



JÖNKÖPINGS
KOMMUN

April 2010



Kartläggning av Jönköpings kulturella DNA
inom Stadsbyggnadsvision 2.0

PROJEKTANSVARIG

Kristin Nilsson Isaksson, Stadskontoret Projektledare Utvecklingsområdet Stadens Liv och innehåll

ARBETSGRUPP

Josephine Nellerup Stadskontoret

Jenny Larsson Stadsbyggnadskontoret

Åsa Nylander Stadskontoret

Eva Johansson Stadskontoret

Lars Pettersson Internationella Handelshögskolan

Lia Ghilardi Noema Research Ltd

REFERENSGRUPP

Eva- Lotta Franzén Kultur Jönköpings kommun

Mats Berggren Fritid Jönköping

Lilian Lago Fritid Jönköping

Lina Ekroth Skol- och barnomsorgsförvaltningen

Malin Levén Tekniska kontoret

Carl-Gustaf Tollén Destination Jönköping

Kathleen Hahne Jönköping City

Kristina Jansson Jönköpings läns museum

Jörgen Lindvall Smålands musik och teater

ÖVERSÄTTNING

Marc Ivermee

Citytext

GRAFISK FORMGIVNING

Åsa Nylander Stadskontoret

FOTO

Smålandsbilder

Daniel Roos sid 5

REFERENSER

Rapporter:

Jönköpings City

Jämförelseprojektets utredning om kultur och fritid

Fritid Jönköpings trygghets

Charlotta Melanders den goda staden

Om kultur, SKL (läs)

Litteratur:

Glaeser mfl, Consumer city, Journal of Economic Geography-

Oxford university press, 2001: Oxford

Elias, Norbert: Etablerade och outsiders, Stichting och Frank Cass & Co. Ltd, London (1965)

Michael Marmot (2006): Statussyndromet – Hur vår sociala position påverkar hälsan och livslängden, Natur och Kultur

Robert D Putnam (2001): Bowling Alone: The collapse and revival of American community, Simon & Schuster, New York

Richard Florida (2001): The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, Basic Books, New York.

Innehåll

BAKGRUND	5
STADSBYGGNADSVISION 2.0 – STADENS LIV OCH INNEHÅLL	6
RAPPORTENS SYFTE	9
SAMMANFATTNING	10
FEM DELRAPPORTER	
■ KULTURENS BETYDELSE FÖR DEN LOKALA UTVECKLINGEN	14
■ INVENTERING AV JÖNKÖPINGS KULTURELLA RESURSER	24
■ KARTLÄGGNING AV JÖNKÖPING	34
■ JÖNKÖPINGS UNIKA RESURSER OCH UTVECKLINGSPOTENTIAL	44
■ EKONOMI, ATTRAKTIVITET OCH STADSUTVECKLING	70

Innan man blickar framåt behöver man se bakåt



Bakgrund

Ett stort förarbete har lagts ner för att få fram bra underlag till Stadsbyggnadsvisionens Aktivitets- och kulturvitaliseringsstrategi. Genom en rad genomförda undersökningar har det nuvarande läget i Jönköping ringats in. För att stadens liv och innehåll ska utvecklas med dynamik och attraktivitet måste många aktörer dra åt samma håll och därför har det varit viktigt att fånga in så många perspektiv som möjligt i processen. Hundratal invånare och besökare har fått lyfta fram sina behov i denna stora kartläggning. En sammanfattning av detta omfattande materialet presenteras i denna rapport.

I ett socialt och långsiktigt hållbart samhälle har kulturen stor betydelse för en attraktiv livsmiljö och lokal-, och regional tillväxt. Så även för en vital samhällsdebatt, en demokratisk process och ett engagemang i vårt samhälle.

Jönköping ska utvecklas mot tolerans, öppenhet och kreativitet. En attraktiv stad är viktigt för ekonomiska och sociala utvecklingsfaktorer. En stadskärna med liv och innehåll är en av de bästa marknadsföringsstrategierna för människors benägenhet att flytta och etablera sig i Jönköping.

