



**EKONOMI
HÖGSKOLAN**
Lunds universitet

Våren 2006

STADEN SOM KUNSKAPSVERKTYG

Handledare:

Professor Leif Edvinsson

Författare:

Cecilia Fredriksson

Petter Tärbe

Innehållsförteckning

FIGURFÖRTECKNING	7
<u>1 INLEDNING.....</u>	<u>8</u>
1.1 BAKGRUND.....	8
1.2 PROBLEMDISKUSSION	8
1.4 SYFTE	9
1.6 MÅLGRUPP.....	9
1.7 BEGREPPSDISTINKTIONER.....	10
1.7.1 INTELLEKTUELLT KAPITAL	10
1.7.2 KUNSKAPSSTAD.....	10
1.7.3 INTELLIGENT STAD	10
1.7.4 KUNSKAPSVERKTYG.....	10
1.7.5 TRIPLE HELIX.....	10
1.8 DISPOSITION	11
<u>2 METOD.....</u>	<u>13</u>
2.1 VETENSKAPLIGT SYNSÄTT.....	13
2.2 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	13
2.2.1 DEDUKTIV OCH INDUKTIV METOD	13
2.2.2 KVALITATIV ELLER KVANTITATIV METOD	14
2.2.3 STRUKTUR	14
2.3 TEORETISKT RAMVERK	15
2.4 DATAINSAMLING	15
2.4.1 INTERVJUER	15
2.4.1.1 RESPONDENTER - STADEN	15
2.4.1.2 RESPONDENTER - MALMÖ	16
2.4.2 SEKUNDÄRDATA	17
2.5 KÄLLKRITIK	17
2.6 VALIDITET & RELIABILITET.....	18
<u>3 INTELLEKTUELLT KAPITAL.....</u>	<u>19</u>
3.1 INTELLEKTUELLT KAPITAL, HK + SK.....	19
3.1.1 HUMANKAPITAL	20
3.1.2 STRUKTURKAPITAL.....	21
3.2 IK – MULTIPLIKATOR, HK × SK	22
3.3 CITIES’ GENERAL INTELLECTUAL CAPITAL MODEL (CGICM)	23
3.4 INTELLEKTUELLT OCH SOCIALT KAPITAL	25
3.4.1 INTELLEKTUELLT KAPITAL	25
3.4.2 HUMANKAPITAL	26
3.4.3 SOCIALT KAPITAL	27
3.4.4 ORGANISATIONSKAPITAL	28
3.4.5 PROCESSKAPITAL.....	28
3.4.6 INNOVATIONSKAPITAL	28

4	<u>TEORI OM STADEN</u>	29
4.1	THE DREAM SOCIETY	29
4.2	DEN KREATIVA KLASSEN	31
4.3	KUNSKAPSSTADEN	34
4.3.1	KUNSKAPSHAMNAR	36
4.3.2	KNOWLEDGE INNOVATION ZONE	37
4.4	INTELLIGENTA STÄDER	40
4.5	STADEN UR ETT FRAMTIDSPERSPEKTIV	41
4.5.1	DEMOKRATISKT KAPITAL	41
4.5.2	KULTUR OCH NÖJESKAPITAL	42
4.5.3	MILJÖKAPITAL	42
4.5.4	TEKNISKT KAPITAL	42
4.5.5	FINANSIELLT KAPITAL	43
4.5.6	KRAVET PÅ LEDARSKAP	43
4.6	MARKETING PLACES	44
4.6.1	HUR MARKNADSFÖR PLATSMARKNADSFÖRARE DERAS PLATSER?	45
5	<u>EMPIRI - STADEN</u>	47
5.1	STADSPLANERING	47
5.1.1	MÖTESPLATSER	47
5.1.2	SAMSPEL MELLAN HÅRDA OCH MJUKA VÄRDEN	48
5.1.3	UTVECKLINGENS BAKSIDA	48
5.2	STADEN I DESS KONTEXT – MÄLARREGIONEN	49
5.3	TANKAR OM CITY BRANDING	50
6	<u>MALMÖ – DÅTID, NUTID, FRAMTID</u>	52
6.1	DÅTID	52
5.1.1	FRÅN HANSAN TILL KOCKUMS	52
5.1.2	VISIONS 2000	53
6.2	NUTID	56
6.2.1	REGIONFÖRSTORING	56
6.2.2	VISIONSARBETET	57
6.2.3	NÄRINGS LIV	57
6.3	FRAMTID	59
6.3.1	CITYTUNNELN	59
6.3.2	HYLLIEPROJEKTET & VÄSTRA HAMNEN	59
6.3.3	SJUKHUSOMRÅDET	60
6.3.4	UPPLEVELSEINDUSTRI & FRAMTIDSOMRÅDEN	60
7	<u>ANALYS</u>	62
7.1	INFRASTRUKTUR	63
7.1.1	MÖJLIGHETS RUM	63
7.1.2	ÖRESUNDSBRON, REGIONFÖRSTORING OCH CITYTUNNELN	63
7.1.3	NÄRHETEN TILL KÖPENHAMN	63
7.1.4	IP-TELEFONI OCH BREDBAND	64
7.1.5	I TERMER AV INTELLEKTUELLT KAPITAL	64
7.2	UNIVERSITET/HÖGSKOLA	65
7.2.1	JAKTEN PÅ HJÄRNOR	65

7.2.2	PLACERING OCH UTFORMNING	66
7.2.3	I TERMER AV INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	66
7.3	INKUBATORER	66
7.3.1	PROTOTYP.....	66
7.3.2	AKTIVITET	67
7.3.3	KONTEXT - PLACERING & TRIPLE HELIX.....	67
7.3.4	I TERMER AV INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	68
7.4	ATTRAKTIONER & ASSOCIATIONER.....	68
7.4.1	OLIKA TYPER AV ATTRAKTIONER/ASSOCIATIONER.....	68
7.4.2	ATTRAKTIONER OCH ASSOCIATIONER – MÅLGRUPP & POSITIONERING	68
7.4.3	I TERMER AV INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	70
7.5	MÅNGFALD	70
7.5.1	MÅNGA KULTURER – EN MÖJLIGHET	70
7.5.2	I TERMER AV INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	71
7.6	MÖTESPLATSER.....	72
7.6.1	KÖPCENTRUM	72
7.6.2	STADSKÄRNAN	72
7.6.3	KUNSKAPSHAMNAR & KUNSKAPSCAFÉER.....	73
7.6.4	STADSPLANERING.....	73
6.6.5	I TERMER AV INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	73
7.7	UNDERLIGGANDE FAKTORER OCH SAMSPEL	74
7.7.1	UNDERLIGGANDE FAKTORER	74
7.7.1.1	SOCIALA ENTREPRENÖRER	74
7.7.1.2	REGIONEN	74
7.7.2	SAMSPEL	75
8	<u>SLUTDISKUSSION.....</u>	<u>77</u>
8.1	VAD HAR VI LÄRT OSS, VAD HAR VI SETT FÖR TRENDER?	77
8.2	VAD TROR VI KOMMER ATT HÄNDA?	78
9	<u>FRAMTIDA FORSKNINGSOMRÅDEN.....</u>	<u>79</u>
	<u>REFERENSLISTA</u>	<u>80</u>
	<u>APPENDIX I – BARCELONA & MELBOURNES PROGRAM</u>	<u>83</u>
	<u>APPENDIX II – HONG KONG & MALAYSIA</u>	<u>84</u>
	<u>APPENDIX III – INTELLIGENT CITIES.....</u>	<u>87</u>
	<u>APPENDIX IV - BRUTTOREGIONPRODUKT</u>	<u>88</u>
	<u>APPENDIX V – FULLSTÄNDIG INTERVJU, MATS OLSSON.....</u>	<u>89</u>

Figurförteckning

Figur 1 Disposition	12
Figur 2 IK-värdeschema	20
Figur 3 Cities General Intellectual Capital Model (CGICM)	23
Figur 4 IK-navigator, modifierad	25
Figur 5 The BIG overhead	30
Figur 6 The Euro-Creative Index.....	33
Figur 7 The Knowledge city – a definition.....	35
Figur 8 Integrating Capitals	41
Figur 9 Levels of place marketing	44
Figur 10 Faktorer, Återskapad bild från intervju med Mats Olsson.....	53
Figur 11 Vision 2000, Återskapad bild från intervju med Mats Olsson.....	57
Figur 12 Triple Helix, Återskapad bild från intervju med Mats Olsson.....	58
Figur 13 Kunskapsverktygets påverkan.....	62
Figur 14 Schema för interaktion	75
Figur 15 Föreslaget förlopp	76

1 Inledning

Detta kapitel syftar till att göra läsaren bekant med ämnet vi valt att behandla i vår magisteruppsats. Vi ger först en kort beskrivning av Malmö stad som kommer att illustrera vårt syfte att identifiera staden som kunskapsverktyg. Vidare följer problemdiskussion och syfte, samt en presentation av målgrupp, begreppsdistinktioner och disposition för att öka förståelsen för uppsatsens upplägg.

1.1 Bakgrund

Det är den 7 oktober 1999. Industrialismens monument skeppas sakta ut i Öresund. Drygt ett decennium tidigare lades Kockums civila fartygsproduktion ner och därmed försvann den sista stora industrin från Malmö. Över 100 år av industriell framgång gick i graven och en stor kris väntade. I ett brev till regeringen år 1995 skriver Malmös kommunalpolitiker att ”Malmö hotas av något som kan liknas vid en ekonomisk härdsmläta”. Samma år som brevet skrivs har Malmö landets högsta öppna arbetslöshet, landets lägsta förvärvsfrekvens samt ett ständigt sjunkande skatteunderlag. Det var miljardunderskott i den kommunala ekonomin.¹

Dagens Malmö har landets snabbaste befolkningstillväxt. Malmö är en internationell, mångkulturell och mångspråkig stad. Där Kockumskranen en gång stod är i dagens Malmö ett blomstrande och kunskapsintensivt område. Högskolans byggnader smälter samman med Kockums fundament. Malmö har ingen kran längre – de har Turning Torso. Arbetarstaden som ibland beskrivs som socialdemokratins vagga har omvandlats. Vad hände? Vad händer? Vad kommer att hända?

1.2 Problemdiskussion

Javier Carrillo (2004) konstaterar att den urbana världspopulationen har ökat från 30 procent under 1980-talet till att idag vara över 50 procent². Den definitiva urbaniseringen av människan sker just nu och 2000-talet är städernas sekel³. Peter Drucker (1999) påpekar att vi rör oss mot en ny fas av civilisationen i vilken värdet av kunskap är den stora drivkraften⁴. Med avstamp i detta konstaterar Carrillo (2006) att 2000-talet även är kunskapens århundrade. Konvergerat skapar omständigheterna även att det stundande seklet kan karaktäriseras som kunskapsstädernas sekel.⁵ Kunskapen fokuseras vilket tar sig uttryck i bland annat kunskapsintensiva företag. Företaget

¹ www.malmo.se

² Carrillo, F.J., *Capital cities: a taxonomy of capita accounts for knowledge cities*, Journal of Knowledge Management, Vol 8, No. 5, October 2004, p 29 ur Carrillo, F J, (2006), *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

³ Landry, C, (2000) *The Creative City*, London, Earthscan ur Carrillo, F J, (2006), *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

⁴ Drucker, P, (1994), *Management Challenges for the 21st Century*, Harper-Collins ur Carrillo, F J, (2006), *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

⁵ Carrillo, F J, (2006), *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

Bottom Line grundades år 2000 av Björn Molin, Jan Lindell och Leif Edvinsson. Bolagets synsätt är att en glad arbetskraft skapar en bättre grund. Affärsidén baseras på att utveckla metoder, verktyg och tjänster för företags arbete med utveckling, förnyelse och attraktivitet genom tydlighet och dialog, som skapar engagemang och delaktighet hos medarbetarna. Vinsten är det viktigaste i ett bolag. Därför måste utvecklingen starta i grunden.⁶ Har dagens kunskapsfokus bidragit till att produktindustri har övergått till kompetensindustri? Vilken roll har staden respektive regionen för att följa denna trend? Hur påverkar staden regionen och vice versa?

Strukturkapitalet måste kapsla in humankapitalet för att skapa en multiplikationseffekt⁷. Med andra ord måste staden utformas för att skapa ett konkurrenskraftigt humankapital. Hur går detta till? Hur frigörs individers potential? Sociala entreprenörer är individer som angriper sociala problem med en entreprenöriell själ och med ett affärsmässigt skarpsinne. Där affärsentreprenörer skapar vinster skapar den sociala entreprenören förändring.⁸ Vilken roll har dessa individer och hur skall existerande och potentiella resurser involveras i stadens utveckling? Den österrikiske konstnären och arkitekten Hundertwasser hävdar att det finns olika lager av oss individer. Om huden är det första lagret är kläderna dess förlängning. Vidare väljer konstnären att använda arkitektur som det tredje lagret. Han hävdar att vi som individer skall skapa vårt eget skinn och att arkitektens roll är underordnad individens.⁹ Kan staden vara ett fjärde lager? Om huset för en individ skall vara skapat av egen kraft, skall en stad utformas för stadens enighet – invånarna?

Emotionell och fysisk utformning speglar stadens aktivitet och attraktivitet. Den forntida byn var statisk, dagens stad är dynamisk. Sammansatt av individer, företag, skolor, föreningar och organisationer skapar staden med sin egen historia och kultur en rumslig ram som bildar en av de mest komplexa organisationer som existerar.¹⁰ Hur kan staden nyttjas för att ligga i linje med den allt mer kunskapsintensiva utvecklingen? Hur kan staden utformas för att generera kunskap? Hur kan staden agera som ett kunskapsverktyg?

1.4 Syfte

Syftet med denna uppsats är att utröna *om* och *hur* staden kan agera som ett kunskapsverktyg och hur detta påverkar det intellektuella kapitalet. Vi har för avsikt att använda Malmö stad som ett stöd för att förverkliga vårt syfte.

1.5 Målgrupp

Företag som vill omlokalisera sin verksamhet, städer som vill utvecklas och individer som vill finna en intressant plats för att maximera sin potential.

⁶ www.bottomline.se

⁷ Edvinsson, L, Malone, M, (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

⁸ www.se-alliances.org

⁹ www1.kunsthawien.com

¹⁰ Framtidsstaden, (1997), *Visioner av kunskapsstaden*, Stadsmiljörådet, Stockholm

1.6 Begreppsdistinktioner

1.6.1 *Intellektuellt kapital*

Skillnad mellan marknadsvärde och bokfört värde.¹¹

1.6.2 *Kunskapsstad*

Stad som siktar på kunskapsbaserad utveckling genom att stötta fortlöpande skapande, delande, utvärderande, förnyande och uppdaterande av kunskap. Detta kan åstadkommas genom kontinuerlig interaktion mellan stadens invånare samt mellan stadens invånare och andra städers invånare. Invånarnas kunskapsdelande kultur i samklang med stadens lämpliga design, IT-nätverk samt infrastruktur stödjer dessa interaktioner.¹²

1.6.3 *Intelligent stad*

En intelligent stad är ett fortlöpande arbete som syftar till att koppla historia, nutid och framtid. Konceptet omfattar många aspekter av städer från historiken, det nuvarande kunskaps- och kreativa samhället och en uppskattning om vad som komma skall. Varje stad bör lära från sitt historiska arv.¹³

1.6.4 *Kunskapsverktyg*

Verktyg som genererar kunskap.¹⁴

1.6.5 *Triple Helix*

Beteckning som används för att ange att universitet/högskolor, företagande och offentlig sektor samverkar i en verksamhet.¹⁵

¹¹ Edvinsson, L, Malone, M, (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

¹² Ergazakis, K, Metaxiotis, K, Psarras, J, (2004), "Towards knowledge cities: conceptual analysis and success stories", vol 8 no 5, pp 5-15, Journal of Knowledge Management

¹³ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competetion, local leadership*, available at www.pwc.com/government

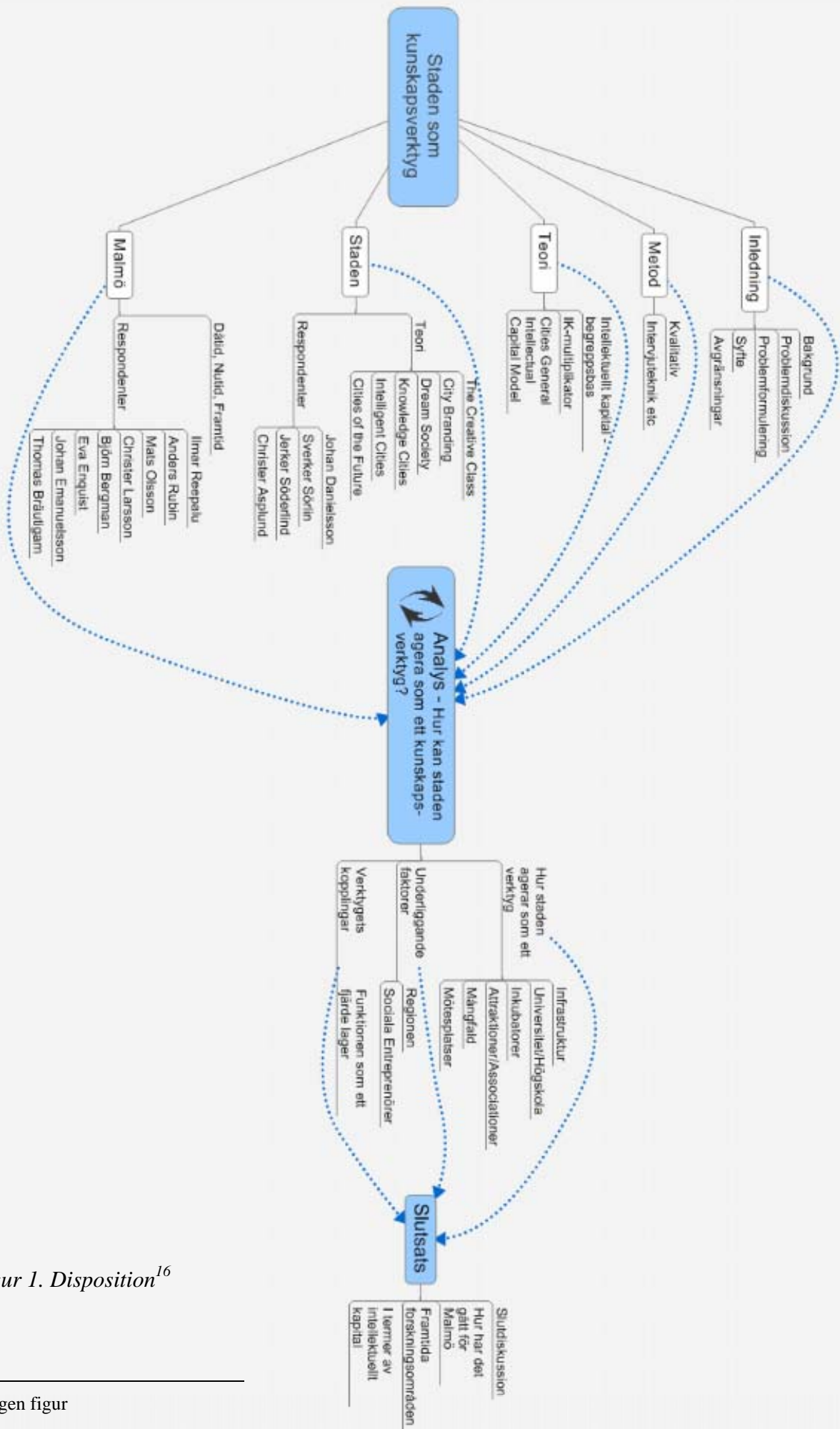
¹⁴ Egen definition

¹⁵ www.vlm.se

1.8 Disposition

<i>I - Inledning</i>	Med detta kapitel ämnar vi skapa intresse för läsaren samt presentera vad vi ämnar behandla i uppsatsen.
<i>II - Metod</i>	I metodavsnittet redogör vi för hur vi gått tillväga med uppsatsen. Vi redogör för datainsamling, urval av respondenter samt tillförlitlighet och kritik till våra källor.
<i>III - Intellektuellt Kapital</i>	Under detta avsnitt behandlar vi centrala teorier rörande intellektuellt kapital.
<i>IV - Teori om Staden</i>	I detta kapitel presenterar den andra delen av teoribasen, och behandlar relevant teori kring samhället, staden och dess invånare.
<i>V - Empiri om Staden</i>	Här presenterar vi aktuell empiri kring staden, främst i form av insatta respondenters tankegångar och erfarenheter inom detta område.
<i>VI - Malmö: Dåtid, Nutid, Framtid</i>	Malmö stad presenteras ur tre olika perspektiv. Respondenter från olika infallsvinklar ger sin syn på Malmös historik, nutid och framtid.
<i>VII - Analys</i>	Problematiken i uppsatsen analyseras i sökandet efter att förverkliga vårt syfte. Modeller från studien presenteras.
<i>VIII - Slutdiskussion</i>	Slutsatserna av studien presenteras i en löpande diskussion.
<i>IX - Framtida Forskningsområden</i>	Från slutdiskussionen utröns viktiga framtidsområden.

Figuren på nästa sida visar hur vi kommer att arbeta oss fram till slutdiskussionen. Den syftar till att skapa en helhetsbild av detta relativt komplexa område.



Figur 1. Disposition¹⁶

¹⁶ Egen figur

2 Metod

Syftet med detta kapitel är att visa läsaren hur arbetet med uppsatsen har genomförts.

2.1 Vetenskapligt synsätt

Vi har som författare till denna uppsats antagit ett hermeneutiskt synsätt då vi anser att detta matchar avsikterna med vår studie. Detta tolkande synsätt innebär att vi strävar efter förståelse för ett sammanhang, fenomen eller människors handlande. Informationen måste tolkas för att uppnå förståelse i hermeneutisk mening. Alla tolkningar påverkas av tidigare erfarenheter, uppfattningar och föreställningar – av den s.k. förförståelsen. Med utgångspunkt i förförståelsen görs en grov tolkning av fenomenet. Det är viktigt att vara medveten om att hur denna förförståelse styr tolkningen och därför utgå från många olika perspektiv.¹⁷

Medan positivismen beskriver och förklarar, söker hermeneutiska studier en helhetsförståelse, en insikt. Varje företeelse tolkas var för sig, och i sin helhet. En hermeneutiker är inte helt objektiv under undersökningen och ser det som en ständigt pågående process. Resultaten kan skilja sig från ett tillfälle till ett annat och några absoluta sanningar finns inte inom den hermeneutiska vetenskapen. Positivismen kan invända att hermeneutiken är subjektiv och därför ovetenskaplig.¹⁸

2.2 Tillvägagångssätt

Metodikerna anger enligt Jacobsen (2002) vilket tillvägagångssätt som används för att kartlägga världen, den första oenigheten gäller vilken strategi som är mest lämpad för att få grepp om den.¹⁹

2.2.1 *Deduktiv och induktiv metod*

Vi har valt att använda oss av den deduktiva ansatsen, dvs. strategin som innebär att gå ”från teori till empiri”. Vi ämnar först skaffa oss vissa förväntningar om hur verkligheten ser ut och därefter samla in empiri för att se om förväntningarna stämmer överens med verkligheten. Den deduktiva tekniken lämpar sig på detta vis. Dock måste kritiken mot denna ansats beaktas då sökandet efter information har en tendens att bli selektivt. Därmed finns risk att viktig information förbises.²⁰

Den andra strategin, vilken vi ansåg mindre lämplig för denna uppsats, är den induktiva ansatsen, att gå ”från empiri till teori” genom att gå ut i verkligheten och samla information nästan helt utan förväntningar. Vidare samlas all relevant information in och till slut slår utövarna sig ner

¹⁷ Lundahl, U. & Skäravad, P. (1992), *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*. Studentlitteratur, Lund.

¹⁸ Eriksson, L.T. & Wiederheim-Paul, F. (1997), *Att utreda, forska och rapportera*. Liber ekonomi, Malmö.

¹⁹ Jacobsen, D I. (2002), *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Studentlitteratur, Lund.

²⁰ Ibid.

och systematiserar den data som de fått in. Med utgångspunkt från en sådan öppen ansats formuleras sedan teorierna.²¹ Denna ansats passar vår undersökning sämre då vi, för att få fram relevant primärdata från intervjuerna, behöver stöd i teorin.

2.2.2 *Kvalitativ eller kvantitativ metod*

Inom samhällsvetenskapen kan två huvudformer av metoder urskiljas, den kvantitativa och den kvalitativa.²² De grundläggande likheterna mellan dessa metoder är att de har gemensamma syften. Båda angreppssätten är inriktade på att ge en bättre förståelse av det samhälle vi lever i och hur enskilda individer, grupper och institutioner handlar samt påverkar varandra. Utöver detta kan dock flera skillnader identifieras.²³ Kvantitativa metoder påminner mycket om de metoder som används inom naturvetenskapen. Man använder sig av statistik, matematik och klara riktlinjer för hur man ska genomföra en undersökning. Syftet med denna typ av metod är att dra allmänna slutsatser på det insamlade materialet förklara orsakerna till det fenomen som är föremål för undersökningen. Med hjälp av kvalitativa metoder kan djupare förståelse för det studerade problemet skapas genom olika typer av datainsamling. Det centrala är att förstå problemens samband med helheten.²⁴ Detta medför en detaljerad och djupgående studie, istället för att gå på bredden som vid den kvantitativa metoden. Undersökningsmetoden har vidare sin bas i icke-definierbar data såsom attityder, värderingar och föreställningar, vilket därmed ger metoden en närhet till studieobjektet.²⁵

Vi har i vår studie använt oss utav den kvalitativa metoden i form av personliga intervjuer vid undersökning av både Malmö som stad och staden i dess helhet. Då denna metod syftar till att förstå verkligheten bakom en process passar den vårt syfte som är att se hur staden agerar som ett kunskapsverktyg.

2.2.3 *Struktur*

Vi har valt att skapa en struktur på undersökningen som ämnar ge pedagogisk och intressant läsning. Efter metodkapitlet behandlar vi teorier om intellektuellt kapital. Vi väljer en teoribas som är uppdelad i två delar. Första delen, det intellektuella kapitalet, skapar större insikt i hur det intellektuella kapitalet är uppbyggt och även hur detsamma kan appliceras på en stad. Nästa del av teoribasen fokuserar på teorier som behandlar olika aspekter av samhället, invånarna och staden. Vår empiridel består även den av två delar. Först aktuell empiri kring staden som främst behandlar olika respondenters tankegångar och erfarenheter kring staden, och sedan ett avsnitt om Malmö och en beskrivning av vad som skett och sker i Malmö. Efter att ha presenterat ovanstående kapitel analyserar vi teori och empiri för att i slutdiskussionen presentera hur staden kan agera som kunskapsverktyg. Avslutningsvis föreslås framtida forskningsområden.

²¹ Jacobsen, D I, (2002), *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Studentlitteratur, Lund.

²² Andersen, I, (1998), *Den uppenbara verkligheten*. Studentlitteratur, Lund.

²³ Alvesson M., Sköldberg T, (1994), *Tolkning och reflektioner – vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*, Studentlitteratur, Lund

²⁴ Ibid.

²⁵ Holme, I.M, & Solvang B.K, (1997), *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, Studentlitteratur, Lund

2.3 Teoretiskt ramverk

Vårt teoretiska ramverk består av dels teorier om intellektuellt kapital och dels av teorier om staden. Rörande det intellektuella kapitalet använder vi oss av grundläggande beskrivningar och genomgångar av det intellektuella kapitalets beståndsdelar, multiplikatorsmodellen, en modell som applicerar det intellektuella kapitalet på städer samt en vidareutvecklad modell som behandlar bland annat socialt kapital. Teorier om staden inkluderar skrifter om den kreativa klassen, drömsamhället, kunskapsstaden, knowledge innovation zones, k-regioner, intelligenta städer, staden ur ett framtidsperspektiv samt platsmarknadsföring. Vi har i åtanke att detta är ett relativt nytt och utforskat område varför flera infallsvinklar är intressanta. Teorier om staden är särskilt intressanta ur ett aktuellt perspektiv.

2.4 Datainsamling

För att inte studien skall bli missvisande och leda till ytlighet är det viktigt att rätt data samlas in av rätt personer och att insamlad data tolkas på rätt sätt.²⁶ Enligt Jacobsen (2002) finns det två sätt att välja mellan då en datainsamling ska genomföras. Man kan använda sig av primärdata och/eller sekundärdata. Vidare menar Jacobsen (2002) att ett utnyttjande av flera olika typer av data skapar stöd och kontroll för de resultat som presenteras i slutsatsen. Därmed har vi valt att använda oss av både primär- och sekundärdata, där primärdatan består av intervjuer med personer som är relevanta för vårt syfte.²⁷

2.4.1 Intervjuer

Urvalet av uppgiftslämnare är av stor betydelse för undersökningens tillförlitlighet och trovärdighet. Vi har valt att välja uppgiftslämnare som vi anser kan ge oss riklig och god information. Detta kan enligt Jacobsen (2002) vara personer med stora kunskaper om det vi är intresserade av, personer som är bra på att uttrycka sig eller personer som vi vet är villiga att lämna information. Sammanfattningsvis kan sägas att det mest centrala budskapet är att urvalet av uppgiftslämnare vid kvalitativa ansatser bör vara *ändamålsorienterat*. Det innebär att urvalet bör styras av vilken slags information vi vill få.²⁸ Vi har valt att gruppera våra intervjuer utifrån två olika fokusområden. Dels de respondenter som vi anser har god insikt i stadens utveckling och funktion, inte minst i form av aktuell forskning. Dels de respondenter vi valt att intervjua i syfte att få insikt i vad som har skett, sker samt kommer att ske i Malmö. Denna uppdelning ligger även i linje med hur vi väljer att presentera våra empiriska avsnitt.

2.4.1.1 Respondenter - staden

Christer Asplund är före detta stadsdirektör i Stockholm och författare till boken *Marketing Places Europe: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations* tillsammans med bland annat Philip Kotler. Christer Asplund är särskilt intressant för vår uppsats vad gäller begreppet *city branding*. Christer Asplund har forskat och skrivit ett flertal böcker inom detta område samt aktivt arbetat med detta begrepp i Stockholms stad.

²⁶ Eriksson, L.T. & Wiederheim-Paul, F, (1997), *Att utreda, forska och rapportera*. Liber ekonomi, Malmö.

²⁷ Jacobsen, D I, (2002), *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Studentlitteratur, Lund.

²⁸ Ibid.

Johan Danielsson är generalsekreterare i Mälardalsrådet, och har varit med att utarbeta ett rapportförslag för Mälardalenregionen. Johan Danielsson har god insikt i arbetet som sker i Mälardalenregionen, att samarbete föder framgång och betonar mötesplatsers betydelse.

Jerker Söderlind är arkitekt och forskare i samhällsbyggnad vid KTH. Jerker Söderlind är väl insatt i stadens uppbyggnad och är särskilt intressant för vår uppsats vad gäller tankar kring stadsplanering på ett generellt plan.

Sverker Sörlin är professor i miljöhistoria och har bland annat forskat kring kunskapssamhället. Sverker Sörlin är även vetenskaplig ledare i projektet SISTER (Institutet för studier av utbildning och forskning) i Stockholm och gästprofessor vid avdelningen för teknik- och vetenskapshistoria på KTH.

2.4.1.2 *Respondenter - Malmö*

Mats Olsson är, som före detta stadsbyggnadsdirektör i Malmö, intressant för att ge en helhetsbild av vad som hänt i Malmö ur ett historiskt perspektiv. Mats Olsson var med i projektgruppen som 1995 satte "Vision 2000" i verket. Detta projekt är grunden till de förändringar Malmö genomgått sedan dess och Mats Olssons tankar och erfarenheter är av stor vikt för vår uppsats.

Anders Rubin är ledamot och ordförande i stadsbyggnadsnämnden i Malmö. Anders Rubin har stor erfarenhet från politiken och de politiska beslut som tagits i Malmö under den tioårsperiod vi fokuserar på.

Ilmar Reepalu är som kommunstyrelsens ordförande den högst uppsatta politikern i Malmö. Ilmar Reepalu har varit socialdemokratiskt kommunalråd i Malmö sedan 1986 och har därmed varit mer eller mindre involverad i de förändringar som skett i staden sedan dess. Ilmar Reepalu har även med sin bakgrund som arkitekt intressanta tankegångar kring staden på ett generellt plan.

Björn Bergman är näringslivsdirektör i Malmö. Näringslivskontorets roll i Malmö är att skapa förutsättningar för en hållbar tillväxt i näringslivet.

Christer Larsson är Malmös nuvarande stadsbyggnadsdirektör. Hans tankegångar och planer för Malmö stad är intressant för att belysa hur det arbetas med staden just nu ur ett stadsbyggnadsperspektiv, men även hur framtidsplanerna ser ut.

Johan Emanuelsson är trafikplanerare på strategienheten på Malmös Stadsbyggnadskontor. Som före detta programkoordinator inom Öresundskommittén och trafikplanerare har Johan Emanuelsson god insikt i frågor som rör infrastruktur och bidrar därför med intressanta tankegångar till vår uppsats.

Eva Engquist har med ett förflutet som VD för Malmö stad Innovation varit mycket delaktig i det förändringsarbete som skett i staden, inte minst då Eva Engquist var med och grundade Malmös inkubator MINC. Som nuvarande vice rektor för Malmö Högskola arbetar hon med en av nyckelfaktorerna i förändringsarbetet, humankapitalet.

Thomas Bräutigam, VD för Brio, är intressant ur ett näringslivsperspektiv. Brio är ett av de företag som under 2006 valt att flytta sitt huvudkontor till Malmö.

2.4.2 Sekundärdata

För att stödja den primärdata som samlats in och för att erhålla en så bred kunskapsbas som möjligt inom diverse områden som har anknytning till vårt problemområde har vi använt olika typer av sekundärdata. Vårt genomgående syfte med litteratursökningen har varit att ligga nära forskningsfronten och få en överblick över den forskning som gjorts. Leif Edvinsson, professor och forskare inom området, har varit en viktig länk till många givande och aktuella forskningsrapporter. För att komplettera denna information och dessa undersökningar inom ämnet har vi även använt oss utav Lund Universitets artikeldatabas, ELIN, samt ett antal hemsidor på Internet. Då tidsaspekten är av stor vikt i vår uppsats har vi varit noggranna med att använda oss utav information med aktuell prägel.

2.5 Källkritik

I undersökningar jämförs de tankar som finns om verkligheten med befintlig data om verkligheten: teoretiska begrepp ställs mot empiriska resultat. Kritisk granskning av källuppgifter är väsentligt och gäller alla källor: intervjuer, statistik, litteratur etc. Källkritik innebär granskning av dokument och prövning av validitet och reliabilitet vilket bör utföras i detalj för att på olika sätt skildra källor.²⁹

Vi har konsekvent försökt att vara objektiva och kritiska till våra källor, de primära såväl som de sekundära. Detta är inte minst viktigt då vi använder ett flertal olika informationskällor. Vad gäller det primära källmaterialet har vi antagit att våra uppgiftslämnare helt och hållet talar sanning. Det är svårt att vet a om intervjupersonerna försöker undanhålla någon information. För att minska denna effekt har vi försökt ta bort intervjuareffekten och strävat efter att ha en öppen dialog med respondenterna. En faktor som påverkar källkritiken är vår egen referensram och våra förkunskaper i ämnet. Detta kan både vara positivt och negativt, då vi saknar erfarenhet, men samtidigt inte är insnöade i ämnet, vilket kan leda till ett kreativt förhållningssätt.

