkeborg Kommune. (13-04-2011)
- Hauritz, Henrik 2013: "Skriftligt interview". Kulturkonsulent på Kulturregion Østjysk Vækstbånds kulturaftale 2008-2011, samt By-koordinator og Tovholder på 'Levende Byrum' projekterne 2012-2015 - Viborg Kommune. (27-06-2013)
- Hjerrild, Helga 2013: "Interview". Kulturkonsulent - Randers Kommune. (14-01-2014)
- Kristensen, Peter Sig 2013: "Skriftligt Interview". Kulturkonsulent på Kulturregion Østjysk Vækstbånds kulturaftale 2008-2011 - DGI Midtjylland (11-07-2013)
- Lassen, Tone 2013: "Interview". Overordnet projektleder på administrativt niveau i Kulturregion Østjysk Vækstbånd (28-08-2013)
- Larsen, Mogens 2013: "Skriftligt Interview". Bykoordinator, Kulturregion Østjysk Vækstbånds kulturaftale for 2012-2015 - Silkeborg Kommune (03-07-2013)
- Nysum, Steen 2013: "Skriftligt Interview". Kulturkonsulent på 'Levende unge kultur' projektet. Kulturregion Østjysk Vækstbånds kulturaftale for 2012-2015 - Viborg Kommune (01-07-2013)

Petersen, Thorsten Høegsberg 2013: "Skriftligt Interview". Projektleder på Kultuhverv, Kulturregion Østjysk Vækstbånds kulturaftale for 2008-2011 - Horsens Kommune. (31-05-2013)

Voetmann, Per 2012: "Interview". Kontorchef for Kunst og Kultur. Kulturministeriet. (16-04-2012)

ARRANGEMENTER

Kulturministeriet 2013: "Det administrative servicecheck af kulturaftalerne". Møde i kulturministeriet d. 8. nov. 2013.

LITTERATUR

Bianchini, Franco 1993: "Remaking European cities: the role of cultural policies". In Bianchini, Franco & Parkinson, Michael. (eds.) 1993: *Cultural policy and urban regeneration: the West European experience*. Manchester: Manchester University Press, 1-20.

Bianchini, Franco & Parkinson, Michael. (eds.) 1993: *Cultural policy and urban regeneration. The West European experience*. Manchester: Manchester University Press

Duelund, Peter 1995: *Den danske kulturmodel. En ideologisk redegørelse*. Aarhus/København: Forlaget Klim/Nordic Cultural Institute.

Johnston, Ronald John 1991: *A Question of Place. Exploring the practice of human geography*. Blackwell: Oxford

Konrad, Ingelise 2002: *Kulturpolitik på tværs. Netværksstyring i det senmoderne samfund*. Danmarks Forvaltningshøjskoles Forlag.

Kulturministeriet 2009: "Kultur for alle - Kultur til hele landet", Kulturministeriet.

Skot-Hansen, Dorte 2007: *Byen som scene. Kultur- og byplanlægning i oplevelsessamfundet*. Bibliotekarforbundet.

Statens Kunstråd 2013: *Kunsten at fremme kunsten. Om organisering af kunstfaglig rådgivning og bedømmelse af kunstnerisk kvalitet*. Statens Kunstråd

WEBMATERIALE

Kulturministeriet 2009:b: "Puljen til Kultur til hele landet". Kulturministeriet <http://kum.dk/Kulturpolitik/Kulturaftaler-med-kommuner/Om-kulturaftaler/Puljen-til-kultur-i-hele-landet/>

BILLEDMATERIALE

Kort på side 19 efter Maj-Britt Hoiaas Lassen, www.freeimages.com

Figur 1. Danmarks Statistik, 2014 <http://www.dst.dk/da/Statistik/statistikbanken.aspx> (Senest besøgt 06-11-2014)

Figur 2. Egen tilvækst

Figur 3. Østjysk Vækstbånd 2011: "Kulturaftale mellem kulturministeren og Kulturregion Østjysk Vækstbånd (Horsens, Randers, Silkeborg og Viborg Kommuner) for perioden 01.01.2012 til 31.12.2015" Østjysk Vækstbånd & Kulturministeriet.

Tabel 1. Statens Kunstråd 2013: "Kunsten at fremme kunsten - Om organisering af kunstfaglig rådgivning og bedømmelse af kunstnerisk kvalitet". Statens Kunstråd. & Kulturministeriet 2013: "Det administrative servicecheck af kulturaftalerne". Møde i kulturministeriet d. 8. nov. 2013.



Jens Kaae Fisker

Meeting Places & Arenas for Local Entrepreneurship

CREATIVE SPACE MAKING IN FREDERIKSHAVN, NORTH DENMARK

The ascendancy of entrepreneurial attitudes among local governments has figured prominently on research agendas at least since the early 1990s. Current rounds of austerity measures across the global North have not made this focus less relevant. There is, on the contrary, a growing pressure on local governments to achieve more with less means available. In this paper Bengt Johannisson's conception of the community entrepreneur is utilised as a way of understanding some of the guises that municipal entrepreneurship takes on in a Scandinavian setting. Specifically it seeks to draw insights from processes of municipally driven meeting place formation as they have unfolded in Frederikshavn municipality, North Denmark.

With Harvey (1989) as a central point of reference an upheaval of critical literature surfaced during the 1990s, which had a common focus on the workings and consequences of an entrepreneurial turn that was seen to unfold in local governments across (and beyond) the global North (see for instance Gold & Ward, 1994; Axford & Pinch, 1994; Cochrane et al., 1996; Hall & Hubbard, 1998; Wood, 1998). This literature has been followed up in the new millennium through a diversity of interrelated debates that may or may not invoke the vocabulary of urban entrepreneurialism. Nevertheless they can be seen to converge on the thematics and problematics that was brought to attention through previous debates on this topic. The collective span of these more recent debates can be neatly illustrated by certain influential edited volumes, including most significantly Brenner & Theodore (2002) and Brenner et al (2012). What remains practically unchallenged throughout this literature is the (sometimes implicit) connection between entrepreneurialism and

neoliberalism. Entrepreneurial practices in local government appear always as concrete expressions of abstracted neoliberal agendas. Often there are good reasons for making such a connection, but as I hope to show in this paper it should not be taken for granted.

This has to do with the meaning ascribed to the 'entrepreneurial'. In the literature mentioned so far entrepreneurial activity invariably implies something associated with conventional notions of the Schumpeterian entrepreneur; i.e. someone who carries out new combinations in search of economic profits. In entrepreneurship studies, however, this notion has been challenged in recent decades. There have been insistent calls for a broader conception of entrepreneurship that allows for the inclusion of activities motivated by other ends than profit. This debate has not been reflected in the urban entrepreneurialism literature, and this has potentially blind-sided such studies to certain aspects of entrepreneurial turns; namely those not associated with motives of profit generation and thereby (partially) unhinged from neoliberal agendas of interurban competition and economic growth. By engaging with an alternative conception of entrepreneurship and applying this as an analytical lens in a concrete empirical case study, this paper shows how entrepreneurial municipal practice can be much more than a symptom of neoliberalisation. The alternative conception in question is Bengt Johannisson's *community entrepreneur*, and the municipal practice observed is the formation of *meeting places* and *arenas* (both terms understood in the meaning ascribed to them by Johannisson [1989; 1990]) in Frederikshavn municipality, North Denmark.

MUNICIPAL ENTREPRENEURSHIP AND CREATIVE SPACE MAKING IN TIMES OF AUSTERITY

The adoption of entrepreneurial attitudes and practices in local governments have come about in a time of economic restructuring and reorganisation of state systems; processes of change which are themselves interrelated and highly complex. It is not within the scope of this paper to take up in-depth discussions of these, but it is important to acknowledge that local entrepreneurial turns, also in Scandinavian municipalities, have to be understood in the context of such wider structural conditions. For the current purposes I find it fruitful, however, to infuse the discussion with some of Manuel Castells' recent (2010) reflections on the implications of an urbanised, globalised and networked society. He holds that, what has changed fundamentally is that functionally the space of flows has come to dominate the space of places, while concrete meaning is still constructed with place as the main point of reference. This means that an imbalance has emerged in which the material world functions according to one set of logic, while the ways in which people think about the world (and the way it works) are governed by a different set of logic. Specifically people tend to pin meaning to specific places. Therefore they also seek to explain various phenomena in a place-based logic, even when those phenomena are better explained in a different logic. From Castells' perspective a logic of flows tend to wield more explanatory power regarding structural conditions and the broad processes of change currently unfolding across the globe. Yet because the space of places continues

to play a central role in the ways that meaning is constructed, societal phenomena are more adequately understood when observed both in terms of the space of places and the space of flows, as well as the ways in which the two relate to each other.

Castells (2010: 2744) concludes accordingly that

global networks integrate certain dimensions of human life and exclude other dimensions regardless of what the intentions of the actors are. The contradictory relationship between meaning and power is manifested in a growing disassociation between the space of flows and the space of places. There are places in the space of flows and flows in the space of places but the meaning is defined in place terms, while the functionality, the wealth and the power are defined in terms of flow. And this is the most fundamental contradiction emerging in our globalised, urbanised, networked world.

This goes for the adoption of entrepreneurial practice in municipal organisations as well. Political and administrative systems are organised through a space of places logic, when they divide absolute space into jurisdictions based on concrete notions of coherent and meaningful territories and places (nations, regions, municipalities, cities, etc.). What these units are asked to govern, however, works according to the logic of a space of flows. Thus, the challenges that confront both municipal politicians and officials today derive in large part from the tensions that arise in a world functionally dominated by a space of flows, but made sense of, and sought to be governed through, a space of places. This is worth keeping in mind as I proceed with more concrete and contextualised accounts.

A WELFARE STATE UNDER PRESSURE

Like other units in the state system, Danish municipalities are asked to act as if the world was constituted utterly as a space of places. In extension they are held accountable according to this logic, even though most of what they seek to govern remains out of their reach and control, because their territory of jurisdiction belongs functionally to the space of flows. Recent reforms and rounds of restructuring in state systems across the globe reflect often feeble attempts to deal with the growing disassociation observed by Castells. In Denmark the 2007 structural reform offers ample testimony to this. The municipal landscape was redrawn and responsibilities shifted between the scalar levels of the state (national, regional and local). This resulted in an altered political administrative environment that involved (1) an increased burden of tasks and responsibilities, (2) increased inter-municipal competition for national level funds, and (3) an altered geographical structure with larger units containing new intra-municipal (place-based) tensions. The reform, as well as subsequent changes, also adheres to the more widespread tendency towards austerity implemented across Europe in recent years.

Austerity can be treated as an example of how governments handle the disassociation between the space of places and the space of flows. The principles and necessary material foundations of the welfare state—which has been implemented in various guises and to various degrees across Europe—are based firmly within a space of places logic. It is

as-sumed that the world can be meaningfully divided into a landscape of nation states and that this division extends into the functional dynamics of the economy and of social life. The sustained success of the welfare state project, then, depends on a certain level of co-herence between the space of places and the space of flows. Economic globalisation and the rapid spread of new means of (technologically aided) communication serve to disrupt that coherence. It accentuates the space of flows and allows it to dominate the space of places as embodied by the nation states. As this situation becomes more outspoken the welfare state is not able to sustain itself as easily as before. In this sense the growing pressure on the welfare state and the push towards austerity is partially explained by capitalist restructuring at a global scale. The state system cannot respond at a global scale, because it is constrained by its own organisation. At the level of the individual nation state the most alluring response seems to be austerity combined with an increased focus on competitiveness that further em-phasizes a space of places logic (individual places in competition with each other). Policy response to the disassociation, then, work to further accentuate it, whereby a precarious situa-tion emerges, in which the rhythms of the global economy (a space of flows) condition the changing fates of places (nodes in the space of flows), making them occasional victims and beneficiaries of its dynamics.

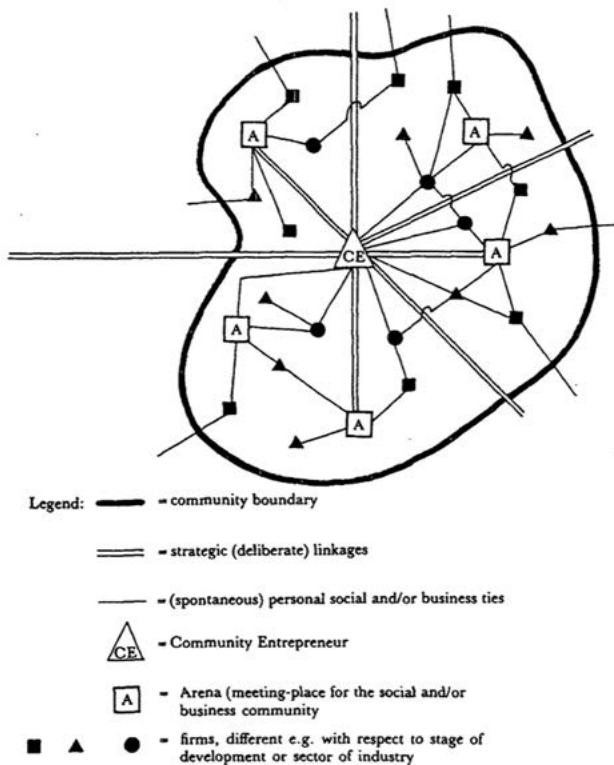
I do not mean to suggest that actions and decisions made at the municipal level of the state are utterly pointless in this situation, because outcomes are simply structurally deter-mined. But municipal actors are conditioned by these deeper structures, and the reach of their actions is limited accordingly. They are not equipped to govern the space of flows, but have to practice the art of the possible within a space of places under increasing pressure. What I am concerned with here is to explore the more or less creative ways in which mu-nicipal actors cope with the situation and try to make the best of conditions. I conceive of the role played by municipal actors from an outset that rests on Johannisson's concept of the community entrepreneur. As should become clear in the following discussion of this concept, a centrepiece of community entrepreneuring is creative space making. I therefore complement Johannisson's conceptions with notions drawn from recent debates on creative space making (e.g. Wilson, 2010; Ibbotson & Darby, 2008; Duxbury & Murray, 2010).

MUNICIPAL ENTREPRENEURS & MEETING PLACES

In 1989 Bengt Johannisson introduced the notion of community entrepreneurship as an ana-lytical concept with the purpose of understanding the agency of individuals and groups, who provide encouragement and facilitation for potential business entrepreneurs. This was based on observations in peripheral Scandinavian communities which had been rejuvenated through the emergence of a local entrepreneurial culture (Johannisson & Nilsson, 1989; Johannisson, 1990). When municipalities act entrepreneurially it is often with this purpose; to mobilise and facilitate local entrepreneurship. Therefore it can be helpful to consider municipal entrepre-neurship as a form of contextual entrepreneurship in which public servants and politicians attempt to enact the local context in ways that

are conducive to potential entrepreneurs. Municipalities are concerned with issues that are much broader than business development, which makes Johannisson's conception too narrow for this purpose. A wide range of non-business entrepreneurship has to be included as well.

The current attention to austerity measures means that initiatives that can potentially delegate municipal tasks and responsibilities to other actors are widely welcomed. Attempts to facilitate and encourage entrepreneurial behaviour in the social, cultural and environmental sectors are all relevant in this regard. It is within these sectors in particular that alternative aspects of local government entrepreneurial turns are to be found. Johannisson's detailed notions of the practices of community entrepreneurs are as relevant here as they are in a purely business oriented perspective. This practice he calls contextual entrepreneurship (which is what community entrepreneurs do). It is a practice of proactively managing a complex environment to mobilise and enact resources and capabilities potentially available in the given context. Importantly the motif for mobilisation and enactment is assumed not simply to be given by the individual interests of contextual entrepreneurs, but also to be associated with an aspiration to enable citizens to pursue their own dreams and ideas (independently of official visions and strategies harboured by the local state).



Conceptual mapping of community entrepreneurship practices in the local community (Johannisson, 1990: 80)

Envisioned spatially this takes place through the formation and development of interconnected arenas. Figure 1 shows how community entrepreneurs work actively with their personal networks within and outside the community in question (creating and managing internal as well as external linkages). Many dreams and ideas among community members are never realised, because the financial and/or human resources are not attained; either because potential entrepreneurs find the task too immense to undertake and therefore abandon the project, or because their network is not sufficient to gain access to vital resources. Network access, however, is not enough. The ability to manoeuvre and mobilise resources harboured by the network requires social skills as well.

Existing meeting places are used as arenas for entrepreneurship and new ones are created. These provide a concrete spatial anchoring, which is important to contextual entrepreneurship, because it is through their creation, management and development that entrepreneurial milieus in the local area are generated and sustained. Occasions (in time and space) are set up to bring together a mix of actors around concrete issues to mobilise collective potential for entrepreneurship. This covers both the establishment of physical meeting places and specific events that the community entrepreneur organizes. In other words arenas for entrepreneurship can be both specific geographic locations and spaces of a more institutional nature without a fixed geographic point of reference. It is through the active management of meeting places in the community that internal linkages are developed and mobilised (to turn them into arenas).

Keeping the earlier discussion on Castells' space of flows in mind, an important strength of Johannisson's conception of contextual entrepreneurship is that it comprises a partial reconciliation of the space of flows and the space of places. It is concerned fundamentally with the fates of places and communities, but applies a network perspective that accounts effectively for the dominant space of flows. It provides, in other words, a potential for translation between the functional dynamics in the space of flows and the (re)production of meaning in the space of places. When Johannisson conceives of meeting places as (potential) arenas for local entrepreneurship it is because they comprise functional places in the space of flows; what Castells (1996) refer to as hubs and nodes. Because meaning is derived from place terms, local citizens need distinct places to effectively manoeuvre the less intelligible space of flows. Put simply, the meeting places that contextual entrepreneurs create, develop and manage provide other actors with an access point to the space of flows that allows them to become proactive rather than reactive in relation to the flows of a networked world.

Johannisson attends primarily to the practice of contextual entrepreneurship and the importance of meeting places as arenas in this regard. He does not have a lot to offer in terms of identifying the precise nature of meeting places. Neither does he attend to the influence of material space on the potential of a given meeting to function as an arena for entrepreneurship. Given the assumption that entrepreneurship can be conceived of as an act of creativity, studies on creative space making may be helpful. Rather than

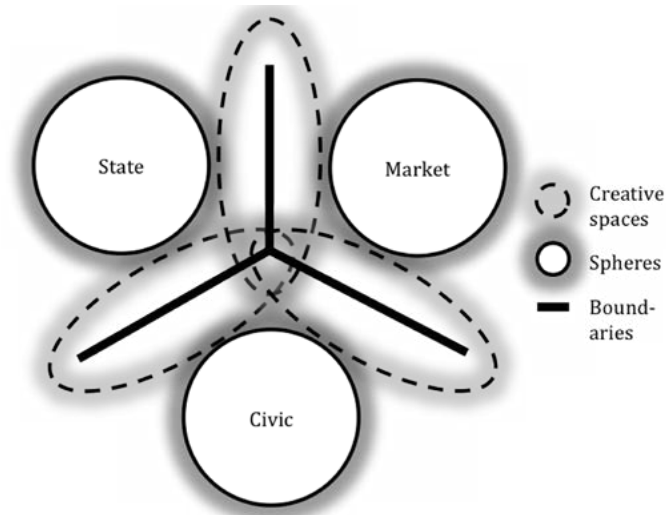
asking with whom creativity resides (as is the tradition in entrepreneurship studies), these studies have asked where it re-sides. In relational terms Wilson (2010: 368) suggests that creativity is a 'boundary phenom-enon' that "thrives at the edge of things, between the gaps". Accordingly Ibbotson & Darsø (2008: 550) conclude that

in order to come up with something new, individuals and groups need to enter a boundary zone, where ordinary, habit-bound thinking and doing are stretched and compressed until novel and extraordinary ideas and solutions can emerge.

The spaces invoked here are not material but mentally constituted. Yet, Wilson (2010) insists that the attention to boundary spaces should not be limited to spaces of the mind. He refers specifically to the boundaries between academic disciplines, social groupings, and organisations as spaces with a special potential for creativity. Where meeting places harbour such boundary spaces creativity should flourish and there should be a potential for utilising the meeting place as an arena for entrepreneurship.

Duxbury & Murray (2010) complements these insights with an identification of challenges that typically arise in the context of incubators, creative habitat projects, and multi-sector convergence projects. These are all material spaces designed to be conducive of creativity, and comprise attempts to create meeting places with the sole purpose of promoting innovation and entrepreneurship. They identify (p. 209) three key challenges for public actors in the making of creative space. Firstly they hold that a multifaceted approach "that is sensitive to the changing needs of the creative activity that animates the physical spaces and to emerging multisectoral and blended operational models" is needed; secondly that "a comprehensive planning framework that can facilitate and enable collaborative and decentralised development spurred by grassroots cultural vitality and capacity" needs to be provided; and finally that "the rigidity of 'must have' prescriptive approaches" must be balanced "with more flexible ones that embed stable, long-term cultural-creative facility investment within broader planning processes."

In summary the meeting places that municipal entrepreneurs need to create must be able to attract a diversity of local actors in a way that reaches across the boundaries of local society. Interaction in the boundary spaces thus harboured by the meeting place then has to be generated. This requires mobilisation. External linkages also need to be established, managed and developed, especially with the purpose of providing material and symbolic resources to support entrepreneurial projects. Meeting places in this sense can be both permanent purpose-built environments and ephemeral settings created for one-off or occasional events. Figure 2 shows an example of boundary spaces that could be relevant for municipal actors to direct attention to, but the state, market and civic spheres depicted could be substituted by other relevant entities (municipal departments, social groupings, local industries, etc.).