Stadsrummets funktion har ändrats de senaste tio åren. Från att främst ha varit en plats för yrkesliv och tjänstesektor är stadskärnans användning i dag multifunktionell och en plats där upplevelser och rekreation har kommit att ha allt större betydelse. För att stadskärnan ska bli en trygg, dynamisk och spännande plats att vistas i behöver den fyllas med mänskligt liv och innehåll och bli en plats för möten och aktivitet.

Öppenhet och tolerans är förutsättningar för att människor ska känna sig trygga. Dessa faktorer är också tätt knutna till jämlikhet och hälsa. Ett tryggt och öppet samhälle blir också ett kreativt samhälle där olika människors olika kompetenser och nätverk tas tillvara och där nya idéer växer fram i kontakt med andra människor. Jönköpings stadsrum ska vara en sådan plats.

Jönköping är unikt med tre sjöar inne i de centrala delarna. Hur tar vi vara på dem på bästa sätt? Hur får vi Munksjön att bli en stadssjö som människor motionerar kring och använder för sin rekreation, mitt i stadens puls? Hur möjliggör vi Rocksjöns blandning av naturupplevelser och plats för vattensport? Hur lyfter vi upp Vätterns unika

strand som en plats för bad och upplevelser? Hur binder vi samman sjöarna med staden och lyfter fram kvaliteterna?

I dag finns det många olika verksamheter som fyller staden med liv och innehåll. Hur kan vi lyfta fram dessa aktörer och hjälpa dem att bli synliga och få plats i stadsrummet?

Många verksamheter stänger idag på kvällen och lämnar staden mörk och ödslig på sina ställen. Detta begränsar många människor att ta del av staden och använda stadsrummet. När många människor rör sig utomhus minskar känslan av otrygghet. Hur skapar vi ett bra och tryggt stadsliv att vistas i dagtid såväl som på kvällstid? Vilka aktiviteter kan bidra till en levande stad? Dessa frågor hanteras i en rad åtgärder i de olika delprojekten inom stadsbyggnadsvisionen.



Kulturbegreppet

I denna rapportsammanställning kommer används begreppet kultur i en vid och antropologisk synvinkel där kultur ska ses som våra aktiviteter, våra gemensamma normer, traditioner och historiesyn. Med kulturella resurser avses de föreningar, organisationer, privatpersoner, samfund och företag som ägnar sig åt de aktiviteter och sysslor vi utför på vår fritid, för rekreation och välmående och för att ge oss nya kulturella intryck. Aktiviteter som stärker vår stads attraktivitet, kreativitet, öppenhet och tolerans. Därför särskiljs inte aktiviteter som rör fritidsområdet eller mer kommersiella verksamheter från de kulturella resurserna, om inget annat anges.

Stadsbyggnadsvision 2.0

En stad med liv och innehåll blir rolig att vistas i

Stadsbyggnadsvision 2.0 behandlar en rad olika aspekter av Jönköpings fortsatta stadsutveckling utifrån ett helhetsperspektiv. Visionen omfattar hela området runt Munksjön mellan Vättern och E4 – kallat Kärnan, och formar utvecklingen under kommande årtionden. De olika delarna handlar inte bara om den fysiska miljön, med nya bostäder och arbetsplatser, utan också om dess skötsel, tillgänglighet och stadens liv och innehåll. Många olika aktörer är berörda och blir viktiga samarbetspartners i det fortsatta arbetet. Detta för att vi tillsammans ska lyckas genomföra olika åtgärder som främjar en gynnsam utveckling för Jönköping.

