

Den Kreative Klasses Dynamik

En rapport fra forskningscenteret Imagine

Vaarst Andersen, Kristina; Lorenzen, Mark; Vinther, Erik Johnsen

Document Version

Final published version

Publication date:

2007

License

Unspecified

Citation for published version (APA):

Vaarst Andersen, K., Lorenzen, M., & Vinther, E. J. (2007). *Den Kreative Klasses Dynamik: En rapport fra forskningscenteret Imagine*. Samfundslitteratur.

[Link to publication in CBS Research Portal](#)

General rights

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

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us (research.lib@cbs.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Download date: 04. Jul. 2025

Forord

I en serie bøger og artikler har den amerikanske professor i økonomisk geografi Richard Florida udviklet sin teori om den kreative klasse. Grundtesen i denne er, at den mest innovative og kreative del af arbejdsstyrken, som Richard Florida kalder den kreative klasse, er blevet omdrejningspunkt for virksomheders konkurrenceevne. Der er samtidig en tendens til, at den kreative klasse tiltrækkes af steder præget af åbenhed og tolerance. Dette kalder Richard Florida de tre T'er: Tolerance tiltrækker det Talent, der skaber den Teknologiske udvikling.

Et fælles europæisk forskningsprojekt ved navn *'Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis'* har gennem de sidste to år arbejdet på at afprøve betydningen af Richard Floridas tese om den kreative klasse i en europæisk kontekst. Det europæiske projekt analyserer ca. 450 europæiske byregioner, og drager sammenligninger med Nordamerika (se www.kreativeklasse.dk for en uddybende beskrivelse af projektet).

Denne rapport er anden del af afrapporteringen fra det danske bidrag til det europæiske projekt. Første del var en statistisk kortlægning af den danske kreative klasse med titlen *'The Geography of the Danish Creative Class'*, hvor fordelingen af den kreative klasse mellem de danske kommuner og regioner blev analyseret. I *'The Geography of the Danish Creative Class'* var fordelingen af den kreative klasse og den kreative klasses sammenhæng med indikatorer på bykvalitet og vækst genstand for statistisk analyse, men der blev ikke givet forklaringer på, hvordan fordelinger og sammenhænge er opstået. Denne rapport benytter sig af kvalitative metoder og fokuserer på den forklarende dimension og på at finde svar på, hvorfor de kreative klumper sig sammen i nogle byer, men ikke i andre.

Rapporten er udarbejdet af Kristina Vaarst Andersen, Erik Vinther og Mark Lorenzen med Mark Lorenzen som projektleder. Troels David Landerholm har planlagt og deltaget i interview i Århus, samt bearbejdet det indsamlede materiale. Laura Jantzen har udført et uvurderligt planlægningsarbejde og har desuden indsamlet og struktureret baggrundsmateriale, planlagt, deltaget i og gennemført interview samt bearbejdet alt indsamlet materiale i alle de øvrige byer. Vi sender derfor en stor tak til Troels og Laura!

Vi vil også benytte lejligheden til at takke Momsfondet, Erhvervs- og Byggestyrelsen og Socialministeriet for økonomisk såvel som faglig støtte til den danske del af projekt *'Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis'*.

Endelig vil vi rette en stor tak til de mere end 90 mennesker, der tog tid ud af deres travle hverdag til at tale med os. Nogle har udtalt sig på baggrund af deres funktion i samfundet, andre som anonyme privatpersoner. Alle har de lært os noget om, hvad der flytter mennesker, virksomheder og holdninger. Uden deres medvirken ville denne rapport ikke have været mulig.

Frederiksberg, januar 2007

Kristina Vaarst Andersen, Erik Johnsen Vinther og Mark Lorenzen

SUMMARY (IN ENGLISH)	I
1 INDLEDNING	1
1.2 RAPPORTENS OPBYGNING	2
2 RAPPORTENS TEORETISKE REFERENCERAMME	5
2.1 RICHARD FLORIDAS TEORI OM DEN KREATIVE KLASSE	5
2.1.1 HVEM ER MED I DEN KREATIVE KLASSE?	5
2.1.2 DEN KREATIVE KLASSE - TOLERANCE OG TEKNOLOGI	6
2.1.3 KREATIVITET OG BOHEMER	7
2.2 TEORI OM URBANITET	8
2.2.1 BYEN OG LANDET – FORNUFT OG FØLELSE?	8
2.2.2 URBANITET SOM LIVSFORM	9
2.2.3 BYER SOM CENTRE FOR VÆKST OG INNOVATION	9
2.3 TEORI OM KOMPETENCEKLYNGER	10
2.3.1 KOMPETENCEKLYNGERS BETYDNING FOR ERHVERVSUDVIKLINGEN	11
2.3.2 KOMPETENCEKLYNGERS STRUKTUR	11
2.3.3 KOMPETENCEKLYNGERS DYNAMIK	12
2.4 STEDSKVALITET, URBANE KVALITETER OG KLYNGEKVALITETER	13
3 RAPPORTENS EMPIRISKE GRUNDLAG	15
3.1 UNDERSØGELSESDSIGN	15
3.2 DATAINDSAMLING	16
3.3 ANALYSESTRATEGI	17
3.4 OM RAPPORTENS TILGANG	18
4 PRÆSENTATION AF CASES - DE OTTE BYREGIONER	19
4.1 KØBENHAVN BYREGION	19
4.2 ÅRHUS BYREGION	22
4.3 ODENSE BYREGION	23
4.4 AALBORG BYREGION	24
4.5 SVENDBORG BYREGION	25
4.6 SØNDERBORG BYREGION	26
4.7 ÆRØ	27
4.8 ESBJERG BYREGION	27

5 DEN KREATIVE KLASSE, TOLERANCE OG DIVERSITET	31
5.1 DIVERSITET I BYRUM OG NATUR	31
5.2 DIVERSITET I KULTURLIVET	34
5.3 DIVERSITET I BEFOLKNINGEN	36
5.4 ET EKSEMPEL PÅ TOLERANCE	38
5.5 STORBYERNES MULIGHEDER – BETYDNINGEN AF DIVERSITET	40
5.6 DIVERSITET OG TOLERANCE TILTRÆKKER DEN KREATIVE KLASSE	41
6 DEN KREATIVE KLASSE, ERHVERVSLIV OG KLYNGER	43
6.1 FRA INDUSTRI TIL...	43
6.2 ARBEJDSMARKEDET – KUNSTEN AT MATCHE UDBUD OG EFTERSPØRGSEL	45
6.3 EFFEKTEN AF KOMPETENCEKLYNGER	48
6.4 KRITISK MASSE OG INTERNATIONALISERING	50
6.5 ERHVERVSLIVET ER VIGTIGT, MEN IKKE ALTAFGØRENDE	53
7 DEN KREATIVE KLASSES INDVIRKNING PÅ REGIONERNE	55
7.1 VÆRDIEN AF UDDANNELSE	55
7.2 TALENTVUGGEN OG METROPOLEN	57
7.3 KREATIVITET SOM ERHVERV	58
7.4 DE KREATIVE SKABER NYE VIRKSOMHEDER	61
7.5 DEN KREATIVE KLASSE SKABER REGIONAL VÆKST OG DIVERSITET	63
8 HVORDAN BYER TILTRÆKKER DEN KREATIVE KLASSE	65
8.1 DE STORE	65
8.2 DE LÆKRE	67
8.3 DE DRIFTIGE	68
8.4 BETYDNINGEN AF IMAGE OG IDENTITET FOR TILTRÆKKNING AF DEN KREATIVE KLASSE	69
8.5 HVORDAN TILTRÆKKES DEN KREATIVE KLASSE?	71
9 DEN KREATIVE KLASSES DYNAMIK	73
10 LITTERATUR	75
11 NOTER:	81

Summary (in English)

This report is the second report from the Danish part of the project '*Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis*'. The general aim of the project is to test Richard Florida's thesis of the creative class in European city regions. Richard Florida argues that along with the outsourcing of mass production to low wage countries, creativity has gained an increasing economic importance. In the OECD countries competition is thus based on innovation skills, not production skills. According to Richard Florida the most innovative employees share certain characteristics and he labels them the creative class. The creative class consists of people whose primary job function is to innovate. They have ownership and control over important means of production, namely their brains, knowledge, and talent. This gives the creative class economic power, because they are able to take the innovative means of production — themselves — with them if they move and shift workplace. The effect is that companies increasingly locate wherever the creative labour is situated, which leaves the most creative part of the labour force – the creative class – free to choose their place of residence based on the people climate they like.

This economic importance of the creative class affects firms, municipalities, city regions, and nations alike. Richard Florida claims that the creative class will play a crucial role for future economic growth of cities, city regions, and nations.

The first report on the Danish creative class (*The Geography of the Danish Creative Class*, Andersen & Lorenzen 2005) was a mapping and analysis of the statistic distributions and correlations of the Danish creative class. This second, qualitative report analyse the explanations for the distribution of the creative class.

The research design is developed in cooperation with the eight countries contributing to the '*Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis*' project. Three types of city regions are analysed: the main city regions (Copenhagen and Aarhus), city regions with a remarkably high percentage of the creative class (Soenderborg and Svendborg) and a city with a remarkably small percentage of the creative class (Esbjerg). Besides from these main objects of analysis three additional cities are included: Two big cities outdone by smaller city regions (Odense and Aalborg) and a small island community which hosts a large creative class (Aeroe). The data consist of reports and other material written by and on the city regions combined with individual and group interviews with more than 90 persons.

Richard Florida's theory of the creative class is used as the theoretical offset for the report, but in order to explain the dynamics of all the city regions other theoretical contributions are also included. These are perspectives on the city and urbanity as well as perspectives on cluster dynamics.

A city's attractiveness to the creative class and ability to profit from it is analysed in three dimensions: people climate, business climate and the opportunities for development and exploration of creativity. The most important findings are as follows:

Quality of place

Robust qualities such as architecture and nature, cultural activities, presence of artists, and tolerance are all factors influencing a people climate attractive to the creative class. New buildings might function as monuments but the chance for success in attracting the creative class is much

increased if these monuments are related to the many little events of city life. City regions with many small happenings attract the creative class more than those regions with big monuments and large events. The big things may attract casual visitors, while the many small events gain importance when they form a part of everyday life, attracting residents.

The creative class is attracted to people climate. The cities which have the largest share of the creative class are typically cities with ample opportunities for diverse experiences.

A thick labour market

Outsourcing of mass manufacturing and heavy industry has affected many Danish city regions much. They have been forced to transform their industries from manufacturing to knowledge creation. One of the challenges connected to this process is the increasing demand for highly specialised labour. This demand is hard to honour for most of the remotely located city regions – they face problems of matching labour supply to demand in the most specialised industries. Some city regions have successfully met this challenge by specialising within one or a few related industries – creating a cluster dynamic. Only the largest Danish cities have managed to successfully merge such specialisation with diversity.

The creative class is attracted to business climate – in the most successful clusters and the larger city regions. However, it is clear that business climate alone is not sufficient, a certain level of people climate is necessary for attracting a large proportion of the creative class.

Development and exploration of creativity

The creative class makes an impact on the local community in many different ways – three examples are explored in this report: the effect on educational institutions, the creative industries and entrepreneurship.

Educational institutions create a lively environment at all times of the day, increasing demand for cultural and recreational activities as well as ensuring a steady supply of well educated labour. Besides from being place of employment for the most artistic part of the creative class the creative industries are also an engine for experiences in the cities. Entrepreneurship is a common feature of the creative class and given the right framework conditions such as proper facilities and networks the creative class has the potential of creating new knowledge intensive businesses.

The impacts of the creative class on the local environment are positive and have economic, cultural and social elements. The creative class thus creates growth and reinforces diversity.

Conclusion

Some Danish city regions experience the dynamic proposed by Richard Florida's theory– others do not. People climate and business climate interact. Those city regions lacking in either people climate or business climate experience barriers for their future development.

Both an outstanding people climate and a special business climate might attract the creative class. However, the most successful city regions are those which have accomplished a combination of the two. Richard Florida's theory of the importance of tolerance and people climate is an important source to understanding the dynamic of the Danish creative class and the Danish city regions, but does not explain the whole story: Cluster dynamics and business climate also have a say in the distribution of the creative class.

1 Indledning

"Den her by, den bliver kun så god som de folk, der vælger at bo her." (Uffe Elbæk, Bestyrelsesformand for Kaospiloterne og byrådsmedlem i Århus Kommune)

Ideen om, at en gruppe kreative mennesker gennem deres arbejdsindsats skaber innovationer, teknologisk fremskridt og økonomisk vækst, blev udviklet af den amerikanske professor Richard Florida. Ud fra statistikker kunne Richard Florida se, at nordamerikanske byer med høj økonomisk og teknologisk vækst havde mange borgere med kreative jobs og samtidig var præget af et tolerant og åbent miljø. Gennem adskillige interview og statistiske analyser nåede han frem til at årsagen til den økonomiske og teknologiske vækst er de kreative mennesker, og fordi de ikke føler sig afhængige af arbejdspladser og store firmaer, flytter de dertil, hvor de finder bestemte regionale kvaliteter – et tolerant og diversitets miljø. Tolerance og diversitet tiltrækker altså den kreative talentmasse, der skaber vækst. Den logik går stik imod de almindelige antagelser om, at hvis en by bare kan tiltrække arbejdspladser, skal virksomhederne nok skabe regional vækst. Richard Floridas tanker har resulteret i debatter, politiske tiltag og projekter målrettet skabelsen af kreative byer over det meste af verden – også i Danmark.

Sigtet med denne rapport er at undersøge, om den logik, Richard Florida argumenterer for, er styrende for den danske kreative klasses valg af bosted og dermed for regional udvikling.

I den første del af afrapporteringen fra den danske del af forskningsprojektet *'Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis'* var konklusionen, at der i Danmark findes de samme sammenhænge mellem den kreative klasses lokalisering og niveauet af indikatorer på en række regionale kvaliteter og mellem den kreative klasses lokalisering og niveauet af indikatorer på regional vækst, som Richard Florida påpeger i Nordamerika: Den kreative klasse bor der, hvor der er diversitet og tolerance. Og hvor den kreative klasse bor, vokser mængden af virksomheder, og der er økonomisk og teknologisk vækst. Men det, de statistiske analyser ikke kan fortælle, er, hvad der har forårsaget hvad.

- Er det de regionale kvaliteter, der har tiltrukket den kreative klasse, som dernæst skaber regional vækst?
- Eller tiltrækkes den kreative klasse til områder med regional vækst, hvor de så fremmer regionale kvaliteter?

De spørgsmål er centrale for værdien af Richard Floridas teori om den kreative klasse. Det første scenario er det, Richard Florida hævder at finde i Nordamerika, mens det andet stemmer overens med en mere traditionel opfattelse af regioners vækst. Denne rapports formål er at analysere de dynamikker, der driver og hæmmer udviklingen i otte udvalgte danske regioner for derigennem at analysere, hvorvidt den kreative klasse tiltrækkes af de stedskvaliteter og spiller den centrale rolle for regional vækst, som Richard Florida antager.

Præges danske regioner af den dynamik, som Richard Florida fremfører i sin teori om den kreative klasse?

For at besvare spørgsmålet analyseres otte danske byregioner, der er udvalgt på baggrund af statistiske data. En byregion er et funktionelt sammenhængende geografisk område, hvor over halvdelen af arbejdsstyrken arbejder inden for regionen. Undersøgelsesdesignets overordnede ramme er udarbejdet i samarbejde mellem de otte europæiske lande, der deltager i projekt *'Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis'*. Byregionerne er udvalgt efter følgende kriterier:

- Primære byregioner (de største byer)
- Byregioner med en overraskende stor kreativ klasse i forhold til befolkningens størrelse
- Byregioner med en overraskende lille kreativ klasse i forhold til befolkningens størrelse.

I Danmark er de udvalgte byregioner: København og Århus, som landets største byregioner, Odense og Aalborg er også inddraget i analysen på grund af deres størrelse, og fordi der er et dramatisk fald i andelen af den kreative klasse fra København og Århus til Odense og Aalborg. Svendborg og Sønderborg er udvalgt på grund af den bemærkelsesværdigt store kreative klasse i disse relativt små byregioner. Også Århus er udvalgt på denne baggrund, fordi det lille øsamfund har en overraskende stor kreativ klasse. Esbjerg byregion er udvalgt af to årsager; for det første fordi byregionen som helhed har en ganske lille kreativ klasse i forhold til sin størrelse; for det andet fordi Esbjerg Kommune i modsætning til de øvrige centrale kommuner i de største danske byregioner ikke har en markant større kreativ klasse end resten af regionen. Ikke alene har Esbjerg byregion altså svært ved at tiltrække den kreative klasse, men helt atypisk gælder det særligt den centrale bykommune. Esbjerg byregion omfatter til gengæld andre kommuner med en særdeles stor kreativ klasse. For at illustrere den dynamik, der er mellem selve Esbjerg og disse kommuner, er Fanø inddraget i analysen.

Designet sikrer, at dynamikken bag den kreative klasses lokalisering, steds kvalitet og regional vækst bliver belyst for både store og små byregioner, byregioner med en stor og lille andel kreativ klasse og byregioner med forskellige profiler for steds kvalitet, den kreative klasse og erhvervslivet. De otte byregioner er cases, der ikke er repræsentative for alle danske byregioner, men er udvalgt fordi de til sammen spænder over en ekstrem varietet af forskellige typer byregioner¹. Analysen er baseret på skriftligt materiale udarbejdet af og om byregionerne kombineret med interview med embedsmænd, erhvervsliv, beslutningstagere, kulturliv og den kreative klasse i byregionerne. I alt har mere end 90 personer bidraget til denne rapportes interviewmateriale.

1.2 Rapportens opbygning

I *kapitel to* gennemgås det teoretiske grundlag for rapporten. Først gennemgås Richard Floridas teori om den kreative klasse, derefter to supplerende perspektiver på regional vækst.

I *kapitel tre* beskrives det undersøgelsesdesign, der ligger til grund for rapporten, dataindsamlingen og analysestrategien. Her gennemgås også en række begrænsninger ved rapportens datagrundlag.

Kapitel fire indeholder en kort beskrivelse af hver af de otte cases – de udvalgte byregioner.

I *kapitel fem* analyseres de regionale kvaliteter, der tiltrækker den kreative klasse.

I *kapitel seks* analyseres aspekter ved erhvervslivet, der tiltrækker den kreative klasse.

I *kapitel syv* analyseres den effekt, den kreative klasses har for regional vækst gennem uddannelsesinstitutioner, kreative erhverv og iværksætteri.

I *kapitel otte* uddybes de roller, de otte byer spiller i det danske bysystem. Kapitlet afsluttes med en kort introduktion til begreberne image og identitet, da de to begreber er centrale for forståelsen af byers muligheder for at tiltrække den kreative klasse.

Kapitel ni indeholder rapportens konklusion. Her sammenholdes analysen med de teoretiske perspektiver.

2 Rapportens teoretiske referenceramme

"Cities are fantastically dynamic places, and this is strikingly true for their successful parts, which offer a fertile ground for the plans of thousands of people." (Jane Jacobs, 1993:20)

Det teoretiske udgangspunkt for denne rapport er selvsagt Richard Floridas teori om den kreative klasse. De otte udvalgte byregioner fremviser imidlertid også træk, der ikke udelukkende kan forklares ud fra teorien om den kreative klasse. Foruden Richard Floridas teori inddrages derfor yderligere to tilgange:

- Teori om urbanitet
- Teori om kompetenceklynger

Teori om urbanitet fokuserer på storbyers diversitet og den betydning, diversitet og kritisk masse har for innovation. Urbane regioners fordele beror på en diversitet i arbejdsstyrkens kompetencer, i erhvervslivet og byrummet. Teori om klynger fokuserer på det innovative potentiale ved geografisk agglomeration af mennesker og virksomheder specialiseret inden for det samme felt. Regioner præget af klyngedynamik har en fordel i kraft af det innovative potentiale, der ligger i specialisering af arbejdsstyrkens og erhvervslivets kompetencer. Begge teoretiske perspektiver er forløbere for Richard Floridas teori om den kreative klasse og har bidraget til udviklingen af hans teori. Teorien om den kreative klasse har særligt en arv fra teori om urbanitet, mens den i høj grad er udviklet som alternativ til klyngeteoriernes fokus på værdien af specialisering.

2.1 Richard Floridas teori om den kreative klasse

I følge Richard Florida spiller den kreative klasse en afgørende rolle for regioner og nationers økonomiske vækst, fordi denne type arbejdskraft er den mest innovative og dermed skaber den konkurrenceevne, erhvervslivet er afhængig af.²

Ifølge Richard Floridas teori består den kreative klasse af de mennesker, der får løn for at identificere problemer, udtænke løsninger og sætte eksisterende viden sammen på nye måder. Når Richard Florida taler om en kreativ *klasse* frem for en gruppe eller et segment, er referencen til Karl Marx ikke tilfældig. Richard Florida mener nemlig, at de kreative både ejer og til dagligt anvender samfundets nye vigtigste 'produktionsmidler', nemlig deres kreativitet. Den kreative klasse har derved direkte indflydelse på virksomheder, regioner og nationer. Det giver den kreative klasse magt og økonomisk betydning. Deres daglige kreative arbejde betyder også, at den kreative klasses medlemmer har nogle værdier til fælles. De er generelt nysgerrige og imødekommende overfor de udfordringer, de og samfundet stilles overfor, hvilket kan komme til udtryk som større optimisme over for fænomener som globalisering, immigration og teknologisk forandring.³

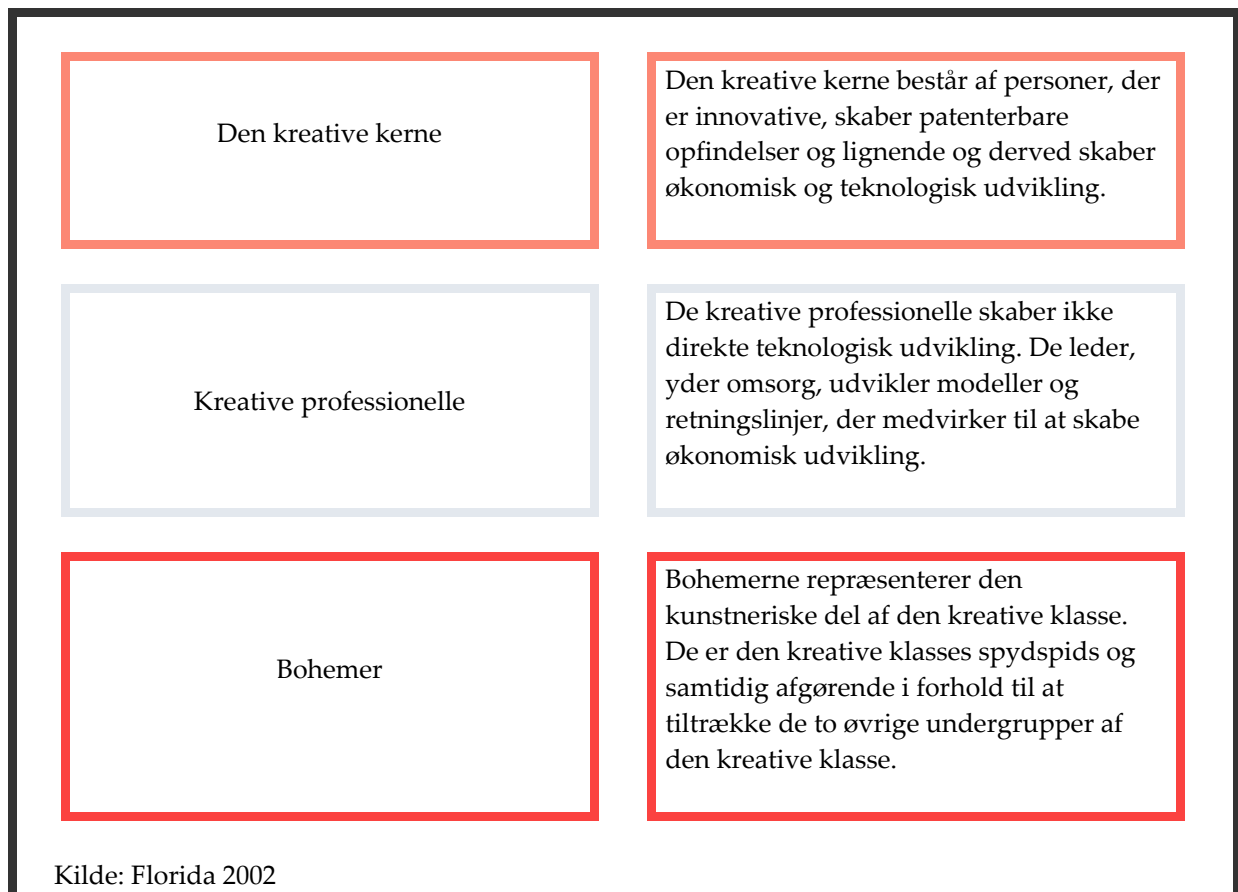
2.1.1 Hvem er med i den kreative klasse?

Den kreative klasse er den del af arbejdsstyrken, som i dens daglige virke i særlig høj grad tænker nyt og innoverer, enten teknisk (f.eks. forskere, ingeniører, og arkitekter), kunstnerisk (f.eks. musikere, instruktører eller designere) eller socialt (f.eks. ledere, iværksættere og rådgivere).⁴

"Hvis du er videnskabsmand eller ingeniør, arkitekt, designer, forfatter, kunstner eller musiker, eller hvis brug af din kreativitet er en central faktor i dit arbejde inden for erhvervslivet, uddannelsessystemet, retssystemet eller inden for et andet erhverv, er du medlem af denne [kreative] klasse" (Richard Florida 2002: indledning)

Den kreative klasse udmærker sig ved at blive betalt for at skabe eller tænke nyt, frem for primært at udføre mere rutinepræget arbejde.⁵ De personer, der udgør den kreative klasse, får deres løn for deres mentale tilstedeværelse, hvor andre bliver betalt for deres fysiske tilstedeværelse. For at kunne gennemføre den statistiske analyse, operationaliseres definitionen af den kreative klasse ved at udvælge en række stillingsbetegnelser, der antages at være mere kreative end alle andre - det vil sige, at det teoretiske udgangspunkt tilpasses til noget, man kan måle statistisk.

Richard Florida opdeler den kreative klasse i tre undergrupper: Den kreative kerne, de kreative professionelle og bohemerne.



2.1.2 Den kreative klasse - tolerance og teknologi

Ofte antager man, at arbejdskraften tiltrækkes til de byregioner, hvor arbejdspladserne er. Richard Florida vender denne logik på hovedet, idet han hævder, at teknologisk og økonomisk vækst følger den kreative klasse, og at den kreative klasse tiltrækkes af byregioner, der kendetegnes ved åbenhed og tolerance. Virksomheder må derfor følge den kreative klasse, og ikke omvendt.

Sammenhængen mellem det, Richard Florida kalder de tre T'er - talent, teknologi og tolerance -, kan beskrives som følgende:

- **Tolerance:** Den kreative klasse tiltrækkes af byregioner præget af tolerance og diversitet. Det tiltrækker den kreative klasse, fordi den ønsker let adgang til anderledes og skæve indtryk og frihed til at udtrykke sig (men dermed ikke sagt, at den kreative classes medlemmer altid er specielt tolerante selv). Tolerance er en vigtig faktor, men også andre faktorer har indflydelse på lokaliseringen af den kreative klasse. Richard Florida lægger særlig vægt på kulturelle tilbud og mulighederne for at have et aktivt fritidsliv, byregionens autenticitet og aktiviteter på gadeplan, som f.eks. festivaler eller live-musik, barer, cafeer og fritidsaktiviteter.⁶
- **Talent:** At den kreative klasse er en kraft, der forandrer samfundet omkring sig, skyldes ifølge Richard Florida, at de rigtige medarbejdere er så vigtige for mange virksomheder, at virksomhederne har tendens til at lokalisere sig der, hvor talentmassen – den kreative klasse - ønsker at være.⁷
- **Teknologisk udvikling:** Dynamikken gælder især teknologiintensive virksomheder og andre typer virksomheder med et stort behov for dygtige medarbejdere. Den kreative klasse spiller med andre ord en væsentlig rolle i forhold til teknologisk udvikling.⁸

Det centrale spørgsmål er derfor, hvor den kreative klasse ønsker at bo, og hvad det er, der tiltrækker den.⁹

Dette leder os tilbage til det grundlæggende spørgsmål om regionale kvaliteters betydning for økonomisk vækst. Ifølge Richard Florida er det de byregioner, der formår at tiltrække den kreative klasse, der vil vinde i den globale konkurrence om arbejdskraft og vækst. Derfor er offentlig støtte til forskning eller uddannelsessystemer, der uddanner veluddannede kandidater ikke nødvendigvis tilstrækkelige konkurrenceparametre, heller ikke i konkurrencen om at tiltrække højteknologiske virksomheder. Uden de regionale kvaliteter, der tiltrækker den kreative klasse, vil den kreative klasse forlade regionen, og med dem følger virksomhederne, eftersom de er afhængige af de ressourcer, den kreative klasse er i besiddelse af.

2.1.3 Kreativitet og bohemer

Den øgede økonomiske betydning af den kreative klasse hænger sammen med en kulturel ændring, der følger af globaliseringen af erhvervslivets konkurrence. Inspireret af David Brooks¹⁰ hævder Richard Florida, at de avantgarde bohemers værdier er flydt sammen med traditionelle borgerlige værdier og er blevet til en ny 'kreativ etos', hvor tidligere adskilte elementer, så som høj arbejdsmoral, kombineres med modkultur og individualitet. Denne kombination af på den ene side disciplin og arbejdsmoral og på den anden side det skæve og provokerende, er ifølge Richard Florida afgørende i forhold til innovation og udvikling.¹¹

Fordi de skæve og anderledes perspektiver er blevet vigtige faktorer i forhold til innovation og virksomheders konkurrenceevne, er det blevet interessant for virksomhederne.¹² I dag vil virksomhederne hellere end gerne tiltrække mennesker, som både har de fornødne færdigheder til at håndtere en opgave og samtidig en personlighed, der gør, at de tænker anderledes og skaber

noget nyt. Samtidig tilpasses organisationer til den kreative klasses behov. Kreative mennesker har brug for frihed, fleksibilitet og inspiration for at kunne nytænke og innoverer. De har brug for frihed og fleksibilitet, fordi kreative processer er svære at planlægge og styre på forhånd. Og de har brug for inspiration, fordi idéer sjældent opstår ud af intet: Det kræver indtryk – en forskellighed af indtryk – at anskue problemer for nye vinkler. Derfor tiltrækkes den kreative klasse af regioner præget af tolerance og diversitet.

2.2 Teori om urbanitet

Et grundlægende karakteristika ved det urbane er en udpræget arbejdsdeling – diversitet –, som skaber rum for forskelligheder i livsstil, udtryk og indtryk.

Allerede i starten af 1900-tallet satte de klassiske samfundstænkere fokus på byer og byliv. Mens nogen, som eksempelvis Max Weber, fremhævede, hvordan bylivet satte mennesket fri fra traditionens bånd¹³, fokuserede andre, som eksempelvis Ferdinand Tönnies og George Simmel, på bylivets fremmedgjorte relationer. Dette negative perspektiv på byers effekt på menneskelige relationer blev videreudviklet af forskere tilknyttet Chicago-skolen, hvor det urbane blev fremhævet som et dominerende karaktertræk ved samfundet. I modsætning til dette fokus på urbanitetens tingsliggørelse af mennesker fremhæves de positive sider af byers dynamik i Jane Jacobs arbejde.

2.2.1 Byen og landet – fornuft og følelse?

Byen, som vi kender den i dag, er et relativt nyt fænomen. Med industrialiseringen fulgte folkevandringer til byerne, hvor fabrikkerne lå. Dermed øgedes arbejdsdelingen mellem land og by såvel som internt i byerne, og mennesker blev sat fri af traditionens og slægtens bånd¹⁴. Mens nogle glædede sig over mulighederne i denne nye verden, bekymrede udviklingen også en række af datidens samfundstænkere. En af dem var Ferdinand Tönnies, der ud fra sine iagttagelser udviklede begrebsparret *gemeinschaft* og *gesellschaft*. Mens *gemeinschaft* betegner det nære, følelsesladede, hvor menneskers identitet er koblet til, hvem de er, betegner *gesellschaft* det distancerede, kontraktuelle, hvor menneskers identitet er koblet til det, de opnår¹⁵.