Conceptual mapping of community entrepreneurship practices in the local community (Johannisson, 1990: 80)

MUNICIPAL MEETING PLACE CREATION IN FREDERIKSHAVN

With a population of 23 000 Frederikshavn is a small third tier city in the Danish periphery. The locality is challenged considerably by (1) global economic restructuring, (2) changing patterns of national and regional demography, and (3) the recent structural reform and subsequent austerity measures in the Danish state system. A complex process of practice transformation has taken place in the municipal organisation since the 1990s, which can be described as a fragmented and partial entrepreneurial turn (Fisker, 2013: 103ff). Aspects of urban entrepreneurship in the neoliberal mould are clearly discernible in this situated transformation. But so too are other emerging practices, which can hardly be ascribed exclusively to neoliberal agendas of state practice. The two cases of meeting place creation included in the following bear witness to this. They also highlight how alternative notions of entrepreneurship may be able to account more fully for the diversity of entrepreneurial municipal practice.

A RURAL-URBAN MEETING PLACE

Beyond the city limits of Frederikshavn an old restored manor house is found. This is Knivholt Hovedgaard (figure 3), which lords used to own the fishing village Fladstrand - predecessor of Frederikshavn. Today it is publicly known as the 'people's manor house', but as late as 1988 it was an abandoned ruin, with no apparent hope of the renaissance it is currently experiencing. It has come to serve as a local meeting place and a range of citizen driven projects have been initiated here; a meeting place functioning as an arena for local entrepreneurship. With an outset in the municipal takeover of the estate in 1988, I analyse how this meeting place was created and how it works as an arena for entrepreneurship.

When the municipality purchased the estate in 1988, a powerful fraction of the political elite, fronted by social democrats and union leaders, pushed for preservation and restoration due to the historical significance of the place. Initially the agenda forwarded by this group did not involve a plan for the future use of the site; it was merely about preservation. Five years went by before any significant decisions were made. Then, in 1993, a civic association was established with the purpose of restoring and reappropriating the building. At this point the idea of using the manor house as a social and cultural meeting place for local citizens had formed. At the same time, the scope of the entrepreneuring group broadened to include local business leaders as well. In 1995 the civic association was restructured as a semi-autonomous municipal institution. This meant that municipal funds were allocated and that the municipality was represented on the board. The provision of funds meant that a daily manager could be hired to lead the restoration works, which picked up speed at this point in time.

As the buildings became useable various civic associations moved in to house their daily activities. Apart from this a number of flexible event spaces were also created along the way, which both provided a supplementary source of income and positioned the place as a well-known site for cultural activities. Work was undertaken on a project-by-project basis, wherein interest shown by citizen groups or associations prompted the next stage of restoration. Municipal funds only covered basic maintenance, and actual restoration therefore relied on external funding for each project. The board set up working groups to secure funding and other necessary support for each project, and due to the composition of the board they were able to utilise an extensive network from which resources could be drawn. In this way, collaborative interaction emerged with social, educational, environmental, and business actors.

In terms of mobilising additional labour for restoration work four sources are particularly notable.

1. Civic associations and other user groups that provide volunteers who contribute according to their particular interests and professional qualifications. Many of these are retired and as such have considerable amounts of spare time to commit.
2. A steady stream of unemployed citizens in job training (collaboration with the municipal employment centre). The idea is to reacquaint long-term unemployed with working life to enhance their prospect for re-entering the job market.
3. Citizens convicted of minor offences carry out community service sentences at Knivholt. The daily manager estimates that this sums up to $\frac{3}{4}$ of a fulltime employee annually.
4. Students from vocational training institutions attain practical experience by participating in large-scale restoration work at Knivholt.

An illustrative example of the projects entrepreneured at Knivholt is the renaissance garden. Like the rest of the estate it was in a state of disrepair and bore little resemblance

to de-pictions of its former splendour. Based on drawings and historical descriptions it was recreat-ed as an opportunity for urban families to tend a garden lot of their own. This is indicative of the ways in which preservation and restoration at Knivholt is made possible by combining past and present. Projects are not aimed at creating museum-type exhibitions, where historical accuracy is key. Rather they are aimed at a respectful reappropriation of buildings and estate to transform it into something that can be an active part of contemporary everyday life for local citizens. Unintendedly the gardening project also became an intercultural meeting place as it turned out that families from ethnic minorities were particularly interested in par-ticipating (Madsen, 2012; Knivholt Hovedgaard, 2013).

AN ARENA FOR FILM & MEDIA PRODUCTION

Film and media production has never proliferated in Frederikshavn. During the 2000s how-ever an increasing hobby-level interest in such activities was observed by public servants in the Centre for Culture & Leisure. A local film festival (Laterna Nordica) was established in 2003, and in later years local youth tended to do well in national competitions for youth and amateur film production. Municipal actors aspired to support this emerging milieu and, if possible, aid the development of local businesses in film and media production. This is the context for the second case considered in this paper: FilmMaskinen. It is in many ways quite different from the Knivholt case, but also serves to illustrate many of the same points.

The project that ended up as FilmMaskinen started as an idea hatched within the Centre for Culture & Leisure in 2010 under the working title PixelTown. Concurrently an old power station (Maskinhallen) in central Frederikshavn was being redeveloped as a municipally managed cultural centre designed for concerts, civic association activities, and various citizen-driven initiatives. In this sense the centre was implicitly envisioned as an urban counterpart to Knivholt. As the PixelTown idea matured, it became one of the projects that municipal actors intended to house at Maskinhallen. In 2011 they invited an array of local and external actors to discuss and develop the idea into an operational project. Public servants used their personal networks to identify and attract the external actors, which were primarily invited as knowledge resources and supporting the early development of the project.

Public servants saw themselves merely as initial mobilisers in this process and expected the invited local actors to take over in due course. This turned out to be a challenge. Actors were unwilling to commit to the project and to assume leadership. They expected the Centre for Culture & Leisure to remain in the role of project leader and developer. The only material outcomes of initial meetings was that a small research project was initiated and financed by ApEx in collaboration with the local university to produce a systematic mapping of potential participating actors, their attitudes towards the project, and ideas they might have. Apart from this the first attempt was largely unsuccessful.

Public servants did not give up, however, and continued their attempts to mobilise actors, this time focusing on the ones they had perceived to be most committed. Within the following year this resulted in a narrowing of the project which now focused only on film production. It was also reoriented towards the establishment of an amateur workshop for film production and the development of courses for aspiring youth film makers. This was inspired by an earlier municipal project, E-Music Community, which had resulted in the establishment of similar facilities for electronic music production. At this point the project title was changed to FilmMaskinen, reflecting the decision to house it permanently at Maskinhallen.

While the second attempt has been more successful in generating an operational project, the entreprenuring role is still played by municipal actors. As such the intention to act merely as contextual entrepreneur was not fulfilled as the municipality ultimately entrepreneured the whole project with other actors performing only minor roles throughout the process.

CONCLUSION

In terms of the univocal articulation of an intricate link between the urban entrepreneurial turn and neoliberalisation, the case of Frederikshavn Municipality in general, and the two cases discussed above in particular, serve to illustrate that such a link is not as straightforward as the literature tends to suggest. Entrepreneurial behaviour observed in the ranks of public servants and local politicians was underpinned by motives and produced outcomes that were not exclusively associated with neoliberal agendas. Urban entrepreneurialism in effect needs to be conceived of as a more heterogeneous phenomenon than it is typically assumed to be. This entails that analytical frameworks which are sensitive to social, cultural and environmental motives for entrepreneurial activity needs to be developed and employed. The paper at hand is merely illustrative in this sense and does not offer a clear route for such endeavours. It does, however, suggest that a requalification of assumptions about and conceptions of entrepreneurship has a vital part to play.

The employment of Bengt Johannisson's notions about community entrepreneurs and their performance of contextual entrepreneurship leads to various suggestions. Firstly, the articulation of meeting places as arenas for entrepreneurship is an aspect that deserves further attention and elaboration. The idea that the ascendancy of a local entrepreneurial culture depends on concrete spatial anchor points – meeting places – seems to have merits both with regards to the empirical cases considered and in relation to Manuel Castells' identification of a growing disassociation between the space of places and the space of flows. Furthermore a potentially fruitful (conceptual) link between contextual entrepreneurship and creative space making was made. It would be highly relevant to investigate further the ways in which meeting places can be made to harbour various kinds of boundary spaces, and in turn how local and external actors can be mobilised to interact across such spaces. Ultimately such knowledge could be used to figure out, which

kinds of organisational constructs and institutional settings that would be required to create, manage, and develop local meeting places that generate the space for creativity needed to turn them into arenas for entrepreneurship.

REFERENCES

INTERVIEWS

Amstrup, Jens Ole (2012) Interview, 08/02/2012, at Frederikshavn Rådhus.

Amstrup, Jens Ole & Jensen, Mads (2013) Interview, 29/08/2013, at Maskinhallen.

Madsen, Olav (2012) Interview, 29/06/2012 at Knivholt Hovedgaard.

LITERATURE

Axford, Nicholas & Pinch, Steven 1994: "Growth coalitions and local economic development strategy in southern England". *Political Geography* 13, 344-360.

Brenner, Neil & Theodore, Nik (eds) 2002: *Spaces of neoliberalism: urban restructuring in North America and Western Europe*. Malden, MA: Blackwell.

Brenner, Neil, Marcuse, Peter & Mayer, Margit (eds) 2012: *Cities for people, not for profit: critical urban theory and the right to the city*. Oxon: Routledge.

Castells, Manuel 2010: "Globalisation, Networking, Urbanisation: Reflections on the Spatial Dynamics of the Information Age". *Urban Studies* 47(13), 2737-2745.

Cochrane, Allan, Peck, Jamie & Tickell, Adam 1996: "Manchester plays games: exploring the local politics of globalisation". *Urban Studies* 33, 1319-1336.

Duxbury, Nancy & Murray, Catherine 2010: "Creative Spaces" in Anheier, Helmut & Raj Isar, Yudhisthir (eds.) *Cultural Expression, Creativity & Innovation*. London: Sage.

Gold, John & Ward, Stephen 1994: *Place promotion: the use of publicity and marketing to sell towns and regions*. Chichester: Wiley.

Fisker, Jens Kaae 2013: *The Challenged Locality & the Entrepreneurial Local State*. PhD Thesis, Aalborg

Hall, Tim & Hubbard, Phil (eds) 1998: *The Entrepreneurial City: geographies of politics, regime and representation*. Chichester: Wiley.

Harvey, David 1989: "From managerialism to entrepreneurialism: the transformation of urban governance in late capitalism". *Geografiska Annaler* 71(b), 3-17.

Ibbotson, Piers & Darsø, Lotte 2008: "Directing creativity: The art and craft of creative leadership". *Journal of Management & Organization* 14, 548-559.

Johannisson, Bengt 1990: "Community Entrepreneurship – cases and conceptualization". *Entrepreneurship & Regional Development* 2(1), 71-88.

Johannisson, Bengt & Nilsson, Anders 1989: "Community Entrepreneurs: networking for local development". *Entrepreneurship Regional Development* 1(1989), 3-19.

Knivholt Hovedgaard 2013: *Knivholt – folkets herregård*. Frederikshavn: Knivholt Hovedgaard.

Wilson, Nick 2010: "Social creativity: re-qualifying the creative economy". *International Journal of Cultural Policy* 16:3, 367-381.

Wood, Andrew 1998: "Making sense of urban entrepreneurialism". *Scottish Geographical Magazine* 114(2), 20-123.

BILDMATERIAL

Fotografier på sida 30 av Francisco Navarro samt Can Berkol från www.freemages.com



Erika Andersson Cederholm & Carina Sjöholm

Landsbygdens småföretag som livsstil, besöksmål och regional attraktion

Artikeln tar sin utgångspunkt i s.k. livsstilsföretagare, som startar och driver ett företag med den egna hobbyn eller livsstilen som en bas för företagandet. Med utgångspunkt i intervjuer, observationer och dokumentmaterial fokuserar vi på skånska landsbygdsföretag inom besöksnäringen som erbjuder någon form av upplevelser, t.ex. boende, gårdsbutiker med servering, trädgårdvisningar och kaféverksamheter. Vi diskuterar och analyserar livsstilsföretagandets speciella karaktäristika och hur balanserandet mellan personlig livsstil och företagande förstås och praktiseras. Företagare förväntas realisera en dröm genom sitt företagande och samtidigt överleva ekonomiskt. Med utgångspunkt i företagarnas vardagliga balansgång mellan personlig livsstil och företagande diskuterar vi dels hur livsstilsföretagandet öppnar upp för en ny typ av marknad där företagarens personliga livsprojekt blir en del av produkten, dels hur landsbygdens livsstilsentreprenörer tillskrivs en viktig roll för regionens attraktivitet. Utifrån företagarnas egna upplevelser och erfarenheter, analyserar vi hur de navigerar mellan personliga värderingar, kunders förväntningar och regionala aktörers krav och förväntningar på landsbygdens entreprenörer. Studien som artikeln bygger på omfattar småskaligt landsbygdsföretagande inom besöksnäringen där boende, mat, trädgård och rekreation, mer eller mindre uttalat, är basen i en "grön" upplevelseprodukt. I studien ingår 26 företag i Skåne. Urvalet baseras på ett större urval av småföretagare som ingår i två parallella forskningsprojekt¹. Samtliga företagare erbjuder någon form av upplevelseprodukt. Urvalet av företag har skett framför allt via hemsidor och företagsregister, och för denna studie har vi valt små företag med en livsstilsorienterad framtoning.

INLEDNING

Att starta Bed & Breakfastverksamhet på landsbygden, kanske med en servering med produkter från den egna odlingen, är en dröm för många. Livet på landsbygden och de värden som det representerar utgör en lockelse, och även om många nöjer sig med att vara turist och besökare, finns det många som realiserar drömmen om företaget på landet. Den här artikeln handlar om den här typen av s.k. livsstilsföretagare. Det är företagare som drivs av personliga drömmar och ideal om att kombinera en livsstil, boende och försörjning. Många öppnar en verksamhet hemma på den egna gården som lockar besökare och turister; genom t.ex. boende, servering, trädgårdsvisning, gallerier eller hästgårdar.

Livsstilsföretagandet som fenomen tycks emellertid inte bara handla om människors sökande efter ett harmoniskt liv och föreställningar om landsbygden, utan pekar också mot en växande marknad kring livsstilar. Samtidigt som företagarna drivs av personliga motiv verkar de på en marknad där deras val av livsstil inte bara är ett sätt att arbeta och leva, utan också utgör en attraktion i en besöksnäring (Andersson Cederholm & Hultman, 2010; Andersson Cederholm & Sjöholm, 2014; Ateljevic & Doorne, 2000). Möjligheten att realisera en dröm om livet på landet och en harmonisk balans mellan familjeliv, boende och försörjning, utgör i sig själv en lockelse för de besökare som får en glimt in i livsstilsentreprenörernas liv.

Vi kommer här, utifrån konkreta exempel, illustrera hur företagarna verkar i spänningsfältet mellan en personlig livsstil och företagande. Med detta vill vi visa hur en ny typ av livsstilsmarknad tar form, i en näring som på flera sätt kan betraktas som traditionell. Vi vill också visa hur livsstilsföretagandet förkroppsligar olika, ibland motstridiga förväntningar, och på så vis utgör ett spänningsfält. Företagarna själva har en förväntan om att leva ett harmoniskt liv där den personliga livsstilen ska få utrymme, samtidigt som de både vill försörja sig på verksamheten och hitta ”rätt” kunder, som matchar deras livsstil. De verkar också på en plats som betraktas som en turistdestination och upplever förväntningar och ibland krav från myndigheter och andra representanter för regionen att vara en del av en större turistattraktion.

Landsbygdens entreprenörer har kommit att ingå som en väsentlig del i den politiska retoriken. I regeringens Landsbygdprogram för 2007-2013 lyfts landsbygdsturismen och dess entreprenörer fram som en allt viktigare komponent i landsbygdens näringsliv och därmed för regional utveckling (Regeringskansliet, 2012). Exempelvis har Tillväxtverket beslutat att genomföra ett särskilt program för utveckling av kulturella och kreativa näringar där entreprenörer lyfts fram som värdeskapande aktörer. Till sektorn räknas de företag som levererar tjänster eller produkter inom exempelvis måltid, hantverk och kulturarv. Här lyfts ofta kulturturismen fram som viktig i destinationsmarknadsföring och regioner benämns i termer av ”Skånes Toscana” och liknande. Drömmen om företaget och livet på landsbygden är på så vis inte bara attraktivt för den enskilda företagaren och besökarna, utan används diskursivt i retorik kring landsbygdsutveckling. Livsstilsföretagandet utgör således en spänningsfylld zon där ideal, politisk retorik, och vardagligt

arbete kan bli påtagligt motstridigt. Vårt syfte med artikeln är att visa hur företagaren i en konkret vardaglig verklighet navigerar i spänningsfältet mellan personliga förväntningar, marknaden och regionala utvecklingsambitioner.

Studien baseras på en kombination av olika kvalitativa metoder där vi har arbetat med semistrukturerade samtalsintervjuer, observationer och dokumentanalys. Vi har utfört etnografiska intervjuer i företagarnas kombinerade hem och arbetsplats, vanligtvis i deras kök. Företagarna har ofta visat oss runt i verksamheten och tolkningen av deras berättelser förenas på så vis med observationer enligt en ”go along”-praktik (Kusenbach, 2003). Hur det personliga i berättelsen om företaget lyfts fram, hur relationer till kunder och andra aktörer beskrivs, och hur ekonomiska praktiker synliggörs eller döljs genom det språk som används är några av de teman som analyserats som uttryck för balanseringen mellan livsstil och företag.

LIVSSTILSENTREPRENÖRER PÅ LANDSBYGDEN – EN TRADITIONELL ELLER NY MARKNAD?

Flera av de företag som ingår i vår studie drivs av en enskild person eller par tillsammans. En del företagare är s.k. livsstilmigranter, vilket innebär att de har flyttat till en specifik plats för att få en förändring eller kanske nystart i livet (Hoey, 2010). En del lämnar andra yrken och jobb bakom sig för att starta om på nytt. Andra företagare är lantbrukare sedan flera generationer, som driver en släktgård, men har lämnat allt eller en del av det traditionella lantbruket och gått in mer för service- och turismverksamheter genom att exempelvis ha gårdsbutiker, olika sorters visningar, guidade turer osv.

Vad som karaktäriserar dem alla, trots att de kan verka olika, är att de betraktar arbetet och företaget som en livsstil. De personliga motiven är mycket starka. Det kan vara familjemotiv eller att man vill bo på en vacker plats med sin partner och sin familj (jfr Getz, Carlsen, & Morrison, 2004). Det kan handla om ett behov av att leva mer harmoniskt och hälsosamt. Ytterligare andra ser det som en ny, ibland sista, chans att göra något nytt och helt annat i livet. Att få utöva ett personligt intresse och kunna livnära sig på det är centralt.

Det är dock långt ifrån alla i vår studie som kan livnära sig på heltid på detta. Många har ett annat halvtidsarbete, eller har en partner med en stadig inkomst. Att pussla ihop olika halvtidsarbeten är en utmaning för många, men en del försöker förena olika sysslor. Någon har exempelvis en hästgård med turridning och är samtidigt journalist och skriver för hästtidningar. Att ha ett annat yrke vid sidan om fungerar som en ekonomisk livlina, men en del menar också att de gör det av identitetsskäl; man vill inte helt klippa banden med sitt ”gamla” liv och yrkesidentitet. Att kombinera olika försörjningskällor, men även att inom företaget ha olika slags verksamheter, lyfts också fram som strategier för att göra företagen hållbara. Företagarna berättar gärna om branschens tuffa ekonomiska och praktiska villkor, t.ex. säsonsberoendet, och nämner ofta exempel på företagare i deras närhet som tvingats lägga ner, när stödet från myndigheter och eventuella projekt- och utvecklingspengar löper ut.

Att vara en mångsysslare på landsbygden är knappast något nytt. Företagande som en livsform är snarare relativt vanligt i landsbygdens småskaliga servicenäring (Karlsson & Lönnbring, 2003) och mångsyssleri är ofta karaktäristiskt (Sjöholm 2002). Att verka i besöksnäringen är inte heller något nytt, utan landsbygdsturismen har en lång historia. Den urbana medelklassen har under lång tid funnit rekreation i landsbygdens hälsosamma omgivning, och tagit del av det som ibland uppfattas som ett mer äkta och enkelt liv. Vad som möjligen kan definieras som nytt inom dessa sektorer kommer vi att diskutera och argumentera för nedan. När vi skriver om livsstilsföretagandet som ett arbete i ett spänningsfält ser vi flera dimensioner: Det krävs ett ständigt navigerande mellan det personliga projektet och företagandets ekonomiska villkor, vilket är en speciell utmaning då livsstilen som sådan alltmer betraktas som attraktiv för andra att besöka. Då denna marknad dessutom tycks ha ett värde för att skapa attraktivitet för regioner, får enskilda entreprenörers personliga livsstil ett viktigt representativt och symboliskt värde.



Foto: Carina Sjöholm

DET PERSONLIGA SOM PRODUKT

Flera av de företagare som ingår i vår studie har hemsidor som lyfter fram det familjära och personliga. Ofta finns det en flik "Om oss" som berättar en personlig historia om värdparet eller familjen, hur "allt började" när de startade verksamheten, gårdens historia och namnen på katten, hunden och hästarna. Som gäst förväntas du träda in i inte enbart en plats som andra funnit attraktiv, utan också en gemenskap. Det småskaliga,

det historiska, och det familjära är på så vis värden som förväntas delas av både värdar och besökare, av producenter och konsumenter. Det personliga och gemenskapen är då inte enbart ett personligt värde. ”Att lära känna en bonde” som en av företagarna uttrycker det, är ett värde som också är gångbart på en marknad, och utgör både ett socialt och ekonomiskt värde.