Bärande idéer

- Kärnan ska ha en långsiktigt hållbar stadsutveckling: socialt, miljömässigt och ekonomiskt. Barnperspektivet och god tillgänglighet ska särskilt beaktas
- Kärnan ska utvecklas med en attraktiv stadsbebyggelse som innehåller både bostäder, service och arbetsplatser
- För att Kärnan ska få maximal attraktivitet krävs ett samspel mellan innehållet i dess södra del och stadskärnan samt med övriga stadsdelar i kommunen och med omlandet
- Stadens liv och innehåll ska präglas av kreativitet, öppenhet och tolerans
- Stadsstrukturen ska utformas med en skala som ger attraktiva, trygga och upplevelserika platser och stråk samt ge plats för rekreation och grönska
- En urban stadsstruktur som ger förutsättningar för hållbara kommunikationer ska utformas

Stadens liv och innehåll: handlingsinriktade punkter

Utveckla trygghetsupplevelsen i staden:

Ta fram en handlingsplan för hur vi aktivt kan arbeta med trygghetsfrågor i Kärnan. Arbeta kontinuerligt utifrån denna med ett genomförande av trygghetsåtgärder.

Utveckla Munksjön till en "stadssjö" med vattenkvaliteter och attraktioner:

Ta fram en strategi över vilka ytterligare funktioner, evenemang och aktiviteter som kan vitalisera Kärnan och läggas bl.a. på och runt Munksjön och Rocksjön. Utveckla promenadstråken Vättern – Munksjön – Rocksjön samt vattenvägen Munksjön – Rocksjön.

Utveckla stadens liv och innehåll så att ytterligare mångfald blir möjlig:

Eftersträva en stor blandning av innehåll, som utbildning och forskning, handel och service, kultur, nöjen och turism, bostäder och arbetsplatser. Utred behovet och lokalisering av offentlig verksamhet och service, "Stadens välfärd" (samhällsservice, förskolor, skolor, äldreboende, vårdcentral osv), inom omvandlingsområdet kring Munksjön så att dessa etableras på bästa sätt i den nya stadsstrukturen. Ett nyckeltal för behovet av kommunala lokaler är 5m² BRA/boende fördelat på skola 40%, förskola 10%, fritid 10%, äldreomsorg 20%, övrigt boende 20%. Stimulera och utveckla privata initiativ för att skapa publika verksamheter i Kärnan. Utveckla aktiviteter som stärker kreativitet, öppenhet och tolerans. Driv ett projekt "Öka kreativiteten i staden" under drygt ett års tid för att förbättra det kreativa läget och genomför den handlingsplan av åtgärder och aktiviteter som då konkretiseras.

Ta vara på stadens speciella karaktär och unikheter:

Öka invånarnas och besökarnas kunskaper om staden, bl.a. genom att samordna eller skapa samverkan med de funktioner som skapar bilden av Jönköping, exempelvis Destination Jönköping och Jönköping City AB. Stimulera och utveckla den internationella besöksnäringen, bl.a. genom att starta en "Convention Bureau" i samfinansiering med näringslivet, som aktivt söker upp kongresser, konferenser och större evenemang lämpliga att placera i Jönköping.



Åtgärder

Visionens bärande idéer och handlingsinriktade punkter ger en tydlig inriktning för det fortsatta arbetet och de olika delprojekt, stora som små, som behöver genomföras. Allt i enlighet med visionens devis "Från tanke till handling". Det är viktigt att se Stadsbyggnadsvision 2.0 – inte som ett förslag eller en utredning – utan som ett arbetssätt där vi i projektform fortsätter att utveckla staden.

Staden som utvecklingsfaktor

Jönköping är ett regioncentrum och dess utveckling påverkar hela regionen. Städerna av vår storlek konkurrerar om boende och verksamma, studenter och turister m.fl. Vi konkurrerar också om att näringsliv, statliga verk och utbildningar ska välja att förlägga nya verksamheter hit eller att expandera redan existerande verksamheter. Denna konkurrens kommer att öka. Ett viktigt konkurrensmedel är stadsmiljön och stadens liv och innehåll.