Mats Olsson, före detta stadsarkitekt, är självklart partisk i sitt sätt att se på vad han varit med och åstadkommit, men vi anser att hans tankegångar är viktiga för att kartlägga vad som ligger bakom Malmö stads nuvarande situation. Vi är medvetna om detta och har ställt oss kritiska till den information vi fått. Detta gäller även de kommunala politiker vi intervjuat. Dessa personer är på sätt och vis partiska då de varit med och kunnat påverka stadens utveckling under den tioårsperiod som är i fokus för uppsatsen. För att kompensera denna subjektivitet och få en mer objektiv bild av vad som sker i Malmö har de respondenter som intervjuats om "staden" även intervjuats angående frågor som specifikt gäller Malmö för att få deras syn på vad som sker. Det som återfinns som officiellt material från Malmö stad är ofta vinklad för att skapa en positiv bild av staden. Detta ska dock ställas mot den massmediala informationen vi använt oss utav som är mer objektiv.

²⁹ Eriksson, L.T. & Wiederheim-Paul, F, (1997), *Att utreda, forska och rapportera*. Liber ekonomi, Malmö.

2.6 Validitet & reliabilitet

Eriksson & Wiedersheim-Paul (1997) definierar validitet som ett mätinstruments förmåga att beskriva det som undersökaren har för avsikt att mäta. Det finns två aspekter på validitet, inre validitet och yttre validitet.³⁰ Inre validitet avser överensstämmelsen mellan begrepp och de mätbara definitionerna av dem. Yttre validitet gäller om resultat från ett begränsat område är giltiga också i andra sammanhang.³¹ Den är oberoende av den inre validiteten och den kan inte bedömas om det inte finns information om hur det empiriska materialet samlats in och ser ut.³²

Primärdatans validitet kan uppfattas som stor då intervjuerna noga har anpassats för att vara relevanta för frågeställningen. Samtliga intervjupersoner har varit relevanta att intervjua då var och en har direkt koppling till de olika fokus vi valt att applicera på staden. Antalet intervjupersoner skulle naturligtvis ha kunnat vara fler, men med tanke på den begränsade tiden anser vi att validiteten är tillräckligt hög trots detta. Vi accepterar detta och föredrar att träffa färre respondenter som är väl insatta i ämnet, än att träffa ett större antal som inte har någon djupare kunskap om ämnet. Validiteten i våra sekundärdata och övrig vald teori anser vi stor, då den i de flesta fall baseras på väl genomförda undersökningar av erkända forskare. Teoribasen består av ett relativt nytt forskningsområde som befinner sig i en utvecklingsfas, vilket vi haft i åtanke under undersökningens gång.

Reliabilitet innebär att en undersökning måste gå att lita på samt att mätinstrument ska ge tillförlitliga och stabila utslag. Skulle andra undersökare komma fram till samma resultat om de använt samma angreppssätt? Om någon upprepat försöket vid ett annat tillfälle och på ett annat urval, skulle han då ha fått samma resultat? En undersökning som präglas av en hög reliabilitet är oberoende undersökare och undersökta enheter. Vid en kvalitativ studie finns det många olika faktorer som kan påverka studiens reliabilitet. Det är till exempel ett ofrånkomligt faktum att de primärdata som samlas in via intervjuer är styrda av intervjupersonens subjektiva synsätt, som i sin tur är beroende av personliga värderingar, normer och föreställningar.³³ Detta medför att olika personer kan tolka samma situation på olika sätt, vilket vi tagit hänsyn till genom att tolka och granska det insamlade materialet kritiskt. Vi är dock medvetna om att även vi som intervjuare agerar och tolkar inom ramarna för subjektiva synsätt. Det är en svårighet att undvika personliga värderingar i olika sammanhang vid undersökningssituationer.³⁴

³⁰ Eriksson, L.T. & Wiederheim-Paul, F, (1997), *Att utreda, forska och rapportera*. Liber ekonomi, Malmö.

³¹ Jacobsen, D I, (2002), *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Studentlitteratur, Lund.

³² Eriksson, L.T. & Wiederheim-Paul, F, (1997), *Att utreda, forska och rapportera*. Liber ekonomi, Malmö.

³³ Ibid.

³⁴ Holme, I.M, & Solvang B.K, (1997), *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, Studentlitteratur, Lund

3 Intellectuellt Kapital

I detta kapitel väljer vi att presentera teorier om intellektuellt kapital. Vi kommer dels göra en grundläggande beskrivning av det intellektuella kapitalet, ge en definition av begreppet samt förklara hur de olika delarna av kapitalet förhåller sig till varandra med hjälp av IK-multiplikatorn. Avslutningsvis kommer vi att beskriva Cities' General Intellectual Capital Model (CGICM), som visar hur teorier kring det intellektuella kapitalet kan appliceras på en stad.

3.1 Intellectuellt kapital, HK + SK

Vi börjar med att beskriva de grundläggande teorierna kring intellektuellt kapital ur ett företagsperspektiv, för att sedan applicera det på staden som är uppsatsens fokusområde.

Edvinsson & Malone (1998) förklarar det intellektuella kapitalet med hjälp av ett träd: ”*Om vi föreställer oss ett företag som en levande organism, låt oss säga ett träd, är det som beskrivs i organisationsschemat, kvartalsrapporter, företagsbroschyrer och andra dokument, dess stam, grenar och blad (...). Men att utgå från hela trädet bara därför att det utgör allt som är omedelbart synligt är ett tydligt misstag. Minst hälften av trädets massa finns under jordytan i rotsystemet. Och medan smaken på trädets frukter och färgen på bladen är ett bevis på hur friskt trädet är för tillfället, är förståelsen för vad som äger rum i rotsystemet ett mycket mer effektivt sätt att lära sig hur trädet kommer att vara de kommande åren. Det är detta förhållande som gör det intellektuella kapitalet – studiet av rötterna till ett företags värde, mätningen av de dolda dynamiska faktorer som ligger till grund för det synliga företagets byggnader och produkter – så värdefullt.*”³⁵

Walter Writson hävdar att den nya källan till rikedom verkligen inte är materiell, den består av information, kunskap omsatt i arbete syfte att skapa värde.³⁶ Genom att förstärka och utveckla de olika delarna av det intellektuella kapitalet erhålls en mer framgångsrik organisation som även ska kunna utvecklas.³⁷

Genombrottet kring forskningen om det intellektuella kapitalet kom i maj 1995 när Skandia gav ut världens första offentliga årsredovisning kring det intellektuella kapitalet som ett supplement till den finansiella årsredovisningen. Skandia utforskade det intellektuella kapitalet under ledning av Leif Edvinsson som nu är professor i intellektuellt kapital vid Lunds Universitet. Grunden till Skandias IK-modell bygger på idén att det verkliga värdet hos ett företags prestationer ligger i dess förmåga att skapa uthålliga värden genom att sträva efter en vision för företaget och dess tillhörande strategi. Skandias och Leif Edvinssons arbete med det intellektuella kapitalet ledde med tiden till en förenklad definition som lyder:³⁸

$$\text{Humankapital} + \text{Strukturkapital} = \text{Intellektuellt kapital}$$

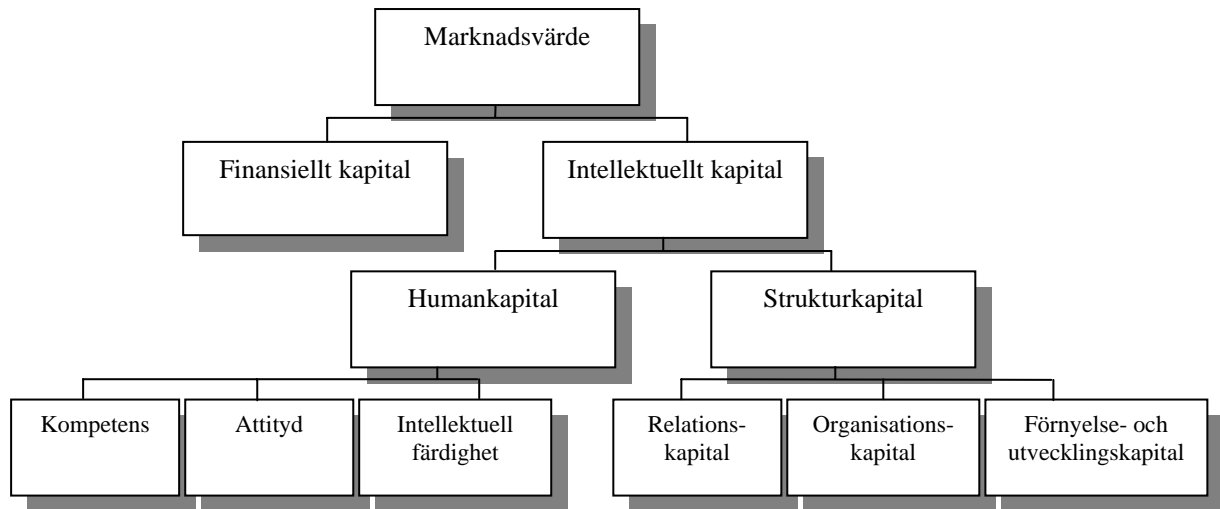
³⁵ Edvinsson, L, Malone, M, (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

³⁶ Ibid.

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid.

Målet var att visualisera de dolda värdena inom företaget. För att synliggöra det intellektuella kapitalet skapade Skandia ett IK-värdeschema. Detta schema bestod enbart av immateriella tillgångar och visade gapet mellan marknadsvärde och bokfört värde.³⁹ Nedan presenteras Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N. och Edvinsson, L. (1997) vidareutveckling av värdeschemat.



Figur 2. IK-värdeschema⁴⁰

3.1.1 Humankapital

Roos et al. (1997) beskriver denna typ av kapital som själen i bolaget⁴¹. Till skillnad från strukturkapitalet så är humankapitalet den del av företaget som försvinner då medarbetarna går hem för dagen⁴². Humankapitalet förgrenas i *kompetens*, *attityd* och *intellektuell färdighet*⁴³.

Kompetens genererar värde genom de anställdas kunskap, färdigheter, talanger och know-how. Kunskap, som det teoretiska, ställs mot de praktiska färdigheterna. Författarna framhåller att kunskap behöver någon slags inläring från böcker, lektorer eller mentorer. Företag behöver anställda som är kapabla och villiga att använda sina färdigheter och förmågor till fördel för företaget. Därför är *attityd* centralt. Författarna hävdar även att *attityd* är något som är väldigt svårt att ändra. Värde av *attityd* genereras genom de anställdas agerande på arbetsplatsen. *Intellektuell färdighet* indikerar förmågan att överföra kunskap från en kontext till en annan, förmågan att länka information samt förmågan att förbättra både kunskap och företagens output genom innovation och anpassning.⁴⁴

³⁹ Edvinsson, L., Malone, M., (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

⁴⁰ Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N., Edvinsson, L., (1997), *Navigating the new business landscape*, Macmillan Press Ltd

⁴¹ Ibid.

⁴² Edvinsson, L., Malone, M., (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

⁴³ Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N., Edvinsson, L., (1997), *Navigating the new business landscape*, Macmillan Press Ltd

⁴⁴ Ibid.

Humankapitalet kan definieras som summan av all kompetens i verksamheten som bidrar till värdeskapande. Detta kapital kan inte ägas av företaget. Fokus för företag är att bibehålla och utveckla den kompetens som organisationen besitter.⁴⁵

3.1.2 *Strukturkapital*

Strukturkapital utgör den andra grundpelaren i diskussionen kring det intellektuella kapitalet. Med strukturkapital menas generellt alla databaser, organisationsstrukturer, process manualer och patent, varumärken, och all annan organisationskapacitet som stödjer de anställda. Det är organisationens förmåga att överföra och lagra det intellektuella kapitalet.⁴⁶ Motsatt till humankapitalet hävdar Roos et al. (1997) att strukturkapitalet kan ägas och oftast ägs av företaget. Normalt sett tillhör strukturkapitalet inte en person på företaget utan verkar med företaget som helhet. Avvisidan är därmed att strukturkapital förmår utveckla sig långsammare än humankapital. Strukturkapitalet uppdaterar inte sig själv varför företagen måste ha en balans mellan de två typerna av intellektuellt kapital. Roos et. al (1997) väljer att förgrena strukturkapitalet i organisationskapital, relationskapital samt förnyelse- och utvecklingskapital.⁴⁷

Organisationskapital kan ses som den paketerade, systematiserade och kodifierade kompetens som finns i företaget. Det består av till exempel system, verktyg, kultur och ledningsstil som ökar kunskapsflödet i organisationen, men även utåt till kunder och leverantörer.⁴⁸ Roos et al. (1997) ser även det organisatoriska värdet som ett resultat av ansträngningen att kapsla in humankapitalet, det vill säga ägandet av detsamma. Författarna understryker vikten av den kulturella aspekten i organisationskapitalet. Kultur beskrivs som en serie riter, symboler och normer som definierar organisationen lika mycket som sina fysiska motparter (huvudkontor, logotyper, produkter etc.). Den skapas från de konstanta interaktionerna mellan organisatoriska medlemmar. Desto längre dessa interaktioner är, desto starkare är kulturen. Vidare har kulturen en viktig roll genom att den skapar en ram för medarbetare vid tolkningar av olika händelser.⁴⁹

Relationskapital har en grad av självförnyelse i sig, som inte organisationen har. En ny relation kan exempelvis födas ur en existerande utan märkbar insats av företagens anställda. Så fungerar inte organisationer, de behöver snarare konstant omhändertagande. Författarna hävdar att trenden mot att skära kostnader har ökat betydelsen av relationer. Förhållanden med leverantörer baseras inte på en snabb transaktion utan är förhållanden med lång tidshorisont. Det är allmänt känt att det är dyrare att tjäna pengar på en ny kund än på en befintlig kund. Därmed är företagens förmåga att behålla sina kunder nödvändigt för en långsiktig lönsamhet och en lojal kundbas bör vara i fokus. Dessa nya relationer syftar både till att reducera kostnader och till att skapa värde för företagen. En sund relation till aktieägarna poängteras, men även relationerna till intressentgrupper är centrala. Relationerna med de sistnämnda är, enligt författarna, de svåraste

⁴⁵ Hansson, J, Andersson, P, (1999), *Intellektuellt kapital i teori och praktik*, Humatec, Stockholm

⁴⁶ Edvinsson, L, Malone, M, (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

⁴⁷ Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N., Edvinsson, L., (1997), *Navigating the new business landscape*, Macmillan Press ltd

⁴⁸ Edvinsson, L, Malone, M, (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

⁴⁹ Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N., Edvinsson, L., (1997), *Navigating the new business landscape*, Macmillan Press ltd

att bygga men kan med rätt utformning skapa stor genomslagskraft på företagets implementering av strategi.⁵⁰

Förnyelse- och utvecklingskapitalet består enligt Roos et al. (1997) av allt som förbättrar det finansiella eller intellektuella kapitalet och därmed generar värde i framtiden. Alltså är investeringar i nya fabriker och maskiner delar av förnyelse- och utvecklingskapitalet då de är i planeringsfasen. När de realiserar blir de finansiella tillgångar. Likvärdigt kan utvecklingsprogram för medarbetare beskrivas som förnyelse- och utvecklingskapital i planeringsstadiet medan de efteråt transformeras till flöde från finansiellt kapital till humankapital.⁵¹

3.2 IK – multiplikator, $HK \times SK$

Intellektuellt kapital uppstår i en värdeskapande process genom samverkan mellan human- och strukturkapital. Den ständiga förnyelsen, innovationerna, förbättrar individens kunskap till bestående värden för organisationen. Det är viktigt att omvandla humankapital till strukturkapital, varför det är viktigt att underlätta överföringen av individuell kompetens till organisationskapitalet. Ju mer humankapital som transformeras till strukturkapital desto mer synlig substans finns i företaget. Ur ett strukturkapitalperspektiv räcker det inte att medarbetare besitter och använder sin kompetens, kompetens måste också dokumenteras som en tillgång som tillhör företaget. Det ligger alltså i företagets intresse att i så hög grad som möjligt underlätta och förstärka multiplikatoreffekten mellan humankapitalet och strukturkapitalet.⁵² Detta resonemang innebär även det omvända, väl utvecklat strukturkapital attraherar bra och säkert humankapital då de får möjlighet att ytterligare utvecklas och öka sin kompetens inom företaget, vilket leder till ökade möjligheter inför framtiden. Det skapas en slags ”turboeffekt” på humankapitalet.⁵³

En förändringsbenägen organisationskultur i kombination med ett relationsbaserat ledarskap möjliggör värdeskapande processer och rutiner, som bevarar humankapitalets innovationskraft, så att detta på ett systematiskt sätt kan omvandlas till mer uthålligt strukturkapital. Strukturkapitalet fungerar som ett immateriellt lager för humankapital så länge det går att omvandla till strukturkapital. Vissa delar av medarbetarnas kompetens kan vara så unik att den är svår att transformera till organisationens kollektiva kunskap.⁵⁴ Relationen mellan struktur- och humankapitalet är positivt korrelerat. De hjälper varandra att bli starkare, medan mycket svagt strukturkapital hämmar humankapitalet. Därmed bör strukturkapitalet genom humankapitalet vara större än ett för att generera mervärde för någon utav dem. Detta samband kallas för IK-multiplikator⁵⁵:

$$\text{IK-multiplikator} \rightarrow \text{Strukturkapital} / \text{Humankapital} > 1^{56}$$

⁵⁰ Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N., Edvinsson, L., (1997), *Navigating the new business landscape*, Macmillan Press Ltd

⁵¹ Ibid.

⁵² Hansson, J, Andersson, P, (1999), *Intellektuellt kapital i teori och praktik*, Humatec, Stockholm

⁵³ Edvinsson, L, Malone, M, (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

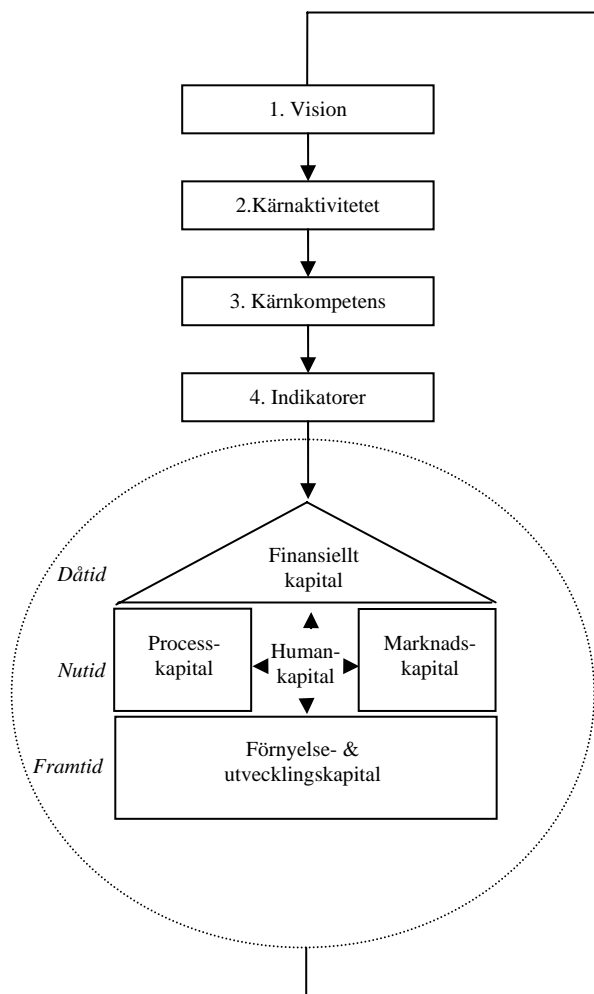
⁵⁴ Hansson, J, Andersson, P, (1999), *Intellektuellt kapital i teori och praktik*, Humatec, Stockholm

⁵⁵ Edvinsson, L, Malone, M, (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

⁵⁶ Ibid.

3.3 Cities' General Intellectual Capital Model (CGICM)

José Maria Viedma Marti presenterar i boken *Intellectual Capital for Communities: nations, regions and cities* en generell modell, CGICM, som kan användas för att mäta och hantera det intellektuella kapitalet (IK) i städer.⁵⁷ Modellen är huvudsakligen baserad på hur städer hanterar och mäter de immateriella tillgångar som finns. För att utveckla olika ekonomiska aktiviteter grupperas dessa tillgångar efter vissa homogenitetskriterier och kallar det för mikrokluster. Det handlar främst om att hantera skapandet och utvecklingen av gemensam och allmän kunskap – en IK plattform – som stärker stadens existerande mikrokluster samt vårdar uppbyggnaden av nya mikrokluster.⁵⁸



Figur 3. CGICM⁶¹

CGICM grundar sig på IK-navigatorn som presenteras av Edvinsson & Malone (1998). IK-navigatorn är ett verktyg som tydligt visar de olika byggstenarna i det intellektuella kapitalet. Processen att hantera en *stads* generella IK baseras på fem faser:⁵⁹

Fas 1: Utgångspunkten i processen är att skapa en vision för staden. Detta gör man genom att reflektera över och intervjua ledande befattningshavare – inom allt från den vetenskapliga och den sociala samhällssidan till samhällsplaneraren och näringslivsrepresentanter i staden. Det är viktigt att involvera såväl unga som gamla i diskussionen kring om hur de önskar att deras stad ser ut i framtiden och vad som skulle göra staden mer attraktiv för dem. Första steget i processen handlar alltså om vad staden är idag och vart staden vill vara i framtiden.

Fas 2: Med visionen fastställd innefattar nästa fas att identifiera händelser, projekt och aktiviteter som ska förverkligas för att uppfylla visionen och tidigare definierade mål.

⁵⁷ Bounfour, A, Edvinsson, L, (2005), *Intellectual capital for communities: nations, regions and cities*, Elsevier Butterworth Heinemann, Amsterdam

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid.

Fas 3: Aktiviteterna som definierades i fas två skapar riktlinjer för vilken kärnkompetens staden behöver för verkställandet av dessa aktiviteter. Här förutsätts kärnkompetens motsvara kunskap och IK.

Fas 4: Kärnaktiviteter och kärnkompetens är i strategiska teorier definierade som framgångsfaktorer. För att lyckas är det centralt att identifiera indikatorerna som på bästa sätt kommer att göra dessa faktorer framgångsrika.

Fas 5: Här delas de olika indikatorerna in i IK-navigators olika kategorier. Organisationen i staden betraktas nu genom husmetaforen. Det finansiella kapitalet utgör husets tak och avspeglar stadens historia. Det bör understrykas att dessa inte nödvändigtvis ger oss närmare upplysningar om stadens framtid. De stöttande kolumnerna består av processkapital och marknadskapital, dvs. det som ligger bakom stadens nuvarande aktiviteter. Förnyelse- och utvecklande kapitalet utgör husgrunden och beskriver hur staden är rustad inför framtiden. Humankapitalet som vi finner i husets centrum interagerar alla olika delar. Humankapitalet är stadens hjärta – förmågor, expertis och folkets vishet. Det är stadens uppgift att förverkliga folket och stötta dem för att de ska kunna uppnå sina strategiska mål. Baserat på denna struktur kommer de olika delarna av det intellektuella kapitalet sättas samman enligt följande:⁶¹

Humankapitalet är varje enskild individs egendom, inte stadens. Det består av kunskap, vishet, expertis, intuition samt individens förmåga att förverkliga stadens uppgifter och mål. Det inkluderar även stadens kultur och filosofi. *Processkapitalet* är det som finns kvar i staden då medarbetaren har åkt hem. Samarbete och kunskapsflöden kräver enligt Viedma strukturella tillgångar som informationssystem, mjukvaror, databaser och organisationsstruktur vilket stödjer och förstärker effekterna av humankapitalet. Den ursprungliga modellen, IK-navigatören, är utvecklad för att mäta det intellektuella kapitalet i en organisation. Skandia-navigatörens kundkapital ersätts av Viedma med *marknadskapitalet* som bygger på relationerna mellan organisationens kunder. Stadens kunder består av de marknader som en stad har nationella och internationella kontakter med. *Förnyelse- och utvecklandekapitalet* avspeglar hur staden i nuläget investerar i framtidens utveckling och förnyelse. Detta genom att exploatera sin konkurrenskraft på framtida marknader. Detta kapital inkluderar t. ex. satsning på forskning- och utveckling, patent och nystartande företag.⁶²

Efter att ha startat upp processen handlar det om att följa upp densamma så att de olika faserna hänger ihop. Detta för att underlätta vid jämförelse av de olika indikatorerna med andra städer. Modellen fungerar då som en referensmodell för benchmarking.⁶³

Edvinsson & Malone (1998) nämner flera historiska exempel där den rätta kombinationen av fysiskt och intellektuellt kapital hjälpt städer att bli mäktiga och välmående. Styrkan låg inte minst i deras förmåga att anpassa sig till omvärlden. Dock har många städer på samma sätt förlorat sin position genom att inte anpassa sig till förändringar och låta det intellektuella kapitalet, dvs. kompetenta och kreativa människor, följas av företag och därmed det finansiella kapitalet lämna staden. Den ökade mobiliteten bland människor kommer, enligt statsplanerare, leda till klassificering av städer som nöjesparker, där varje kommun kommer fokusera på vissa

⁶¹ Bounfour, A, Edvinsson, L, (2005), *Intellectual capital for communities: nations, regions and cities*, Elsevier Butterworth Heinemann, Amsterdam

⁶² Ibid.

⁶³ Ibid.

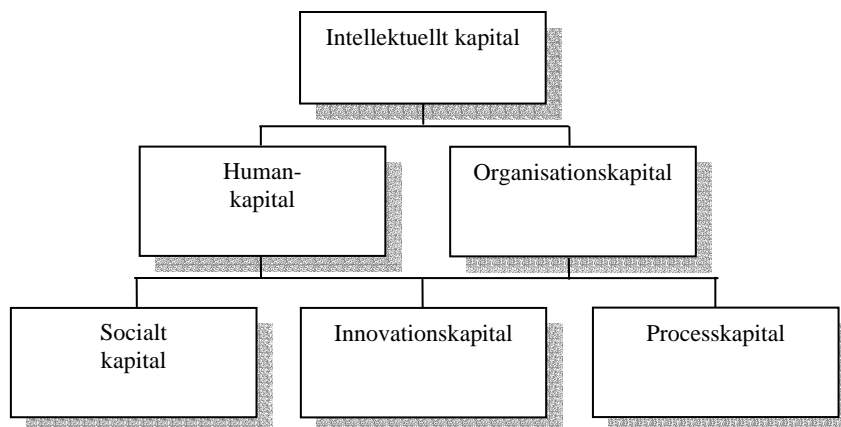
karaktärer för att matcha den önskade målgruppens livsstilar, t.ex. unga föräldrar, pensionärer och yrkesarbetande.⁶⁴

3.4 Intellektuellt och socialt kapital

Som svar på den allt större betydelsen av städer i den globala ekonomin har ett antal författare på uppdrag av Price Waterhouse Coopers (PWC) skapat ett nätverk av stadsledare. Syftet med denna sammansvärjning är att föra samman dessa individer så att de kan dela erfarenheter, kunskap och insikter för att utveckla sina strategier för framtiden. Bland annat Dragana Radovanovic, som student hos Edvinsson har skrivit en uppmärksammad magisteruppsats om intelligens och Lund, är medförfattare till boken *Cities of the future* (2006)⁶⁵.

3.4.1 Intellektuellt kapital

En stads intellektuella kapital är en kombination av dess human- och organisationskapital. I kunskapsekonomin representerar humankapitalet en av de viktigaste källorna till värde. Det medför kunskap, kreativitet samt innovationsförmåga. Organisationskapitalet hänvisar till lagret av kunskap som finns i hårdvaran, mjukvaran, databaser och konceptet av värde, organisationsstrukturer och guidande principer hos organisationen eller företaget som stödjer människors vardagliga arbete.⁶⁶



Figur 4. IK-navigatorn, modifierad⁶⁷

Modellen ovan illustrerar faktorerna som samtliga medverkar till utvecklingen av intellektuellt kapital. IK-navigatorn som skapades av Edvinsson har modifierats. De lägre delarna av modellen visar på tre typer av kapital som samtliga stödjer utvecklingen av human- och organisationskapital. De är som följer⁶⁸:

⁶⁴ Edvinsson, L, Malone, M, (1998), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö

⁶⁵ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competetion, local leadership*, available at www.pwc.com/government

⁶⁶ Bounfour, A, Edvinsson, L, (2005), *Intellectual capital for communities: nations, regions and cities*, Elsevier Butterworth Heinemann, Amsterdam

⁶⁷ Leif Edvinsson, modifierad av Dragana Radovanovic (2005)

⁶⁸ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competetion, local leadership*, available at www.pwc.com/government

- Socialt kapital som understryker vikten av formella och informella sociala nätverk vilket inkluderar interaktionen hos medborgare.
- Processkapital involverar både human- och organisationskapital. Det är processkapitalet som optimerar investeringarna i det sociala kapitalet.
- Innovationskapitalet refererar till hur staden förnyar och anpassar sitt human- och organisationskapital till efterfrågan av den snabbt föränderliga globala ekonomin.

Hur kraftfull interaktionen mellan dessa tre kapital är bestämmer styrkan och utsträckningen av human- och organisationskapitalet i en stad. Detta kommer i sin tur bestämma den överliggande nivån av intellektuellt kapital i en stad. Intellektuellt kapital har en signifikant genomslagskraft på produktiviteten och konkurrenskraften av städer och regionen. Därmed även på nationer som helhet.⁶⁹

Att kartlägga och mäta intellektuellt kapital medför värdefull information om de förmågor och resurser som finns tillgängliga inom både statliga organisationer och den generella befolkningen. Med denna information är staten bättre förberedd att ta strategiska beslut om hur resurserna skall användas samt planera stadens ekonomiska tillväxt. Både privata och publika organisationer mäter inte det riktiga värdet av det intellektuella kapitalet. Enligt den traditionella synen ses tillgångar som finansiella reserver eller tangibla objekt som byggnader och IT-utrustning. Detta tillsammans med restriktiva budgetar har lett till att organisationer, speciellt i den publika sektorn, inte investerat tillräckligt i intangibla tillgångar som kunskap, forskning och utveckling, allianser och nätverk för social innovation. Det visas dock att icke-vinstdrivande organisationer som städer och länder arbetar för att kartlägga och mäta dess intellektuella kapital. Sverige var först ut år 1996, följt av Israel, Holland, Danmark, Norge och ett antal länder i Mellanöstern. Resultaten av deras ansträngningar kommer att vara till stor nytta för moderna städer runt jorden.⁷⁰

3.4.2 *Humankapital*

Yokahamas borgmästare Nakada anser att en av de viktigaste utmaningar som en stad har är att realisera ett samhälle som gör så mycket som möjligt av invånarnas potential. Denna synvinkel får respons från många av de stadsledare som intervjuats i denna undersökning. Det råder ingen tvekan om att investeringar i invånarnas färdigheter och kompetenser för att nära humankapitalet är en av statens viktigaste ansvarsområden. Humankapitalet består av de anställda inom offentliga organisationer, liksom medborgare och kunder. Det är viktigt för alla städer att förstå och kartlägga dess kunskap och kompetens. Staden behöver attrahera kreativa talanger som bosätter sig i staden och arbetar i publika organisationer samt med den lokala ekonomin. Det är viktigt att kommunen skapar relationer mellan invånare och potentiella invånare för att attrahera den optimala spridningen av färdigheter hos befolkningen.⁷¹

⁶⁹ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competetion, local leadership*, available at www.pwc.com/government

⁷⁰ Bounfour, A, Edvinsson, L, (2005), *Intellectual capital for communities: nations, regions and cities*, Elsevier Butterworth Heinemann, Amsterdam

⁷¹ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competetion, local leadership*, available at www.pwc.com/government

3.4.3 Socialt kapital

Socialt kapital byggs upp när människor interageras i sociala nätverk. Sociala nätverk som i sin tur skapar substantiella tillgångar, både för individer och för samhällen. Det finns en stark korrelation mellan höga nivåer av socialt kapital och positiva erfarenheter av; utbildning och anställning; boende, transport och urban design; brott och säkerhet i samhället samt fysisk och mental hälsa.⁷²

En av experterna rörande socialt kapital, Professor Robert D. Putnam, definierar idén om socialt kapital som sociala nätverk och de associerade normerna skapar värde för de involverade människorna. Putnam identifierar formella och informella former av socialt kapital. Exempel på formellt socialt kapital inkluderar klubbar och speciella intresseorganisation som formella medlemskapsstrukturer. Informellt socialt kapital refererar till sociala samlingar på exempelvis barer och restauranger. Båda formerna av socialt kapital involverar nätverk som erbjuder människor möjligheten att interagera, att förstå varandras behov samt att hjälpa varandra och deras samhällen generellt.⁷³ Forskning har visat att en låg grad av brottslighet är länkat till hur många grannar som tilltalar varandra med förnamnet. Sociala nätverk inbringar stort värde för de människor som är direkt involverade men även för samhället i stort.⁷⁴

Socialt kapital är kritiskt för att förstå utvecklingen av en stad eller region. Detta kapital ökar effektiviteten genom förtroende och ärlighet. Det uppmanar till bättre prestationer samt uppmanar människor att arbeta med välgörenhet. Dessa faktorer kan reducera de transaktionskostnader som associeras med övervakning och förhandling.⁷⁵

För att stimulera medborgare att skapa informella typer av socialt kapital krävs att kommuner tillhandahåller en variation av mötesplatser för medborgare och kommunal arbetskraft. Mötesplatser kan vara riktiga, exempelvis cityorienterade nöjeszoner, alternativt virtuella, exempelvis webbaserade forum. En ökad investering i socialt kapital, speciellt i fattigare områden, kan leda till en generellt högre livskvalitet. Genom att engagera medborgare i beslutsprocessen skapas en känsla av inblandning och en större ansvarskänsla för lokal service och miljö.⁷⁶

Den negativa sidan av socialt kapital är att det kan leda till fördomsfullt beteende och lägre grader av tolerans för andra grupper i samhället. För att motarbeta detta måste stadsledare förespråka tolerans och öppenhet för att lyckas med integration. Vid migration, dvs. isolering i immigranter av en ny stad, måste kommuner skapa nya sätt att länka människor in ett mångkulturellt samhälle.⁷⁷

⁷² PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competition, local leadership*, available at www.pwc.com/government

⁷³ Ibid.

⁷⁴ Putnam, R, (1995), *Turning In, Turning out: The Strange Disappearance of Social Capital in America*, Political Science and Politics, Vol. 28, No. 4 ur Carillo, F J, (2006), *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

⁷⁵ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competition, local leadership*, available at www.pwc.com/government

⁷⁶ Putnam, R, (1995), *Turning In, Turning out: The Strange Disappearance of Social Capital in America*, Political Science and Politics, Vol. 28, No. 4 ur Carillo, F J, (2006), *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

⁷⁷ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competition, local leadership*, available at www.pwc.com/government

3.4.4 *Organisationskapital*

Organisationskapital inkluderar forsknings- och utvecklingsprogram, utbildningssystem, skattepolicys, publika anskaffningspolicys och managementverktyg. Ännu viktigare refererar organisationskapital till organisationskultur och ledarskap. I kontexten av staden, illustrerar organisationskulturen stadens image och kärnvärden. Att ha en positiv och attraktiv image samt värden identifieras som en faktor för välbefinnande.⁷⁸

En stad som verkligen har försökt att förändra sitt organisations- och processkapital är Barcelona. Genom att använda ICT (Information Communication Technology) har staden designat sin service kring medborgarnas behov. Exempelvis stadsservice och information finns tillgängligt genom en gemensam webbportal som länkar samman medborgare och kommun. Med andra ord har teknologi använts för att skapa en ny form av social tillhörighet som sätter medborgarnas behov över allt annat.⁷⁹

3.4.5 *Processkapital*

Processkapital är kärnan av en organisations konkurrensfördelar. Det är organisationens själ och image, och därför väldigt svår att replikera. I staden hjälper processkapitalet till att utveckla och maximera dess organisationskapital. Det refererar till interna processer som används av en organisation och dess anställda inkluderande; att ta lärdom av och skapa kunskap; att bygga socialt kapital genom trovärdighet och innovation; processer av anställning samt ledarskap och affärsprocesser. Denna typ av kapital är essentiellt för stadens förmåga att differentiera sig från andra globala städer. Processkapital är med andra ord ett slags kapital som gör staden unik. En av de viktigaste processerna i stadsledning rörande det intellektuella kapitalet och processkapitalet är kunskapshantering. Skapandet av kunskap beror på en framgångsrik informationsdelning och korsande av idéer. Enligt Amsterdams borgmästare är den största utmaningen inom detta område att få befolkningen att utnyttja dess fulla potential rörande kunskap och utbildning. Även processen att skapa möjligheter av mångfald och vända på vågen av segregation och arbetslöshet är intressant i sammanhanget. Olika bakgrunder kan berika det kulturella arvet i staden och nya färdigheter kan förbättra den lokala ekonomin och därmed delvis adressera det kommande åldringsproblemet i städerna.⁸⁰

3.4.6 *Innovationskapital*

En ökad global konkurrens mellan städer har ökat fokuseringen på att utveckla och vidhålla det intellektuella kapitalet. Ingen stad har råd att bortse från återupplivningen och innovationen av dess viktigaste kapital. Behovet av förnyelse har skapat ett starkare fokus på ekonomisk omstrukturering och därmed även stimulerat övergången från industrisamhället till kunskapssamhället. Kreativitet och innovation skapar konkurrensfördelar.⁸¹ *”Beroende av dess storlek och mångfald är stora städer en källa av innovation”*⁸².