Många värdpar betonar värdet av att umgås med sina gäster, men också önskan hos gästerna att vilja umgås med dem. Man både ser och upplever hur andra lever och arbetar och inspireras, åtminstone för stunden. En stor del av värdet förefaller vara att få träda in i andra människors arbetsvardag, och se hur de lyckas kombinera arbete med livsstil och boende (Andersson Cederholm, 2009).

Balansgången mellan den personliga och den ekonomiska sfären konkretiseras i hur företagarna berättar om sig själva, sin livsdröm, och relationer till gäster eller kunder. Det är berättelser som uttrycker en delikat spänning mellan närhet och distans, där vi urskilt följande teman: *Den förtätade gemenskapen, gränser i det gränslösa*, samt berättelser om ”rätt” och ”fel” kunder.

FÖRTÄTADE GEMENSKAPER

Många företagare lämnar karriärer och ett ”annat” liv och etableras sig på landsbygden för att starta en verksamhet i besöksnäringen. Eva och hennes man flyttade från Stockholm till Österlen i Skåne. Eva beskriver sin verksamhet som en mötesplats för besökare, men också för dem själva. Hon talar mycket om sitt förhållande till sin man och barnen och poängterar hur viktigt det är att de gör något gemensamt och att man har roligt tillsammans:

Det handlar om ett otroligt stort intresse och att man är två stycken som jobbar väldigt målinriktat tillsammans tror jag. Det är svårt att skaffa en gård där bara en jobbar tror jag. Vi har samma styrfart liksom tror jag. /---/ Det är något vi byggt upp tillsammans och det här är JÄTTEVIKTIGT för oss att driva tillsammans.

För Eva och hennes man är företagandet ett livsprojekt, eller som hon formulerar det, ett ”konstnärligt projekt”. De driver ett ekologiskt jordbruk, kafé, restaurang och boende-verksamhet, och verksamheten liknar på så vis det mångsyssleri som många lantbrukare ägnat sig åt. Men för den här familjen är det viktigt att markera att den verksamhet de driver inte är ett vanligt jordbruk, och de vill inte identifiera sig med ett mer traditionellt odlar- och lantbruksyrke. De betonar snarare att det är ett familjegemensamt projekt.

Andra berättar om processen då man som nyinflyttad företagare förankrar sig i en social gemenskap i bygden. Eller att man åtminstone har det som ambition, även om en del inflyttade berättar om svårigheter att förankra sig och lära känna folk på djupet. Men för många är företagandet ett sätt att befästa en familjerelation, med en partner, och också för eventuella barn.

Det är dock inte bara en gemenskap med partnern, familjen eller bygden som är viktig, utan även med besökare. Att umgås med gäster är ett viktigt motiv som flera informanter lyfter fram.

Intervjuare: Om man skulle beskriva den ideala besökaren, eller typen av besökare, hur skulle den vara?
Värd: Ja dom är ett par i vår ålder, och dom ska stanna i två nätter. Och dom ska titta på några sevärdheter som är just Österlen alltså, som vattenfall och så, och så äter dom gott, och så på kvällen bjuder vi dom på nånting och så sitter vi och pratar med dom och så skänker vi dom några tankar som är viktiga att ha med sig i livet (skratt)... jo också lånar dom en bok av oss och så åker dom hem. Nånting sånt (skratt) och så kommer dom igen. Det är ju också väldigt trevligt när dom kommer igen. Det är det. Ja. (Ägare till ett B&B)

Den ideala gästen för många är någon man kan umgås med, och de beskrivs ibland som vänner. Livsstilsföretagandet kan på så vis framstå som en gränslös tillvaro där den personliga sfären och företaget, livsprojektet och produkten, smälter ihop. Men även den gränslösa tillvaron tycks ha gränser, vilket vi återkommer till nedan.

ATT SÄTTA GRÄNSER I DET GRÄNSLÖSA

Flera företagare berättar om baksidan av det ”kommersiella hemmet”, dvs. att det egna hemmet och företaget finns på samma plats, och ibland till och med i samma byggnad. Att ständigt finnas till hands för gäster och kunder kan vara besvärande:

Ni har kanske sett muren därute. Jag ska visar er sen... för det har hänt ibland när man jobbat mycket att det blir lite för mycket ... Vi har gjort en mur på gården. Det var helt öppet där innan. Och där har vi en privat altan därbak. Och så ska jag plantera lite växter och så. Jag sitter mycket på altanen, när jag inte jobbar så, jag tycker om att gå upp på söndagar och sitta där. En dag... det var inte jag som skulle jobba den söndagen, men ... då kände jag att jag kunde inte gå ut och sätta mig på min egen altan, för då kom ju folk och ”Hej Katarina ...” och då kunde man ju inte bara säga att ”Jag jobbar faktiskt inte idag”, det går ju inte. (Katarina som driver hästgård och B&B)

När drömmen om det egna företaget blir verklighet kommer nya aspekter in, som detta att folk ringer hela tiden eller att det blir svårt att skilja mellan privat och offentligt. När verksamheten varit igång ett tag blev allt ringandet ett problem. Katarina i citatet ovan fortsätter sin berättelse.

Det kunde vara på lördagskvällen, när man satt med familjen och åt, och så ringer nån och säger att ”vi sitter här och pratar... och vi skulle vilja komma...” och det är ju jättetrevligt. Och i många år hade vi det så. Men så finns det en gräns, det ringer och så funderar man ”ska jag ta det eller ska jag inte ta det”. Det är inte bra. För då känner jag att, har jag inte energi och kan ladda, och möta folk, så blir det ju inte bra. Så därför har vi det hemliga, som bara våra föräldrar har.

Katarina har helt enkelt tvingats att sätta upp en fysisk mur för att skapa ett privat rum. Så småningom började de dessutom avgränsa det administrativa arbetet från hemmet till en annan del av gården för att just skilja arbetet från det privata. Både tid och rum

kan tyckas gränslös, men företagen i vår studie arbetar på olika sätt med att sätta gränser. Murar, häckar, telefontider och olika telefonnummer är konkreta, påtagliga medel. En mer subtil form av balansering mellan närhet och distans är etableringen av specifika sociala former för umgänge. Vi har diskuterat den förtätade gemenskapen med gäster som en viktig drivkraft, och flera företagare berättar om gäster som blir som deras vänner. Eller åtminstone ”nästan” som deras vänner. Hans och Lena som driver ett Bo på Lantgård uttrycker det så här:

Intervjuare: Har det hänt att ni blivit hembjudna också, att dom som har bott här bjuder hem er?

Lena: Väldigt ofta. Men det är inte ofta vi gör det. Vi har varit på ett femtio-årskalas...ja... och tyskarna... dom har bjudit oss flera gånger men vi har inte...

Hans: Men det blir ju inte nära vänner. Men de blir ju vänner, det blir dom. Men det är ju ytterst fåtal som är nära vänner. De flesta är ju vänner... om du förstår vad jag menar?

Lena: Sommarvänner kan man säga.

”Sommarvänner” är ett uttryck för en typ av vänskap som kan benämnas som tillfällig, inramad i tid och rum. Den kan vara tät i stunden, men det finns inte löften om en fortsättning, även om normer kring reciprocitet ofta får gäster att vilja bjuda tillbaka. Men, som Lena uttrycker det: ”Dom har bjudit oss flera gånger men vi har inte...”. De har inte besökt dem, men inbjudan har funnits där. I det här sammanhanget kan ”sommarvänner” betraktas som en form av ”kommersiell vänskap”, en social form som liknar den konventionella vänskapen men har på grund av sin kommersiella inramning inte samma krav på reciprocitet som en mer konventionell vänskapsform (Andersson Cederholm & Hultman, 2010; Lashley & Morrison, 2003; Price & Arnould, 1999).

Idealen om förtätad gemenskap artikuleras som viktiga ideal i företagens berättelser, och skapar en bild av en gränslös tillvaro där arbete, hem, personlig livsstil och företagande smälter ihop. Det finns emellertid ett aktivt gränsarbete, som kan ta mer eller mindre konkreta uttrycksformer. Det kan vara via murar eller specifika hybrida umgängesformer som kommersiell vänskap.

”RÄTT” OCH ”FEL” KUNDER

”Sommarvänner” eller ”en mötesplats för alla” är uttryck för den närhet företagen ovan önskar med sina vänner och kunder. Och de flesta har positiva berättelser om kunder, även om det förekommer en och annan missnöjd kund som kanske inte uppskattar den familjära atmosfär som de vill förmedla, eller på annat sätt är missnöjd. Eftersom produkten är personlig, och att den i stora delar består av värdparets egen livsstil och personliga sfär, blir dock den lilla procent av missnöjda kunder ofta en källa till stor besvikelse och berättelser som ”99 % av alla gäster är trevliga men vi hade en gång, för några år sen, några gäster som...” är väl memorerade och tycks berättade många gånger. Det finns emellertid en annan typ av ”fel” kunder, som inte nödvändigtvis är missnöjda men som inte passar in stilen, eller snarare den typ av livsstilsmarknad som de hör företagen verka i. Eva uttrycker det så här:

Ja men det är dom som ser och respekterar. Och så vill man inte ha dom som kommer och tycker att man är bara till för dom. För att dom ska konsumera. För då ser ju inte dom... ”vad ska jag titta på här då?” och kan man inte se det själv, ja då går det liksom inte.

Den ”konsumistiska” attityden vill man inte ha, de som roffar åt sig, men inte heller de som är för distanserade, som inte är intresserade av deras personliga produkt. Margareta, som driver ett B&B och har målarkurser, beskriver det så här:

Jag vill ju sälja mig på det vi kan erbjuda och inte på det som ger flest gäster. Det är nån som sa ”tyska affärsmän där är pengar att tjäna” och nej tänkte jag, jag vill inte ha hit tyska affärsmän, det är inte den gruppen jag vill ha. Det ska vara dom som vill komma och vara här. Och gärna dom som vill ut i naturen.

Matchningsprocessen, dvs. att hitta rätt kunder, är en utmaning i sig. Det finns de kunder som inte passar in, därför att de är alltför ”kommersiella” och inte förstår eller uppskattar den personliga, familjära servicen eller den speciella unika produkt man har. Antingen kan de vara som ”affärsmännen” som inte vill ha någon interaktion och kanske inte har ett intresse av att bli hembjuden på middag till värdparet, eller de som inte respekterar värdparets önskan att ”bjuda på sig själva” som de ofta uttrycker det.

Vi har också en annan sorts kunder som nämns i intervjuerna. De är visserligen kunniga, och ”rätt” i den bemärkelsen att de är som producenterna själva, och uppskattar produkten. Men de ser inte att det är just en produkt och är inte beredda att betala för den, dvs. det är kunder som inte förstår det kommersiella värdet:

Det är det som är det absurda, att vi, vi har sagt att vi, vi är en privat trädgård som vi visar upp. Det är liksom vår privata trädgård som inte är, inga asfalterade gångar och inte massor med skyltar och det är liksom inte anpassat för turisterna egentligen. Vårt budskap, vårt sätt att sälja in det är: ”titta på den här fantastiska trädgården, den här privata fantastiska trädgården, men sen får du även betala för det”. För den drivs kommersiellt, den drivs för vårt levebröd. Och det kan inte folk acceptera. (Lars som driver visningsträdgård)

De alltför kommersiella kunderna, och de kunder som inte alls ser det kommersiella värdet i den unika, personliga produkten, framstår som avvikare på livsstilsmarknaden. De passar inte in i det delikata balansarbetet mellan det personliga och det kommersiella, utan tippar över för mycket åt antingen det alltför kommersiella, eller det alltför icke-kommersiella hållet.

ATT NAVIGERA I SPÄNNINGSFÄLT

Att vara en livsstilsentreprenör är ett livsprojekt för många, och handlar därmed mycket om personlig identitet. Samtidigt vill man dela med sig av denna livsstil till andra människor. Det ger ett personligt värde och viljan att umgås med andra människor via sitt företag är ett viktigt motiv för att överhuvudtaget starta en verksamhet. Ibland finns det också en samtidskritisk och pedagogisk underton, att man vill att andra människor ska förstå värdet av t.ex. ekologisk odling eller att stressa av på landsbygden. Samtidigt



Foto: Carina Sjöholm

försöker livsstilsföretagaren försörja sig på attraktionsvärdet av sin egen livsstil. Deras egna livsdrömmar blir på så vis också en produkt. Att både leva sin dröm, och att bjuda in andra människor att ta del av denna dröm, blir därför föremål för förhandlingar och gränsarbete. När det egna livsprojektet dessutom ska mer aktivt saluföras och kunder ska lockas, kan utmaningarna bli ännu större. Hur ska man då förhålla sig till att den egna drömmen, att det egna individuella projektet, är del av en marknad? För företagaren gäller att navigera i spänningsfältet mellan just den personliga drömmen och drömmen som produkt för den egna drömmen får inte bli för kommersiell, för då finns risken att man säljer sig. Den balansgången talar flera av småföretagarna om.

Den ständigt pågående balanseringen tar sig uttryck i en delikat spänning mellan närhet och distans till kunder. En förtätad gemenskap med både partner och familj är viktigt, men också med gäster eller kunder. Samtidigt sker ett ständigt gränsarbete. Vi har visat exempel på hur man arbetar för att dra upp gränser mellan det privata och det offentliga, i både fysisk påtaglig bemärkelse, och mer subtilt, genom balanserande interaktionsformer som ”kommersiell vänskap”. Att typifiera ”rätt” och ”fel” kunder är ytterligare en praktik där normer och ideal synliggörs: Man vill ha kunder som har kunskap att värdera den produkt man erbjuder, och som är beredda att betala för den, samtidigt ska det kommersiella värdet av produkten underbetonas så att det inte framstår som kommersiellt på fel sätt. Det är i detta balanserande som livsstilsprodukten tar form och gradvis

etableras på en livsstilsmarknad, då värdet av det personliga, nära och familjära – med företagarna själva och deras sätt att leva och arbeta – artikuleras som ett upplevelsevärde med ekonomisk potential.

Vi nämnde inledningsvis hur landsbygdens entreprenörer har fått en förstärkt roll i den politiska retoriken. Det ställs, åtminstone retoriskt, nya förväntningar på landsbygdens småföretagare, och intresset har riktats allt mer mot turismen. Lokala aktörer förväntas sysselsätta inte bara sig själva på heltid, utan även andra. I vår studie blir diskrepansen mellan idealbilden av småföretagsamhet och den faktiska verklighet där ekonomin ytterst sällan går ihop mycket tydlig. Många kan bara ägna en del av sin tillvaro åt denna näring eftersom det sällan fungerar ur försörjningsaspekt. För att försörja sig måste de ta en massa andra arbeten, eller ha en partner med solid inkomst.

Det finns också förväntningar om att verksamheten ska locka besökare, inte sällan i syfte att någon enstaka så småningom kan komma att bosätta sig på platsen eller åtminstone återkomma som besökare (jfr Sjöholm 2011). Turismbranschens företagare ska erbjuda en väl genomtänkt upplevelse och det ställs stora förhoppningar till vad olika sorters upplevelseprodukter ska leda till och därmed vad småföretagare inom dessa sektorer förväntas leva upp till. Inte sällan förväntas t.ex. de upplevelser som erbjuds vara hälsofrämjande vilket också bekräftas av en växande litteratur på området (Bjursell & Vahlne Westerhäll, 2008; *Kultur på recept*, 2011).

Företagarna får personifiera regionens attraktivitet. De blir ett slags regionernas skyltfönster; i synnerhet när värdet av entreprenörskap betonas, och landsbygdens servicenäringar inom turism och kulturella och kreativa näringar lyfts fram som näringar med potential. Vi anar en bitterhet hos en del av företagarna över att det arbete de lägger ner inte förvaltas bättre av exempelvis kommunerna. Inställningen till livsstilsföretagarnas betydelse för en region rent turistiskt har visserligen förändrats de senaste decennierna. Några av entreprenörerna berättar att de för bara ett decennium sedan inte hade kommunernas stöd i sina satsningar. Flera av dem talar om att de är ”ansiktet utåt här, det är vi verkligen, men lik förbannat är det så svårt liksom att nå fram”. De tycker inte de får uppskattning varken av politikerna eller kommunens tjänstemän. Flera av dem kan betraktas som relativt framgångsrika medialt, även om de själva betonar att de har svårt att ekonomiskt leva på sin verksamhet. De förekommer i livsstilsmagasin och tv-program, blir inbjudna som föreläsare och får på olika sätt illustrera det goda exemplet på det goda livet. Där ser vi en förändring i hur regionerna marknadsför sig via dessa företagare. Några berättar hur de under 1980-talet inte betraktades som seriösa när de riktade sig till turister och besöksnäringen. ”En redig bonde hade minsann grisar och inte turister eller gårdsbutiker eller något sånt”, formulerar en företagare det. Det är uppenbart är att det ställs stora förhoppningar till vad olika sorters verksamheter ska leda till och därmed vad småföretagare inom dessa branscher förväntas leva upp till. Nu räcker det alltså inte med att ”bara” vara bonde.

Politiska satsningar på småskaligt entreprenörskap som ett led i landsbygdsutveckling går hand i hand med ett generellt intresse för landsbygden som konsumtionsfär och arena för rekreation och turism. Att navigera i ett spänningsfält handlar således inte bara om situationsbunden balansering mellan en intim, personlig sfär å en sidan, och en marknad å andra sidan. Det är också ett ständigt pågående arbete att ställa kursen i ett samhälleligt och politiskt fält där det goda livets ekonomiska och samhälleliga värde förhandlas och där landsbygdens entreprenörer tillskrivs ett starkt symboliskt värde.

REFERENSER

- Andersson Cederholm, Erika 2009: "Art as a 'thing-in-between': Negotiating boundaries and values in an art circuit event". *Tourist Studies*, 9(1), 42-59.
- Andersson Cederholm, Erika, & Hultman, Johan 2010: "The Value of Intimacy - Negotiating Commercial Relationships in Lifestyle Entrepreneurship". *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 10(1), 16-32.
- Andersson Cederholm, Erika, & Sjöholm, Carina 2014: "Att leva och sälja sin dröm - livsstilsföretagaren mellan familjeliv, marknad och politisk retorik". *Sociologisk Forskning*, 50(2), 33-52.
- Ateljevic, Irena, & Doorne, Stephan 2000: "Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 378-392.
- Bjursell, Gunnar & Vahlne Westerhäll, Lotta 2008: *Kulturen och hälsan: essäer om sambandet mellan kulturens ytringar och hälsans tillstånd*. Stockholm: Santérus.
- Getz, Donald, Carlsen, Jack, & Morrison, Alison 2004: *The family business in tourism and hospitality*. Wallingford: CABI Publishing.
- Hoey, Brian A 2010: "Place for Personhood: Individual and Local Character in Lifestyle Migration". *City & Society*, 22(2), 237-261.
- Karlsson, Sven-Erik & Lönnbring, Gunilla 2003: "Turismföretagarens livsstil och livsform". I: Larson, Mia (red.), *Svensk turismforskning - en tvärvetenskaplig antologi om turister, turistdestinationer och turismorganisationer*. Östersund: ETOUR European Tourism Research Institute.
- Kultur på recept* 2011: Region Skåne.
- Kusenbach, Margarethe 2003: "Street Phenomenology: The Go-Along as Ethnographic Research Tool". *Ethnography*, 4(3), 455-485.
- Lashley, Conrad, & Morrison, Alison 2003: "Hospitality as a 'commercial friendship'", *The Hospitality Review*. 5(4), 31-36.
- Price, Linda L & Arnould, Eric J 1999: "Commercial friendships: Service provider-client relationships in context", *Journal of Marketing*. 63(4), 38-56.
- Regeringskansliet 2012: *Landsbygdsprogrammet för Sverige 2007-2013*. Stockholm: <http://www.regeringen.se>.
- Sjöholm, Carina 2002: *Moderna skärgårdsbor i gammal kultur*. Uddevalla/Lund: Bohusläns museums förlag.
- Sjöholm, Carina 2011: *Litterära resor. Turism i spåren efter böcker, filmer och författare*. Göteborg: Makadam förlag.

NOTER

1. Artikeln bygger på material som samlats in inom två forskningsprojekt: ”Den kommersiella vänskapens pris – sociala förhandlingar om värde upplevelseekonomin” (finansierat av Vetenskapsrådet) och ”Hästgården – Mellan familjeprosjekt och livsstilsföretag” (finansierat av Stiftelsen Hästforskning). Materialet och infallsvinklarna diskuteras i en längre artikel i *Sociologisk Forskning* årgång 50, nr 2, 2014, s. 33–52.

BILDMATERIAL

Fotografier på sida 43 från www.freeimages.com



Katja Lindqvist

Kultur och stadsutveckling

INTEGRATION ELLER SEPARATION?

Kultur och kreativa verksamheter lyfts idag av politiker och offentlighet alltmer fram som viktiga för utveckling av städer och regioner. Utifrån forskning om *new urban politics* och den kreativa stadens politik kommer i denna artikel förvaltningen av kulturområdet relateras till stadsutveckling i Helsingborg och Helsingörs kommuner. Studien utgår från följande frågor: Hur relaterar kulturområdet till stadsutveckling förvaltningsmässigt? Vilken betydelse har förvaltningsstrukturen för offentliga kulturorganisationers relation till stadsutvecklingspolitik? Vilka är möjliga orsaker till nuvarande roll för kulturen i dessa städers utveckling? Artikeln bygger på intervjuer och offentliga kommunala dokument rörande förvaltningsstrukturen i de båda städerna. Studien visar på en vertikalt och funktionellt separerad förvaltning i Helsingborg medan Helsingör har en horisontellt och funktionellt integrerad förvaltning. Vidare visar studien att kulturen är viktigare för stadsutveckling i en stad där traditionella ekonomiska modeller för stadsutveckling har begränsad tillämpning. Artikeln lyfter också fram att olika typer av samhällsaktörer i Danmark uppfattas som mer direkt involverade i politik och stadsutveckling än i Sverige. Skillnader i städernas ekonomiska utveckling samt politiska kultur föreslås som förklaringar till skillnader i relationen mellan stadsutveckling och kulturområdet i den kommunala förvaltningen.