Eftertiden har ofte associeret *gemeinschaft* med det landlige og *gesellschaft* med det urbane, men Ferdinand Tönnies tænkte ikke begreberne som knyttet til en geografisk kontekst. De var i stedet tænkt som fællesbetegnelser for relationsformer, hvor *gemeinschaft* var det, der dominerede før industrialiseringen og den deraf følgende urbanisering, mens *gesellschaft* blev dominerende efter industrialiseringen og den deraf følgende urbanisering. Ferdinand Tönnies fremhævede, at de hver især typisk var dominerende på landet og i byen, og det er nok derfor, at mange siden har henvist *gemeinschaft* og *gesellschaft* til hver sin geografiske sfære¹⁶. En anden årsag er formodentlig George Simmel, der videreførte Ferdinand Tönnies tanker og overførte hans begrebspar til at være direkte koblet til land – by-dikotomien. For George Simmel var bylivet rationelt betonet og præget af kalkulerende relationer, hvorimod landlivet var præget af følelsesmæssige bånd. Byens kolde rationelle tilgang blev begrundet med det høje tempo. Årsagen til denne hastighed skulle findes i en øget social og økonomisk differentiering, og konsekvensen blev, at alt vurderet på markedsvilkår og målt i penge. For byboerne betød de mange konstant skiftende stimuli, at de

udviklede en blasert karakter, og de mange upersonlige møder med fremmede mennesker i hverdagen blev set som kilde til en udpræget isolation af individet selv midt i mængden af mennesker. Alt i alt så George Simmel byen som et koldt og følelsesforladt sted¹⁷.

2.2.2 Urbanitet som livsform

Dette negative perspektiv på bylivet blev i 1920'erne og 30'erne videreført på The Chicago School of Urban Sociology. I 1938 offentliggjorde American Journal of Sociology en artikel af Louis Wirth med titlen *'Urbanism as a way of life'*, hvor han fremhævede det urbane som det fremmeste karaktertræk ved samfundet. Wirth hævdede at urbaniseringen var et brud med menneskets oprindelige natur, men anerkendte samtidig byen som ophav til innovation:

"The distinctive feature of the mode of living of man in the modern age is his concentration into gigantic aggregations around which clusters lesser centres and from which radiate the ideas and practices that we call civilisation." (Wirth 1938:2 i Lee & Newby 1989:47)

Vi kan genkende nutidens system af byer og forstæder i Louis Wirths beskrivelse. På trods af hans negative perspektiv på det urbanes effekt på os som mennesker anerkendte Louis Wirth effektiviseringsværdien af den differentiering, bylivet muliggør og ser byen som centrum for ideudvikling og innovation. Hans fokus var dog på fremmedgørelsen og tingsliggørelsen i de urbane relationsformer.

2.2.3 Byer som centre for vækst og innovation

Byens rolle som innovativt center for økonomisk vækst fik i 1961 en ny betydning med Jane Jacobs bog *'The Death and Life of Great American Cities'*. Jane Jacobs tanker har haft stor indflydelse på byplanlægning og på ideen om byen som rekreativt rum. Hendes tanker er desuden et vigtigt element i Richard Floridas teori om betydningen af diversitet for at tiltrække den kreative klasse.

Jane Jacobs perspektiv på byen, bylivet og samfundets tiltagende urbanisering var positivt. Hun så bylivets sociale og økonomiske differentiering som en kilde til diversitet og som byernes force. Hun fremhævede især, hvordan et funktionelt mix af aktiviteter skaber diversitet og dermed byliv og udvikling.

"The diversity, of whatever kind, that is generated by cities rests on the fact that in cities so many people are so close together, and among them contain so many different tastes, skills, needs, supplies, and bees in their bonnets." (Jane Jacobs, 1993:192)

I bylivet kombineres diversitet med en kritisk masse, der muliggør det for så godt som alle at finde åndsfæller – hvad enten målet er at besætte et hus, starte en nicheorienteret virksomhed eller oprette en operaforening. Mulighederne er uendelige i byen. Indtryk og udtryk skaber inspiration til innovationer og nyskabelser af enhver art. Samtidig betonedes Jane Jacobs, hvordan sociale relationer og følelsesmæssige bånd sagtens kan trives i byens rum – på tværs af sociale skel mellem handlende og kunder, på tværs af byer og kvarterer mellem venner og på tværs af kulturer mellem naboer.

Bylivets diversitet er kilden til det urbanes værdi og trives bedst, når byer eller kvarterer rummer flere aktiviteter; er kendetegnet af korte blokke og bygninger af forskellig alder og stand; samt har en høj koncentration af mennesker, hvad enten de bor, arbejder eller blot er gæster i området. Flere aktiviteter sikrer en konstant strøm af mennesker og dermed stimulans af erhvervslivet og mange 'øjne på gaden' – der skaber konstant civil kontrol. Korte blokke betyder mange sidegader og dermed en udtømmelig kilde til nye stimuli og overraskelser. Bygninger af forskellig arkitektonisk stil begrænser monotonien og bygninger i forskellig stand skaber grobund for varieret beboerskare og erhverv – et hummer til studenten, en penthouselejlighed til direktøren, et baggårdslokale til designeren på vej frem og et lækkert lokale med stort vinduesparti og showroom til designeren, der er med helt fremme. Den konstante strøm af mennesker, som følger med flere funktioner skaber sammen med en varieret beboersammensætning og erhvervsstruktur både grundlag for erhvervslivet og sikrer konstant civil 'overvågning' af gaderne.

På trods af de mange økonomiske og sociale fordele, som Jane Jacobs ser ved det urbane miljø, fremhæver hun, at størrelse ikke i sig selv skaber diversitet og by-dynamik:

"...the mere presence of large quantities – whether people, uses, structures, jobs, parks, streets or anything else – does not guarantee much generation of city diversity. These quantities can be working as factors in inert, low-energy systems, merely maintaining themselves, if that. Or they can make up interacting, high-energy systems, producing by-products of the "unaverage". (Jane Jacobs 1993: 577)

Det er byers størrelse sammen med en særlig kvalitet, der skaber diversitet og dermed grobunden for de originale tanker, den kreativitet og innovation, der med den rette grobund kan blive til vækst. Størrelsesfordelen giver storbyer muligheder, men at være en storby er ikke i sig selv nok til at udnytte de muligheder; der skal også være en særlig energi. Det er oftest i storbyerne, at grænserne sprænges, nye udtryksformer afprøves, og kulturen udvikles. Brancher, der kræver diversitet og stimulans i stort omfang og høj kvalitet, nyder godt af den dynamik, der findes i succesfulde byer.

2.3 Teori om kompetenceklynger

Kompetenceklynger er mindre, homogene geografiske områder, der omfatter få brancher og aktører i form af virksomheder og andre organisationer. Udenlandske eksempler på kompetenceklynger er Silicon Valley i USA; sko- eller maskinværktøjsdistrikterne i Norditalien, eller metalvareklyngerne i tyske Baden-Württemberg. Danske eksempler på kompetenceklynger er mobiltelefoni i Nordjylland og mechatronics i området omkring Sønderborg. Hovedstads- eller Øresundsregionerne eller det jyske Trekantsområde kan ikke kaldes kompetenceklynger – de rummer for mange forskellige og urelaterede aktiviteter. Derimod eksisterer forskellige klynger inden for rammerne af disse regioner og drager nytte af visse fælles regionale ressourcer – det ses eksempelvis i Medicon Valley i Øresundsregionen. Dette afsnit klargør teorien bag kompetenceklynger.

2.3.1 Kompetenceklyngers betydning for erhvervsudviklingen

Kompetenceklynger er vigtige, fordi de erhvervsvirksomheder, som indgår i klynger, ofte har større konkurrenceevne end andre virksomheder inden for samme branche. Gennem de seneste år ser det ud til, at dette faktum har øget kompetenceklyngernes betydning for de nationale økonomier såvel som for verdenshandelen: I større og større grad kommer de enkelte landes eksport fra virksomheder, som er samlet i kompetenceklynger. Inden for visse brancher betyder det, at selvom det grundlæggende er enkeltvirksomheder, som producerer og konkurrerer, kan man også tale om klynger, der konkurrerer mod hinanden.

Der er forskellige typer viden, som kan give konkurrenceevne. For det første er der den viden, som i stigende grad er tilgængelig for virksomheder overalt i verden. Denne viden består af arbejdskraftens formelle kvalifikationer, samt moderne produktions- og markedsføringsteknikker, formaliseret og nedskrevet i databaser, bøger, patenter, standarder, software og så videre. Denne type viden kan handles og er tilgængelig på arbejdsmarkedet og på markedet for service-, IT-, og konsulentydelse. Der er et stærkt stigende antal virksomheder, som lever udelukkende af at levere viden eller af at formidle højtuddannet arbejdskraft. Denne viden kan imidlertid imiteres af konkurrerende virksomheder - eller 'flygte' til dem.

Ovennævnte viden er helt nødvendig for virksomheder, men netop fordi den kan købes og i sidste ende imiteres, er den i sig selv ikke tilstrækkelig til at give varige konkurrencefordele: Hvad alle har eller kan købe kan ikke gøre forskellen¹⁸. De mest succesfulde virksomheder har udover den ovennævnte formaliserede viden også en viden, der er helt unik og ikke tilgængelig for andre.¹⁹ Den viden, som skaber succes for bestemte virksomheder, består af virksomhedernes komplekse mønster af daglige arbejdsrutiner og praksisser. Sådanne daglige rutiner og praksisser er oftest opstået gennem en årelang læreproces, hvor en virksomhed eksperimenterer med produkt- og procesudvikling, stimuleret og inspireret af sine kunder, leverandører og konkurrenter. Komplexiteten af den viden, som gennem en årrække er opbygget af en virksomhed, gør, at den ikke kan sættes på formel (ofte ikke engang af den pågældende virksomhed selv) og langt mindre købes eller sælges. Det vil sige, at succesfulde virksomheder er succesfulde, fordi de gennem en periode har været bedre end deres konkurrenter til at lære effektive processer og praksisser. Her er det, at kompetenceklynger er af betydning: Hvis en virksomhed er en del af en klynge, lærer den typisk mere effektivt. Ydermere har den ofte inden for klyngen adgang til leverandører, som også har været yderst effektive til at lære inden for deres felt, og som dermed er mere kvalificerede end potentielle leverandører uden for klyngen. Og endelig findes der ofte i en klynge en særlig kvalificeret arbejdsstyrke, som også lærer og omstiller sig yderst effektivt.

2.3.2 Kompetenceklyngers struktur

En kompetenceklynge er basalt set en fortætning af specialiserede kompetencer og aktiviteter. Mere konkret består en kompetenceklynge af en gruppe virksomheder, som er tæt koblet i leverandørnetværk (samt eventuelt andre typer af netværk), den tilhørende arbejdskraft, samt de private og offentlige institutioner, som er særligt målrettet understøttelse af virksomhedernes aktivitet og arbejdsstyrkens kvalifikationer. For at elementerne i en kompetenceklynge kan spille sammen, kræves det, at de ligger forholdsvis tæt geografisk og tilhører den samme eller få nært beslægtede brancher.

De mest effektive klynger er opstået af sig selv og koordineres 'bottom-up': Med tiden har virksomheder og institutioner i kraft af deres (ofte daglige) møder og samarbejder i nærområdet lært, hvorledes såvel leverandørsamarbejder, branchesamarbejder, samarbejder mellem arbejdsmarkedets parter, som samarbejder mellem det offentlige og det private, fungerer mest effektivt og med færrest gnidninger. Disse rutiner og procedurer omkring hvorledes systemet virker og bedst koordineres udgør en slags kollektiv kompetence i klyngen - en koordineringsviden.²⁰ Denne koordineringsviden kan også kaldes know-who (viden om hvilke samarbejdspartnere, der har en know-how, som man selv savner, og hvordan man bedst kan få samarbejdet med disse partnere til at fungere). Denne koordineringsviden er altså et eksempel på social kapital.²¹ Inden for en kompetenceklynge med meget know-how såvel som koordineringsviden kommer store dele af det professionelle, såvel som det private, liv til at dreje sig om bestemte, specialiserede aktiviteter.

Der er altså "*something in the air*"²² i en kompetenceklynge. Det er svært at leve op til uden for klyngerne. Det er svært for virksomheder uden for klyngerne at finde ligeså gode leverandør- og markedsmuligheder og arbejdskraft, og svært for myndigheder at tilbyde ligeså målrettede serviceydelser og uddannelsesaktiviteter. Det er imidlertid også svært for en klynge at efterligne en anden, fordi alle klynger er udviklet gennem mange år; hver klynge på sin unikke måde. Dermed udgør nogle klyngers kollektive kompetence også en viden, som er unik, og som kan give dem en varig konkurrenceevne i forhold til andre klynger.²³

2.3.3 Kompetenceklyngers dynamik

Kompetenceklynger fungerer i kraft af den positive effekt af at samle en stor mængde beslægtede aktiviteter og kompetencer, der skaber en lokal synergieffekt. Denne effekt kan kaldes positive eksternaliteter, hvilket udtrykker at en aktørs aktiviteter har en positivt afsmittende effekt på nogle andre aktører. Der kan være positive eksternaliteter i en klynge for både aktører, som leverer varer eller ydelser til hinanden, og for aktører, som sameksisterer uden direkte handel eller interaktion.²⁴

De vigtigste fordele, ved at virksomheder indgår i tætte leverandør/aftager-relationer inden for en kompetenceklynge, består i læring. For det første kan en virksomhed med gode muligheder for at finde leverandører og kunder specialisere sig i stadig større grad. Ved at koncentrere sig om færre processer opnår den en større indsigt i disse processer. For det andet 'trækker' og 'skubber' virksomheder, som leverer produkter eller ydelser til hinanden, ofte hinandens læringsprocesser.²⁵ Inden for en klynge forbedres læring mellem kunder og leverandører yderligere af, at de ofte kender hinanden og har forståelse for og tillid til hinanden, idet de har en fælles historie og omgås ofte.

Virksomheder, som ikke direkte leverer til hinanden, oplever også fordele i en kompetenceklynge. For det første kan en kraftig lokal konkurrence om kunderne mellem beslægtede virksomheder tvinge hver enkelt til at lære mere effektivt. En anden læringsfordel er, at virksomheder lærer af beslægtede virksomheder ved enten at observere deres aktiviteter, overtage hinandens medarbejdere eller ved direkte at få råd og vejledning af hinanden.

En række beslægtede virksomheder samlet inden for et nært område fungerer ofte som særdeles kritiske kunder til lokale uddannelsesinstitutioner samtidig med, at de kan levere ny viden til uddannelsesinstitutionerne gennem praktik, virksomhedsbesøg for lærere og dialog. I klynger er

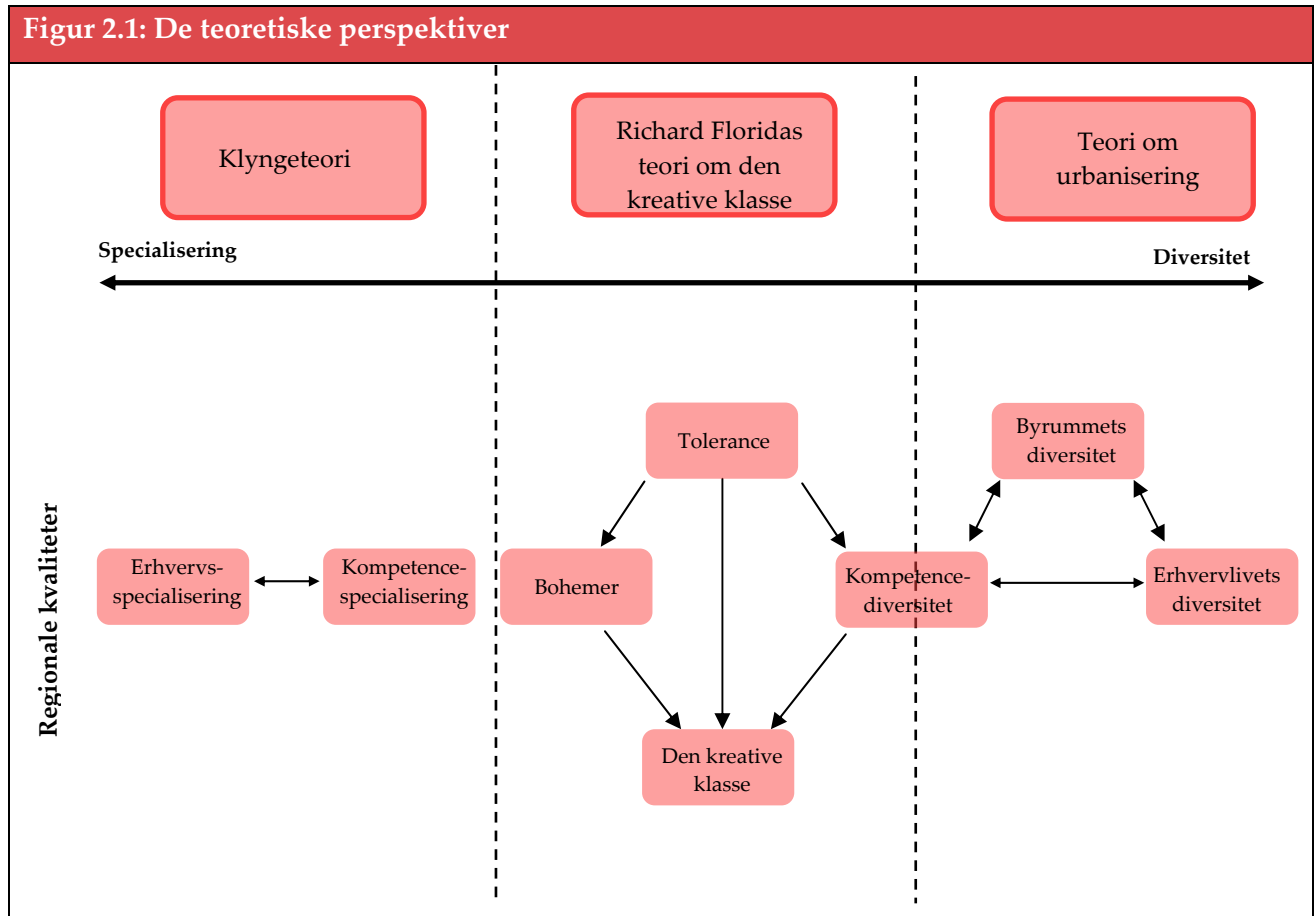
udbuddet af faglige uddannelser og efteruddannelseskurser dermed ofte meget specialiseret, og kvaliteten høj. Der er også positive eksternaliteter ved den uddannelse af arbejdskraft, som sker internt på lokale virksomheder, hvis arbejdskraften flyder mellem virksomhederne. De fleste virksomheder i kompetenceklynger søger - som virksomheder overalt - at beholde den arbejdskraft, de har oplært og måske ofret eksterne kurser på, og mister den nødig til konkurrenter. Imidlertid er der ofte et relativt større flow mellem virksomheder inden for en klynge - ikke fordi omsætningen i sig selv er større, men fordi arbejdskraften ofte er meget lidt geografisk mobil og i tilfælde af jobskifte naturligt finder ansættelse inden for klyngen. Dette finder den enkelte virksomhed måske pinagtigt, men for klyngen er det positivt, fordi arbejdskraftens kvalifikationer bliver gradvist højere.

Kompetenceklynger byder på fordele for den enkelte virksomhed, for arbejdsstyrken og for hele samfundet af aktører i klyngen – der er derfor både individuelle fordele og en fælles klyngedynamik. De regionale kvaliteter, der kendetegner kompetenceklynger er specialisering af arbejdskraftens kompetencer og af erhvervslivet.

2.4 Stedskvalitet, urbane kvaliteter og klyngekvaliteter

De tre teoretiske perspektiver præsenteret i dette kapitel er alle eksempler på hvordan forskellige regionale kvaliteter kan forklare regional vækst. I teori om kompetenceklynger fremhæves specialisering af arbejdskraftens kompetencer og specialisering af erhvervslivet som særlige klyngekvaliteter, der skaber innovation og regional vækst. I teori om urbanisering betragtes særligt diversitet i arbejdskraftens kompetencer, diversitet i erhvervslivet og diversitet i byrummet som de urbane kvaliteter, der er kilde til innovation og regional vækst. Teorien om den kreative klasse læner sig op ad det urbane perspektiv, men her inddrages foruden diversitet også tilstedeværelsen af tolerance og bohemer i de stedskvaliteter, der tiltrækker den kreative klasse og derved skaber innovation og regional vækst. Grundtesen for de tre teorier er skitseret i figur 2.1.

Som illustreret i figur 2.1 skriver Richard Floridas teori om den kreative klasse sig ind i feltet mellem de klassiske teorier om urbanitet og klyngeteori. Det er ikke så sært, da Richard Florida tidligere arbejdede med klyngeteori og udviklede teorien om den kreative klasse som alternativ til klyngeteoriens lovprisning af specialisering. De regionale kvaliteter, der af Jane Jacobs blev fremhævet som styrker ved urbanitet, er også en del af Richard Floridas teoriapparat. De centrale begreber for tiltrækningen af den kreative klasse er dog tolerance, kunstnere og diversitet i arbejdsstyrkens kompetencer. Alle tre teorier forudsætter, at der i kraft af interaktionen mellem mennesker inden for en geografisk region opstår synergieffekter, der gør fællesskabet til mere end summen af individer.



3 Rapportens empiriske grundlag

Denne rapport bygger på analyser af kvalitative data for otte danske byregioner, der er udvalgt på baggrund af statistiske data. I afsnit 3.1 beskrives det overordnede undersøgelsesdesign, der er udviklet i samarbejde med forskere ved universiteter i de øvrige syv lande involveret i projekt *'Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis.'* I afsnit 3.2 beskrives selve dataindsamlingsprocessen, der er baseret på en kombination af skriftligt materiale og interview. I afsnit 3.3 beskrives den analytiske tilgang, hvor datamaterialet og teorien tilsammen giver indblik i den kreative klasses dynamik i de udvalgte byregioner. Endelig vurderes rapportens metodiske begrænsninger i afsnit 3.4.

3.1 Undersøgelsesdesign

Denne rapport er en analyse af otte danske byregioner baseret på data udarbejdet af og om byregionerne kombineret med interview med embedsmænd, erhvervsliv, beslutningstagere, personer fra kulturlivet og den kreative klasse i byregionerne. De otte byregioner er udvalgt ud fra det datamateriale, der var grundlaget for rapporten *"The Geography of the Danish Creative Class"*. Ud fra datamaterialet var det tydeligt, at nogle byregioner har tiltrukket en større andel af den kreative klasse end andre. De otte byer er udvalgt fordi de på forskellige måder er interessante i forhold til fordelingen af den kreative klasse.

Undersøgelsesdesignets overordnede ramme er udarbejdet i samarbejde mellem de otte europæiske lande, der deltager i projekt *'Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis'*, samt en repræsentant for de nordamerikanske analyser af den kreative klasse. Helt overordnet er der tre typer af byregioner i analysen:

- Primære byregioner (de største byer)
- Byregioner med en overraskende stor kreativ klasse i forhold til befolkningens størrelse
- Byregioner med en overraskende lille kreativ klasse i forhold til befolkningens størrelse.

En byregion er en funktionel enhed, hvor over halvdelen af den bosiddende arbejdsstyrke også arbejder inden for regionen. Byregioner består derfor af et erhvervsmæssigt centrum – centerkommunen – og det dertilhørende opland. Den erhvervsmæssige og befolkningsmæssige tyngde ligger oftest i centerkommunen. Derfor vil fokus i denne rapport være på centerkommunen.

I Danmark er otte byregioner udvalgt: København og Århus, som landets største byregioner, Odense og Aalborg i kraft af deres størrelse og fordi der er et dramatisk fald i andelen af den kreative klasse fra København og Århus til Odense og Aalborg. Svendborg og Sønderborg er udvalgt på grund af den bemærkelsesværdigt store kreative klasse i disse relativt små byregioner. Også Årø er udvalgt på denne baggrund, fordi det lille øsamfund har en overraskende stor kreativ klasse. Esbjerg byregion er udvalgt af to årsager, for det første fordi byregionen som helhed har en ganske lille kreativ klasse i forhold til sin størrelse, for det andet fordi Esbjerg Kommune i modsætning til de øvrige centerkommuner i de største danske byregioner, ikke har en markant større kreativ klasse end resten af regionen. Ikke alene har Esbjerg byregion altså svært ved at

tiltrække den kreative klasse, men det gælder særligt selve Esbjerg Kommune. Esbjerg byregion omfatter til gengæld andre kommuner med en særdeles stor kreativ klasse og for at illustrere den dynamik, der er mellem selve Esbjerg og disse kommuner, er Fanø inddraget i analysen.

Designet sikrer, at dynamikken bag den kreative klasses lokalisering, steds kvalitet og regional vækst bliver belyst for både store og små byregioner, byregioner med en stor og lille andel kreativ klasse og byregioner med forskellige profiler for steds kvalitet, den kreative klasse og erhvervsliv. De otte byregioner er cases, der godt nok ikke er repræsentative for alle danske byregioner, men er udvalgt fordi de tilsammen spænder over en ekstrem varietet af forskellige typer af byregioner.²⁶

3.2 Dataindsamling

Datamaterialet består af to hoveddele: skriftligt materiale udarbejdet om og af byregionerne og interview gennemført i forbindelse med projekt *'Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis'*. Det skriftlige materiale har bidraget med fakta om byregionerne, med perspektiver på de udfordringer, de arbejder med, og har været input til udvælgelsen af interviewpersoner. Interviewmaterialet har givet indblik i de perspektiver og diskussioner, der er fremherskende i de udvalgte byregioner. Det skriftlige materiale har været med til at udpege diskussionsfelter og interviewpersoner, mens interviewpersonerne har været med til at give nye perspektiver på det skriftlige materiale og har foreslået nyt skriftligt materiale og yderligere interviewpersoner.

I første omgang resulterede det skriftlige materiale og interviewene i en caserapport for hver byregion, der er sendt til alle interviewpersoner fra den pågældende byregion. Deres kommentarer og perspektiver er dernæst indarbejdet i den videre analyse i den udstrækning, det var muligt.

- København, Århus, Svendborg, Esbjerg og Fanø har været genstand for omfattende interview med beslutningstagere, forvaltning, erhvervsliv, kulturliv og den kreative klasse.
- I Sønderborg har vi talt med beslutningstagere, forvaltning, erhvervsliv og kulturliv, men ikke med den kreative klasse.
- I Odense, Ålborg og Ærø har vi af ressourcemæssige årsager måtte begrænse os til interview med forvaltningen.

En komplet oversigt over de interviewpersoner, der er interviewet i embedes medfør samt en oversigt over interview med anonymiserede privatpersoner findes i appendix I. I alt har mere end 90 personer bidraget til denne rapportes interviewmateriale.

Interviewene er, i den udstrækning det har været muligt, gennemført i byregionerne. I København, Århus, Odense, Svendborg, Sønderborg, Esbjerg og på Fanø har så godt som alle interview fundet sted 'on location'. På grund af det reducerede omfang er interview i Aalborg og på Ærø gennemført per telefon.

Perspektiver på den kreative klasse, og hvordan de søges tiltrukket fra politisk hold, belyses gennem interview med nøglepersoner fra de otte byregioners politiske og administrative niveauer. I hver byregion er der interviewet mindst to personer fra det politiske liv, oftest har de været borgmestre og byrådsmedlemmer, men også andre personer, der på anden vis er med til at tegne

byregionens politiske liv har deltaget. Politikere er udvalgt ud fra deres sagsområder og har været fra forskellige og så vidt muligt opponerende partier.

Gennem interview med ledere i erhvervsvirksomheder i hver byregion belyses den kreative klasses vigtighed for erhvervslivet. Virksomhederne er udvalgt ud fra to primære kriterier: Dels ud fra forretningsområde, dels ud fra om virksomheden eller dele af den er flyttet inden for de seneste år, eller på anden vis har geografiske udfordringer. I hver byregion har vi talt med mindst en virksomhed med et vidensintensivt forretningsområde og med mindst en virksomhed, hvor den geografiske lokalisering har været til overvejelse, eller har været anledning til betydelige overvejelser.

Endelig belyses den kreative klasses præferencer gennem gruppeinterview med medlemmer af den kreative klasse. Hver gruppe blev sammensat med henblik på størst mulig variation på parametre som alder, familiesituation, køn og om personerne tilhørte de forskellige grupper inden for den kreative klasse, som Richard Florida har defineret¹. I København og Århus har det også været et kriterium, at der både skulle være personer fra byregionernes centrum og fra oplandet i interviewgrupperne. Gruppeinterview er en drilsk størrelse, hvor dynamikken internt i gruppen spiller ind på emnevalg og udtalelser i et omfang, der er umuligt at styre for interviewerens²⁷. Gruppeinterviewene er da også alle meget forskellige. Alligevel er der fælles dimensioner, der kan udtrækkes. Når man på tværs af mange og vidt forskellige grupper møder de samme holdninger og overvejelser, giver det udtalelserne en betydelig tyngde.

3.3 Analysestrategi

Der findes ikke et entydigt billede af hver af de otte byregioner. Forskellige analyser har forskellige perspektiver, og målet har været at indfange essensen af disse perspektiver. Derfor er data hentet fra mange forskellige kilder og fra forskellige typer af kilder. Udover de mange interview har skriftligt materiale fra byregionerne og rapporter om regionerne været kilder til input. Interviewpersonerne er efterfølgende blevet præsenteret for materialet og har fået mulighed for at kommentere og uddybe deres perspektiver. Denne tilgang betegnes ofte som triangulering: ud fra forskellige ståsteder forsøger man at pejle sig ind på et perspektiv, der harmonerer med de fremherskende forestillinger.²⁸ Endnu en dimension af trianguleringen er de teoretiske perspektiver, der inddrages i rapporten.

Richard Floridas teori om den kreative klasse spiller en stor rolle i rapporten, da rapporten netop har som formål at undersøge de sammenhænge, Richard Florida påpeger. Teori og data er ikke to adskilte verdener, og gennem arbejdet med de otte byregioner stod det hurtigt klart, at dynamikken i alle byregionerne ikke kan forklares ud fra teorien om den kreative klasse alene. Derfor er Richard Floridas teori blevet suppleret med andre perspektiver: teori om urbanitet og teori om kompetenceklynger. Disse teorier er udvalgt, fordi deres forklaringsmodeller i flere tilfælde er mere relevante end eller supplerer Richard Floridas i forståelsen af det empiriske materiale. Målet er at bruge den teoretiske analyseramme til at forstå forskelle på den dynamik, der er på spil i de forskellige byregioner, og identificere de perspektiver, der bedst forklarer den

¹ Se afsnit 2.3.1

dynamik, der driver og hæmmer væksten i danske byregioner. Rapportens analyse er derfor resultatet af en vekselvirkning mellem teori og empiri.

De problemer, der analyseres i hvert af rapportens afsnit er sjældent lige relevante for alle byregionerne. Derfor er materialet fra en eller flere af byregionerne – men ikke dem alle - omdrejningspunkt for analysen i hvert afsnit. Det betyder ikke, at problemerne ikke eksisterer i de øvrige byregioner. I hvert af rapportens afsnit er blot udvalgt de byregioner, hvor det behandlede problem er mest fremtrædende.

3.4 Om rapportens tilgang

I alt empirisk samfundsvidenskabeligt arbejde er der en række overvejelser, man må gøre sig om de metodiske begrænsninger. I dette afsnit er fokus på en række af de væsentligste indvendinger mod denne rapports tilgang.