⁷⁸ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competition, local leadership*, available at www.pwc.com/government

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Ibid.

⁸² *“Due to their size and diversity, big cities are one of the main sources of innovation”*

4 Teori om staden

*I detta kapitel kommer den andra delen av vår teoribas att presenteras. Samhället, staden och dess invånare behandlas med teorier som utgörs av *The Dream Society*, den kreativa klassen, Kunskapsstaden, staden ur ett framtidsperspektiv samt city branding.*

4.1 The Dream Society

Nedan presenteras en framtidsuppfattning skriven av Rolf Jensen, tidigare direktör för institutet för framtidsstudier i Köpenhamn, i sin bok *The Dream Society*. Jensen säger: ”*Om vi begränsar oss själva att enbart tänka i realistiska, faktabaserade kunskapstermer, har vi fel, för det är gjort, det handlar inte om säkerhet, utan om drömmar*”⁸³ ⁸⁴.

Jensen (1999) definierar drömsamhället som den femte samhällsformen, det som kommer efter informationssamhället. Efter att mänskligheten levt som jägare och fiskare, jordbrukare, industriarbetare och informationsbehandlare kommer vi röra oss vidare mot drömsamhället. Liksom industrialismen till slut nästan avskaffade muskelarbetet, strävar informationssamhället efter att automatisera det arbete vi utför med hjärna och sinnen. Fokus kommer att skifta från materiella aspekter till att det mer emotionella värdesätts i livet. Lyx, status och prestige kommer inte att prioriteras i framtiden. Drömsamhället kommer att karaktäriseras av kultur, värderingar, sagor och berättelser. Det är de som bäst berättar historier samt ger mening och innehåll åt livet som kommer anföras och beundras. Varje stad har en historia att berätta om dess förflutna, om dess myter och legender, vilket kan användas för att attrahera nya invånare och turister.⁸⁵

Det har visat sig att konsumenters inköp styrs av emotionella, icke-materialistiska resonemang. Konsumenten köper känslor, upplevelser och historier. Människor vill ha ett mer socialt liv och mer av vad som ger dem emotionella upplevelser. De framtida produkterna påverka konsumentens hjärta, inte dess hjärna. För att attrahera de framtida kunderna krävs att emotionella värden adderas till produkter och service.⁸⁶

Jensen (1999) belyser även det faktum att nya typer av samhällen utvecklas snabbare. Vi kan se tillbaka på det faktum att jordbrukssamhället varade i ungefär 10 000 år, industrisamhället i 200 år medan informationssamhället började för cirka 20 år sedan. Redan nu kan tendenser av en ny samhällsform siktas. Drömsamhället. Skiftet mellan två samhällsformer sker gradvis och idag samverkar de två formerna. Drömsamhället bör ses som resultatet av hela evolutionen och inte enbart några få generationers historia. Det är rotat i såväl dåtid som nutid. Jägar-samlar-samhällen kommer enligt den danske forskaren vara den samhällsform som rotat sig mest i mänsklighetens beteende, då 90 procent av mänsklighetens historia tillhör jägar-samlarsamhällen. Kommande generationer kommer endast ha med sig några få värderingar från

⁸³ “*If we limit ourselves to thinking in terms of realities, facts, and knowledge, we have got the future all wrong, because it is made, not of certainties, but of dreams*”

⁸⁴ Jensen, R, (1999), *The Dream Society*, McGraw-Hill, London

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Ibid.

informationssamhället.⁸⁷ Figuren nedan sammanfattar övergången från jägar-samlarsamhället till drömsamhället, baserat på Jensens teori om drömsamhällets utveckling.

SOCIETY	Hunter & Gatherer	Agriculture	Industrial	Information	Dream Society
UNIT	The tribe	Family	Hierarchy	Networks	The tribe
PLAYING FIELD	The cave/tent	Farm	Factory	Office	Themed environment
THE ADMIRE PERSON	The Oldest	Head of family	Capitalist	Expert	Story-teller
VALUE	Spirits	God	Products	Knowledge	Experience

Figur 5. The Big overhead⁸⁸

Enligt teorin borde moderna företag ta till vara på lärdomarna från jägar-samlare och värdesätta myter och berättelser. Redan nu ses att vissa organisationer börjar återupptäcka det förflutna och identifiera sig med jägar-samlarsamhället. Ett exempel är *team building* och att få medarbetare att lära känna varandra som individer och inte enbart som kolleger, dvs. förstärka känslan av att vara ett stamsamhälle. Vidare är myterna och berättelserna om stammar riktlinjer för det sociala samhället, vilket har återspeglats i moderna sammanslutningar genom att särskilt understryka företagets grundvärderingar istället för kärnverksamheten. Framtidens företag kan jämföras med en stam och alla dess ritualer, myter och berättelser. Historieberättaren kommer att kunna skapa en gemensam kultur som kommer att öka efterfrågan av gemensamma färdigheter. Konceptet på vilket sätt arbete utförs kommer att förändras som en konsekvens av övriga förväntningar. Att arbeta kommer att vara motiverande, kreativt och förverkligande.⁸⁹

Jensen (1999) anser att företag kommer att försöka öka sitt politiska kapital genom att investera i förtroende och anseende. Företagen i drömsamhället kommer inte enbart att arbeta för lönsamhet, utan även kämpa för välgörenhet. Den politiska konsumenten är en medveten person som väljer produkter från de företag vars produkter stämmer överens med deras attityd.⁹⁰

Informationssamhället fokuserar på automatisering genom att ersätta mänskliga individer med maskiner och samma jobb utförs. Nästa steg bör vara att automatisera den mänskliga hjärnan och känslorna, vilka kommer att ersättas med datorer och intelligenta maskiner. Jensen (1999) tror att vi kommer att förhindra automatiseringen av våra känslor och kommer att behålla dem för oss själva. Den danske forskaren stödjer Skandias IK-navigator och föreslår att vi helt och hållet skall lämna det traditionella redovisningssystemet. Han hävdar även att det intellektuella kapitalet kommer att ta över de fysiska tillgångarnas plats. Företagen kommer inte vara något annat än summan av dess deltagare.⁹¹

⁸⁷ Jensen, R, (1999), *The Dream Society*, McGraw-Hill, London

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ Ibid.

⁹⁰ Ibid.

⁹¹ Ibid.

Vi befinner oss mitt i en informationsekonomi och största delen av arbetskraften är delaktig i en kunskapsprocess där man kommunicerar med hjälp av siffror och ord. De framtida kommunikationsverktygen kommer att vara bilder och kort som går förbi de lingvistiska gränserna, vilka hämmar globaliseringen. Annan typ av råmaterial kommer att vara berättelser, myter och legender som serveras av urinvånare som håller på sina traditioner.⁹²

Genom modern media håller vi oss informerade hur andra människor lever och blir medvetna om värderingar och livsstilar vilket leder till mindre variation vad gäller värderingar och levnadsvanor. Vi kommer alltså att bli mer och mer lika. Jensen (1999) identifierar på detta sätt den globala medelklassens uppgång. De har utsatts för samma globala berättelser och anammar samma levnadsvanor, precis som det blivit för jeansen som ersatt de lokala kläderna. Den enda barriären kommer att vara kulturen. I framtidens globala samhälle kommer det fortfarande att finnas skillnader mellan kulturer, men så kommer det inte förbli. Globala företag spelar en allt större roll i vår sociala existens. Företag som använder sig av konceptet drömsamhället är Nike, Coca Cola, Marlboro och Camel osv. Kriget om drömsamhället kommer att vara ett krig om kulturer och berättelser. Vinnaren kommer att vara den kultur som på bästa sätt säljer sina värderingar och sina ideologiska grunder.⁹³

4.2 Den kreativa klassen

Det är nu viktigt för världens städer att kvalificera sig bland de regioner som kan attrahera de största talangerna och på så sätt lägga grunden för fortsatta näringslivetableringar, innovationer och välstånd. Richard Florida (2002) spår att de regioner som har det bästa "människoklimatet" och den mest attraktiva fysiska miljön kommer att bli vinnare.⁹⁴

Florida är professor i regionalekonomisk utveckling vid Carnegie Mellon University i Pittsburgh beskriver "The Creative Class Theory" med utgångspunkt från Pittsburghs moderna historia. Han definierar denna klass som de vars ekonomiska funktion är att skapa nya idéer, nya teknologier, och nytt kreativt innehåll och består alltså av folk som tillför ekonomiskt värde med hjälp av sin kreativitet.⁹⁵

Omfattande intervjuundersökningar genomfördes för att utforska olika preferenser för val av livsstil och bostadsort. Florida kom fram till att de intervjuade i första hand valde bostadsort utifrån vilken livsstil de önskade sig. De livsstilar som var vanligast gjorde städer med ett välutvecklat kulturliv på "gatunivå" och lättillgängliga naturmiljöer till prioriterade städer. Intervjupersonerna uppgav att de inte heller flyttade till en stad för ett arbete, utan att det krävdes ett stort urval. Respondenterna ansåg att platser måste erbjuda en bred arbetsmarknad.⁹⁶

I sin bok *The Rise of the Creative Class* förklarar Florida (2002) de trender han funnit tillsammans med sitt forskarteam i attityder och beteende i den kreativa klassen. Vad som också beskrivs är hur fokus nu flyttas från vad företagen erbjuder till vad städer kan erbjuda

⁹² Jensen, R, (1999), *The Dream Society*, McGraw-Hill, London

⁹³ Ibid.

⁹⁴ Florida, R, (2002), *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, Basic Books, New York

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ Ibid.

kunskapseliten. Stadsmiljöerna hamnar i fokus. Det är av stor betydelse att dessa fungerar som arenor och katalysatorer för att gynna klimatet mellan människor. Dagens ekonomi är i grunden en kreativ ekonomi där kunskap och information är verktyg och råmaterial för kreativiteten. Florida (2002) menar därmed att det lämpligare att tala om det kreativa samhället än kunskaps- och informationssamhället.⁹⁷

Den kreativa klassen består av människor som adderar ekonomiskt värde genom sin kreativitet. Med inflytande över sitt arbete och stark köpkraft får den kreativa klassens värderingar stor betydelse i samhället, även om Florida (2002) talar om en långt ifrån homogen grupp. Florida har grupperat vanligt förekommande värderingar i tre riktlinjer: stark preferens för individualitet, meritokrati (kunskap skänker erkännande) samt mångfald och öppenhet.⁹⁸

Många menar att IT-innovationer i kombination med förbättringar av infrastrukturen minskar platsens roll i ekonomin och samhället. Florida menar istället att platsen får allt större betydelse. Inte nog med att människor i sig koncentreras, utan det gäller även ekonomin i sig. Högteknologiska-, kunskapsbaserade- och kreativitetsdrivna branscher leder en stor del av den ekonomiska utvecklingen och fortsätter att koncentrera sig till specifika platser.⁹⁹

Florida menar att människors beslut om var de ska bo beror på platsens kvalitet. Platsens kvalitet har tre dimensioner: vad som finns där, vem som är där samt vad som händer. Han menar vidare att kreativa människor letar efter högkvalitativa lockelser och upplevelser, öppenhet för diversitet av alla slag i det mänskliga klimatet och ett samhälle med förmåga att värdera deras identitet som kreativa människor. Nyckeln till ekonomisk tillväxt ligger inte endast i förmågan att attrahera den kreativa klassen, utan även i att överföra denna underliggande fördel till kreativ ekonomisk avkastning i form av nya idéer, nya affärer inom högteknologin samt regional tillväxt.¹⁰⁰ I sin senaste bok, *The Flight of the Creative Class*, understryker Florida vikten av öppenhet och menar att detta är den verkliga motorn för ekonomisk tillväxt.¹⁰¹

De bakomliggande faktorerna i regionalekonomisk tillväxt benämner Florida som tre T: *Teknologi*, *Talang* och *Tolerans*. Alla tre faktorerna är nödvändiga, men är var och en för sig en otillräcklig förutsättning. För att attrahera kreativa människor måste en plats ha alla tre, menar Florida (2005).¹⁰² Hans argumentation för detta lyder att regional ekonomisk tillväxt möjliggörs av kreativa människor som föredrar att leva på platser som har mångfald, tolerans och är öppna för nya idéer. Mångfald ökar sannolikheten för att en plats attraherar olika typer av kreativa människor med olika uppsättningar av skicklighet och idéer. Platser med en mångfald av kreativa människor har också lättare att generera nya kombinationer då de samverkar för att underlätta kunskapsflödet. Större och mer mångfaldiga kombinationer av kreativt kapital leder

⁹⁷ Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, Basic Books, New York

⁹⁸ Ibid.

⁹⁹ Ibid.

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Florida, R. (2005), *The Flight of the Creative Class: the new global competition for talent*, Harper Business, New York

¹⁰² De tre T:na kan för övrigt länkas till talang – humankapital, tolerans – relationskapital, teknologi – organisationskapital. Detta utvecklas i analysen.

till högre innovationskraft, högteknologiska verksamheter, arbetstillfällena och slutligen ekonomisk tillväxt.¹⁰³

Tolerans är intressant att belysa som en kritisk faktor då detta inte är vanligt i ekonomiska modeller. Det krävs tolerans och öppenhet för olika livsstilar om en region ska kunna locka till sig den kreativa klassen. Tidigare sökte sig arbetstagare till företaget för att tjäna sina pengar. Nu är det istället företaget som söker sig till den plats där den kreativa klassen finns. Den kreativa klassen vill inte fogas in i en färdig kultur, utan själva konstruera sin identitet i ett levande kulturliv där sexuella, kulturella och etniska skillnader tolereras och bejakas och där nykomlingar snabbt accepteras. (Florida, 2005)

I *Europe in the creative age* (2004) presenterar Florida och Tinagli ett mätinstrument som är baserat på mätningar av 3 T i Europa som kallas för *Euro-Creativity Index*. Figuren nedan sammanfattar resultaten genom att ranka länderna med hjälp av alla indikatorer som ingår i *Euro-Creativity Index*.¹⁰⁴

		TALENT INDEX			TECHNOLOGY INDEX			TOLERANCE INDEX		
Euro-Creativity Index		Creative Class Index	Human Capital Index	Scientific Talent Index	High Tech Innov. Index	High Tech Innov. Index	R&D Index	Attitudes Index	Values Index	Self-Express Index
Rank	Score									
1. Sweden	0.81	8	7	2	2	3	1	2	1	1
2. USA	0.73	1	1	3	1	1	3	n.a.	13	4
3. Finland	0.72	4	6	1	4	2	2	3	5	10
4. Netherlands	0.67	3	2	10	6	4	8	5	4	2
5. Denmark	0.58	9	15	4	5	5	6	7	3	3

Figur 6. The Euro-Creativity Index¹⁰⁵

Rapporten visar att den kreativa klassen växer snabbt i majoriteten av Europas länder. Sverige hamnar på sjunde plats (21%) i undersökningen som visar hur stor del av befolkningen som är sysselsatt i kreativa yrken, att jämföra med USA (30%) som toppar listan. Enligt *Euro-Creativity Index* är Sverige det bästa landet på att attrahera den kreativa klassen och har de bästa konkurrensfördelarna. I bottenskiktet återfinns traditionella europeiska maktcentra som Frankrike, Tyskland och Storbritannien vilket enligt författarna tyder på att deras historiska försprång i Europa minskar i den kreativa tidsåldern.¹⁰⁶

I boken *The Flight of the Creative Class* diskuterar Florida (2005) de problem som uppstår med framväxten av den kreativa klassen. Det konstateras att ojämnligheterna är som störst i de regioner där den kreativa klassen dominerar. Runt varje medlem av den kreativa klassen finns lågbetald arbetskraft från servicesektorn. Turbulensen i dessa områden driver upp boendekostnaden, skapar t.ex trafikkaos, stress och oro. Florida menar att dessa problem

¹⁰³ Florida, R, (2005), *The Flight of the Creative Class: the new global competition for talent*, Harper Business, New York.

¹⁰⁴ Florida, R, Tinagli, I, (2004), *Europe in the creative age*, Report, Carnegie Mellon Software Industry Center, Pittsburgh

¹⁰⁵ Ibid.

¹⁰⁶ Ibid.

motverkar klassens egna intressen och medför att framgångsrika kulturarbetare flyr från regionen. Den kreativa klassen innebär alltså även en risk.¹⁰⁷

4.3 Kunskapsstaden

Enligt Carrillo (2006) är Knowledge Based Development (KBD) en konvergering av Economic Growth Theory och Knowledge Management. Knowledge Cities, ett subfält av KBD, är i sin tur en konvergering av urbana studier och planering med Knowledge Management.¹⁰⁸

Med hjälp av Ergazakis, Metaxiotis, Psarras (2004) artikel *"Towards knowledge cities: conceptual analysis and success stories"* definieras begreppet "kunskapsstäder". När kunskapsstäder jämförs med en vanlig modern stad finns gemensamma egenskaper. Dessa välutvecklade städer har ofta hög levnadsstandard, tillgång till en pålitlig och konkurrenskraftig infrastruktur, en urbansk arkitektur som integrerar ny teknologi, centrala utbildningsstrategier, företagsklimat osv. Utöver det är marknadstillgång och kommersiella nätverk kritiska faktorer för en modern stad. Dessa kriterier innebär att det inte är vilken stad som helst som när som helst kan kvalificera sig som kunskapsstad. Regionen måste först och främst uppfylla de mest fundamentala kriterierna som utvecklad infrastruktur m.m., vilket innebär att staden måste utgå från att vara en välutvecklad stad för att kunna bli en framgångsrik kunskapsstad. Först då detta är uppfyllt finns det möjligheter. Möjligheter att forska, tillhandahålla nya teknologiska kommunikationsmöjligheter för alla invånare, skapa, dra till sig samt bibehålla utbildad arbetskraft, utrymme för offentligt medborgarcentrum som är öppet för mångfald och slutligen möjligheter att tillhandahålla instrument för att göra kunskap tillgängligt för allmänheten.¹⁰⁹

De kriterier som nämns ovan, för att karaktärisera en kunskapsstad, är alla beroende av stadens övergripande strategier och mål och representerar några av alla befintliga teorier. Om en stad är en välutvecklad region med välutbildad arbetskraft och bra kommunikationsmöjligheter är chansen, enligt denna teori, större att staden lockar till sig fler företag och ny kompetens. Författarna föreslår en generisk definition av konceptet för kunskapsstaden¹¹⁰:

*"En kunskapsstad är en stad som siktar på kunskapsbaserad utveckling genom att stötta fortlöpande skapande, delande, utvärderande, förnyande och uppdaterande av kunskap. Detta kan åstadkommas genom kontinuerlig interaktion mellan stadens invånare samt mellan stadens invånare och andra städernas invånare. Invånarnas kunskapsdelande kultur i samklang med stadens lämpliga design, IT-nätverk samt infrastruktur stödjer dessa interaktioner."*¹¹¹

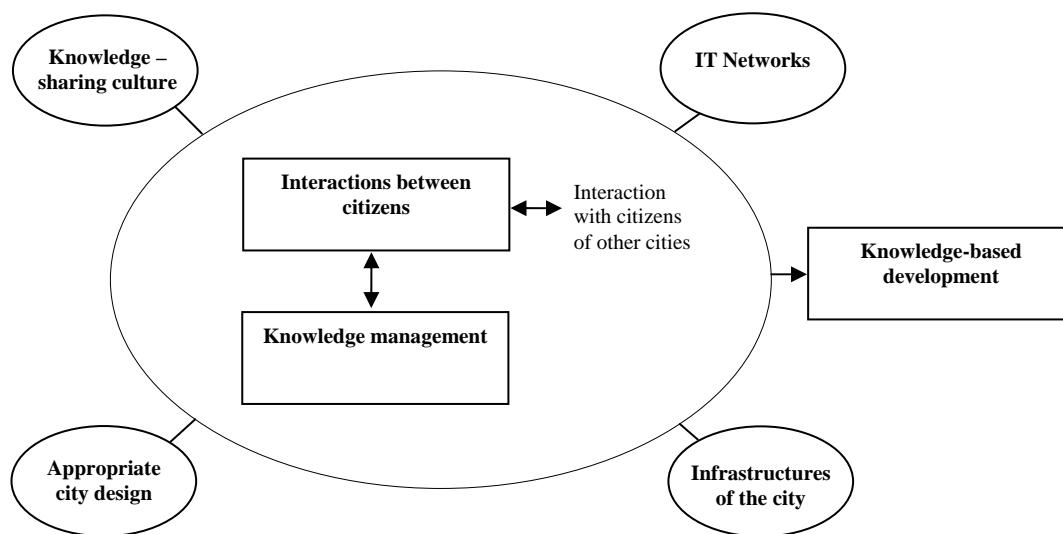
¹⁰⁷ Florida, R. (2005), *The Flight of the Creative Class: the new global competition for talent*, Harper Business, New York

¹⁰⁸ Carrillo, F J, (2006), *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

¹⁰⁹ Ergazakis, K, Metaxiotis, K, Psarras, J, (2004), *"Towards knowledge cities: conceptual analysis and success stories"*, vol 8 no 5, pp 5-15, *Journal of Knowledge*

¹¹⁰ Ergazakis, K, Metaxiotis, K, Psarras, J, (2006), *An Emerging Pattern of Successful Knowledge Cities' Main Features*. Kap. 1, Carrillo, F J, *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann

¹¹¹ *"A knowledge city is a city that aims at a knowledge-based development, by encouraging the continuous creation, sharing, evaluation, renewal and update of knowledge. This can be achieved through the continuous interaction between its citizens themselves and at the same time between them and other cities' citizens. The citizens' knowledge-sharing culture as well as the city's appropriate design, IT networks and infrastructures support these interactions"*



Figur 7. The Knowledge city – a definition ¹¹²

Ovanstående bild visualiserar Ergazakis, Metaxiotis & Psarras (2004) definition av en kunskapsstad. Den kunskapsdelande kulturen stöds av de fyra kringliggande faktorerna. Det hela skapar ett bidrag till forskningen av Knowledge Based Development.¹¹³ Ovanstående visualisering samt citat kan jämföras med Leif Edvinsson definition av en kunskapsstad som lyder ¹¹⁴:

”En stad som är avsiktligt designad för att uppmana och nära den kollektiva kunskapen som förmågor för att skapa ett effektivt och varaktigt värdeskapande vilket skapar välfärd” ¹¹⁵

Processen, att skapa en kunskapsstad, är varken enkel eller snabb. Satsningar för att skapa kunskapsstäder måste stödjas aktivt av hela samhället. Det kräver en relevant strategi som utgår från en utvärdering av stadens styrkor, den lokala politiska viljan, regelverkets utformning samt befolkningens resurser och förmågor att utveckla en kunskapsdelande kultur. Genom att studera diverse försök till att skapa kunskapsstäder presenterar författarna en modell som visar framgångsfaktorerna som är relaterade till konceptet kunskapsstäder. De sex kategorierna av framgångsfaktorerna är uppdelade som politiska, strategiska, finansiella, teknologiska, sociala och klimatmässiga.¹¹⁶

¹¹² Ergazakis, K, Metaxiotis, K, Psarras, J, (2004), "Towards knowledge cities: conceptual analysis and success stories", vol 8 no 5, pp 5-15, Journal of Knowledge

¹¹³ Ergazakis, K, Metaxiotis, K, Psarras, J, (2006), *An Emerging Pattern of Successful Knowledge Cities' Main Features* ur Carillo, F J, *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

¹¹⁴ Edvinsson, L, (2006), *K-City and Society Entrepreneurship for Intellectual Capital Growth* ur Carillo, F J, *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

¹¹⁵ "A city purposely designed for encouraging and nourishing the collective knowledge as capabilities to shape efficient and sustainable value creating actions of welfare"

¹¹⁶ Ergazakis, K, Metaxiotis, K, Psarras, J, (2004), "Towards knowledge cities: conceptual analysis and success stories", vol 8 no 5, pp 5-15, Journal of Knowledge

Den *politiska* kategorin lyfts fram som väldigt viktig då den skapar gnistan som sätter fart på övriga händelser. Denna måste kombineras med en effektiv lagstiftning. Även om den politiska kategorin är viktig för kunskapsstaden så betonar författarna de *strategiska* framgångsfaktorernas betydelse. Utan en tydlig vision är en stad som vill förvandlas till kunskapsstad dömd att misslyckas. Vad gäller de *finansiella* aspekterna bör lämplig finansiering av initiativen vara säkerställda. Vidare anser författarna att det är viktigt att invånarna känner sig bekväma med nya *teknologier* och har tillgång till dem. Informations- och teknologisk infrastruktur (ICT) ska hålla en hög nivå. Den *sociala* kategorin belyser kombinationen av en hög utbildningsnivå och levnadsstandard och en kunskapsdelande kultur. Detta är enligt författarna signifikant då det skapar förutsättningar för att adaptera det nya konceptet. Rörande *klimat* måste företagsklimat och markandsefterfrågan studeras. Under implementeringsfasen av en kunskapsstad krävs att den privata sektorn samt icke-statliga organisationer stödjer den strategiska planen. Återigen poängteras en tongivande vision.¹¹⁷

4.3.1 *Kunskapshamnar*

Enligt Leif Edvinsson (2006) kan de mest intressanta aspekterna för evolution av kunskapsstäder upptäckas i stadens rötter. Enligt forskning om städers ursprung skapades staden för att reducera transaktionskostnader. Som en konsekvens av detta blev hamnen ett kärnområde för godsflöde. Ett intressant exempel är, enligt Edvinsson (2006), Köpenhamn (Copenhagen) vars namn betyder hamn (hague) för anskaffning (copen). Även om shoppingcentra i dagens städer ökar anser Edvinsson att detta i kunskapsekonomin kommer att utmanas av handel med immateriella tillgångar, kunskap och *thoughtware*. Därmed föreslår Edvinsson en annan design för att reducera friktionskostnaderna rörande tillväxt av relationskapital. Edvinsson poängterar att detta fortfarande är koncept i testfasen. Tre huvudkaraktistika för kunskapshamnar kan relateras till: handel av kunskap och *thoughtware* som kontext; migration och flöde av kunskapsarbetare som verktyg; livskvalitet och ergonomi som resultat och följd.¹¹⁸

En kunskapshamn är en typ av samhällsinnovation baserad på Triple helix-samarbetet bestående av samhälle, akademi och näringsliv. Det är baserat på de logistiska tankarna kring kunskapsflöden. Edvinsson hävdar att det är ett verktyg för växande regionalt intellektuellt kapital och att kunskapsstaden därmed som en hamn eller kunskapsväxling är ett kunskapsverktyg. Värdet av en kunskapshamn uppstår genom interaktionen mellan kunskapsflöden och kunskapsarenor; exempelvis kunskapscaféer. Edvinsson menar att kunskapshamnen uppstår som ett mötesrum för hjärnor. Professorn hävdar också att dessa hamnar har många likheter med konceptet *Future Centers* som Edvinsson själv utvecklat. Valutan som skapas ur *Future Centers* är relationskapital. Tilläggas bör att kunskapshamnar är baserade på strukturkapitalet i kunskapsstaden, exempelvis arkitekturen och designen på kunskapsarenor.¹¹⁹

Edvinsson framhåller att de mest essentiella strukturkapitaldimensionerna för kunskapsmigration är dagens flygplatser. Enligt undersökningar av J. Poort, Holland, NYFE och data från Eurostat

¹¹⁷ Ergazakis, K, Metaxiotis, K, Psarras, J, (2004), "Towards knowledge cities: conceptual analysis and success stories", vol 8 no 5, pp 5-15, Journal of Knowledge

¹¹⁸ Edvinsson, L, (2006), *K-City and Society Entrepreneurship for Intellectual Capital Growth* ur Carillo, F J, *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

¹¹⁹ Ibid.

finns det en mycket stark och passiv korrelation mellan regional flygplatsaktivitet och regional ekonomisk tillväxt. Som ett exempel beskrivs att en ökning på en procent i flygplatsaktivitet medför att den regionala ekonomiska tillväxten ökar med ett genomsnitt på 0,17 procent. Edvinsson hävdar att en kunskapshamn agerar som en bro för relationsutveckling och agerar därmed som en multiplikator för det intellektuella kapitalet och skapar en hävstångseffekt på humankapitalet genom bra strukturkapital.¹²⁰

4.3.2 *Knowledge Innovation Zone*

*”En Knowledge innovation zone (KIZ) är en geografisk region, en ekonomisk sektor eller ett samhälle där kunskap flödar från ursprunget till den punkt med högst behov eller möjlighet att förbättra den ekonomiska prestationen och den socialpolitiska välmåendet.”*¹²¹

Denna definition är hämtad från Get in the zone, en artikel som förklarar knowledge innovation zone's (KIZ) roll inom området Knowledge Management där författarna diskuterar den globala samarbetsutmaningen.¹²²

Enligt Amidon & Davis (2004) är gemensamt för olika KIZ:s viljan att skapa hubbar av interaktion som är smarta, länkade, utbildade, kreativa, beboliga, säkra, hälsosamma och attraktiva för talangfulla individer och investerare. Författarna hävdar att det dock finns en risk med att samhällen som är otillräckligt förberedda för en KIZ adresserar konceptet utan att förstå den arkitektur som behövs. Försök att länka samman städer har många gånger misslyckats då förståelsen för de humana elementen varit alltför svaga. Amidon & Davis hävdar också att samhällen som fokuserar på digitala plattformar snarare än KIZ - invånarens inblandning, kommer att misslyckas. Det är suget efter ny utveckling marginaliserar de utomstående och skapar stora sociala klyftor.¹²³

Amidon & Davis (2004) berättar även hur nya regler för immateriella och intellektuella värden har utvecklats, testats och i vissa fall, bevisats. De följer nedan¹²⁴:

Första lagen – Kunskap multipliceras när den delas. Kunskap är en gränslös och expanderbar källa till ekonomisk välfärd. Intellektuella tillgångar – effektivt exploaterade genom innovation – är den mest värdefulla resursen

Andra lagen – Värde skapas när kunskap rör sig från sin utgångspunkten till den punkt med störst behov eller möjlighet. Innovation omfattar hela spektrat, från idéskapande till kommersialisering, och framgångsrik innovation involverar att omvandla kunskapsflöden till marknadsföringsbart gods och service

Tredje lagen – Samarbete för ömsesidig hävstång skapar optimal nytta av materiella och icke-materiella resurser inom och över gränser. Samarbete ersätter den tidigare dominerande

¹²⁰ Edvinsson, L, (2006), *K-City and Society Entrepreneurship for Intellectual Capital Growth* ur Carillo, F J, *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA

¹²¹ ”A knowledge innovation zone (KIZ) is a geographic region, economic sector or community of practice in which knowledge flows from origin to the point of highest need or opportunity to improve economic performance and socio-political wellbeing.”

¹²² www.entovation.com

¹²³ Ibid.

¹²⁴ Ibid.

konkurrensparadigmen (vinst/förlust). Vinst/vinst-fördelar baseras på att fördela och skapa hävstångseffekt av kompetenser.

Internet har enligt författarna underlättat framväxten av KIZ:s. När kunskapsstäder utvecklas i harmoni med dess omgivning är de bra modeller för strategiska intentioner både på en lokal och global plattform. Amidon & Davis (2004) skriver vidare att ett kunskapsstadsmanifest har skapats för att illustrera hur människors utveckling snarare beror på att vara mer än att ha mer. Människans utveckling beror på viljan att vara en ”medskapare” av människans framtid.¹²⁵

Rörande framtiden för KIZ:s ser forskarna en positiv trend i organisationers lyckade försök att skapa program för ömsesidigt beroende och insikt i vikten av ett mer jämställt samhälle samt vikten av livskvaliteten, både på och utanför arbetsplatsen. Enligt Amidon & Davis (2004) finns det ett förnyat intresse av individens relation med omgivningen och företagets roll och ansvar. Det har blivit en stor förändring från industrialismens fokus på begränsade resurser till att nu se kunskap som den nya förnyelsebara tillgången. Detta stöds bland annat av en undersökning från Entovation. Enligt författarna visar undersökningen att vi behöver ett omprövat fokus på finansiellt kapital. Innovation är nyckeln för att åskådliggöra det dolda värde som existerar i interaktioner mellan människor, länder och regioner. Författarna poängterar behovet av att fortsätta studien och hävdar att detta kommer att skapa en skymt av ramarna, affärsmodellerna, de kulturella imperativen och prestationsindikatorer. Vad som fungerar eller inte är ett av de spörsmål som kommer att besvaras. Baserat på den forskning som skett inom området presenterar Amidon & Davis (2004) ett antal primära indikatorer på framkommande innovationer som kommer att stärka KIZ-aktiviteten¹²⁶:

- Humankapital – hög utbildningsnivå och djup poolning av talanger
- Intellektuellt kapital – exempelvis avancerade mentala modeller, intellektuell egendom, patent och licensieringsaktivitet
- Infrastrukturskapital – kategorier och kartor för resurser, expertis, nätverk, och samhällen av intresse, praktisering av nätverk och institutioner av högre bildning.
- Socialt kapital – delad kultur och en själ av kreativitet och innovation, ömsesidig respekt för lokal kunskap och praktik.
- Relations- och nätverkskapital – omfattande kunskapsorienterade allianser och partnerskap, immateriellt rykteskapital samt respekt för andra och hög grad av adaptation.

I appendix I finns uppspaltade exempel från praktiken där Melbournes strävan efter att skapa och vidhålla en kunskapsstad behövde en samling strategiska åtgärder för att realisera visionen. Även Barcelonas riktlinjer finns presenterade.

Amidon & Davis (2004) hävdar även att dessa indikatorer måste länkas till potentiella byggstenar som exempelvis prototypmekanismer. Dessa säkerställer att de bästa koncepten och teorierna utvecklas och praktiseras. De skapar en solid grund för optimal prestation. Författarna noterar även kunskapsvärderingsprocess som en viktig länk. Detta för att kartlägga riktningen på

¹²⁵ www.entovation.com

¹²⁶ Ibid.

kunskap och för att betona hur viktigt det är att upptäcka nya sätt att mäta hur kunskap skapas, delas och appliceras.¹²⁷

Efter diskussioner i artikeln summerar Amidon & Davis (2004) sina lärdomar i följande punkter¹²⁸:

- I kunskapsekonomier är betydelsen av mätningar stor. Det finns ett behov av att mäta immateriell, dolt, intellektuellt välstånd och på vilket sätt den skapas samt ger hävstångseffekt.
- Kunskapsstrukturer agerar som holonomier – ett näste av nätverk – som både har lokal och global bredd. Vi måste lära oss hur de kopplas samman som samhällen och som sfärer av inflytande.
- Insikten att alla är kunskapsarbetare är central. Vi måste lära oss att avgöra vad som motiverar konstruktiva beteenden, olika beroenden och samarbeten.
- Kunskapsprocesser kan sättas in under rubriken innovation men en innovation omdefinierad till kunskap. Vi behöver upptäcka sätt att mäta hur kunskap skapas, delas och appliceras.
- Kraften av kunskapsprocessande teknologi avancerar bortom förväntningarna och vi måste dra nytta av teknologin för KIZ:s evolution.