STADSUTVECKLING

Kommunal och regional utvecklingspolitik handlar om att förbättra möjligheterna för ekonomisk utveckling och därigenom goda samhällstjänster. Utvecklingspolitik operationaliseras ofta i satsningar på näringsstruktur, företagande, befolkningsökning, sociala förutsättningar, utbildning och miljö (Fjertorp 2012; SCB 2005). Indikatorer för regional

utveckling är ofta innovation och förnyelse, kompetensförsörjning och arbetskraftsutbud, tillgänglighet och miljö (ITPS 2008). Stadsutveckling är ofta en uppgift av strategisk art i kommuner och har utvecklats för att säkra långsiktig hållbarhet i kommunala samhällstjänster. Kommunal utveckling är då ett redskap för att utifrån politiska ambitioner skapa bästa möjliga villkor för att uppnå politiska mål. Detta har medfört att nya politiska och förvaltningsmässiga funktioner kommit att etableras (såsom just utvecklingsenheter) och samarbeten mellan olika förvaltningar inom kommuner efterfrågas allt mer som ett sätt att bättre möta nya komplexa utmaningar. Stadsutveckling som politiskt strategiområde har de senaste decennierna inriktats på att underlätta företagsetableringar och skapa en positiv image för staden och den sociala ingenjörskonsten är inte längre ett ideal (Broms Wessel et al. 2005; Frank 2005; Dannestam 2009).

New urban politics är ett begrepp som omfattar denna typ av stadsutvecklingspolitik syftande till att höja en stads attraktivitet, bland annat genom omvandling av tidigare industriella områden (gärna i direkt anslutning till vatten) till bostads- och fritidsområden och genom uppmuntran och stöd av företagande. För att skapa attraktivitet i sådana områden innehåller stadsutvecklingsprojekt i allmänhet förtätning av staden genom bostadsbyggande nära kommunikationsvägar, samt tillgång till detaljhandel och service, realiserade med kommersiella intressen som bärande element (MacLeod 2011; Krueger och Buckingham 2012; Scott 2014). Nära förknippat med den mer generella stadsutvecklingsstrategin *new urban politics* är den kreativa stadens strategi, mest känd genom Richard Floridas publikationer, som lite mer ingående redovisas senare i texten (Florida 2002, 2005; Landry och Bianchini 1995). Begreppet har dock kommit att förknippas med flera olika modeller för stadsutveckling relaterad till kulturella och kreativa verksamheter. Ett vanligt sätt att integrera kultur i *new urban politics* är att använda det för att skapa attraktivitet hos platser i staden, och genom att marknadsföring av stadens kulturutbud och kulturarv gentemot besökare (Garcia 2004; Scott 2014). I många städer har man också förnyat gamla industriområden genom att skapa utrymme för kulturella verksamheter, så kallad *culture-led urban regeneration* (Garcia 2004). Sådana stadsutvecklingsprojekt har ofta resulterat i regelrätta *cultural quarters* (Montgomery 2003; Roodhouse 2010). Här närmar sig stadsutvecklingspolitiken tydligt kulturpolitikens område, och är en utveckling vi ser också i Norden. Lorentzen (2013) har visat att danska kommuner i och med kommunreformen 2007 som resulterade i färre och större kommuner fått ett större ansvar för nya politikområden som kultur jämfört med tidigare. Hon pekar också på att nyliberala idéer fått större utrymme i kommunal utvecklingspolitik under det senaste decenniet, då kommuner uppfattar sig som ansvariga för sin egen utveckling. Det kan ge upphov till att kommunal kulturpolitik närmar sig stadsutvecklingspolitiken.

Kulturpolitik är kortfattat det offentliga mål och syfte med att stötta (vissa typer av) kultur. Kultur kan beskrivas som knutet till samhällets och invånarnas välfärd, och är därför central i välfärdsstatens (och -stadens) politik. Kulturförvaltning i sin tur handlar om hur strukturer inom kulturområdet som ägs eller stöds av det offentliga administreras för att på mest effektiva sätt uppnå angivna (politiska) mål. Kulturpolitik är ett andra

generationens politikområde, som formades under välfärdsstatens konsolideringstid, och kännetecknas av nationell samordning och stabil förankring inom den offentliga sfären (Montin och Hedlund 2009). Stadsutveckling och kommunutveckling kan å andra sidan sägas höra till tredje generationens politikområde, som har uppkommit och formats av förändringar i samhället knutna till globalisering och internationella problem. Kännetecknande för tredje generationens politikområden är att inom dessa är politiska organ en bland flera aktörer som påverkar utvecklingen. Förvaltningen av tredje generationens politikområden som stadsutveckling kan avvika från förvaltningen av andra generationens politikområden för att skapa en flexibilitet som inte finns inom äldre politikområden. Samtidigt kan en mer komplex förvaltning medföra interna spänningar horisontellt och vertikalt, eftersom olika områden av förvaltningen fungerar på olika sätt. Detta kan i sin tur skapa ytterligare behov av omorganisering av förvaltningsstrukturen. Bækgaard (2011) har exempelvis i en studie av hur förvaltningen i danska kommuner efter kommunreformen 2007, där kommunerna blev större och färre till antalet, resulterat i att många kommuner infört en sektorsövergripande förvaltningsorganisation för att öka kommunikationen mellan politiker och förvaltningsledning.

FORSKNING OM KULTUR I STADSUTVECKLING

Den begränsade forskning som gjorts om kulturpolitikens relation till stadsutvecklingspolitik tycks driven av policybehov, som i EU:s arbete med EU-övergripande kunskaps-generering och -överföring (Eckardt 2005; Markusen och Gadwa 2010; Kovacs 2011). Trip och Romein (2013) menar att mycket av den kreativa stadens politik som utövas i praktiken inte är särskilt förankrad i teoretiska modeller av densamma, utan är endast ytligt kopplad till tankar om stärkt konkurrenskraft genom stimulans av kulturella och kreativa verksamheter. De menar också att denna politik, som i grunden är ekonomisk, kräver en integrerad ansats, och inte enbart kan lämnas åt kultur- eller näringslivsförvaltningar, eftersom området omfattar utvecklingspolitik liksom socialpolitik, men också kultur och fritid, stadsplanering, bostadspolitik och den övergripande politiska kulturen i en stad. Navarro och Clark (2012) visar att lokal kulturpolitik i praktiken ofta inte går att placera på en skala mellan tillväxt- och välfärdsorienterad politik, utan verkar över hela skalan. Enligt Grodach och Loukaitou-Sideris (2007) anger kommuner i USA att kulturen i första hand bidrar till att övergripande höja livskvaliteten i staden, och i mindre grad bidrar till direkta ekonomiska fördelar. Samtidigt finns en tydlig normativ inriktning på ekonomisk tillväxt (Pike et al. 2006).

En av få modeller för utvecklingen av europeiska städers kulturpolitik är Dorte Skot-Hansens (2005) modell över kulturpolitikens fyra olika faser och inriktningar; ”rationales in urban cultural policy” (Skot-Hansen 2005: 33). Modellen är en sammanfattning av en historisk utveckling där kulturpolitik kommit att med tiden bli allt mer omfattande i termer av typer av politiska mål att uppfylla. De fyra inriktningarna och typen av målsättningar är för det första upplysningstanken, att kultur gör invånare till bättre samhällsmedborgare genom bildning. För det andra handlar det om empowerment,

egenmakt. Den tredje typen av målsättning och inriktning är ekonomiska externaliteter (effekter), och den fjärde och sista typen underhållningsvärdet av kultur. Skot-Hansens modell är mer av en idealtypisk sort än en som enkelt kan användas för empiriska analyser. Dock visar den hur kulturpolitik idag är mångdimensionell och omfattar flera olika men inte nödvändigtvis varandra exkluderande målsättningar som upplysnings och egenmakt likaväl som ekonomiska externaliteter och underhållning. Frågan är om dessa ökande och mer disparata målsättningar påverkar kulturområdets förvaltning och styrning.

Carl Grodach (2013) har identifierat fem olika politiska perspektiv på kulturen som ett ekonomiskt system och funktion i städer, och fem motsvarande politiska utvecklingsstrategier. Dessa är för det första traditionell ekonomisk planering och stadsutveckling, för det andra den kreativa stadens politik, för det tredje en utvecklingsstrategi som fokuserar på kulturella och kreativa näringar, för det fjärde en som fokuserar på villkoren för konstnärliga yrkesgrupper samt för det femte cultural planning-strategin. Flera olika perspektiv kan enligt Grodach identifieras i en enskild stads utvecklingspolitik med relevans för kulturområdet, och exkluderar alltså inte varandra. Den traditionella ekonomiska utvecklingsmodellen fokuserar på en politik som gör staden attraktiv för näringslivet i stort, och fokuserar på att attrahera företag genom goda ekonomiska förutsättningar för etablering på orten, och inkluderar inte kulturella och kreativa verksamheter. Den kreativa stadens politiska perspektiv är baserat på Richard Floridas (2002, 2005) tankar om att städer behöver attrahera specialiserad och högutbildad arbetskraft, och skapa miljöer där denna kreativa klass vill bo. Denna utvecklingsmodell fokuserar på attraktiva stadsmiljöer med ett varierande kulturutbud som tillfredsställer den kreativa klassens preferenser. Kulturella och kreativa näringar-perspektivet fokuserar på att stärka möjligheterna för klusterbildning inom kreativa och kulturella näringar, och motsvarande utvecklingsmodell syftar till att stärka stödstrukturer för denna typ av företag och underlätta deras verksamhet. Villkor för konstnärliga grupper-perspektivet fokuserar på behoven hos professionella grupper inom det kulturella och kreativa området, särskilt inom traditionella kulturformer. En sådan utvecklingsmodell fokuserar på att ge konstnärliga yrkesgrupper, som ofta har begränsade ekonomiska resurser, möjligheter att verka i staden. Cultural planning-perspektivet, slutligen, fokuserar på den kultur som bedrivs i olika delar av en stad, ofta i informella strukturer och på icke-professionell basis. En utvecklingsmodell med detta perspektiv kartlägger och stödjer lokala kulturuttryck som en viktig del av stadsdelsutveckling och -förstärkning.

Denna kategorisering är begränsad som analys av kulturens roll i en stad, särskilt i en europeisk kontext, eftersom den inte omfattar det kulturpolitiska området. Det finns alltså en mängd olika perspektiv utifrån vilka vi kan närma oss frågan om hur kulturområdets förvaltning (som ett andra generationens politikområde), förhåller sig till organiseringen av stadsutvecklingspolitik (som ett tredje generationens politikområde). Det finns historiska strukturella och ekonomiska faktorer som påverkar dagens organisering av kommunal förvaltning och utvecklingspolitik, och därför diskuteras de två studerade städernas sätt att organisera kultur och stadsutveckling också utifrån ekonomisk-historiskt och kulturellt

perspektiv. Efter en presentation av Helsingborg och Helsingör utifrån organisering av kulturförvaltning och stadsutveckling kommer vi att återkomma till dessa.



Bearbetat flygfoto från Stadsbyggnadsförvaltningen, Helsingborg

TVÅ SIDOR AV ÖRESUND: HELSINGBORG OCH HELSINGÖR

Helsingborg och Helsingör är två städer som historiskt haft och fortsätter att ha nära kontakt och utbyte med varandra. De ligger geografiskt mycket nära varandra, samtidigt som de befinner sig i två olika skandinaviska länder. Städerna har dessutom en vision om att vara en sammanbunden stad 2035. Visionen om en sammanbunden stad bygger på de båda stadsledningarnas uppfattning att bättre kommunikationer är avgörande för att Helsingborg och Helsingör ska kunna konkurrera med Köpenhamn-Malmöregionen som attraktiva städer för verksamheter och boende. I detta sammanhang blir det intressant att se hur kultur relaterar till stadsutveckling i båda städerna ur ett förvaltningsperspektiv. Först kommer de två städernas olika förvaltningsstrukturer inom kultur- respektive stadsutvecklingsområdet beskrivas, och vad det får för konsekvenser för kulturen respektive stadsutvecklingen. Därefter kommer faktorer som är liknande men också olika i de båda städerna att lyftas fram.

HELSINGBORG

I Helsingborg har majoriteten i kommunfullmäktige växlat mellan socialdemokrater och moderater relativt regelbundet de senaste decennierna. Hösten 2014 leds Helsingborgs stad av en koalition med lika stor moderat och socialdemokratisk representation. Stadens förvaltning är sektorsindelad. Kulturnämnden är den folkvalda församling som anger prioriteringar och mål för kulturen, och kulturförvaltningen, ledd av en chef ansvarar för dess implementering. Under kulturförvaltningen sorterar de olika kulturinstitutionerna som avdelningar, förutom konserthuset och stadsteatern vars verksamheter bedrivs i aktiebolagsform. Detta innebär att institutionschefer rapporterar till kulturförvaltningens chef. Frågor rörande turism sorterar under stadsdirektören på stadsledningsförvaltningen, som verkar direkt under kommunstyrelsen, liksom frågor rörande strategisk samhällsplanering och näringsliv. Frågor om näringsliv, marknadsföring, turism och evenemang har fram till 2014 beslutats om på stadsledningsförvaltningen, medan beslut om kulturorganisationernas mål och organisering samt bidrag till kulturverksamheter genomförts av kulturförvaltningen. Familjen Helsingborg är den enhet inom Helsingborgs stad som arbetar konkret med attraktivitet inom både turism och näringslivsaktiviteter. Detta samarbete har de senaste åren koordinerats från stadsledningsförvaltningen, där turistbyrån, en evenemangs- och mötesenhet och näringslivsstöd samsats. Evenemangsenheten på kommunen har haft i uppdrag att marknadsföra staden som evenemangs- och mötesstad. Man samarbetar också med övriga kommuner i Nordvästra Skåne (utom Landskrona) kring dessa frågor inom Familjen Helsingborg. 2014 beslutade kommunen att bilda ett nytt bolag, Helsingborg Arena och Scen AB, som samlar de scen- och evenemangsverksamheter som ägs av staden.

HELSINGÖR

I Helsingör är högsta beslutande organ byrådet. Det konservativa folkeparti är i majoritet i byrådet 2014, medan socialdemokraterna är näst största parti. Under byrådet finns sju politiska *udvalg* (nämnder). I samband med en nationell kommunreform i Danmark 2007, där antalet kommuner minskades, omorganiserade Helsingörs stad sin förvaltning. Själva Helsingörs kommun blev, i motsats till de flesta andra danska kommuner, inte större i samband med reformen. Man frångick då en traditionell sektoriell förvaltningsindelning och skapade en integrerad modell; en koncentrisk eller sektorsövergripande förvaltningsstruktur med inspiration från näringslivet (jfr Bækgaard 2011), där en *direktion* utgör högsta ledningen, medan fyra *fællescentre* och åtta *fagcentre* utgör en koordinerande förvaltningsdel gentemot åtta *serviceenheder*, på kulturområdet i form av bibliotek, museer, idrottsanläggningar med mera. Förvaltningen leds av en direktion, som består av en kommunaldirektör och tre ytterligare direktörer, som har kontakt med byrådet respektive med två olika udvalg. På den förvaltningsmässiga nivån under direktionen finns elva centra, som lyder under en av direktörerna, och som har tät kontakt med den operativa nivån i kommunen, bland annat Kulturvaerftet och andra kommunala kulturorganisationer. Udvalget för kultur och turism samt udvalget för barn och utbildning överlåter åt en direktör att genomföra beslut i fyra centra:



Området Kulturhavnen i Helsingør. Området ligger nordost om stadens centrum, som delvis syns i bildens övre vänstra hörn. Foto: Helsingør kommune

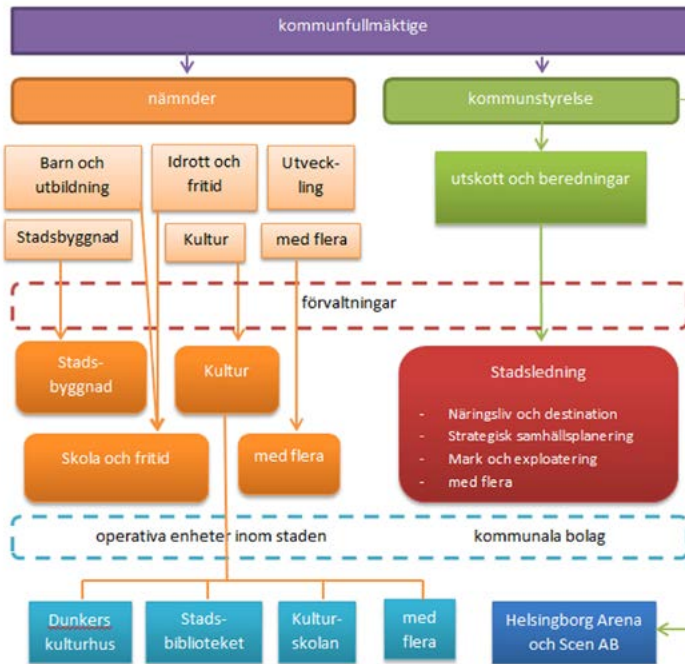
Kultur, idrott och stadsutveckling, Barn, unga och familjer, Dagtilbud och skola, samt Egendom. Förvaltningscentret Center for Kultur, Idræt og Byudvikling ansvarar för kommunens vision och strategi, kultur inklusive kulturinstitutioner, turism, stadsplanering, analyser (bland annat befolkningsprognoser), Öresundssamarbete inklusive Helsingør-Helsingborg-samarbete, Agenda 21, boendepolitik och idrott.

Helsingørs kommun tillsammans med detaljhandelsföreningen, företags- och industriföreningen, kulturföreningen och turistföreningen i staden ägt och drivit aktiebolaget Vækst og Viden, med syfte att underlätta kommunikation mellan beslutsfattare i staden och därmed främja kommunens utveckling. Detta företag har 2014 avvecklats och ersatts av en förening, Business & Event Elsinore, som mer fokuserat kommer att arbeta med att attrahera event till staden. De olika kulturorganisationerna arbetar dessutom genom Kulturhavn Kronborg systematiskt med att försöka skapa temporära kreativa miljöer som lockar både utövare och publik från andra orter till staden.

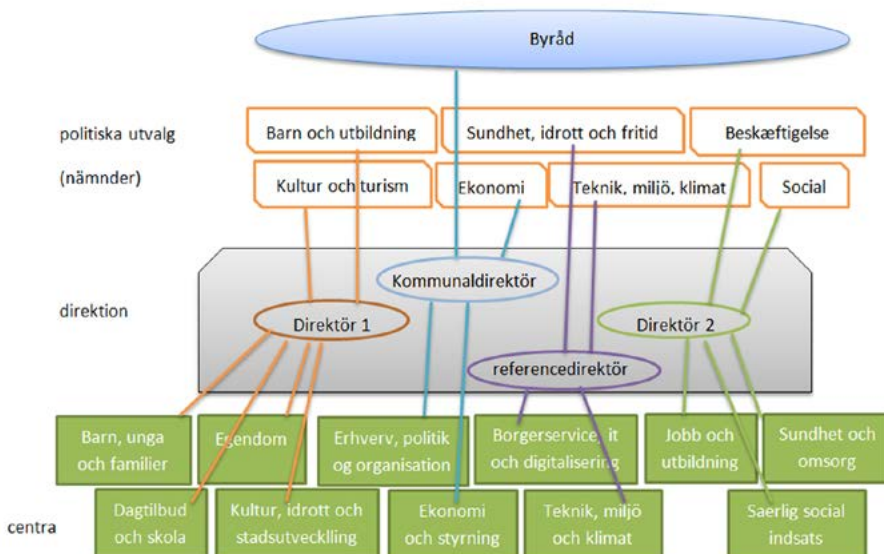
RELATIONEN MELLAN KULTUROMRÅDETS FÖRVALTNINGSSTRUKTUR OCH STADSUTVECKLINGSPOLITIK

Inledningsvis får konstateras att det finns stora likheter i arbetet med kulturutbud och stadsutveckling i de båda städerna. I både Helsingborg och Helsingør är kultur enligt kommunen till både för invånarnas välfärd och för att skapa intresse för staden som destination och plats för näringsverksamhet. Båda städerna har visioner och långsiktig

HELSINGBORGS FÖRVALTNINGSSTRUKTUR



HELSINGÖRS FÖRVALTNINGSSTRUKTUR



Jämförelse mellan förvaltningsstrukturen i Helsingør och Helsingborg 2014.
Källor: officiella organisationsscheman på kommunernas hemsidor.

utveckling där kulturen har en given plats, och båda städerna arbetar med mål knutna till visionen, och följer upp utvecklingen i staden med ett balanserat styrkort. Man arbetar i båda städerna med att stimulera mer användning av kultur och ökad tillgänglighet till offentligt tillhandahållen kultur, samtidigt som man arbetar för att marknadsföra den kultur som finns både gentemot befolkningen som gentemot besökare.