Stadens Liv och innehåll

Jönköping är sjöarnas stad. Våra omgivningar kännetecknar vår stad på många sätt, sjöarna – särskilt den storslagna Vättern, den kuperade terrängen, utblickarna och vyerna. För att utvecklas behöver vi ta tillvara stadens unika värden och tillgångar som redan finns idag, både fysiskt, socialt och kulturellt. Jönköping ska uppfattas som en storstad, vad gäller utbud som idrott, mötesplatser, kultur, föreningsliv, handel och kommunikationer, men med en småskalighet som ger invånare och besökare känslan av trygghet och delaktighet. För att bli "Skandinaviens mest attraktiva stadskärna i vår storlek" behöver vi också bli mer öppna och toleranta mot nya företeelser och idéer. Tolerans gör att människors kreativa sida kommer fram och vi får fler idéer, innovationer och entreprenörskap. Vi behöver också vara goda ambassadörer för vår stad och locka fler besökare. Det behövs också fler, större och mer spännande upplevelser, gärna med internationell lyskraft.

Destinationsutveckling

Staden ska vara attraktiv för såväl boende som besökare. Då krävs en stadsmiljö som är trygg och tolerant, men också innehåller företeelser som lockar nyfikenheten och gör Jönköpingsborna stolta över sin stad. Det krävs en profil som väcker intresse och även lockar långväga besökare.



Place Marketing är ett samlande begrepp för allt som gör en plats/ort/stad känd för omvärlden. Destination Jönköping ansvarar för att bygga upp varumärket Jönköping och samverkar med arbetet inom Stadsbyggnadsvision 2.0.

Kulturvitalisering

Kulturaktiviteter utgör en viktig del i en vital stad. Kulturinstitutionerna har därför en självklar roll i staden, både på grund av sitt innehåll och som del av den fysiska stadsmiljön. Dessa bildar tillsammans med konserter och dansföreställningar, festivaler och andra arrangemang på gator och torg en helhet, som bidrar till människors upplevelse av staden. En mångfald av aktiviteter och evenemang med hög kvalitet gör Jönköping till en internationell upplevelsdestination. För att stärka vitaliseringen av staden behövs fler kulturella aktiviteter, exempelvis fler utomhusevenemang av olika karaktär och med en mångfald av aktörer. En tillåtande hållning till nya idéer och förslag till aktiviteter i olika delar av stadsrummet ger också en upplevelse av kreativitet och tolerans. Varje torg, plats eller bredare stråk i staden utgör en möjlighet för vitaliserande kulturaktiviteter. Det är därför av stor betydelse att sådana ytor får utrymme också i den framtida stadsstrukturen kring Munksjön.

Sjöarna

Vi har unika möjligheter att utveckla våra tre sjöar i stadskärnan, var och en på sitt sätt. Vättern lockar besökare från när och fjärran. Vi kan förstärka känslan av innanhav genom att utöka småbåtshamnen och få till stånd ett kallbadhus nära stadskärnan. Piren kan utvecklas ytterligare med ett utbud riktat till en bredare publik bl.a. ungdomar, genom glassbarer och caféer. Munksjön ska bli vår stadssjö och vara en spännande arena för en mängd olika aktiviteter som båtliv, tävlingar för bl.a. rodd, festivaler och kulturevenemang. Rocksjön med sin speciella omgivning kan i framtiden bli den naturliga platsen för det stadsnära friluftslivet med kanoting, promenader och fiske.

Trygghet

Känslan av trygghet – att kunna, vilja och våga vistas och röra sig fritt i staden under dygnets alla timmar – är av stor betydelse för stadens attraktionskraft och utveckling. Trygghet upplevs olika av olika grupper och individer, vilket behöver beaktas. Genom att möta varandra med tolerans och respekt skapas också en trygghet. Närvaro av människor i stadsmiljön är av betydelse för tryggheten. En tät stadsstruktur med korta kvarter ökar förutsättningarna. För att få människor att vistas i staden under dygnets alla timmar oavsett årstid behöver olika verksamheter och funktioner i staden blandas mer. Utökade öppettider innebär ökade förutsättningar för närvaro och rörelse i



staden över dygnet. Det behövs också alternativa färdvägar och transportsätt till olika målpunkter i staden – inte minst säkra skolvägar – liksom attraktiva miljöer utmed stråken. Belysningen är viktig och ska utformas så att miljöerna känns trygga att vistas i. Ett Trygghetsprojekt har startats upp för att öka trygghetskänslan i Kärnan.