Slutligen konstateras att studier om knowledge innovation zones skapar förutsättningar för förståelse av det riktiga immateriella värdet, hur det skapas och hur det bidrar till lönsamhet och välstånd.¹²⁹ I appendix II finns ytterligare data om satsningar för att utnyttja forskningen om kunskap. Malaysias Multimedia Super Corridor och Hong Kongs Science and Technology Park presenteras.

4.3.3 *K-regioner*

Inom en nation finns en eller flera *k-regioner*. En *k-region* är begreppet för en stad eller ort som baserar sitt produktionssystem på användande av kommunikationssystem, kunskaper, kreativ kapacitet och utveckling av produktion. Sysselsättningen är mer av kvalitativ än kvantitativ art. Ett gemensamt drag hos *k-regionerna* är att de är väldigt beroende av den nya infrastrukturen och dess kapacitet.¹³⁰ Andersson & Sylwan (1997) definierar den attraktiva infrastrukturen med fem punkter:

- Miljöer för omfattande, allsidig högre utbildning, vetenskap, industriell forskning och utveckling
- Stor tillgång på informationsteknologiska tjänster
- God tillgänglighet till det globala flygnätet genom en eller flera större flygplatser
- God tillgänglighet till andra regioner med motorvägar och snabbtåg
- Tillgång på bra kultur-, fritids- och bostadsmiljöer.

¹²⁷ www.entovation.com

¹²⁸ Ibid.

¹²⁹ Ibid.

¹³⁰ Andersson, Å E, Sylwan, P, (1997), *Framtidens arbete och liv*, Borås: Natur och Kultur

4.4 Intelligent stad

Det finns mycket forskning om intelligenta städer. Vi väljer att först presentera The World Teleport Associations intressegrupp Intelligent Communication Forum (ICF). De delar ut årliga utmärkelser till intelligenta samhällen. Till exempel ”The intelligent city awards” ges till städer som använder bredbandsteknologi för att skapa nytta, utveckla invånarnas liv, tillhandahålla Internettillgänglighet till alla invånare och uttryckandet av en klar bredbandsvision. Ett intelligent samhälle skapar en kultur som nyttjar teknologin och tränar medborgarna att dra nytta av de möjligheter som ges. Service skall bli mer lättillgänglig och kostnadseffektiv genom den nya teknologin.¹³¹

Nicos Komninios (2002) definierar en intelligent stad som är där innovationsprocessen möter den digitala världen och applikationerna från informationssamhället. Samhällets intelligens ökar genom att exploatera dess kunskap och dess förmåga att lösa problem med hjälp av nya redskap härstammande från en digital omgivning. En Komninios relateras en intelligent stads funktioner till produktion av kunskap (F&U), teknologisk överföring, medel för innovation, ny produkt- och serviceutveckling, teknologiska samarbetsaktiviteter och nätverkande. Dessa funktioner är utförda parallellt i den reala världen genom direkt human interaktion och i den virtuella världen via IT- och telekommunikationsinteraktion.¹³²

En intelligent stad kan också ses som ett kontinuerligt arbete som syftar till att koppla samman dåtid, nutid och framtid. Konceptet omfattar aspekter som varaktighet hos historiska städer, dagens kunskapsbaserade och kreativa samhälle samt en uppskattning om vad som kommer att ske i framtiden. Var stad bör lära från sitt förflutna och historiska arv. Det räcker dock inte med att se på staden i frågas egen historik utan andra städer måste också beaktas.¹³³ Dragana Radovanovic, handledt av Leif Edvinsson, presenterade 2004 en magisteruppsats vid Lunds Universitet – *Intelligence and Lund: What lessons can Lund learn in order to be an intelligent city?* Syftet var att identifiera faktorer som associeras med staden Ragusas överlevnad för att understryka vad Lund kan lära sig från denna intelligenta stad. Faktorerna iaktogs som varaktighetsfaktorer då de indikerade kapaciteten för ett framtida välmående. Syftet innebar också att belysa vilka komponenterna och karaktäristiken av en intelligent stad är. Följande faktorer som varit centrala för intelligenta städernas framgång presenterades¹³⁴:

- Politisk uthållighet och inblandning från myndigheter;
- Organiserad intelligens och säkerhet;
- Ragusas själ och sammanhang;
- Diversitet;
- Rikt kulturliv;
- Vetenskaplig miljö och kunskapstradition;

¹³¹ www.intelligencommunity.org

¹³² Komninios, Nicos (2002) *Intelligent Cities – innovation, knowledge systems and digital space*, London, Spon Press

¹³³ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competetion, local leadership*, available at www.pwc.com/government

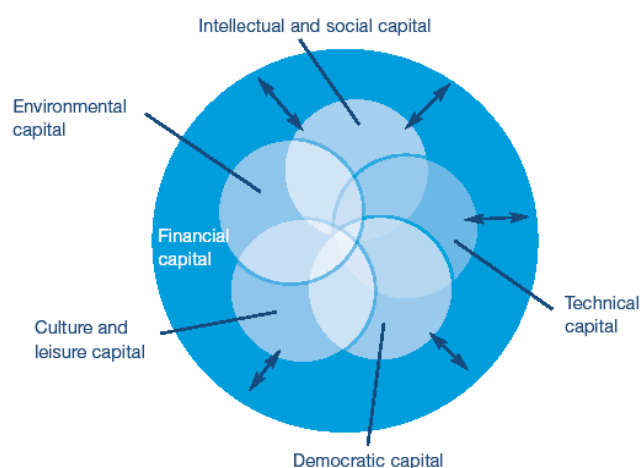
¹³⁴ Radovanovic, D, (2004), *Intelligence & Lund: what lessons Lund can learn in order to become an intelligent city*, Lund

- Fördelaktigt geografiskt läge och infrastruktur för transport och kommunikation.

En intelligent stad måste inneha varaktighetsfaktorer liknande de som gjorde Ragusa till en av de första intelligenta städerna i historien. Andra kvaliteter är också nödvändiga. För drömsamhället är mötesplatser en av de centrala aspekterna. En intelligent kommun måste skapa kontexter i vilka kunskapsarbetare kan utbyta idéer och engageras i kreativitet. Intelligent ledarskap måste även förstå vikten av det intellektuella kapitalet som stadens viktigaste resurs. Att kartlägga intellektuellt kapital skapar förutsättningar för stadsledningen att allokera sina resurser mer effektivt. En ranking rörande intellektuellt kapital är med stor sannolikhet föremål för användning av internationella företag när de väljer destination för investering.¹³⁵ Vi hänvisar till appendix III för ytterligare information om intelligenta städer.

4.5 Staden ur ett framtidsperspektiv

Under teoribasen presenteras Radovanovic et al. figur med det intellektuella och sociala kapitalet. Här tänker vi presentera ytterligare kapitalbaser som samtliga har inverkan på staden. De visas i bilden nedan.



Figur 8. Integrating capitals¹³⁶

4.5.1 Demokratiskt kapital

Samtliga av författarnas respondenter poängterade vikten av samarbete och delaktighet. Städer möter idag en utmaning i en sjunkande inblandning i den politiska processen. För att förnya intresset och aktiviteten hos medborgarna måste städer utveckla olika sätt att göra sig själva mer trovärdiga, öka transparensen av de beslut som tas samt engagera invånarna i skapandet av policies och beslut. Städer måste utveckla partnerskap med de olika intressentgrupper som finns. Nya former

av partnerskap som sträcker sig längre än att bara lyssna till de olika åsikterna utan snarare agera tillsammans med intressentgrupperna. Därmed blir medborgarna mer än röster eller kunder, de engageras som medskapare av deras egen framtid. Kanaler för interaktion expanderar och framförallt Internet fungerar som det nya forumet. Förutom informationsfunktionen fungerar Internet som en plattform för dialog mellan städer och medborgare.¹³⁷

¹³⁵ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competition, local leadership*, available at www.pwc.com/government

¹³⁵ Ibid.

¹³⁶ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competition, local leadership*, available at www.pwc.com/government

¹³⁷ Ibid.

4.5.2 *Kultur och nöjeskapital*

En stad består av en komplex samling attribut som skapar dess egna unika identitet. Städer som har lyckats attrahera besökare, residerare och företag har lyckats skapa ett city brand som kapslar in de kvaliteter som staden erbjuder vilket genererar kraftfulla och positiva associationer. När ett brand skapas måste en stad vara medveten om hur den ses av den kringliggande världen. Vilka kulturella kvaliteter kan ses utifrån? Vilken livsstil associeras med staden? Strategier för att utveckla kulturellt kapital måste fånga in hur staden är i nuläget och från denna insikt skapa steg framåt för att nå den önskade bilden. Globala attraktioner kan sätta staden på kartan men en stad kan inte enbart luta sig mot en attraktion. Staden måste snarare använda denna attraktion som en startpunkt för en mycket längre resa. En stad som vill konkurrera om uppmärksamhet på den globala marknaden måste förstå de kvaliteter som differentierar dem från andra. När dessa kvaliteter väl förstås måste de kommuniceras till den typ av människor som staden vill attrahera. Upplevelseekonomin är en allt viktigare marknad. Upplevelser består av hela omfånget av associationer och känslor när människor spenderar tid (alternativt funderar på att spendera tid) på en speciell plats. Stadsplanerare måste inse stadens unika kvaliteter och investera i att nära och utveckla dem. Det finns ingen specifik plan för hur ett city brand skapas, men det finns två kritiska frågor som en stadsplanerare kan fråga sig. Hur skapar vår stad uppmärksamhet från världen? Hur behåller vi denna uppmärksamhet?¹³⁸

4.5.3 *Miljökapital*

Kvaliteten på det liv som en stad erbjuder är en fundamental aspekt för städer. Att erbjuda medborgarna en ren, grön, säker och attraktiv miljö är högt prioriterat av de intervjuade stadsledarna. Att balansera ekonomisk utveckling med hänsyn för miljön är en tuff utmaning. Föroreningar är ett stort problem för många städer varför myndigheter måste utarbeta policys som konvergerar ekonomiska och miljömässiga aspekter. Att utveckla policys för varaktig utveckling kräver samarbete i beslutsfattandet. Med andra ord måste de miljömässiga aspekterna vara en integrerad del av policyutvecklingen. Även medborgarna måste vara engagerade i utvecklingen och implementeringen av miljömässiga policys. Författarna hävdar att medborgarnas engagemang är viktigt då det är en förutsättning för verkligt varaktiga miljömässiga förbättringar.¹³⁹

4.5.4 *Tekniskt kapital*

Den enorma komplexiteten av dagens städer gör att efterfrågan på infrastruktur skapar en stor utmaning. Det finns inte bara ett behov av basal transport, bostäder, vatten och energi, utan även ny efterfrågan av effektiv kommunikation vilket skapar ett krav på exempelvis bredband och elektroniska nätverk. För att axla dessa nya utmaningar adapterar många städer ett integrerat angreppssätt i deras stadsplanering. På detta vis skapas inte bara en mer holistisk syn utan även städernas förmåga att skapa partnerskap samt nya sätt att samarbeta vilka skapar förutsättningar för att leverera infrastrukturella behov på nya sätt. Publika-privata partnerskap är idag vanliga i många städer, vilket delar myndigheternas risk med den privata sektorn. Pressen på städer att agera mer effektivt och samtidigt förbättra sin service till medborgarna besvaras med att adaptera

¹³⁸ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competition, local leadership*, available at www.pwc.com/government

¹³⁹ Ibid.

teknologiska lösningar. Förbättring av processerna och arbetsflödena i staden är ett kärnfokus för många städer. Att använda ny teknologi för att förbättra kommunikationer och flöden av data i organisationer möjliggörs genom IT-lösningar som skär genom traditionella gränser och därmed tillåter mer effektivt samarbete. Detta leder till bättre service för medborgarna.¹⁴⁰

4.5.5 *Finansiellt kapital*

Städer möter ett antal vanliga finansiella utmaningar. Budgetar är under stark press från konkurrerande efterfrågan. Samtidigt kräver medborgarna bättre service men är motvilliga att betala mer för dem. Det klassiska dilemmat att göra mer med mindre är gemensamt för alla städer. För att kunna besvara detta krävs ett antal insatser från städernas sida. De måste etablera redovisningspolicys och analysera dem för att förstå stadens finansiella position. Därefter måste finansiella discipliner och prestationsmetodik baseras på dessa slutsatser. Städer måste adaptera ett entreprenöriellt angreppssätt på vilket sätt de finansierar och erbjuder service. De måste förstå de verkliga kostnaderna för den service och de produkter som erbjuds för att utvärdera huruvida alternativa sätt är mer effektiva. Somliga städer kan vara mer effektiva i specifika områden varför städer bör leta efter möjligheter att ”byta” med andra städer, dvs. sälja den mest effektiva servicen och köpa in det som är centralt ur ett finansiellt perspektiv. Nya former av partnerskap är också kritiskt. Många inflytelserika personer inser fördelarna i att arbeta med den privata sektorn för att skapa service och infrastruktur på innovativa sätt. Författarna belyser vikten av att utforska hur andra städer arbetar för att möta nutida och framtida behov.¹⁴¹

4.5.6 *Kravet på ledarskap*

Att hantera alla dessa olika kapital kräver ett starkt ledarskap. Stadsledare måste utveckla en typ av ledarskap som är både konsultmässigt och vägledande. De måste inspirera och uppfylla framtidens drömmar och visioner som delas med medborgarna, organisationerna och företagen i staden. Effektivt ledarskap är kritiskt för framgångsrik och varaktig utveckling av våra städer. Ledare måste skapa en klar vision för framtiden och styra sina organisationer och samhällen mot denna vision och dess mål. De måste förutspå och tolka trender samt skapa möjligheter för tillväxt och utveckling. Samtidigt måste de besvara de globala, nationella och lokala utmaningarna för att vidhålla en hög livskvalitet för staden och dess invånare. Ledare har en nyckelroll i att utveckla ett starkt varumärke och en rik kulturscen vilket kan leda till att staden börjar agera i den globala miljön. En fråga som kapslar in de olika aspekterna som diskuterats är enligt författarna följande¹⁴²:

*”Hur skapar din stad ett nytt strategiskt angreppssätt som täcker alla de olika kapitalen och som kommer att skapa en bättre, mer varaktig och mer konkurrenskraftig stad i framtiden?”*¹⁴³

¹⁴⁰ Ibid.

¹⁴¹ PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competition, local leadership*, available at www.pwc.com/government

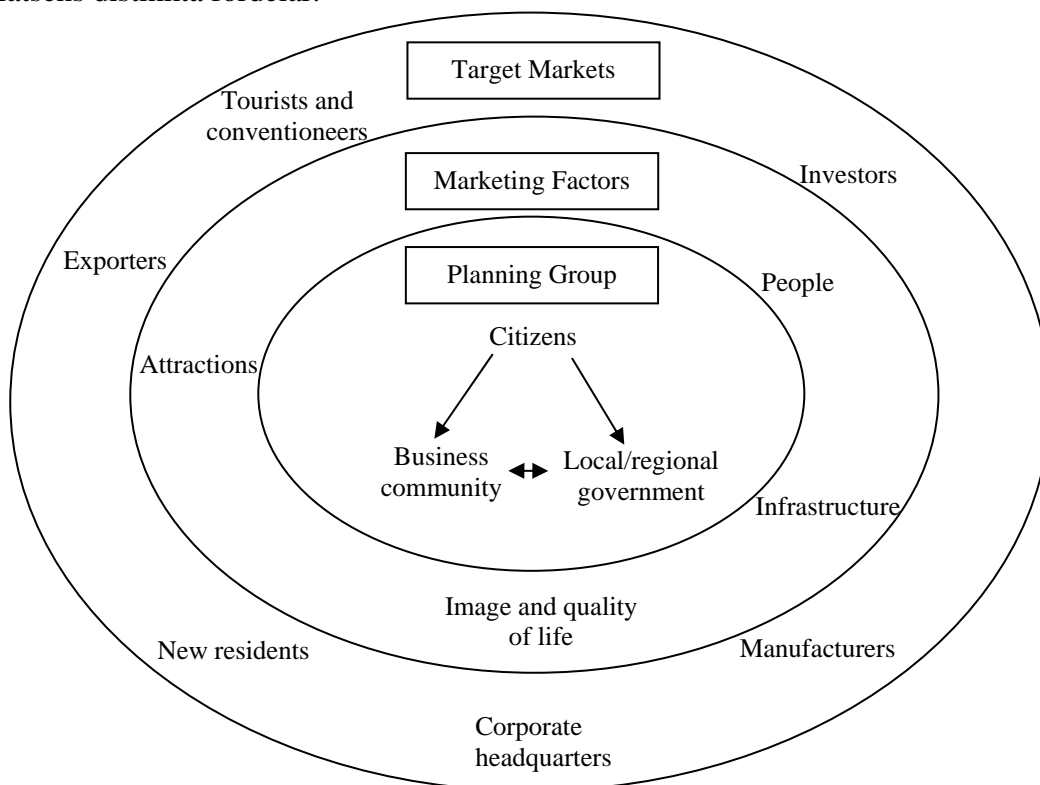
¹⁴² Ibid.

¹⁴³ ”How does your city develop a new integrated strategic approach across all its capital bases (resources) that will create a better, more sustainable and competitive city in the future?”

4.6 Marketing Places

Det är högst osannolikt att två platser bygger strategier, använder resurser, definierar produkter eller implementerar planer på samma sätt. Platser skiljer sig historiskt, kulturellt, politiskt, ledarskapsmässigt och i hantering av publika-privata förhållanden. En central punkt i boken *Marketing Places* är tesen att marknadsplatser skiftar och förändras snabbare än samhällets förmåga att besvara det. Köpare av det gods och den service som en plats kan erbjuda har en tydlig fördel mot säljarna av platsen. Utmaningen för platsmarknadsföring är att stärka samhällens och regioners kapacitet att anpassa sig till den föränderliga marknadsplatsen, att ta möjligheter och vidhålla deras vitalitet. Strategisk platsmarknadsföring syftar till att stärka städer, regioner och nationer. Marknadsförarna lyckas när medborgarna, arbetskraften och företagen utvinnet nytta från samhället och när besökare, nya företag och investerare anser att platsen uppfyller förväntningarna. Fyra aktiviteter är centrala inom platsmarknadsföring¹⁴⁴:

- Att designa den rätta mixen av samhällsdrag och service.
- Att skapa de rätta incitamenten för existerande och potentiella köpare av platsens service och gods.
- Att leverera platsens produkter och service på ett effektivt och åtkomligt vis.
- Att förespråka platsens värden och image så att potentiella användare är fullt medvetna om platsens distinkta fördelar.



Figur 9. Levels of place marketing¹⁴⁵

¹⁴⁴ Kotler, P, Haider, D H, Rein I, Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations, The Free Press New York, 1993

¹⁴⁵ Ibid.

4.6.1 *Hur marknadsför platsmarknadsförare deras platser?*

Vid en imagestrategi anställer platsen en reklambyrå eller pr-firma för att identifiera, utveckla och skapa en stark positiv image för platsen. Det är i förhållande till andra strategier relativt billigt att arbeta med image. Kostnaden och effektiviteten av image är naturligtvis beroende av platsens nuvarande image och reella attribut. Sex imagesituationer kan råda på en plats¹⁴⁶:

1. *Positiv image.* Somliga städer, regioner eller länder är välsignade med positiv image. Behovet att förändra imagen är i detta fall inte lika stort som behovet av att förstärka och kommunicera den.
2. *Svag image.* Vissa platser är inte välkända för att de är små, saknar attraktioner alternativt inte marknadsför sig tillräckligt. Vill du ha mer uppmärksamhet bör attraktioner byggas och kommuniceras.
3. *Negativ image.* På många platser har en negativ image rotat sig. Exempelvis Detroit har USA:s högsta mordfrekvens. Om något vill dessa platser tygla sin imagedistribution. En plats som vill förändra sin negativa image måste se på faktorer som kan uppfattas som positiva för deras nya image och dessutom åtgärda det som skapade den negativa imagen i förstäläget.
4. *Mixad image.* De flesta platser har en image som består av både positiva och negativa element. Exempelvis Washington är sedd som en mycket vacker stad som dock har en exploderande brottslighet. Platser med en mixad image understryker ofta de positiva sidorna och undviker det negativa i sina kampanjer.
5. *Motstridig image.* Vissa platser utstrålar en motstridig image, dvs. olika människor uppfattar attributen av platsen på motsatta sätt. Exempelvis Virgin Island som ses av vissa som en säker plats och av andra som något extremt farligt (beroende av turistmorden för ett antal år sedan). Pittsburgh ses av många som en förorenad stad på grund av industrin medan andra ser staden som en prisvinnande ren stad. Strategin för dessa platser är att betona det positiva sidorna så att individer slutar anta det negativa sidorna på lång sikt. Det bör understrykas att detta är en svår process. Negativitet har en tendens att ihåggkommas under lång tid.
6. *Överattraktiv image.* Vissa platser har en image som skapar för mycket attraktivitet. Marknadsför de platsen ännu mer innebär det negativa konsekvenser. Trafikproblem, fulla skolor, vattenförorening och andra utvecklingskostnader är exempel på konsekvenser. I vissa extrema fall har marknadsföring fokuserat på att avskräcka målgrupper från platsen.

Somliga platser väljer att använda en slogan för att marknadsföra sig. "Big Apple" och "Land of 10 000 Lakes" är två exempel. Dessa slogans skapar uppmärksamhet men helheten måste förespråkas. En kvalificerad image som skall få de önskade konsekvenserna bör kommuniceras genom ett flertal kanaler om den skall rota sig. En image är inte lätt att utveckla eller förändra. De behöver analysera hur residenter och icke-residenter uppfattar platsen; de behöver identifiering av sanna och osanna element, likväl starka som svaga element; de behöver inspiration och genomtänkta val av bilder; de behöver utarbeta valet på många sätt så att residenter, företag och andra uttrycker den tilltänkta imagen på rätt sätt; och de behöver en massiv budget.¹⁴⁷

¹⁴⁶ Kotler, P, Haider, D H, Rein I, *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*, The Free Press New York, 1993

¹⁴⁷ Ibid.

Att förbättra en plats image är inte tillräckligt för att trygga en plats framgång. Platsen behöver speciella drag för att tillgodose residenterna och attrahera utomstående. Somliga platser har naturliga attraktioner som ett berg eller en sjö, medan andra kommunicerar dess kulturella arv genom gamla byggnader, museum etc. Det finns andra exempel som exempelvis Eiffeltornet, Frihetsgudinnan och Taj Mahal. Attraktioner behöver inte vara lika unika i framtoningen som exempelvis Eiffeltornet. Ett genomtänkt parksystem kan också skapa attraktionskraft. Idag söker många städer nya attraktioner att addera till sin arsenal. I många fall vill städer bygga sin kronjuvel.¹⁴⁸

Varken image eller attraktioner inkluderar alla aspekter av en plats utveckling. Infrastrukturen utgör fundamentet för en fungerande plats. En plats måste helt enkelt fungera för att utvecklas. Individer måste kunna dricka rent vatten, säkert vandra på stadens gator, restauranger måste finnas tillgängliga etc. Den fjärde marknadsföringsstrategin innebär att platsen marknadsför dess befolkning. Detta kan bli fördelaktigt på många sätt. Södra Kalifornien fokuserar den vänliga och jordnära attityden för att attrahera residenter från delstatens nordliga delar. Andra platser kan lida av ett motsatt problem. Platsens befolkning uppfattas då som negativ. När en plats väljer en målmarknad måste befolkningens uppfattade karaktär tas med i beräkningen. Imagen av befolkningen påverkar intresset av potentiella målmarknader. Platser måste uppmana befolkningen att vara vänliga och omtänksamma mot dess besökare och nya residenter.¹⁴⁹

Ovanstående resonemang där infrastrukturen skapar fundamentet kan bli ett attraktionsdilemma. En plats som vill utvecklas startar med infrastrukturen, adderar attraktioner, ökar vänligheten och färdigheterna hos befolkningen och kommunicerar sedan ut önskvärd image. Problematiken ligger alltså i att många platser har begränsade budgetar och får därmed svårt att angripa problemet på ett strukturerat vis. Ofta slutar det med att städer väljer att enbart kommunicera en image och eventuellt en kampanj för att öka vänligheten hos befolkningen. Följaktligen misslyckas ofta dessa försök.¹⁵⁰

4.7 Summering av teori

Innan vi fortsätter med den empiriska datainsamlingen vill vi summera det teoretiska ramverket. Till att börja med har vi presenterat ramverket för intellektuellt kapital. IK:s beståndsdelar har beskrivits och diskuterats, multiplikatorseffekten har klargjorts, Cities General Intellectual Capital Model har presenterats och det sociala kapitalet har beskrivits. Vidare har vi presenterat teorier om staden som behandlar den kreativa klassen, drömsamhället, kunskapsstäder, knowledge innovation zones, k-regioner, kunskapshamnar, intelligenta städer och staden ur ett framtidsperspektiv. Vi hänvisar även till bilaga I och II för ytterligare läsning angående städer.

¹⁴⁸ Kotler, P, Haider, D H, Rein I, *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*, The Free Press New York, 1993

¹⁴⁹ Ibid.

¹⁵⁰ Ibid.

5 Empiri - staden

Intervjuer med diverse respondenter samt kompletterande empiriskt material presenteras i detta avsnitt. Tankar om stadsplanering, stadens kontext och city branding diskuteras. Bland respondenterna återfinns Mats Olsson, Jerker Söderlind, Sverker Sörlin, Johan Danielsson, Christer Larsson och Christer Asplund.

5.1 Stadsplanering

5.1.1 Mötesplatser

Malmö stads före detta stadsarkitekt, Mats Olsson, arbetar aktivt med mötesplatser och hävdar att kvalitén på mötesplatsen är avgörande för om det händer något i ett kunskapsamhälle. Att Malmö är en väldigt blandad stad är en stor resurs för framtiden, men detta är förutsatt att man utnyttjar integrationen i hög omfattning. Olsson berättar vidare att det idag finns positiva signaler på att detta sker. Malmö Högskola är ovanligt bra på att fånga studenter från andra länder.¹⁵¹

Det urbana rummet löser inga problem men kan underlätta processer. Enligt Olsson är tre urbana aspekter intressanta: *densitet, diversitet* och *kvalité*. Urban densitet innebär att det är ett visst antal människor på en viss yta för att det ska ske möten och vara intressant för dem som är där. Att bedriva handel, att mötas samt att byta idéer har enligt Olsson varit stadens idé under alla tider. Urban diversitet innebär att det måste finnas en blandning av verksamheter. Till det sistnämnda tillägger Olsson att städer som är väldigt specialiserade inte blir framgångsrika. Mångfalden skapar fler möjligheter och självgenererande effekter. Rörande den urbana kvalitén anser Olsson att han som stadsplanerare kan påverka. Den före detta stadsarkitekten hävdar att det finns bestämda kvalitéer i den urbana miljön som gör att människor vill mötas där och uppskattar att mötas där. Kvalitén kan byggas på flera nivåer, från rum till stadsdel.¹⁵²

Jerker Söderlind, teknologie doktor samt forskare på KTH inom arkitektur och samhällsbyggnad, arbetar även han med mötesplatser. Söderlind hävdar att dagens viktigaste mötesplatser är köpcentrum. Även gatan, torgen samt bytespunkterna mellan olika transportslag identifieras som platser för möten. Söderlind poängterar vikten av att studera flödenas organisation för att förstå mötesplatser. Rörande köpcentrum tillägger forskaren att en allt större del av intäkterna är av upplevelsekaraktär, exempelvis mat, fika, bio och musik. KTH-doktorn ställer sig frågande till om alla köpcentrum motsvarar detta skift i behov och noterar att det är centralt med en spännvidd mellan stora och små butiker. Eller som Söderlind själv uttrycker det: "*Elefanterna tycker det är tråkigt utan kanariefåglar.*"¹⁵³

Rörande staden och dess mötesplatser anser Söderlind att det finns både mötesgenererande och destruktiva former.¹⁵⁴ Sverker Sörlin, vetenskaplig ledare i projektet SISTER, har samma tankebanor som Söderlind. Han lägger dock till att det är lättare att vara destruktiv än konstruktiv

¹⁵¹ Intervju med Olsson, 2005-12-02

¹⁵² Ibid.

¹⁵³ Intervju, Söderlind, 2005-12-28

¹⁵⁴ Ibid.

rörande ämnet. Sörlin anser även att det finns ett stort inslag av spontanitet i möten och att mötesplatser knappast är något mekaniskt.¹⁵⁵

Malmö nuvarande stadsbyggnadsdirektör Christer Larsson anser att mötesplatser är en viktig ingrediens i dagens stadsplanering. Liksom Söderlind ser Larsson studier av flöden som vitala för att utröna hur staden kan dra nytta av mötesplatser. Stadsbyggnadsdirektören anser att det finns många spontana inslag i utvecklandet av mötesplatser, men han anser även att flödenas organisation kan användas för att stimulera spontana möten. Därför har Malmö arbetat aktivt för att låta människors strömmar korsas varandra. Ett exempel är strategiskt placerade institutioner. Detta för att stimulera det som enligt Larsson skapar långsiktig bärkraft – vardagliga möten.¹⁵⁶

5.1.2 *Samspel mellan hårda och mjuka värden*

Jerker Söderlind redogör även för hur stadsplanering kan analogiseras. Han berättar om hårdvara, mjukvara och operativsystem. Operativsystemet är regler, lagar etc., hårdvaran är det vi kan se och mjukvaran är vad som händer. Vidare hävdar Söderlind att det finns anledning att ifrågasätta hur pass väl mjukvara, hårdvara och operativsystem stämmer överens i dagens samhälle. Hårdvaran är enligt forskaren i många fall anpassad för industrialismen och mjukvaran sker i nuet. Därmed måste hårdvaran uppgraderas. För att klargöra hur förhållandet mellan de olika komponenterna är i dagsläget säger doktorn att operativsystemet är 40-tal, hårdvaran i många fall 60-tal medan mjukvaran rör sig i presens. Söderlind menar även att hårdvaran och operativsystemet naturligtvis skapar möjligheter och sätter gränser för mjukvaran.¹⁵⁷

Under intervjun diskuterar Söderlind även stadskärnor och ser omsättningsbaserade hyror och som en slags operativsystemsinnovation. Han tycker att konceptet skapar en flexibilitet och incitament mellan värd och gäst. Forskaren tillägger även att det behövs en mix av det lönsamma/rationella och det unik/karaktärsskapande/småskaliga. Det sistnämnda fungerar som en slags givande undervegetation i stadskärnan. KTH-doktorn drar parallellen till köpcentrum med dess elefanter och kanariefåglar.¹⁵⁸

Ytterligare samspel mellan hårdvara och mjukvara är enligt Söderlind attraktioner. Det finns enligt forskaren två typer, en man ser på och en där man kan göra saker. Exempelvis Turning Torso i Malmö anser forskaren vara av förstnämnd karaktär och ifrågasätter syftet med byggnaden. Attraktionen måste enligt honom förankras i omgivningen.¹⁵⁹

5.1.3 *Utvecklingens baksida*

Jerker Söderlind ser faror med utvecklingen mot ett mer kunskapsbaserat samhälle. Isoleringen av högskolor i särskilda områden och att det klumpas ihop till något som är tätt och homogent är en stor fara enligt forskaren. Det kan tendera till att personer inte känner sig välkomna dit och därmed utnyttjas inte möjligheten för kunskapsutbyte i den grad som önskas. Den verkliga kunskapen föds sällan i forskningsmiljöer eller högskolor, utan snarare runt omkring. Därför krävs en omgivning som är tillåtande och inte alltför ordnad.¹⁶⁰

¹⁵⁵ Intervju med Sörlin, 2006-01-12

¹⁵⁶ Intervju med Larsson, 2006-01-13

¹⁵⁷ Intervju med Söderlind, 2005-12-28

¹⁵⁸ Ibid.

¹⁵⁹ Ibid.

¹⁶⁰ Ibid.

Rörande Malmö stad ser Söderlind en fara i att centrum ligger i utkanten, vid vattnet, och att det inte finns någon konkurrerande stadskärna. Enligt honom är Stockholm mer lyckligt lottat där centrum är placerat i mitten. Även förorterna bekymrar Söderlind som anser att man glömmer bort potentialen hos dessa stadsdelar och istället fokuserar på handels- och nöjesområden som t.ex. intill Öresundsbron. Forskaren kommenterar även Turning Torso som han anser ha blivit en symbol för segregation i Malmö.¹⁶¹

5.2 Staden i dess kontext – Mälardalsregionen

I detta avsnitt väljer vi att se på Mälardalsregionen som utarbetat ett rapportförslag för hur de som en attraktiv och innovativ region ska agera för att inte hamna i en neråtgående utvecklingspiral¹⁶². Genom att dessutom intervjua rådets generalsekreterare Johan Danielsson anser vi oss skapa en bättre utgångspunkt. Varför vi väljer att se på Mälardalsregionen och inte Öresundsregionen är för att skapa ytterligare en dimension av objektivitet.

Mälardalsrådet inleder sin rapport med att presentera en gemensam vision för Stockholm-Mälardalsregionens alla olika aktörer¹⁶³:

”Stockholm-Mälardalsregionen ska vara attraktiv för individer och näringsliv genom en långsiktig hållbar och jämställd livsmiljö med en växande global konkurrenskraft.”

Ytterligare ett resonemang med storskalig innebörd presenteras, nämligen att den region som kan skapa förutsättningar för att attrahera dagens och framtidens ledande talanger kommer att ha stora konkurrensfördelar när näringslivets investerare skall fatta sina beslut. Enligt rådet är en region i ständig utveckling och förändring och denna insikt har lett till att de värderar fyra hörnstenar i sitt arbete: *insikt, öppenhet, tillit* och *mod*.¹⁶⁴ Dessa hörnstenar är enligt Johan Danielsson väldigt viktiga ur ett samarbetsperspektiv. Regionen innefattar idag 65 kommuner.¹⁶⁵

Insikt som är den första hörnstenen är, enligt Danielsson, vital för att greppa den globala konkurrensen. Det gäller enligt forskaren att utnyttja sina resurser all mer effektivt och då speciellt i väst eftersom vår levnadsstil innebär att vi vill arbeta mindre. Därav är det centralt att arbeta smartare. Danielsson hävdar att vi måste inse att konkurrensen börjat på allvar och för att förstå vad som händer kring oss är *insikt* nyckeln. Danielsson hävdar även att om vi ska få detta att fungera måste resurser poolas, staket rivas osv. Då måste vi förutom *insikt* även ha en *öppenhet*, annars skapar vi enligt Danielsson ingen effektiv kommunikation. När vi märker att våra konkurrenter är öppna, då vågar vi lita på dom konstaterar forskaren. Öppenheten berör med andra ord *tilliten*.¹⁶⁶

Den mest komplicerade hörnstenen är enligt Danielsson *mod*. Detta exemplifierar forskaren med en politiker och dennas valkrets. Varje politiker tampas med en behovstrappa där den lägsta nivån kan vara att skotta vägarna, där nästa steg kan vara att skapa tillräckligt med dagisplatser och där det högsta steget är internationell omvärldsbevakning. Enligt Danielsson krävs det ett

¹⁶¹ Intervju med Söderlind, 2005-12-28

¹⁶² www.malardalsradet.se

¹⁶³ Ibid.

¹⁶⁴ Ibid.