GEMENSAMMA ASPEKTER HOS HELSINGBORG OCH HELSINGÖR UR KULTURFÖRVALTNINGS- OCH STADSUTVECKLINGSPERSPEKTIV
"Lillebrors"-städer, mindre städer i periferin av regional/nationell huvudstad som samtidigt är större än andra omgivande orter.
Samtliga fyra dimensioner i Skot-Hansens modell över urban kulturpolitik är grunden för stadens kulturutbud
Samtliga av Grodachs fem olika politiska perspektiv på kultur som ekonomiskt system och funktion finns representerade i någon mån i båda städernas utvecklingspolitik
Minskad detaljhandel i stadskärnan har lett till nya behov av upplevelser i stadsmiljön
Nystartade evenemangsstimulerande kommunala organisationer i båda städerna

De politiska strategierna är dock olika. Helsingör har mindre traditionellt ekonomiskt fokus i sin utvecklingspolitik jämfört med Helsingborg. Båda städerna arbetar med att attrahera besökare genom större fokus på turism. Något som är påtagligt för båda städerna är detaljhandels utflyttning från stadskärnan till periferier. Denna utveckling skapar ett behov av att erbjuda andra upplevelser i stadskärnan, och att samtidigt försöka behålla kommersiell verksamhet i stadskärnan för att skapa liv i centrum. Båda städerna spenderar i förhållande till andra kommuner i respektive land relativt mycket per capita på kultur. Båda städerna befinner sig på en knapp timmes avstånd från regionens respektive landets huvudstad. De båda städerna är samtidigt själva huvudort i sina respektive områden, och utgör inte bara förorter till huvudstäderna. Detta gör att båda städerna medvetet arbetar med attraktivitet i förhållande till en större stad med större attraktionskraft.

Kulturen är i Helsingör mer direkt sammanknuten med stadsutveckling, och förvaltningen följer politikens målsättningar om direkt samarbete och utveckling av stadens visioner mellan kulturens och turismsektorns företrädare. I Helsingborg är kulturen inte lika direkt knuten till den politik som berör stadsutveckling, vilket speglas i förvaltningsorganisationen. Den kulturella infrastrukturen är betydligt äldre i Helsingborg än i Helsingör, som först i och med den nya förvaltningsstrukturen har fått även en ny kulturell och besöksrelaterad infrastruktur genom Kulturværftet och Kulturhavn

Kronborg på plats. I Helsingborg har man valt att knyta samman det nyare området utveckling med turism och näringslivsområdena i stället för med kultur, som är ett politikområde som funnits längre och som, kanske, fortfarande främst ses som ett politikområde som relaterar till välfärd och kommunala tjänster snarare än till tillväxt.

Vid jämförelse är det tydligt att kulturen i dagligt arbete liksom i strategisk planering i Helsingör har ett direkt krav på sig att samverka till attraktivitet både för invånare och besökare i Helsingör, genom att de organisatoriskt styrs av en enhet där både kultur och turism ingår, och den direktör i direktionen som har huvudansvar för kulturfrågor även har huvudansvar för stadsutveckling och turism. I det danska systemet så innebär den mindre organisationen genom ett direktorat med ett fåtal personer som nod mellan politiker och förvaltningar mer direkt kontakt mellan den politiska nivån och förvaltningsnivån men i ett bredare sammanhang än i Helsingborg. I Helsingborg har kulturförvaltningens chef mycket nära samarbete med kulturnämndens politiker, men inte lika nära samverkan med andra nämnder eller förvaltningar. Stadsledningsförvaltningen, där näringslivs- och turismfrågor hanteras i Helsingborg, arbetar med marknadsföring av Helsingborg som destination, och använder både evenemang i Helsingborg Arena, stadens kulturverksamheter, och konferensservice som element i destinationssatsningar. Detta system värnar kulturen från direkta krav på att bidra till exempelvis ökad attraktivitet hos besökare, men kan samtidigt ha krav på sig från politikerna i kulturnämnden att öka attraktiviteten för invånarna att ta del av kulturen. I Helsingborg har kulturområdet större självständighet att själva formulera sina operativa mål utifrån målsättningar och resurser, med samtida krav på att öka självfinansieringsgraden. I Helsingör ses arbetet med attraktivitet för både invånare och besökare som gemensamt, men olika aktiviteter kan vara mer riktade till en specifik målgrupp eller för flera målgrupper samtidigt.

I Helsingborg samarbetar inte turismavdelningen direkt med kulturförvaltningen på samma sätt som i Helsingör, där de befinner sig i samma enhet. Man har i Helsingborg centraliserat marknadsavdelningen inom kulturområdet till kulturförvaltningen. Den övergripande besöksstrategin för staden utvecklas av evenemangsenheten som 2014 ingår i det nybildade kommunala bolaget Helsingborg Arena och Scen AB där man framöver kommer att marknadsföra staden som destination. I Helsingborg har man också samarbete med de nordvästskånska kranskommunerna kring näringslivsutveckling och turism. Vad gäller målsättningen att stimulera kulturella och kreativa näringar och attraktivitet, tycks systemet i Helsingör främja detta genom att man inom kultursektorn får mer direkt kunskap och kompetens inom turism- och stadsutvecklingsområdet. Det är färre personer involverade i den kommunala politiken och förvaltningen, och därmed blir också kommunikationsvägarna kortare, något som understryks av att de organiseras i samma center. En stor skillnad mot Helsingborg är alltså att Kulturværftets och de övriga museernas operativa ledning är involverad i utveckling av ett för besökande och boende attraktivt Kulturhavn i samarbete där även strategiska planer ingår. Marknads-kommunikationen utförs sedan av andra.

	HELSINGBORG	HELSINGÖR
ANTAL INVÅNARE	130.000	60.000
KOMMUNLEDNING	65 ledamöter i kommunfullmäktige	25 ledamöter i byrådet
FÖRVALTNINGS-STRUKTUR	Funktionellt separerad	Funktionellt integrerad
STYRKORT	Gemensamt för alla stadens förvaltningar	Specifikt styrkort för Kulturhavn Kronborg (Kulturværftet, Museet for Søfart, Kronborg Slot, Helsingør Havn)
KULTURENS GEOGRAFISKA LOKALISERING	Äldre kulturinstitutioner som finns utspridda i stadskärnan	Nyligen etablerat kulturkvarter i utkanten av stadskärnan

I Helsingborg är däremot utvecklingen av kulturinstitutionernas program frikopplat från denna strategiska och gemensamma dimension. Man har dock närmat sig detta sätt att arbeta då man rekryterat stadsteaterns VD som VD för Arena Helsingborg samt från 2014 också för det nya kommunala evenemangsbolaget. Men det kan konstateras att stadsutvecklingsfrågorna styrs ovanför och utanför kulturområdet i Helsingborg. I Helsingör däremot är dessa frågor ett ansvar för kulturområdets aktörer som en avgörande profil för stadens attraktivitet. I Helsingör sker alltså stadsutveckling mer direkt också underifrån, från de operativa cheferna för kulturorganisationer, än i Helsingborg. Den integrerade förvaltningen av kultur i Helsingör och det mindre antalet aktörer gör att man lättare kan samarbeta om evenemang. I Helsingborg tycks direkt samverkan mellan kulturorganisationer vara mindre förekommande.

SKILLNADER OCH LIKHETER I STRATEGIER

Kulturen som attraktionsfaktor har större och mer direkt betydelse för Helsingör än för Helsingborg av historisk-ekonomiska skäl, vilket resulterat i att Helsingborg har betydligt större bredd i sitt näringsliv. Helsingborg är en större stad än Helsingör, med mer komplex kommunförvaltning och ett institutionellt kulturutbud sedan många decennier. Detta gör att staden inte på samma sätt har haft behov av eller kunnat förändra inriktningen i kulturpolitiken radikalt på kort tid. Både Helsingborg och Helsingör för en kulturpolitik som strävar mot upplysning såväl som egenmakt och underhållning (Skot-Hansen 2005). Denna kulturpolitik kommer till uttryck i bibliotek och pedagogisk verksamhet inom kulturområdet tillgängliga för alla till låg eller ingen kostnad, samt ett högkvalitativt kulturutbud som efterfrågas av välutbildade och höginkomstgrupper. Både offentliga och privata kulturorganisationer i båda städerna arbetar med en repertoar som är utformad för olika målgrupper, och kombineras med pedagogisk verksamhet. Kulturpolitiken i

Helsingborg är främst inriktad på tre av de fyra olika målen i Skot-Hansens modell, nämligen upplysning, egenmakt och förströelse. De ekonomiska externaliteterna ligger på stadsutvecklingspolitiken att uppnå. I Helsingör är de ekonomiska externaliteterna närmare kulturpolitikens mål, eftersom stadsutvecklingspolitiken och kulturpolitiken är integrerade i praktiken.

Vad gäller Grodachs kategorisering av städers utvecklingsstrategier är det inte helt lätt att klassificera Helsingör och Helsingborg. Städerna arbetar med alla de fem utvecklingsstrategierna i åtminstone någon mån. Det finns dock vissa skillnader mellan de båda städerna. I Helsingborg är en traditionell ekonomisk utvecklingsstrategi dominerande, kompletterad av mer traditionell kulturpolitik som kombinerar cultural planning och den kreativa stadens strategier. I Helsingör dominerar en kombination av den kreativa stadens perspektiv och en traditionell, näringslivsinriktad utvecklingsstrategi. I Helsingör utgör Kulturhavn Kronborg ett kulturellt kvarter som inte återfinns i Helsingborg, där kulturorganisationerna är utspridda i stadskärnan. I Helsingör är verksamhetsledarna för institutionerna i Kulturhavn Kronborg involverade i strategisk utveckling av evenemang inkluderande både fyrtornsverksamheter, regionala begivenheter och lokala arrangemang i en flerårig programplan för aktiviteter. Beskrivningen av mål för Helsingörs stad i deras detaljerade beskrivning av visionen för staden kan generellt beskrivas som mer marknadsföringsinspirerat än texten i Helsingborgs stads årsredovisning till exempel. Sammanfattningsvis så förutsätter båda städernas utvecklingspolitik en kulturell infrastruktur som byggts inom ramen för och upprätthålls av en välfärdsorienterad kulturpolitik. Kulturpolitiken är därför en viktig grund för användandet av kultur för stadsutveckling. Spänningarna mellan välfärdspolitik inklusive kulturpolitik som ett andra generationens politikområde och stadsutvecklingspolitik som ett tredje generationens politikområde går rakt igenom fallstudien. I Helsingborg har man å ena sidan valt en förvaltningslösning som följer andra generationens politikområdesgränser, där kulturområdet är funktionellt separerat från andra politikområden och förvaltningar. I Helsingör å andra sidan, har man valt att omorganisera sin förvaltning utifrån den tredje generationens politikområden som ofta kräver breda ansatser, och där kulturen följaktligen integreras med andra funktioner inom kommunförvaltningen.

ORSAKER TILL SKILLNADER I APPROACH TILL KULTURENS ROLL I STADSUTVECKLING

EKONOMISK HISTORIA OCH UTVECKLING

Helsingör har som stad ett mycket välbärgat förflutet som tullhamn vid passagen till Östersjön. Läget har också inneburit att sjöfart och hamnverksamhet varit centrala verksamheter i staden. I samband med varvsindustrins nedgång under 1970-talet så behövde staden rikta sina blickar åt annat håll för att hantera stadens ekonomi och invånarnas behov (Nilsson 2013). Helsingör är idag dock tydligt präglad av en politik som tagit avstamp i de maritima branschernas nedgång och död under slutet av förra seklet. Här har därför kultur och kreativa verksamheter identifierats som den strategi

som varit möjlig och tillgänglig för staden. Tillverkningsindustri har man traditionellt sett haft lite av i denna del av Danmark, och viktiga naturvärden i området har gjort att en industriell expansion inte varit möjlig.

I Helsingborg finns inte samma begränsningar som i Helsingör vad gäller stadsutveckling. Staden har de senaste åren identifierat turism som en viktig sektor att utveckla, men har tydligt hittills valt att satsa brett på evenemang inom både sport, mötessektorn och kultur. I Helsingborg står hamnen fortfarande, tillsammans med transportrelaterade verksamheter, för en viktig del av stadens ekonomiska västånd. Staden är inte lika geografiskt begränsad som Helsingör, vilket gör att transporter till andra delar av Skåne är många, och i närheten finns flera mindre orter som gör att Nordvästra Skåne är en växande delregion jämfört med Nordöstra Skåne. Sammantaget har Helsingör haft färre möjliga ekonomiska utvecklingsvägar jämfört med Helsingborg på grund av sitt geografiska läge och stadens ekonomiska resurser och möjligheter vad gäller bland annat infrastruktur. Dessa har formats historiskt av särskilt hamnområdenas olika utveckling över tid i de respektive städerna. Danmark har generellt jämfört med Sverige haft fler små och medelstora företag, och mer fokus på lantbruksprodukter jämfört med Sverige där naturresurser som skog och mineraler varit viktiga för det ekonomiska väståndet liksom tillgång till större kapitalinvesteringar (Edquist & Lundvall 1993).

POLITISK KULTUR

En annan förklaringsmodell för skillnaderna i stadsutvecklingspolitik med anknytning till kultur som sektor är den kulturella i antropologisk betydelse. Många forskare pekar på skillnader mellan dansk och svensk kultur i stort och politisk kultur specifikt, trots att båda länderna hör till det nordiska välfärdssamhällesbältet. Den politiska kulturen i Danmark ger mer makt till politiken över utformandet av samhällstjänster och offentlig förvaltning än i Sverige. I Danmarks politiska system finns också mer utrymme på lokal nivå för starka borgmästare, medan den politiska nivån i kommuner i Sverige i högre grad delegerar beslut till den administrativa och operativa nivån. Enligt Bækgaard (2011) har många kommuner i Danmark sedan 1990-talet infört integrerad förvaltningsstruktur för att stärka den horisontella koordineringen, något man inte i nämnvärd omfattning gjort i Sverige. Hall et al. (2009) lyfter fram att (åtminstone när det gäller nätverksstyrning) så är intresset i Danmark för gräsrotsperspektivet på demokrati i nätverk för lokal och regional utveckling större än i Sverige. De visar också att i Danmark ses horisontell samverkan som komplement till redan existerande, vertikala institutionella strukturer. Medborgarna har historiskt sett varit mer påtagligt närvarande som grupp i dansk politik och i reformeringen av dansk politik än i Sverige, och detta har tagit sig nya sätt i dagens mer nätverksbaserade styrning och lokal utveckling, enligt Hall et al. (2009). Inkluderande partnerskap har varit ett nyckelbegrepp i Danmark vad gäller lokal utveckling. Svenska utvecklingsprojekt på lokal nivå, å andra sidan, kännetecknas enligt författarna av byråkrati och top-downstyrning även i projekt som sägs vara gräsrotsnära. Man skulle alltså kunna föreslå att politiken är mer intressentnära i Danmark än i Sverige, som i

sin tur kännetecknas av decentralisering av beslutsfattande från central politisk nivå till förvaltningar och operativa enheter, med central roll för förvaltningens tjänstemän. I Danmark å andra sidan är den politiska nivån liksom gräsrotsaktörer mer närvarande i den kommunala förvaltningens vardag jämfört med Sverige.

SLUTSATSER

Många av skillnaderna i kulturliv och stadsutveckling i Helsingborg respektive Helsingör är inte relaterade till själva förvaltningsstrukturen. Dock speglar sätten att organisera förvaltningarna de olika utvecklingsmål som städerna har. Sammanfattningsvis kan sägas att skillnaden i förvaltning främst är att ansvaret för stadsutveckling är större för kulturområdets aktörer i Helsingör än i Helsingborg, eftersom kultur och turism är navet i Helsingörs sammantagna stadsutvecklingspolitik. I Helsingborg är kulturen inte lika avgörande för den sammantagna stadsutvecklingspolitiken som i Helsingör. Förvaltningsstrukturen på kulturområdet påverkar inte direkt kulturutbudet i de respektive städerna, men däremot omfattningen av stadsutvecklingsansvar som operativa chefer inom kulturområdet bär. En viktig slutsats som kan dras av denna studie är att kulturutbudet i städer i de skandinaviska länderna inte ensidigt används för ekonomiska syften. Tvärtom är invånarnas välfärd och utveckling avgörande för kulturpolitiken, som i sin tur är förutsättningen för användningen av kultur i stadsutveckling. Spänningen mellan olika generationers politikområden och deras respektive organisering inom kommunal förvaltning har lösts på olika sätt i de två städerna. Stadsutvecklingspolitiken präglas också av ekonomiska och historiska faktorer liksom av politisk kultur i de respektive länderna.

REFERENSER

- Bækgaard, Martin 2011: "The impact of formal organizational structure on politico-administrative interaction: Evidence from a natural experiment". *Public Administration* 89(3), 1063-80.
- Broms Wessel, Ola, Tunström, Moa, & Bradley, Karin (red.) 2005: *Bor vi i samma stad? Om stadsutveckling, mångfald och rättvisa*. Stockholm: Pocky.
- Dannestam, Tove 2009: *Stadspolitik i Malmö. Politikens meningskapande och materialitet*. Akademisk avhandling. Lund: Statsvetenskapliga institutionen, Lunds universitet.
- Eckardt, Franck 2005: "Governance of culture in European cities". I: I: Robinson, Jill (red.) *EURO-CULT21 Integrated Report*. Elektroniskt dokument. Tillgänglig (2014-05-05) på http://www.eukn.org/E_library/Economy_Knowledge_Employment/Urban_Economy/Specific_Sectors/Tourism_Recreation_Culture/EUROCULT21_Integrated_Report
- Edquist, Charles & Lundvall, Bengt-Åke 1993: Comparing the Danish and Swedish systems of innovation. I: Nelson, Richard (red.): *National Innovation systems. A Comparative Analysis*. Oxford: Oxford University Press, 265-298.
- Fjertorp, Jonas, Larsson, Rolf G, & Mattisson, Ola 2012: *Kommunal tillväxt: Konsten att hantera lokala förutsättningar*. Göteborg: Kommunforskning i Västsverige.
- Florida, Richard 2002: *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

- Florida, Richard 2005: *Cities and the creative class*. New York: Routledge.
- Frank, Gun (red.) 2005: *Spelet om staden*. Stockholm: Formas.
- Garcia, Beatriz 2004: "Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future". *Local Economy* 19(4), 312-26.
- Grodach, Carl 2013: "Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice". *International Journal of Urban and Regional Research* 37(5), 1747-65.
- Grodach, Carl & Loukaitou-Sideris, Anastasia 2007: "Cultural development strategies and urban revitalization", *International Journal of Cultural Policy*, 13 (4), 349-70.
- Hall, Patrik, Kettunen, Pekka, Löfgren, Karl & Ringholm, Toril 2009: "Is there a Nordic Approach to Questions of Democracy in Studies of Network Governance?". *Local Government Studies* 35(5), 515-38.
- ITPS 2008: *Indikatorer för uppföljning av regional utveckling*. Östersund: Institutet för tillväxtpolitiska studier.
- Kovacs, Jason 2011: "Cultural planning in Ontario, Canada: arts policy or more?". *International Journal of Cultural Policy* 17(3), 321-340
- Krueger, Rob & Buckingham, Susan 2012: "Towards a 'Consensual' Urban Politics? Creative Planning, Urban Sustainability and Regional Development". *International Journal of Urban and Regional Research* 36(3), 486-503.
- Landry, Charles & Bianchini, Franco 1995: *The Creative City*. London: Demos.
- Lorentzen, Anne 2013: "The experience turn of the Danish periphery: The downscaling of new spatial strategies". *European Urban and Regional Studies* 20(4), 460-72.
- MacLeod, Gordon 2011: "Urban Politics Reconsidered: Growth Machine to Post-democratic City?". *Urban Studies* 48(12), 2629-2660.
- Markusen, Ann & Gadwa, Anne 2010: "Arts and culture in urban or regional planning: A review and research agenda". *Journal of Planning Education and Research* 29(3), 379-391.
- Montgomery, John 2003: "Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualising Cultural Quarters". *Planning Practice & Research* 18(4), 293-306.
- Montin, Stig & Hedlund, Gun 2009: "Governance som interaktiv samhällsstyrning – gammalt eller nytt i forskning och politik?". I: Hedlund, Gun & Montin, Stig (red.) *Governance på svenska*. Stockholm: Santérus.
- Navarro, Clemente & Clark, Terry 2012: "Cultural policy in European cities: An analysis from the cultural agenda of mayors". *European Societies* 14(5), 636-659.
- Nilsson, Fredrik 2013: "Konkurrerande kulturarv. Konfliktfyllda omvandlingsprocesser i Helsingörs hamn". I: Fredriksson, Cecilia & Larson, Mia (red.) *Framtidskuster. Hållbar utveckling i kustsambanden*. Göteborg; Stockholm: Makadam.
- Pike, Andy, Rodríguez-Pose, Andrés, & Tomancy, John 2006: *Local and Regional Development*. Abingdon: Routledge.
- Roodhouse, Simon 2010: *Cultural Quarters: Principles and Practice*. Bristol: Intellect.
- SCB 2005: *Regional ekonomisk tillväxt – förutsättningar, indikatorer och mått*. Örebro: Statistiska centralbyrån, Avdelningen för miljö- och regionalstatistik.

Scott, Allen John 2014: "Beyond the Creative City: Cognitive–Cultural Capitalism and the New Urbanism", *Regional Studies*, 48 (4), 565-78.

Skot-Hansen, Dorte 2005: "Why Urban Cultural Policies?". I: Robinson, Jill (red.) *EUROCULT21 Integrated Report*. Elektroniskt dokument. Tillgänglig (2014-05-05) på http://www.eukn.org/E_library/Economy_Knowledge_Employment/Urban_Economy/Specific_Sectors/Tourism_Recreation_Culture/EUROCULT21_Integrated_Report

Trip, Jan Jacob & Romein, Arie 2013: "Creative City Policy and the Gap with Theory". *European Planning Studies*. Elektronisk förhandspublicering. DOI: 10.1080/09654313.2013.790592

BILDMATERIAL

Fotografi på sida 55 av News Öresund - Johan Wessman © News Öresund (CC BY 3.0)



Anne Lorentzen

Planlægning som teater og byen som scene

VANCOUVER OG OPLEVELSESØKONOMIEN

INDLEDNING

Mange forhåbninger er blevet knyttet til potentialet i de nye 'bløde' økonomier for at skabe både arbejdspladser og bedre kvalitet i hverdagen og i omgivelserne. Der tales om 'kulturøkonomi', 'kreativ økonomi' og 'oplevelsesøkonomi', og ofte skelnes der ikke mellem disse økonomier i festtalerne Lorentzen (Lorentzen 2013a). Udgangspunktet for denne artikel er argumentet, at der særligt i oplevelsesøkonomien ligger potentialer, som kun i beskeden udstrækning er blevet erkendt og udnyttet. Disse potentialer er forskellige fra de andre økonomiers, og det er potentialer, som først og fremmest ligger i relationerne og følelserne frem for i oplevelsesprodukterne og den umiddelbare jobskabelse. Underholdningsindustrierne har været gode til at se dette potentiale, men potentialet rækker langt ud over den private sektor og ind i offentlig politik og planlægning. Spørgsmålet er, hvordan der kan skabes steder, som folk er glade for, og knyttede til, og hvor de ønsker at bo og leve?