En af de grundlæggende indvendinger mod kvalitative metoder er den subjektive bias, der uafværgeligt vil være til stede. Den kommer til udtryk i mange former og på flere niveauer. Først i udvælgelsen af cases og interviewpersoner og dernæst i vægtningen og analysen af de informationer, der indsamles. I denne rapport er de otte byregioner i udgangspunktet udvalgt ud fra statistiske kriterier. Flere byregioner kunne med fordel have været inddraget i analysen, men det har ikke været muligt af ressourcemæssige årsager.

Interviewpersonerne i hver byregion er udvalgt efter de kriterier, der blev udviklet i analysedesignet sammen med de øvrige europæiske partnere. I udvælgelsen er der dog også skelet til lokale forhold og de diskussioner, der har præget byregionerne. Således har valget af interviewpersoner også været betinget af deres deltagelse i de lokale mærkesager, og det har i hver byregion været et klart mål at få repræsenteret så mange perspektiver på de lokale stridsspørgsmål som muligt. Tilgangen betyder, at analysen er foretaget med respekt for interviewpersonernes position i forhold til de lokale mærkesager. Også det skriftlige materiale kan være påvirket af agendaer og politiske spil - særligt det materiale, der er udarbejdet i byregionerne. Materialet har derfor været genstand for kritisk vurdering.

Endelig er et gennemgående problem, om interviewpersoner og skriftlige kilder fortæller det, de mener, er sandheden, eller det, de ønsker, er sandheden, og om kendskab til teorier om værdien af kompetenceklynger og den kreative klasse farver deres udsagn. Det er alvorlige problemer, der dog mindskes af trianguleringen af forskellige kilder og metoder. I enkelte tilfælde, særligt for Aalborg, Odense og Marstal, er der få kilder, der belyser de forskellige emner. Her er metoden svagere. Samlet set giver inddragelsen af forskellige typer kilder og interviewpersoner med forskellige standpunkter og udgangspunkter dog et godt grundlag for analysen.

I rapporten tages udgangspunkt i byregioner, da de er udgangspunktet for Richard Floridas teoretiske bidrag, men i praksis har det vist sig vanskeligt at inddrage alle dele af byregionerne ligeligt i analysen. Fokus kommer let til at være på den centrale kommune i hver byregion, da det er her, hovedparten af det skriftlige materiale og de fleste interviewpersoner kommer fra.

4 Præsentation af cases - de otte byregioner

Hver byregion har en unik sammensætning af mennesker, erhvervsliv og kulturliv, der er så kompleks, at man umuligt kan indfange den præcise udviklingsdynamik i en rapport som denne. I dette og de følgende empirisk baserede kapitler er kodeordet derfor udvælgelse: Der er udvalgt otte byregioner ud fra det statistiske materiale; for hver af de otte byregioner er udvalgt en række interviewpersoner, og ud af det materiale, det har resulteret i, er der udvalgt en række faktorer, vi anser for afgørende for disse byregioners mulighed for at tiltrække den kreative klasse. Hver af de otte byregioner rummer flere og mere komplekse sammenhænge end dem, vi kan præsentere i denne rapport. Men de udvalgte perspektiver giver et indblik i væsentlige dimensioner af byregionernes styrker, svagheder, muligheder og udfordringer i forhold til tiltrækning af den kreative klasse og regional vækst.

I dette kapitel fire gennemgås de otte byregioner kort. Formålet er at give læseren et overblik samt at sætte rammerne for analyserne i de efterfølgende kapitler.

4.1 København Byregion

"Vi forsøger at sige, at København er dynamoen i Danmark. Vi er den eneste by i Danmark, der har det internationale format til at konkurrere med de store byer i udlandet. Her taler vi om Stockholm, Berlin, Hamborg, London osv. Vi anser København for at være en international metropol, som skal være konkurrencedygtig på internationalt niveau." (O. Rolf Larssen, Administrerende Direktør, Copenhagen Capacity)

Med omkring 500.000 indbyggere er København både Danmarks hovedstad og største by. Københavns Byregion omfatter hovedparten af kommunerne på Sjælland², der tilsammen rummer lige over 2 mio. indbyggere.²⁹ København er centrum i en vidt forgrenet Hovedstads- og Øresundsregion med borgere, der bor og arbejder på kryds og tværs af kommune-, amts- og landegrænser.³⁰

København er en by med en tusindårig historie. Byen har udviklet sig fra fiskerby, til handelsby og senere til Danmarks hovedstad. København voksede i takt med, at den fik større betydning som knudepunkt for handlende. Byen har overlevet både store brande, pest og et bombardement fra den engelske flåde. I perioden 1890-1900 blev voldene omkring København sløjfet, og brokvartererne anlagt. I 1901 blev Københavns Kommune udvidet med store landområder nord, syd og vest for byen.

I de seneste årtier har byen været præget af store restaureringsarbejder i de historiske bydele og nedrivninger og saneringer af de gamle arbejderkvarterer fra slutningen af 1800-tallet. I 1990'erne

Figur 4.1:

Den kreative klasse i København Byregion

Befolkning	2 129 086
Den kreative klasse i alt (%)	32,53
Den kreative kerne (%)	12,02
De kreative professionelle (%)	19,39
Bohemer (%)	1,11
Data fra Danmarks Statistik, 2002	

² Se appendix II for oversigt over alle otte byregioner med tilhørende nye og gamle kommuner

blev der sat gang i en omfattende byfornyelse af bl.a. Vesterbro. I modsætning til tidligere har man bevaret flere ejendomme og indrettet moderne boliger med tidssvarende installationer bag de gamle facader. Den ældste bykerne er nu primært et forretnings- og forlystelsescentrum, som tiltrækker folk fra omegnen, – og fra hele verden. Det kulturelle liv blomstrer, bl.a. efter den store satsning på København som eksempelvis europæisk Kulturby 1996 og vært for MTV European Music Awards 2006.³¹ Gamle, historiske bygninger blander sig med ny arkitektur; man kan gå i det Kgl. Teater, se den nye Opera eller besøge det alternative Christiania. Der er noget for enhver smag.³² København er i forhold til mange andre storbyer lille og lavt bebygget, men har samtidig en storbys faciliteter.

I takt med at militæret, industrihavnen og traditionelle fremstillingsindustrier forlader de indre byområder, får Københavns befolkning nye attraktive arealer stillet til rådighed. Det giver plads til nye boliger, kulturelle institutioner og erhverv. Nybyggerier i København ledsages som regel af debat om, hvordan man sikrer balancen mellem de historiske kvaliteter og behovet for moderne byggeri, forbedret infrastruktur og en mere åben og fleksibel by³³. Byens geografiske struktur er under udvikling, og byggerier langs Københavns havnefront, etableringen af Ørestaden, udnyttelsen af Københavns havn til badning, samt etableringen af Amager Strandpark er alle eksempler på, hvordan byens rum udvikles.³⁴

Som landets hovedstad huser København Folketinget, regeringen og kongehuset midt i byen, og mange danske virksomheder og organisationer har deres hovedsæder placeret i byen.³⁵ København har også en høj koncentration af forsknings- og uddannelsesinstitutioner, en velfungerende infrastruktur, store internationale virksomheder og et væld af kulturtilbud.

Øresundsbron, Københavns Lufthavn, Københavns Havn, samt de internationale vej- og jernbaneforbindelser sikrer København gode forbindelser til det øvrige land, Europa og oversøiske destinationer.³⁶ Københavns Lufthavn er den skandinaviske hovedlufthavn, dvs. transferlufthavn for flytrafikken mellem den øvrige verden og de mange nationale og regionale lufthavne i Skandinavien samt området syd for Østersøen.³⁷ Havnedriften i Københavns Havn er i dag stort set samlet i Nordhavn og ved Prøvestenen (Østhavnen). Det er sket for at sikre en moderne havnedrift, men også for at tilgodese byens behov.³⁸

Internt kendetegnes København ved den såkaldte 'Fingerby' med grønne kiler imellem byfingrene, der sikrer let adgang til grønne områder fra alle dele af byen.³⁹ Byplanlægning og velfungerende infrastruktur gør, at de trafikale problemer med kødannelser er væsentligt mindre end i andre storbyer.⁴⁰ Den offentlige transport er veludbygget og rimelig velfungerende, og med metroen er det blevet væsentligt lettere at komme hurtigt rundt i indre København.⁴¹ Samtidig har København gennem årene fastholdt og udviklet sin rolle som cyklernes by. En meget stor del af byens interne trafik afvikles dermed på en bæredygtig og miljøvenlig måde, og der er nu flere cyklister end bilister i indre København.⁴²

Der er generelt en meget stor ind- og udflytning til og fra København, hvilket hænger sammen med byens status som universitetsby og erhvervscentrum.⁴³ De seneste år er udviklingen gået mod, at flere familier, og flere studerende er flyttet til København. København er samtidig den by i Danmark med det største antal borgere med anden etnisk herkomst.⁴⁴ I bybilledet ses dette bl.a. ved mange kiosker, grønthandlere og restauranter, som drives af de nye københavnere. Der er mange kunstnere, musikere, designere, for hvem København er ramme for deres kreative udfoldelser, ligesom byen er et fristed for homo, bi- og transseksuelle og internationalt kendt som

en tolerant by i kraft af bl.a. Christiania.⁴⁵ København byder således på lidt af hvert og har en stor diversitet af mennesker.

Med bro- og tunnelforbindelsen blev København, Malmø og Skåne-regionen knyttet tættere sammen i det, der kaldes Øresundsregionen med i alt 3,5 mio. indbyggere inden for en radius af 100 km.⁴⁶ Øresundsregionen har den største koncentration af højtuddannet befolkning i Nordeuropa. Der er et stærkt innovationsmiljø som følge af et veludviklet samarbejde mellem industri, universitets- og myndighedsverdenen, og regionens 14 universiteter og højere læreranstalter huser hele 150.000 studenter og flere end 10.000 forskere.⁴⁷ København udgør det befolkningsmæssige og funktionelle tyngdepunkt i Øresundsregionen og vil i de kommende år udvikle sig til et centrum i en stærk vækstregion, der strækker sig hen over Sjælland og videre til Skåne og Göteborg.⁴⁸

Som en væsentlig del af Ørestadsregionen er København hjemsted for Medicon Valley - et ekspanderende centrum for bioteknologisk/medicinsk og videnskabelig forskning. I regionen er der mere end 500 "lifescience" virksomheder.⁴⁹ Hovedstadsregionen rummer teknologiske spidskompetencer på en række områder: Trådløse teknologier, optisk kommunikation, micro- og nanoteknologier, e-solutions (e-government, e-commerce, and e-learning) og inden for optisk kommunikation bliver Danmark betragtet som et af de tre mest interessante forsknings- og udviklingscentre, blandt andet på grund af Mikroelektronikcentret (MIC) og Com-centret (Center for Communications, Optics and Materials) ved Danmarks Tekniske Universitet, som sammen med en række private virksomheder forsker i udviklingen af avancerede optiske teknologier.⁵⁰

Erhvervsstrukturen i København er kendetegnet ved at have mange videns-, service- og kulturvirksomheder. Diversiteten i erhvervsstrukturen er afgørende for at opnå den diversitet, som er nødvendig for byens status som metropol. Hovedstadsregionen ligger væsentligt højere end de øvrige danske regioner på de vækstdrivere, der ifølge OECD er centrale for regioners vækst i en globaliseret verden. Det er især menneskelige ressourcer, nye virksomhedsetableringer, innovationsevnen og brugen af informations- og kommunikationsteknologi.⁵¹ Hovedstadsregionen er i forhold til resten af landet specialiseret inden for fire ressourceområder; IT/kommunikation, medico/sundhed, turisme og transport/logistik.

København er Danmarks førende center for kreative brancher. For størstedelen af virksomhederne inden for de kreative brancher er beliggenheden i København af stor betydning. Ikke blot fordi koncentrationen af virksomheder og arbejdskraft er større i København end i nogen anden dansk by, men også fordi København er den primære indgang til Danmark fra udlandet.⁵² De kreative brancher er et højvækstområde, der har potentiale til at få endnu større erhvervsmæssig betydning i fremtiden.⁵³

København rummer både en række uddannelsesinstitutioner med relevans for de kreative brancher samt en kritisk masse af fleksibel arbejdskraft. Det er helt afgørende for udviklingen af de kreative brancher i København, at uddannelsesinstitutionerne er i stand til at tilbyde uddannelser på et internationalt niveau med kapaciteten til at imødegå en stigende efterspørgsel og med fleksibiliteten til at omstille sig til de kreative branchers ofte meget hurtige skift i teknologier og teknikker.⁵⁴

Københavns kvaliteter og tiltrækningskraft er ikke gået ubemærket hen. Flere priser har skabt international opmærksomhed omkring byen. Financial Times kårede København som "Årets

Nordiske By 2004", og København blev nr. 2 som "Årets europæiske by" kun overgået af Barcelona i 2004.⁵⁵ Magasinet Wallpaper kårede i 2004 København til en af de ti mest cool destinationer i verden, som en trendsætter indenfor mode, design og arkitektur.⁵⁶ Den britiske arkitektforening RIBA (Royal Institute of British Architects) udnævnte i 2005 København som "årets by i Europa".⁵⁷ For andet år i træk (2005-2006) er København kåret som "The Scandinavian City of the Future" af Financial Time's fDi Magazine.⁵⁸

4.2 Århus Byregion

"Århus er jo en provinsby, det synes jeg ligeså godt, man kan slå fast, men samtidig er det en sofistikeret provinsby. Byen har kombinationen af viden og kultur, og det er helt klart en fordel. Jeg mener, Århus har et fantastisk potentiale, hvis vi spiller kortene rigtigt." (Bestyrelsesformand for Kaospiloterne og byrådsmedlem i Århus Kommune)

Århus er hovedbyen i Århus Byregion, som omfatter adskillige af de østjyske kommuner. Århus er Danmarks næststørste by med status som Danmarks 'jyske hovedstad'. I årene op til 1970 havde Århus alvorlige strukturproblemer. Århus Kommune var præget af pladsmangel og vigende skattegrundlag. En stor del af de mennesker, der arbejdede i byens større industrivirksomheder, boede ikke i den daværende Århus Kommune, men i de dengang selvstændige forstadskommuner, der lå som en ring rundt om byen. Med kommunesammenlægningen i 1970 blev de gamle forstadskommuner sammenlagt med Århus Kommune, og dermed blev det økonomiske fundament for Århus som regional vækstmotor og moderne storby dannet.⁵⁹

Figur 4.2:

Den kreative klasse i Århus Byregion

Befolkning	501 339
Den kreative klasse i alt (%)	31,24
Den kreative kerne (%)	12,51
De kreative professionelle (%)	17,66
Bohemer (%)	1,07
Data fra Danmarks Statistik, 2002	

På kulturområdet har Århus i mange år været kendt for et eksperimenterende undergrundsmiljø der har fostret mange talenter. Århus har gradvist ændret profil, og de senere år har der også været fokus på finkultur gennem en række etablerede kulturinstitutioner.

Århus er en by i vækst. Der er en markant fremgang i beskæftigelsen, et højt indkomstniveau⁶⁰ og en høj koncentration af større koncerner, uddannelsesinstitutioner, forsknings- og vidensinstitutioner i Århus byregion. Århus by er hele områdets erhvervsmæssige kraftcenter med en massiv indpendling fra oplandet - særligt fra byens omegnskommuner. Erhvervsdynamikken i Århus-området er ved at brede sig fra selve Århus Kommune til også at omfatte omegnskommunerne.⁶¹

På erhvervsområdet har Århus særligt markeret sig inden for fire vidensintensive fagområder: Fødevarer, der huser en række centrale spillere inden for fødevarerindustrien, og hvor koncentrationen af fødevarer virksomheder og virksomheder med tæt tilknytning til fødevarerbranchen er høj. Biomedicin/teknologi, hvor Aarhus Universitet og Århus Universitetshospital har et stærkt videnskabeligt fundament inden for forskningen og undervisningen i genetisk medicin, molekylærbiologi, bioteknologi, medicinsk teknologi, fødevarer og landbrug. Nanoteknologi, hvor det interdisciplinære Nanoscience Center (iNANO)

ved Aarhus Universitet har kompetencer inden for fagområderne fysik, kemi, molekylærbiologi og det sundhedsvidenskabelige område. Og endelig IT/kommunikation, hvor Århus foruden Alexandra Instituttet også rummer IT-byen Katrinebjerg. I IT-byen Katrinebjerg har Aarhus Universitet samlet alle IT-uddannelser og IT-forskning. Blandingen af forskning og erhverv under et tag har til formål at fremme synergieffekter, skabe ny viden og sikre Århus en position på området. IT og kommunikation beskæftiger pt. 13,2 % af arbejdsstyrken i Århus Amt.⁶²

Den trafikale infrastruktur i og om omkring Århus er velfungerende. Dog har placeringen af Århus Lufthavn ca. 30 min. kørsel fra Århus gennem en årrække været genstand for diskussion. Både politikere og erhvervsfolk giver udtryk for, at afstanden til lufthavnen blokerer for byens internationalisering og sætter begrænsninger for, hvilke virksomheder der vælger at lokalisere sig i området omkring Århus.

Der er de seneste år iværksat en del tiltag til forskønnelse af Århus by. Århus Å er blevet åbnet, og der er etableret et miljø med cafeer, udeservering og folkeliv langs åens løb.⁶³ Som så mange andre havnebyer arbejder Århus også med udvikling af havnefronten, efterhånden som havnens funktion som trafikhavn flyttes ud af byen. Visionen er, at omdanne de bynære havnearealer til et attraktivt område med en blanding af boliger, butikker, cafeer, kontorer, uddannelses og kulturaktiviteter. Århus Havn er også Danmarks største containerhavn, hvor 65 % af al dansk containertrafik går igennem, og denne stærke position agter havnen at fastholde, hvorfor der er igangsat en udvidelse af arealerne.⁶⁴

Områderne Gellerup, Hasle og Herredsvang har haft en række problemer af primært social karakter. De er blevet adresseret ud fra et bredere perspektiv end det traditionelt sociale. Århus Kommune har integreret viden fra forskellige faglige områder i en bredspektret indsats for at skabe positive synergieffekter mellem indsatserne.

Århus er en storby i og med, at området har den urbane diversitet, der kræves af en storby, men samtidig er byen ikke større, end at folk kender hinanden inden for brancher og interesseområder, og mange projekter løses gennem netværk. Denne spænding mellem provinsiel nærhed og storbyens muligheder giver Århus både udfordringer og potentiale.

4.3 Odense Byregion

"Jeg tror, det, der får folk til at flytte til Odense, er kombinationen af jobmuligheder, at basis er i orden, med børnehaver, parcelhusgrunde osv. og så er her noget mere – bl.a. en attraktiv bymidte og en grøn profil, der kan tilbyde en nogle oplevelser." (Jette Flinch Nyrop Projektleder på "Liveable City", By- og Kulturforvaltningen i Odense)

Odense er landets tredjestørste by. Der er et godt udbygget motorvejsnet til resten af landet både mod øst og vest, og Storebæltsbroen har gjort det lettere at komme hurtigt til og fra Odense, hvilket betyder, at otte ud af ti danskere kan komme til Odense inden for 1½ time.⁶⁵

I Odense midtby findes den middelalderlige bykerne med stræder, klostre og markedspladser, og mellem åen og fjorden ligger vikingetidens voldanlæg⁶⁶. For 200 år siden blev der gravet en kanal fra byen ud til Odense fjord, så Odense kunne få en havn. Den bliver i dag inddraget i

byplanlægningen, hvor der ud fra en overordnet byomdannelsesplan løbende udarbejdes lokalplaner, der gør det muligt at etablere bl.a. private og almene boliger, kontor- og serviceerhverv, kulturelle institutioner og derved skabe rammer for byliv og aktiviteter. Byens mange villaer og det begrænsede høje byggeri giver Odense et mindre storbyagtigt præg, og byen betragtes derfor af mange som en 'flad' by.⁶⁷ Der er gjort en stor indsats for at gøre byen velegnet for cyklister, og i 1999 blev Odense udnævnt til Danmarks cykelby nr. 1.⁶⁸

Et stigende antal virksomheder vælger at flytte til Odense, og byen er således den by i Danmark, der har solgt mest erhvervsjord inden for de seneste år. Det er let at komme til og fra Odense med det udbyggede motorvejsnet til resten af Danmark, og derfor vælger mange virksomheder at placere centrallagre i byen.⁶⁹

Odense har siden 1980'erne profileret sig på genanvendelsen af Brandts Klædefabrik, som har udstillinger og en bred vifte af kulturelle tilbud. Der er igangsat et projekt for opførelsen af et nyt musik og teaterhus, der skal placeres i umiddelbar nærhed af det eksisterende koncerthus og H.C. Andersen-kvarteret. Det igangværende projekt "The Liveable City" sigter mod at gøre Odense bymidte til et bedre sted for både borgere og erhvervsdrivende.

De betydeligste erhverv i Odense er service, metalforarbejdning og gartneri. Især inden for jern- og metalindustrien og fødevarerfremstillingen er regionen presset af globaliseringen og de nye væksterhverv mærker et sug af talenter til København og Århus. Værdiskabelsen og produktiviteten i det private erhvervsliv er på middelniveau sammenlignet med andre regioner.⁷⁰

Figur 4.3:
Den kreative klasse i
Odense Byregion

Befolkning	367 502
Den kreative klasse i alt (%)	24,69
Den kreative kerne (%)	9,76
De kreative professionelle (%)	14,28
Bohemer (%)	0,66
Data fra Danmarks Statistik, 2002	

4.4 Aalborg Byregion

"Aalborg er en lille og overskuelig storby. Det er vigtigt for folk, når de vælger at flytte hertil. Byen er ikke så stor i omkreds, så man kan overskue den og møde hinanden, så man ikke forsvinder. Vi har en tradition for at snakke sammen, og det giver tryghed." (Claus Svenstrup, Økonom, Kultur- og Fritidsforvaltningen)

Historisk set har Aalborg været en handelsby, og indtil midten af 1800 tallet var byen Jyllands største. Efter en periode med nedgang blomstrede byen op igen i slutningen af 1800-tallet, da jernbanen blev ført til byen.⁷¹

I nyere tid har Ålborg særligt gjort sig bemærket ved målrettet at satse på at blive førende inden for IT- og telekom-brancher. Kompetencerne inden for IT har været medvirkende til, at regeringen har udpeget Det Digitale Nordjylland til et digitalt IT-fyrtårn. Det Digitale Nordjylland tager udgangspunkt i

Figur 4.4:
Den kreative klasse i
Ålborg Byregion

Befolkning	359 963
Den kreative klasse i alt (%)	24,03
Den kreative kerne (%)	9,20
De kreative professionelle (%)	14,42
Bohemer (%)	0,41
Data fra Danmarks Statistik, 2002	

samarbejdet mellem virksomheder, Aalborg Universitet, NOVI og en række af regionens offentlige myndigheder.

Der har i en årrække været arbejdet på at forskønne og begrænse trafikken i den centrale del af Aalborg, og der er etableret nye pladser i midtbyen, gamle facader er renoveret, og gader er blevet forskønnede. Mølleparken, der er en grøn oase tæt ved bymidten, benyttes om sommeren til at afholde koncerter. Jomfru Ane Gade i Aalborg er måske Danmarks mest kendte gå-i-byen-gade. Gaden er en del af det gamle Aalborg, og facaderne på de gamle huse er blevet renoveret, mens den gamle brolægning er bevaret. De tidligere industriområder langs havnen i både Aalborg og Nørresundby omdannes i disse år til kvarterer med boliger og liberalt erhverv.

Som en af Danmarks største provinsbyer har Aalborg en række institutioner og faciliteter på kulturområdet, men byen og særligt regionen mangler en kritiske masse af jobmuligheder og initiativer inden for især de kunstneriske fag. Derfor arbejder regionen med den udfordring at tiltrække og fastholde et vækstlag af talenter i området.

4.5 Svendborg Byregion

"Svendborg er et attraktivt sted at være for kreative mennesker både på grund af kulturlivet i byen og på grund af naturen omkring os." (P. C. Jørgensen, Erhvervschef, Svendborg Erhvervsråd)

Svendborg Byregion ligger på Sydfyn omgivet af det sydfynske øhav. Som gammel købstad og havneby er Svendborg områdets handels-, erhvervs- og uddannelsesby. Frem til år 1900 skete der store forandringer i selve Svendborg by; havnen blev udbygget, og byen voksede uden for bymurene, men den oprindelige bystruktur afspejles stadig i det knudrede og forgrenede gadenet omkring Vor Frue kirke og Sankt Nicolai kirke, og bykernen er en af de bymæssige kvaliteter der ofte fremhæves ved Svendborg. Hele bykernen er ført tilbage til den oprindelige stil med brolægninger og renoverede gamle byhuse.⁷²

Svendborg er en gammel søfartsby, og søfolk har gennem tiderne sat deres præg på byen. De bragte handel og nye indtryk til byen og skabte et livligt bymiljø. Derfor har Svendborg også hyppigt haft kontakt til omverden og fjerne landes kulturer, og Svendborg er på mange måder stadig præget af den dynamik, de mange søfolk har tilført byen⁷³.

Selvom det er landbrug, fiskeri og håndværk, der dominerer den øvrige region, er Svendborg by præget af et alsidigt forretningsliv. Svendborg er en mindre by, men alligevel rummer byen et stort udvalg af specialbutikker med lækre mærkevarer og alverdens specialiteter. Detailhandelen er koncentreret i den gamle bymidte, men også forretningscentre i og uden for byen har gjort Svendborg til et handelscentrum for hele det sydfynske område.⁷⁴

Med industrialiseringen kom der et værft og flere store fremstillingsvirksomheder til byen og særligt til havnen. De fleste er nu lukket, og der er mange overvejelse om, hvordan man bedst kan udnytte havnearealerne.

Figur 4.5:

Den kreative klasse i Svendborg Byregion

Befolkning	57 931
Den kreative klasse i alt(%)	26,74
Den kreative kerne (%)	10,90
De kreative professionelle (%)	15,25
Bohemer (%)	0,59
Data fra Danmarks Statistik, 2002	

Kulturlivet er præget af mange frivillige aktiviteter i forskellige foreningsmiljøer. Med forgreninger tilbage til 60'ernes indryk af flippere, er der mange små spillesteder og kulturelle arrangementer. Foruden de mange professionelle kunstnere er der således et vækstlag af amatører, der er aktive i både foreninger og ved private arrangementer.

4.6 Sønderborg Byregion

"Jeg tror ikke, der er nogle særlige kvaliteter ved selve Sønderborg, der adskiller byen fra andre smukke byer og trækker folk hertil. Det er det, vi skal have skabt. Vi får jo et rigtig fint universitet og rum til kultur og koncerter, vi vil være kendt for vores mechatronics-område, vi har Danfoss, og vi er den største industriklynge i Danmark. Men der skal mere til." (Bent Jensen, Administrerende direktør og ejer af Linak)

I Sønderborg Byregion, er Sønderborg den største by med ca. 30.000 indbyggere.⁷⁵ Der er en betydelig intern pendling i Sønderborg Byregion, men meget begrænset pendling til og fra regionen.⁷⁶ Ni ud af ti arbejder således lokalt.⁷⁷ Der er heller ikke mange, som kommer udefra for at arbejde i området. Det hænger sammen med, at Sønderborg ligger som en ø i det sydøstlige hjørne af Jylland. Mod nord og vest er der langt til de nærmeste større byer, mod øst er området afgrænset af vand og mod syd ligger grænsen som en mental barriere. Lufthavnen i Sønderborg med daglige afgang til København skaber vigtige forbindelser udadtil, og den kommende motorvejsforbindelse mellem Sønderborg og Kliplev ved E45 bliver endnu en vigtig transportåre.⁷⁸

Figur 4.6: Den kreative klasse i Sønderborg Byregion	
Befolkning	75 667
Den kreative klasse i alt (%)	26,61
Den kreative kerne (%)	9,82
De kreative professionelle (%)	16,30
Bohemer (%)	0,49
Data fra Danmarks Statistik, 2002	

I forhold til byregionens størrelse og indbyggertal har området et alsidigt musikliv, der spænder fra klassisk til moderne musik. Dertil kommer en række teaterscener og et aktivt foreningsliv. Sønderborg Kommune har med et nyt initiativ kaldet 'Byens Scener' forsøgt at forbedre udfoldelsesmulighederne og synliggøre byens kulturelle aktiviteter yderligere, og med byggeriet af Alsion på havnen søger man at give kulturlivet og uddannelsesinstitutionerne gode fysiske rammer.

Området har, som det meste af Danmark, traditionelt været domineret af landbrug, men inden for de seneste 50 år har særligt ingeniørbaserede industrier vundet frem. På trods af den geografiske udfordring har Sønderborg formået at markere sig som en stærk spiller inden for kombinationen af mekanik, elektronik og software – det man kalder mechatronics. Sønderborg er nu en af Danmarks førende regioner inden for ingeniør og teknologidisciplinerne⁷⁹, hvilket hænger tæt sammen med virksomheden Danfoss' placering i området og den spill-over effekt, det har på etablering af andre virksomheder.

4.7 Ærø

"Jeg tror ikke, at Ærø har nogle konkurrenter. De fleste, der bosætter sig her, har været på ferie på øen en del gange og vælger så at flytte hertil, fordi de synes, her er utroligt dejligt. Så jeg tror ikke, det er et valg mellem forskellige steder." (Kirsten Clausen Afdelingsleder, Kultur og socialafdelingen, Ærø Kommune)

Ærø er ca. 30 km lang og 8 km bred på det bredeste sted og tilhører gruppen af mellemstore danske øer. Øen, der ligger syd for Fyn, er beboet af ca. 7.000 personer, og den største by er Marstal.⁸⁰ Ærø er medtaget i analysen, fordi andelen af den kreative klasse i Marstal Byregion er overraskende stor, og det i praksis viste sig at være så godt som umuligt at adskille Marstal fra resten af Ærø.

Marstal er en by med stræder og smalle gader med restauranter, caféer og et mangfoldigt forretningsliv. Byen er præget af søfart og Marstalskibe har sejlet på verdenshavene gennem århundreder. Søfart dominerer stadig byen, som gennem mere end hundrede år har uddannet navigatører til den danske handelsflåde.⁸¹

Historisk set betød krigen i 1864, at Ærø blev skilt fra

Sønderjylland og igen blev en del af det danske kongerige, hvilket gjorde, at søfarten blomstrede op. I 1700-tallet var der sejlads med landbrugsvarer til Sydnorge og Østersøen og senere til andre dele af verden som Rio Grande, Arkhangelsk og Marokko. I 1890 kulminerede Ærø's sejskibsflåde med ca. 350 sejskibe.⁸² I dag har Ærø, ligesom flere andre danske øer, problemer med fraflytning. Der er få unge og forholdsvis mange ældre på øen.

Landbrug, søfart, skibsværftsvirksomhed, skolevirksomhed såsom navigationskolen, højskoler, efterskoler samt turisme er de bærende erhverv på Ærø. Øen har også markeret sig på energiområdet med verdens største solfangeranlæg i Marstal

På Ærø er der mange der beskæftiger sig med kunst og kunsthåndværk. Omkring 100 personer enten udstiller, underviser i eller udøver kunst. Så selvom andelen af bohemer statistisk set er lille, er der mange selvstændige, deltids og besøgende kunstnere. Ærø Kunstforening skaber et fælles forum for kunstnere, kunsthåndværkere og øvrige kunstinteresserede.

Figur 4.7:
Den kreative klasse i
Marstal Byregion (Ærø)

Befolkning	3 331
Den kreative klasse i alt(%)	23,70
Den kreative kerne (%)	6,67
De kreative professionelle (%)	16,89
Bohemer (%)	0,14
Data fra Danmarks Statistik, 2002	

4.8 Esbjerg Byregion

"De, der vælger at bo i Esbjerg, føler, at byen har, hvad man har brug for. Det er en mindre uddannelsesby i forhold til København og Århus, og hvis man er tryghedssøgende, skal man vælge Esbjerg." (Pernille Kragh Rühe, Marketingschef, Esbjerg Erhvervscenter)

Esbjerg Region ligger i den vestlige del af Midt- og Sønderjylland. Mod vest er regionen afgrænset af Vesterhavet. Fanø, som er ca. 56 km² stor, ligger lige uden for Esbjerg havn, og er en af de i alt 42 frisiske øer, der danner grænsen imellem Vesterhavet og Vadehavet.