¹⁶⁵ Intervju med Danielsson, 2006-01-06

¹⁶⁶ Ibid.

stort mod för att försvara långsiktigt politiskt tänkande. Som ett exempel ser Danielsson på Ilmar Reepalu i Malmö och att Malmö sålt av sin hamn till Köpenhamn. Han beskriver Reepalus agerande i politiken som ett sätt att gå ner i spagat i den politiska behovstrappan.¹⁶⁷

Summeras hörnstenarna skapar de enligt Mälardalsrådets medlemmar en grund för att skapa starka och kreativa partnerskap. Det kan handla om partnerskap mellan två kommuner, ett antal län eller ett antal företag i samma bransch. Den kraft som genereras av kreativt partnerskap, vilket i allmänhet kallas Triple Helix, när politik, näringsliv och forskning/utbildning möts, är enligt rådet oöverträffad. Därav fokuseras de fyra hörnstenarna och rådet adderar därtill att kunskap är en färskvara som hela tiden måste förnyas och fyllas på i takt med att regionen och omvärlden förändras.¹⁶⁸

Danielsson fortsätter med några tankar kring kunskapshamnar. Forskaren menar att det är ett väldigt komplicerat område som idag inte har något enkelt svar.¹⁶⁹

”Det handlar om de mjuka värdenas allt större plats. Man pratar om miljöer som är attraktiva för individer och människor.” citat Johan Danielsson

Enligt Danielsson har traditionella hamnar, där exempelvis containrar med gods är handelsvaror, inte alls samma krav som kunskapshamnar. Här är det istället hjärnor som är varan vilket leder till en mer komplex situation. Som ett exempel berättar Danielsson att det i Frankfurt investerats mycket av japanska investerare sedan det börjat satsas på dagis med personal som talar japanska. Det skapades en miljö för japaner berättar Mälardalsrådets generalsekreterare och ser detta som en av många svårförstådda dimensioner. Därmed poängteras att kunskapshamnar är något helt annorlunda. Det finns facit för hur man bygger hamnar och flygplatser men inte för kunskapshamnar. Danielsson återknyter än en gång till att de mjuka värdena kommer att ha större betydelse.¹⁷⁰

5.3 Tankar om city branding

Christer Asplund, före detta näringslivsdirektör väljer att definiera City Branding som: *En plats förmåga att leverera attraktioner mot målgrupperna*. Asplund beskriver de olika målgrupperna som företag/investerare, resindent och turister. Resindent, som kan översättas med invånare eller medborgare, delas upp i två grupper, potentiella och befintliga. Även turister delas upp i två subklasser – klassiska turister och affärsbesökare.¹⁷¹

Det finns naturligtvis mycket skrivelser om city branding, och vi väljer att se på vad som skrivits i dagstidningen Sydsvenskan. Enligt Daniel Rydén, skribent på Sydsvenskan, handlar city branding om att göra sin stad känd så att många människor vill resa dit och att företag slå sig ner där. Det är enligt skribenten en växande och stenhård marknad. City branding handlar om att locka till sig de starka, friska och rika. Den kreativa klassen.¹⁷² Med avstamp i uttalande som detta anser Asplund att den inte räcker att locka till sig den kreativa klassen. Insikten i att hela

¹⁶⁷ Intervju med Danielsson, 2006-01-06

¹⁶⁸ www.malardalsradet.se

¹⁶⁹ Intervju med Danielsson, 2006-01-06

¹⁷⁰ Ibid.

¹⁷¹ Intervju med Asplund, 2006-01-03

¹⁷² Sydsvenskan, 15 januari 2005

tiden utvecklas och att se city branding som en fortlöpande process är enligt författaren central. Vad målgrupperna egentligen vill ha är en viktig fråga.¹⁷³

Den före detta näringslivsdirektören berättar under intervjun om arbetet med Stockholm stad och dess city brand. Tanken var att bygga värden på nobelaxeln och på så vis knyta staden till kunskap. Ett av projekten var att döpa om Arlanda till ”Nobel airport” men då oppositionen tog över styret rann dessa planer ut i sanden. Vi rör oss alltså i början av 90-talet. Nu har titeln på staden istället blivit ”the Capital of Scandinavia” och Asplund ställer sig väldigt frågande till denna titel. Författaren ifrågasätter även timingen med titeln då den släpptes samma år som Norge firade 100-årsjubileum av unionens upplösning. Asplund hävdar istället att dagens riktiga Capital of Scandinavia är Malmö/Köpenhamn.¹⁷⁴

Malmö/Köpenhamn har en ingrediens som intresserar Asplund – gränsöverskridande nätverk. Medicon Valley Academy är enligt författaren ett exempel på nätverk som biter i investerarna. Att utveckla ett city brand kräver en analytisk förmåga där vikten av att se bortom den gamla världen och in i framtiden är stor. Asplund berättar om ytterligare ett exempel på genererande nätverk, nämligen *Living Labs*. Städer som Barcelona, London, Köpenhamn, Hamburg och Västervik i Sverige agerar för varandra och skapar en samverkande katalysator. Parallellen till en stad där man skapar något spännande för potentiella inflyttare är enligt Asplund viktig. Även enigheten i regionen betonas som viktig för stadens framtid.¹⁷⁵

Sydsvenskans skribent Daniel Rydén skriver att de som är kritiska mot city branding av städer, regioner och länder ofta vänder sig mot kravet på enighet. I näringslivet är det inget konstigt att alla anställda måste ställa upp på firmans varumärke. Men staden är inget företag där direktören styr. I städer styr folket. James Wine, en kanadensisk arkitekt, är en av de som kritiserar city branding. Han anser att konceptet i stort sett innebär att anlita stjärnarkitekter för att skapa onödiga, motbudande och slösaktiga byggnader. Detta uttalande syftade till att skapa internationell debatt och han fick svar på tal. Exempelvis Bilbao replikerade. Den nergångna industri- och hamnstaden i Baskien dit nästan ingen reste innan Guggenheimmuseet byggdes har idag blivit en turistort dit åtta av tio besökare reser för att se arkitekten Frank Gehrys skapelse. Rydén skriver även att hundratusentals besökare väntas för att se Turning Torso. Malmö har enligt skribenten inte försökt stänga in sig i ett enda varumärke. ”Mångfald, möten, möjligheter” lyder stadens devis. Det röriga och besvärliga har enligt Rydén blivit ett city brand för Malmö.¹⁷⁶

¹⁷³ Intervju med Asplund, 2006-01-03

¹⁷⁴ Ibid.

¹⁷⁵ Ibid.

¹⁷⁶ Sydsvenskan, 15 januari 2005

6 Malmö – Dåtid, Nutid, Framtid

Malmö diskuteras ur olika infallsvinklar. Inledningsvis fokuseras historiken med ett brett historiskt perspektiv. Därefter presenteras material från vad som händer i Malmö idag och slutligen diskuteras framtiden. Intervjuer med Ilmar Reepalu, Anders Rubin, Mats Olsson, Christer Larsson, Johan Emanuelsson och Eva Enquist presenteras.

6.1 Dåtid

5.1.1 Från Hansan till Kockums

I det medeltida danska riket utgjorde Öresund en central och viktig förbindelselänk. Dess nord-sydliga sträckning innebar att den var en viktig led från Östersjön till andra delar av det danska riket, men sundet förband också det danska riket i öst-västlig riktning. Därmed var Öresund betydelsefullt både av ekonomiska och militärstrategiska skäl. Det innebar att Malmö med sitt geografiska läge – liksom Köpenhamn på andra sidan sundet – utvecklades till att bli en betydelsefull stad i det danska riket. Under 1300-talet framstod staden som ett betydande handelscentrum med internationella inslag. Framför allt var det tyska köpmän tillhörande det nordtyska Hansaförbundet som intresserade sig för de rikedomar som handel i Malmö kunde föra med sig.¹⁷⁷

Efter en lång uppgångstid som varade större delen av medeltiden och sträckte sig in i nya tiden började Malmö en tillbakagång under 1600-talets första hälft. Detta var ett allmänt europeiskt fenomen. Medelstora städer i närheten av huvudstäder eller andra metropoler drabbades ofta av ekonomisk tillbakagång och minskad politisk betydelse. Bland annat miste Malmö monopolet på Islandshandeln. Öresund var inte längre den dynamiska kraft från vilken ekonomisk näring kunde hämtas. Med den svenska erövringen av Skånelandskapen försämrades situationen ytterligare. Öresund blev nu samtidigt som det utgjorde nationsgräns en oöverstiglig barriär som skar alla Malmös gamla handelsförbindelser. Från att ha varit centralt placerat i det danska riket omvandlades Malmö till en militariserad provinsstad i Sveriges utkanter.¹⁷⁸

Handelskapitalisternas sjunkande vinster medförde att de inte ansåg det lönt med några mer omfattande investeringar för att förbättra hamnen och anpassa den till större och moderna fartyg. Det innebar att mycket handel gick förbi Malmö. Stadens koppling till Öresund blev allt mindre.¹⁷⁹

Men det fanns ändå en fördel med det strategiska läget vid Öresund. När jordbruket i Skåne omvandlades i samband med den agrara revolutionen under 1700-talets andra hälft ökade behovet av en effektiv exporthamn i Skåne. Motivationen att förbättra hamnen ökade och på 1770-talet anlades den första egentliga kajen i Malmö. Det innebar att fartyg kunde komma ända in till staden och att de inte längre behövde ankra långt ute på redan med en lång brygga som förbindelselänk till magasinsbyggnaderna. Den nya hamnanläggningen innebar ett kraftigt

¹⁷⁷ www.mah.se

¹⁷⁸ Ibid.

¹⁷⁹ Ibid.

uppsving med ekonomisk expansion och växande befolkning. Därmed lades grunden för det industrikapitalistiska genombrottet. 1840 grundades Kockums Mekaniska Verkstad. I dagens deindustrialiserade Malmö spelar fortfarande läget vid Öresund en viktig roll för Malmös utveckling. I det medeltida Danmark utgjorde sundet en förbindelselänk mellan olika delar av riket. Idag utgör det med den nya bron en förbindelselänk inom Öresundsregionen. Hamnarna i Malmö och Köpenhamn är sammanslagna till en enhet och integrationssträvandena diskuteras ständigt i politiska sammanhang. På så sätt har Öresund och Malmös läge invid det utgjort en geografisk förutsättning för ekonomisk och social förändring under hela stadens existens.¹⁸⁰

Nu rör vi oss ett stort steg fram i historien fram till Malmös roll i folkhemsbygget. Mats Olsson hävdar att Malmö i funktion av en tidigt industrialiserad stad, varvsindustrin, ylle- & textilindustrin, arbetarrörelser och socialdemokratins vagga är en viktig punkt i det svenska folkhemsbygget. Detta kom att präglade staden under hela 1900-talet.¹⁸¹ Följande citat beskriver folkhemstanken:

”Hemmets grundval är gemensamhetstanken och samkänslan. Det goda hemmet känner inte till några privilegierade eller tillbakasatta, inga kelgrisar eller styvbarn. Där ser icke den ena ner på den andre, där försöker ingen skaffa sig fördel på den andres bekostnad, den starke trycker icke ner och plundrar den svaga. I det goda hemmet råder likhet, omtanke, samarbete, hjälpsamhet. Tillämpat på det stora folk och medborgarhemmet skulle detta betyda nerbrytandet av alla sociala och ekonomiska skrankor, som nu skilja medborgarna i privilegierade och tillbakasatta...” citat Per Albin Hansson (1928)¹⁸²



Figur 10¹⁸³

Industrin som nämndes ovan var stor och framgångsrik i Malmöregionen och kulmen nåddes i början på 70-talet med världens största varv – Kockums. Inget varar för evigt och mycket riktigt skedde stora förändringar i industristrukturen. Staten ströp subventionerna till varvsnäringen och skiftade fokus mot bilindustrin. Malmö stad var i princip bankrutt och utan de omfördelningar i skatteintäkter som skedde 1995 hade staden gått en mörk framtid till mötes.¹⁸⁴

5.1.2 Visions 2000

Regeringen beslutade 1995 om en återfördelning av skattepengarna till storstäderna. Även Göteborg hade samma problem som industristad. Mats Olsson tillträdde vid denna tidpunkt posten som stadsarkitekt och enligt den politiska ledningen i Malmö stad var en framtidsvision central för stadens framtida utveckling. Den före detta stadsarkitekten beskriver arbetet sammanfattat som en slags förenklad SWOT-analys av Malmös situation.¹⁸⁵

¹⁸⁰ www.mah.se

¹⁸¹ Intervju med Olsson, 2005-12-02

¹⁸² www.mah.se

¹⁸³ Faktorer, Återskapad bild från intervju med Mats Olsson, 2005-12-02

¹⁸⁴ Intervju med Olsson, 2005-12-02

¹⁸⁵ Ibid.

Med hjälp av denna analys identifierade de involverade sex faktorer. En nyckelfråga var vilken roll Malmö skulle spela för regionen? Gruppen som diskuterade detta hade en obehaglig känsla av att Malmö skulle bli ett svart hål i regionen, en bakgård till Köpenhamn. De sex faktorerna som isolerades var: Den nära staden, den gröna och blå staden, kunskapsstaden, näringslivsstaden, bostadsstaden, samt kulturstaden.¹⁸⁶

Den nära staden som enligt Mats Olsson är en smått underlig faktor berör stadens koncentration. Malmö är en konstig stad ur svenskt perspektiv då en kvarts miljon invånare är koncentrerade på en väldigt liten yta. Olsson anser att de flesta svenska städer ser ut som bläckfiskar, uppsplittrade av skog, vatten osv. Stockholm är ett praktexempel där naturen tränger sig in i staden. Malmös koncentration är enligt Mats Olsson i sig en inneboende kvalitet. Under diskussionerna i detta stadium blev denna analys mer och mer intressant. Det diskuterades i termer av funktionstäthet, mötesplatser och kunskapsöverföring.¹⁸⁷

Rörande nästa faktor, *den gröna & blå staden*, var Malmö redan känt som parkernas och kanalernas stad. I själva verket har Malmö minst antal kvadratmeter park per invånare i hela Sverige, men det som finns är av mycket hög kvalitet. Även Ribersborg var intressant enligt Olsson. ”Ja, vadå då, säger en Malmöbo...” men det faktum att en badstrand av den kvalitén ligger fem minuter från centrum är fullständigt unikt. Den tredje faktorn, *kunskapsstaden*, var ett stort problem. Visst fanns det kunskap men var det rätt typ? Enligt Mats Olsson tillhörde kunskapen Malmös 150 år av industriell succé. Det fanns ett stort behov av annan kunskap. Kunskapsstaden var illa därän men det mest katastrofala var faktorn *näringslivsstaden*. Malmö tappade 35000-40000 arbetstillfällen vilket ledde till en utflyttning från Malmö av ungefär lika många människor. Olsson belyser i detta sammanhang vikten av ett fungerande näringsliv.¹⁸⁸

Bostadsstaden hade vissa problem. ”Vill man bo på backen i eget hus eller radhus fick man göra det i en annan kommun än i Malmö”, säger Olsson och syftar till att bostadspriserna där var lägre. Segregationen mellan öst och väst var stor. *Kulturstaden* var en positiv faktor i sammanhanget. Samtidigt som Malmö vandrade neråt skedde någonting i Malmö precis som i många andra europeiska industristäder. Enligt Mats Olsson blev det en radikaliserings av kulturen där man gick från ett klassiskt färdigmodulerat finkulturperspektiv till en inriktning som tog tag i den situation man stod i. Sune Nordgren, en dynamisk konstnärskonstnär, hade en stor roll i detta då han presenterade ett antal mycket kända internationella konstnärer på konsthallen. På detta vis sattes fokus på Malmö.¹⁸⁹

Sammanfattat rörde det sig alltså om tre bra och tre mindre bra faktorer. En komplex situation som var tvungen att lösas. De involverade drog slutsatsen att om de arbetar med att få ny kunskap till Malmö får de producera nya bostadsmiljöer som skapar inflyttning till staden. Målet var att få dynamiska människor att bosätta sig och verka i Malmö stad. På detta vis skulle näringslivet angripas och då även sysselsättningsgraden.¹⁹⁰

¹⁸⁶ Intervju med Olsson, 2005-12-02

¹⁸⁷ Ibid.

¹⁸⁸ Ibid.

¹⁸⁹ Ibid.

¹⁹⁰ Ibid.

Anders Rubin, kommunalråd i Malmö, berättar under en intervju i rådhuset att humankapitalet behövde fokuseras. Detta klargörs med citatet nedan¹⁹¹:

”Man kommer inte till en stad på grund av ett företag. Det är företagen som kommer till staden för att de rätta människorna finns i staden. Allt handlar om att göra staden attraktiv, att få människor att vilja bo där. Fokus på att göra Malmöborna anställningsbara istället för fokus på att få hit företag!” citat Anders Rubin

Med dessa tankebanor beslöt sig sällskapet för att fokusera två saker – högskola och bostäder. Universitetsplanerna väckte ett väldigt rabalder, exempelvis för att man skulle konkurrera med Lunds Universitet. Lunds Universitet klassade Malmö som en industristad och att vara en filial till universitetet var inte aktuellt. Mats Olsson framhåller att dagens samarbete som komplementärer till Lund är väldigt bra. Han hävdar även att Malmö Högskola inte försökte konkurrera med Lunds Universitet som bedriver grundforskning och fakulteter. Den strategiska tanken var istället att skapa en dynamisk vinkling av kunskapsbilden där utbildningsfrågor kombineras på ett nyskapande sätt. Det var enligt de involverade något som behövdes i kunskapssamhällets utveckling.¹⁹²

Det fanns inget intresse av att skapa en högskola utanför staden. Detta då interaktionen mellan högskolan och staden försvinner. Bevis på det sistnämnda ledde till att beslutet om högskolan gick snabbt och det fanns fler tankar kring placeringen. Citytunneln som byggs i Malmö är ingen tunnelbana utan enligt Mats Olsson ett viktigt kopplingsnät till det regionala pendeltrafiksystemet. Med hjälp av denna skall ett par viktiga punkter i staden fångas upp – högskolan och sjukhuset.¹⁹³

Vid millenniumskiftet tog Malmö stad hem spelet om bostadsmässan. Det som senare kom att kallas BO01. Bostadsfrågan var infekterad då finans- och fastighetskrisen fortfarande gällde. Olsson berättar att bostadsbyggandet hade stannat nästan helt i Sverige, förutom i högkostnadssegmenten. BO01 började växa fram som en ekologisk stadsdel med en banbrytande arkitektur. Grunden till Turning Torso lades och Olsson kommenterar att det finns ett otal många banala kontorshus men att det faktum att byggnaden är ett bostadshus skapade signaler om en stark inflyttning till staden.¹⁹⁴ Anders Rubin kommenterar bebyggelsen som stadsplanering utan vara ängslig. Det skapade enligt Rubin signaler om att kommunala spärrar inte kommer att vara i vägen för stadens framtid.¹⁹⁵ Även Christer Larsson, stadsbyggnadsdirektör i Malmö, har åsikter om Turning Torso. Han ser byggnaden som en symbol för det nya Malmö och likaså för framtidstron.¹⁹⁶

Mats Olsson berättar även hur gruppen arbetade aktivt med visionen. Med ett antal visionsbilder skapade en engelsk arkitekt teckningar vilka användes för att övertala folk visuellt. Man påstod mer eller mindre att allt redan hade skett. Bilderna figurerade på väggarna i sammanträdeslokaler och i korridorer i stadshuset. Tanken var att skapa en gemensam känsla av ett möjligt scenario.

¹⁹¹ Intervju med Rubin, 2005-12-21

¹⁹² Intervju med Olsson, 2005-12-02

¹⁹³ Ibid.

¹⁹⁴ Ibid.

¹⁹⁵ Intervju med Rubin, 2005-12-21

¹⁹⁶ Intervju med Larsson, 2006-01-19

Olsson kommenterar att gårdagens bilder inte stämmer överens med nuet men att det inte var poängen. Det var processen som var fokus för dessa skapelser.¹⁹⁷

Efter att ha presenterat huvudsakligen Mats Olssons många tankar om visionsarbetet vill vi komplettera detta med ytterligare tankebanor från Ilmar Reepalu, kommunstyrelsens ordförande. Reepalu anser att en viktig del av visionsarbetet var att skapa associationer. Det var centralt att sända signaler på att Malmö är duktiga på viktiga framtidsområden. Med detta menar kommunalrådet att folk i och utanför Malmö skall associera staden med annat än industrialismens pengafokus. Han hävdar att miljö var och är ett av dessa områden. Fokuseras BO01 bör stadsdelens ekologiska planering framhållas då det är väldigt unikt. Hela området är självförsörjande och har olika former av miljöanpassad byggnadsstruktur vilket enligt politikern skapar en klar signal på hur viktig miljön är. Reepalu ser även bostäderna som en viktig association. *"Det måste finnas häftiga lägen där folk vill bo"* säger kommunalrådet. Även kulturen är en central del av associationerna. Reepalu framhåller nyskapande eller som han själv uttrycker det: *"Nyskapandet är viktigare än de fetaste tenorerna."*¹⁹⁸

Reepalu beskriver även det fortlöpande arbetet som en viktig del i Malmös utveckling. Kommunikationen blev allt mer central och därmed spelade infrastrukturen en allt större roll. Att Öresundsbron först och främst är en järnvägsbro ser politikern som ett bra exempel på hur viktigt det är att staden arbetar i linje med sin strategi. Malmö stad är en del av det mest järnvägsintensiva området i Sverige. Med andra ord anser Reepalu att det inte är en slump att Öresundsbron har goda förutsättningar för järnvägstrafik och att järnväg är betydligt mer miljövänligt än vanlig vägtrafik.¹⁹⁹

6.2 Nutid

Björn Bergman, näringslivsdirektör i Malmö, konstaterar att det händer mycket i staden. Nya små företag, avknoppningar från stora bolag, skapandet av dotterbolag osv. gör att det startas ca 150-200 företag i månaden i Malmö. Utvecklingen har enligt direktören gått från den gamla industristaden till ett ökat kunskapsorienterat näringsliv. Bergman beskriver sitt uppdrag som att stimulera näringslivet i staden.²⁰⁰

6.2.1 Regionförstoring

Genom lyckade satsningar på infrastruktur har regionen integrerats. De förbättrade kommunikationerna är ett väldigt viktigt inslag i den regionförstoring som sker. Människor är idag beredda på att göra kompromisser med pendlingstiden om andra kvaliteter vinnns.²⁰¹ Malmö ligger enligt Anders Rubin mitt i den regionala "smeten" och regionen har enligt honom ca 900 000 invånare.²⁰² Mats Olsson knyter denna siffra till vikten av att göra Malmö till något regionalt attraktivt.²⁰³

¹⁹⁷ Intervju med Olsson, 2005-12-02

¹⁹⁸ Intervju med Reepalu, 2005-12-21

¹⁹⁹ Ibid.

²⁰⁰ Intervju med Bergman, 2006-01-22

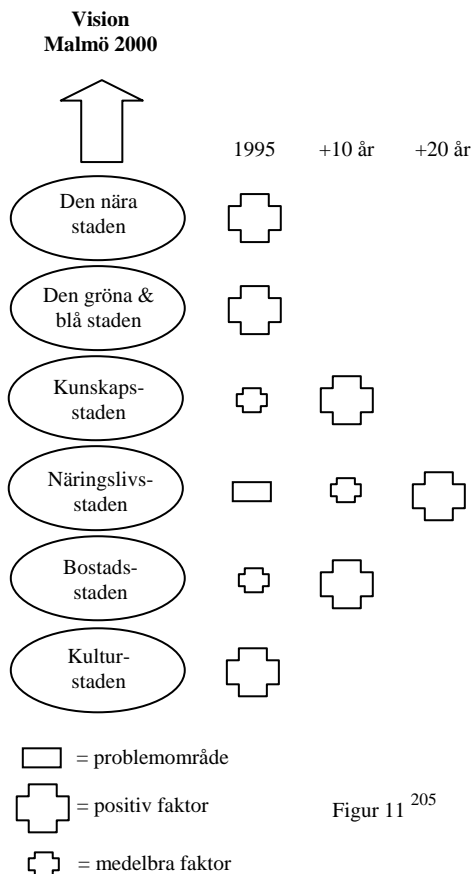
²⁰¹ Intervju med Olsson, 2005-12-02

²⁰² Intervju med Rubin, 2005-12-21

²⁰³ Intervju med Olsson, 2005-12-02

Regionförstoring ligger i linje med Jan Edlings Agenda för Sverige. Han anser att desto fler kommuner som är sammankopplade med varandra i ett lokalt arbetsmarknadsområde, desto fler olika slags arbete finns det att välja mellan. Edling hävdar att kompetensförsörjning och infrastruktur är centrala delar för att försörja regionen med den arbetskraft den behöver. Han ser det som viktigt att regionens invånare kan färdas mellan bostad och arbete eller utbildning. Att regionen har en attraktiv miljö ses som en vital del för att de bästa forskarna, specialisterna osv. skall etablera sig.²⁰⁴

6.2.2 Visionsarbetet



Figur 11²⁰⁵

Idén med att göra något bra med kunskapen och bostäderna har enligt Olsson idag gett effekt. De största effekterna kommer att kunna ses om ett antal år men visionsarbetet med att angripa bostadsstaden och kunskapsstaden för att skapa förutsättningar för näringslivsstaden har redan gett resultat.²⁰⁶ Christer Larsson, Malmö stadsbyggnadsdirektör, ser som en vital del av sitt uppdrag att ta vara på det som skapades av vision 2000. Enligt Larsson gäller det att skapa strukturer för att möta nya förhållanden.²⁰⁷ Ilmar Reepalu, beskriver det målmedvetna arbetet med Vision 2000 genom en kortfattad fråga och ett enkelt svar: "Folk ställer sig frågan, var ska jag bo? Här finns de skarpaste hjärnorna, här vill jag bo!" Med andra ord belyser Reepalu vikten av humankapital för att komma tillrätta med den näringslivsmässiga aspekten. Politikern framhåller även satsningar på annat än traditionell infrastruktur. Bredband och IP-telefoni är enligt den före detta arkitekten viktiga delar. Inte minst för att visa att staden inte räds utveckling.²⁰⁸ Det framgångsrika visionsarbetet som Olsson varit delaktig i har dock en baksida. Klyftorna i samhället

har vuxit. Detta var inte en fråga som visionsarbetet tog med i beräkningarna.²⁰⁹

6.2.3 Näringsliv

För att utveckla en regions konkurrenskraft krävs ett väl fungerande samspel mellan näringsliv, akademi och offentlig sektor. Samspelet brukar benämnas Triple Helix²¹⁰. Mats Olsson anser att den ekonomiska tillväxten är kärnan i en stads utveckling och belyser samspelet Triple Helix.

²⁰⁴ Erling, J. (2005), *Agenda Sverige*, Flexicurity

²⁰⁵ Visions2000. Återskapad bild från intervju med Mats Olsson, 2005-12-02

²⁰⁶ Intervju med Olsson, 2005-12-02

²⁰⁷ Intervju med Larsson, 2006-01-19

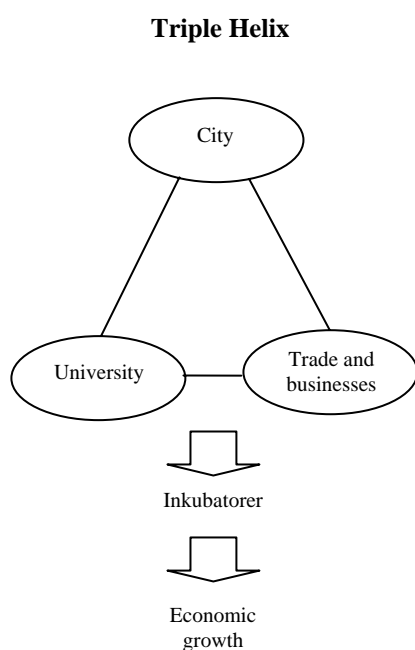
²⁰⁸ Intervju med Reepalu, 2005-12-21

²⁰⁹ Intervju med Olsson, 2005-12-02

²¹⁰ Erling, J. (2005), *Agenda Sverige*, Flexicurity

Visionsarbetet ligger enligt den före detta stadsarkitekten helt i linje med nedanstående modell.²¹¹

Eva Enquist, före detta direktör för Malmö stad Innovation och idag vice rektor för Malmö Högskola, anser att Malmö åtnjutit en mycket positiv utveckling den senaste tioårsperioden. Hon menar att Öresundsbronns tillkomst, upprättandet av Malmö Högskola samt utbyggnaden av Västra hamnen med både attraktiva bostäder och bra lokaler för mer high-tech inriktat företagande har en central roll i utvecklingen. Hon anser även att högskolan påverkar indirekt genom att stärka bilden av Malmö som kunskapsstad. Denna påverkan bidrar enligt Enquist till etablering av kunskapsintensiva organisationer.²¹²



Figur 12²¹³

Enligt Olsson är inkubatorerna en central del av Triple Helix. MINC är en av dessa inkubatorer och syftar till att främja nyföretagande. Det finns ett krav på tillväxt och vistelsen är begränsad till två år. De inkvarterade företagen får under sin vistelse professionell hjälp. En miljö som är speciellt designad för kunskapsöverföring hävdar Olsson. Arkitekten anser även att placeringen mellan högskolan och Västra Hamnen är en intressant aspekt.²¹⁴ Ilmar Reepalu som anser att de två centrala punkterna av visionsarbetet är dels att skapa attraktivitet dels att skapa nya varor, tjänster etc. ser också inkubatorerna som en viktig del. ”Hur förser vi näringslivet med dessa nya hjärnor?”, frågar sig Reepalu och svarar att det måste byggas broar från högskola och forskning till näringslivet.²¹⁵

Som beskrevs under historiken tillkom Malmö Högskola som ett av två strategiska projekt och idag menar Olsson att ytterligare utveckling av Högskolan är nödvändig. Han pratar om vikten av universitetsstatus. Statusen är inte

enbart en symbol utan ett kriterium för mastersutbildningar och för att kunna examinera doktorander. Ett nytt bidrag till högskolan är dess nya centralbyggnad, lokaliserad på Kockums gamla varvsområde. Byggnaden har även funktion som lärarhögskola och bibliotek. Denna byggnad är, enligt Mats Olsson, intressant ur många aspekter, framför allt genom att den skildrar det dynamiska förloppet. En schweizisk arkitekt tog hem spelet om byggnaden och kunde genom sitt bidrag skildra en generellt användbar byggnad, flexibel för olika utbildningar och funktioner och med en stark anknytning till Malmös industri. Olsson anser att 150 år av industriell succé inte skall förnekas, utan snarare förankras.²¹⁶

Malmös näringslivsdirektör, Björn Bergman, anser att det är centralt att skapa incitament för företag att etablera sig i Malmö. Han anser även att det är av yttersta vikt att stimulera det

²¹¹ Intervju med Olsson, 2005-12-01

²¹² Intervju med Enquist, 2005-12-01

²¹³ Triple Helix, Återskapad bild från intervju med Mats Olsson, 2005-12-02

²¹⁴ Intervju med Olsson, 2005-12-02

²¹⁵ Intervju med Reepalu, 2005-12-21

²¹⁶ Intervju med Olsson, 2005-12-02

näringsliv som redan etablerat sig. Direktören betonar infrastrukturens betydelse, stadens attraktivitet och stadens läge vid etablering av företag.²¹⁷

BRIO, som genomgår en stor förändring från att vara ett industriföretag till ett kunskapsföretag/tjänsteföretag flyttar 2006 sitt huvudkontor till Malmö. I en intervju med Thomas Bräutigam, VD på BRIO, pekar han på tre anledningar till flytten: infrastrukturen, kommunikationer samt öppenheten för individen. Med företagets utveckling har fabrikena försvunnit och därmed försvinner Osbys attraktivitet. Osby är inte den rätta platsen för den typ av kompetens som BRIO söker. ”Osby har inte den infrastruktur som krävs för ett tjänstemannaföretag i behov av särskild kompetens. Malmö har bättre förutsättningar för detta.” Bräutigam hävdar även att en viktig styrka för Malmö är dess utveckling av kompetens med hjälp av högskolan. Även behovet av kommunikationsmedel är ett skäl till flytten. Bra kommunikationsmedel är enligt VD:n viktigt för att få den önskade kompetensen. Bräutigam betonar även hur den omslutande miljön påverkar medarbetare och konsumenter. I Malmö och i en stad påverkar trenderna och vad som händer i omvärlden företaget på ett inspirerande sätt. Bräutigam pekar med andra ord på det han kallar för öppenheten för individen.²¹⁸ Andra företag som har flyttat/skall flytta sina huvudkontor till Malmö är Duni, Findus, Thule, Hilding Anders och Teleca.²¹⁹

6.3 Framtid

6.3.1 Citytunneln

Citytunneln är en kommunikationslösning som knyter ihop järnvägen norr om Malmö med bland annat Köpenhamn. Citytunneln gör att järnvägen blir mer tillgänglig för en stor del av Malmö, liksom att Malmö som stad blir tillgängligare för regionen.²²⁰ Johan Emanuelsson, som bland annat varit projektledare för den trafikstrategi som gäller i Malmö idag, menar att Citytunneln kommer ha stor betydelse för att knyta samman bostads- och arbetsmarknad inom Skåne såväl som över Öresund. Malmö kommer att förvandlas från en ändstation till ett centralt nav för hela regionens tågtrafik. Navet knyter samman järnvägslinjerna med kontinenten.²²¹ Anders Rubin påpekar att med förbättrade kommunikationer är det möjligt att bo i stora delar av Skåne och Själland och med mindre än en timmes resa ta sig vart som helst i Öresundsregionen. Kommunalrådet påpekar även kommunikationens roll rörande tillgängligheten för hela Sydsverige. Rubin anser att exempelvis göteborgare skall kunna komma till Malmö och gå på konsert utan besvär.²²²

6.3.2 Hyllieprojektet & Västra Hamnen

När Ilmar Reepalu pratar om framtiden menar han att det allra viktigast just nu är att få kvitto tillbaka på att vi är på rätt väg²²³. Christer Larsson är inne på samma linje och ser inte behov just

²¹⁷ Intervju med Bergman, 2006-01-22

²¹⁸ Intervju med Bräutigam, 2005-12-18

²¹⁹ Intervju med Bergman, 2006-01-22

²²⁰ www.citytunneln.com

²²¹ Intervju med Emanuelsson, 2006-01-10

²²² Intervju med Rubin, 2005-12-21

²²³ Intervju med Reepalu, 2005-12-21

nu av en stor stadsbyggnadsvision utan föredrar en konsolidering av det som redan finns med i stadens utbyggnadsstrategi. Denna utbyggnadsstrategi innebär att Västra hamnen står i fokus närmaste 5-10 åren, samtidigt som Citytunneln utvecklas och när den står klar förskjuts tyngdpunkten till Hyllievångs nya centrum.²²⁴ Larsson betonar Hyllies funktion som en extremt intressant kommunikationsplats. En plats som inte enbart fungerar som en sista länk för oss svenskar, utan även som en första länk för utomstående. Platsens potential förtydligas då diskussioner förs om att flytta dit Malmömässan.²²⁵ Även Anders Rubin ser Hyllie som ett av de stora projekten. Kommunalrådet anser det vara centralt att ladda Hylliestationen maximalt så att det blir *”som ett nav i regionaltrafiken”* Malmöborna skall kunna ta sig till köpcentrum via kommunal trafik. Därmed skapas en viss nischning jämfört med andra köpcentrum där bilen är ett tvång. Rubin framhåller även Hyllies roll som en port till Köpenhamn. Har centralstationen ett behov av att ligga i utvecklingsframkant måste Hylliestationen ligga i kommunikationsframkant.²²⁶

6.3.3 *Sjukbusområdet*

Mats Olsson vill förutom högskolan, Västra Hamnen och Hyllie även lyfta fram det medicinska Malmö. Han ser Skånes potential i att skapa förutsättningar för omfattande forskning. Redan nu sker ett omfattande samarbete med Danmark och Olsson belyser även journalernas tillgänglighet. Att hela regionens invånares journaler ryms på en hårddisk och är tillgänglig leder enligt honom till intressanta villkor för forskare. Olsson berättar även att det är oklara förhållningsregler på hur individer kombinerar att vara läkare på ett sjukhus, forskare samt hur det ekonomiska utfallet tas tillvara av denna forskning. Forskare skall inte behöva söka sig utomlandslands för att ta del av vinsten hävdar Olsson. *”Man skall kunna arbeta där kunskapen finns”*, kommenterar arkitekten och belyser även vikten av att komma tillrätta med de urbana förhållandena. En tråkig atmosfär är en anledning till att kompetens inom denna gren flyr från Malmö.²²⁷

6.3.4 *Upplevelseindustri & framtidsområden*

Hyllie är enligt Rubin ett stort projekt, men han berättar även att de små projekten är centrala för Malmö's framtida utveckling. Kommunalrådet anser att det inte räcker att enbart satsa på hightech företag med hög kompetens. Att se till alla Malmöbor är enligt honom viktigt för den framtida utvecklingen. Politikern framhåller upplevelseindustrin som ett viktigt framtidsprojekt. Att Malmö fick anordna America's cup är enligt Rubin ett tydligt tecken på att denna industri ökar. Upplevelseindustri är även något som framhålls av Ilmar Reepalu under ett reportage i SVT Sydnytt den 7 oktober 2005. Där hävdar Reepalu att denna industri skapat över 2000 arbetstillfällen de senaste åren. Han understryker även betydelsen av den internationella exponering som evenemang som America's cup innebär för Malmö stad.²²⁸

Även handelsindustrin är en av de snabbast växande marknaderna i Malmö konstaterar Rubin och beskriver Malmö's innerstad som ett sammanhängande köpcentrum. Rubin berättar om innerstaden som ett koncept där stort fokus ligger på att skapa en enighet i city. Detta görs tillsammans med fastighetsbolagen. Hyrorna är i ett initialt skede inte marknadsmässiga, utan

²²⁴ Planering i Malmö – Information från Stadsbyggnadskontoret Nr 1 2005, Malmö stad

²²⁵ Intervju med Larsson, 2006-01-19

²²⁶ Intervju med Rubin, 2005-12-21

²²⁷ Intervju med Olsson, 2005-12-02

²²⁸ Inslag i SVT Sydnytt 2005-11-07

omsättningsbaserade, vilket enligt Rubin leder till ett gemensamt intresse för alla att öka omsättning och handeln får en rimlig möjlighet att komma igång med sin verksamhet. Vaghållningen köps upp av kommunen, vilket även det leder till en mer enig stadskärna.²²⁹ Även Christer Larsson belyser ett konstruktivt arbete med stadskärnan som ett sätt att förankra de förändringar som vision 2000 har inneburit.²³⁰ Som avslutning på detta empiriavsnitt hänvisar vi till Appendix IV & V för information om Bruttoregionprodukt samt fullständig intervju med bilder från intervjun med Mats Olsson.