Kärnans innehåll

Bebyggelsen i kärnan ska från start ses som flerfunktionella noder (knutpunkter) i en kommande stadsväv. De kommer efter hand att generera mer bebyggelse. Boende i de centrala delarna är viktigt för att skapa liv och rörelse också när affärerna har stängt. Olika upplåtelseformer främjar mötet mellan olika grupper av människor och bidrar till en ökad öppenhet och tolerans. Kommunen måste också själva ta initiativ till att publik verksamhet och samhällsservice lokaliseras till lämpliga noder i den nya stadsstrukturen kring Munksjön. En lokalbehovsutredning, där samtliga förvaltningar och andra nyckelaktörer har fått lämna in sina kommande lokal- och verksamhetsbehov i Kärnan har färdigställts och är ett underlag till bl.a. arbetet med Ramprogrammet för södra Munksjön.

Att implementera kreativitet i en kommun

Mycket forskning har gjorts på städers attraktivitetskraft. Frågan är hur man får till stånd en förändring. En bra start är att identifiera läget och jämföra hur man ligger till med andra städer. En grundläggande förutsättning för att få till stånd en förändring är att den är väl förankrad med många intressentgrupper som arbetar mot samma mål. En av de bärande idéerna för den växande Kärnan är att staden ska präglas av kreativitet, öppenhet och tolerans. Det kräver ett brett engagemang och en förankring bland många medborgare. Att hitta och identifiera de faktorer som gynnar och bromsar denna utveckling kräver många möten, seminarier och workshops.



Aktivitets- och kulturvitaliseringsstrategi

Denna rapport är ett underlag till framtagandet av Aktivitets- och kulturvitaliseringsstrategin och det handlingsprogram för aktiviteter och arrangemang 2010-2012 som den innehåller. Rapporten sammanfattar läget i Jönköping och lyfter fram vad som bör utvecklas och tas med i strategin. Rapporten är också ett underlag till olika delprojekt inom stadsbyggnadsvisionen, som exempelvis Gestalta Munksjöns stränder, etapp 1 och Trygghetsprojektet.

Attraktivitet och delaktighet är nyckelbegrepp i Strategin. Särskilt fokus läggs på Munksjön, som stadssjö. Aktiviteterna i Strategin syftar till att utveckla stadens attraktivitet där staden ska upplevas öppen och tolerant för såväl Jönköpingsbor som för besökare.

Strategin ska också fungera som ett instrument för att kunna sätta in åtgärder för att gynna en god utveckling och lyfta bort hinder och barriärer som står i vägen för kreativitet, öppenhet och tolerans. En del av dessa åtgärder kan säkerligen utföras på kort sikt, andra på längre sikt.

För att veta måste man leta



Rapportens syfte

Rapporten är ett underlag till Aktivitets- och kulturvitaliseringsstrategin.

Att ringa in Jönköping på kartan

Denna rapport undersöker hur nuläget ser ut i Jönköping ut vad det gäller trygghet, kreativitet och tillväxt. Jönköpings läge jämförs med andra städer i liknande storlek och de olika framtida utmaningarna ringas in. Dessa faktorer måste undersökas allra först för att veta hur upplägg och planering av fortsatt arbete med Handlingsprogrammet ska se ut.