Historisk set har havnen haft en altafgørende betydning for Esbjergs udvikling. Starten på byens udvikling var grundlæggelsen af Esbjerg havn i 1868⁸³, og Esbjerg er derfor en ganske ung by. Havnen og fiskeriet har været omdrejningspunktet for byens gevaldige økonomiske og befolkningsmæssige vækst. I 1968 var Esbjerg hjemhavn for 600 fiskekuttere, som landede tonsvis af rødspætter, torsk og kuller til Esbjerg Fiskeauktion hver uge og industrifisk til

fiskemelsfabrikkerne. I dag er fiskeauktionen lukket, og rødspættefiskeriet er næsten forsvundet. Tilbage er godt 30 store ståltrawlere som leverer tobis og brisling til fiskemelsfabrikken Triple

Nine på fiskerihavnen.⁸⁴ Alligevel hænger historien ved, og mange opfatter stadig Esbjerg som en fiskeby. At der lugter af fisk i Esbjerg er en af de ting, der hænger ved, når man taler om byen.

I dag er off-shore området en af Esbjergs styrkepositioner og området huser 80 % af Danmarks off-shore aktiviteter. Branchen giver grobund for mange virksomheder inden for service, produktion og supply. Da Esbjerg er regionscenter, er byen også hjemstad for mange offentlige institutioner inden for administration, sygehusvæsen, uddannelse, forskning og kultur. Derfor har beskæftigelsen i den offentlige sektor en relativt stor tyngde. I byen er der mange store virksomheder, med en høj andel af eksport, som benytter havnen i Esbjerg.

Der er sket meget i forsøget på at gøre Esbjerg mere attraktiv og slippe af med det dårlige image. Esbjerg er i dag en uddannelsesby i kraft af samarbejdet med Aalborg Universitet og Syddansk Universitet. Esbjerg har også fået et musikhus og et kombineret medborgerhus og spillested.

Esbjerg byregion adskiller sig fra alle de øvrige større byregioner ved, at den kreative klasse ikke er koncentreret i centerkommunen – Esbjerg kommune. I de øvrige større byregioner er der ellers en tydelig tendens til, at centerkommunen har en større kreativ klasse end byregionen generelt. For Esbjergs vedkommende er forklaringen, at flere af de andre kommuner i Esbjerg byregion appellerer mere til den kreative klasse end selve Esbjerg. Selvom Esbjerg er det erhvervsmæssige, forvaltningsmæssige og økonomiske centrum for byregionen, foretrækker den kreative klasse altså at bo andre steder i regionen. Her er Fanø udvalgt som eksempel på den dynamik, der trækker de kreative væk fra selve Esbjerg by. Den lille ø har en stor kreativ klasse, på trods af sin afsondrede beliggenhed.

Fanø har i over 100 år været et sted, hvor de mere velbeslåede tog hen og holdt ferie. Mange folk forbinder Fanø med et dejligt sted at have sommerhus, og for mange af dem der i dag bor på Fanø, startede det da også med et sommerhus.

Det er især naturskønheden og det aktive foreningsmiljø, der er de store trækplastre. Takket være naturskønheden, turismen og beboernes vilje, har det på Fanø været muligt at skabe et livligt foreningsliv og lokalmiljø af kunstnere. Der er omkring 100 registrerede foreninger og det vel at

Figur 4.8:
Den kreative klasse i
Esbjerg Byregion

Befolkning	175 273
Den kreative klasse i alt(%)	20,87
Den kreative kerne (%)	7,61
De kreative professionelle (%)	12,97
Bohemer (%)	0,28
Data fra Danmarks Statistik, 2002	

mærke i en kommune med kun 3100 borgere. Det er et imponerende antal foreninger, og det vidner om beboernes lyst til at dyrke det fællesskab, der rodfæstede sig, da beboerne købte øen.

Fanø er for lille en kommune til selv at kunne løfte en mængde offentlige opgaver. Alligevel stemte øen for selvstændighed frem for sammenlægning med Esbjerg Kommune. Uden nærheden til Esbjergs erhvervsliv og muligheden for at benytte kulturtilbud og de offentlige systemer i Esbjerg ville Fanø dog være ildestedt.

"Vi har ikke noget imod Esbjerg, vi vil bare ikke have at Esbjerg skal bestemme over Fanø – men det er lidt ambivalent, folk har jo ikke noget imod at bruge Musikhuset, hvor andelen af dem, der kommer fra Fanø, nok er større end fra Esbjerg. Det har noget at gøre med den uddannelsesmæssige baggrund. Folk bruger Esbjergs kvaliteter og tilbud." (Peter Demant, forhenværende Social- og kulturchef, Fanø Kommune)

For Fanø er der sammenfald af interesser mellem bosætningspolitik og turistpolitik. Turismen skal bæres oppe af gæsternes interesse for Fanø, og turismen giver beskæftigelse på øen og er forudsætningen for et udbygget privat og offentlig serviceniveau. På den måde medvirker turismen til, at det er en mere attraktiv bopælskommune, hvor pendlerne vender hjem til efter dagens arbejde på fastlandet. Samtidig er man dog klar over, at turismen må holdes indenfor rammer, der lægger vægt på det oprindelige Fanø, kultur, historie etc. frem for store turistcentre – vægten skal være på kvalitetsudbud mere end på lave priser

Figur 4.9: De udvalgte byregioner

Byregion	Kriterier for udvælgelse	Byens karakteristika
København	Storby med en stor andel af den kreative klasse i arbejdsstyrken.	København er Danmarks største by og hjemsted for Danmarks vigtigste kultur-institutioner. Diversiteten i erhvervs-strukturen er afgørende for at opnå diversitet, som er nødvendig for byens status som metropol.
Århus	Storby med en stor andel af den kreative klasse i arbejdsstyrken.	Århus er en storby, men samtidig er byen ikke større, end at folk kender hinanden inden for brancher og interesseområder, og mange projekter løses gennem netværk. Denne spænding mellem provinsiel nærhed og storby giver Århus både udfordringer og potentiale.
Odense	Danmarks tredjestørste by, men med en bemærkelsesværdig mindre del af den kreative klasse i arbejdsstyrken sammenlignet med København og Århus.	Odense er presset af globaliseringen, og de nye væksterhverv mærker et sug af talenter til København og Århus.
Aalborg	Blandt de største danske byer, men med en bemærkelsesværdig mindre del af den kreative klasse sammenlignet med København og Århus . Samtidig har byen i stor stil profileret sig som klynge.	I nyere tid har Aalborg særligt gjort sig bemærket ved måltrettet at satse på at blive førende inden for telekom-branchen. Byregionen har en lille kreativ klasse, der er koncentreret i Aalborg Kommune
Svendborg	Stor andel af den kreative klasse i arbejdsstyrken i forhold til byens størrelse.	Ingen særlig erhvervsdynamik – snarere mange udfordringer, men et aktivt kulturliv og særligt et stærkt græsrods miljø.
Sønderborg	Stor andel af den kreative klasse i arbejdsstyrken i forhold til byens størrelse.	Dynamisk erhvervsklynge – direkte fra landbrugs- til videnssamfund (næsten). Ikke kendt for sit kulturliv.
Ærø	Stor andel kreativ klasse i arbejdsstyrken i forhold til befolkningens størrelse	Ærø er et lille øsamfund med en unik steds kvalitet. Den største by på øen er Marstal med ca. 2300 indbyggere.
Esbjerg/Fanø	Lille kreativ klasse i arbejdsstyrken i forhold til Esbjergs størrelse.	Traditionelle erhverv fylder stadig meget. Satsninger på kulturliv og uddannelse, men det er noget relativt nyt. Et dårligt image hænger stadig ved byen. Esbjerg byregion har en lille kreativ klasse, der desuden ikke er tiltrukket af selve Esbjerg, men af oplandet, eksempelvis Fanø, der tilbyder naturoplevelser og et aktivt foreningsliv.

5 Den kreative klasse, tolerance og diversitet

"Quality of place does not occur automatically; rather it is an ongoing dynamic process involving the coming together of several different aspects of a community." Richard Florida 2004:232)

I dette kapitel er fokus på de regionale kvaliteter, der fremhæves af Richard Florida i hans teori om den kreative klasse og af Jane Jacobs, som en repræsentant for teori om urbanitet. Regionale kvaliteter som tolerance og diversitet i erhvervsliv, arbejdsstyrkende kompetencer og byrummets fysiske udformning ses som kilde til innovation og dermed som grundlaget for regional vækst. Richard Florida hævder, at dette skyldes, at diversiteten tiltrækker den kreative klasse. I kapitlet testes først og fremmest den antagelse, at tolerance og de forskellige former for diversitet tiltrækker den kreative klasse.

I afsnit 5.1 analyseres byrummets diversitet og samspillet mellem byrum og natur. I afsnit 5.2 analyseres den særlige diversitet, der kommer til udtryk i kulturlivet. I afsnit 5.3 analyseres diversitet i befolkningen og arbejdsstyrken. I afsnit 5.4 fremhæves et eksempel på en mindre byregion, der er præget af en udstrakt grad af tolerance, blandt andet som følge af en meget divers sammensat befolkning. Afsnit 5.5 analyserer effekten af det mulighedsrum, der findes i storbyer, mens afsnit 5.6 opsummerer kapitlets pointer.

5.1 Diversitet i byrum og natur

Byrum og natur er to regionale kvaliteter, der begge er svære at skabe og kun forsvinder langsomt som følge af forsømmelse. Nogle mennesker tiltrækkes af den uspolerede natur, andre af det pulserende byliv, men langt de fleste behøver begge aspekter. En pointe i teori om urbanitet er, at diversitet i byrummet fremmer relationer på tværs af sociale afstande og skel og dermed innovation. Også Richard Florida fremhæver diversitet i byrum med arkitektur af høj kvalitet såvel som af diversitet i rekreative muligheder, der er knyttet til naturen, som regionale kvaliteter.

Når folk vælger at bo i mindre øsamfund som på Fanø eller Ærø, så vælger de samtidig naturen og nærheden frem for det urbane. Landsbylivet kan ikke kaldes urbant, dertil er nærheden, overskueligheden og de personlige relationer for dominerende, men turismen kan skabe noget af den diversitet, der ellers associeres med byen, i form af kulturelle og rekreative muligheder, der kræver et vist publikumsgrundlag. Det er en af de tiltrækkende regionale kvaliteter ved øsamfund som eksempelvis Fanø: Det er en lille ø, en lille landsby, men alligevel fuld af muligheder for oplevelser - i hvert fald om sommeren. Roen og nærheden kombineres med muligheder.

"Nogle af fordelene ved at bo på Ærø er roen, naturen og overskueligheden. Det, tror jeg, betyder meget for folk, der vælger at flytte hertil." (Kirsten Clausen, Afdelingsleder, Kultur- og Socialafdelingen, Ærø Kommune)

Dette valg af natur, ro og nærmiljø er der ikke mange, der er parat til at tage, og de vigende befolkningsgrundlag i mange af de mindre danske øsamfund viser, at færre og færre er villige til at gå på kompromis med funktionaliteten for at leve landsby- og ølivet.

En byregion som Svendborg rummer både natur og en form for urbanitet. Man er selvsagt ikke ligeså afsondret fra omverdenen som på en af de små danske øer, men de naturskønne omgivelser fremhæves ofte som en af de store kvaliteter ved Svendborg.

"Man kommer ikke udenom naturskønheden – her er enormt skønt. Jeg kender ikke nogen andre byer, hvor der ligger tre strande midt i byen." (Lasse Bo Handberg, Teaterchef, Baggårdteatret)

Kombinationen af naturen og bylivet er trækplasteret. De historiske bygninger, vandet, det kuperede terræn og det sydfynske øhav spiller sammen i en appellerende cocktail. Men bymiljø, vand og natur alene er ikke altid tilstrækkeligt. Selvom en by har historie og en appellerede natur, kan det være svært at konkurrere med naboerne, hvis man ikke har nogle unikke kvaliteter.

Odense er Danmarks tredjestørste by. En af de mest kendte attraktioner i Odense er H.C. Andersens barndomshjem, som er indrettet som museum, samt H.C. Andersens hus i den gamle bydel. Desuden huser Odense komponisten Carl Nielsens barndomshjem og et museum for ham. Odense er med andre ord en by, hvis image for mange udefrakommende er koblet mere til historien end til nutiden og fremtidens visioner. Byen er også planlægningsmæssigt udfordret, da centrum gennemskæres af en trafikåre. Med en hentydning til Svendborg formulerer Jette Flinch Nyrop Odenses situation således:

"Kystbyerne på Fyn har kvaliteter, som Odense ikke har. De ligger tæt på kysten og har hele det sydfynske øhav, og alligevel er de tæt på motorvejen. Odense skal kunne tilbyde noget andet for at tiltrække nye borgere." (Jette Flinch Nyrop, Projektleder på "Liveable City", By- og Kulturforvaltningen i Odense)

Odense har endnu ikke denne unikke kvalitet, men er heller ikke stor nok til, at byens størrelse alene virker appellerende som i Århus og København, hvor byernes størrelse i sig selv skaber regionale kvaliteter, der tiltrækker den kreative klasse.

I mange byer er naturen ikke den eneste form for rekreativt rum. Byrummet er i sig selv forum for rekreative aktiviteter. I de seneste år har der været fokus på byfornyelse og kvarterløft i København.⁸⁵ De to gamle arbejderkvarterer, Vesterbro og Nørrebro, er under forvandling og på vej til at blive byens mest hippe områder. Der er kommet masser af lys og luft, og nye gårdmiljøer er skudt frem. Livsstilen er afslappet, og der er gang i både café- og natteliv.⁸⁶

Københavns havnefront undergår en gevaldig forandring i disse år. Københavns nye store operahus ligger på Dokøen på Holmen. Holmen er også hjemsted for Kunstakademiets Arkitektskole, Rytmask Musikkonservatorium, Filmskolen og Statens Teaterskole.⁸⁷ Efter flere års indsats er vandkvaliteten i Københavns Havn så god, at man kan svømme i havnen. Der er etableret en række havnebade bl.a. det populære havnebad ved Islands Brygge. Amager Strandpark er endnu et initiativ orienteret mod havets herligheder: En kunstigt anlagt 2 km lang sandstrand med en 400 m lagune kun 5 km. fra Rådhuspladsen.⁸⁸ Kvaliteten af en række byrum er blevet løftet, og byen har fået helt nye aspekter, der øger diversiteten af byrum.

Figur 5.1: Kvarterløft Nordvest

Baggrund

Københavns Kommune har længe arbejdet med bysanering og kvarterløft. Først med bulldozere, der ragede ned for at gøre plads til nyt, så med opgraderinger, der nok bevarede de eksisterende bygninger, men langsomt fortrængte mange beboere og nu med nænsomme kvarterløftsprojekter, hvor man belært af fortiden, forsøger at bibeholde kvarterets bygninger, beboere og sjæl, bare i bedre rammer.

Kvarterløft Nordvest

Et af de igangværende kvarterløftsprojekter er Kvarterløft Nordvest, hvor der gennemføres projekter af både fysisk, social og kulturel karakter. Der arbejdes på at forbedre kvarterets mest nedslidte ejendomme og skabe bedre uderum for leg og rekreation. Samtidig er det målet at gøre området grønnere og skabe bedre rammer for sociale og kulturelle aktiviteter.⁸⁹ Fem arbejdsgrupper med deltagelse af ca. 250 borgere og repræsentanter for kommunens forvaltninger udarbejdede i 2001 en kvarterplan for kvarterløftet. Borgerinddragelse er centralt og skal sørge for, at beboerne i området ikke føler sig presset ud af området, men får glæde af de tiltag, der gennemføres.

Udfordringer for Nordvest kvarteret

Nordvest er et meget sammensat kvarter. Der bor knap 15.000 mennesker i området, men for mange københavnere er det blot et område, man passerer igennem på vej ind og ud af byen. I Nordvest bor mange enlige og relativt få børn. Der er mange etniske minoriteter, særligt unge. Samtidig er mange af kommunens psykisk syge bosiddende i kvarteret. Lejlighederne i området er meget små, men har samtidig den charme som karakteriserer typiske brokvarterbebyggelser. De mange små lejligheder appellerer især til unge studerende, som i stigende grad bosætter sig i kvarteret. Manglen på rekreative områder og begrænsede kulturtilbud har medvirket til, at området har fået ry for at være livløst.

Kvaliteter og muligheder

Nordvest-kvarteret har en række kvaliteter, som det igangværende kvarterløftsprojekt vil gøre det muligt at udnytte. Kvarteret har en karakteristisk sammenblanding af bolig- og erhvervsbebyggelser, der rummer et bymæssigt og erhvervs- og beskæftigelsesmæssigt potentiale. Kombinationen af områdets centrale beliggenhed i byen og de tomme erhvervsarealer muliggør, at området kan udnyttes til et væld af aktiviteter.

Kilde: www.nvi.dk

Forskellige mennesker har forskellige præferencer for regionale kvaliteter, men for de fleste er en sammensætning af en diversitet af byrum og natur central. En kombination, som den man ser i Svendborg, appellerer bredt, men natur alene kan også tiltrække som på Ærø og Fanø, mens et diversit udbud af byrum i sig selv kan være tilstrækkeligt for mange – hvis byrummene har den rette kvalitet.

5.2 Diversitet i kulturlivet

Et aktivt kulturliv er et væsentligt bidrag til den diversitet i arbejdskraftens kompetencer, der fremhæves af Richard Florida som en væsentlig steds kvalitet og i teori om urbanitet som en urbankvalitet. Byregioner rummer forskellige former for kulturliv. Et element er 'fyrtårnene', som er de etablerede kulturinstitutioner og events. De ligger ofte i de større byer eller i regioner med en særlig historie – eksempler er Glyptoteket i København og Søfartsmuseet i Marstal, mens et eksempel på en event er Århus Festuge. Et andet element er foreningslivet, barer og spisesteder med en særlig stemning, små spillesteder, lokale kulturpersonligheder og andre små oplevelser. Tilsammen udgør fyrtårnene og små oplevelser en byregions kulturelle profil.

Rent statistisk set er der en klar sammenhæng mellem, hvor der er kulturelle institutioner, og hvor den kreative klasse bosætter sig. Der er dog en endnu stærkere sammenhæng mellem, hvor der bor mange kunstnere, og hvor den kreative klasse bosætter sig. Den kreative klasse tiltrækkes altså af både de kulturelle fyrtårne og af et mere græsrodspræget kunstnerisk miljø. Samtidig er de større kulturinstitutioner en forudsætning for mange kunstners selvforsørgelse – de, der ikke kan overleve af kunst alene, er ofte løst tilknyttet de etablerede kulturinstitutioner. Tilstedeværelsen af fyrtårne og græsrodder styrker således hinanden.

Man kunne tro at små øsamfund som på Fanø og Ærø var fattige på kultur, men begge øers kulturliv nyder godt af den strøm af turister, der i sommermånederne mangedobler befolkningen og hungre efter kunst, kultur og forlystelser.

Ærø er en festival-ø, og i 2005 var der fem vidt forskellige af slagsen, som spændte lige fra en harmonikafestival over klassisk musik til irsk folkemusik.⁹⁰ Uden sommerens turister ville denne aktivitet ikke være mulig, men det høje aktivitetsniveau ville heller ikke være muligt uden en engageret lokalbefolkning. Der er mange kunstnere og kunsthåndværkere på Ærø, og omkring 100 af øens beboere udstiller, underviser i eller udøver kunst.

"Der er en samling af kunstnere herovre, som er meget aktive og laver udstillinger, og her er nogle museer som laver forskellige arrangementer, så der foregår noget hele tiden." (Kirsten Clausen, Afdelingsleder, Kultur- og socialafdelingen Ærø Kommune)

Det skaber et miljø omkring kunsten og i 2003 resulterede det i stiftelsen af Ærø Kunstforening, der tilbyder de 175 medlemmer et fællesskab omkring udstilling, idéudvikling og formidling. Medlemmerne består af udøvende kunstnere, kunsthåndværkere og kunst- og kulturinteresserede. Foreningen har stået for flere offentlige udstillinger og arrangementer, og den engagerede kerne skaber således oplevelser til glæde for en bredere offentlighed.⁹¹

Også på Fanø er der et aktivt lokalt foreningsliv, og det er måske en særlig ø-mentalitet, der skaber det store engagement.

"Der er 103 registrerede foreninger i Fanø Kommune med 3100 borgere – det er lidt vanvittigt. Der sker utrolig mange ting, og befolkningen er meget aktiv." (Peter Demant, forhenværende Social- og kulturchef, Fanø Kommune)

I modsætning til de små øsamfund, hvor tingene vokser op nede fra, har områder som Aalborg de seneste år arbejdet meget strategisk på at styrke det lokale kulturliv. Som en af Danmarks største provinsbyer har Aalborg en række institutioner og faciliteter på kulturområdet, men byen og særligt regionen mangler en kritiske masse af jobmuligheder og initiativer inden for de

kunstneriske fag. Derfor er det svært at tiltrække og fastholde et vækstlag af talenter i regionen. Et eksempel er Aalborg Teater, der for at holde på medarbejderne har en høj andel af fastansatte.

"Aalborg Teater er det teater i Danmark, der har flest fastansatte. Det er for at holde på medarbejderne, så man kan styrke hele vækstlaget. Det har man naturligt i København og Århus, men her skal vi arbejde for det." (Claus Svenstrup, Økonom, Kultur- og Fritidsforvaltningen, Aalborg Kommune)

Gennem fastansættelse fastholdes og tiltrækkes de nødvendige kreative kræfter til regionen, men resultatet er et statisk system. Nye talenter og meget nicheprægede aktører har svære kår i sådan et system. Det kan resultere i, at kulturlivet præges af det forventelige, og at nyskabende og grænsesøgende præstationer bliver sjældne. En lignende dynamik præger byer, hvor kulturlivet er centreret omkring ét stort musikhus eller lignende. Fokus kommer uafværgeligt til at være på det etablerede, de sikre navne og de forventelige publikumssucceser.

Svendborg er en by, hvis størrelse betyder, at der er enkelte større kulturinstitutioner, men samtidig har byen en rig undergrund af kulturelle aktiviteter. Med forgreninger tilbage til 60'erne flipperne blomstrer Svendborg med små værtshuse, spillesteder, spisesteder og arrangementer. Byregionen rummer således både hverdagens små oplevelser og større events.⁹²

"Hver eneste dag kan man opleve et eller andet i Svendborg. Der er et miljø i vores by, som er inden for rækkevidde. Hvis man går en tur i Svendborg, så vil man opleve, at der er mange forskelligheder inden for kort afstand. Man kan simpelthen gå fra den ene oplevelse til den anden." (Morten Sol Petersen, Byrådsmedlem, Svendborg Kommune)

Det høje aktivitetsniveau skyldes dels et aktivt foreningsliv og dels, at mange kunstnere har slået sig ned i byregionen. Kunstnerne er med til at skabe liv og aktivitet i Svendborg. Der er malere, glaskunstnere og musikere, men udover de professionelle er der også et vækstlag af amatører, der udlever deres kulturelle interesser gennem foreninger og private arrangementer. Svendborg har også en masse små spillesteder og arrangementer, der skaber en følelse af liv i byen. Birgitte Skriver fra Svendborg Kommunes Fritids- og Kulturforvaltning fremhæver netop den underskov som Svendborgs force:

"Det er helt vildt i forhold til byens størrelse, hvad der er af små koncerter. Og det kunne jo være, det er dét, vi skal være kendte for - dét der kan være vores fyrtårn, at vi har det her meget brede og rige musikliv, spændende små spillesteder, udendørs koncerter, koncerter på havnen osv. Det tror jeg tiltrækker flere veluddannede end det at komme ind at høre fx Robbie Williams. Det kan man jo køre til Odense eller Horsens for." (Birgitte Skriver, Kulturkonsulent, Svendborg Kommune)

Modsat eksempelvis Horsens, der har opnået stor berømmelse ved at opsætte storstilede arrangementer, og ofte nævnes som forbillede af og for danske provinsbyer, har Svendborg en helt anden force: en underskov af kreative mennesker. De skaber arrangementer og tager initiativer, hvoraf mange nok er små, men tilsammen giver de et væld af muligheder og et bredt udbud i regionen. Som Birgitte Skriver fra Fritids- og Kulturforvaltningen fremhæver, så kan og vil de fleste mennesker gerne køre langt efter store arrangementer, men hverdagens små oplevelser skal helst være let tilgængelige, som de er i Svendborg. Det rige og varierede kultur liv er derfor en stor styrke for Svendborgs regionale kvaliteter og appel til borgere og potentielle tilflyttere.

I storbyer er kulturudbuddet så overvældende, at det er umuligt at opleve det hele, selv hvis man havde lyst. Der er noget for enhver smag, og ofte er der endda meget af det. Det forskelligartede kulturudbud og muligheden for at forfølge lige netop den interesse, man brænder for, er en

særegen kvalitet ved større byer, og det er noget mange borgere sætter pris på. Det er det ekstra plus, der tiltrækker mange til storbylivet.

"En af vores medarbejdere synes, Århus er herlig, for her kan han gå til klassisk koncert hver torsdag."

(Michael Stevns, Koncern- og innovationsdirektør, Arla Foods)

Som landets største by, hovedstad og hjemsted for hovedparten af de nationale kulturinstitutioner er København den tydeligste eksponent for den tendens. I mange år har København dannet ramme for kunstproduktioner og festivaler, og inden for de seneste år er antallet af arrangementer steget.⁹³ Der er et væld af spillesteder i København, hvor der spilles alt fra klassisk musik og jazz til rytmisk musik, elektronisk musik, pop, rock og verdensmusik.⁹⁴ Danmarks to største filmselskaber, samt en række mindre er beliggende i København, der også er rig på teater og scenekunst. Udover Københavns nationale scene, Det Kgl. Teater, er der adskillige større og mindre teatre i og omkring København. Det kan synes som om, at København er så fyldt med fyrtårne, at de små oplevelser drukner, men det er ikke tilfældet. De mange kulturinstitutioner muliggør en underskov af amatøraktiviteter og talentudvikling. Der er rig mulighed for at prøve sit talent af, og de mange organisationer muliggør deltidsansættelse og midlertidige ansættelser.

For de fleste byer vil en blanding af fyrtårne og en underskov af initiativer være den optimale kulturpolitiske strategi i forhold til at komme på det kulturelle landkort, blive der og få et aktivt kulturliv i byregionen. Uden underskoven skal talenter tiltrækkes udefra med lovning om fast ansættelse, og miljøet bliver derved rigtigt; men uden de store institutioner er det svært for underskoven af talenter at få smør på brødet. Også for byregionens borgere er en kombination ideel. De store fyrtårne skaber opmærksomhed om byen og stolthed. Men det er samtidig events, man gerne vil rejse langt efter, hvorimod de små oplevelser er noget, man ofte sætter pris på at have som en del af hverdagen, der hvor man bor.

5.3 Diversitet i befolkningen

Som mennesker er vi oftest tryggest ved dem, der ligner os selv mest, men med bylivets fortætning af mennesker, tvinges vi til at leve tæt på kulturer, der er vidt forskellige fra vores egen. Diversitet i befolkningssammensætningen fremhæves som en styrke af både Richard Florida og i teori om urbanitet⁹⁵. Folk tiltrækkes af bylivet på grund af den livlige atmosfære, caféer, barer og kulturtilbud – der sker altid noget i en by. I byen er vi fri til at forfølge den livsstil, vi ønsker, men for at sikre byens tiltrækningskraft er det nødvendigt, at den enkeltes udfoldelse ikke generer omgivelserne. Når det fremmede eller uønskede kommer for tæt på, bliver diversiteten af og til uønsket.

Disse udfordringer er ikke unikke for København og Århus, de er et grundvilkår for mange byer, herhjemme er København og Århus dog de tydeligste eksempler på urbanitetens muligheder og ulemper. For Århus fremlægger Uffe Elbæk problematikken som udfordringen med at skabe både steds kvalitet og integration:

"Århus har to helt overordnede udfordringer, den ene er positiv: hvordan tiltrækker og fastholder vi talenter?

Og det andet er: hvordan undgår vi en social marginalisering, for det er jo en anden problematik, at hvis man ikke adresserer integration på en fornuftig måde, går det ud over byens tiltrækningskraft." (Uffe Elbæk, Bestyrelsesformand for Kaospiloterne og byrådsmedlem i Århus Kommune)

Sammenhængskraft og tolerancen er vigtige elementer i storbyers steds kvalitet og hænger uløseligt sammen med velfungerende integration. Når forskellige kulturer lever side om side kan det øge tolerancen gennem et større kendskab til det fremmede, men det er også i de situationer, tolerancen risikerer at blive sat på prøve.

"Jeg mener at København er langt mere tolerant end nogle byer langt ude på landet. Det virker som om, at man er mindre tolerant, jo længere væk man bor fra en indvandrer. Dybest set er København en tolerant by, men man kan udfordre tolerancen." (Martin Geertsen, Kultur- og Fritidsborgmester i Københavns Kommune)

Figur 5.1: Ungdomshuset, Jagtvej 69

Ungdomshuset i København er et eksempel på, hvordan tolerance udfordres. Ungdomshuset er med til at give København en identitet som et sted, hvor man godt må skille sig ud.⁹⁶ Mange københavnere er splittede i spørgsmålet om, hvorvidt de unge skal have lov til at beholde huset. I løbet af efteråret og særlig efter den 16. december 2006 er det blevet tydeligt, at Ungdomshusets naboer også er splittede i spørgsmålet. De møder de unge i hverdagen, og mange mener, de skal have lov at beholde deres fristed, mens andre har fået nok af politiopbud, gadekampe og konsekvenserne i form af uro og smadrede biler. Tolerancen er blevet udfordret: man kan godt acceptere at være nabo til et besat hus, hvor subkulturer og særprægede kulturelle aktiviteter er daglig kost, og mange kan lide det image, det giver kvarteret og byen. Men når nattesøvnen bliver forstyrret af sirener, bilens forrude bliver knust, og Ungdomshuset bliver barrikaderet, så rækker tolerancen ikke længere.

Med boligprisernes himmelflugt de seneste år er problematikken blevet endnu tydeligere. Der er opstået det, man kalder en gentrification af byrummet.⁹⁷ Gamle kvaliteter ved en by eller bydel genopdages og nye tilføjes. Det tiltrækker ressourcerstærke beboere, der har råd til at betale en højere leje eller ejendomspris, og langsomt presses de svageste ud af området. Boligmarkedet er vanskeligt at komme ind på både som studerende og nyuddannet. Boligpriserne er eksploderet, og forældrekøb er mange studerendes løsning på boligsøgningen. Uffe Elbæk, bestyrelsesformand for KaosPiloterne, advarer mod denne udvikling og er bange for, at Århus mister sin "kant", hvis det kun er de velhavende og deres børn, der kan få en lejlighed.

"De ekstreme boligpriser er en indirekte trussel mod den mangfoldighed, vi gerne vil have. Med de priser vi har nu, er det folk, der sælger deres villaer, og de velhavendes børn, som har råd til at købe lejlighederne, og det ender jo med at blive en dødsdags befolkningssammensætning. Det er et politisk problem, som byrådet har meget fokus på." (Uffe Elbæk, Bestyrelsesformand for KaosPiloterne og byrådsmedlem Århus Kommune)

Erik Jantzen, tidligere direktør for Forskerpark Århus, synes også det er en kedelig udvikling. Ikke mindst fordi det netop er de studerende, der er med til at skabe liv. Han frygter for bylivet i Århus, hvis de unge ikke har råd til at få en lejlighed.

"Hvis boligpriserne bliver for høje, og folk flytter ud, så er det jo dårligt for bylivet i Århus. Som det er nu, har vi jo masser af glade unge mennesker på gaden. Hvis vi kun har folk med gangstativer, er det et skræmmende billede. Vi skal have begge dele." (Erik Jantzen, Forhenværende direktør, Forskerpark Århus)

Gentrifiseringen af byrummet udfordrer den urbane diversitet. De stigende priser presser mange grupper til at vælge de mest populære byrum fra. Derved skabes ghettoer af pænhed uden diversitet og i sidste ende med risiko for lav tolerance overfor det, der afviger fra den fremherskende norm.