²²⁹ Intervju med Rubin, 2005-12-21

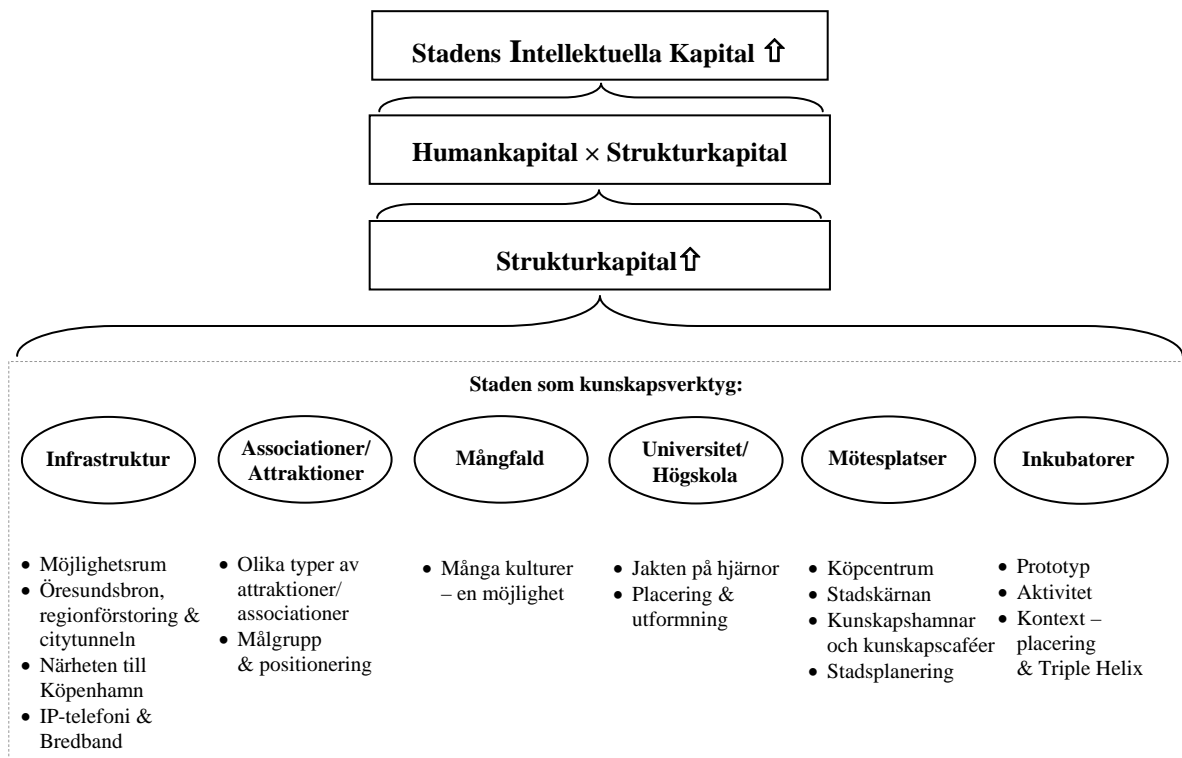
²³⁰ Intervju med Larsson, 2006-01-19

7 Analys

Staden som kunskapsverktyg tar under detta avsnitt en konkret form. Hur staden kan agera samt hur ett agerande påverkar det intellektuella kapitalet diskuteras. Relevanta modeller presenteras som ett resultat av diskussionen.

Syftet med denna uppsats är att utröna om och hur staden kan agera som ett kunskapsverktyg och hur detta påverkar det intellektuella kapitalet. Hur går vi tillväga? Vi ämnar ”frysa” nuläget i Malmö stad och använda detta exempel som ett stöd i diskussionen.

Nedan presenteras en bild som visar hur staden kan agera som ett kunskapsverktyg samt vilken påverkan detta verktyg har på det intellektuella kapitalet. Denna modell har skapats som ett resultat av våra tankebanor inför analysen och kan delvis kopplas till uppsummeringsavsnittet efter teoripresentationen. Därmed väljer vi måla upp figuren i detta skede för att läsaren lättare skall kunna ta åt sig diskussionen. En stad som agerar som ett kunskapsverktyg fokuserar på delar av strukturkapitalet för att multiplicera humankapitalet och därmed skapa ett större intellektuellt kapital. Resonemanget kommer att följa diskussionen genom analysen för att slutligen appliceras i en modell som klargör vikten av samspel och underliggande faktorer. Förnyelse- och utvecklingskapital genomsyrar vår bedömning av hur staden kan agera som ett kunskapsverktyg. Att agera som ett kunskapsverktyg innebär att navigera in i framtiden och det är just det som denna typ av kapital behandlar.



Figur 13. Kunskapsverktygets påverkan

7.1 Infrastruktur

7.1.1 *Möjlighetsrum*

Som start på vår analys av infrastrukturen som ett av stadens kunskapsverktyg vill vi återkoppla till vad Jerker Söderlind säger om analogisering av stadsplanering. Han ser det som ett måste att uppdatera hårdvaran för att ”åtgärda” mjukvaran. Med grund i detta uttalande skapar vi oss en bild av infrastrukturen som åtgärdbar och anpassningsbar. Infrastruktur kan användas för att exempelvis stimulera mjuka värden som enligt Johan Danielsson tar allt större plats. Med andra ord belyser vi operativsystemets drivande kraft gällande kunskap.

Ur ett långsiktigt perspektiv är infrastrukturen intressant. Genom uppdatering, anpassning och effektiviseringar kan transaktionskostnader minskas och med detta skapas bättre förutsättningar för olika typer av näringslivsverksamheter. Just ordet *olika* är av intresse då det är vår, Mats Olssons, Ilmar Reepalus och Anders Rubins uppfattning att det finns ett behov av olika typer av industrier i en stad. För att knyta an till det långsiktiga perspektivet anser vi att förutsättningar för olika typer av arbete i en stad är närande. Detta leder oss tvärt in på en kort diskussion kring vad Amidon & Davis hävdar i sin artikel ”Get in the zone”. De menar att alla är kunskapsarbetare och att detta är en viktig insikt. Även Sverker Sörlin anser att alla arbeten behöver kunskap men att mixen av kunskap och färdigheter är fördelade beroende av arbetsuppgift. Det centrala är som beskrivits - mixen av näringslivet. En väl utformad infrastruktur skapar exempelvis förutsättningar för den allt viktigare upplevelseindustrin.

7.1.2 *Öresundsbron, regionförstoring och citytunneln*

En intressant tanke rörande Öresundsbron är den förenande roll denna skapelse innehar. Med en reflektion från historiken sågs Öresund som ett förenande sund då det var dåtidens effektiva transportmedel. Över tid med påverkan från diverse faktorer övergick så småningom sundet till ett hinder som hämmade Skånelandskapens utveckling. Nu hävdar vi, inspirerade av Mats Olsson, att bron återskapar sundets förenande roll. Regionförstoringen, där Öresundsbron skapar möjligheter gör att Malmö, enligt Anders Rubin, har närmare en miljon invånare. Med bakgrund i vad Christer Asplund säger om city branding vill vi också klargöra insikten av att en bro inte löser allt. För att dra nytta av de positiva effekter som skapas av bron på lång sikt ser vi ett kontinuerligt arbete samt uppdateringar av utkommande områden som ett måste för kunskapsutveckling. Citytunneln är, enligt vår bedömning, ett projekt som dels är en förlängning av bron och dels är en slags länk för snabbare interaktion med stadens delar. Det är ett projekt som stämmer överens med vad Asplund hävdar om att city branding inte enbart är ett engångsprojekt utan en fortlöpande process.

7.1.3 *Närheten till Köpenhamn*

Vi ser infrastruktur som ett komplicerat begrepp med allt från makro- till mikroklimat. Det förstnämnda är det vi fördjupar oss i härnäst. Flygplatser är ett typiskt exempel på vad vi anser att man kan kalla infrastruktur i makroklimat och det får en helt ny innebörd med närheten till Köpenhamn. Sturup i all ära, men närheten till Kastrup anser vi kan få stora konsekvenser för Malmös framtida utveckling. Företag som flyttar till Malmö, t.ex. Thomas Bräutigam på BRIO, anser att närheten till Kastrup är en av de mest centrala anledningarna till flytten, vilket vi ser som mycket intressant. Kopplas detta till vad Leif Edvinsson nämner om flygplatser i boken

Knowledge Cities förstärks denna dimension. Edvinsson hämtar fakta från ett antal undersökningar om regional flygplatsaktivitet och regional ekonomisk tillväxt och skriver att en procents ökning av flygplatsaktivitet i genomsnitt ökar den regionala tillväxten med 0,17 procent.

7.1.4 *IP-telefoni och Bredband*

Under en intervju redogjorde kommunstyrelsens ordförande Ilmar Reepalu för att Malmö stad inte enbart fokuserar på infrastruktur med traditionell innebörd, utan att staden även försöker ligga i framkant när det gäller bredbandsutveckling, IP-telefoni och liknande teknologisk utveckling. Med Amidon & Davis beskrivning av Melbournes och Barcelonas ”kunskapsstadsprogram” ser vi klart och tydligt att Malmö ligger i linje med dessa. Att staden agerar som ett verktyg för att göra dessa teknologier tillgängliga för sina medborgare är en förutsättning för att kunskapsdelning ska optimeras på lång sikt. Vilken typ av kunskap som delas, alternativt inte delas, med dessa typer av teknologiska hjälpmedel är en fråga i sig, men vi ser ett klart samband mellan att Malmö stad tillhandahåller teknologi och att en av teknologins funktioner är att skapa förutsättningar för kunskapsdelning. PWC diskuterar att ny teknologi kan användas för att förbättra kommunikationer och flöden av data genom att skära genom traditionella gränser och därmed tillåter ett mer effektivt samarbete. Detta leder till bättre service för medborgarna vilket vi anser stärka infrastrukturens roll i staden som kunskapsverktyg. Intrycket av en bra och påverkbar service stämmer överens med resultatet av en väl genomförd platsmarknadsföring. Kotler et al. presenterar i sin modell planeringsgruppens inverkan på platsens marknadsföringskapacitet. En stad som utnyttjar samarbetets dynamik mellan ledning och medborgare skapar en känsla av påverkan som gynnar stadens långsiktiga intressen.

Ovanstående diskussion med fokus på kunskapsdelning måste dock ställas mot omgivande kontext. Amidon & Davis anser att en stad som adresserar konceptet *knowledge innovation zone* utan att förstå den arkitektur som krävs är otillräckligt förberedda. Detta i kombination med författarnas tankebanor om hur fokus på digitala plattformar, snarare än invånarens inblandning marginaliserar de utomstående och skapar sociala klyftor, ser vi som en del av ett viktigt fokusområde i Malmö, för att komma tillrätta med utanförskapet. Därför anser vi att staden kan använda denna subgrupp till infrastruktur som kunskapsverktyg, men att utvecklingen måste ske i symbios med invånarnas medvetande och inblandning. Det sistnämnda kan länkas till PWC:s tankar om vikten av inblandning i den politiska processen. Det är enligt dessa författare viktigt att städer gör sig mer trovärdiga, ökar transparensen samt engagerar invånare i skapandet av policy och beslut. För att ytterligare styrka detta uttalande hänvisar vi återigen till Amidon & Davis som anser att människans utveckling är beroende på viljan att vara delaktig som medskapare av dess framtid. Med andra ord beror människors utveckling snarare på att *vara* mer än att *ha* mer. Även Florida diskuterar ämnet genom att konstatera att den kreativa klassen inte vill fogas in i en färdig kultur, utan snarare konstruera sin egen identitet.

7.1.5 *I termer av intellektuellt kapital*

Enligt Viedma är process- och organisationskapitalet det som finns kvar i staden då medarbetarna har åkt hem. Infrastruktur och då inte enbart i form av t.ex. vägar stärker processkapitalet. Exempelvis informationsteknik (IT) kan användas som ett hjälpmedel för befolkningen att konversera med myndigheter. Detta finns exemplifierat i appendix II som

beskriver Malaysias och Hong Kongs satsningar. I dessa fall klargörs även att IT är en förutsättning för att high tech bolag skall vistas i staden. Ytterligare exempel på processkapitalets påverkan är cyberlagar som upprätthåller upphovsrätten i cyberspace. En utvecklad infrastruktur har även en påverkan på det sociala kapitalet. Ett exempel är hur en stad genom att användning virtuella informella mötesplatser kan skapa ett engagemang hos medborgarna. Barcelona har utnyttjat just denna typ av infrastruktur för att alterera sitt organisations- och processkapital. Relationskapitalet som enligt Edvinsson och Malone syftar till att både reducera kostnader och skapa värde är applicerbart i sammanhanget då vi anser att en väl utvecklad infrastruktur som tillåter en gedigen interaktion med regionen skapar ett högre relationskapital genom att minska friktionskostnaderna. Transport av kompetens underlättas samtidigt som staden erbjuder ett rikare utbud av variation. Vi understryker vikten av en väl utvecklad infrastruktur för att frigöra relationskapitalets kraft.

7.2 Universitet/Högskola

7.2.1 *Jakten på hjärnor*

Malmö har som ambition att ge Malmö Högskola universitetsstatus. De vill inneha möjligheten att själva kontrollera sina mastersutbildningar och kunna examinera doktorander. Detta tillsammans med ett tvärvetenskapligt fokus på högskolan menar vi är en intressant aspekt för framtida inflyttning till Malmö. Doktoranderna är ett sätt att kapsla in humankapitalet till staden. Varför skulle inte Malmö som stad få behålla den produkt man varit med och utvecklat? Att erhålla universitetsstatus skapar alltså förutsättningar att behålla hjärnor men även förutsättningar ur ett näringslivsperspektiv. Reepalu anser att en viss typ av individer vill bo där de skarpaste hjärnorna finns och Brios VD, Thomas Bräutigam, menar att de flyttar sitt huvudkontor för att ta del av humankapital och kompetens. Kopplas detta till Floridas diskussioner om den kreativa klassen skapas det substans i universitet/högskola som kunskapsverktyg.

Richard Florida hävdar bland annat att det inte enbart handlar om att attrahera den kreativa klassen till staden, utan även om att omvandla denna grupps inneboende kvaliteter till exempelvis idéer som är väsentligt för ekonomisk tillväxt. Rörande detta anser vi att universitetet/högskolan har en viktig roll. Den kreativa klassen söker sig till platser som besitter teknologi, talang och tolerans. Detta ställer krav på högskolan att vara en mötesplats med mångfald och öppenhet för nya idéer. Vi anser högskolan vara en av stadens dörrar mot omvärlden för att fånga upp den kreativa klassen och att dess uppgift är att som en mötesplats främja kunskapsöverföring mellan individer med olika vetenskapliga inriktningar och bakgrunder. Det är viktigt för Malmö Högskola att hålla dessa dörrar öppna. Malmö är en stad med stor mångfald. Med cirka 160 nationaliteter sker ständiga förändringar i humankapitalets sammansättning. Kunskap är, som Mälardalsrådet säger, en färskvara.

Florida menar även att kunskap och information är verktyg och råmaterial för kreativiteten. Rolf Jensen som var direktör för institutet för framtida forskning tar detta resonemang ett steg längre och menar att detta råmaterial i framtiden kommer att vara berättelser, myter och legender från urinvånare. Vi anser att Malmö Högskola måste vårda sin identitet som produkt av övergången

från industrisamhälle till kunskapssamhälle för att stå redo inför framtida utmaningar. Kanske Jensens drömsamhälle?

7.2.2 *Placering och utformning*

På en fråga om stadsutvecklingens faror svarar Jerker Söderlind att högskolans placering är en vital del. Han ser en stor fara i att isolera högskolor till särskilda områden och därmed klumpa ihop det till något homogent. I fråga om optimering av kunskapsutbyte instämmer vi i forskarens tankebanor och anser att Malmö högskola med sin centrala placering kan vara ett intressant bidrag till den framtida utvecklingen. För att ytterligare förstärka högskolans roll som kunskapsverktyg och då i form av placering vill vi knyta an till Söderlinds tes om att den verkliga kunskapen sällan föds i forskningsmiljöer eller högskolor utan snarare runt omkring. Högskolans placering och dess omgivning blir tillsammans ett kunskapsverktyg. Intressant i detta sammanhang är även Malmö stads devis som lyder ”*Mångfald, möten, möjligheter*”. Vi lägger inte alltför stor vikt vid en ”slogan” som denna, men anser att det stämmer i Malmös fall. Malmö skapar med olika åtgärder en mix som kan vara intressant för kunskapsutveckling. Högskolans citynära placering är ett bidrag till denna utveckling. Ytterligare en kommentar till detta är det faktum att högskolans nyligen byggda huvudkontor samt bibliotek är placerat där Kockumskranen en gång stod. Enligt Mats Olsson vore det fel att förneka 150 år av industriell framgång. Detta kommer att diskuteras mer under attraktioner/associationer.

7.2.3 *I termer av intellektuellt kapital*

Enligt Edvinsson genererar kompetens värde genom de anställdas kunskap, färdigheter, talanger och know-how. Edvinsson hävdar även att kunskap behöver någon slags inläring från böcker, lektorer eller mentorer. Att tillhandahålla möjligheten att studera vid ett universitet/högskola är därmed en förutsättning för att utveckla humankapitalet. Det sociala kapitalet som byggs upp när människor interagerar är också intressant i sammanhanget. Enligt PWC:s skrift *Cities of the Future* är ett högt socialt kapital starkt korrelerat med bl.a. positiva erfarenheter från utbildning. Universitet skapar sociala nätverk för skilda individer och bör enligt vår mening lyfta det sociala kapitalet i en stad. Vi tror även att universitet/högskolans utformning lägger grunden för vilken genomslagskraft dessa nätverk får på det omkringliggande samhället. Studenter som nyttjar staden torde skapa ett högre socialt kapital vid ett citynära placerat universitet.

7.3 **Inkubatorer**

7.3.1 *Prototyp*

En översättning av det latinska ordet *prototyp* är ”först i sitt slag” och kopplas detta till begreppet *inkubator* är det intressant. Det är inte just inkubatorn som är först av sitt slag, utan snarare det som görs i den. Enligt vår uppfattning är det som prototypiseras i en inkubator kunskapsutbyte. Det finns andra exempel på prototyper, ej nämnda i teori eller empiri, som exempelvis Silicon Valley som också prototypiserade kunskapsöverföring. I detta fall var det klustret av branschnära företag som kunde mötas och diskutera teknologisk utveckling etc. Poängen är att prototyp är först i sitt slag och det är vad som görs som är det intressanta. Vi kommer i detta avsnitt fokusera

på diskussionen kring inkubatorer där det sker prototypisering, vilket vi anser relevant då den har ett klart framtidsfokus, men notera att det lika gärna kunde ha rört forskningsbyar eller liknande.

7.3.2 *Aktivitet*

En inkubator, exempelvis MINC eller varför inte VentureLab i Lund, är en prototyp som designats för att främja nyföretagande. Mats Olsson förklarar MINC:s roll som en miljö särskilt designad för kunskapsöverföring. Olssons uttalande tillsammans med Ergazakis et al. definition och visualisering av en kunskapsstad laddar inkubatorn med centrala element i stadens utveckling. De grekiska forskarna anser att en kunskapsdelande kultur är ett centralt moment i en kunskapsstad. Sätts detta i kontext till vad Amidon & Davis konstaterar om de nya reglerna för intangibla och intellektuella värden stärker detta vår åsikt. Både lag ett och lag två är av intresse enligt oss. Lag ett beskriver att kunskap multipliceras när den delas och är absolut applicerbar på en inkubator där de inneboende företagen får professionell hjälp. Lag två, som beskriver hur värde skapas när kunskap rör sig från utgångspunkten till den punkt med störst behov eller möjlighet, applicerad på inkubatorer är enligt vårt tycke en mycket viktig del i en stads framtid. Vidare, innebär lag två att en framgångsrik innovation involverar omvandling kunskapsflöden till marknadsföringsbart gods och service. Amidon & Davis presenterar som bekant även Melbournes och Barcelonas initiativ för att skapa och vidhålla en kunskapsstad. Dock anser författarna att de båda försöken saknar diverse delar där vi i detta skede intresserar oss för ett av förslagen. Enligt forskarna finns det ett behov av prototypmekanismer som säkerställer att de bästa koncepten och teorierna utvecklas och praktiseras. Det skapar enligt Amidon & Davis en solid grund för optimal prestation. Huruvida exempelvis MINC skapar en grund för just optimal prestation eller inte är en fråga som måste behandlas djupare, men vi anser att Malmö som stad åtminstone skapar en del av den solida grunden. Även Florida's uttalande om att nyckeln till ekonomisk tillväxt inte endast ligger i förmågan att attrahera den kreativa klassen, utan även i att överföra denna underliggande fördel till kreativ ekonomisk avkastning i form av nya idéer och nya affärer är fullt applicerbar i sammanhanget.

Med ovanstående diskussion rörande kunskap, kunskapsöverföring, ”innovations-materialisering” och grundbyggande i ryggen konstaterar vi staden som kunskapsverktyg kan utnyttja inkubatorns potential. Det är av stor vikt att forska inom detta område då exempelvis MINC gynnar nyföretagande och att denna typ av företagande skapar en bas för framtiden. Vidare vill vi också länka ihop materialiseringen av innovationer med Ilmar Reepalus uttalande om att det måste byggas broar mellan forskning och näringsliv.

7.3.3 *Kontext - placering & Triple Helix*

Efter att konstaterandet att inkubatorn är en viktig del i överförande av kunskap och på så vis ett uttryck av en stad som agerar som ett kunskapsverktyg vill vi nu diskutera vilken påverkan inkubatorns omgivning har. Till att börja med anser vi att placeringen av inkubatorn är viktig för hur pass väl materialiseringen av innovationerna sker. Enligt vår åsikt kan en genomtänkt placering ha påverkan på resultatet. Mats Olsson påpekar att MINCs placering i gränslandet mellan högskolan och Västra Hamnen i Malmö inte är en slump. Erinrar vi oss figuren med Triple Helix samt Mälardalsrådets uttalande om hur kraftfulla kreativa partnerskap kan vara skapar vi ytterligare en dimension till vår ovanstående tankebona.

7.3.4 *I termer av intellektuellt kapital*

Rörande inkubatorer vill vi lyfta fram två delar av strukturkapitalet – relationskapital och socialt kapital. En stad som nyttjar inkubatorer förädlar delar av relationskapitalets potential. Med det kontaktnät och den erfarenhet som de professionella rådgivarna tillhandahåller skapar inkubatorn ett mer dynamiskt relationskapital för stadens ”framtida” företag. Rörande det sociala kapitalet skapar inkubatorn en naturlig mötesplats för individer att ventilera sina idéer m.m. och därmed interagera dem.

7.4 **Attraktioner & Associationer**

7.4.1 *Olika typer av attraktioner/associationer*

Boende är en attraktion/association som kan vara olika karaktär. Allt från banbrytande arkitektur till likformiga radhusområden. Ett exempel på en extrem variant är BO01 med sin nyskapande arkitektur och ekologiska utformning. Från Malmös historik tar vi ett annat exempel, Aq-va-kul, som enligt Mats Olsson, är en attraktion för danska turister. Köpcentrum, konsthallar, stadsteater etc är alla exempel på attraktioner. Det finns ytterligare attraktioner, det är de vi väljer att kalla symboler. Turning Torso är en variant, Guggenheimmuseet i Bilbao en annan. Dessa attraktioner är ofta kontroversiella skapelser som väcker uppmärksamhet.

Ett exempel på hur en attraktion skapar en association och vice versa är hur Öresundsbron är utformad. Anknyter vi till empirin berättar Ilmar Reepalu om visionsarbetet och hur Malmö aktivt arbetat med att skapa associationer av viktiga framtidsområden. Kommunrådet berättar att *miljö* var ett av dessa områden och att bron är designad för järnväg är ett annat. Detta är ett typiskt exempel på länken mellan attraktioner och associationer funktion. En association som miljömedvetenheten bidrog till att det unika projektet, som Öresundsbron, skapades som ett miljövänligt alternativ. Därmed blev associationen en attraktion som sedan kan uppfattas som en association för staden.

7.4.2 *Attraktioner och associationer – målgrupp & positionering*

Vi anser att de olika attraktionerna och associationerna fungerar som objekt för olika målgrupper. Vem vill utövar att objektet skall vara riktat mot? En parallell till definitionen av *city branding* och modellen av *platsmarknadsföring* känns i detta fall självklar. Christer Asplund definierar detta koncept som en plats/förmåga att leverera attraktioner mot målgrupperna. I upplägget kring attraktioner/associationer som ett av stadens kunskapsverktyg instämmer vi med Asplunds tankar kring de olika målgrupperna – residenter, turister och företag/investerare.

Efter ovanstående diskussion vill börja med att fokusera på den första målgruppen, residenterna. Genom att länka denna grupp till Floridas kreativa klass som har diverse olika behov ser vi möjligheten för en stad att agera som ett kunskapsverktyg genom att skapa associationer/attraktioner som tilltalar denna grupp. Den kreativa klassen som enligt stadsplanerare i allmänhet är väldigt åtråvärd skapar då ett av de många incitament för näringsliv att infinna sig på platsen. Detta kan vidare kopplas till Vision2000 i Malmö stad där målet var att locka till sig en viss typ av individer. En central punkt rörande residenter är, enligt Asplund, att de kan delas upp i befintliga och potentiella. Även skapandet av associationer/attraktioner tycker

vi måste vägas in i denna aspekt. Vad vill stadens befintliga invånare bli förknippade med? Ytterligare en intressant frågeställning är hur den kreativa klassen påverkas av vandringen mot drömsamhället? Det som enligt Jensen påverkar konsumenternas köpbeteende och leder till att vi blir allt mindre materialistiska, kan det påverka hur attraktioner/associationer som dock kunskapsverktyg utformas?

Turister, som enligt Asplund är den andra målgruppen, är av intresse då de är väldigt olika. Vilka attraktioner/associationer som fokuseras är, menar vi, helt beroende på den omgivande miljön. En aspekt måste beaktas i samtliga fall är att turisterna kan delas upp i två klasser – affärsturister och ”vanliga” turister. Pondera att staden har ett väsentligt utanförskap men samtidigt förutsättningar för att attrahera ”vanliga” turister. Då är det enligt vår mening centralt att skapa attraktioner/associationer som tilltalar denna målgrupp och därmed sätter fart på exempelvis upplevelseindustrin. I Malmö är fallet mindre extremt men vi vill nämna att både Mats Olsson och Anders Rubin betonar vikten av handels- och upplevelseindustrin. Vad staden då gör är att skapa bättre förutsättningar för möten mellan människor som aldrig annars hade träffats. Det sistnämnda tillsammans med vad Amidon & Davis säger om att alla är kunskapsarbetare skapar en bättre utgångspunkt för ett kunskapsamhälle. Detta som ett av många exempel på hur staden kan agera som ett kunskapsverktyg genom att använda attraktioner/associationer.

Företag/investerare är Asplunds tredje och sista målgrupp. Vad associerar företag/investerare med en intressant lokalisering? Vilka attraktioner som skapar dessa associationer eller visa versa (möjligtvis lite mer långsiktigt) behövs då? Analyserar vi svaren på de intervjuer vi gjort med inflytelserika respondenter i Malmö anser vi att nyckeln har varit att locka till sig ”hjärnor” och skapa potential för framtida humankapital. Även Johan Danielssons tankebanor kring de fyra hörnstenarna – insikt, öppenhet, tillit och mod – har varit en påverkande faktor för Malmös del. Detta då vi instämmer i Danielssons uttalande om att Reepalu innehar ett stort mod som vågar tänka långsiktigt för Malmös räkning. Vi vill med ett praktiskt exempel från Malmös utveckling beskriva processen:

Inflytelserika individer i Malmö stad inser att industrialismens dagar är räknade och att ett nytt fokus är ett måste om framtidens utveckling skall innebära ljusare tider. Efter en slags modifierad SWOT-analys av staden uträns att näringslivet är beroende av boende och utbildning. Därmed angrips dessa områden. I detta exempel kommer i första hand boendet att fokuseras. Staden tar hem spelet om bomässan och BO01 börjar planeras. Mitt i BO01 i Västra Hamnen börjar de första cementblocken lägga grunden till Turning Torso. Efter en tid står så småningom stora delar av BO01 färdigt och även Torson är i sitt slutskede. Vad är det som har hänt? Vi anser att Malmö sänder signaler om att det är en stad i förändring, om att det pågår en massiv inflyttning till staden och att staden ser miljö som en viktig aspekt. Ser man på Turning Torso så är det en byggnad av ett alldeles unikt slag nämligen världens högsta bostadshus. Vi tycker att denna byggnad signalerar förändring, boende och inflyttning. Drar vi oss tillminnes vad som hänt med Bilbao efter uppförandet av Guggenheimmuseet spår vi att Malmö går en intressant framtid tillmötes. En slump eller ett resultat av en lång tids planering har gjort att hundratusentals personer har besökt/besöker BO01. Det skapar alltså en turism, men det centrala är enligt vår mening, syftet. Enligt intrycken av diverse intervjuer och annan efterforskning är vi relativt övertygade om att syftet var att skapa utrymme för den kreativa klassen. Det ser ut att lyckas med tanke på hur det går för Malmö i dagsläget. För att återknyta till planeringsstadiet där SWOT-analysen gjordes vill vi tillägga att det naturligtvis inte går att isolera framgången till

dessa attraktioner/associationer men det är med största sannolikhet en bidragande faktor. Vi belyser återigen att attraktioner/associationer är ett av stadens kunskapsverktyg.

Subjektiviteten av ovanstående resonemang lyser genom varför vi vill notera att detta är ett modifierat drömscenario. Kritik riktas mot Turning Torso och även mot *city branding* som helhet. Jerker Söderlind anser att det finns två typer av attraktioner, en sort som man ser på och en där det kan göras saker. Han riktar bland annat kritik mot att Turning Torso inte är förankrad i omgivningen. Dock ställer vi oss frågande till detta uttalande då byggnaden är en attraktion/association som symboliserar boende/inflyttning till staden. Med dess förlängning i BO01 menar vi att den visst är förankrad. Fundamentet är placerat i en banbrytande stadsdel, både ur ekologisk och arkitekturmässig synvinkel. Ytterligare tankebanor från Söderlind rör att stadsdelen i allmänhet och Turning Torso i synnerhet har blivit en symbol för segregation i staden. Detta problem/möjlighet diskuteras under mångfald.

7.4.3 *I termer av intellektuellt kapital*

Enligt Edvinsson och Malone behöver företag anställda som är kapabla och villiga att använda sina färdigheter och förmågor till fördel för företaget. Därför är attityden central. Vi anser att vi kan bygga vidare på resonemanget och hävda att staden behöver detsamma. Att befolkningen trivs i sin stad och har en hög grad av acceptans, tolerans etc. sänder signaler om individer som bidrar med den rätta inställningen till potentiella investerare. Med andra ord kan associationer/attraktion på sikt hjälpa till att skapa ett starkare socialt kapital. I *Cities of the Future* illustreras organisationskulturen, i kontext av staden, som image och kärnvärden. En positiv och attraktiv image identifieras enligt författarna som en faktor för välstånd. Starka associationer/attraktioner skapar enligt vår mening bättre förutsättningar för ett starkt organisationskapital.

7.5 **Mångfald**

Segregationen i Malmö är enligt Mats Olsson både ett problem och en konsekvens man inte räknade med när visionsarbetet genomfördes. Från vår synvinkel är segregation och mångfald varandras motpoler. Vi tänker inte fokusera segregationens och utanförskapets uppkomst och påverkan utan enbart notera att detta är ett väldigt viktigt framtidsområde. Vi kommer snarare att fokusera hur staden som ett kunskapsverktyg kan skapa dynamik genom mångfald.

7.5.1 *Många kulturer – en möjlighet*

Definitionen för en *knowledge innovation zone* (KIZ) lyder enligt Amidon & Davis att en KIZ är en geografisk region, ekonomisk sektor eller ett samhälle i vilket/vilken kunskapsflödet går från ursprungspunkten till den punkt med högst behov eller möjlighet att öka den ekonomiska prestationen och socio-politiska välfärden. Kopplat till Malmö är frågan, hur har det gått? Vi menar att Malmö har, som en KIZ, lyckats accelerera den ekonomiska prestationen, men inte lyckats öka den socio-politiska välfärden. Detta kan kopplas till Melbournes och Barcelonas program (appendix I) för att skapa och bibehålla en kunskapsstad, som båda innehåller element av öppna, toleranta samhällen med respekt för all kulturell praktik. Då ställer vi oss undrande, är det sistnämnda misslyckandet ett problem eller en möjlighet? Vi ser misslyckandet som ett faktum och skall nu diskutera de långsiktiga möjligheterna.

Högskolan är intressant i sammanhanget. Mats Olsson beskriver Malmö Högskola som han tycker har varit duktiga på att integrera olika nationaliteter. Vi tror att detta är ett måste, både för att i Malmö komma tillrätta med segregation och för att på sikt öka den aggregerade kunskapsnivån. Precis som vi diskuterat under andra ”delverktyg” är en central del av kunskapsstäder en kunskapsdelande kultur. Var bättre att börja om inte i ett av fundamenten för kunskapsutveckling – högskolan. Individer med olika bakgrunder/preferenser kan skapa en dynamik genom interaktion och på så vis ge kunskapsutvecklingen ytterligare en dimension. Vi anser att det som Mats Olsson med flera uttrycker som en avigsida av utvecklingen kanske egentligen inte är det ur ett framtidsperspektiv. På kort sikt har segregationen möjligtvis ökat, men ur ett längre perspektiv ser vi möjlighet till större kunskapsutbyte och med hjälp av högskolan ett mindre segregerat samhälle. I form av magisterstudenter på Lunds Universitet skall vi inte få hybris utan snarare säga att vi är långt ifrån tillräckligt pålästa inom området för att ge en helhetsbild. Vad vi gör är att nämna mångfald och här i form av högskolan som ett av stadens kunskapsverktyg.