Oplevelsesøkonomi, har inspireret bypolitik og planlægning i de senere år på forskellig måde. For det meste har denne inspiration ført til vækstorienterede strategier uden særlig lokal forankring, men enkelte eksempler findes også på en anden og mere borgerorienteret anvendelse. Vancouver er et meget spændende eksempel på det sidste, som vi kan lære meget af i Skandinavien. Det kan vi fordi Skandinavien deler mange af de samme politiske værdier som byplanlægningen i Vancouver i form af lighed, inklusion og borgerinddragelse.

OPLEVELSESØKONOMIENS RELATIONER

Selv om almindelige forbrugere sikkert har været fuldt klar over dette, har teorien om oplevelsesøkonomien åbnet mange menneskers øjne for betydningen af ikke-funktionelle

værdiers betydning for kunderne og forbrugerne. Virksomheders skabelse af positive følelsesmæssige oplevelser hos kunderne er omdrejningspunktet i en større teoribygning, som allerede blev igangsat en gang i 1980'erne (Holbrook & Hirschman 1982), hvori det blev foreslået, at det var vigtigt for virksomheder at arbejde med forbrugernes fantasi, følelser og oplevelse af sjov. Schmitt (2003) og Schmitt og Rogers (2006) udviklede herefter oplevelsesledelse som begreb i en kontekst af forbrugeradfærd og marketing. Pine og Gilmore udviklede herefter en teori om oplevelsesøkonomien som generelt system for værdiskabelse i den aktuelle økonomiske udviklingsfase (Pine II & Gilmore 1999). Teorien fokuserer på den enkelte virksomheds interne og eksterne relationer og det potentiale, som disse rummer for at styrke virksomhedens værdiskabelse baseret på oplevelser. Forslaget om at betragte 'arbejde som teater og enhver virksomhed som en scene', som undertitlen på deres bog om oplevelsesøkonomien lyder, er en måde at illustrere, at oplevelsesskabelse indebærer samarbejde og fælles strategi om at skabe bestemte oplevelser for kunderne. Medarbejderne udfører komplementerende roller i et fælles teaterstykke, og benytter fysiske produkter, butiksindretning, bygninger og omgivelser som kulisser for iscenesættelse af oplevelser. Fremgangsmåden kan benyttes af alle slutproducenter til at skabe ekstra værdi for kunderne. Den ekstra værdi er følelsesmæssig og muliggør produktets forbedrede konkurrenceposition samtidig med højere pris. Når det lykkes, opnås desuden kundernes loyalitet overfor produktet. Yderligere forbedringer af produkternes position på markedet og dermed indtjeningen, sker derefter ved at intensivere kundeoplevelsen, for eksempel gennem sansestimulering eller aktivering af kunden på forskellig måde.

OPLEVELSESØKONOMIEN OG REGIONAL UDVIKLING

I Skandinavien har Pine og Gilmore's tanker inspireret forskning i forskellige retninger, især indenfor design (e.g. Jensen 2013) og innovation (e.g. Eide & Mossberg 2013), udvikling (e.g. Lorentzen 2011; Lorentzen 2013a) (Smidt-Jensen et al. 2009) og planlægning (e.g. Lorentzen 2013b).

Et stort tema i debatten har været spørgsmålet, om oplevelsesøkonomien kunne stimulere den regionale og lokale udvikling. Kan den skabe arbejdspladser? Og hvad er i givet fald oplevelseserhverv? Det har vist sig nærmest umuligt at afgrænse oplevelsesindustrier (Nilsen & Dale 2013) og derfor bliver spørgsmålet om deres eventuelle jobskabelse også ret vanskeligt at få hold på. Dog er et særligt fokus de oplevelsesprodukter (publikumsarrangementer, fritidsrejser o.l.) som kræver kundernes tilstedeværelse for at blive forbrugt. De er statistisk set lettere at afgrænse. Ud fra dette er turisme ikke overraskende blevet betragtet som oplevelseserhverv, men også kultur- og sportsaktiviteter kan siges at høre med her (Smidt-Jensen, Skytt, & Winther 2009). Festivalgenren har i den forbindelse fået sin helt egen forskningsgren (Gibson et al. 2009) (se også Cudny 2014). Kortlægning har vist, at stedbundne oplevelseserhverv skaber størst jobvækst i storbyerne men at de udgør alligevel et godt supplement til beskæftigelsen i traditionelle turistområder ved de gode badestrande (Smidt-Jensen, Skytt, & Winther 2009; Lorentzen & Krogh 2009). Det er således ikke alle kommuner, som har mulighed for at udvikle oplevelsesbaseret udvikling.

Andre dimensioner end de rent lokaliseringsmæssige synes dog mere interessante, og det er dem, der angår by og stedskvalitet i bredere forstand end den rent økonomiske.

BYPOLITIK OG OPLEVELSESØKONOMI

Bypolitik har været optaget af, hvordan byens oplevelsesudbud kan forbindes med branding i den stigende bykonkurrence mellem byer af forskellig størrelse. For byers økonomiske sundhed er det ikke længere nok at fokusere på at forbedre vilkårene for erhvervslivet. Det gælder om at skabe opmærksomhed gennem international profilering af en helt anden slags. Unikke bygninger og begivenheder etableres og bruges i reklamefremstød som flagskibsprojekter i branding kampagner for at tiltrække både turister, nye borgere og investorer. Store byer kan have mange projekter, små byer måske kun et enkelt. Det nyeste skud på stammen i København er 'Den Blå Planet', som er et naturvidenskabeligt oplevelsessted af unik arkitektonisk karakter, med vægten på livet i vandet. I en lille by, Vejle, har kræfterne samlet sig om det eksklusive boligbyggeri 'Bølgen'¹ som brand (Smidt-Jensen 2012).

Selve turistområdet bliver også revitaliseret gennem planlægning af flere oplevelsesmuligheder for gæster. Oplevelsesturisme kan indebære gastronomi, wellness, adventure og meget andet og bliver diskuteret som innovation indenfor området (Stamboulis & Skayannis 2003). Antallet af kommercielle oplevelsesparker i danske landområder er også steget betydeligt igennem de senere år.

Endelig er der for byernes vedkommende udviklet en trend, baseret på Richard Floridas ideer om den kreative klasse (Florida 2002; Florida 2012), som går ud på at udvikle byens kvaliteter, såvel i forhold til byens rum og bygninger, som i forhold til kultur og oplevelsesudbuddet. Byerne udvikles som forbrugs- og oplevelsessteder fremfor som tidligere som produktionssteder og funktionelle knudepunkter. Byen som oplevelsesrigt forbrugssted sker i sammenhæng med service-økonomiens opblomstring især i større byer, og tømning af byerne for fysisk produktion. Kultur- og fritidssteder kan godt sameksistere med servicebaserede arbejdspladser uden at disse to generer hinanden.

PLANLÆGGEREN SOM ISCENESÆTTER

Men brandingflagskibe, innovativ turisme og byen som fritidsarena for højtuddannede er ikke alt, hvad oplevelsesøkonomien indebærer. Hvis vi vender tilbage til betydningen af *relationer* i oplevelsesøkonomien åbner der sig en anden type mulig innovation. I forretningsverdenen skulle arbejde som sagt ses som teater og enhver virksomhed som en scene. Kan ideen overføres til byudviklingen? I så fald kan planlægningsarbejdet ses som et samarbejde om at tilrettelægge livet i byen (eller på landet), så borgerne får en rigtig god oplevelse af det og har lyst til at blive på stedet. Byen kan betragtes som en scene med mange aktører, som alle har ønsker og ressourcer, der er relevante for byudviklingen. Planlæggerens opgave bliver at mobilisere aktørernes ideer og ressourcer ud fra en overordnet vision (teaterstykket). På den måde er planlægning teater, og enhver by en

scene. En sådan tilgang ville indebære, at planlæggere og politikere begyndte at betragte borgerne som kunder og forbrugere af byen. Det er vel at mærke kunder, som kan stemme med fødderne (flytte) frem for blot at stemme ved valgene. Men også kunder, der ligesom i forretningsverdenen, kan give ideer og forslag til nye løsninger (innovation). Det er jo borgerne, som bedst kender deres egen 'mikropraksis' (Lavrinec 2013). For at dette kan lykkes, er det nødvendigt at lytte mere indgående til borgernes ønsker, ideer og problemer. Det er også en forudsætning, at der samarbejdes på tværs af byens forvaltninger for at etablere sammenhængende oplevelsesrum i byen. På den baggrund ville det være muligt at samarbejde mere indgående med borgerne om at skabe de oplevelser af og i byen, som borgerne ønsker sig frem for at arbejde hen imod et abstrakt ideal om at tiltrække den kreative klasse og pengestærke turister.

Oplevelsesplanlægning er altså mere end tilrettelæggelsen af underholdningstilbud, men kan også indbefatte dette. Det angår hele oplevelsen af at leve i en by med alt hvad dertil hører af sociale relationer, mobilitet, servicefunktioner, kulturtilbud og omgivelser. Hvis denne oplevelse er god, knytter borgerne sig til byen eller endnu bedre, engagerer sig i dens udvikling.

EKSEMPEL VANCOUVER

I forbindelse med mit arbejde med oplevelsesplanlægning stødte jeg tilfældigt ind i en omtale af Vancouver's nyere planlægningshistorie, som straks fangede min interesse (Grant 2010). Det viste sig, at begrebet 'oplevelsesplanlægning' var blevet anvendt af en chefplanlægger i Vancouver i mange år. Jeg havde lejlighed til at tale med ham (Larry Beasley) og et par andre planlæggere (Michael Gordon og Nathan Edelson) i maj 2014 om udviklingen af Vancouver. Beasley var netop meget inspireret af Pine og Gilmore, og derfor så han borgerne som byens kunder, som det var meget vigtigt at lytte til og inddrage i byudviklingen.

I sammenhæng med dette temanummer af Gränsløs er det relevant at se på erfaringerne fra Vancouver, fordi byen, selv om den ligger i Nordamerika på den Canadiske vestkyst, har paralleller til Skandinavien indenfor byplanlægningsområdet. Byudvikling og kulturplanlægning (Bianchini 1993) eksisterer begge steder i et spændingsfelt mellem den omtalte bykonkurrence på den ene side og velfærdsforpligtelser på den anden side. Dertil kommer, at Vancouvers planlægning siden 1970'erne har været meget borgerorienteret med forskellige former for borgerinddragelse. Indenfor en kontekst af liberalistisk politik, har Vancouvers planlæggere således haft fokus på lighed, inklusion og miljø. Værktøjerne i planlægningen er som i Skandinavien, arealanvendelse, regulering, offentlige investeringer og information (Hutton 2004:1955).

Vancouver har været præget af afindustrialisering siden 1970'erne med tab af arbejdsp-ladser indenfor råvareindustriene baseret på skovbrug, minedrift og olie til følge. Byen har ikke haft forarbejdningsindustri i særlig høj grad, men har dog haft en betydelig

servicesektor bygget op omkring den maritime sektor. Vancouver har på den anden side i stigende grad haft mulighed for at mobilisere private investorer, både udenlandske, fra Asien, og lokale, og byens dynamik har været opretholdt af en stigende indvandring, især af Hong Kong kinesere, efter 1998. Efterspørgslen efter boliger har derfor i årtier været meget stærk. Drivkraften i byens dynamik er derfor i høj grad den demografiske vækst. Byens udvikling har på den måde skiftet fra at være produktionsdrevet til at være forbrugsdrevet. De forladte industriarealer blev derfor logisk nok overtaget af boliger, borgerrettede servicefunktioner og rekreative arealer, og byggeindustrien er blevet byens største industri, som står for omkring en fjerdedel af økonomien.

SYNET AF VANCOUVER

Der er skrevet flere bøger, som beskriver Vancouvers hastige udvikling, for eksempel Punter (2003) og Berelowitz (2005), som lægger vægt på de visuelle aspekter. Og der er sandelig noget at se på. Det ene store område i byen efter det andet er blevet fuldstændig transformeret fra forladt industriområde til skyskrabere i klynger på de karakteristiske podier, som rummer butikker eller rækkehuse. Byen er luftig med brede korridorer, hvorigennem bjergene og fjordene kan ses. Langs fjordene er der gennem årene etableret et sammenhængende system af gang og cykelstier omkranset af parker og legepladser, og ikke mindst en imponerende strandpromenade, den såkaldte 'Sea Walk'.



Vancouver: False Creek North med strandpromenade. Foto: Anne Lorentzen

Mens nordsiden af False Creek er præget af de ikoniske skyskrabere, er der på sydsiden flere parker, rækkehuse og ikke mindst adgang til den historiske Granville Island med værksteder, små fabrikker, markeder og cafeer. Her er der også mange husbåde til helårsbeboelse i 'Sea Village'.

I Vancouver's nyere udvikling har der, i overensstemmelse med en post-moderne planlægningsideal, som hylder diversitet fremfor standardisering, været arbejdet med bykvarterenes særlige karakter. Kigger man nøjere efter, er skyskraberklyngerne indbyrdes forskellige, men tydeligere er diversiteten, hvis man går i de renoverede historiske kvarterer. Både i den østlige og mere fattige del af byen og den vestlige, mere velstående del, har planlæggerne bestræbt sig på at fremdrage den lokale kolorit og historie. Man møder ofte tekster eller kunstværker, som formidler historiske begivenheder i kvarteret, og bevarelse og ny anvendelse af historiske industribygninger er udbredt. I lygtepælene kan man se karakteristiske bannere, som søger at fange og formidle kvarterets ånd.

Vancouver's Chinatown i øst ligger således intakt – om end ikke særlig velholdt - med lave bygninger indholdene asiatiske butikker, og Yaletown nærmere centrum er en nyopstået kulturbydel, som æstetiserer den industrielle kulturarv og rummer butikker, cafeer og forbrugsservice i den dyre ende af skalaen.



Vancouver: Sea Village. Foto: Anne Lorentzen



Vancouver: Yaletown bannere. Foto: Anne Lorentzen

BYSTYRING I VANCOUVER

Selv om det er blevet sagt, at byplanlæggerne i Vancouver har en stærk position i forhold til det politiske niveau (Brunet-Jailly 2008) og selv om de er kendte for en meget høj ekspertise, er der gennem årene udviklet en stærk forhandlingstradition i forhold til byens interessenter. Der er også eksempler på borgerinitiativer, som har forhindret planers gennemførelse, og det er baggrunden for, at Vancouver ikke er gennemskåret af motorveje ligesom mange andre amerikanske storbyer. Som noget meget afgørende, har værtsskabet for store internationale kulturbegivenheder fungeret som løftestang for enorme byprojekter. Forberedelsen til Verdensudstillingen i 1986 og Vinterolympiaden 2010 udgjorde mulighedsvinduer, som tillod politikere og planlægger at tænke særlig stort og at mobilisere store private investorer til at realisere visionerne. I forbindelse med Vinterolympiaden blev der tilrettelagt et stort kulturprogram, som blev kaldt kulturolympiaden. Et særtræk for Vancouver er den multikulturelle karakter, og den afspejles også i byens kulturinitiativer, som afspejler oprindelige folk og indvandrerkultur. I forhold til bemanding og udgiftsniveau står kulturområdet meget stærkt i Vancouver i sammenligning med andre Canadiske byer (Marontate & Murray 2010). Samme olympiade var også løftestang for sociale boligprojekter, som ellers ikke ville være blevet gennemført (Edelson 2011). De to eksempler, kulturen og boligområdet, viser den karakteristiske kombination af bykonkurrence og velfærdsideal, som præger Vancouvers bypolitik og planlægning.

PLANLÆGGERNES ARBEJDE SOM ISCENESÆTTERE

Som nævnt er borgerinddragelse et vigtigt aspekt i planlægning i Vancouver, og i modsætning til, hvad der synes at være tilfældet i for eksempel Danmark, har dette ikke kun legitimerende betydning for kommunens planlægning. Tværtimod er forudsætningen for bæredygtige løsninger i planlægningen af boligkvarterer, at borgenes viden og ønsker mobiliseres. Således fortæller tidligere chefplanlægger Larry Beasley (LB), hvordan 100.000 mennesker var involveret som borgere og brugere af byen i et bestemt byudviklingsprojekt i False Creek North. 'De fortalte om deres præferencer, hvad de kunne lide og ikke kunne lide, hvad der bekymrede dem, hvad de ønskede sig, men også de mere følelsesmæssige ideer, ikke kun det funktionelle, men hvad de havde på hjerte. Alle disse input kom ind i processen'. Planlæggerne opdagede mange ting i denne proces, som har forbedret byens design ganske betydeligt. På denne måde kom eksempelvis de berømte podier til verden. 'En borger sagde, jeg kunne aldrig bo oven på et supermarked, fordi det er alt for støjende hele tiden. En designer sagde så, vi kan da bare sætte skyskraberen ti fod tilbage fra gaden, og så har vi løst problemet, og vi kunne afprøve det, og det passer (LB)'. Derfor er gadeplanet i mange af gaderne livligt samtidig med at boligerne ligger både roligt og med let adgang til byens liv og service. Flere steder er skyskraberne i dag omkranset af rækkehuse og terrasser, hvilket giver en forstadsstemning midt i byen. Tæthedsparadigmet, som skal mindske transporten og forbedre miljøet kan på den måde lykkes uden at prisen bliver støjplagede boliger.

Orkesteringen af samarbejdet omkring byens udvikling indebærer desuden styring af et samarbejde med magtfulde interessenter. Der kan være stærke interesser på spil, som risikerer at komme i konflikt med hinanden. Som nuværende chefplanlægger Michael Gordon udtrykker det: 'Som planlæggere, hvem tilbringer vi det meste af tiden sammen med? Det er arkitekter, udviklere og byggefirmaer. Og udviklingsgruppen og byggegruppen udgør måske en fjerdedel af vores (byens) økonomi (MG)'. Kommunen og disse aktører har eksisteret i en symbiose op gennem byens udvikling, fordi de har stor gensidig gavn af hinanden. Byggeindustrien har været i stand til at høste betragtelige profitter hver gang kommunen forandrede zoneinddeling og lokalplan og åbnede op for byggeri i højden. Og byen på sin side mobiliserer udviklere og byggeindustrien hver gang en vision modnes så langt, at den skal realiseres. Faktisk er byggeindustri og udviklere interesseret i at bygge så meget som muligt så hurtigt som muligt. Det er dog ikke i alles interesse, for 'så har du hele forretningslivet, og gennem brancheforeninger, handelsstandsforeningens bestyrelse og Downtown Vancouver Selskabet kan vi samarbejde med forretningslivet. Og det er ganske interessant, at disse grupper har et langt mere afbalanceret perspektiv på udvikling. Hvis du vil være sikker på, at oplevelsesøkonomien kan udfolde sig, eller at den ikke ødelægges af skrækkelige udviklingsprojekter, så møder disse grupper helt sikkert op (MG)'.

Resultatet af Vancouvers nye byplanlægning har været en meget stærk befolkningsforøgelse i den centrale del af byen, herunder et stigende antal børnefamilier. Mange mennesker har valgt at bo i byen fremfor i forstaden. Den stærke immigration bidrager naturligvis også til byens vækst.

KONKLUSION

Følelsesdrevet forbrug er kernen i oplevelsesøkonomien, og for at skabe følelsesmæssigt positive oplevelser arbejder virksomheders ansatte sammen på en scene for oplevelser ud af forskellige ressourcer. Arbejde er teater og enhver virksomhed en scene. Også i byplanlægning og byudvikling spiller ikke funktionelle værdier en stigende rolle, og oplevelsesbaseret byudvikling er blevet udbredt, dog oftest på en ganske overfladisk måde. En bedre forankret følelsesbaseret byudvikling opnås ved at fortolke planlægning som teater og byens aktørlandskab som scene og arbejde med borgernes ideer og aspirationer som udgangspunkt for innovation af og diversitet i byen. Med fokus på borgerne har planlæggerne i Vancouver arbejdet med oplevelsesplanlægning i årtier, og resultatet er blevet en by med ikonisk status blandt arkitekter og planlæggere i hele verden: Naturen er integreret i byens udtryk og borgernes liv. Skyskrabere kombineres med byliv, parker og strandpromenader, rækkehuse og parcelhuskvarterer. Den høje tæthed i bymidten gør den livlig, tilgængelig for fodgængere og cyklister, og holder den fri for luftforurening og støj. Det multikulturelle udtryk understøttes i byplanlægningen, og kultur og historie fortælles gennem byens design og udendørs kunstværker. Borgenes tilknytning til byen er blevet styrket gennem planlæggernes kontinuerede mobilisering og inddragelse af borgere. Med Michael Gordons ord: 'Jeg mener, det er sådan et værdifuldt sted for folk, at de ganske enkelt må udtrykke deres bekymring (og tage ansvar, AL), når noget nyt bliver foreslået'.