"De høje huslejer i København er en begrænsning for kunstnerne, så nogle vælger at flytte til Berlin, fordi priserne er meget lavere der. I forhold til Berlin er vi meget bagud, fordi vi ikke kan levere de lave huslejer."
(Martin Geertsen, Kultur- og Fritidsborgmester i Københavns Kommune)

De højere priser presser nogle grupper ud af de attraktive områder mens de, der rykker ind har højere indkomster og ofte en anden livsstil. De har ofte et arbejde at passe og vil derfor være intolerante overfor eksempelvis forstyrrelser om natten, selvom det aktive byliv i alle døgnets timer var det, der oprindeligt tiltrak dem ved området. Når man i Århus slår på byens rødder, viden og puls, og man overvejer, om cafeernes åbningstider skal udvides for at leve op til idealet om puls, så kommer der et modsætningsforhold mellem ønsket om at styrke byens puls og hensynet til beboernes nattesøvn. Et dilemma, der fordrer et valg mellem pænhed og kant. For meget kant udfordrer de etablerede og velhavendes tolerance og kan dermed resultere i vigende skattegrundlag og økonomiske aktivitet. For meget pænhed vil over tid undergrave netop de regionale kvaliteter, der ifølge Richard Florida tiltrækker den kreative klasse og resultere i en homogen befolkning – en forstad i etager.

5.4 Et eksempel på tolerance

Tolerance betragtes ofte som en særlig urban kvalitet, men også Richard Florida fremhæver tolerance som altafgørende for byregioners muligheder for at tiltrække den kreative klasse. Det er de tolerante miljøer, der ifølge Richard Florida tiltrækker de kunstnere og skæve eksistenser, som skaber det lokalmiljø, der tiltrækker den øvrige kreative klasse – de dele af den kreative klasse, der har den direkte effekt på økonomisk vækst.

I byen kan enhver finde ligesindede, uanset hvor specielt et interesseområde det gælder, og i byen sikrer mængden af mennesker den enkelte anonymitet i hverdagen. Derfor er storbyer ofte hjemsted for mange subkulturer og en udstrakt tolerance af det anderledes. Men tolerance er ikke forbeholdt storbyer. Tolerante miljøer kan opstå i alle typer byer uanset størrelse. Dette afsnit beskriver, hvordan tolerancen kan trives i mindre byer med Svendborg som eksempel.

I Svendborg har områdets maritime historie og skønne natur været centrale faktorer i udviklingen af et forskelligartet og tolerant miljø. Spørger man en borger i Svendborg, hvordan det kan være, at byen har fået et ry for at være et tolerant og rart sted at være, så løber søfarten sandsynligvis af med en del af æren. Søfolkene har bragt handel og nye indtryk til byen og skabt et livligt miljø; ikke mindst i Svendborgs natteliv, hvor Svendborg er kendt for sine mange værtshuse per indbygger. På grund af de mange søfolk har Svendborgs indbyggere altid været vant til at møde nye mennesker og stiller sig ikke på hælene over for det fremmede.

"Søfolkene har betydet meget for Svendborgs tolerance. Der er mindre nervøsitet overfor fremmede her."
(Bjarne Hansen, Byrådsmedlem og Havneudvalgsformand, Svendborg Kommune)

Historisk set har søfarten haft stor betydning for en tendens til et tolerant og åbent miljø i Svendborg, men nyere påvirkninger har også forstærket tendensen. Særligt flipperne, som

valfartede til Svendborg i 60'erne og 70'erne, har sat og sætter fortsat deres særegne præg på byen. Mange kreative kræfter fra København flyttede til Svendborg på grund af skønheden og skabte dér et miljø, som tiltrak endnu flere af Københavns flippere – Svendborg blev et sted, 'man' flyttede til. Kombinationen af de progressive ungdomsmiljøer og Svendborgs borgerskab var lidt af et kultursammenstød.

"Tilbage i 70'erne rykkede der en masse københavnere og andet godtfolk hertil, og de var ræverøde alle sammen. Det var et kulturklask, så det gjorde noget." (Birgitte Skriver, Kulturkonsulent, Svendborg Kommune)

Selvom flippernes indtog ikke var til borgerskabets og industriarbejdernes udelte glæde, er der nu bred enighed i området om, at de har bidraget til Svendborgs mangfoldighed og ikke mindst til udviklingen af kulturlivet i området.

"Det er meget muligt, at jeg overvurderer effekten af kollektiverne, men det har haft stor betydning for musikcaféer, bogcaféer osv." (Lasse Bo Handberg, Teaterchef Baggårdsteatret)

Effekten af flippernes indtog i 70'erne er der stadig. Den lever videre i byens tradition for foreningsliv, borgernes engagement, det mangfoldige kulturliv og gennem de unge: Svendborg har efterhånden en nye generation med flipperblod i årene. Også i erhvervslivet er der bevidsthed om, at flipperkulturen har tilføjet området unikke kvaliteter.

"Det særlige hernede er den her flippermentalitet - 68'erne." (P. C. Jørgensen, Erhvervschef, Svendborg Erhvervsråd)

Men en ting er, at der er kultur og reminiscenser af flipperne og søfolk; en anden er, hvordan nye tilflyttere oplever Svendborg. Måske er det den sammensatte kultur, måske er det erfaringerne med flere bølger af tilflyttere, men under alle omstændigheder oplever mange, at Svendborg og byens borgere er gode til at modtage nytilkomne, selvom de ikke er rigtige svendborgensere, bare fordi de flytter til byen.

"Man bliver dog nok aldrig en ægte svendborgenser, men ligeså snart man åbner sig, er der ikke nogen problemer. Folk er meget åbne og vil gerne hjælpe." (Morten Sol Petersen, Byrådsmedlem, Svendborg Kommune)

Svendborg har været præget af diversitet og tolerance helt tilbage fra tiden med søfart, i 70'erne blev byen både udfordret og udvidet med hippierne og nu udfordre autonome og misbrugermiljøer byens pænere borgere. Kombineret med toptunet teater, økobutikker, et væld af lækre mærkevarer, specialprodukter og indvandregrøntbutikker gør det Svendborg til en by, der har charme og samtidig kant.

"Der er nok to Svendborg'er oven på hinanden – der er borgerskabets og handelsstandens Svendborg, og så er der alle de her kunstnere, initiativer, efterskoler og højskoler." (Lasse Bo Handberg, Teaterchef, Baggårdsteatret)

Mentaliteten i Svendborg tegnes af flere grupperinger, som nok af og til støder mod hinanden, men som også sammen skaber en sammensat by med mange muligheder og et åbent og tolerant miljø. Ifølge Richard Florida er tolerance det første og vigtigste trin mod regional vækst. En exceptionelt stor andel af Svendborgs erhvervsaktive borgere tilhører da også den kreative klasse – målt i procent har Svendborg byregion den tredjestørste kreative klasse i Danmark. Tolerancen og

de skønne omgivelser har tiltrukket kunstnere, flippere og andre farverige personer, der har skabt et miljø, hvor den kreative klasse bestående af ingeniører, ledere og jurister nu flokkes.

5.5 Storbyernes muligheder – betydningen af diversitet

De kulturelle og rekreative muligheder er uendelige i en storby. Selv hvis man anstrengte sig, ville det være umuligt at opleve det hele. Men hvad man oplever, er heller ikke det vigtigste, det er derimod en kvalitet i sig selv, at mulighederne er til stede, også selv om man ikke bruger dem. Den kreative klasses kulturforbrug er centreret omkring aktiviteter, der ikke kræver planlægning, men derimod kan udføres, lige når det passer ind i individets planer.⁹⁸ Derved bliver de uformelle og uforpligtigende 'walk through' oplevelser, som byrummet ofte tilbyder, et efterspurgt gode.

"Det er dejligt at vide, at tilbudene er der, men det er nu ikke så tit, man bruger dem. Det er da rart at vide, at Thorvaldsens er der, hvis man en dag har lyst til at gå derind." K1, MG

Muligheden for at opleve det, man vil, når man vil, er det afgørende. Den kreative klasse foretrækker de aktiviteter, der ikke kræver planlægning. Muligheden for impulsivt at gøre lige det man har lyst til, lige når det passer, har stor værdi. De foretrukne aktiviteter er individuelle og kræver ingen planlægning.⁹⁹ Det krav kan kun tilfredsstilles i en by af en vis størrelse.

"Tingene er lige uden for døren, når man bor i byen, og mulighederne er der. Man kan bestemme samme dag, om man vil i byen, og man skal ikke planlægge en rejse på 3-4 timer. Når man bor i København, er der mulighed for at improvisere. Man kan blive længere på arbejde uden at tænke på, om færgen går, og om butikkerne lukker. Der er jo mange steder, hvor man kan købe ind sent om aftenen. Der er masser af fleksibilitet og plads til improvisation." K2, TT

Mulighederne er uendelige og værdsatte. Det er kun folks eget liv, der sætter grænserne. Med karriere, familie og forpligtigelser bliver det måske ikke til så mange aktiviteter, men alligevel sætter selv de mest ophængte kreative mennesker pris på, at have mulighederne til deres rådighed.

En stor del af bylivet er flyttet ud i byens offentlige rum. Udesæsonen er forlænget med varmelamper og tæpper; pladser og fortove er taget i brug, og mange cafeer kan i sommerperioden åbne facaderne op mod gaden og gårdhaver.¹⁰⁰ Et utal af parker, pladser, havnearealer og udendørsservering har givet nye muligheder for at tage byens rum i brug.¹⁰¹

"Udeservering i København har ændret sig meget, og siddepladserne er fordoblet med flere hundrede procent. Jeg tror, vendepunktet kom med kulturbyen i 1996. Det var paradigmeskiftet i København. Det var den sommer, man kunne gå fra ting til ting." (Klaus Bodam Teknik- og Miljøborgmester, Kommenhavns Kommune)

Det er mulighederne for oplevelser, der er det centrale i bylivet, og særligt muligheden for at opleve, hvor og når det skal være. Bl.a. derfor er bylivet populært som rekreativt rum, da det er lettere og mere overskueligt i en travl hverdag at tage et smut på cafe end at tage på deciderede kulturudflugter. Det er netop denne diversitet, som særligt Jane Jacobs men også Richard Florida fremhæver, som en styrke for skabelsen af regional vækst gennem innovation.

5.6 Diversitet og tolerance tiltrækker den kreative klasse

De regionale kvaliteter, der fremhæves af Richard Florida og Jane Jacobs har stor betydning for, hvilke danske byregioner, der formår at tiltrække store andele af den kreative klasse. I de byregioner, hvor der er et diversit byrum af høj kvalitet og en smuk natur, finder man også store andele af den kreative klasse i arbejdsstyrken. På samme vis har kulturlivet både i kraft af bohemerne og kulturinstitutionerne en appellerende effekt på den kreative klasse, Særligt undergrunden af små initiativer virker i høj grad tiltrækkende. En diversit sammensat befolkning fremhæves som en kilde til en interessant region, og sameksistensen af forskellige grupper med vidt forskelligt værdigrundlag skaber tolerance. Endelig tiltrækker en bred vifte af muligheder helt generelt den kreative klasse. De regionale kvaliteter, som Richard Florida og Jane Jacobs fremfører som afgørende for en by eller regions succes, har også en tydelig effekt for danske byregioners muligheder for at tiltrække den kreative klasse.

En region er som en levende organisme: der er aldrig stilstand. Nye behov opstår og må imødekommes, mens gamle behov forsvinder, og de tilhørende tiltag må afvikles. I takt med at gamle funktioner forsvinder ud af byerne, skyder nybyggeri op og havnefronter omskabes. Tendensen kan genfindes i adskillige byer. Byrummet udvikles, men byggeiveren skaber en mængde ensartede bygninger – iveren for at opkvalificere byrummet forringer dermed dets diversitet. Mange danske byer forsøger i disse år at bygge sig til et image, men hvis resultatet ikke skal blive tomme skaller, er det vigtigt at gennemtænke, hvad der skal fylde de flotte, nye bygninger. Regionale kvaliteter som kulturliv, tolerance og diversitet kan ikke erstattes af mursten.

6 Den kreative klasse, erhvervsliv og klynger

"Companies cluster in order to draw from concentrations of talented people who power innovation and economic growth. The ability to rapidly mobilize talent from such concentrations is a tremendous source of competitive advantage for companies in the time-driven Creative Economy" (Richard Florida: 220, 2002)

Et godt miljø for erhvervsvirksomheder er traditionelt blevet set som det vigtigste parameter for regional vækst. Med Richard Floridas teori om den kreative klasse er fokus udvidet til også at omfatte, hvordan mennesker trives i det lokale miljø, og særligt om den kreative klasse tiltrækkes af det lokale miljø. Ideen er, at for at tiltrække den mest efterspurgte arbejdskraft, den kreative klasse, skal en by tilbyde de rekreative faciliteter og den stemning af åbenhed, som denne kreative klasse efterspørger. I dette kapitel udsættes Richard Floridas argument for en test, idet det analyseres, om de regionale kvaliteter, der fremhæves i teorien om kompetenceklynger, har en effekt på regioners mulighed for at tiltrække den kreative klasse.

Kapitlet indledes i afsnit 6.1 med en kort analyse af den situation, mange danske provinsbyer oplever, efterhånden som industrien outsources, og de må omstille sig til nye brancher og produktionsformer. I afsnit 6.2 analyseres de udfordringer, videnssamfundet har skabt i forhold til at matche udbud og efterspørgsel af arbejdskraft for mange mindre eller afsides liggende byregioner, og i afsnit 6.3 analyseres værdien af kompetenceklynger som strategi til at overkomme denne udfordring gennem specialisering. Endelig analyseres de muligheder, der følger af kritisk masse og internationale forbindelser i afsnit 6.4. Kapitlets pointer opsummeres i afsnit 6.5.

6.1 Fra industri til...

Danmark er langt inde i en proces, hvor mange virksomheder flytter traditionel fremstilling til Østeuropa, Asien eller andre steder, hvor omkostningerne er lavere end i Danmark. Udflytningen af arbejdspladser indenfor fremstilling skaber ofte andre spændende og mindre fysisk nedslidende jobs, men de skabes ikke altid samme sted eller for de samme mennesker. Mange danske provinsbyer har derfor følt lukning af værfter, fabrikker og andre store arbejdspladser hårdt. I dette afsnit fremhæves to eksempler på, hvordan byer tager udfordringen op og forsøger at genopfinde sig selv, når industrien flytter: Svendborg og Aalborg. Svendborg er en af de danske provinsbyer, hvor lukningen af de store industriarbejdspladser føltes tidligst og hårdest, med erhvervschef P.C. Jørgensens ord, er der nu, hvor de store træer er faldet, blevet plads til en underskov af mindre virksomheder. I Aalborg er den svækkede industri afløst af en teknologibaseret kompetenceklynge.

Svendborg har en traditionsrig styrkeposition inden for de maritime erhverv med uddannelsesinstitutioner, redere og skibsmæglere, og erhvervslivet har i høj grad været centreret omkring havnen. Nu er de store industrivirksomheder, og den aktivitet de skabte på havnen, imidlertid flyttet, og byen har måttet genopfinde sig selv som andet end en havne- og industriby.

"Vi var faktisk blandt de første byer, hvor de meget tunge, blå kedeldragt-erhverv forsvandt. Vi var pionerer, fordi de første store, Kellogg's og Danisco, røg allerede i 90'erne. Derfor har vi jo haft lidt længere tid til at vænne os til at tænke nyt." (P. C. Jørgensen, Erhvervschef, Svendborg Erhvervsråd)

Svendborg er nu karakteriseret ved at have mange nicheorienterede små og mellemstore virksomheder i jern- og metalbranchen, de er typisk specialiserede underleverandører med stort eksportpotentiale, og nyder godt af den faglærte og ufaglærte arbejdskraft i området, der er tilgængelig efter lukningen af de store arbejdspladser. En af de virksomheder, der har let ved at få opfyldt behovet for arbejdskraft er Contex, der producerer hardware til storformatscannere.

"Det er nemt for os at finde kvalificeret arbejdskraft i området. En stor del af vores personale er jo inden for produktion og maskiner, og der er mange af den type medarbejdere i området. Nogle af dem kommer fra de nedlagte fabrikker. Men der er ikke mange ingeniører i området." (Henning Dam Nielsen, Administrerende direktør, Contex A/S)

Som der fremgår af citatet, er det ikke lige let at finde alle former for arbejdskraft. Den højt uddannede og højt specialiserede arbejdskraft er en mangelvare. Contexts softwareafdeling ligger da også nord for København. Uden de store virksomheder er det svært for Svendborgs erhvervsliv at opnå den kritiske masse, der kan gøre byregionen til et interessant arbejdsmarked for højtuddannet arbejdskraft som eksempelvis ingeniører.

Bevægelsen fra industrisamfund til service- og informationssamfund har gjort, at Svendborg nu har mulighed for at lave en ny lokalplan for havnen og de gamle banearealer. Man håber, at kultur- og oplevelsesøkonomien vil bære den fremtidige vækst i byen. Der arbejdes derfor med en lokalplan, hvor der skal kunne skabes et nyt område mellem bymidte og havn med plads til en blanding af liberale erhverv, butikker, offentlig og privat service, lettere og ikke generende erhverv og boliger.¹⁰² Også selve havnearealet er der mange planer for – endda så mange at det er svært for byens politikere at blive enige. Et er dog sikkert: Havnen skal være et attraktivt sted, som borgerne fra både Svendborg og oplandet skal kunne og ville bruge.

"Man skal ikke bebygge havnen med boliger, så lukker man af for andre. Der skal være cafeliv." (Bjarne Hansen, Byrådsmedlem og Havneudvalgsformand, Svendborg Kommune)

Mange af planerne for havnearealet kredser om at skabe oplevelser, for derved at trække besøgende til fra hele regionen. Traditionen for et rigt kulturliv betyder, at mange forestiller sig, at oplevelsesøkonomien kan genskabe den dynamik, regionen mistede med de store industrivirksomheders forsvinden. De kreative kræfter er allerede i området, men det vil kræve snilde at omsætte Svendborg byregions underskov af initiativer til en kommerciel succes. Fokus på udvikling af turismen i Svendborg og det sydfynske øhav kan være en strategi, der både vil fremme beskæftigelse, indtjening og give et fælles overordnet projekt for mange mindre initiativer på og omkring havnen såvel som i resten af regionen.¹⁰³

Også Aalborg har traditionelt haft mange arbejdspladser inden for fremstilling, og byens værft har været en af de store arbejdsgivere i området. Som i så mange andre danske regioner, er de arbejdspladser efterhånden flyttet til udlandet, og Aalborg må nu genopfinde sig selv og finde et nyt fokus for erhvervslivet.

"Aalborg er gået fra at være en traditionel blue collar by til en white collar by. Der var en masse aktivitet omkring værftet, men det er der ikke mere." (Dolan Sund Nielsen, Erhvervskonsulent, Aalborg Erhvervsråd)

Et centralt fokusområde er trådløs kommunikation, hvor Aalborg er blevet kendt som en kompetenceklynge. Nordjylland er hjemsted for NorCOM klyngen, der består af ca. 35 virksomheder inden for trådløs kommunikation, herunder udvikling af produktion af

mobilkommunikationsudstyr, samt maritimt kommunikations- og navigationsudstyr. Kompetencerne inden for IT har været medvirkende til, at regeringen har udpeget Det Digitale Nordjylland til et digitalt IT-fyrtårn. Det overordnede formål med Det Digitale Nordjylland er at skabe fremtidens netværkssamfund og i praksis afprøve forsøg med fremtidens IT-samfund. Der sættes på at høste umiddelbare fordele, men også på at kvalificere fremtidige valg ved at overføre erfaringer til andre områder i Danmark. Det Digitale Nordjylland tager udgangspunkt i samarbejdet mellem virksomheder, Aalborg Universitet, NOVI og en række af regionens offentlige myndigheder.

Svendborg har en stor kreativ klasse, men det er en udbredt opfattelse, at erhvervslivet mangler fokus, dynamik og mod på at ansætte vidensmedarbejdere. Både den kreative klasse og erhvervslivet oplever, at den spredte erhvervsstruktur begrænser muligheden for at matche højtuddannet og specialiseret arbejdskraft til de vidensintensive jobs. Arbejdsmarkedet for højtuddannede opfattes simpelthen ikke som tykt nok. Arbejdskraften i Svendborg er præget af stor diversitet, men på grund af regionens afsides beliggenhed og de få kraftcentre i rimelig pendlingsafstand kan de diverse, kreative kompetencer ikke anvendes optimalt.

Aalborgs fokuserede strategi afspejles i regionens befolkningssammensætning. Den kreative klasse er ikke særlig stor i området, men det er til gengæld den undergruppe af den kreative klasse, der betegnes den kreative kerne, der består af folk som undervisere, ingeniører, læger og teknikere. Det målrettede fokus på uddannelse og telekom/IT har altså haft en effekt – arbejdskraften i Aalborg byregion er specialiseret. Det er dog tydeligt, at effekten er begrænset til Aalborg by og ikke har smittet af på resten af byregionen. Det betyder, at Aalborg har to store udfordringer: For det første må hele regionen trækkes med i den positive udvikling, hvis der skal være tilstrækkelig pondus til at skabe et tykt arbejdsmarked i området. For det andet bør der sættes ressourcer af til at brede styrken ud og skabe et godt arbejdsmarked generelt og ikke alene inden for de tekniske områder.

6.2 Arbejdsmarkedet – kunsten at matche udbud og efterspørgsel

Mindre og isolerede byregioner oplever en udfordring i forhold til at matche udbud og efterspørgsel af arbejdskraft. Både Aalborg og Esbjerg er uddannelsesbyer med en række uddannelsesinstitutioner op helt til universitetsniveau. Begge byregioner oplever, at de nyuddannede (særligt de med høje eller meget specialiserede uddannelser) har svært ved at finde arbejde og i stor stil flytter fra området. Samtidig er der i begge byregioner dele af erhvervslivet, der har svært ved at finde den rigtige arbejdskraft i området. Der er uddannelsesmiljø og et driftigt erhvervsliv, men alligevel er udbud og efterspørgsel af arbejdskraft ikke afpasset for de mest specialiserede dele af arbejdsmarkedet.

I Aalborg har klyngedynamikken skabt et tykt arbejdsmarked inden for IT og telekommunikation, men arbejdsmarkedet er ikke stort nok til, at det kan absorbere alle de nyuddannede. Der er også mange studerende, der vælger at rejse fra området, fordi de forventer at finde større udfordringer i storbyer i og uden for landets grænser.

”En del af de studerende på universitetet bliver i Nordjylland, fordi de har etableret sig under studiet. Men der er også nogle, der tager til København eller udlandet. Vi prøver at skabe arbejdspladser i området, så man

ikke får en vidensflugt. Vi skal holde fast i kompetencerne.” (Dolan Sund Nielsen, Erhvervskonsulent, Aalborg Erhvervsråd)

Det er urealistisk, at byregioner, der uddanner langt flere, end de selv har behov for, skal kunne fastholde alle de nyuddannede. En decideret vidensflugt, hvor alle nyuddannede forlader området, ville være en katastrofe, men når der er mangel på arbejdspladser til de nyuddannede, handler det snarere om, at sikre, at det ikke er alle de dygtigste og mest initiativrige, der rejser.

Også i Esbjerg har mange nyuddannede svært ved at finde job. Ligesom Aalborg ligger byregionen isoleret i forhold til de øvrige større danske byer, og det begrænser mulighederne for pendling og for at nå en kritisk masse inden for højt specialiserede felter, hvor hver by ikke kan gøre sig alene.

”Vi er oppe imod trekantsområdet, hvor man har hinanden at støtte sig opad. Der er en bedre infrastruktur og geografi. Vejle, Kolding og Fredericia; det er Esbjergs direkte konkurrenter. Hvis man flytter fra København, er det nok ikke helt så slemt at komme til trekantsområdet, det tager ikke lang tid at komme hjem. Men Esbjerg - .” (Knud Jager Andersen, Byrådsmedlem, Esbjerg Kommune)

En af de store udfordringer, som Esbjerg skal tackle i forhold til at skabe vækst i erhvervslivet, er, at de store virksomheder vælger byen fra, når de skal placere deres hovedkontor. Samtidig er de mange små virksomheder, som har til huse i Esbjerg, ikke gode nok til at ansætte højtuddannet arbejdskraft.

”En stor del af virksomhederne i Esbjerg er små. For dem er det med at bruge højtuddannede noget, de andre gør. For nogle af de store virksomheder ligger hovedkontoret andre steder. Vi lider meget under, at den overordnede administration ligger et andet sted. Der er en manglende anerkendelse af, at man kan have et hovedkontor liggende i Esbjerg.” (Pernille Kragh Rühle, Marketingschef, Esbjerg Erhvervs Center)

Den afvikling af industriarbejdspladser, som mange andre danske provinsbyer har følt så hårdt, har ikke haft samme effekt i Esbjerg, byregionen er i høj grad stadig præget af industri og traditionelle havneaktiviteter krydret med mere teknologiske aktiviteter inden for off-shore-branchen.

”Vi må nok se i øjnene, at de mere innovative kommer senere til os [Esbjerg] end til andre byer, og det er fordi, hele vores by er bygget op omkring havnen. Havnen er stadig intakt og står ikke overfor udskiftning.” (Erland Knudsen, Planchef, Esbjerg Kommune)

Esbjerg huser 80 % af Danmarks off-shore-aktiviteter, men branchen udgør kun omkring 0,5 % af de lokale virksomheder, der findes inden for råstofudvinding. Branchen har svært ved at tiltrække tilstrækkelig højt kvalificeret arbejdskraft. Ifølge Tom Nielsen, der er Erhvervschef i Esbjerg, er det generelt svært at finde vidensmedarbejdere i Esbjerg.

”Der mangler ca. 200 ingeniører i Esbjerg specifikt for off-shore-området. Men også inden for IT er der virksomheder, som har været nødt til at flytte udviklingen til Århus, fordi det er svært at rekruttere medarbejdere til området. Det er svært at bygge den kompetence op.” (Tom Nielsen, Erhvervschef, Esbjerg Erhvervs Center)

Figur 6.1: KJ Industries – Softwareafdelingen som flyttede med medarbejderne

Den primære årsag til, at KJ Industries valgte at flytte sin softwareafdelingen til Århus, var behovet for kvalificeret arbejdskraft. Dertil kom, at en stor del af medarbejderne, som KJ Industries gerne ville holde på, i forvejen boede i Århus. Mange af de øvrige medarbejdere ville gerne flytte til Århus, da flere af dem oprindeligt kom derfra og aldrig var faldet til i Esbjerg. Virksomheden havde reelt valget imellem at flytte hele afdelingen eller miste en række kompetente medarbejdere.

"Nogle af dem, der oprindeligt kom til virksomheden i Esbjerg fra Århus og har haft familien med, har ikke kunne falde til i Esbjerg. Derfor var det på sin vis et spørgsmål om, at enten flyttede hele afdelingen til Århus, eller også ville de lede efter noget andet. Så en af årsagerne til flytningen har været et ønske om at fastholde kompetente medarbejdere." (Carsten Mølgård, chef, KJ Industries)

Århus har markeret sig som førende inden for softwareudvikling i Danmark især med IT-byen Katrinebjerg. For KJ Industries var det dog i høj grad by-kvaliteterne ved Århus og dermed hensynet til medarbejderne, der var afgørende for beslutningen om at flytte afdelingen.

"Det er ikke decideret en fordel at være tæt på Katrinebjerg og Universitetet, men det eragemæssigt noget værd, også i forhold til medarbejderne." (Carsten Mølgård, chef, KJ Industries)

Esbjerg har et dårligt image blandt softwareingeniører fra resten af landet. Dertil kommer Esbjergs geografiske placering i den ene ende af landet, hvilket har betydning for mulighederne for at finde et andet job. I Århus ser det helt anderledes ud. Her kan en softwareingeniør på det nærmeste gå over gaden og finde et andet job. Det gør det, ifølge Carsten Mølgård, meget nemmere for virksomheden at rekruttere medarbejdere. Det betyder også, at medarbejderne stiller større krav til arbejdspladsen, men den konkurrence ses som gavnlig.

Aalborg oplever en parallel udfordring i computerspilindustrien. Men hvor off-shore-brancherne har en geografisk binding til Esbjerg, er spilindustrien fri for sådanne begrænsninger. Samtidig er branchen netværksorienteret og afhængig af projektansatte eksperter.

"Inden for spilindustrien er der mange, der flytter til København, London eller Sydfrankrig. Vi vil gerne fastholde kompetencer inden for spilindustrien." (Dolan Sund Nielsen, Erhvervskonsulent, Aalborg Erhvervsråd)

Det er svært at lokke højtbetalte 'rock star'-programmører til at flytte et halvt år til Aalborg. Og det er endnu sværere at opbygge en tilstrækkelig masse af virksomheder, til at de kan være selvforsynende med alle kompetencer.

Aalborg og Esbjerg oplever til dels lignende situationer: Begge byer ligger isoleret i forhold til de øvrige større danske byer. Begge byer er uddannelsesbyer, hvor de udklækkede kandidater har svært ved at finde job, hvis de vil blive, og ofte forlader byen i jagten på karriere og udfordringer. Samtidig har begge byer nogle styrkepositioner og et blomstrende erhvervsliv, men på de allermest innovative områder mangler erhvervslivet den rette arbejdskraft. Der er altså både udbud af og efterspørgsel på højtuddannede vidensmedarbejdere i begge områder, men det går alligevel ikke op i en højere enhed, fordi områderne ikke kan skabe den fornødne kritiske masse.

Kompetenceklynger har netop denne kritiske masse, ikke i kraft af deres størrelse, men i kraft af fokuseringen på et enkelt forretningsfelt. I det følgende afsnit 6.3 er fokus på de positive effekter af en sådan specialisering.

6.3 Effekten af kompetenceklynger

Sønderborg er et eksempel på en kompetenceklynge med fokus på mechatronics – en blanding af mekanik, elektronik og i stigende grad software. Samtidig har byregionen den fjerdestørste kreative klasse i forhold til arbejdsstyrken i hele Danmark. Mechatronicsklyngen i Sønderborg omfattede i 2004 omkring 10.000 ansatte fordelt på de store specialiserede virksomheder samt et stort antal mindre virksomheder og underleverandører. Mechatronicsklyngens virksomheder udgør en forholdsvis lille andel af den samlede bestand af erhvervsvirksomheder i Sønderborg, men den repræsenterer en stor andel af områdets arbejdspladser.

Erhvervsmæssigt har Sønderborg undergået en voldsom udvikling fra landbrugssamfund til videnssamfund på ganske kort tid i kraft af Danfoss og de organisationer, aktiviteter og virksomheder, Danfoss har trukket til området.

"I Nordborg gik vi jo direkte fra landbrugssamfund til videnssamfund i løbet af en periode på kun 10-20 år, og 5000 mennesker flyttede til for at arbejde på Danfoss." (Jan Prokopek, Borgmester, Sønderborg Kommune)

Mechatronicsklyngen er opstået omkring Danfoss, men virksomheden kunne ikke have drevet udviklingen alene. Uden de komplementerende og konkurrerende virksomheder i området, ville Sønderborg ikke have den samme tiltrækningskraft på ingeniører og anden kvalificeret arbejdskraft, og uden uddannelsesinstitutioner ville manglen på kvalificeret arbejdskraft begrænse væksten.

Danfoss' forretningsområde, der oprindeligt bestod af mekaniske apparater, har gennemløbet en udvikling, som har involveret en stadig større andel af elektronik og software. Aktiviteten hos Danfoss har gennem tiden givet anledning til opstart af en række beslægtede virksomheder, og kompetenceklyngen består i dag af virksomheder, der behersker kompetencer inden for mekanik, materialer, elektronik og produktintelligens.