För att ytterligare förstärka varför mångfald och segregation i Malmö är en möjlighet och ett problem vill vi knyta an till Florida som hävdar att den kreativa klassen inte är homogen. Författaren hävdar även att mångfald ökar sannolikheten för att en plats attraherar olika typer av kreativa människor. Med andra har platser med mångfald lättare att generera nya kombinationer som underlättar kunskapsflödet. Det med förutsättningar att individerna samverkar. Floridas tankar om att större och mer mångfaldiga kombinationer leder till högre innovationskraft, högteknologiska verksamheter, arbetstillfällen och slutligen ekonomisk tillväxt stärker enligt oss mångfaldens roll i staden som kunskapsverktyg.

Högskolan är ett sätt att på lång sikt utnyttja mångfaldens dynamik. En annan variant som inte på något vis utesluter högskolan är att integrera förorter. Detta grundar vi på samma princip som högskolan, det vill säga att interaktion mellan individer med olika preferenser och bakgrunder kan skapa ytterligare dynamik i kunskapsutbytet. Vi är fullt medvetna om att vi trampar in på ett territorium som är både intressant, komplext och antagligen en av de viktigaste välfärdsfrågorna inom svensk politik – att komma tillrätta med segregation. Som avslutning på diskussionen om mångfald som kunskapsverktyg vill vi konstatera att Malmö i nuläget inte är tillräckligt bra på att använda denna möjlighet.

7.5.2 *I termer av intellektuellt kapital*

Rörande humankapital och mångfald anser vi det vara centralt för en stad att frigöra hela folkets potential. Bland annat Amsterdams borgmästare anser att den största utmaningen i en stad är att utnyttja befolkningens fulla potential rörande kunskap och utbildning. Att bygga vidare på integrationsfrågor bör därför fokuseras av staden. Det sociala kapitalet syftar till att skapa en effektiv kunskapsdelning och därmed finns behov av tolerans. Även förtroende och ärlighet är det sociala kapitalets byggstenar. Om staden agerar som ett kunskapsverktyg och använder mångfaldens dynamik och kunskapsdelningens möjligheter ser vi ett starkare socialt kapital som resultatet. Mötesplatsernas roll understryks och diskuteras nedan.

7.6 Mötesplatser

Innan vi börjar diskutera det väldigt komplicerade begreppet mötesplatser vill vi anamma vad Amidon & Davis säger om de nya reglerna för immateriella och intellektuella värden. Vi kommer att fokusera på lag ett som lyder - kunskap multipliceras när den delas och är en gränslös och expanderbar källa till ekonomisk välfärd. Den första lagen ger en positiv och intressant framtidsblick. Stämmer den så är detta område, med mötesplatsen som uttryck för staden som kunskapsverktyg, essentiell för stadens utveckling. Vi vill notera att vi i detta avsnitt gör ett urval av mötesplatser som vi menar är viktiga och intressanta. Det skall sägas att det finns fler och att en hel magisteruppsats kan skrivas inom detta område.

7.6.1 *Köpcentrum*

Köpcentrum är de facto dagens viktigaste mötesplatser. Detta konstaterar Jerker Söderlind. Om vi skapar en länk mellan detta uttalande och att dagens köpbeteende skiftar intäktsmönster till en större andel upplevelseorienterade intäkter, ser vi en relativt klar koppling till Rolf Jensens teorier om det framtida samhället. Jensen anser att vi idag rör oss från det materialistiska mot alltmer emotionella värden. Hur berör detta mötesplatsen som stadens kunskapsverktyg? Detta en viktig fråga som delvis besvaras med hur köpcentrat är utformat och var det är placerat. För att klargöra det förstnämnda, hur ett köpcenter är utformat, knyter vi an till hur mötesgenererande former skapar mer interaktion mellan besökare. Även spännvidden mellan stora och små butiker är en viktig fråga. Dessa uttalanden är hämtade från intervju med Söderlind och vi kan inte annat än hålla med om att det är centrala frågor där det bör studeras hur möten sker. Det sistnämnda, var ett köpcentrum är placerat, öppnar ett stort forskningsområde av vilket vi enbart kommer att beröra ytan. Vi anser att dagens skift mot mer emotionella värden kan ha påverkan på var vi väljer att besöka köpcentrum. Är vi som konsumenter känsliga och kanske en aning kräsna ser vi det som ett viktigt område att studera för att i det långa loppet generera så många mötesplatser som möjligt. Med andra ord ser vi köpcentrat som kunskapsverktyg i staden som ett viktigt, men relativt utforskat område.

7.6.2 *Stadskärnan*

Anders Rubin beskriver hur man i Malmö skapat ett gemensamt intresse för att öka omsättningen i centrum. Detta pratade även Jerker Söderlind om som på en fråga kallade det en slags operativsystemsinnovation, det vill säga att lagar, regler etc. tänjdes för att uppdatera mjukvaran, som enligt Söderlind är ett fenomen som härstammar från köpcentrum. Vi finner det mycket intresseväckande att Malmös stadskärna "är" ett köpcentrum och att köpcentrum enligt Söderlind är dagens viktigaste mötesplatser. Med andra ord hävdar vi att stadskärnan som en underrubrik till mötesplatser är ett kunskapsverktyg för staden. En fråga som intresserar oss är om stadskärnan är en plats som skapar bättre förutsättningar för emotionella värden än t ex Svågertorp?

Malmös stadskärna måste dock sättas i kontext till det faktum att den är placerad vid, som Söderlind uttrycker det, utkanten av stan. Söderlinds tankebanor kring stadskärnans behov av en mix mellan elefanter och kanariefåglar, dvs. mixen av det rationella och det unika, är ytterligare en aspekt som bör tas med i beräkningarna när stadskärnan bearbetas av staden. Hur berörs emotionella värden av att alla små butiker försvinner ur ett centrum?

7.6.3 *Kunskapshamnar & Kunskapscaféer*

I inledningen till mötesplatserna som en del av staden som kunskapsverktyg tog vi ställning till områdets komplexitet. Larsson konstaterar att det långsiktigt bärkraftiga är vardagliga mötesplatser. Vi vill nu belysa hur kunskapscaféer kan hjälpa staden att agera som ett kunskapsverktyg. Värdet av en kunskapshamn uppstår enligt Edvinsson genom interaktionen mellan kunskapsflöden och kunskapsarenor; exempelvis kunskapscaféer. Därmed uppstår kunskapshamnen som ett mötesrum för hjärnor. Professorn anser även att kunskapshamnar är baserade på strukturkapitalet i staden, exempelvis arkitekturen och designen på kunskapsarenor. Det finns alltså möjligheter för staden att skapa attraktiva arenor som skapar förutsättningar för möten. Det intressanta med dessa möten är att de inte behöver vara spontana. Vi anser att studier kring hur kunskap utvecklas har skapat ramar för hur städer kan skapa förutsättningar för kunskapsdelning. Ett strategiskt placerat kunskapscafé skulle mycket väl kunna generera långsiktiga effekter för staden. Detta korrelerar med Johan Danielsson uttalande om att de mjuka värdena tar allt större plats. Ovanstående diskussion anser vi vara ett väldigt viktigt framtidsområde för städer. I vilka miljöer sker den ”bästa” kunskapsdelningen? Vilka sammansättningar av individer genererar mest kunskap?

7.6.4 *Stadsplanering*

Sverker Sörlin anser att mötesplatser är något väldigt komplext och svårt. Eftertraktade mötesplatser skapas av en stor del spontana inslag. Hur en stadsplanerare agerar för att konstruktivt skapa mötesplatser är enligt Sörlin svårt att svara på. Vad han dock anser vara viktigt är att inte vara destruktiv. Hur kan destruktivitet kopplas till mötesplatser? Christer Larsson belyser även han spontaniteten rörande mötesplatser. Både Larsson och Söderlind ser ett behov av att studera människors flöden i staden. Larsson berättar även att institutioner kan placeras strategiskt för att skapa korsade flöden. Därmed skapas förutsättningar för fler spontana möten. Aspekten med högskolans placering bör nämnas i detta sammanhang. En strategiskt placerad högskola kan enligt oss skapa ett flöde av kunskapsintensiva individer i staden som enligt Amidon & Davies första lag kan skapa en multiplikationseffekt på kunskapen.

6.6.5 *I termer av intellektuellt kapital*

Relationskapital har enligt Edvinsson och Malone en grad av självförnyelse som inte organisationen har. Vi menar att staden som kunskapsverktyg kan använda mötesplatser för att stärka relationskapitalet för stadens resider. Stadens medborgare, dvs. existerande resider, är en central del av stadens humankapital och en tanke är att resider som stannar i staden en längre tid skapar ett starkare relationskapital. Med andra ord förbereds staden för omvärldens accelererande förändringstakt. Därmed interageras relationskapitalet och förnyelse- och utvecklingskapitalet och möter stadens framtid.

Naturligtvis är mötesplatser integrerat med det sociala kapitalet i en stad. Mötesplatsernas nyttjande för att agera som ett kunskapsverktyg korrelerar med de formella och informella mötesplatsernas inflytande på det sociala kapitalet. Vi betonar vikten av forskning kring vad som genererar de mest kraftfulla mötena. Det står dock klart att staden bör tillhandahålla en variation av mötesplatser och att det är viktigt att engagera medborgare så att de känner ansvarskänsla för stadens utveckling. Detta kan uppnås genom investeringar i det sociala kapitalet. Agerar staden

som ett kunskapsverktyg och använder mötesplatser i det syftet anser vi att de skapar ett starkare socialt kapital.

7.7 Underliggande faktorer och samspel

7.7.1 *Underliggande faktorer*

7.7.1.1 *Sociala entreprenörer*

Vi vill även diskutera den sociala entreprenörens betydelse i sammanhanget. En stads ”uppsättning” av sociala entreprenörer är enligt oss avgörande för hur genomslagskraftig staden är som kunskapsverktyg. Hur kan det vara så? Ser vi ur ett företagsekonomiskt perspektiv är en innovatör den som kommer på en affärsidé och en entreprenör den som omsätter idén till verklighet och tjänar pengar på den. Kopplingen mellan entreprenören och innovatören är hårfin men det finns en skillnad. Samma sak gäller en social innovatör och en social entreprenör. Låt oss ta ett exempel där Amidon & Davis är innovatörer och Reepalu entreprenören. Varför är den sistnämnda i detta fall entreprenör? Jo, för att Reepalu har som målsättning att öka välfärden i samhället och identifierar Amidon & Davis innovation som ett medel för att materialisera denna målsättning. Vi vill tillägga att det naturligtvis är otroligt mycket mer komplicerat än så här men att konceptet är det centrala. En social entreprenör är därmed en förutsättning för att staden ska kunna agera som ett kunskapsverktyg. Ovanstående diskussion stärks av Radovanovic et al arbete för PWC. Det är enligt författarna av yttersta vikt att ett starkt ledarskap finns tillgängligt i staden. De olika kapitalbaserna som beskrivs är samtliga länkade till varandra och ledarens roll är att skapa enighet. Hur denna entreprenör skall vara som person, vilken kontext han/hon skall röra sig, vilken bakgrund som är mest vettig osv. är en fråga i sig som kan vara av intresse att forska kring. Vi anser även att Danielssons uttalande om de fyra hörnstenarna är applicerbara i detta sammanhang. Insikt, tillit, öppenhet och mod är samtliga delar av ledarskapets roll. En ledare i en stad måste skapa ramar för att dessa hörnstenar skall kunna utnyttjas. Vilken politisk ställning skall en politiker ta för att signalera mod? Varför är mod viktigt? Vi konstaterar att mod är en faktor som genererar framtidstro och en bas för förändring. Förändring som enligt insatta personer är den sociala entreprenörens resultat.

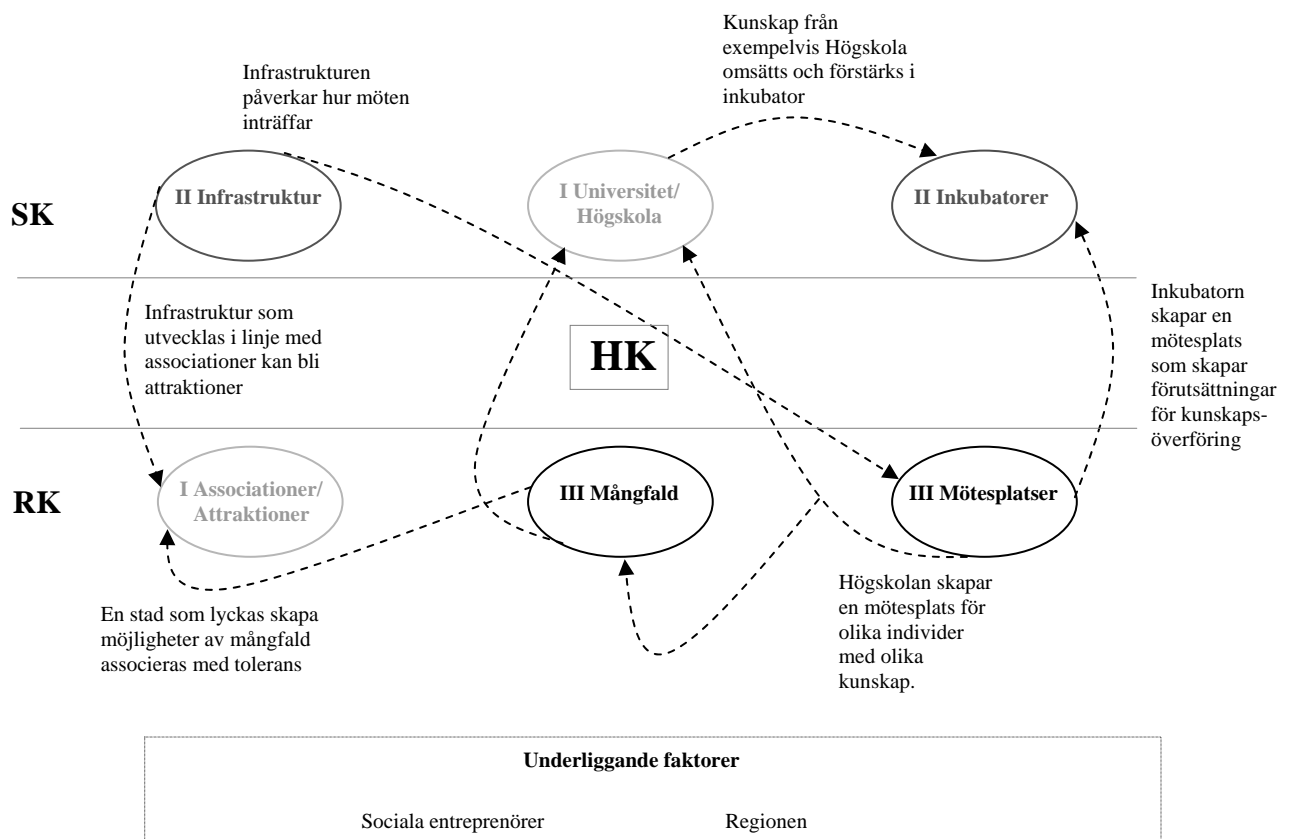
7.7.1.2 *Regionen*

Staden är en del av dess omgivande kontext. Utan en intressant region anser vi att humankapitalet får mindre incitament att vistas i staden. Till vilken nytta är exempelvis en väl utvecklad infrastruktur om regionen inte kan nyttja den. Kopplat till Anderssons k-regioner kan detta resonemang vändas och sägas att en region med framtidspotential kräver en utvecklad infrastruktur. Förr var framgångsrika städer placerade strategiskt för att minska transaktionskostnader. Nu anser vi att en stad bör vara utformad för att minska friktionskostnader, dvs. minska kostnaderna för relationskapitalet. Malmös placering i den dynamiska Öresundsregionen är definitivt en faktor som avgjort dess framgång. Sammanfattat anser vi att en region med goda framtidsutsikter optimerar en stads förmåga att agera som ett kunskapsverktyg och att strukturkapitalets makt över humankapitalet förstärks.

7.7.2 Samspel

Som läsaren säkert har upptäckt finns det kopplingar, upprepningar och dylikt under diskussionen om hur staden kan agera som ett kunskapsverktyg. I ett försök att koppla de olika uttrycken av staden som kunskapsverktyg till varandra presenterar vi nedanstående bild. Återigen länkar vi tankarna om staden som ett kunskapsverktyg till Hundertwassers idé med tre lager och tänker oss staden som det fjärde lagret. Utformat för stadens enighet – invånarna. Vad menar vi med detta? De delarna integrerar och agerar i symbios med varandra och vi anser att en stad som vill vara ett kunskapsverktyg måste förstå detta samspel för att optimera kunskapssamhällets potential.

Med nedanstående figur/modell hoppas vi att det klargörs att det är själva staden som är kunskapsverktyget och att de olika delarna skapar helheten. SK, RK och HK är alla delar av det intellektuella kapitalet och har naturligtvis en given plats i samspelet. Det bör även noteras att figuren enbart visar *ett* exempel på hur staden agerar som ett kunskapsverktyg.



Figur 14. Schema för interaktion

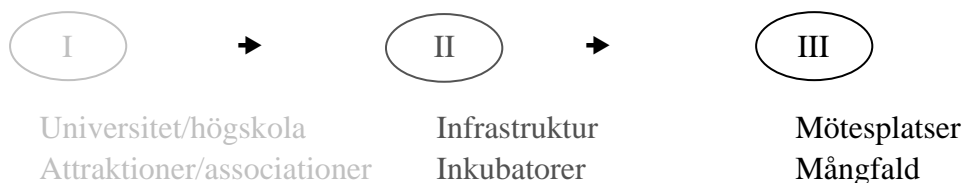
Humankapitalet placeras strategiskt i mitten av modellen då staden som kunskapsverktyg på sikt agerar för att multiplicera denna typ av kapital. Strukturkapitalet karakteriseras som hårdvara i figurens övre del. Relationskapitalet och socialt kapital rör mjuka värden och får sin genomslagskraft genom de undra delarna av modellen.

Hur kan ett förlopp se ut? Malmö använde sig av universitet/högskola samt attraktioner/associationer för att sätta igång sin förändringsprocess. Målet var att skapa ett

fungerande näringsliv. Vad Malmö har gjort är att de först skapar förutsättningar för de residerter som de ser som drivande för dess utveckling. Sedan applicerar de olika infrastrukturiella förändringar. Efter det utvecklas inkubatorer. Vad händer? Malmö tar steget ur startgrupparna och skapar förutsättningar för en effektiv kunskapsdelning. De angriper problematiken från två vinklar – den materiella (universitet/högskola, BO01 etc.) och den emotionella (miljöassociation, inflyttningsassociation, teknikassociation etc.). Nu beskrivs av Christer Larsson att staden arbetar aktivt med att skapa mötesplatser, både formella och informella. Med andra ord är mötesplatser något som åtgärdas när det andra är klart. Även mångfald är av denna karaktär. Mångfaldens dynamik kan enligt oss enbart utnyttjas om ”hårdvaran” finns tillgänglig. Uttryckt annorlunda anser vi att relationskapitalets kraft frigörs när de andra delarna av strukturkapitalet tillåter det.

Går det att göra på något annat sätt? Pondera följande exempel: En stad har stora problem med ekonomin och har insett att industrialismens dagar är räknade. Den vill röra sig mot en mer kunskapsbaserad utveckling och väljer att fokusera på inkubatorer och mötesplatser i staden. Målet är att skapa ett dynamiskt näringsliv. Ett antal inkubatorer byggs och flöden skapas så att fler möten sker. Vad händer? Fler nya mindre företag tillkommer och staden skapar ett antal nya arbetstillfällen. Dock blev förändringsprocessen inte fullt så omfattande som de styrande ville. Det har hänt för lite. Ett område i staden blomstrar med nya företag och en liten grupp kreativa människor har lyckats. Efter ett tag flyr de staden och bosätter sig i grannstaden där den senaste teknologin och bättre infrastruktur finns. Med andra ord anser vi att denna stad har försökt satsa på relationskapitalet utan att inneha förutsättningarna för att göra det. Den kreativa klassen fanns i staden men inte i tillräcklig omfattning och det fanns därmed inga incitament för den kreativa delen av befolkningen att stanna. Det sociala kapitalet som byggdes upp rotades med andra ord inte i staden. Nej, vi anser att de övre delarna av ovanstående figur: infrastruktur; högskola/universitet; och inkubatorer är hårdvara som är ett måste för att uppdatera mjukvaran – mångfald och mötesplatser. Attraktioner/associationer är ett mellanting som bör användas i ett startskede och kontinuerligt uppdateras för att navigera staden in i framtiden.

Med andra ord är vårt förslag på hur staden kan agera som ett kunskapsverktyg följande:



Figur 15. Förslaget förlopp

Gråskalan beskriver hur staden utnyttjar sin potential som kunskapsverktyg. När mångfald och mötesplatser utnyttjas anser vi att en stad börjar optimera sin potential. Malmö har lyckats manövrera sig ur en komplicerad situation men får inte luta sig tillbaka. Ett starkt relationskapital hjälper en stad att vara föränderlig mot den accelererande kontexten, men staden bör utnyttjas och ständigt uppdateras och förnyas för att resa sig ovanför konkurrensen och vinna i det långa loppet.

8 Slutdiskussion

I detta avsnitt vill vi sammanställa vad vi har kommit fram till. Vad har vi lärt oss? Vad har vi sett för trender? Vad tror vi kommer hända?

8.1 Vad har vi lärt oss, vad har vi sett för trender?

Syftet med uppsatsen är som bekant att undersöka om och hur staden kan agera som ett kunskapsverktyg samt vilken påverkan detta får på det intellektuella kapitalet. Vår slutsats är att staden kan agera som ett kunskapsverktyg genom att utnyttja infrastruktur, universitet/högskola, inkubatorer, attraktioner/associationer, mångfald och mötesplatser. Det finns ingen universell plan för hur detta skall gå till men vi anser att somliga av dessa ”resurser” grundar för de andra. Infrastruktur, universitet/högskola samt inkubatorer utgör hårdvara som skapar förutsättningar för mångfald och mötesplatser, dvs. mjukvaran. Associationer/attraktioner agerar som ett slags mellanting som bör fokuseras som en slags strategisk mall i inledningsfasen och sedan uppdateras kontinuerligt. Rörande hur det intellektuella kapitalet påverkas anser vi att en stad som nyttjar dessa möjligheter skapar en multiplikatoreffekt på humankapitalet genom ett utvecklat strukturkapital. Organisationskapitalet, processkapitalet, förnyelse- & utvecklingskapitalet, relationskapitalet och det sociala kapitalet skapar samtliga delar av multiplikationseffektens allt högre kvot. Relationskapitalet och det sociala kapitalet understryks. Det sociala kapitalet med dess nätverk och långvariga effekt är integrerat med relationskapitalet som har en grad av självförnyelse i sig. En stad som lyckas skapa förutsättningar för dessa typer av kapital frigör den verkliga potentialen i humankapitalet. Mindre incitament skapas för residenterna att söka lyckan på andra platser. Staden blir därmed varaktig.

Under problemdiskussionen ställde vi oss ett antal frågor för att dels poängtera vikten av ämnet och dels skapa intresse för läsaren. Nu, efter analysen känner vi oss manade att svara på dem.

Vilken roll har den sociala entreprenören och hur skall existerande och potentiella residerter involveras i stadens utveckling? Entreprenören utgör enligt oss en grundläggande och underliggande faktor för att en stad skall kunna utvecklas och agera som ett kunskapsverktyg. Den sociala entreprenörens resultat – förändring – är en grundtanke som måste finnas i staden för att åtgärda eventuella problem. En långsiktighet måste med andra ord finnas. Angående hur potentiella och existerande residerter skall involveras anser vi att IT är ett centralt ord. Teknologi och olika typer av forum för att kunna utnyttja teknologin är ett effektivt sätt att kommunicera med stadens befolkning. En demokratisk stad där invånarna själva bestämmer vad som händer är grunden i detta tänk. Demokratin får en förstärkt effekt då residerter kan dela kunskap. Ytterligare en fråga lades ut – om staden kan vara individens fjärde lager? Vi anser att ovanstående diskussion svarar på detta. Genom en stark interaktion med stadens invånare och potentiella invånare utvecklas staden så som majoriteten av invånarna vill att den skall utvecklas. Med en slags målgruppsorienterad befolkning i staden (den kreativa klassen) och den

kunskapsdelande kultur som infinner sig anser vi definitivt att staden kan vara individens fjärde lager.

Har dagens kunskapsfokus bidragit till att produktindustri har övergått till kompetensindustri? Vilken roll har staden respektive regionen för att följa denna trend? Med vårt fokus på intellektuellt kapital står det klart att mjuka värden får en allt större roll i dagens ekonomi. Marknadsvärden på börsnoterade bolag är betydligt högre än det bokförda värdet. Vi anser att kompetensen hos individen blir viktigare och viktigare. Då inte bara i form av humankapital utan även av att strukturkapitalets roll fokuseras. För att skapa en oimiterbar konkurrensfördel krävs det oftast mer än produkten i sig. Det krävs kompetens. Vi anser att de kunskapsintensiva företagen som ofta praktiserar olika typer av tjänstebaserade lösningar kommer att få en viktigare roll. Ett exempel är IBM som med sitt strategiska skift i början av 2000-talet har skapat en konsultgren där bolagets storlek och inneboende kompetens är styrkan. Numera härstammar ca 60 procent av bolagets intäkter från dessa tjänster. Kunskapen har alltså fått ett stort spelrum i IBM. Varför är produkt eller kompetensindustri viktigt för staden? En stad som vill vara med och konkurrera om framtidens investerar måste se trenderna på ett generellt plan. Om företag rör sig från råvaror till ren kunskap måste naturligtvis staden följa detta och erbjuda det som företagen åtrår. En stad som agerar som ett kunskapsverktyg följer definitivt denna linje. Rörande regionen har en stad som är placerad i en dynamisk region större förutsättningar för att skapa interaktion och kunskapsdelning.

8.2 Vad tror vi kommer att hända?

Industrisamhället rör sig mot kunskapsamhället. Eller kanske Jensens Drömsamhälle? I båda dessa fall finns det ett klart fokus på att ge makten tillbaka till individen. För att citera Leif Edvinsson anser vi att individen bör utnyttja humankapitalets kraft och fråga sig i vilka kontexter denna frigör sin egen potential? En klar parallell till detta är Malmö stad där utvecklingen har inneburit att företag söker sig till de platser där den största potentialen finns. Vi anser alltså att städer kommer att inse vikten av långsiktighet och trender.

Den kreativa klassen är inte homogen. Detta tror vi är en väldigt viktig insikt. En stad som på sikt vill lyckas måste erbjuda ett rikt utbud av det som målgrupperna vill ha. Mälardalsrådets fyra hörnstenar – insikt, tillit, öppenhet och mod – tror vi är ett framgångsrecept. Hur detta skall te sig rent praktiskt bör undersökas mer men vi anser att mångfald är ett stort steg framåt. Företaget Bottom Line's synsätt – att en glad arbetskraft skapar en bättre grund – är fullt applicerbar på staden. Mångfaldens dynamik kan börja utnyttjas när grunderna förstås. Först då anser vi att det sociala kapitalets och relationskapitalets kraft kan släppas fri.

Avslutningsvis vill vi återkoppla till boken Marketing Places. Författarna poängterar att det är högst osannolikt att två platser kan använda samma strategier, resurser och implementeringstaktik. Våra resultat bör ses som en vägledning och inte som ren fakta. I nästa kapitel presenteras viktiga framtidsfrågor.

9 Framtida forskningsfrågor

Nedan föreslås forskningsfrågor som vi anser vara centrala för städer i allmänhet och Malmö i synnerhet:

- Hur skall flöden av människor anordnas så att flest möten sker?
- Vilka egenskaper skall sociala entreprenörer besitta?
- För en kunskapsstad - vilka associationer är de mest kraftfulla?
- Hur kan segregation vändas för att skapa en dynamisk mångfald?
- Hur skall universitet/högskolor vara utformade och placerade för att skapa den mest effektiva kunskapsdelningen?
- Förutom inkubatorer, hur kan universitet/högskolor arbeta för att skapa en starkare koppling till näringslivet?
- Hur kan stadskärnor planeras för att stimulera kunskapsdelande relationer? Hur berörs emotionella värden av att små butiker försvinner ur centrum?
- I vilka miljöer sker den ”bästa” kunskapsdelningen? Vilka sammansättningar av individer genererar mest kunskap?
- Hur kan en stad agera för att stimulera möten? Vilka möten är av störst vikt – spontana eller icke-spontana?
- Hur kan inkubatorer utvecklas för att bli ännu mer kraftfulla?
- Flygplatsaktivitet korrelerar med regional ekonomisk tillväxt. Hur bör flygplatser vara placerade för att gynna regionens långsiktiga tillväxt?
- Hur påverkar gränsöverskridande nätverk stadens intellektuella kapital?

Referenslista

Tryckta källor

- Andersson, Å E, Sylwan, P, (1997), *Framtidens arbete och liv*, Borås: Natur och Kultur
- Andersen, I, (1998), *Den uppenbara verkligheten*, Studentlitteratur, Lund
- Alvesson M., Sköldbberg T, (1994), *Tolkning och reflektioner – vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*, Studentlitteratur, Lund
- Bounfour, A, Edvinsson, L, (2005), *Intellectual capital for communities: nations, regions and cities*, Elsevier Butterworth Heinemann, Amsterdam
- Carillo, F J, (2006), *Knowledge Cities – Approaches, Experiences, and Perspectives*, Elsevier Butterworth Heinemann, USA
- Charles Landry, (2000), *The Creative City*, Earthscan, London
- Edvinsson, L, Malone, M, (2002), *Det intellektuella kapitalet*, Liber Ekonomi, Malmö
- Eriksson, L.T. & Wiederheim-Paul, F, (1997), *Att utreda, forska och rapportera*, Liber ekonomi, Malmö
- Erling, J, (2005), *Agenda Sverige*, Flexicurity
- Florida, R, (2002), *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, Basic Books, New York
- Florida, R, Tinagli, I, (2004), *Europe in the creative age*, Report, Canergie Mellon Software Industry Center, Pittsburg
- Florida, R, (2005), *The Flight of the Creative Class: the new global competition for talent*, Harper Business, New York
- Framtidsstaden, (1997), *Visioner av kunskapsstaden*, Stadsmiljörådet, Stockholm
- Hansson, J, Andersson, P, (1999), *Intellektuellt kapital i teori och praktik*, Humatec, Stockholm
- Holme, I.M, & Solvang B.K, (1997), *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, Studentlitteratur, Lund
- Jacobsen, D I, (2002), *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Studentlitteratur, Lund
- Jensen, R, (1999), *The Dream Society*, McGraw-Hill, London
- Kotler P, Rein I, Haider D.H, (1993), *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*, The Free Press New York
- Lantz, A, (1993), *Intervjumetodik*, Studentlitteratur, Lund
- Lundahl, U, & Skärvad, P, (1992), *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*. Studentlitteratur, Lund
- Planer & Strategier för Västra Hamnen, (2005), Malmö Stadsbyggnadskontor Informationsenheten

Planering i Malmö – Information från Stadsbyggnadskontoret Nr 1 2005, Malmö stad

PricewaterhouseCoopers, (2006), *Cities of the Future: Global competition, local leadership*, available at www.pwc.com/government

Radovanovic, D, (2004), *Intelligence & Lund: what lessons Lund can learn in order to become an intelligent city*, Lund

Roos, J, Roos, G, Dragonetti, N, Edvinsson, L, (1997), *Navigating the new business landscape*, Macmillan Press ltd

Artiklar

Drucker, P, (1999), *Management Challenges for the 21st Century*, Harper-Collins

Ergazakis, K, Metaxiotis, K, Psarras, J, (2004), "Towards knowledge cities: conceptual analysis and success stories", vol 8 no 5, pp 5-15, *Journal of Knowledge Management*

Carrillo, F.J., (2004), Capital cities: a taxonomy of capita accounts for knowledge cities, *Journal of Knowledge Management*, Vol 8, No. 5

DN Debatt, Dagens Nyheter, den 4 januari 2006

"Makten dras till Malmö", Johan Wessman, Sydsvenska dagbladet, 16 oktober 2005

Elektroniska källor

www1.kunsthawien.com

www.bottomline.se

www.citytunneln.com

www.corporatelogitude.com

www.entovation.com

www.intellektuelltkapital.se

www.inthekzone.com

www.kreaprenor.se

www.mah.se

www.malmo.se

www.oresundsinstitutet.org

www.se-alliances.org

www.svensktnaringsliv.se

www.sydsvenskan.se

www.vlm.se

TV: Inslag i Sydnytt den 7 november 2005

Muntliga källor

Christer Asplund , författare och arkitekt, telefonintervju 2006-01-03

Björn Bergman, näringslivsdirektör i Malmö, telefonintervju 2006-01-22

Thomas Bräutigam, VD Brio, telefonintervju 2005-12-18

Johan Danielsson, generalsekreterare för Mälardalsrådet, telefonintervju 2006-01-06

Eva Engquist, vice rektor Malmö Högskola, intervju via mail 2005-12-01

Johan Emanuelsson, Malmö stad, intervju via mail 2006-01-10

Christer Larsson, Stadsbyggnadsdirektör, Malmö stad, telefonintervju 2006-01-19

Mats Olsson, f.d stadsbyggnadsdirektör , Malmö stad, Sjöstorp 2005-12-02

Ilmar Reepalu, Kommunstyrelsens ordförande i Malmö, Malmö 2005-12-21

Anders Rubin, ordförande i stadsbyggnadsnämnden i Malmö, Malmö 2005-12-21

Jerker Söderlind, arkitekt och forskare i samhällsbyggnad vid KTH, telefonintervju
2005-12-28

Sverker Sörlin, vetenskaplig ledare SISTER i Stockholm, telefonintervju 2006-01-12

Appendix I – Barcelona & Melbournes program

Melbourne²³¹

- A state economy with sufficient critical mass to support world competitive specialisation;
- Dependable regulatory institutions;
- Responsive and creative bureaucracies;
- A high quality of life that would attract and retain knowledge workers;
- Research excellence;
- A competitive and collaborative business culture;
- A connective infrastructure;
- Networks of commercial influence;
- Market access and awareness;
- An inclusive, open and tolerant society;
- A collaborative model for implementation.

Barcelona²³²

- Instruments that make knowledge accessible to citizens;
- A network of public libraries;
- Access to new communication technologies for all citizens;
- Cultural facilities and services that have a central education strategy;
- A level of literacy that is in line with the average European level;
- A network of schools connected with artistic instruction;
- Respect of the diversity of cultural practises of its citizens;
- Civiv centers that are open to diversity and that foster face-to-face relations;
- Availability of the tools required for citizens from all territories to express themselves;
- Instruments to make knowledge accessible.

²³¹ www.entovation.com

²³² Ibid.

Appendix II – Hong Kong & Malaysia

Hong Kong Science and Technology Park ²³³

”Att spela en ledande roll i Hong Kongs utveckling mot ett internationellt center för innovation och teknologisk utveckling i fokuserade kluster, samt att vara ett centrum för hög värdeadderig, kunskapsintensiv tillverkning och serviceindustri.”

Så lyder Hong Kong Science Parks vision. I missionen understryks vikten av att tillhandahålla högkvalitativ infrastruktur och supportfaciliteter. Inkubaktionsprogram med full service för teknologiskt nyföretagande betonas. Även fokuseringen på att fostra partnerskap och samarbete mellan industrin och universitet/forskning genom konsultverksamhet, träning och forskningsprogram är centralt i missionen. Hong Kong Science and Technology Park erbjuder ett brett omfång av service för att tillgodose industri i olika faser. Tekniska supportprogram genom inkubering av nya företag, att erbjuda avancerade faciliteter för F&U samt att tillhandahålla mark i tre olika slags industribebyggnader för högteknologisk utveckling.