I Skandinavien kan vi lære meget af Vancouvers erfaringer med en aktiv oplevelsesøkonomisk planlægning. Byen, planlægningen og borgerne selv kan få stor gavn af en mere aktiv og engageret borgerinddragelse. Borgerne er kilde til innovation, og deres engagement i byen skaber sammenhold, tilknytning og god atmosfære. Store visioner og stærke værdier knyttet til dagliglivet i byen er vigtige i byplanlægningen. Ud fra overordnede visioner kan planlæggerne orchestrere samarbejde mellem byens mange interessenter om at skabe en scenografi (Lavrinec 2013) for dagliglivet i byen, som opfylder borgernes og planlæggernes værdier. Ud fra dette har det været muligt at mobilisere og styre private investorer i en balance mellem vækst, social inklusion og spændende bydesign.

REFERENSER

- Berelowitz, Lance. 2005: *Dream city*. Vancouver: Douglas and McIntyre.
- Bianchini, Franco 1993: "Remaking European cities: the role of cultural policies". I Bianchini, Franco & Parkinson, Michael (red.) *Culture policy and urban regeneration*. Manchester: Manchester University Press, 1-20.
- Brunet-Jailly, Emmanuel, 2008: "Vancouver: 'The sustainable city'". *Journal of Urban Affairs* 30 (4): 375-388
- Cudny, Waldemar 2014: "Festivals as subject for geographical research" *Danish Journal of Geography* 114 (2): 132-142.
- Edelson, Nathan 2011: "Inclusivity as an olympic event at the 2010 Vancouver winter games" *Urban Geography* 32 (6): 804-822.

- Eide, Dorthe & Mossberg, Lena 2013: "Towards more intertwined innovation types: innovation through experience design focusing on customer interactions". I Sundbo, J. & Sørensen, F. (red.) *Handbook on the experience economy*. Cheltenham: Edward Elgar, 248-268.
- Florida, Richard 2002: *The creative class*. New York: Basic Books.
- Florida, Richard 2012: *The rise of the creative class, revisited*. New York: Basic Books.
- Gibson, Chris, Waitt, Gordon, Walmsley, Jim & Conell, John 2009: "Culture festivals and economic development in nonmetropolitan Australia". *Journal of Planning Education and Research* 29(3): 280-293.
- Grant, Jill L. 2010: "Experiential planning: A practitioner's account of Vancouver's success". *Journal of the American Planning Association* 75(3): 358-370.
- Holbrook, Morris B. & Hirschman, Elisabeth C. 1982: "The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun". *Journal of consumer research* 9, (Sept.): 132-140.
- Hutton, Tom A. 2004: "Post-industrialism, post-modernism and the reproduction of Vancouver's central area: Rethorizing the 21st century city". *Urban Studies*, 41, (10): 1953-1982.
- Jensen, Jens F. 2013: "IT and experiences: user experiences, experience design and user-experience design". I Sundbo, J. & Sørensen, F. (red.) *Handbook of the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, 179-208.
- Lavrinc, Jekaterina 2013: "Urban scenography: Emotional and bodily experience". *Limes: Borderland Studies* 6 (1): 21-31.
- Lorentzen, Anne 2011: "Sustaining small cities through leisure, culture and the experience economy", I Lorentzen, Anna & van Heur, Bas (red.) *Cultural political economy of small cities*. Abingdon & New York: Routledge, 65-79.
- Lorentzen, Anne 2013a: "Postindustrial growth: Experiences, culture or creative economies?". I Sundbo, J. & Sørensen, F. (red.) *Handbook of the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, 45-64.
- Lorentzen, Anne 2013b: "The experience turn of the Danish periphery". *European Urban and Regional Studies* 20(4): 460-472.
- Lorentzen, Anne & Krogh, Rikke 2009: *Oplevelsesøkonomi, udvikling og planlægning i nordjyske kommuner*. Institut for Samfundsudvikling og Planlægning, Aalborg Universitet.
- Marontate, Jan & Murray, Catherine 2010: "Neoliberalism in provincial cultural policy narratives: Perspectives from two coasts". *Canadian Journal of Communication* 35 (2): 325-343.
- Nilsen, Berit T. & Dale, Britt E. 2013: "Defining and categorizing experience industries". I Sundbo, J. & Sørensen, F. (red.) *Handbook of the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, 65-83.
- Pine II, Josef B. & Gilmore, James H. 1999: *The experience economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Punter, John 2003: *The Vancouver achievement*. Vancouver: UBC Press.
- Schmitt, Bernd 2003: *Customer Experience management*. New York: The Free Press.
- Schmitt, Bernd H. & Rogers, David L. 2006: *Handbook of brand and experience management*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Smidt-Jensen, Søren 2012: "Making a micropole: the experientiation of Vejle". I Lorentzen, Anne & van Heur, Bas (red.) *Cultural political economy of small cities*. Abingdon & New York: Routledge, 113-127.

Smidt-Jensen, Søren, Skytt, Christina B., & Winther, Lars 2009: "The Geography of the Experience Economy in Denmark: Employment Change and Location dynamics in Attendance-Based Experience Industries". *European Planning Studies* 17 (6): 847-862.

Stamboulis, Yeoreyios & Skayannis, Panteleon 2003: "Innovation strategies and technology for experience-based tourism". *Tourism management* 24 (1): 1-43

NOTER

1. <http://www.boelgenvejle.dk/> tilgæet 26.9.2014

BILLED MATERIALE

Fotografier på side 71 af Anne Lorentzen



Lars Lindkvist

Vandalorum Konst och Designcentrum

KULTURELLT ENTREPRENÖRSKAP OCH LEGITIMERANDE LEDARSKAP

INLEDNING

Den 16 april 2011 öppnade Vandalorum Konst och Designcenter i Värnamo som en plats för upplevelser av konst och design. Vandalorum är ett djärvt initiativ sprunget ur lokalt entreprenörskap. I mer än 15 år har det av initiativtagaren, kulturentreprenören Sven Lundh, hållits vid liv av sitt unika koncept. Dessutom av en stark övertygelse om att en dag kunna förverkligas och bli en mötesplats för regionens kultur- och näringsliv samt en utbildningsplats för nya formgivare. Det har setts som viktigt att få regionens invånare att känna både ägandeskap och delaktighet.

Avgörande för Vandalorums tillkomst har varit samverkan med en kärntrupp av vänner som stöttat projektet både finansiellt och idémässigt. Till en början fanns en tvekan till projektet men efterhand har stödet vuxit sig allt starkare. Hur denna samverkan har förändrats i styrka under projektets gång och vad som påverkar en skeptisk omgivning är jag speciellt intresserad av i denna artikel. Under åren fram till invigningen har bidrag lämnats från både privata och offentligt håll, offentligt från Jönköpings läns landsting, Värnamo Kommun, Länsstyrelsen i Jönköping, Regionförbundet i Jönköpings län och Stiftelsen framtidens kultur. Det som är unikt med Vandalorum är att från privat håll sponsrar 50 företag verksamheten med summor från 10 000 kr till flera miljoner. Vänföreningen har 1400 medlemmar. Efter tre år, i april 2014, har Vandalorum haft drygt 150 000 besökare.

I ett förändrat kulturlandskap med minskade offentliga tillskott är *min tes att det, liksom i Vandalorums fall, är avgörande att få omgivande intressenter att inse det legitima i nyetableringen av en kulturinstitution.* Genom intervjuer med ledande aktörer under flera år

och analys av sekundärdata insamlade av andra, kommer jag i denna artikel att beskriva och tolka hur de kulturella entreprenörerna i och runt Vandalorum genomfört denna legitimeringsprocess samt avsluta med fem lärdomar.

KULTURELLT ENTREPRENÖRSKAP OCH LEGITIMERANDE LEDARSKAP

Begreppet entreprenörskap är, och har länge varit, centralt inom ekonomisk litteratur. För Swedberg (2006) är det förmågan att kombinera saker på ett nytt sätt som utgör kärnan i såväl entreprenörskap generellt sett som kulturellt entreprenörskap. Förhållandet mellan kultur och näring beskrivs som vitalt för ändringsprocesser och regional utveckling (Lindeborg 2010). Kulturellt entreprenörskap har etablerats som särskilt studieområde sedan slutet av 1990-talet (Lindkvist 2013). Mangset (2009) gör en intressant dekonstruktion av kulturentreprenörskapsbegreppet. Han börjar med att lyfta fram den österrikiske historikern Andrea Ellmaier (2003) som beskriver framväxten av ny kreativ arbetskraft, kallad kulturentreprenörer vars kännetecken är att de ser skiljelinjen mellan konsumtion och produktion som oklar och att de utnyttjar varje möjlighet de ser inom konst, musik och media, gärna genom att kombinera dessa. Enligt Leadbetter & Oakley (1999, 2001) är inte kulturentreprenörernas primära mål ekonomisk vinst utan att behålla känslan av oberoende, kreativitet, uppfinningsrikedom och fantasi.

Darmer (2008) drar slutsatsen utifrån en studie av entreprenörer inom musikbranschen att dessa i första hand inte motiveras av ett snävt vinstintresse och att tjäna pengar utan har en bredare syn på sitt entreprenörskap. Det handlar om ett risktagande utifrån den ultimata tillfredsställelsen att kunna framställa och erbjuda en ny vara eller tjänst till andra människor.

Nathanson (2009) ser den ökade entreprenöriella aktiviteten inom kulturella näringar som en effekt av minskade kommunala satsningar och ett ökat intresse från förening- och näringsliv. Ett annat exempel på kulturellt entreprenörskap ser Mangset & Røyseng (2009) i de många skådespelare som arbetar allt mer i frilansform. Kulturarbetare anses inte längre behöva tillhöra en institution och de storskaliga verksamheterna har övergått i mindre företag där kulturarbetaren måste vara sin egen företagare. Stenström (2008) menar att vi kan se en ekonomisering av konst- och kulturlivet som följer av detta. Liksom gränserna mellan konsumtion och produktion suddas ut, menar Mangset & Røyseng (2009), att det samma gäller för gränserna mellan arbete och icke-arbete. Kulturentreprenören kombinerar ofta individualistiska och samarbetsorienterade värderingar för att ingå i ett vidare kreativt "community". Kulturentreprenören kan även beskrivas som en mikroentreprenör på en konkurrensutsatt och fragmenterad kulturarbetsmarknad. Kulturellt entreprenörskap handlar om att vara företagsam i sitt kulturarbete, och kulturentreprenören är någon som driver på utvecklingen genom att fånga nya möjligheter.

Mangset & Røyseng (2009) talar om en deinstitutionalisering i kulturarbetslivet som innebär att kulturarbetare i större utsträckning behöver agera entreprenöriellt. Kultur-

entreprenören ses som en kreativ individ och en mindre kommersiellt orienterad sådan. En uttalad skillnad hos kulturentreprenören är att det professionella och familjära ofta sammanfaller; det vill säga att privatliv och affärsliv sammanfaller i ett intresse som utgör entreprenörens satsningar. På detta sätt binder kulturentreprenören samman de två fälten kultur och ekonomi. Nielsén (2008) skiljer på kulturentreprenörer och kulturföretagare. Han skiljer på kulturentreprenören som någon som skapar pengar och aktiviteter, utvecklar nya verksamheter, vill växa och fungerar snarare som en uppdragsgivare. Kulturföretagare är nämligen oftast egenföretagare, det vill säga att de kan betraktas som uppdragstagare och därmed beroende av pengar och resurser i kulturella system.

LEGITIMERING OCH LEGITIMERINGSSKAPANDE ÅTGÄRDER

I sin begreppsbestämning av konstnärligt entreprenörskap kommer Scherdin & Zander (2011b) även in på vikten av storytelling och legitimitetsskapande åtgärder.

In reality, new art ideas and initiatives often face severe resistance among certain groups of external evaluators. Overall, art and artistic processes and artistic processes represent an arena that seems particularly suited for empirical study of legitimacy. (ibid:173)

Påverkan på och av externa intressenter i entreprenörprocessen ses även av andra forskare som viktigt att studera. Utgångspunkten är att den typiske entreprenören inte uppfattas som ensam och envis. Det legitima entreprenörskapet uppkommer genom en samverkansprocess med externa intressenter (Aldrich & Martinez 2003, Bjerke 2007). Legitimitetsaspekten är viktig att beakta även för konstnärer, och något de kan ta med sig från entreprenörskapsforskningen. Genomförandet av konstnärliga idéer är beroende på i vilken utsträckning dessa idéer kan säljas in till olika intressenter som måste låta sig övertygas om deras värde. Dessa intressenter använder sig också av annorlunda urvalslogiker än vad konstnärer är vana vid.

Lounsbury & Glynn (2001) ser kulturellt entreprenörskap som nödvändigt för näringslivet i stort, inte bara för kulturella och kreativa näringar. För dem handlar allt om storytelling som bidrar till att skapa legitimitet för nya idéer och verksamheter och därmed tillgång till nödvändiga ekonomiska resurser. Mangset (2009:225) efterlyser i sin genomgång av kulturellt entreprenörskap mer empiriska exempel där en utgångspunkt är berättelser om hur kulturentreprenörer verkar och vad de bidrar med. En nödvändig betingelse för att få legitimitet är att organisationer anpassar sig till rådande normer och värderingar om hur effektiva organisationer bör utformas för att fungera. Redan Meyer & Rowan (1977) och Pfeffer & Salancik (1978) såg i legitimitet ett uttryck för att en organisations intressenter uppfattar organisationens handlingar och mål som kongruenta med deras egna värderingar och förväntningar. Ashforth och Gibbs (1990) ser legitimitet som nyckeln till resurser, och ser legitimitet som en resurs i sig själv. Även Wry, Lounsbury och Glynn (2011) ser legitimitet som en nyckel för organisationer genom att det medger tillgång till stödresurser. Författarna sträcker sig till och med så långt att legitimitet ger en kulturorganisation dess existensberättigande, funktion och jurisdiktion.

IDÉN VÄXER FRAM

Upphovsman till idén om en konsthall i Värnamo med designinriktning är Sven Lundh, grundare av och tidigare chef för möbelföretaget Källemo i Värnamo. Ursprungligen diskuterades en konsthall 1984 när Smålands Konstarkiv, som ska ta ansvar för den regionala konsten, flyttade till gamla Knäppfabriken i Värnamo. Fröet till det kommande Vandalorum är sålunda Smålands Konstnärsförbund och dess 184 medlemmar som stiftade Smålands Konstarkiv och som sedan är med som stiftare för Vandalorum utifrån tanken att kultur inte bara ska finnas tillgänglig i storstadsregionen. Tankar på ett nybygge utvecklades när Sven Lundh samma år får Pontus Hultén intresserad som i sin tur tar kontakt med den italienske arkitekten Renzo Piano. Piano är den italienske arkitekt som på 1970-talet tillsammans med den engelske arkitekten Richard Rogers ritade Pompidou-centret i Paris, där Pontus Hultén var chef.

Projektet konkretiserades 1998 med bildandet av stiftelsen Vandalorum. Namnet Vandalorum kommer från museimannen Pontus Hultén som 2001 gjorde en stor utställning på Knäppfabriken i Värnamo som hette ”Den sanna historien om Vandalerna” och som presenterade idén att vandringsfolket Vandalerna skulle ha en historisk anknytning till Småland. Hultén fick genitivformen ”Vandalorum” från minnesstenen över drottning Kristina i Peterskyrkan i Rom där det står Svecorum Gothorum et Vandalorum Reginae – alltså att hon var Svearnas, Götarnas och Vandalernas drottning. Arkitekten Renzo Piano skisserade en anläggning med elva höga, laduliknande sammanbundna hus kring en innergård. I anläggningen skulle finnas tillfälliga utställningar av konst och design, en permanent utställning med verk bland annat från Smålands Konstarkiv samt lokaler för högre designutbildning i samarbete med olika universitet och högskolor och kulturevenemang. Bakgrunden till Renzo Pianos ritning är att när han kom till Värnamo såg han en gammal lada med torkat hö och blev förtjust. Denna lada omtolkade han och multiplicerade. Han ritade flera lador med markerade takstolar, takfönster mot norr och glasade passager som knöt ihop de röda husen. Därmed fanns ett färdigprojekterat bygge men inga pengar. När medel fanns skulle det byggas utifrån Renzo Pianos ritningar som förste arkitekt. Tillgången till offentliga ekonomiska resurser var emellertid begränsade så det var nödvändigt att succesivt öka sponsor- och partnerskapsstödet från det lokala näringslivet.

Kulturdepartementet fattade år 2000 ett beslut om stöd till Vandalorum om minst 8 miljoner årligen. Sven Lundh såg det som viktigt att kulturminister Marita Ulvskog invigde, välsignade och rekommenderade projektet. ”Pengarna var inte det centrala utan det var legitimiteten. När hon gjorde det så var det den tunga starten.” Samma år anslog Landstinget i Jönköpings län 15 miljoner kronor för projekteringen av själva bygget fram till byggfärdiga ritningar. Sedan dess har projekteringsarbetet och uppbyggnaden av den inre verksamheten pågått kontinuerligt. Även om löftet om driftsmedel från kulturdepartementet togs bort i budgetpropositionen 2003, då Vandalorum inte uppfyllde sitt löfte om byggstart. Projektmedel fick istället sökas på lokal och regional nivå. Stödet från Värnamo kommun och Landstinget i Jönköpings län var redan från början en förutsätt-



Foto: Marirosa Ballo, ©Studio Ballo, Milano, 2011

ning för projektet. Kommunen har under många år givit stöd till Smålands Konstarkiv och enligt en tidig överenskommelse överlät kommunen tomten där Vandalorum skulle byggas till stiftelsen Vandalorum.

År 2003 utarbetades en driftsbudget, baserad på uppgifter från erfarenheter från bl.a. Moderna Museet i Stockholm och Louisiana i Humlebæk vars positiva stöd var viktigt. Sven Lundh:

Det har talats mycket under vår resas gång om att vi låg för nära Louisiana, bara 25 mil bort, men när jag talade med Knut W Jensen redan på 1980-talet om detta så sade han att det borde finnas fler konsthallar runt omkring i södra Sverige. Det stimulerar intresset.

De kommande åren kantades dock projektet av problem med finansiering och interna motsättningar. Men från 2007 förändrades situationen.

NY STYRELSE MED REPRESENTANTER FRÅN DET LOKALA NÄRINGSLIVET

Hösten 2007 inleddes med att Styrelsen för Vandalorum ombildades. Ny ordförande blev Jan Ove Forsell, känd inom regionalt företagande och ledande affärsställningar, bland annat VD för Forsheda Gummifabrik och Expanda Design Group. Jan Ove Forsell underströk som stiftelsens ordförande Vandalorums betydelse för samhällsutvecklingen men för att lyckas med projektet var trovärdighet nödvändigt:

Hela regionen behöver ny energi. När vi ska rekrytera folk till våra företag, legoföretag och underleverantörer, går det inte bara att hänvisa till frisk luft. Vi såg Vandalorum som ett projekt för näringslivs- och samhällsutveckling.

KUNSKAP OCH KOMPETENSUTVECKLING – NY PROJEKTLEDARE TRÄDER TILL

I decennier har sålunda konst- och designcentret Vandalorum i Värnamo planerats och vuxit fram. Våren 2007 engagerades Sune Nordgren som ny projektledare för Vandalorum. Med ett förflutet som bland annat konstnär, formgivare, konstkritiker i tidningar och radio, programledare i TV, chef för Malmö konsthall, BALTIC Centre for Contemporary Art i Gateshead och Nasjonalmuseet i Oslo uppfattades han ha den erfarenhet som projektet behövde.

Sune Nordgren tog omedelbart itu med att skärpa projektets profil och att marknadsföra det med hjälp av en tydligare identitet. Tonvikt lades också på frågorna kring finansieringen av byggnationen och den framtida driften. Hela Vandalorum, med utställningshallar för konst, design-utbildning, restaurang, Smålands konstarkivs samling, butik och auditorium beräknades till en början till 300 miljoner kronor. Att realisera ett sådant projekt tar enligt Sune Nordgren tid: ”Jämför man med liknande anläggningar i Europa har det marscherat på rätt snabbt. Det finns exempel på konsthallar, museer och operahus i andra landsändar som tagit både två och tre decennier ytterligare för att bli verklighet.”

RESURSANSKAFFNING FRÅN NÄRINGSLIVET – PARTNERS OCH SPONSORER

Investeringskostnaden för hela projektet, som till en början beräknades till 300 miljoner kronor, reviderades 2011 ner till 150 miljoner. En första etapp med fem byggnader på 3 000 kvadratmeter sågs som lämplig start och budgeterades till 50 miljoner kronor, varav Carl-Olof och Jenz Hamrins stiftelse i Jönköping och donatorer inom lokalt näringsliv svarade för 20 miljoner. ”Vandalorum är ett egensinnigt projekt, som envist segat sig upp ur den småländska myllan”, sade Christina Hamrin, ordförande i stiftelsen som bär hennes föräldrars namn i ett pressmeddelande från den 17 april 2009: ”Det känns underbart bra att på detta sätt få bidra till ny forskning och nya spännande mötesplatser också i Värnamoregionen.” Hon uppmanade dessutom andra, enskilda och företag, att följa hennes exempel. En aktie i Vandalorum såg hon som en god placering.

I januari 2010 kom Vandalorum ännu ett steg närmare att realiseras. I och med att familjeägda Liljedahlsbolagen satsade 10 miljoner kronor var finansieringen för en första etapp av bygget säkrad och de första hundra första spadtagen togs av arkitekter, formgivare och konstnärer som stått bakom idén om Vandalorum. Etapp 1, som det kallas, av bygget innefattar fem hus; ett entréhus, ett hus för café och butik samt tre utställningshallar. Runt de fem husen står rödmålade plank som visar var anläggningen ska växa vidare. Enligt styrelseordförande Jan Ove Forsell var trovärdigheten för den finansiella konstruktionen viktig:

Det gällde att skapa en finansieringsform för Vandalorum som var trovärdig. Vi aktiverade därför ett aktiebolag i botten, Fastighetsbolaget Vandalorum. Istället för att satsa pengar direkt i vad som kan uppfattas som en osäker stiftelse har våra partners, Hamrin stiftelsen, Svenstigs och Liljedahlsgruppen, satsat pengarna i fastighetsbolaget som de äger tillsammans. Men de gör inte detta för att tjäna pengar. De får ingen pekuniär utdelning på sina aktier utan gör det för att medverka till samhällsutvecklingen.