"Vi har en masse innovative virksomheder, og der er meget nytænkning. Der er et vældig godt erhvervsklima. Der er mange elektronikvirksomheder, og de er i en hård konkurrence, men klarer sig godt." (Jørgen Nielsen, Administrerende direktør, Cimber Air)

De mange konkurrenter hilses velkommen hos Danfoss ud fra en betragtning om, at jo stærkere kompetenceklyngen som helhed bliver, jo stærkere står Danfoss. Virksomheden har derfor medfinansieret Mads Clausen Entrepreneur Park, som er en integreret del af Danfoss Industry Services. Entreprenørparken tilbyder udviklings- og produktionsfaciliteter til opstartsvirksomheder samt små og mellemstore virksomheder. Ambitionen er at etablere 25 nye virksomheder i løbet af de kommende 3 år.

Der har været en tydelig synergi mellem Sønderborgs erhvervsmæssige styrker inden for mechatronics og uddannelsesinstitutionernes fokus på teknik og ingeniøruddannelser. Med Danfoss blev grundstenen lagt til Sønderborgs styrke på mechatronicsområdet, men uden

etableringen af Sønderborg Teknikum i 1960'erne ville virksomhedens vækst være blevet begrænset af mangel på kvalificeret arbejdskraft. Efterhånden er der vokset en egentlig klynge op inden for mechatronics. Andre virksomheder og uddannelsesinstitutioner er kommet til, og der er inden for mechatronicsområdet skabt, hvad man kalder et tykt arbejdsmarked – et arbejdsmarked med mange aktører. Interaktionen mellem Danfoss, vidensinstitutionerne og de mange andre virksomheder, der er blevet skabt i området, har bragt et helt unik miljø til Sønderborg.

"Hele området omkring de større virksomheder, med Danfoss i centrum, emmer af en særlig kultur og stemning. Der er lidt 'Silicon Valley' over stedet. Silicon Valley-effekten er vigtig. Der snakkes hele tiden om det, vi arbejder med, i samfundet. Det giver denne her helt specielle kultur." (Bent Jensen, Administrerende direktør og ejer af Linak A/S)

Som ingeniør i Sønderborg Byregion er der mange potentielle arbejdsgivere, og for virksomhederne betyder det, at de i lokalområdet kan hyre medarbejdere med erfaring fra andre virksomheder. Desværre er denne synergi begrænset til mechatronicsklyngen. Byregionens arbejdsmarked er asymmetrisk med overvægt af jobmuligheder inden for ingeniørfaget og relaterede tekniske fag. Sønderborg er muligvis "et paradis for ingeniører"¹⁰⁴, men disse ingeniører har ofte partnere med uddannelse og krav til egen karriere. De krav kan dårligt indfris i Sønderborg Byregion, og områdets isolerede position begrænser pendlingsmulighederne. Det hæmmer området i forhold til at tiltrække ingeniører udefra, og de fleste virksomheder i mechatronicsklyngen mangler derfor kvalificeret arbejdskraft. Sønderborgs styrke er dermed også blevet områdets svaghed og en begrænsning for at realisere mulighederne for vækst.

"Vi ved, at mange ingeniører kommer hertil fra Aalborg og København, så vi skal lave en intensiv markedsføring overfor de studier, der er interessante for os. En anden udfordring er at skaffe ingeniørernes ægtefæller job." (Jan Prokopek, Borgmester, Sønderborg Kommune)

Sønderborg er i den paradoksale situation, at området på den ene side har en udsædvanlig dynamisk erhvervsudvikling, og samtidig mangler kvalificeret arbejdskraft. Fraflytningen er op gennem 90'erne blevet et stigende problem for Sønderborgområdet. I forhold til resten af Sønderjylland er befolkningstilvæksten i området høj, men den er alligevel på under halvdelen af landsgennemsnittet. Til sammenligning er der i en region som Ålborg en langt højere befolkningstilvækst og området ligger over landsgennemsnittet. En del af problemet skyldes, at erhvervsdynamikken i vid udstrækning er begrænset til mechatronicsklyngen, og Sønderborg derfor ikke er en attraktiv mulighed for par, der begge ønsker karriere, men ikke begge arbejder med ingeniørfag og teknik. En helt central udfordring for Sønderborg er derfor, at der bliver skabt et arbejdsmarked, der både har dybde og bredde. For at skabe et arbejdsmarked med bredde, er det nødvendigt, at det er attraktivt for iværksættere at starte virksomheder indenfor andet end mechatronics.

Gennem en bevidst satsning er det lykkedes Aalborg at markere sig som kompetenceklynge indenfor IT og telekommunikation. Aalborg Universitet har spillet en væsentlig rolle ikke mindst ved at udvide det arbejdsmarked, det private erhvervsliv har skabt. Universitetet og andre videnstunge institutioner sikrer, at der er et arbejdsmarked med både bredde og dybde, så regionens arbejdskraft har muligheden for at skifte job uden at skulle pendle ud af regionen. Der er dog en erkendelse af, at skal den højtuddannede og højt specialiserede arbejdskraft bosætte sig i Aalborg, er det ikke nok med kompetenceklyngens spændende arbejdsmarked: selve Aalborg by må også besidde de kvaliteter, der efterspørges.

"De store virksomheder i byen mener også, at kulturlivet er vigtigt for at tiltrække medarbejdere; især når det drejer sig om udenlandske." (Dolan Sund Nielsen, Erhvervskonsulent, Aalborg Erhvervsråd)

En af ulemperne ved at drive virksomhed i Aalborg region er, at den ligger i udkanten af landet. Afstanden til de nærmeste større byer er stor, men til gengæld er infrastrukturen velfungerende. Der er motorvejsforbindelse til Aalborg, samt lufthavn og ruten mellem Aalborg og København er landets største indenrigsrute. Mange virksomheder vælger dog alligevel Aalborg fra, når de skal placere deres hovedsæde. Derfor har man i Aalborg valgt primært at fokusere på at skabe vækst i de allerede eksisterende virksomheder og motivere iværksætteri for derigennem at skabe nye lokale virksomheder.

"I princippet er vores fokus ikke på at tiltrække virksomheder, men på at udvikle eksisterende virksomheder og få skabt nogle arbejdspladser, som ikke findes i forvejen. Vi prøver at få den eksisterende masse til at udvikle sig." (Dolan Sund Nielsen, Erhvervskonsulent, Aalborg Erhvervsråd)

Kompetenceklyngerne oplever altså nogle udfordringer, men på trods af de besværligheder, er der også særlige tiltrækkende aspekter ved at slå sig ned i en kompetenceklynge.

"For medarbejderne er det vigtigt, at de har meget trygge rammer. De har en anden livsholdning, og tempoet er nok lidt mere afdæmpet end i København." (Dolan Sund Nielsen, Erhvervskonsulent, Aalborg Erhvervsråd)

Kompetenceklyngerne kan sammenlignes med faglige landsbyer, hvor trygheden er i højsædet, samtidig med at de faglige udfordringer er til stede. Både kompetenceklyngen i Sønderborg og Aalborg er baseret på teknologi, ligger afsondret, men har gode infrastrukturelle forbindelser til resten af landet og en flittigt benyttet lufthavn. I Sønderborg er fokus på at styrke klyngen ved at styrke arbejdsmarkedet generelt, så ægtefællerne til de ingeniører, klyngen har brug for, også kan finde relevant arbejde. Der er et øget fokus på uddannelsesmiljøet, kulturlivet og steds kvalitet generelt ud fra tanken om, at skal man tiltrække de dygtigste kreative hoveder, er det nødvendigt at have et miljø, folk gerne vil bo i. I Aalborg er man også klar over, at steds kvalitet er et vigtigt parameter i kampen for at tiltrække den dygtige arbejdskraft. Derfor forsøger man at fastholde kunstnere og skabe flere institutioner. Det er et interessant fællestræk, at den styrke, de to byregioner har opnået i kraft af deres succesfulde kompetenceklynger, nu bruges til at opgradere steds kvaliteten. For at sikre, at der stadig fortsat vil være et godt erhvervmiljø, sættes der fokus på steds kvalitet.

6.4 Kritisk masse og internationalisering

I følge The Economist Intelligence Unit (EIU) er Danmark det land i verden, der er bedst at investere i, etablere sig i og drive virksomhed i. Undersøgelsens konklusion er, at Danmark er "bedst til business i hele verden"¹⁰⁵. I lighed med flere andre vesteuropæiske lande har Danmark en god infrastruktur, veluddannet arbejdskraft og en stabil økonomi. Der, hvor Danmark adskiller sig fra andre lande, er i forhold til et fleksibelt arbejdsmarked, muligheden for at starte virksomhed og fri konkurrence. Samtidig er den danske arbejdskultur, der kendetegnes ved engagerede medarbejdere og ledere, der ikke er bange for at uddelegere ansvar, et vigtigt aktiv, som gør, at danskerne er gode til at skabe ny viden og videreudvikle eksisterende forretninger.

For at gøre sig i det internationale forretningsliv er en vis kritisk masse en nødvendighed. I Danmark har en række store virksomheder og enkelte kompetenceklynger tilstrækkelig pondus til at markere sig internationalt. I dette afsnit analyseres betydningen af kritisk masse for muligheden for at gøre sig gældende som internationalt forretningsområde.

Erhvervslivet i Århus er kendetegnet ved en stor diversitet. Tilstedeværelsen af flere erhvervs-klynger medfører, at der er forholdsvis mange virksomheder, fordelt på forskellige brancher, hvilket skaber et bredt arbejdsmarked og en kritisk masse. At der er en kritisk masse af virksomheder og arbejdspladser er vigtigt, da det skaber grundlag for vækst og synergieffekter. Det giver grobund for etablering af virksomheder inden for forskellige støttefunktioner og et fælles arbejdsmarked for de mindre specialiserede fag. Samtidig betyder samarbejdet mellem virksomheder og Aarhus Universitet, at der er et godt rekrutteringsgrundlag, hvilket gør Århus til en attraktiv by at etablere virksomhed i.

“Det er en fordel for os, at der findes et akademisk miljø i Århus - på universitetet og hos andre virksomheder. Det giver muligheder for samarbejde og for rekruttering. Samtidig er byen så tilpas stor, at man kan få folk til at flytte dertil. Hvis man skal have folk til at arbejde vest for Valby-bakke, er Århus og Roskilde næsten lige” (Michael Stevns, Koncern- og innovationsdirektør, Arla Foods)

Erhvervsmæssigt har Århus alle de basale nødvendigheder, en virksomhed har brug for, på nær førerpositionen i Danmark. Når det gælder vidensinstitutioner, kvalificeret arbejdskraft og kompetenceklynger, kan Århus også konkurrere med København, og byens mindre størrelse spiller ikke den store rolle i den sammenhæng. Men når det gælder penge, magt og internationale relationer, er Århus nummer to.

Århus bliver tit sammenlignet med København og ofte må Århus affinde sig med at være nummer to efter København. Århus har meget af det samme at tilbyde som København, bare ikke i helt samme målestok. Ib Christensen, forvaltningschef, i Århus Kommunes Kulturforvaltning, mener, at Århus for at markere sig bør profilere sig som ”noget andet end København”.

“Vores perspektiv er egentligt at rive os lidt løs fra den der evindelige sammenligning. Århus er ikke København og bliver aldrig hovedstad” (Ib Christensen, forvaltningschef, Århus Kommunes Kulturforvaltning)

Århus vil aldrig kunne matche København på alle områder, men ifølge Ib Christensen er det heller ikke afgørende. Det afgørende er, at Århus markerer byens egne kvaliteter.

Erhvervslivet i København har været inde i en gunstig udvikling i de seneste 5-10 år. Beskæftigelsen er øget, arbejdsløsheden er faldet, og regionen oplever en nettotilflytning af arbejdskraft fra resten af landet og udlandet. Over en 10-års-periode er antallet af udenlandske virksomheder fordoblet til ca. 2000, og af dem har omkring 450 valgt at etablere skandinavisk hovedkvarter i regionen.¹⁰⁶ Virksomhederne bidrager sammen med mere end 40.000 expats og andre udenlandske statsborgere til at give København et internationalt islæt.¹⁰⁷

Sammenholdt med andre nordiske byregioner rangerer Hovedstadsregionen højt på markedsstørrelse, internationalt forretningsklima, økonomisk dynamik og tilgængelighed. Faktorer som er afgørende, når udenlandske virksomheder vælger at placere deres nordiske hovedkontor i København.¹⁰⁸ I 2003 tiltrak Hovedstadsregionen 83 % af alle udenlandske investeringsprojekter i Danmark. Af Copenhagen Capacitys analyse fremgår det, at næsten tre ud af fire udenlandske virksomheder i Danmark (72%) er lokaliseret i Hovedstadsregionen.¹⁰⁹

"Efter min opfattelse er København det eneste internationale brand, landet har. Det er det eneste sted, hvor man er i stand til at placere vidensinstitutioner og er i stand til at tiltrække de rigtig store internationale virksomheder. Derfor mener jeg også, at der bør være en national satsning på København i stedet for at lægge vidensinstitutioner uden for København." (Borgmester Martin Geertsen, Kultur- og Fritidsborgmester i Københavns Kommune)

En analyse af udenlandske virksomheders valg af placering i København i perioden 2000-2003, foretaget af Copenhagen Capacity, viser, at adgangen til kompetencer er den væsentligste begrundelse. Analysen viser samtidig, at også mere traditionelle lokaliseringsfaktorer som geografisk placering, infrastruktur og markedsadgang er relevante.¹¹⁰ Det er samtidig vigtigt at have et åbent og internationalt miljø, hvis et land, en region eller en by ønsker at tiltrække udenlandske virksomheder

"Hvis man gerne vil være en metropol, så skal man også være international – have internationale virksomheder, studerende osv. Vi prøver at lave en international sfære omkring København." (Peter Hansen, Udviklingsdirektør, Wonderful Copenhagen)

Udover de udenlandske virksomheder, investeringer, expats og Københavns status som en af verdens største FN-byer, er København også en stor conferenceby.

"København er den 7. største mødeby i verden på antallet af konferencer. Det er vi gode til. Det er fordi, tingene fungerer her lige fra lufthavnen til hotellet. Det er også nemt at komme rundt i byen. Vores infrastruktur er fantastisk god." (O. Rolf Larssen, Administrerende direktør, Copenhagen Capacity)

De mange konferencer giver en strøm af viden gennem regionen. Ekspertter fra hele verden kommer til København, der er et center for udveksling af information. Denne nationale førerposition vækker blandede følelser rundt om i landet. Selvom der er bred enighed om, at det er godt for hele Danmark, at København tiltrækker viden, investeringer og talentfulde mennesker fra hele verden, er der også røster, der ønsker en udligning af disse goder mellem landsdelene. Andre mener derimod, at København kun kan realisere sit potentiale som metropol og international magnet for viden og investeringer, hvis byen styrkes. Hvad enten man er for eller i mod øget udligning mellem København og resten af landet, er det dog tydeligt, at København ikke er i konkurrence med de øvrige danske byer. Landets hovedstad er den eneste danske by, der har volumen til at konkurrerer internationalt.

"København konkurrerer ikke hverken med Esbjerg, Århus eller Ålborg. Vi ser Hovedstadsområdet som den eneste reelle metropol i Danmark, og derfor konkurrerer vi med Oslo, Amsterdam, Berlin, Hamborg, Helsingfors – andre metropoler i Nordeuropa." (Michael Darmer, forhenværende planchef HUR)

København og Århus er på trods af den retorik, der ofte anvendes, ikke i direkte konkurrence. De to byregioner kan noget forskelligt. På erhvervsområdet har Århus både kvalificeret arbejdskraft og vidensinstitutioner, der giver en kritisk masse, og byregionen huser flere kompetenceklynger og væksthuse for nystartede virksomheder. Den eneste hæmsko for at starte og drive virksomhed i Århus er, at magten, pengene og hovedparten af de internationale kontakter er i København.

"Det er en ulempe, at Århus ikke er hovedstaden – det er lettere at rekruttere til København, der er mere forskning, og det er det eneste lidt internationale sted i Danmark" (Michael Stevns, Koncern- og innovationsdirektør, Arla Foods)

Århus og København har forskellige profiler og tiltrækker derfor forskellige mennesker og virksomheder. De to byregioner komplementerer hinanden, mere end de konkurrerer. De to byer har en næsten lige stor kreativ klasse (målt i procent af arbejdsstyrken), men den kreative kerne er en smule større i Århus, hvor uddannelse og teknik fylder mere, mens den gruppe, der betegnes som bohemer, er større i København.

"Magten ligger i København, mens livskvaliteten ligger i Århus." (Ib Christensen, forvaltningschef Århus Kommunes Kulturforvaltning)

Figur 6.2: Århus – livskvalitet, men langt til prestige og pengemænd

Designeren Karen Kjærsgaard har valgt livskvaliteten i Århus frem for karrieremulighederne i København. Ved at bosætte sig i Århus har hun sikret sig nærhed til sine største kunder, men hun er langt fra medierne, de store organisationer og diverse smagsdommere og udvalg. Det har resulteret i en karriere, hvor kommerciel succes ikke altid har resulteret i anerkendelse fra de Københavnsbaserede kulturinstitutioner.

"Rent strategisk ville det have været bedre for karrieren at bo i København, men tids- og familiemæssigt, der er det bedre at bo i Århus. Og så ligger de fleste virksomheder i Jylland." (Karen Kjærsgaard, designer, RKDO)

Karen Kjærsgaard rejser meget, og hun synes, at Århus passer hende godt mentalt. Hun kan godt lide at vende hjem til Århus. På den ene side synes hun, at Århus er uhyre provinsiel, på den anden side er byen dynamisk, og det er nemmere at få ting gennemført sammenlignet med andre steder. Dernæst er Århus en god arbejdsbase, da mange af virksomhedens opgaver ligger i Jylland.

"Det er paradoksalt, at man skal til København for at blive set og kendt og så få opgaverne i Jylland." (Karen Kjærsgaard, designer, RKDO)

Den eneste ulempe ved at være i Århus frem for København er ifølge Karen Kjærsgaard, at der ikke er den samme bevågenhed omkring virksomheden. På flere tidspunkter har hun overvejet at flytte til København, men besluttet at blive i Århus, fordi hendes netværk og opgaver primært er i Århusområdet. Mange i Århus forfægter da også det synspunkt, at Århus skal opgive konkurrencen med København og i stedet udnytte de fordele, der er ved at være en lille storby.

6.5 Erhvervslivet er vigtigt, men ikke altafgørende

En stor del af dansk erhvervsliv undergår en omstillingsproces, hvor materiel produktion erstattes af vidensproduktion. Mange provinsbyer er blevet ramt hårdt og har måtte redefinere sig selv. Fælles for mange byregioner er, at de har svært ved at skabe et tykt arbejdsmarked, hvor udbud og efterspørgsel af vidensmedarbejdere matcher inden for selv specialiserede felter. Dette er et problem i forhold til at tiltrække den kreative klasse. Nogle byregioner har haft succes med en meget specialiseret strategi, som i Sønderborg, hvor erhvervsliv og vidensinstitutioner sammen har skabt rammer for en succesfuld kompetenceklynge, der formår at tiltrække en stor andel af den kreative klasse. Andre byregioner har skabt en bredere portefølje af vidensbaserede virksomheder. Den diversificerede strategi er dog lykkedes bedst i de helt store byer: København og Århus; kun der er der tilstrækkelig kritisk masse til, at der kan skabes nichejob og

karrieremuligheder i tilstrækkeligt omfang til, at det appellerer til den kreative klasse i stort omfang.

Et driftigt erhvervsliv tiltrækker den kreative klasse, men det vigtigste er dog, at der er karrieremuligheder – og at de kreative kan se deres andet og tredje job i eller nær byregionen. Det er særligt mulighederne for karriereudvikling og faglige udfordringer, der tiltrækker den kreative klasse. Det er dog tydeligt, at erhvervsliv og jobmuligheder alene ikke er nok. De byregioner, der har den største kreative klasse formår at kombinere et driftigt erhvervsliv med steds kvalitet, og et meget lavt niveau af steds kvalitet vil begrænse erhvervslivets muligheder for at tiltrække den kreative klasse.

7 Den kreative klasses indvirkning på regionerne

"The University plays a magnetic role in the attraction of talent, supporting a classic increasing –returns phenomenon. Good people attract other good people, and places with lots of good people attract firms who want access to that talent, creating a self-reinforcing cycle of growth" (Richard Florida 2005:151)

I dette kapitel analyseres tre af de fora, hvori de kreative kræfters talent kommer til udtryk – uddannelsesmiljøer, kreative miljøer og iværksætttermiljøer. Disse tre områder har stor betydning for regional vækst og på omverdenens opfattelse af de regioner, der forstår at spille deres kort optimalt.

7.1 Værdien af uddannelse

Et uddannelsesmiljø skaber liv og udvider forretningsgrundlaget for mange virksomheder. Selvom de studerende ikke har mange økonomiske ressourcer til rådighed, er de storforbrugere af kultur og rekreative aktiviteter.

"For at have aktivitet døgnet rundt, er et aktivt studiemiljø vigtigt, også for café- og restaurationslivet, som giver attraktivitet og en mere levende by. Derfor støtter vi op om at blive en studieby." (Mads Lebech, Borgmester, Frederiksberg Kommune)

Derved er de studerende kilde til diversitet. De fleste studerende bliver også færdige med deres studier, og derfor er uddannelsesmiljøer også kilde til veluddannet arbejdskraft og vellønnede forbrugere.¹¹¹

Uddannelsesinstitutioner og kompetenceklynger lever i en symbiose, hvor tilstedeværelsen af den ene part styrker den anden part. Interaktionen mellem erhvervsliv og uddannelsesmiljø og muligheden for at få spændende job gør uddannelsesmiljøet attraktivt. Samtidig styrker vidensmiljøerne og adgangen til nyuddannet arbejdskraft erhvervslivet. Syddansk Universitets afdeling i Sønderborg understøtter således udviklingen indenfor mechatronicsklyngen, og særligt Mads Clausen Instituttet for Produktinnovation og Center for Produktudvikling spiller en vigtig rolle. Danfoss' velvilje og donationer har senest sikret Universitetet et laboratorium i verdensklasse til testning af banebrydende teknologi. Det giver forskere ved universitetet exceptionelle muligheder og giver universitetet rammer til at uddanne højt specialiserede kandidater. Både forskning og uddannelse af specialiserede kandidater er en fordel for Danfoss og det øvrige erhvervsliv i området, og viljen til synergi mellem forskning, uddannelse og erhvervsliv er stor for alle parter. Der er ingen tvivl om, at universitetet har stor betydning for erhvervsliv generelt og de specialiserede kompetenceklynger i særdeleshed.

"Fordelen for højteknologiske virksomheder ved at være i Aalborg er, at man er meget tæt på universitetets forskning. Der er en integreret undervisningsform på universitet med et nært samarbejde med virksomhederne. Det er en væsentlig styrke for erhvervslivet." (Dolan Sund Nielsen, Erhvervskonsulent, Aalborg Erhvervsråd)

Aktive uddannelsesinstitutioner, der i samarbejde med erhvervslivet fremmer regionens konkurrenceevne, kræver kvalitet hos uddannelsesinstitutionerne, men også kvalitet i

erhvervslivet. At blive uddannet inden for mechatronik i Sønderborg eller inden for telekommunikation i Aalborg giver de studerende mulighed for at lære i et engageret miljø, med de bedste faciliteter.

Figur 7.1: KaosPiloterne

KaosPiloterne fejrede 15 års fødselsdag d. 6. oktober 2006. De første KaosPiloter blev uddannet i 1991. I perioden 1991-2006 har ti hold gennemført uddannelsen som Kaospilot. "Hold 13" påbegyndte uddannelsen i 2006.

KaosPiloterne er en tre-årig mellemlang videregående uddannelse i kreativt proces-, projekt- og businessdesign. Uddannelsen er finansieret af Undervisningsministeriet i Danmark, studieafgift fra de studerende og indtægtsdækket virksomhed. Det er KaosPiloternes mål at uddanne fremsynede og kreative iværksættere og projektledere som medarbejdere til morgendagens virksomheder, organisationer og projekter. Hvert år samarbejder 60-70 virksomheder eller organisationer med KaosPilot-studerende om forskellige projektopgaver i forbindelse med deres uddannelse. Projekterne kan strække sig fra udarbejdelse af en iværksætterprofil for Dansk Industri, over udvikling af markedsføringskoncept for Daimler-Chrysler til afvikling af Hip Hop-koncert i Sydafrika.

Ifølge Malco Oliveros har Kaospilot-uddannelsen haft stor betydning i forhold til at sætte fokus på kreativitet i det århusianske erhvervsliv.

"Initiativer som Frontløberne og KaosPiloterne har været med til at sætte fokus på kreativitet ikke kun i de kunstneriske miljøer i Århus, men også i erhvervslivet."
(Malco Oliveros, Produktionsleder og kunstnerisk konsulent, Århus Festuge)

Kaospilot-uddannelsen forfølger nu en mere international strategi, som bl.a. skal gøre det muligt at følge uddannelsen i andre lande.

Kilde: www.kaospilot.dk

Mange uddannelsesbyer oplever, at de studerende flytter efter endt uddannelse. Århus er en stor uddannelsesby med flere studerende per borger end nogen anden dansk by. Områdets erhvervsliv er dog ikke stort nok til at tilbyde job til alle de nyuddannede. Spørgsmålet er, om denne ubalance skal ses som et problem (Århus mangler arbejdspladser) eller som en mulighed (Århus har adgang til en overflod af talent). Uanset hvilken vinkel man vælger, er det dog en udfordring for regionen at fastholde de dygtigste nyuddannede, så alle de ambitiøse og driftige ikke søger væk i jagten på nye udfordringer og karrierer.

"Der er nogle, som synes, at det er et problem, at nogle unge flytter fra Århus. Det, der imidlertid er vigtigt, er, at vi selv beholder de bedste. Når man uddanner så mange, som man gør i Århus, er der i sagens natur ikke job til alle efter endt uddannelse - det må man bare vænne sig til." Marianne Gerløv, Kontorchef, Århus Kommunes Erhvervsafdeling)

En væsentlig forhindring i at kunne beholde de bedste af Århus' masse af nyuddannede i området er manglen på relevante studiejob og praktikpladser. Nogle af de mest ambitiøse studerende

vælger at tilbringe deres sidste studieår i København eller udlandet for at supplere studierne med praktisk erfaring fra studierelevante praktikophold eller job. Når de unge først er flyttet, etablerer de sig ofte med familie og job og bliver væk. Derfor er det en udfordring at sikre tilstrækkelige muligheder for, at de studerende kan supplere deres akademiske kundskaber med praktiske erfaringer.

"Noget, vi mangler her i Århus, er et tilstrækkeligt antal praktikpladser. Vi kæmper med at skaffe flest mulige." (Marianne Gerløv, Kontorchef, Århus kommunes Erhvervsafdeling)

For Århus handler det om at skumme fløden og sikre, at de dygtige folk vælger at blive i området. Men den udfordring er ikke løst med praktikpladser og attraktive job alene. Selvom der er mange jobmuligheder i Århus, så begynder mulighederne at snævre ind, når man når et vist niveau i stillingshierarkiet.

"Problematikken varierer fra branche til branche, men i og med at stort set alle større virksomheder i den her by er filialer af virksomheder, der ligger i København, så rammer du på et eller andet tidspunkt på vej op ad karrierestigen det, jeg vil kalde glasloftet." (Uffe Elbæk, Bestyrelsesformand for Kaospiloterne og byrådsmedlem i Århus Kommune)

Ifølge Uffe Elbæk, skal Århus ikke prøve at leve op til København. I stedet bør Århus satse på at udvikle sin profil som talentvugge.

"I stedet for at halse efter at have det samme jobmarked som i København, så vil jeg i stedet anbefale, at Århus gjorde en dyd ud af at være talentvugge. Det optimale var, hvis man så det som helt ok, at dygtige folk på et tidspunkt flyttede herfra. Så kunne det jo være, de kom tilbage, når de fik børn og andre prioriteter, fordi deres livskvalitet ville være højere her. Jeg vil anbefale talentvuggestrategien kombineret med livskvalitetsstrategien." (Uffe Elbæk, Bestyrelsesformand for Kaospiloterne og byrådsmedlem i Århus Kommune)

Århus' store udfordring er ikke byens størrelse eller regionale kvaliteter, men derimod at byen internt i Danmark er nummer to i forhold til København. Derfor ligger hovedparten af centraladministrationen, de øvrige statslige institutioner og en mængde service og støttevirksomheder i København. Den fordeling fører til en mangel på relevante studiejob, praktikpladser og lederstillinger i det uddannelsesstunge Århus og dermed til et incitament for ambitiøse studerende og lederaspiranter til at flytte fra Århus. Skrækscenariet for Århus er, at de dygtigste og mest ambitiøse flytter fra regionen, mens drømmescenariet er, at glæden ved at bo i Århus er så stor, at alle ønsker at blive i byen, og man derfor kan rekruttere de bedste. Begge scenarier er overdrevne, og virkeligheden vil være en form for middelvej, men hvilken form afhænger af tiltrækningskraften ved Århus Byregion. Under alle omstændigheder må Århus acceptere, at en stor del af de unge, der uddannes i byen før eller siden flytter fra regionen. På grund af regionens mange regionale kvaliteter kan man dog holde på mange dygtige nyuddannede, og mange vil vende tilbage til Århus på et senere tidspunkt.

7.2 Talentvuggen og metropolen

Kulturlivet i Århus er ikke bare en mini-udgave af København, det er noget andet. Meget foregår på niche-niveau, og måske netop derfor, er der en stor talentudvikling. Århus har udviklet sig i retning af at være en talentvugge og er på mange måder blevet et springbræt for kunstnere. Det

renommé og navn, kunstnerne skaber i Århus, er til stor hjælp, når de senere kommer til København. Kunstnere, der skaber sig et navn i Århus har fordel af, at fordi byen er mindre, er de relevante netværk af kreative kræfter også mindre. Det kan gøre det lettere for den nytilkomne at navigere. Til gengæld kan tilgængeligheden af netværk i Århus gøre overgangen til de langt større kreative miljøer i København hård for den utrænede. Århus har gennem en årrække bevist, at byen er god til at fostre talenter inden for det kunstneriske område.

"Artisterne starter ofte i Århus, men det varer ikke længe, før de er i København, og det skyldes mest af alt medierne. For musikbranchen er medierne altafgørende." (Jens Ove Friis, Direktør, RecArt Music)

Århus kan ikke holde på artisterne. Især fordi der ikke er den samme mediedækning som i København, er det nødvendigt for artisterne at flytte for at få det helt store gennembrud. Men det renommé, de har skabt sig i Århus, er ofte det, der baner vejen for den senere kommercielle succes.

Figur 7.2: RecArt Music – om at skabe netværk og spotte talenter i musikbranchen

RecArt Music er et lille uafhængigt dansk pladeselskab placeret i hjertet af Århus. Direktøren for pladeselskabet, Jens Ove Friis, valgte Århus, da pladeselskabet skulle etableres, fordi han vurderede, at musikmiljøet i Århus var nemmere at komme ind i sammenlignet med København. Samtidig er Århus ifølge Jens Ove Friis en god "udkigspost for kreativitet", hvilket spiller en stor rolle for et uafhængigt pladeselskab, der skal spotte nye talenter.

"Århus er blevet et rigtig godt springbræt for artister. Grunden til, at mange artister bliver store i København, er at, de kommer dertil med et renommé, som de har skabt her i Århus gennem Gaffa og ROSA." (Å2KH)

Dertil kommer, at der også er en 'fame'-effekt ved København. Jens Ove Friis mener, at der er en tendens til, at artister på et tidspunkt vælger Århus fra til fordel for København, alene fordi de ikke vil associeres med noget, der er for provinsielt.

7.3 Kreativitet som erhverv

Kreativitet blev tidligere oftest associeret med kunst og kultur som rekreativ aktivitet, men det perspektiv udfordres nu kraftigt. Denne rapport skriver sig ind i denne tradition, hvor kreativitet, kunst og kultur ses som kilder til økonomisk værdi.¹¹² Mange danske byer og regioner har fokus på den økonomiske værdi af et aktivt kulturliv, i dette afsnit er fokus på de effekter, man kan opnå i storbyer som København og Århus, hvor kulturuddannelser, kulturinstitutioner, kulturbaserede erhverv og en aktiv undergrund tilsammen skaber et dynamisk kulturelt miljø. De kreative brancher skaber arbejdspladser for kunstnere – den del af den kreative klasse, der kaldes bohemerne – og deres tilstedeværelse tiltrækker den øvrige kreative klasse. Tre centrale aspekter ved kreativitet som erhverv – den økonomiske værdiskabelse de kreative brancher skaber, spin-

off-effekter til andre brancher og skabelse af oplevelser, der skaber image og tiltrækker turister – vil blive analyseret i dette afsnit.