Inkubering av företag

Tanken med att inkubera företag är att skapa hävstångseffekt mellan industrin och universitetet. Intresse finns för att fostra samarbeten i såväl lokala industrier som i globala nätverk. Att nära forskningen och forma talanger är en byggsten i projektet att skapa tillväxt i det teknologiska klustret. Målet med inkubationsprogrammet är att bidra till tillväxten av BNP, att skapa värdeadderande anställningar, diversifiera Hong Kong's industriella bas, förstärka Hong Kongs position som ett utvecklingscenter komplementärt till det producerande inlandet samt att förstärka Hong Kong's position som ett fönster till världen.

Det teknologiska centret är en förstklassig kontorsbyggnad som är enkel att nå från nära belägna stationen. Det är en byggnad med välutrustade utställnings- och konferensfaciliteter. Hyresgäster och publik kan dra nytta av de fullt utrustade konferensrummen, utställningsområdet och utrustning för att hålla möten, seminarium och övningar. I nuläget skapar centret stöd för inkubationsprogrammet vilket renderar i att vissa platser är upptagna. Andra hyresgäster är från ICT- och elektronikindustrin. Dock skall detta tech center omvandlas till något som kallas innovationscentret för att ytterligare stimulera samarbete. Den förstklassiga byggnaden kommer att agera som multifunktionell och vara en plattform för affärssällskap och designers i syfte att stödja samarbete. Målet med innovationscentret är förutom den naturliga tonen av samarbete att skapa tillgång på efterfrågad industridesign, bygga broar mellan designers och industri samt att förstärka Hong Kongs roll som ett designcentrum i Asien.

Forskning & Utveckling

HKSP är en 22 hektar stor ”state-of-the-art infratructure” som skapar en kunskapsbaserad, campusliknande miljö där högteknologiska företag och talangfulla människor kan konvergera för att generera synergieffekter. Den är designad för att inkvartera företag av olika storlek och i olika

²³³ www.hkstp.org/english/aboutus/about.html

utvecklingsfaser. Detta för att framhålla interaktionen och innovationen på både den lokala och globala nivån.

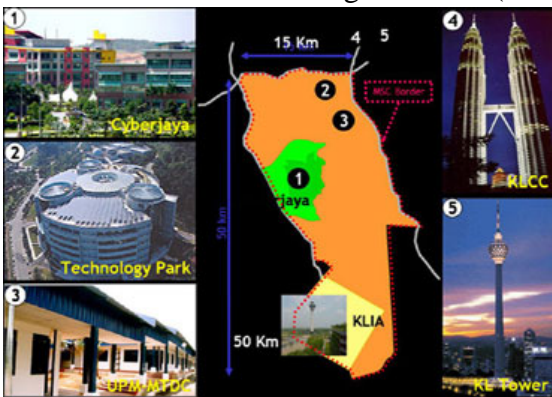
Industriell bebyggelse

Hong Kong Science and Technology Park erbjuder utvecklat land i dess industribebyggelse för en kostnad. Landet är ämnat för både tillverkande och serviceföretag. Företagen kan dra nytta av den nya alternativt förbättrade teknologin och processerna som inte fungerar i stora kommersiella byggnader. På detta vis adresserar HKSTP den underliggande utvecklingen av Hong Kong's ekonomi genom att bredda sin industriella bas och uppgradera den teknologiska nivån. Tio goda anledningar beskrivs för varför HKSTP är ett bra alternativ:

- Landpriser i förhållande till utvecklingskostnader
- Utbud av arbetskraft
- Utmärkta transportlänkar
- Effektiva kommunikationsnätverk
- Välplanerat med full service
- Välplanerad trafik
- Bekvämligheter som bussterminal
- Trivsamt omgivning
- Snabb process från bud av företag till genomförande (6 veckor i genomsnitt)
- Jämställdhet

Malaysia – Multimedia Super Corridor & Cyberjaya²³⁴

Världen rör sig snabbt från en tillverkande ekonomi till en kunskapsekonomi. Det är klart att framtidens konkurrenskraft för länder är beroende av att använda informationsteknologi. The Multimedia Super Corridor (MSC) är Malaysias mest spännande initiativ för den globala informations- och teknologiindustrin (ICT). Sedan konceptualiseringen 1996 har MSC vuxit till



ett dynamiskt ICT-centrum. Mer än 900 multinationella, utlandsägda och malaysiskt ägda företag agerar inom området med fokus på multimedia och kommunikation vilket leder till produkter, lösningar, tjänster, service samt forskning och utveckling. I denna unika korridor fortsätter Malaysia att attrahera ledande ICT-företag. MSC är en ideal tillväxtmiljö för att medelstora ICT-företag skall transformeras till företag i världsklass.

²³⁴ www.setiaharuman.com/cyberjaya

MSC är en area på 15*50 km med Cyberjaya i mitten. Det är med andra ord ungefär lika stort som Singapore. 750 km² anses vara en hanterbar yta för att utveckla IT-industrin innan andra delar av Malaysia skall utvecklas. MSC kommer att erbjuda en fysisk, juridisk och finansiell miljö för IT-företag som skall skapa produkter som kan säljas runt hela världen. Vid sidan av den väl utvecklade infrastrukturen inkluderar även MSC lagar i cyberrymden för att skydda upphovsrätten hos IT-bolagen. För företag som får MSC-status kommer det att finnas uppmuntran i form av upp till tio skattefria år, tullfri import av utrustning samt inga restriktioner mot arbetskraft för utländska arbetare. MSC framgångsfaktorer karaktäriseras som följande:

- Omfattande paket för investerare
- Starkt socioekonomiskt fundament
- Positiv inställning från malaysisk regering
- Accelererad utveckling och träning av humankapital
- Konkurrenskraftiga kostnader för affärer
- Access till de asiatiska marknaderna
- Utspridd kunskap av det engelska språket
- Hög livskvalitet

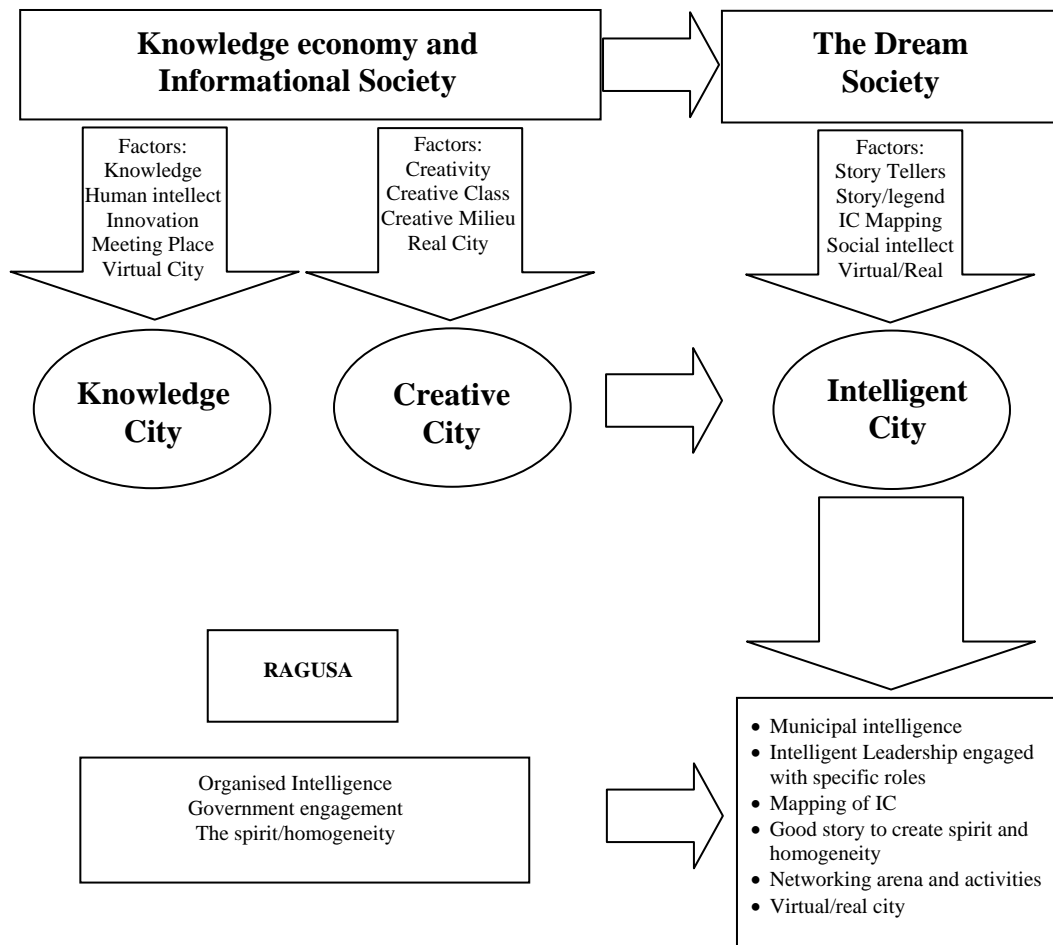
Cyberjaya är beläget i kärnan av MSC och har utvecklats i hög hastighet. Avancerad infrastruktur för IT är byggd, de stora vägarna är byggda och ett expresståg med strategiskt placerade hållplatser finns tillgängligt. Under slutet av 2005 fanns ca 325 olika bolag i Cyberjaya. Företag som NTT och TMNet arbetar i egna byggnader. Andra stora företag som DHL, HSBC, Shell, BMW, EDS, Motorola, Ericsson och Nokia hyr in sig på området. De mindre företag arbetar i kontorsbyggnader. Utomlands finns det liknande projekt som kommer att konkurrera med Cyberjaya. Experter anser dock att Cyberjaya har ett stort försprång till konkurrenterna.

The City Command Center (CCC) agerar som en central hub som övervakar, kontrollerar och utför central service. I grund och botten är alla stadens kontroll- och implementationssystem integrerade i ett centrum. Därför behöver resider inte hanskas med en lång lista av byråkratiska enheter. Med andra ord är CCC hjärnan i staden. För att komma i kontakt med CCC används personlig service, telefonservice, interaktiv television och dator samt mobila dataterminaler. Exempel på dess uppgifter är:

- Avancerad trafikledning
- Integrerad nyttostyrning
- Interaktiv samhällsservice
- Statliga och publika bekvämligheter

Appendix III – Intelligent Cities

Nedan presenteras Dragana Radovanovics modell av intelligenta städer. Informationen är hämtad från magisteruppsatsen *"Intelligence and Lund: What lessons can Lund learn in order to become an intelligent city?"* under handledning av Leif Edvinsson.



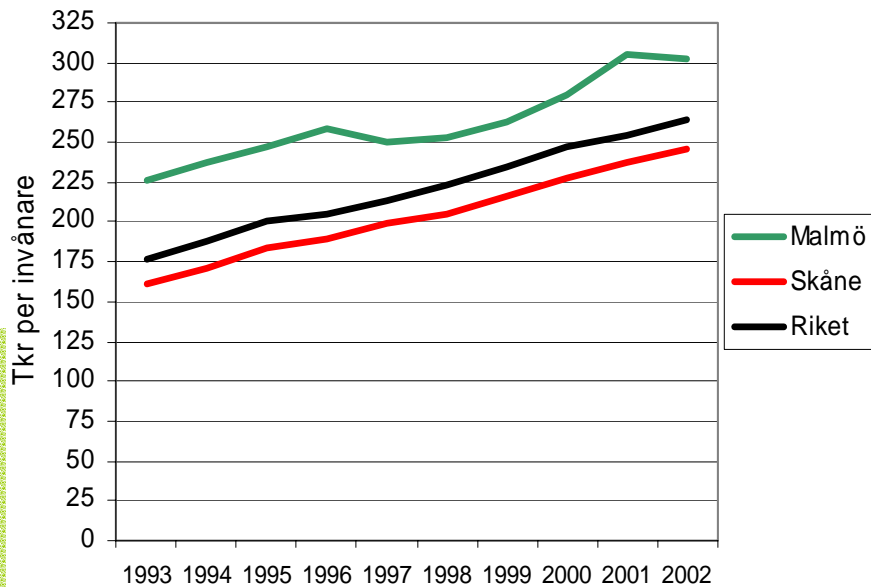
Kontakt och åtkomst: dragana.radovanovic@se.pwc.com alternativt www.pwc.com

Appendix IV - Bruttoregionprodukt



Bruttoregionprodukt 1993-2002

Tkr per invånare



BRP är ett grovt mått på den ekonomiska utvecklingen i en region och är den regionala motsvarigheten till BNP. BRP beskriver det samlade värdet förädlingsvärdet av de varor och tjänster som produceras i regionen.

Källa och kontakt: Internt material, Björn Bergman, näringslivsdirektör, Malmö stad, bjorn.bergman@malmo.se

Tabell 4 Bruttoregionalprodukt, statliga bidrag och lån per invånare 2004¹

	Arbetslöshet och bidrag per invånare	Regionalpolitiska bidrag per invånare	EU-medel per invånare	Generella statsbidrag & utjämnung per invånare	TOTALT per invånare	BRP per invånare	Andel i transferencegar av BNP
Stockholm	11 078	2	4	-3 735	7 340	381 936	1,9
Västsverige	13 006	81	37	5 482	18 606	266 271	7,0
Sydsverige	13 422	81	17	6 745	20 265	258 303	7,8
Småland med öarna	11 793	141	155	8 013	20 102	255 650	7,9
Östra Mellansverige	14 210	71	83	5 094	19 458	241 638	8,1
Norra Mellansverige	15 721	491	463	8 104	24 779	244 679	10,1
Mellersta Norrland	16 289	1 196	682	9 199	27 366	252 950	10,8
Övre Norrland	17 802	1 396	612	10 947	30 757	244 180	12,6
Totalt	13 416	226	144	4 612	18 398	280 337	6,6

Källa: Jan Edling, Agenda Sverige; www.kreaprenor.se/tillvaxt

Appendix V – Fullständig Intervju, Mats Olsson

Sjöstorp, 2 december 2005

Vi ämnar i detta appendix redovisa för intervjun vi hade med Mats Olsson den 2 december 2005. Detta är Mats Olssons tankar och resonemang kring vad som hänt i Malmö. Fokus ligger på Vision 2000 och tankarna innan, under och efter detta projekt. Under presentationen kommer en hel del talspråk att förekomma. Detta då vi vill återge Olssons egna ord.

Inledning:

Jag är arkitekt och har jobbat 20 år inom näringslivet och 10 år i Malmö Stad. I Malmö var jag upptagen med utvecklingsperspektivet på Malmö och var med och utvecklade Vision 2000, var och är t.ex. mycket engagerad i ”inkubationen” och UMAS (området kring sjukhuset). Jag ser ett helhetsperspektiv, allt från välfärdsfrågor, sociala frågor samt företagande och ekonomisk tillväxt i andra änden, men jag har särskilt fokus på näringslivsperspektivet.

Malmös historia på två minuter:

Om vi börjar på 1500-talet så var Malmö bebyggt. Öresundsregionen är inget nytt påhitt. På den tiden var det en mycket effektiv region. Vattnet förenade den danska sidan med svenska sidan och på senare tid förbättrade båtarna detta genom att vara den tidens effektiva kommunikationsmedel för att transportera sig själv och gods. Öresund hade en särskiljande roll som nationell gräns. Skåne var en viktig del för det danska riket.



Vi återgår nu till den effektiva Öresundsregionen med moderna transportmedel och fasta förbindelser. Den mest intressanta förbindelsen är den regionala pendeltågtrafiken, då det är den som integrerar regionen och med detta menas alltså inte fjärrtågtrafiken som går ut i Europa. Det är tidsavstånden inom regionen som är viktiga. Regionen kan delas upp i olika delar som visar dagens tidsavstånd. Den gröna delen i mitten visar hur mycket man fångar upp inom en halv timme från Köpenhamn. I de övriga delarna är man beredd att pendla långt, en timme eller två utan problem. Man är beredd på att kompromissa med pendlingstiden om man vinner andra kvalitéer. Detta visar varför danskarna betalar halva bron. De har tillgång till ett stort område (Malmö) och malmöbor som kommer till Köpenhamn för att konsumera och använder staden som sin regionala huvudstad. Bilden visar också att Malmö har en miljon människor som på kort tid kan inställa sig i Malmö förutsatt att Malmö har något att erbjuda som är regionalt



attraktivt för de på andra sidan. Och det börjar vi ha! Det är ofta ganska triviala saker som Clas Ohlsson och Aqua-kul som utgör attraktioner. Men också BO01, Turning Torso, teatrar, konserter och konsthallen som i och för sig haft stor publik under lång tid då den är mycket dynamisk.



Bilden visar Malmö under sin storhetstid. Under början på 70-talet var Kockums världens största varv, man byggde en supertank i månaden för 350 000 ton. Det var en stor och framgångsrik industri över kulmen av 150 år. Sen skedde stora förändringar i industristrukturen. Först flyttade det till Japan och sen till Korea. Kranen forslades nyligen till Korea. Malmö var en viktig punkt under det svenska folkhemsbygget. Det var en tidigt industrialiserad stad. Ylle- och textilindustri, arbetarrörelser, socialdemokratis vagg, ideologierna fortsatte att utvecklas och det är

mycket som haft sitt ursprung i Malmö, vilket kom att prägla staden under hela 1900-talet.

Detta var det dramatiska slutet på varvseran. Staten pumpade in mycket pengar i varvsnäringen, men det gick inget bra så man lade ner det och tog sig ur den pinsamma situationen genom att koppla in nästa svenska industri – bilindustrin. Göteborg fick ta hand om Uddevalla-varvet och Saab tog över Kockumsområdet. På detta sätt fick två industrier frigöra massa medel utan att behöva skatta för det, mot att det etablerade verksamheter på de här två varven. Man försökte få liv på svensk storindustri, men det fungerade under mycket kort tid. Malmö stad hade det tufft under 80-talet och det blev inte bättre av bank- och finanskrisen under 90-talet. Malmö stad var riktigt illa ute och hade man inte fått omfördelningar i skatteintäkterna så hade Malmö ”konkursat” (1995). Regeringen beslutade om återfördelning av skattepengarna till storstäderna, Göteborg hade samma problem som industristad.

Projektet drar igång

Den politiska ledningen i Malmö sa nu att man var tvungen att jobba med framtidsvisionen i staden för att Malmö skulle hitta riktningar att gå. Då tillträdde jag som stadsbyggnadsdirektör och vi drog igång processen, Vision 2000, som löpte över ungefär två år. Om man ska sammanfatta det snabbt så gjorde vi en sorts förenklad SWOT-analys av Malmös situation.

Vi tittade på tre plus tre faktorer. Den ultimata frågan som ställdes handlar om regionalbilden. Vilka framtidsbilder kunde vi tänka oss av regionen? Det handlar om vilken roll Malmö skulle spela för regionen. Vi hade en liten obehaglig känsla att Malmö skulle bli ett svart hål i regionen och en bakgård till Köpenhamn, så efter många diskussioner isolerade vi följande sex faktorer.

Den första är lite underlig, men vi döpte den till ”den nära staden”, vilket betyder att staden är koncentrerad. Malmö är en annorlunda stad ur ett svenskt perspektiv, med en kvarts miljon invånare på relativt liten yta. De flesta svenska städer ser ut som bläckfiskar. De är uppsplittrade av vatten, skog och natur som tränger sig in i staden. Stockholm, men även andra mindre orter ser ut på detta sätt. Det är viktigt med en koncentrerad stad, en stad som man cyklar igenom på

tjugo - trettio minuter. Det handlar om funktionstäthet, mötesplatser och kunskapsöverföring mellan människor, vilket är oerhört viktigt.

Nästa faktor, den gröna och blåa staden. Malmö var redan då känt som ”parkernas stad”. Många Malmöbor rycker på axlarna åt Ribersborg, men det är helt unikt att det ligger en badstrand av den kvaliteten fem minuter från centrum. Det är något som måste vårdas, det är ett varumärke och en bit av livskvalité. Det är i själva verket så att Malmö har minst antal kvadratmeter park per invånare i Sverige. Det som finns i Malmö är av hög kvalité och det är inte bara massa konstig natur som man inte vet vad man ska göra av. Man har istället tagit bort en ruta och gjort en park upprepade gånger, ungefär så fungerar det.

Nästa faktor är kunskapsstaden som hade stora problem. Visst fanns det kunskap, men det var kunskap som tillhörde 150 åren av industriell succé. Det fanns behov av annan typ av kunskap. Näringslivsstaden var den mest katastrofala faktorn då vi under den perioden förlorade 35 000 till 40 000 arbetstillfällen. Det begick en utflytt från Malmö med ungefär lika många personer. Det var inte samma personer som flyttade, men staden gick på detta sätt ner sig.

Bostadsorten som faktor var också ett problem. Folkhemskulturen hade haft stor påverkan och Rosengård bildades som ikon för detta. Vilde man bo i eget hus fick man göra det i annan kommun än i Malmö, där produktionen av den typen av bostäder var billigare. Segregationen mellan öst och väst fanns i staden. Det fördes en allt för ensidig bostadspolitik.

Kulturstaden var en av de tre positiva faktorerna. Samtidigt som det gick utför för Malmö skedde något som även skedde i många andra europeiska industristäder. Det blev en radikalisering av kulturen. Det gick från ett klassiskt färdigmodulerat finkulturperspektiv med plysch och kristallkronor till ett kulturliv som tog tag i den situation man befann sig i. Första tecknet på detta konsthallen som plötsligt blev uppmärksammad genom att Sune Nordgren var konstnärskchef. Internationellt kända konstnärer kom till Malmö och satte på detta sätt dynamiskt fokus på Malmö.

Det handlade alltså om tre bra och tre mindre bra faktorer. De sämre faktorerna var kunskapsstaden, näringslivet och bostadsorten. Vi hade klart för oss att det inte fanns några enkla grepp när det gällde näringslivet. Det var inte dags att få dit nästa krisindustri. Vi drog slutsatsen att om vi arbetar för att få ny typ av kunskap till staden, får vi producera nya bostadsmiljöer som skulle leda till inflyttning till staden. Kommer det dynamiska människor som bosätter sig och börjar verka i staden, kommer de faktorerna dra igång näringslivet och sysselsättningen.

Vi bestämde att om vi ska fixa två saker så är det ett eget universitet i staden och så ska vi bygga nya bostadsområden för att kandidera till bomässan vid millenniumskiftet. Vi la in ett centrum mitt i staden som senare blivit Universitetsholmen och Västra hamnen, industrivarvsområdet, visade sig bli en ny stad. Dessa skisser skapade en debatt. Inte minst kring högskolans roll jämfört med Lunds Universitet, men det handlade inte om att konkurrera med Lunds klassiska universitet utan att skapa kompletterande utbildningar. Dynamiskt annorlunda, där man kombinerar utbildningsfrågor på ett annorlunda sätt än tidigare och försöker hitta vinklingar på kunskapsbilden, vilket behövs för kunskapssamhällets utveckling. Det var den strategiska tanken med det.

I visionsarbetet producerade vi bilder där vi gjorde vissa påståenden. Det var en engelsk arkitekt som producerade dessa visionsbilder som vi gav ut som några publikationer, där vi påstod att



saker och ting redan skett. Vi gjorde bilderna väldigt stora och satte upp dem i sammanträdeslokaler och korridorer i stadshuset. Vi ville skapa en medvetenhet bland folk, och det lyckades. Efter ett halvår ställdes sig folk upp på möten och pekade på bilderna och prata om dem som om det var bestämt vad som skulle ske. Det skapades en gemensam känsla för att det här var ett möjligt scenario. Det fanns självklart åsikter om att man skulle göra på andra sätt, och idag ser ingenting ut som på bilderna. Men det är processen som är det viktiga. Beskrivningen av de olika bilderna hängde på väggarna och utan att man vet hur det gick till kom folk överens om hur man skulle göra.

Fokus låg på centrum i Malmö och på Västra Hamnen. Det handlade om att flytta centrum till havet. Vi hade bildat två strategiska projekt där BO01 var det ena, och vi tog alltså hem spelet om bomässan. Mässan senarelades till 2001 på grund av marken som köptes upp av den gamla SAAB-fabriken. Och så uppfördes området tillsammans med ca 25 byggherrar. Det har blivit en succé som drar folk till området i ur och skur. Svårigheten när vi började var att vi fortfarande befann oss i bank- och finanskrisen. Det blev produktion i högkostnadssegmentet, för det var det enda man kunde producera och sälja i krisperioden.

BO01 har varit framgångsrikt även på andra plan. Det är den ekologiska aspekten av bygget. Det finns inte något exempel i världen på en stadsdel som är byggd ur ett hållbarhetsperspektiv som har ett så välutvecklat system för dagvattenavrinning, avlopp, sopphantering och har en så ekologisk balans. Det kommer folk från hela världen för att studera detta. Det kommer även folk som är intresserade av stadsplaneringen och arkitekturen på området, så BO01 är världsberömt utom just i Malmö!

Det andra projektet var högskolan som är viktig ur olika perspektiv. Citytunneln som man bygger är ingen tunnelbana i Malmö, utan ett viktigt kopplingsnät till det regionala pendeltågstrafiksystemet. Istället för att åka in och sen ut ur Malmö, åker man igenom och så fångar man ett par viktiga punkter i staden. Sjukhuset är regionens största arbetsplats. Stadens nerv är lokaliserad mellan två punkter, där sjukhuset utgör den ena. Genom att placera den andra punkten på Universitetsholmen skapas en tvåpolig högskola direkt på det kommunala pendelsystemet. Det skapas på detta sätt en intressant interaktion mellan högskolan och staden.



Etableringen av högskolan gick mycket snabbt och högskola etablerad i centrum var hela tiden målet.

Denna gröna låda har det varit mycket bråk om. Det är högskolans nya centralbyggnad, lärarhögskolan och bibliotek. Det är en av de stora byggnaderna inom högskolan. Och byggnaden har en intressant bakgrund. Det är en "multianvändbar myrstack" ritade av en arkitekt från Schweiz som vann tävlingen som utlystes. Han var den enda som kunde se det dynamiska förloppet, både i den

växande högskolan och i ett kunskapssamhälle. De övriga deltagarna hade en ganska klassisk och statisk syn på universitetet med fakulteter i olika byggnader osv. Denna arkitekt tryckte istället på dynamiken, att det skulle vara generellt användbart, flexibelt för olika utbildningar samt skulle knytas samman med Malmöns industri. Man kan inte förneka 150 år historia, det ska istället förankras. Det är det som kan göra Malmö rikt. Malmöns historia handlar om de här 150 åren av industri, det har varit levnadsbasen i Malmö, när man går vidare ska man knyta an till det industriella arvet. Ett exempel är att populära byggnader för framtidsaktiviteter ofta är gamla industribyggnader. Varför? Jo, för att där finns ett historiskt sammanhang. Det är viktigt att vi i Malmö tänker på detta i skala och utformning.

Denna bild visar tätheten av förnyelserna. Det visar högskolans nya byggnad, Turning Torso som ett nytt landmärke för staden. Det är viktigt att påpeka att det är bostäder i Turning Torso för banala kontorshus finns det hur många som helst. Det är Europas högsta bostadshus och den ultimata signalen på att det sker inflyttning till staden. Idag är Kockums gamla huvudkontor bara kunskapsverksamhet. De gamla industrivillorna kommer att bli en mix av högskola och näringsliv när man expanderar vidare i framtiden. Många byggnader utgör huvudkontor i Västra hamnen och där arbetar idag fler personer än vad det någonsin gjorde under varvsepokern.



Även på sjukhusområdet har det hänt saker. Sjukhuset arbetar mycket med vad de kallar det ”medicinska Malmö”. Det är Högskolan, sjukhuset och MEDEON som utgör basen som utvecklas vidare. En medicinsk inkubator. Några områden är unika i Malmö, t.ex. handkirurgi, blodkoagulering och diabetes. Det finns ett stort fokus från internationella forskare. Vad som är speciellt är att hela regionens invånare ryms på en hårddisk, vilket skapar intressanta förutsättningar för dem, då man normalt sett enbart kan få upplysningar om sjukhusets patienter. Detta är något det kommer satsas ytterligare på. I Sverige finns det oklara förhållningsregler på hur man kombinerar att vara läkare på ett sjukhus och samtidigt håller på med forskning och ta till vara på det ekonomiska utfallet av denna forskning. Medicon Valley Academy är en komponent, men vi måste förbättra detta ytterligare i Sverige. Man ska inte behöva åka utomlands och forska och utveckla så att vinsten hamnar utomlands. Det ska vara möjligt att stanna i Sverige, där

kunskapen faktiskt finns. Varför åker man till Kalifornien för att forska? Jo, för att MAS är för tråkigt. Det handlar om urbana miljöer och mötesplatser som måste förbättras.

I kunskapssamhället är det kvaliteten på mötesplatserna som måste är avgörande för att det ska hända något. Det är vad som pågår i Malmö. Malmö är en mycket blandad stad med hög arbetslöshet, men har väldiga resurser inför framtiden. Detta är förutsatt att integrationen utnyttjas i hög omfattning. Det finns positiva signaler. Malmö Högskola är ovanligt bra på att fånga upp studenter från andra länder, vilket var en av målsättningarna med högskolan. Det är mycket publicitet om kriminalitet i Malmö, men faktum är att brottsstatistiken är ungefär normal för en stad i den storleksordningen. Det är obehagligt och en negativ faktor för staden. De förbättrade kommunikationerna leder till regionsförstoring. Om man är beredd att pendla en timme finns det tåg som snabbt tar en långt bort, och där kan man få hus för halva priset, lugn skola osv. Utveckling går mot att man inte längre lever och verkar i samma stad. Man stannar i Öresundsregionen och använder regionens utbud. Det gör att administrativa gränser, kommungränser osv. inte blir lika relevanta.

Vad händer nu?

Vi vill ha universitetsstatus. Observera att status inte är en statusstämpel utan ett kriterium för att få ha masterutbildningar och för att kunna få examinera doktorander. Om vi inte har det måste detta ske någon annanstans, beroende skapas av universiteten. Högskolan kan förverkliga de idéer som kanske funnits.

Vi jobbar mycket med Triple Helix, trepartssamverkan mellan högskola och näringsliv. Hela idén med universitetet är att skapa ekonomisk tillväxt i Malmö. En grundläggande förutsättning är välfärd fördelning. Har vi inte någon lokal ekonomisk tillväxt finns det inte heller någon välfärd att spela på, om man bortser från omfördelningssystemet. Väsentliga är de tre inkubatorerna MEDEON, UMAS, MINC.

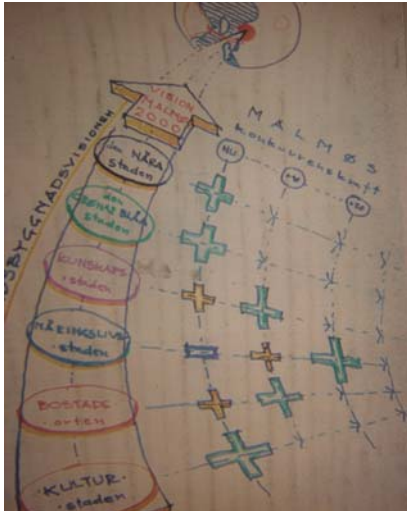


Så här glada var vi då, när vi var bäst i världen på varvsarbete. Varvsepoken. Det handlade om logistikhantering, arbetstradition, otroligt! Helt fel att se det som ett misslyckande för att det tog slut. Det handlar istället om att glädjas åt 150 år av framgång! Strukturomvandlingarna i näringslivet visar på budskap om attityder.

MINC är designat för nyföretagande, kravet är tillväxtkrav som genererar ekonomisk tillväxt. Det är en inkubator där man vistas i två år, sen åker man ut. Under tiden får man professionell vägledning. Det är en miljö som är särskilt designad för kunskapsöverföring. En urban prototyp!

Vår idé 1995 var att om vi gjorde något åt kunskapen och bostaden, skulle näringslivsdelen komma igång. Och vi följer på något sätt utvecklingen. Om vi tittar på det tidsmässiga förloppet (bilden). Den gröna staden och kulturstaden gick upp under 90-talet (stora plustecken). Vi hade en kraftig industriell nedgång, ingen bostadsproduktion och när det gäller studenter så hade vi





enbart tandläkarhögskolan. När vi rör oss till nästa etapp, efter visionsarbetet ser vi att något drastiskt har hänt med bostäderna och det finns 22 000 studenter i Malmö idag. Industrin har planat ut och det har även kulturen. När det gäller näringslivet så kan man säga att industriproduktionen har gått ner, tjänsteproduktionen har gått upp, handeln har gått ner och upp igen, distribution och logistik hantering har gått upp. Malmö har som handelsstad haft sin position och det finns ett gemensamt handelsbolag med Köpenhamn som gör att en stor del av den regionala logistikhanteringen hamnar i Norra Hamnen i Malmö. Malmös industrinäringsliv är stadigt trots nedgång. Det är tjänste- och servicesektorn som utvecklas kraftigt idag. Det är kombinationen som är det viktiga och

intressant för en stad att ha en blandad bild av sysselsättningen, med olika kunskap och olika möjligheter.

Stegen i processtrappan har förverkligats. Vad vi inte tänkt på 1995 är välfärdsfrågorna. Då stod man i avsaknaden av 35 000 – 40 000 arbetstillfällen, men det man står inför idag är utanförskapet. Det finns en massiv arbetslöshet bland invandrare. Segregationen växer. Klyftorna växer. Det har alltid varit en öst- och en väststad, men på folkhemstiden var den ganska välintegrerad. Och här finns en problematik. Samtidigt som man är på väg in i kunskapssamhället med ekonomisk tillväxt, måste man ta hänsyn till välfärdsfrågorna. Hur löser man det för de människor som idag står utanför denna utveckling. Diskussion kring kriminalitet har sin grund i utanförskap, att man inte är en del av samhällsutvecklingen. Det får inte gå för långt för då stryker man den andra processen, det hänger ihop på ett komplext sätt. Detta förutsåg vi inte riktigt 1995. Men parallellt med processen som ägt rum har det skett en massiv invandring till Malmö. Malmö har alltid varit en invandrarstad, en öppen och tolerant stad. Det finns inga stora motsättningar, men det kan bli det om det blir för hög kriminalitet. Tidigare invandring har varit arbetskraftinvandring till varvet, nu kommer invandrare efter sekundäromflyttning i Sverige. Köpenhamn absorberar många unga människor till tillfälliga jobb, vilket är positivt. Man måste se möjligheter och komma vidare.

Avslutning

Alla mänskliga aktiviteter försiggår på något sätt i urbana miljön. Saker äger sitt rum! Hur rummet är utformat kan bli väldigt avgörande för vad som händer. Rummet i sig kanske inte löser frågorna för det gör människorna, men rummet kan underlätta processerna.

Det första är urban densitet. Visst antal människor på en viss yta för att det ska ske möten och intressant för människor att vara där. Detta har varit stadens idé under alla tider. Urban diversitet är nästa del. Det måste finnas en blandning av verksamheter, en stor blandning som inte får bli ensidig. Väldigt specialiserade städer blir inte framgångsrika. En nationalekonom pratade en gång om samband mellan ekonomisk tillväxt och hur många olika typer av verksamheter som fanns på en ort. En miljonstad (700-800 typer av verksamheter) medan en stad med 50 000 invånare (100 typer av verksamheter) visar på den stora koncentrationen och den urbana inflyttningen till större städer. Mångfalden skapar fler möjligheter och självgenererande effekter.

I detta sammanhang kanske Malmö är en för liten stad för att bli framgångsrik, men har man ett speciellt fokus på denna diversitet kan man göra någonting åt det.

Tredje delen är urban kvalitet. Det typiska rummet måste ha urbana kvaliteter som underlättar. Industrimiljö berättar historia och vi får en intressant mötesplats. Det finns bestämda kvaliteter i den urbana miljön som gör att människor vill mötas där och då ska man försöka understödja detta. Det är det man som stadsbyggare och planerare kan påverka. Kvalitén kan byggas i flera nivåer, från rum till stadsdel.