Liljedahlsbolagen är en viktig partner och delägare i Vandalorum Fastighets AB. I den familjeägda koncernen, som grundaren Bengt Liljedahl driver tillsammans med son och dotter, ingår verktygsföretaget Ravema, före detta Värnamo maskin, Hörle tråd, Finnvedens lastvagnar och Finnvedens bil. Koncernen omsätter cirka 8 miljarder och har 1300 anställda. Med sin insats på 10 mkr blir Liljedahlsbolagen en dominerande och viktig medaktör i projektets fortsatta utveckling. Bengt Liljedahl:

Jag kommer visserligen från den hårda, materiella siffervärlden, men att se saker från olika håll har man nytta av även inom affärlivet. Konst och design är inte mina hemmaområden, men jag tror på människorna runt projektet. Inte minst designutbildningen tror jag kommer att ge positiva effekter.

Vid sidan av en aktiv vänförening, där ett medlemskap för privatpersoner i Vandalorums vänner kostar 250 kr per år, kan företag och organisationer stödja Vandalorums verksamhet genom att vara evenemangssponsor, årssponsor, huvudsponsor eller partner. Sponsorarbetet går ut på att medvetet bygga förtroenden och lägga grunden för långsiktiga avtal med olika bidragsgivare. Med utgångspunkt i framför allt programverksamheten kommer även tillfälliga och mera specifika överenskommelser att göras, liksom för "sponsorship in kind" där företag kan erbjuda sina varor och tjänster. År 2011 fanns 50 olika sponsorer och partners. Ett exempel på hur näringslivets representanter resonerar är Bengt Svenstig som är partner och styrelserepresentant i Vandalorum. Bengt representerar Svenstigs som är ett familjeföretag som säljer och servar Audi, Volkswagen och Skoda personbilar, Volkswagen transporter samt Scania lastbilar och bussar. Med en insats på 2 miljoner kr är Svenstigs Fastighets AB i Värnamo partner till Vandalorum. Bengt förklarar sitt engagemang:

Temporära konstupställningar av hög internationell klass kommer att bli en stimulerande inspiration och en intressant attraktion för besökare från när och fjärran... Vandalorums arkitektur med sin grund från den världsberömda arkitekten Renzo Piano blir en attraktion i sig. Vi är glada och stolta över att hjälpa till att skapa ännu bättre förutsättning för en god näringslivsutveckling.

Förutom de som stöttat Vandalorumprojektet genom att med stora belopp gå in som partners har ett flertal lokala småföretag gått in och sponsrat verksamheten genom att bli pionjärer. Detta uppfattades också som viktigt för den allt mer stärkta legitimiteten.

Till en början var det de allmänna som krattade manegen genom projektmedel, tomtmark och driftmedel. Efter 2008 har vi dock inte fått en krona i offentliga medel till bygget. Istället har ett 25-tal pionjärer, olika småföretag, satsat 100 000 kr vardera vilket har varit viktigt för den löpande driften. Det har också varit viktigt för att öka trovärdigheten, 'kan han satsa lite så kan väl jag'. I och med att vi började gräva så ökade omvärldens tilltro då det sågs som ett realistiskt projekt. (Jan Ove Forsell)

INVIGNING DEN 16 APRIL 2011 OCH NY MUSEICHEF ANSTÄLLS

Under invigningshelgen den 16 april 2011, där invigningstalet gjordes av museidirektör Poul Erik Tøjner på Louisiana, kom 3 000 besökare. Efter fyra år som projektledare för Vandalorum bestämde Sune Nordgren att lämna sitt uppdrag i augusti 2011 då en annan

form av ledarskap behövdes. Själv uppfattade Sune Nordgren sig inte som en administratör utan som en entreprenör. ”Jag är med och får igång en verksamhet och nu när det är igång så drar jag vidare.” Den 1 augusti 2012 tillträdde den internationellt verksamma curatören och konstkritikern Elna Svenle som ny museichef. Hon innehar både den konstvetenskapliga och utställningsmässiga grunden för att få legitimitet genom att både vara fil. kand. i konstvetenskap från Lunds universitet och Master of Curating Contemporary Art från Royal College of Arts i London. Elna Svenle kom senast från Wanås Utställningar i Skåne där hon var verksam som curator. Dessförinnan arbetade hon som curatorsassistent på MoMA/PS 1 i New York samt konstkritiker på DN och Kristianstadsbladet. Efter att Sven Lundh tagit kontakt med Svenle i januari 2012 hörde hon av sig till sin företrädare Sune Nordgren som menade att jobbet skulle passa henne. Svenle besökte verksamheten i februari och blev entusiastisk:

Utöver den fantastiska arkitekturen finns här utställningslokaler som är otroligt flexibla. Kändes bra att man kommit långt med utbildningsverksamhet med studenter från Sverige och Danmark vilket jag ser som viktigt att utveckla. Detta ska vara en folkbildande institution som också vänder sig till allmänheten.

FRAMTIDA LEDNING, STYRNING OCH UTSTÄLLINGSVERKSAMHET

Omsättningen 2013 låg på 9 miljoner per år. 50 sponsrande företag varav många från bygden bidrar med allt från små summor, 10 000 kr, till flera miljoner. De tre stora sponsorer som bidrog till byggnationen, familjeföretagen Hamrin, Svenstig och Liljedahl hålls med löpande information om verksamheten. De har inga synpunkter på utställningarnas innehåll. Övriga företag som är årssponsorer får VIP-kort och exklusiva visningar för dem och deras gäster. Vänföreningen har 1 400 medlemmar vilket ses som positivt. Sedan april 2011 till oktober 2014 har man haft 200 000 besökare, 50 000 besökare per år. Framförallt på sommaren kommer många spontanbesökare, vilket är svårt på vintern.

Under 2013 visades utställningen ”Out in the sea” som handlar om vad som händer med produkter, plastföremål efter att vi använt dem. Denna gjordes i samarbete med Designmuseet i Zürich och gick sedan vidare till Trapholt i Danmark och Hamburg i Tyskland. Utställningen åtföljdes av ett samarbete med skolorna i Värnamo kommun för att medvetandegöra bristen på nedbrytning och miljöproblematiken. Elna Svenle förklarar: ”Jag ser museal verksamhet som en folkbildande institution. Jag vill uppehålla mig i ett fält där man kommenterar vad som sker och därigenom fungerar folkbildande.” Under de närmaste åren kommer Svenle som chef ägna sig åt att få fler grupper att interagera med Vandalorum. I samarbete med Nationalmuseum och Alzheimerfonden, geriatrika kliniker och dagboenden i kommunen genomförs projektet ”Möten med minnen”. Det handlar om en speciell pedagogik som skapades på MoMA 2006 där man dagligen gör visningar för Alzheimerpatienter och deras anhöriga. Det har blivit en stor framgång.

2014 genomförs en mastodontutställning som heter ”Barnets århundrade.” Vandalorum gör en särskild nordisk variant av en tidigare MoMA utställning med 550 föremål, med

inriktning på barndesign, möbler, leksaker och arkitektur utifrån Ellen Key och hennes tankar om Barnets århundrade. I maj 2014 invigdes en utställning om design och barn under hundra år. Där presenteras både positiva gjorda lärdomar och de problem som uppkommit i form av politiska, ekonomiska och sociala hinder, såsom könsuppdelning och form använd i propagandasyfte. Utställningen görs i samarbete med en av curatorerna från MOMA samt ett 20-tal olika experter som berättar i en stor katalog. Alla husen på Vandalorum kommer att användas för utställningen. Elna Svenle ser det inte möjligt att driva flera sådana stora projekt efter varandra. Däremot kan man i samarbete med andra institutioner visa färdiga utställningar som kan översättas och anpassas. Mängder med aktiviteter kan göras vid sidan av för att anpassas till olika lokala förutsättningar.

FEM LÄRDOMAR OM KULTURELLT ENTREPRENÖRSKAP OCH LEDARSKAP I ETT FÖRÄNDRAT KULTURLANDSKAP

1. VIKTIGT ATT INTRESSETER I OMVÄRLDEN TROR PÅ ATT PROJEKTET ÄR RIKTIGT

För att realisera visionen av Vandalorum, denna barriärbrytande mentala framtidsbild, har det förutom drivande eldsjälarna också behövts framförallt legitimitet i form av omvärldens tro på projektets riktighet för att därmed kunna generera ekonomiska resurser.

Lärdomar som andra kan ta till sig, är vikten av att skapa trovärdighet för ett sådant är projekt. I grunden måste visionerna finnas, med ett innehåll som har substans i botten. I vårt fall har vi haft en eldsjäl som orkat hålla ut och som dessutom har ett stort kontaktnät. Men det måste också finnas någon som håller rätt på pengarna. Det blir pengar till slut av det hela. Så trovärdighet på alla plan är viktigt. (Jan Ove Forsell, Vandalorums styrelseordförande)

2. I SPÄNNINGSFÄLTET MELLAN OLIKA INTRESSETER UNDERLÄTTAR ALLIANSER PRIVAT – OFFENTLIGT

Att få med både offentliga och privata intressenter har varit viktiga för legitimiteten. Man ser sig inte som en privat konstinstitution utan det framhålls att både offentliga och privata medel bidragit till etableringen. Samtidigt som Elna Svenle anställdes lämnades en ansökan in om ökat kommunalt stöd från Värnamo kommun och efter sju månader fick man i februari 2013 ett positivt svar. Under denna tid framträdde Svenle som chef för olika kommunpolitiska intressegrupper och kommunfullmäktige som ställde och fick svar på frågor som: Vad vill ni satsa på? Hur ser finansieringen ut? Elna Svenle såg det samtidigt som lärorikt att höra vad politikerna intresserade sig för och vad de tvekade inför. Det fanns en ovana att lämna offentliga medel, kommunala bidrag till konst och kultur. I jämförelse med andra kommunala satsningar på kulturen ligger Värnamo under medel i Sverige. Så Svenle fick agera för att skapa legitimitet och föra fram andra kommunala exempel där kulturen ses som en viktig del för deras verksamhet. Elna Svenle ser åsiktskiljaktigheterna om det ska vara privat eller offentligt stöd till verksamheten som olycklig.

Det är olyckligt att vi bara ses som en privat angelägenhet då Smålands Konstarkiv startades av konstnärerna själva i Smålands Konstnärsliga. Staten och kommunen har stöttat Smålands

Konstarkiv under många år. Hos oss är det inte alls som Artipelag och Bonniers Konsthall som drivs med privata medel med en privat huvudman i bakgrunden. Här är det en kombination där det privata möjliggjort bygget som aldrig hade åstadkommits utan dessa insatser från olika privata sponsorer.

3. UTVECKLING GENOM SAMARBETE KONST, KULTUR, UTBILDNING, FORSKNING, FÖRETAGANDE

En annan intressant som blivit alltmer indragen i etableringsprocessen är offentliga utbildningsinstitutioner. Detta kan också ses som ett uttryck för att legitimiteten förstärks både direkt i form av ökad offentlig finansiering men också indirekt genom ökade bidrag från privata sponsorer. Utbildningsverksamheten på Vandalorum har sålunda sedan den 1 februari 2013 expanderat genom inrättandet av en tvärvetenskaplig forsknings- och utbildningsverksamhet på avancerad nivå inom ämnesområdet "Skapandets praktik: företagande och mediala möjligheter". Därigenom kan Vandalorum utvecklas till ett centrum för forskning och lärande som länkar samman konst, design, teknik, företagande och mediala möjligheter. Forsknings- och utbildningsverksamheten drivs i samarbete med Linnéuniversitetet i Växjö/Kalmar och Högskolan i Jönköping. 2013 skapades "Vandalakademien – en mötesplats för praktik och akademien" som ska vara en mötesplats för akademi och praktik i gränslandet mellan konsten, företagandet och vetenskapen. Syftet är att inspirera till möten och fördjupade samtal där förbindelser synliggörs och gränser löses upp. Den sista helgen i augusti 2013 invigdes den första Vandalakademien på tema "Konsten i livet och Livet i konsten!".

4. LEGITIMERING GENOM SUBSTANSIELLA FÖRÄNDRINGAR, SYMBOLHANDLINGAR OCH SPRÅKBRUK

Intressant är hur ledningen för etableringsprocessen har bearbetat legitimeringsmässiga tvivel (jfr Lindkvist 2007) genom substantiella förändringar av organisationens mål, strukturer och processer genom förändringen från ett storartat projekt till ett mindre byggt i olika etapper utifrån de ekonomiska resurser som funnits tillgängliga. Andra metoder som man har använt sig av är symbolhandlingar genom att låta dåvarande kulturministern inviga bygget samt ta in prominenta styrelsemedlemmar både inom den nordiska kultursfären och lokala näringslivsföreträdare och språk (som ordvalet att lyfta fram konstens roll för design och formgivning vilket behövs i bygden). Karin Lundh, vice VD på Källemo möbler tillika vice VD i Styrelsen för Vandalorum, lyfter sålunda fram konstens roll som igångsättare i en process där innovationer, formgivande och design följer.

Tyvärn glöms igångsättandet i processen då det talas om innovationer och formgivning men konstens roll som igångsättare glöms bort. Konst, form, utbildning och näringsliv fungerar som kommunicerande kärn. Konst utgör inspiration för resten som sedan kommunicerar tillbaka. Ett problem är att konst är immateriellt medan det övriga är mer konkret. Men konsten möjliggör att man öppnar sina sinnen för att sedan göda och föda och få till resten. Genom konsten ökas kunskapen att känna igen en innovation som sedan ligger till grund för nytt företagande.

5. ANDRA INCITAMENT ÄN STÖRSTA MÖJLIGA VINST

Otvivelaktigt är det så att skaparna av Vandalorum framstår som kulturentreprenörer med det primära målet att skapa något nytt genom nya kombinationer utan att i första hand uppnå målet att gå med vinst. Istället är målet att skapa ett mervärde för bygden och bidra till ett bättre samhälle med hjälp av konst och kultur. Samtidigt som vikten av god ekonomi och höga besökstal betonas framhåller kulturentreprenören Sven Lundh i likhet med Scherdin & Zander (2008) att konstens värde vilar på andra grunder än praktisk nytta och vinstmöjligheter.

Konsten uppträder omedvetet, berör betraktaren och vitaliserar sinnelaget. Den måste ha inre egenskaper, inte vara påklitrat för designens skull. Konsten har immateriella egenskaper. Detta har mitt samarbete med konstnärer visat mig. Konst är ingen fabrikation.

Allt som allt visar uppbyggnaden av Vandalorum att de kulturella entreprenörerna i ett förändrat kulturlandskap med minskad offentlig finansiering lyckats med att skapa legitimitet från en till början tvivlande omgivning och få till ett kulturellt fyrhorn som lyser upp mörka Småland.

REFERENSER

- Ashforth, Blake E. & Gibbs, Barrie W. 1990: "The double edge of organizational legitimation". *Organization Science*. 1(2): 177-194.
- Bjerke, Björn 2007: *Understanding Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Darmer, Per 2008: "Entrepreneurs in music. The passion of experience creation". I Sundbo, Jon (red.) *Creating Experiences in the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Ellmeier, Andrea 2003: "Cultural Entrepreneurialism. On the Changing Relationship between the Arts, Culture and Employment". *International Journal of Cultural Policy* 9(1): 3-16.
- Lindkvist, Lars 1996: *När legitimiteten ifrågasätts*. Köpenhamn: Nyt fra Samfundsvidenskaberne.
- Lindkvist, Lars 2013: "Cultural entrepreneurship and creative points of intersection. The Island of Furillen". I Lindeborg, Lisbeth & Lindkvist, Lars (red.) *The Value of Arts and Culture for Regional Development. A Scandinavian Perspective*. Oxford: Routledge
- Leadbetter, Charles & Oakley, Kate 2001: *Surfing the Long Wave. Knowledge Entrepreneurship in Britain*. London: Demos
- Lindeborg, Lisbeth 2010: "Med Kulturen som Ledstjärna". I Lindeborg, Lisbeth & Lindkvist, Lars (red.) *Kulturens Kraft*. Stockholm: SNS Förlag.
- Lounsbury, Michael & Glynn, Mary Ann 2001: "Cultural Entrepreneurship. Stories, legitimacy, and the acquisition of resources". *Strategic Management Journal* 22: 545-564.
- Mangset, Per 2009: "Fortellinger om kulturelt entreprenørskap". I Mangset, Per & Røyseng, Sigrid (red.) *Kulturelt entreprenørskap*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Mangset, Per & Røyseng, Sigrid, 2009: *Kulturelt Entreprenørskap*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Meyer, John W. and Rowan, Brian 1977: "Institutionalized organizations. Formal structure as myth and ceremony." *American Journal of Sociology* 83: 340-363.

- Nathanson, Calle 2009: "Inledning". I Nathanson, Calle (red.) *Nya rum i samverkan - mellan det offentliga, näringslivet och det civila samhället*. Stockholm: Sveriges Kommuner och Landsting.
- Nielsén, Tobias 2008. "Skilj mellan kulturföretagare och kulturentreprenörer". [Online] Available at: <http://kulturekonomi.se/2008/12/05/skilj-mellan-kulturforetagare-och-kulturentreprenorer/> [Använd 27 05 2014].
- Pfeffer, Jeffrey & Salanzik, Gerald R. 1978: *The External Control of Organizations*. New York: Harper and Row.
- Scherdin, Mikael & Zander, Ivo (red.) 2011: "Art entrepreneurship: and introduction". I *Art Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Swedberg, Richard 2006: "The cultural entrepreneur and the creative industries: Beginning in Vienna". *Journal of Cultural Economics* 30(4): 243-261.
- Wry, Tyler, Lounsbury, Michael & Glynn, Mary Ann 2011: "Legitimizing Nascent Collectives Identities: Coordinating Culture Entrepreneurship". *Organization Science* 22 (2): 449-463.

NOTER

Artikeln är en vidareutveckling av artiklar om Vandalorum i antologierna "Behövs regioner?" (Rakar & Tallberg [red.] 2013) och "Behöver vi en sydsvensk region?" (Rudvall [red.] 2014). Tidigare engelska versioner av denna artikel har presenterats på 6th "Nordic Conference on Cultural Policy Research" den 14-16 Augusti 2013 i Köpenhamn och på den Nordiska företagsekonomiska konferensen (NFF) i Reykjavik 21-23 Augusti 2013. Tack för de kommentarer som jag då fick och till denna tidsskrifts redaktörer för likaså konstruktiva förbättringsförslag.

BILDMATERIAL

Fotografi på sida 82 av Marirosa Ballo, ©Studio Ballo, Milano, 2011

Författarpresentationer

ERIKA ANDERSSON CEDERHOLM

Erika Andersson Cederholm är docent i sociologi och forskar bland annat om turism, upplevelser och småföretagande. Hon är intresserad av gränssnittet mellan personliga och ekonomiska värdesfärer, känslöarbete, och sociala interaktioner i servicemöten.

ROGER BLOMGREN

Roger Blomgren är docent i Biblioteks- och informationsvetenskap vid Högskolan i Borås. Hans forskning har under senare år främst varit inriktad mot regional och kommunal kulturpolitik.

JENS KAAE FISKER

Jens Kaae Fisker er post doc ved Center for Landdistriktsforskning, Syddansk Universitet, Esbjerg. Bidraget til *Grænslös* er baseret på dele af en PhD-afhandling udarbejdet i forskningsgruppen for Lokal & Regional Udvikling, Aalborg Universitet i perioden 2010-2013.

JENNY JOHANNISSON

Jenny Johannisson är docent i biblioteks- och informationsvetenskap vid Bibliotekshögskolan, Högskolan i Borås. Hon har under lång tid bedrivit forskning om lokal och regional kulturpolitik mot bakgrund av globaliseringsprocesser.

LARS LINDKVIST

Lars Lindkvist är ph.d. och dr.merc. från CBS, Köpenhamn där han är adjungerad professor. Lars är professor i företagsekonomi, organisation och ledarskap vid Linnéuniversitetet. Hans forskningsområde är kultur, vård och omsorg som befinner sig i spänningsfältet offentlig, privat och ideell sektor.

KATJA LINDQVIST

Katja Lindqvist, docent i företagsekonomi, är lektor vid institutionen för service management och tjänstvetenskap, Lunds universitet. Hon forskar och undervisar om konstnärer som företagare och politisk och ekonomisk styrning av kulturverksamheter.

ANNE LORENTZEN

Anne Lorentzen er lektor i 'Innovation, business relationships and regional economic growth' ved Syddansk Universitet, Institut for Grænseregionsforskning. Anne Lorentzen har forsket i oplevelsesøkonomi, by og regionaludvikling i 10 år og har udgivet mange bøger og artikler herom.

MICHAEL THYRRESTRUP PEDERSEN

Michael Thyrestrup Pedersen er Ph.d. studerende ved Institut for planlægning – Aalborg Universitet. Forskningens hovedfokus ligger på lokal og regional udvikling med offentlig kulturforvaltning som katalysator.

CARINA SJÖHOLM

Carina Sjöholm är docent i etnologi och hennes forskning centreras ofta kring sociala relationer, identitetsformering, kommodifiering av platser och materialitet. Sjöholm och Erika Andersson Cederholm har tillsammans skrivit bland annat artikeln ”Att leva och sälja sin dröm – livsstilsföretagaren mellan familjeliv, marknad och politisk retorik”, (2014), i Sociologisk Forskning, 50(2).