Potentialet ligger ikke kun i den værdi, der skabes i selve de kreative brancher, men også i at de kreative brancher er med til at gøre de byer, de opererer, i mere attraktive for den danske og udenlandske kreative klasse.

"Vi tror meget på, at der, hvor man skaber et kreativt rum, der vil komme mange sjove sjæle til. De vil gerne være et sted, hvor der er plads til at eksperimentere. Vi har brug for folk, der tænker anderledes og er kreative - ikke kun inden for de kreative industrier." (O. Rolf Larssen, Administrerende direktør, Copenhagen Capacity)

En dynamisk pulje af kreative virksomheder kræver nogle rammebetingelser. Først og fremmest er det afgørende, at der i området er tilstrækkelig med kvalificeret arbejdskraft. Dernæst er byens tilbud af boliger, velfærdsydelser og levestandard afgørende for at tiltrække arbejdskraft. Billige erhvervslejemål, adgang til eksisterende bygninger og pladser, igennem deregulering af love og regler samt øget mulighed for at dele lokaler og faciliteter, vil gavne især de kreative brancher.¹¹³ Særligt når det gælder deregulering og adgang til bygninger og pladser har de lokale myndigheder god mulighed for selv at lægge strategien. Frederiksberg Kommune har bevidst valgt, at gøre det nemt for de kreative brancher at operere i kommunen.

"På Frederiksberg har vi prioriteret, at udeservering og filmoptagelser skal være gratis, fordi det giver byen det liv, vi gerne vil have." (Mads Lebech, Borgmester, Frederiksberg Kommune)

Der er i Københavnsområdet fokus på, at det er nødvendigt at være åben og skabe muligheder for de kreative branchers udfoldelse.

"Det skal være nemt at komme til byen og få tilladelser til at gøre nogle ting. Og man skal få hindringer af vejen i filmindustrien og være mere åbne overfor nye projekter. Man skal kunne eksperimentere lidt mere i denne by." O. Rolf Larssen, Administrerende direktør, Copenhagen Capacity

Bedre muligheder for at anvende det offentlige rum i forbindelse med særarrangementer og festivaler vil skabe diversitet, og disse typer arrangementer er vigtige for byers image.

"Hvis man satser på oplevelsesøkonomien, så skaber det liv i København. Det er et godt brand, og der er penge i det." (Borgmester Martin Geertsen, Kultur- og Fritidsborgmester i Københavns Kommune)

De fleste mennesker kan godt lide at være i nærheden af andre som dem selv, og det gælder i høj grad de kreative. Der er en stærk tendens til, at de klumper sig sammen i bestemte regioner, byer og kvarterer. Det skaber en synergieffekt, hvor de kreative kræfter trækker andre ligesindede med sig, hvilket gør miljøet mere attraktivt, og det får endnu flere kreative til at søge dertil.

"Der kommer en synergi, fordi det kreative trækker det kreative med sig. Det er her det sker, og det er også her, medierne er." (Martin Geertsen, Kultur- og Fritidsborgmester, Københavns Kommune)

For København og andre populære byer kan denne strategi dog kollidere med den udbredte opfattelse i de kreative miljøer af, at København er ved at udvikle sig til en for pæn by. Mange kreative pionerer mener, at det vil gavne København, hvis byen fik lov at være lidt mindre pæn og lidt mere farverig og larmende. Der måtte gerne være et større og mere diversitetskulturbud, og det skulle være nemmere bruge byens rum til at reklamere og skabe opmærksomhed.¹¹⁴ Igen er kodeordet deregulering og fokus på muligheder frem for begrænsninger og overdreven

hensyntagen. Udfordringen er at afveje det udfordrende – byens kant – mod nattero og rene gader – pænheden. Dilemmaet er igen centreret omkring den kreative klasses sammensatte natur, hvor gå-i-byen-kultur sameksisterer med arbejdsdisciplin. Denne holdning genfinder man i Århus, hvor en konsulentrapport udarbejdet for Århus Amt netop fremhæver farerne ved gentrificeringen af byrummet og kulturlivet.

"Det er de pæne borgeres behov og de kendte miljøer, der er i højsædet. Det er der er i høj grad en publikumsmæssig opbakning til. Men spørgsmålet er, om det er tilstrækkeligt udfordrende? Hvor er satsningerne på de nye udtryk og fænomener? Hvor er alternative satsninger, som ved at udfordre den etablerede kultur kan bibringe dynamik og videreudvikling, og som samtidig medvirker til at tiltrække en bredere kreds?" (Nellemann konsulenterne, 2002: s. 20)

Kulturelt set har Århus gradvist ændret profil. I 80'erne var Århus kendt for at have et blomstrende udviklingsmiljø med masser af rockmusik og musikere, eksperimenterende teater på gaderne, på universitetet og i teatersalene, kulturelle netværk på kryds og tværs. På det finkulturelle område stod Århus dog væsentligt i skyggen af København. I de seneste år har man i Århus brugt mange ressourcer på at skabe nye institutioner og styrke de finkulturelle og etablerede tilbud. Kunstmuseet AROs, Den Jyske Opera, Filmbyen og Filmfonden er eksempler på dette. Udbygningen af Århus Idrætspark, DGI-huset og etableringen af Arenaen er tiltag, som har styrket elitesportens vilkår i Århus.¹¹⁵ Der er stor bredde i tilbudene, og det er de færreste, som ikke finder Århus kulturelle og rekreative tilbud tilstrækkelige.

"Kulturudbuddet i Århus vil kunne tilfredsstille de 95 % af kulturpublikummet. Det er godt nok, det kan man alligevel ikke overkomme at se." (Ib Christensen, Forvaltningschef, Århus Kommunes Kulturforvaltning)

De fleste vil altså kunne få tilfredsstillet deres kulturelle behov i Århus, men flere i det kreative miljø påpeger, at aktiviteten ikke er på samme niveau som tidligere.

"For 10-15 år siden var der mere aktivitet inden for kulturlivet i Århus. Der var dengang registreret mellem 50 og 60 teater og dansegrupper. Nu er der kun fem eller seks." (Malco Oliveros, Produktionsleder og kunstnerisk konsulent, Århus Festuge)

Det er tvivlsomt, at nedgangen i antallet af teater og dansegrupper er repræsentativt for kulturområdet som helhed. Forklaringen er nok nærmere, at mens teater og dans er gået tilbage, så er andre udtryksformer gået frem. Spørgsmålet er dog, om nedgangen i antallet af teater- og dansegrupper er udtryk for en mere generel problematik, hvor Århus i kampen for at konkurrere med København har fokuseret på de store kulturinstitutioner og derved forsømt undergrunden af initiativer.

Det er væsentligt at pointere, at de etablerede kulturinstitutioner er med til at skabe en kritisk masse af kreative mennesker og en kritisk masse af kreative job, hvilket også er til gavn for undergrundsmiljøet. Samtidig er de store fyrtårne et nødvendigt supplement til en aktiv undergrund, hvis en by skal fremstå som et attraktivt sted at bo – der skal være diversitet i de kulturelle udbud.

"Der er mange faktorer, der skal til for at tiltrække højtuddannede, men udbuddet af kulturelle tilbud spiller helt sikkert en væsentlig rolle." (Marianne Gerløv, Kontorchef, Århus Kommunes Erhvervsafdeling)

Århus' styrkeposition på kulturområdet i forhold til København har været undergrunden af spirende kreativitet, talent og initiativer, men uden satsninger som eksempelvis kunstmuseet ARoS vil Århus miste sin position som Danmarks anden kulturmetropol. De etablerede kulturinstitutioner er desuden med til at skabe en kritisk masse af kreative mennesker og en kritisk masse af kreative job. Begge dele er essentielt for opretholdelsen af et kreativt miljø – også for undergrundsmiljøet. En kritisk masse af kreative mennesker giver mange muligheder for netværkssamarbejde om alverdens projekter, mens en kritisk masse af kreative job giver mange muligheder for at sikre de kreative en indkomst.

Værdien af kreativitet som erhverv har flere aspekter. Først og fremmest er de brancher, hvis virke er centreret omkring kreativ produktion, produktive arbejdspladser - tegnestuer, designbureauer og forlag er blot nogle eksempler. I disse kreative virksomheder er skabertrangen i centrum, og i takt med, at det danske erhvervsliv bliver mere vidensbaseret, og innovation er nødvendig for overlevelse, bliver de kreative erhvervs organisationsformer mere og mere relevante for det øvrige erhvervsliv. Der er derfor en ikke uvæsentlig spin-off-effekt fra de kreative brancher. Samtidig er midlertidige ansættelser i de etablerede kreative virksomheder en attraktiv indtægtskilde for kunstnere og andre kreative, der endnu ikke kan leve af deres selvstændige produktion. Netværk og fleksibilitet er et centralt element i de kreative brancher, hvilket er en af årsagerne til, at de trives bedst i større byer, hvor der er en kritisk masse af kreative kræfter. Tilstedeværelsen af de kreative brancher giver oftest byer et cool image. Filmoptagelser i gaderne, et rigt kulturliv og et spændende undergrundsmiljø skaber oplevelser for de øvrige borgere og tiltrækker turister. Disse aspekter af storbylivet appellerer til den kreative klasse, der da også procentuelt er størst i København og Århus.

7.4 De kreative skaber nye virksomheder

Richard Florida fremhæver, at den kreative klasse i højere grad end andre grupper lader deres kreativitet og ideer udmønte sig i iværksætteri. Statistisk kan det ses ved at der i både Nordamerika og i Danmark er en positiv sammenhæng mellem størrelsen af den kreative klasse i et område og væksten i antallet af virksomheder i det pågældende område.

Et gunstigt miljø for iværksættere og nye virksomheder er en væsentlig kvalitet ved en dynamisk by. Det er centralt for virksomheder i opstartsfasen, at de kan få assistance og uddannelse til at møde alle de nye udfordringer, at de kan operere professionelt og at de kan indgå i netværk, hvor de kan få værdifulde kontakter. Behovet er tydeligt inden for de højteknologiske brancher, hvor konkurrencen er global og finansieringsbehovet stort, men det gælder også for en lang række andre brancher. I dette afsnit er fokus på opstartsmiljø og muligheder for teknologiske brancher, men mange af konklusionerne gælder i tilpasset form for langt de fleste brancher.

Der er tre forskerparker i Hovedstadsregionen: Symbion, CAT og SCION DTU A/S, og tre innovationsmiljøer: DTU Innovation A/S, Teknologisk Innovation A/S og CAT-Symbion Innovation A/S. Århus er hjemsted for Forskerpark Aarhus og IT-byen Katrinebjerg. Symbion og Forskerpark Århus har bidraget til datagrundlaget for denne rapport og fremhæves derfor som eksempler på innovative miljøer i København og Århus i det følgende.

I de innovative miljøer arbejder forskere og erhvervsliv tæt sammen, og begge parter drager derved nytte af hinandens viden. Både København og Århus rummer fysiske og sociale rammer for teknologi- og vidensintensive opstartsvirksomheder. Samtidig er begge byer universitetsbyer, hvor både veluddannet arbejdskraft, nyuddannede og forskningskompetencer er let tilgængelige.

"En fordel ved Århus er tilgangen til kvalificeret arbejdskraft - den er der for stort set alle fag. Fordelen for virksomhederne ved at være her i forskerparken er, at selv små virksomheder kan operere professionelt fra første dag." (Erik Jantzen, forhenværende direktør, Forskerpark Århus)

For nystartede vidensintensive virksomheder rummer innovationsmiljøerne i København og Århus altså flere fordele: den nødvendige viden er der, arbejdskraften er der og ved at lokalisere sig i forskerparken, har virksomhederne også mulighed for at benytte alle de faciliteter, der er essentielle for en professionel og overbevisende præstation. Endnu et centralt element er fokus på netværksdannelse. Både i Århus Forskerpark og i Symbion fremhæves netværk som et væsentligt aspekt af opstartsvirksomhedernes muligheder for succes. Netværk ses som et vigtigt middel til kompetenceudvikling og kommerciel succes for vidensintensive produkter.¹¹⁶

"Netværket giver virksomheden en forståelse for, hvorvidt deres virksomhed eller produkt er på vej i den rigtige retning." Morten Mølgaard Jensen, Chief Operating Officer, Symbion

I Århus Forskerpark går man så langt som til at fremhæve netværksformidling som den vigtigste rolle for forskerparkens ledelse. Erik Jantzen beskriver sin egen funktion som en kombination af pedel og netværksformidler, hvor netværksformidlingen er den mest krævende del.

"Det, vi egentlig laver, er at drive netværk. Vi ved, hvilken dør man skal ind af, og hvem man skal tale med. Så vi har en vis formidlende rolle." (Erik Jantzen, forhenværende direktør, Forskerpark Århus)

De fysiske rammer og adgangen til kvalificeret arbejdskraft og forskerkompetencer er således ikke tilstrækkeligt til at sikre teknologi- og vidensintensive virksomheder succes. Det er centralt også at have kontakt til nøglepersoner, der kan skaffe virksomheden adgang til de rigtige netværk og åbne de rigtige døre. Den kreative klasse skaber virksomheder, og oftere end andre grupper skaber de vidensintensive virksomheder, hvor der ansættes flere kreative mennesker. Derved skaber de en positiv erhvervsdynamik gearret til en økonomi præget af viden og kreativitet. De gunstige rammer fremmer processen med at komme fra idé til faktura, men en stor og aktiv gruppe kreative iværksættere er udgangspunktet.

Figur 7.3: EVU og Montre – assistance og lokaler til iværksættere

EVU er en selvejende organisation, der arbejder med erhvervsfremme i København, på Frederiksberg og i Øresundsregionen. EVUs designer-erhvervspark hedder Montre og ligger på Halmtorvet, som en del af Den Hvide Kødby. Den huser 20 nystartede designere. Montre tilbyder arbejdspladser til designere. Designerne hjælpes bl.a. til at synliggøre deres virksomheder. EVU har også en erhvervspark rettet mod nystartede virksomheder generelt. Den er beliggende i Valby, og huser omkring 40 mindre virksomheder, som alle har adgang til gode faciliteter, reception, sekretærbistand, mødelokaler og ikke mindst fællesskabet blandt virksomhederne.

Kilde: www.evu.dk

7.5 Den kreative klasse skaber regional vækst og diversitet

Den kreative klasse sætter sit præg på det lokale miljø på mange måder. Et eksempel på de mangfoldige effekter er den værdi, et sprudlende uddannelsesmiljø tilføjer en byregion. Ikke alene er uddannelsesinstitutionerne kilde til forsyning af fremtidens kreative vidensmedarbejdere, de studerende skaber også liv i bybilledet. På samme vis skaber de kreative brancher udover deres økonomiske værdi også et miljø til gavn for borgere, det øvrige erhvervsliv og turismen i området. Mange kreative har så mange ideer og så stort engagement, at de springer ud som selvstændige. Derigennem skaber den kreative klasse igen en mangfoldig positiveffekt for lokalmiljøet, idet de nye virksomheder skaber værdi og, mindst lige så vigtigt, skaber job indenfor vidensintensive brancher. Den kreative klasse søger muligheder, og de muligheder findes oftere i de større byer. Derfor søger den kreative klasse ofte mod storbyerne. De mindre byer må finde niches, hvor de kan excellere for at holde på mange af de kreative.

Den kreative klasse har økonomisk, kulturelt og socialt set en positiv effekt på sit lokalmiljø - den kreative klasse skaber både vækst og diversitet.

8 Hvordan byer tiltrækker den kreative klasse

"Folk vil jo vælge at bo de steder, de holder af, hvis de faglige udfordringer også er til stede." (Uffe Elbæk, Bestyrelsesformand for Kaospiloterne og byrådsmedlem i Århus Kommune)

For at tiltrække den kreative klasse skal et område helst have både tolerance, diversitet og specialisering. Det har byer som København og Århus, der da også har den største andel kreative mennesker i arbejdsstyrken, men da alle byer ikke kan bryste sig af storbyernes fordele, er det særligt interessant, at byer som Svendborg og Sønderborg også formår at tiltrække den kreative klasse i stort omfang. I dette kapitel er fokus på den dynamik mellem tolerance, diversitet og specialisering, der tiltrækker den kreative klasse.

I afsnit 8.1, 8.2 og 8.3 opdeles de otte udvalgte byregioner i tre grupper: de store, de lækre og de driftige, efter deres primære karakteristika og force i kampen om den kreative klasse. I kapitlets afsnit 8.4 introduceres begreberne identitet og image, da begge aspekter er essentielle for byregionernes muligheder for at tiltrække den kreative klasse. Kapitlets afsluttende afsnit 8.5 opsummerer analysen.

8.1 De store

Store byer har en særlig puls, der tiltrækker kreative mennesker og virksomheder. Storbyerne er mulighedernes rum¹¹⁷, og der er plads til at være anderledes – det er den diversitet, der er kernen i urbaniteten. Med til byregionerne hører også hele det opland, der tjener som sovebyer, erhvervsmæssige nicher og kilde til en stadig strøm af talent. Uden dette opland ville den urbane dynamik ikke være mulig. Kombinationen af tæt by, forstæder og opland giver netop den diversitet, der er karakteristisk for urbane regioner. Denne regionale diversitet koncentrerer sig i byens center, og det er derfor i dette centrum, at diversiteten er størst. Diversiteten skaber en mængde udbud, men for den kreative klasse handler det lige så meget om muligheder som om det, der reelt benyttes.

Den største andel af den kreative klasse findes i Københavns og Århus. De to storbyer tiltrækker forholdsmæssigt langt flere kreative end Odense, selv når byernes størrelse tages i betragtning. Selvom der ikke er forskel på tiltrækningskraften for den største og næststørste by, er der stor forskel fra de to til landets øvrige store byer. Storbyernes tiltrækningskraft afhænger derfor ikke alene af befolkningens størrelse, men også af andre faktorer. Den kreative klasse selv fremhæver især udbuddet af muligheder - altså diversiteten - som appellerende. Karrieremæssigt og kulturelt muliggør diversiteten i København og Århus en mængde livsstilsmuligheder og en fleksibilitet, der tiltrækker den kreative klasse. Forskellen på København og Århus og byer som eksempelvis Odense og Aalborg er ikke kun kvantitativ (befolkningsstørrelse), den er også kvalitativ (diversitet). København og Århus er bedre gearret til den kreative klasses behov, hvilket tiltrækker de kreative, der skaber endnu større diversitet og appel til den kreative klasse. De kreative industrier har med deres hippe og oplevelsesskabende effekt en stor betydning for denne proces.¹¹⁸ Der er tale om en positiv synergieffekt, hvor jobmuligheder, kulturliv og byens image spiller sammen. Befolkningsstørrelse i sig selv mister sin tiltrækningskraft et sted mellem størrelsen af

Århus og Odense. Det fænomen kaldes 'The Tipping Point'¹¹⁹ – det magiske punkt, hvor de udslagsgivende faktorer ændres. Er byer af Århus' størrelse eller større, skaber størrelsen diversitet. Er byer mindre end Århus, er byens størrelse ikke en attraktion i sig selv; der skal nogle andre dimensioner til. Så selvom Odense er en stor by, er byen ikke stor nok til, at den kan tiltrække den kreative klasse mere end så mange andre byer.

Hvis diversiteten og dermed også efterspørgsel og udbud skal øges, kræver det en større koncentration af mennesker. Tag New York som eksempel: dér er en overflod af diversitet af varer, services og livsstile. Endnu mere ekstremt er den virtuelle verden, hvor geografisk koncentration af mennesker er irrelevant, og hele verdens digitaliserede befolkning er målgruppen. Der er et marked til hvert en perifer niche af efterspørgsel og et fællesskab om enhver kurios interesse.¹²⁰ Jo større et marked, jo mere specialiserede produkter er der et forretningsmæssigt grundlag for. Den logik kan udbredes til iværksætteri, subkulturer og meget mere – hvis markedet blot er stort nok, opstår der nicher for alt og altså en enorm diversitet. Hvis man vil efterstræbe en diversitet, der minder om denne virtuelle overflod, kræver det et stort og tæt bebygget byrum. For byer som Århus og København er muligheden for at vokse udad efterhånden begrænset, hvis man ønsker rimelige pendlingsafstande og at bibeholde de livgivende grønne fingre i Hovedstadsregionens byplan. Hvis man ikke ønsker de store byers centrale kommuner befolket udelukkende af studerende og singler, men også ønsker familier og velhavere, er mindre lejligheder ikke en mulighed. At bygge i højden er derfor en løsning, der af flere fremhæves som svaret på udfordringen omkring byernes fremtidige befolkningsvækst.

"Hvis den her by[Århus] på sigt skal blive ved med at have befolkningsvækst og tiltrække de rigtige mennesker, så skal vi lave byfortætning. Der skal tænkes helt anderledes, så du kan mærke, når du kører ind i byen." (Uffe Elbæk, Bestyrelsesformand for Kaospiloterne og byrådsmedlem i Århus Kommune)

Et tæt byrum vil appellere til de mest urbant orienterede – og mange af dem vil tilhøre den kreative klasses yngre generationer. Men en tætbygget by må tænkes sammen med et mere fladt og landligt opland. I mange store byer ser man, at forskellige dele af byen får forskellige roller i bysystemet. I Bay Area omkring San Francisco er der en arbejdsdeling mellem selve San Francisco, Silicon Valley og andre centre med et specifikt fokus. Det begrænser pendlingsafstandene og tillader samtidig befolkningen at bo i forskellige grader af urbanitet. Denne rolleopdeling mellem center og omegn ser vi efterlignet i Rønde Kommune uden for Århus, hvor man er i færd med at etablere et storstilet uddannelsesområde.

"Mange ville have set nærheden til Århus som et problem i forhold til at etablere Rønde Campus, men det gør vi bestemt ikke. Det er jo der nøglen ligger; hele potentialet ligger der. Hvis man ser på, hvor der er henholdsvis overrepræsentation og underskud af uddannelse, så ligger Rønde lige i midten. Djursland har et lavt uddannelsesniveau blandt både unge og ældre. Århus har et enormt udbud, og Rønde placerer sig lige i midten." (Morten Kruse, Udviklingschef, Rønde Kommune)

For Rønde Kommune (nu Syddjurs Kommune) muliggør nærheden til Århus en strategi, der ellers ville have været urealistisk for en lille by i en mindre kommune omgivet af marker og natur. Hovedbyen og det omkringliggende opland med forstæder og mindre byer indgår i et fælles bysystem, der skaber synergi til fordel for alle parter. Denne rollefordeling ses ikke kun mellem center og opland i de store byregioner, der er også en tydelig rollefordeling mellem mange danske byer. På trods af lighederne mellem København og Århus har størrelsesforskellen også en stor

effekt. Der er en tydelig tiltrækning mod København. Det handler om kulturliv, karrieremuligheder og om image.

"... dem, der har boet i Århus i mange år, søger væk, fordi de gerne vil være meget trendy og helt på forkant. Der er mediepåvirkningen af stor betydning, og disse mennesker vil ikke associeres med noget, der er provinsielt." (Jens Ove Friis, Direktør, RecArt Music)

Selvom Århus og København begge er med i 'storby-spillet', har de to byregioner forskellige roller. Begge formår at tiltrække den kreative klasse i stort omfang, men ikke med helt de samme midler.

8.2 De lækre

Richard Floridas pointe er, at den kreative klasse tiltrækkes af regionale kvaliteter som tolerance, diversitet i befolkningen og tilstedeværelse af kunstnere (bohemer). Det er derfor helt i tråd med Richard Floridas teori, at Svendborg med sin atmosfære af tolerance og kulturel aktivitet har tiltrukket en stor andel af den kreative klasse. Samtidig huser både Fanø og Ærø også en stor andel kreative mennesker. På trods af de tre områders afsides beliggenhed og funktionelle begrænsninger, er stedsqualiteterne alligevel stærke nok til at tiltrække den kreative klasse.

Det er fælles for Svendborg, Fanø og Ærø at der er en stor andel kreative, som har valgt stedsqualitet over funktionalitet, men samtidig begrænser den mangelfulde funktionalitet byregionernes udviklingsmuligheder for at udnytte den kreative klasses potentiale til at skabe enestående økonomiske og erhvervsmæssige resultater. Ærø har historisk set en kompetence indenfor det maritime og kombineret med øens fokus på vedvarende energi, er det øens spidskompetencer. På Fanø er turismen det bærende erhverv, men de fleste arbejder på fastlandet, og Svendborg har en traditionel industripræget erhvervsprofil på trods af områdets sprudlende kreativitet.

Svendborg ligger i en blindtarm af Danmark med dårlig infrastruktur og et tyndt arbejdsmarked for højtuddannede og højt specialiseret arbejdskraft. Svendborg Kommune er ikke kendt for at være en rig kommune, og boligpriserne er høje. Alligevel er Svendborg byregion den byregion i Danmark, der har den tredjestørste andel af den kreative klasse i arbejdsstyrken. Den kreative klasse er hovedsagelig tiltrukket af områdets unikke byrum, skønne natur, diverse kulturliv og en udbredt tolerance.

Et aktivt kulturliv og bohemer er altafgørende for Svendborgs styrkeposition i forhold til den kreative klasse, men selv ildsjæle skal have noget at leve af. Når de ikke kan finde deltidsbeskæftigelse eller projektansættelser, bliver de tvunget til at vælge mellem almindelige job, der tager tid fra deres kunst, eller at flytte.

"De kreative mennesker er begyndt at flytte. De skal jo have noget at lave, men Kunstsolen og højskolerne er truet af lukning. Indtjeningsgrundlaget bliver mindre, så mange kunstnere er nødt til at have et job ved siden af, fordi der her i området ikke bliver gjort noget for at skabe job til dem." S1MBS)

Kunstnere fra området påpeger, at det især er synet på kulturlivet, der er noget galt med. Flere og flere er ellers ved at få øjnene op for, at kunst og kulturliv ikke blot skaber direkte økonomiske effekter, men også skaber en række indirekte økonomiske effekter i form af turisme, beskæftigelse i andre erhverv, opmærksomhed og image.

Både borgere, virksomheder, embedsmænd og politikere fremhæver masser af rationelle argumenter imod Svendborg, og alligevel er huspriserne høje, og byen populær. Byens kvaliteter overtrumfer de rationelle argumenter.

” Der er en særlig type mennesker, som gerne vil gå på kompromis med noget funktionalitet til fordel for noget æstetik – den slags mennesker er nok mere æstetisk mindede...” (Lasse Bo Handberg, Teaterchef, Baggårdsteatret)

De funktionelle dimensioner er, som Lasse Bo Handberg formulerer det, imod Svendborg, men andre regionale kvaliteter gør alligevel Svendborg attraktiv for den kreative klasse. Mange af de kreative fremhæver, hvordan de har valgt at bo i Svendborg på trods af den manglende funktionalitet. I Svendborg er det ikke storbyens dynamik, der trækker, men alligevel bygger regionens tiltrækning på en række elementer, der ellers associeres med storbylivet. Der er en høj grad af diversitet i området – både når det gælder byrum, erhvervsliv, kultur og befolkning. Når Svendborgs store kreative klasse ikke har skabt større økonomisk værdi for regionen, er det formodentligt på grund af den afsondrede position. Arbejdsmarkedet i Odense er ikke stort og dynamisk nok til at fungere som vækstdynamo for hele Fyn, og Svendborg har svært ved at skabe tilstrækkelig kritisk masse til at holde et velfungerende arbejdsmarked kørende inden for højt specialiserede felter. Erhvervslivet er præget af mange mindre virksomheder uden et fælles overordnet fokus. Derfor kan den kreative klasse ikke se muligheder for en karriere i byregionen – de føler sig stavnsbundet til deres job, og det er ikke noget, der passer til den kreative klasses mentalitet. Konsekvensen er, at virksomhederne har svært ved at tiltrække vidensbaseret og specialiseret arbejdskraft.

8.3 De driftige

Aalborg og Esbjerg er gamle industribyer, mens Sønderborg nærmest er sprunget direkte fra landbrugssamfund til videnssamfund. I dag er alle tre byers væsentligste force erhvervslivet – og i Aalborg og Sønderborg særligt erhvervslivets specialisering. De tre byregioner oplever alle deres image som en udfordring for rekrutteringen af talent, og alle tre arbejder de på at gøre noget ved det.

Aalborg er udråbt til kompetenceklynge inden for telekommunikation, og det afspejles i den kreative klasses profil: der er en overvægt af den kreative kerne, men den kreative klasse i Aalborg byregion er lille og koncentreret i Aalborg Kommune. Det giver byregionen en meget udsat profil. Risikoen er, at selv ikke den kreative kerne på længere sigt har lyst til at bo i et område, hvor kreativitet ikke står stærkt.

Også Esbjerg er kendt som en industriby, og det er hverken uddannelse eller kultur, der traditionelt set er blevet forbundet med byen. I branding af Esbjerg er dette en udfordring. Esbjerg associeres ofte med fisk og lugten af fisk, byens image betegnes af mange som dårligt, og det er svært at tiltrække vidensmedarbejdere til området – det ses eksempelvis i den ganske lave andel af den kreative klasse i Esbjerg byregion generelt og særligt i Esbjerg Kommune. Alligevel er det en anelse ironisk, at Esbjergs branding kampagne er blottet for fisk. End ikke de små velsmagende lakridser, der deles ud ved festlige lejligheder, er formet som fisk. Her er koblingen mellem identitet og image fraværende.

Sønderborg byregion har den fjerdestørste andel af den kreative klasse i arbejdsstyrken i Danmark, men det er ikke steds-kvalitet, der er byregionens største styrke, det er erhvervslivets specialisering. Sønderborg rummer rigeligt med karrieremuligheder indenfor mechatronics, men det kniber alligevel med at tiltrække ingeniører udefra, fordi partnere med en anden faglig baggrund har svært ved at finde passende job og skabe sig en karriere. Hvis Sønderborgs succes skal bredes ud til andre brancher, kræver det, at alle midler tages i brug for at stimulere et bredere arbejdsmarked. Her kan udvidelse af forsknings- og uddannelseskapa-citeten være en katalysator, ligesom Sønderborg Teknikum var for udviklingen af kompetenceklyngen tilbage i 60'erne.

For at markedsføre Sønderborg som et attraktivt område at bo i er det nødvendigt med et bredere arbejdsmarked, hvor også andre end ingeniører kan finde attraktive jobs. Men omvendt kræver skabelse af et bredere arbejdsmarked også, at Sønderborg kan opgradere de øvrige regionale kvaliteter. De to ting hænger uløseligt sammen. Uddannelsesinstitutionerne kan være en del af løsningen. Gennem oprettelse af nye uddannelsesinstitutioner og udvidelse af de eksisterende kan man skabe et mere afbalanceret arbejdsmarked.

De tre driftige industribyer Aalborg, Esbjerg og Sønderborg har udover et stærkt erhvervsliv det til fælles, at alle tre byregioner er fokuseret på at opgradere de regionale kvaliteter, de står svagt i forhold til. Steds-kvalitet og urbane kvaliteter ses som vejen til et stærkere erhvervsliv og regional vækst.

8.4 Betydningen af image og identitet for tiltrækning af den kreative klasse

Med den kreative klasse smelter borgerlige værdier sammen med kunstneriske tilbøjeligheder og bliver til en unik kreativ etos, og Richard Florida fremhæver netop denne kreative etos som en væsentlig drivkraft i vort vidensbaserede samfund. Den kreative etos er karakteriseret af, at elementer, der traditionelt har været adskilt, smelter sammen. Arbejdsliv og fritid flyder sammen – man leger på arbejdet og arbejder i 'fritiden'.¹²¹ Samtidig accepteres en blanding af sociale symboler, der tidligere tilhørte helt adskilte verdener - tatoveringer og piercinger kombineres med ledelsesansvar, og softwareudviklere ankommer til arbejde klædt som skulle de på ekspedition til Himalayas bjerge.¹²² Kombinationen af mange vidt forskellige symboler, tilhørsforhold og subgrupper skaber en unik identitet for den enkelte kreative person.¹²³ Et væsentligt element i denne selvskabte identitet er den by, man bor i. En bys indhold – *identitet* – og andres opfattelse af byen – *image* – skal stemme overens med de kreatives selvopfattelse. Dermed bliver byers identitet og image endnu mere afgørende parametre i kampen om at tiltrække den kreative klasse.

En forudsætning for et image er, at omverden kender til en. Intet kendskab – intet image. Kendskab er også ofte et centralt element i beslutningen om at flytte til en ny by. Et positivt image med 'de rigtige' associationer er derfor et centralt aspekt af byers mulighed for at tiltrække borgere og virksomheder. En bys image afhænger i en vis udstrækning af, at den har noget, som andre byer ikke har – en særlig kvalitet.¹²⁴ Image er ikke kun vigtigt for borgernes stolthed, det er også essentielt for tiltrækningen af nye borgere. Fordi den kreative klasse er en efterspurgt del af arbejdsstyrken, er Richard Floridas tese, at den kreative klasse i større grad end andre grupper på arbejdsmarkedet har råd til at vælge bosted efter hjertet. Image bliver dermed centralt for at kunne tiltrække denne del af arbejdsstyrken. Image er næppe det afgørende for den enkeltes beslutning

om at flytte til et bestemt sted, men et godt image kan være en væsentlig forudsætning for om en by overhovedet kommer i betragtning som fremtidig bopæl.

Forskellen mellem et områdes image og identitet er en forskel i perspektiv, der handler om, hvorvidt fokus er på omverden eller området selv. Identitet er den selvopfattelse, der er fremherskende i området – borgerne, politikerne og erhvervslivets definition af et 'vi'. Image udtrykker derimod eksterne aktørers opfattelse af dette 'vi'.¹²⁵ Den lokale identitet er udgangspunktet for omverdenens opfattelse af et områdes image, men identiteten er også afhængig af omverdenens opfattelse. Det indre og det ydre er altså forbundet, og derfor kan man ikke opbygge et image, uden at skele til den lokale opfattelse af områdets identitet¹²⁶.

Monumentale bygninger, slogans og bannere kan ikke skabe et image for en by – det kan kun et målrettet arbejde med byens identitet.

"... the idea that simply providing a place with a new graphic device and a new catchphrase can do anything to change its fortunes (other than by wasting its money) is patently absurd." (Simon Anholt, 2005:118)

Byers image er kommet i søgelyset som følge af den afhængighed af vidensproduktion, der er fulgt i outsourcingens kølvand.¹²⁷ Vidensmedarbejdere – herunder også den kreative klasse – er yderst mobile. Dermed får byers image og bybranding en ny og central betydning. Image handler i høj grad om, at byen skal skille sig ud fra mængden.

Med fokus på viden og kreativitet forsøger mange byer at profilere sig som centre i oplevelsesøkonomien eller centre for forskningsbaseret vidensarbejde. Men en region kan ikke bare vælge sit image – vælge at nu vil den være et center i oplevelsesøkonomien eller en forskningsbaseret bastion i vidensøkonomien. Der skal være et grundlag at bygge på – en identitet. Det er svært at bygge et nyt image op fra intet og langt lettere, hvis det baseres på noget allerede eksisterende – det virker mere overbevisende. En af Richard Floridas væsentligste (og desværre også mest oversete) pointer er, at den kreative klasse tiltrækkes af det autentiske, af det image, der er fæstet i byens identitet og historie.

Både identitet og image er altid opfattet. Det er ikke en absolut størrelse, og forskellige personer vil se et givent image forskelligt. Det kan være de tager fejl, men deres mening er vigtig uanset hvad, fordi den er styrende for, hvordan de agerer. Deres handlinger udspringer af deres opfattelse af realiteterne, og hvad enten den er korrekt eller ej, får deres handlinger reelle konsekvenser.¹²⁸

Image spiller en rolle for tiltrækningen af den kreative klasse, men det skal bygge på en autentisk identitet for at slå igennem. Det betyder ikke, at et image behøver være pænt for at tiltrække den kreative klasse. Den kreative klasse tiltrækkes snarere af det autentiske end af det polerede. Derfor er mange af de mest populære byers bekymring over, om de er ved at blive for pæne og har mistet deres kant fuldt ud forståelig. Byer kan have problemer med dårligt image (som eksempelvis Esbjerg), et svagt image (som eksempelvis Odense) eller at et ellers godt image er ved at miste sin kant og blive for pænt (som mange frygter for både København og Århus).

Et image fordrer kendskab, og et dårligt image er svært at slippe af med. Historien kan skabe grobund for et image, men mere nutidige elementer – som eksempelvis politiske tiltag til bedre rammebetingelser for de kreative erhverv – kan omdefinere den historiske arv. De empiriske eksempler peger på, at det er vigtigt med en ambitiøs og fokuseret strategi, men at baglandet, græsrodderne og undergrunden også skal tænkes med. Det er svært at skabe et helt nyt image fra

grunden og langt lettere at koble nye initiativer og indsatsområder på en allerede eksisterende identitet og styrkeposition. Det er i tråd med Richard Floridas fokus på betydningen af autenticitet for en bys steds kvalitet og mulighed for at tiltrække den kreative klasse.

8.5 Hvordan tiltrækkes den kreative klasse?

Den kreative klasse tiltrækkes af mange forskellige typer byer – små byer, store byer, byer præget af specialisering og byer præget af diversitet. Men ikke alle byer tiltrækker den kreative klasse i lige stor grad. Som storbyer tiltrækker Århus og København mange kreative, mens andelen af den kreative klasse i Odense og Ålborg er langt mindre. Som en stærkt specialiseret region tiltrækker Sønderborg en stor andel af den kreative klasse, mens andelen er langt mindre i Esbjerg, hvor de kreative i øvrigt ikke er særligt vilde med at bo i selve Esbjerg Kommune, selvom det er byregionens hovedby. Og på trods af funktionelle mangler er Svendborg yderst populær hos den kreative klasse.

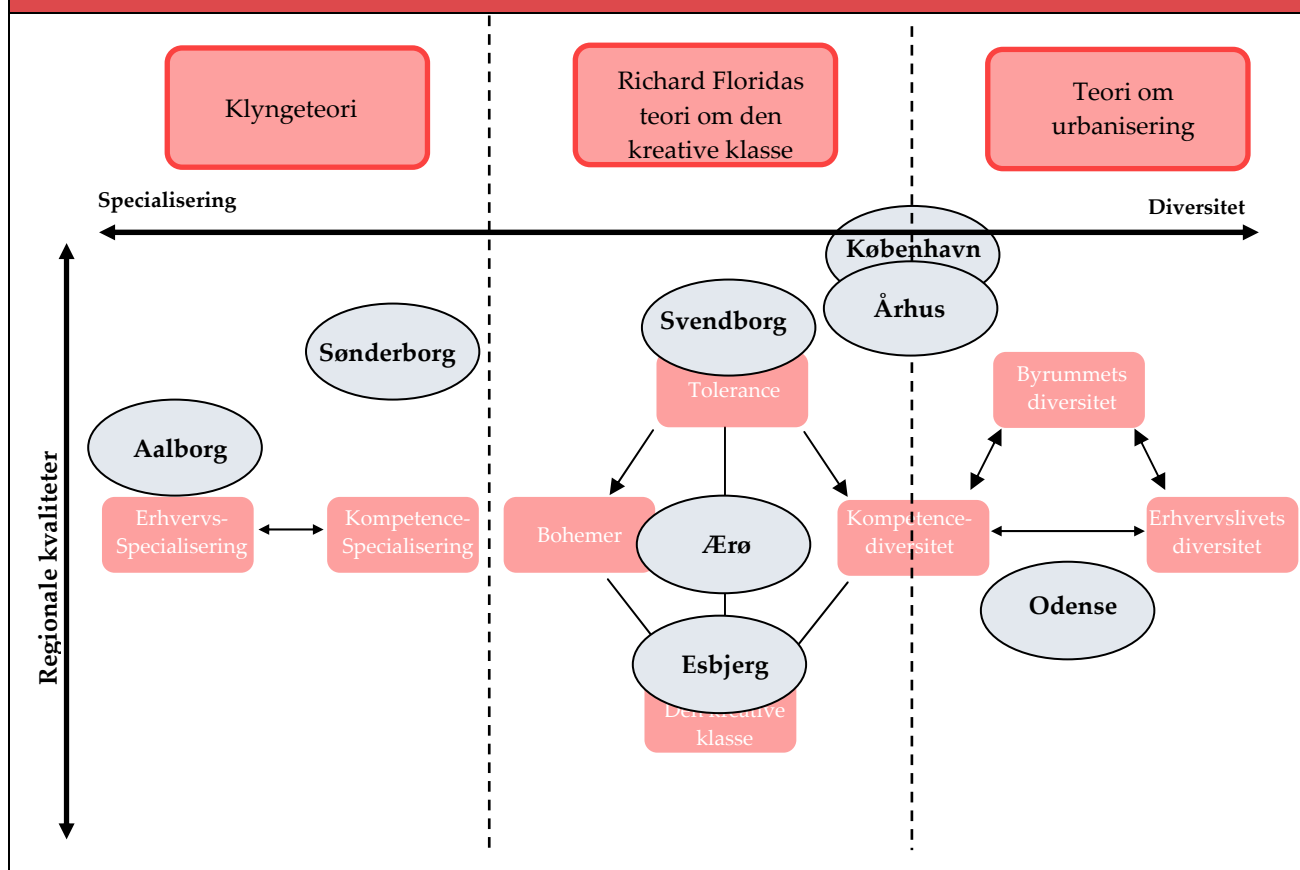
At tiltrække den kreative klasse kræver en kombination af forskellige regionale kvaliteter. Befolkningsstørrelse og erhvervsliv alene er ikke tilstrækkeligt, og regionale kvaliteter som diversitet, tolerance og kulturliv trumfer ikke altid alle andre forhold. Traditionelle faktorer såsom infrastruktur, arbejdsmarkedets muligheder, boligpriser, offentlige servicetilbud og lignende spiller også ind. Og når det gælder den kreative classes geografiske fordeling spiller de særlige karrieremæssige muligheder, der opstår i stærkt specialiserede regioner, også ind.

Men regionale kvaliteter alene er ikke nok til at tiltrække den kreative klasse i stort omfang, hvorfor flere og flere byer arbejder aktivt med at definere sig selv og fastslå deres image i omverdenen. Logikken er, at hvis ingen kender til de regionale kvaliteter, har de ingen effekt. Et image må dog bunde i de reelle regionale kvaliteter, hvis det ikke blot skal være varm luft og uden effekt.

I de danske cases er der byregioner, hvor den kreative klasse vælger bosted med hjertet - den tese Richard Florida fremsætter. Men samtidig er der også en modsatrettet tendens, hvor de karrieremuligheder, der følger af regional specialisering tiltrækker den kreative klasse og den kreative klasse vælger bosted ud fra rationelle karriereovervejelser – den logik, der kan udledes af klyngeteori. De områder, der taler til både hjertet og hjernen har de bedste muligheder for at tiltrække den kreative klasse. Områder, der har opnået succes ved at være stærke på enten steds kvalitet eller klyngedynamik, prøver derfor at opkvalificere den anden dimension for at blive mere helstøbt og endnu mere attraktive bosætnings- og erhvervsområder. Den manglende dimension vil være en begrænsning for områdets yderligere vækst og succes.

Helt overordnet er der i Danmark tre typer regioner, der i særlig stor grad formår at tiltrække den kreative klasse: store byer som København og Århus, byer med en særlig steds kvalitet som Svendborg og byer med en høj grad af specialisering som Sønderborg, som illustreret i figur 8.1 er der også nogle overordnede træk, der tilsyneladende demotiverer den kreative classes bosætning: et tyndt arbejdsmarked med begrænsede karrieremuligheder, et begrænset udbud af kultur og oplevelser i hverdagen og i det hele taget mangel på tolerance og diversitet.

Figur 8.1: De kreative klasses dynamik



9 Den kreative klasses dynamik

Denne rapports udgangspunkt var at analysere, om den dynamik, Richard Florida argumenterer for med sin teori om den kreative klasse, præger den danske kreative klasse og dens fordeling mellem danske byregioner. Den simple konklusion på analysen er: Ja, Richard Floridas teori om den kreative klasse forklarer også danske regioners dynamik, og samtidig: Nej, Richard Floridas teori om den kreative klasse forklarer ikke danske regioners dynamik.

Nogle byregioner præges af den dynamik, Richard Florida argumenterer for med sin teori om den kreative klasse. Det ser vi eksempelvis i Svendborg, hvor byregionens steds-kvalitet og urbane kvaliteter har tiltrukket mange kreative, og i Esbjerg, hvor byregionens manglende steds-kvalitet og fraværet af urbane kvaliteter betyder, at regionen (og særligt Esbjerg by) kun har kunnet tiltrække en ganske lille kreativ klasse. Tolerance og forskellige former for diversitet har altså stor betydning for regioners muligheder for at tiltrække den kreative klasse.

I andre danske byregioner er der dog ganske andre kræfter på spil. Det ser vi eksempelvis i Sønderborg, hvor områdets succesfulde kompetenceklynge styrker erhvervslivet og tiltrækker den kreative klasse. Her er det befolkningens og erhvervslivets specialisering, der appellerer til den kreative klasse.

De byregioner, der har den største kreative klasse, er dog København og Århus, hvor steds-kvalitet, urbane kvaliteter og effekten af flere kompetenceklynger skaber en synergi, som giver optimale betingelser for at tiltrække den kreative klasse.

De analyserede cases er altså præget af både den dynamik som forfægtes af Richard Florida og:

- Teori om urbanitet: tolerance og diversitet tiltrækker den kreative klasse, som skaber vækst.
- Klassisk kompetenceklynge-dynamik: specialisering af kompetencer og erhvervsliv skaber størrelsesfordele, der tiltrækker innovativ arbejdskraft (den kreative klasse), som skaber yderligere regional vækst.

I de analyserede cases er der et samspil mellem steds-kvalitet og erhvervsdynamik. De byer, der mangler enten steds-kvalitet eller erhvervsdynamik, har begrænsede muligheder for at realisere deres potentiale. Derfor er det også tydeligt, at de byregioner, der er meget stærke på enten erhvervsdynamik eller steds-kvalitet, arbejder hårdt på at opgradere den anden dimension, og de byer, der har begge dele, klarer sig bedst i kampen om den kreative klasse.

Både diversitet og specialisering kan hver for sig tiltrække den kreative klasse, men den mest succesfulde strategi er en kombination af begge dimensioner. Samtidig kan en række faktorer virke hæmmende og begrænsende i forhold til at tiltrække den kreative klasse på baggrund af både diversitet og specialisering. Har en by eksempelvis et meget lavt niveau af tolerance og diversitet, vil der være en begrænsning for, hvor meget selv det højeste niveau af specialisering kan tiltrække den kreative klasse. Omvendt vil tiltrækningskraften ved diversitet og tolerance blive hæmmet, hvis byen ikke har et arbejdsmarked, der er specialiseret nok til at tilbyde højt kvalificerede job og karrieremuligheder.

Tilstedeværelsen af den kreative klasse skaber i sig selv diversitet, fordi de kreative netop er kreative og lader dette komme til udtryk i deres sofistikerede forbrugsmønstre og

iværksættertrang. De efterspørger en diversitet af produkter og tilbud og skaber selv virksomheder, foreninger og lignende. Den kreative klasses centrale position i erhvervslivet betyder, at den også er grundlaget for økonomisk og teknologisk vækst, der virker tilbage på områdets mulighed for specialisering.

Richard Floridas teori er en central kilde til at forstå den dynamik, der udspiller sig i de danske byer, men det er ikke hele historien - også mere klassiske dimensioner som urbane kvaliteter og kompetenceklynger præger den kreative klasses dynamik.

10 Litteratur

- Andersen, Heine og Kaspersen, Lars Bo (red). *Klassisk og moderne samfundsteori*. Hans Reitzels Forlag. 1996.
- Andersen, Kristina Vaarst og Lorenzen, Mark. "Den danske kreative klasse". *Samfundsøkonomen* nr. 2, 2006.
- Andersen, Kristina Vaarst og Lorenzen, Mark. *The Geography of the Danish Creative Class – A Mapping and Analysis*. Forskningscentret imagine.. Creative Industries Research ved Copenhagen Business School. 2005.
- Andersen, Kristina og Hansen, Lonnie, *Djøfbladet*. juni 2005.
- Anderson, Chris. *The Long Tail – Why the Future of business Is Selling Less of More*. Hyperion Books. 2006.
- Berger, Peter L. og Luckmann. *Den samfundsskabte virkelighed – En videnssociologisk afhandling*. Lindhardt og Ringhof. 2000.
- Brooks, David. *Bobos In Paradis e- The new upper Class and How They Got There*. Simon & Schuster Paperbacks. New York. 2000.
- Caves, Richard E. *Creative Industries – Contracts Between Art and Commerce*. Harvard University Press Paperbacks. 2000.
- Demant ,Jakob i Bjerg, Ole og Villadsen, Kaspar (red.). *Sociologiske Metoder – fra Teori til analyse i kvantitative og kvalitative studier*. Forlaget Samfundslitteratur. 2006.
- Dierickx, I og K Cool (1989): Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage, *Management Science* 35: 1504-1511.
- Erhvervsfremme Styrelsen (2001): *Kompetenceklynger i dansk erhvervsliv: En ny brik i erhvervspolitikken*, Erhvervsfremme Styrelsen. København
- Florida, Richard. *Den Kreative Klasse – og hvordan den forandrer arbejde, fritid, samfund og hverdagsliv*. Forlaget Klim. Århus. 2005.
- Florida, Richard. *The Flight of the Creative Class*. HarperCollins Publishers Inc. USA. 2005.
- Florida, Richard. *The Rise of the Creative Class*. Basic Books – and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. USA. 2002.

- Florida, Richard. *Cities and the Creative Class*. Routledge New York. 2005.
- Flyvbjerg, Bent. "Five misunderstandings about case-study research." *Qualitative Inquiry*, Vol. 12, No. 2, 219-245 (2006)
- Foss, N J (1996): Higher-order industrial capabilities and competitive advantage, *Journal of Industry Studies* 3/1: 1-20.
- Gehl, Gemzøe, Kirknæs og Søndergaard. *Det nye byliv*. Arkitekternes forlag. 2006.
- Giddens, Anthony. *Sociology*. Third edition. Polity Press in association with Blackwell Publishers Lth. UK. 1997.
- Gladwell, Malcolm. *The Tipping Point – How Little Things Can Make a Big Difference*. Little, brown and Company. UK. 2000.
- Hammersley, Martyn og Atkinson, Paul. *Ethnography. Principles in Practice*. Second Edition. Routledge New York. 1995.
- Hatch, Mary Jo and Schultz, Majken. "Relations between organizational culture, identity and image." i *European Journal of Marketing* vol. 31, 5/6
- Hesmondhalgh, David. *The Cultural Industries*. SAGE Publications. London. 2002.
- Jacobs, Jane. *The Death and Life of Great American Cities*. Random House inc. Modern Library Edition. USA. 1993.
- Lee, David and Newby, Howard. *The Problem of Sociology*. Unwin Hyman Ltd. London. 1989.
- Lorenzen, M (2001) "Localized learning and policy: Academic advice on enhancing regional competitiveness through learning", *European Planning Studies*, 9: 163-185.
- Lorenzen, M og N J Foss (2002): "Cognitive coordination, institutions, and regional clusters: An exploratory discussion", i *The influence of co-operations, networks and institutions on regional innovation systems*, T Brenner (red), Cheltenham: Edward Elgar.
- Lund, Jacob Michael; Nielsen, Anna Porse; Goldschmidt, Lars; Dahl, Henrik og Martinsen, Thomas. *Følelsesfabrikken – Oplevelsesøkonomi på Dansk*. Børsens Forlag. 2005.

- Lundvall, B-Å (1988): "Innovation as an interactive process: From user-producer interaction to the national system of innovation", i *Technical change and economic theory*, G Dosi et al (red), London: Pinter.
- Lundvall, B-Å og Maskell, P (2000): "National States and Economic Development: from National Systems of Production to National Systems of Knowledge Creation and Learning", i *Handbook in Economic Geography*, G L Clark et al (red), Oxford: Oxford University Press.
- Marshall, A (1891): *Principles of Economics*, London: MacMillan.
- Maskell, P (1997): Ressourcebaseret regionalteori: Om kompetence og læring som basis for lokal og regional udvikling, *Byplan* (4): 154-160.
- Mathiasen, Sofie Birch; Poulsen, Christine Fur og Lorenzen, Mark. *Rammebetingelser for Københavns kreative brancher*. Forskningscentret imagine.. Creative Industries Resarch ved Copenhagen Business School. 2006
- OECD (1999): *Boosting innovation: The cluster approach*, Conference proceedings, Paris: OECD.
- OECD (2001): *Cities and Regions in the New Learning Economy*, Paris: OECD.
- Parkerson, Brenda og Saunder, John. "City branding: Can goods and services branding models be used to brand cities?" I *Place Branding* vol. 1., 3, 242-264 2005
- Pine, B. Joseph og Gilmore, James H. *The Experience Economy*. Harvard Business School Press. 1999. USA
- Pruzan, Peter. "Corporate reputation: Image and Identity", i *Corporate Reputation review* Vol. 4, No.1, 2001, pp. 50-64.
- Rosenfeld, S A (1995): *Industrial-strength strategies: Regional business clusters and public policy*, Washington: The Aspen Institute.
- Schmitz, H (1999): Collective efficiency and increasing returns, *Cambridge Journal of Economics*, 23, 465-483.
- Schultz, Majken; Hatch, Mary Jo and Larsen, Mogens Holten. *The Expressive organization – Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*. Oxford University Press. 2000.

Simon Anholt, i *Place Branding* vol.1, nr.2, 2005

Scott, Allen J. *The cultural Economy of Cities*. SAGE Publications Ltd. London. 2000.

Woolcock, M (1998): "Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework", *Theory and Society* 27: 151-208.

Redegørelser og handlingsplaner:

Kloge Hoveder – Rekruttering og fastholdelse af den særlige arbejdskraft. Udarbejdet af Nellemann Konsulenterne, Nu Niras for Århus Amt. Juni 2002

<http://www.aaa.dk/aaa/klogehoveder.pdf>

Erhvervspolitisk strategi 2005-2008. Københavns Kommune, Økonomiforvaltningen. 2005. www.kk.dk

Erhvervsredegørelse for Århus Amt 2003. Århus Amt, Erhvervsafdelingen. 2003
www.aaa.dk/aaa/erhvredegoerelse2003.pdf

Kulturpolitisk redegørelse 2006. Københavns Kommune, Kultur- og Fritidsforvaltningen 2006. www.kff.kk.dk

Kommuneplanstrategi 2004. Fremtidens København og Københavnerne. Københavns Kommune, Økonomiforvaltningen 2004. www.kk.dk

Regional plan 2005 for Hovedstadsregionen Visioner og hovedstruktur Retningslinjer og redegørelse. Hovedstadens Udviklingsråd. 2005.
<http://regionplan.hur.dk/rp05/bilag>

Kommuneplan 1999-2010. Svendborg Kommune. Erhverv
<http://www.svendborg-kom.dk/kommuneplan/kommuneplan/kommuneplan/pages/kommuneplan.html>

Ny erhvervs- og vækstpolitik for Odense – Afrapportering fra fase 1 (Rapport udarbejdet af Copenhagen Economics for Odense Kommune 2006
<http://www.odense.dk/upload/erhverv/ce%20rapport%20fase%20i%20-%20august%202006.pdf>

Københavns Kommuneplan 2005. Københavns Kommune, Økonomiforvaltningen, maj 2006 www.kk.dk

Oplevelsesøkonomi i hovedstadsregionen – Perspektiver og forslag fra seks kreative
brancher. Udarbejdet af Rambøll Management for Hovedstadens Udviklingsråd,
september 2005

Avisartikler - diverse:

Kronik af Sara Malou Strandvad, Politiken 24.11.06

Danmark bedst til business. Copenhagen Capacity.

www.copcap.com/media/1033_2127.pdf

Folder, Svendborg Bymidte, Svendborg Kommune

Brochure, Maritime Oplevelser 2005

Danmarks Statistik, 2004

Status 2002

Odense, Danmarks kreative by

Avis om Århus, www.aarhuskommune.dk/

Hjemmesider:

www.Aarhuskommune.dk

www.Odense.dk

www.aaa.dk

www.sp-aarhus.dk

www.svendborg.dk

www.workindk.dk

www.kk.dk

www.visitcopenhagen.dk

www.chp.dk

www.trm.dk

www.cphport.dk

voresundsregionen.org

www.mva.org

www.kommuneplan.dk (2005)

www.riba.org

www.copcap.dk

www.llgruppen.dk

museum.odense.dk

www.visitals.dk

www.soenderborg07.dk

www.arre.dk

da.wikipedia.org

www.nvi.dk

www.marstal-camping.dk

www.visitsydfyn.dk

www.esbjerg.dk

www.liveablecity.dk

11 Noter:

Kapitel 1

- ¹ Flyvbjerg 2003
- ² Florida 2002: 21
- ³ Florida 2002
- ⁴ Andersen og Lorenzen 2006
- ⁵ Florida 2002
- ⁶ Florida 2002
- ⁷ Florida 2002
- ⁸ Florida 2002
- ⁹ Andersen og Lorenzen 2005
- ¹⁰ Whyte in Brooks 2000
- ¹¹ Florida 2002
- ¹² Florida 2002
- ¹³ Max Weber 1921
- ¹⁴ Max Weber 1921
- ¹⁵ Jørn Falk i Andersen og Kaspersen 1996
- ¹⁶ Lee og Newby 1989
- ¹⁷ Henrik Ørnstrup i Andersen og Kaspersen 1996
- ¹⁸ Dierickx og Cool 1989
- ¹⁹ Lundvall og Maskell 2000
- ²⁰ Lorenzen og Foss 2002
- ²¹ Woolcock 1998
- ²² Marshall 1891
- ²³ Foss 1996
- ²⁴ Schmitz 1999
- ²⁵ Lundvall 1988

Kapitel 2

- ²⁶ Flyvbjerg 2003
- ²⁷ Demant 2006
- ²⁸ Hammersley & Atkinson 1995

Kapitel 4

- ²⁹ workindk.dk
- ³⁰ Erhvervspolitisk strategi 2005-2008
- ³¹ kk.dk

- ³² visitcopenhagen.dk
- ³³ kk.dk
- ³⁴ Kulturpolitisk redegørelse 2006
- ³⁵ kk.dk
- ³⁶ Kommuneplanstrategi 2004
- ³⁷ chp.dk, trm.dk
- ³⁸ cphport.dk
- ³⁹ Regionalplan 2005
- ⁴⁰ workindk.dk
- ⁴¹ Kommuneplanstrategi 2004
- ⁴² Gehl m. flere 2006
- ⁴³ Kommuneplanstrategi 2004
- ⁴⁴ kulturpolitisk redegørelse 2006
- ⁴⁵ Kommuneplanstrategi 2004
- ⁴⁶ workindk.dk, visitcopenhagen.dk
- ⁴⁷ oresundsregionen.org
- ⁴⁸ Københavns Kommuneplan 2005
- ⁴⁹ mva.org
- ⁵⁰ Workindk.dk
- ⁵¹ Erhvervspolitisk strategi 2005-2008, København
- ⁵² Rammebetingelser for Københavns kreative brancher – rapport 2006
- ⁵³ Erhvervspolitisk strategi 2005-2008 og Oplevelsesøkonomien i Hovedstadsregionen, HUR, 2005
- ⁵⁴ Rammebetingelser for Københavns kreative brancher – rapport 2006
- ⁵⁵ Copcap.com
- ⁵⁶ visitcopenhagen.dk
- ⁵⁷ riba.org
- ⁵⁸ copcap.dk
- ⁵⁹ llgruppen.dk
- ⁶⁰ aaa.dk
- ⁶¹ Erhvervsredegørelse 2003, Århus Amt
- ⁶² workindk.dk
- ⁶³ aarhuskommune.dk – avis om Århus
- ⁶⁴ aarhuskommune.dk – avis om Århus
- ⁶⁵ www.odense.dk
- ⁶⁶ Odense, Danmarks kreative by
- ⁶⁷ museum.odense.dk
- ⁶⁸ Odense – erhvervsbyen lige midt i udviklingen
- ⁶⁹ www.odense.dk
- ⁷⁰ Ny erhvervs- og vækstpolitik for Odense –2006
- ⁷¹ Aalborgbogen
- ⁷² Folder, Svendborg Bymidte, Svendborg Kommune
- ⁷³ Brochure, Maritime Oplevelser 2005
- ⁷⁴ www.svendborg.dk

⁷⁵ www.visitals.dk

⁷⁶ Status 2002

⁷⁷ www.soenderborg07.dk

⁷⁸ Planstrategi 2003

⁷⁹ Erhvervspolitisk handlingsplan 2005

⁸⁰ Danmarks Statistik, 2004

⁸¹ www.arre.dk

⁸² wikipedia.org

⁸³ Brochure, Esbjerg –byen ved havet

⁸⁴ www.fimus.dk

Kapitel 5

⁸⁵ kulturpolitisk redegørelse 2006

⁸⁶ visitdenmark.dk

⁸⁷ visitdenmark.dk

⁸⁸ visitdenmark.dk

⁸⁹ www.nvi.dk

⁹⁰ www.arre.dk

⁹¹ www.marstal-camping.dk

⁹² Brochure, Visitsydfyn.dk

⁹³ Gehl m. flere 2006

⁹⁴ kulturpolitisk redegørelse 2006

⁹⁵ Florida 2002, Jacobs 1993

⁹⁶ Kronik af Sara Malou Strandvad, Politiken 24.11.06

⁹⁷ Giddens 1997

⁹⁸ Florida og oplæg på KU sommeren 2005 v. Trine Bille

⁹⁹ Oplæg v. Lektor Trine Bille på Københavns Universitet, sommer 2005.

¹⁰⁰ Gehl m. flere (2006), *Det nye byliv*

¹⁰¹ Fremtidens København og københavnernes

Kapitel 6

¹⁰² Svendborg Havn og banearealer, Lokalplan 349 (www.svendborg.dk)

¹⁰³ Kommuneplan, 1999-2010 (www.svendborg.dk)

¹⁰⁴ Andersen og Lorenzen 2005

¹⁰⁵ Copenhagen Capacity – Danmark bedst til business (2006)

¹⁰⁶ workindk.dk

¹⁰⁷ workindk.dk

¹⁰⁸ workindk.dk

¹⁰⁹ Copenhagen Capacity – Copenhagen Monitor august 2004

¹¹⁰ Copenhagen Capacity – Copenhagen Monitor januar 2005

Kapitel 7

- ¹¹¹ Bille, Trine (2005) Danskernes kultur og fritidsvaner
- ¹¹² Caves 2000 og Hesmondhalgh 1993
- ¹¹³ *Rammebetingelser for Københavns kreative brancher*, imagine.. 2006
- ¹¹⁴ *Rammebetingelser for Københavns kreative brancher – rapport 2006*
- ¹¹⁵ Kloge Hoveder, Århus Amt, 2002
- ¹¹⁶ sp-aarhus.dk
- ¹¹⁷ Jane Jacobs 1993
- ¹¹⁸ Scott 2000
- ¹¹⁹ Gladwell 2000
- ¹²⁰ Anderson 2006

Kapitel 8

- ¹²¹ Florida 2005 DK
- ¹²² Florida 2001
- ¹²³ Florida 2005
- ¹²⁴ Parkerson og Saunders 2005
- ¹²⁵ Hatch & Schultz 2000
- ¹²⁶ Hatch & Schultz 1997
- ¹²⁷ Parkerson og Saunders 2004
- ¹²⁸ Berger og Luckmann 2000