Ta reda på hur vi fortsättningsvis kan arbeta med stadens öppenhet, tolerans och förbättra det kreativa läget

Öppenhet och tolerans ligger till grund för att kreativitet ska kunna frodas och är därför mycket viktigt att kontinuerligt arbeta med. Ekonomisk och medicinsk forskning om hälsa påvisar att människors hälsa väsentligt förbättras i ett samhälle som är jämlikt, där människor känner sig välkomna och delaktiga. Sociologisk forskning visar också på att alla former av avvikande stämpling: (blattar, svennar, gamlingar, frireligiösa etc) skapar en ojämlikhet och därmed en ökad otrygghet och ohälsa. Stadens olika rum, liv och innehåll måste bidra till att ett öppet klimat ska kunna växa. Om vi lyckas med det kommer vi att lyckas med att ta vara på all vår mångfald, vilket i sin tur leder till att kreativitet har en grogrund och kan växa. Ett öppet, tolerans och kreativt samhälle blir ett samhälle i tillväxt. (Referenser till forskning och tips på vidare läsning finns längst bak i denna rapport).

Ta reda på de för Jönköping unika kulturella resurser som bör tas tillvara och lyftas fram

Städer runt om i världen börjar bli allt mer lika varandra. Arkitekter inspireras av samma förebilder, samma varumärkeskedjor skapar butiker som alla liknar varandra och människors fritidsintressen styrs efter samma trender. Ju kortare avstånd internet skapar desto mer lika varandra blir vi. En stads attraktivitet stärks då stadens särart och unikhet lyfts fram och marknadsförs. Människor söker det plats-



specifika och originella och detta är en bra grund för att stärka konkurrenskraften. En plats unika kulturutbud och kulturmiljö blir allt viktigare för att attrahera både människor och företag.

Kartlägga hinder som stoppar upp de kulturella resursernas utveckling i Kärnan

Kartläggningen undersöker om det finns tillräckligt bra lokaler, kompetent arbetskraft, engagemang och ekonomi i den kreativa sektorn. Vidare hur samarbetet mellan stadens aktörer ser ut och om det finns företag och föreningar som hindras av intolerans och fördomar. För att veta hur de kulturella resurserna kan stötts och utvecklas måste de eventuella problemen ringas in.

Hur bör vi föra utvecklingen framåt med att ta tillvara på den kreativitet som redan idag finns och utan att försvåra för de redan etablerade?

Rapportens olika kartläggningar lyfter upp brister och styrkor som vi omedelbart skulle kunna lyfta upp, åtgärda eller framhäva. Det är viktigt att se en stads styrkor och inte stirra sig blind på bristerna. För att ett engagemang och en förändring ska kunna ske på sikt så bör alla inblandade se en stad med möjligheter. Det är viktigt att lyfta fram den mångfald som finns i Jönköping avseende kön, ålder, etnicitet och funktionalitet och att lyfta fram de olika unika perspektiven i stadens liv och innehåll. Här är det lokala kultur- och föreningslivet en viktig och betydelsefull tillgång.

Fler infallsvinklar på nuläget och framtiden



Fem delrapporter

Delrapporternas syfte är att ge en kunskapsgrund till hur nu läget i Jönköping ser ut. Delrapporterna visar vad det finns för ekonomiska och sociala incitament för att motivera åtgärder och förbättringar inom detta område. En kartläggning har gjort så att vi vet hur situationen i Jönköping ser ut. Detta för att ta reda på hur invånare och besökare upplever Jönköping. Kartläggningen visar om invånarna känner sig trygga och nöjda med det utbud av utbildning, rekreativsmöjligheter och kulturarrangemang som finns i Jönköping. Övriga delrapporter belyser vad det finns för utvecklingsmöjligheter i den kreativa sektorn och hur den utvecklas i Jönköping jämfört med andra städer. Vad det finns för unika potentialer att lyfta fram. Sist, men inte minst, ger dessa delrapporter ett underlag till hur vi skapar engagemang och delaktighet och därmed tar till vara på alla våra olikheter och kompetenser. Varje delrapport sammanfattas först var för sig på en sida för att därefter presenteras i sin helhet längst bak i rapporten.

2 Inventering av Jönköpings kulturella resurser

Analys av Kristin Nilsdotter Isaksson (Stk)

Inventering och sammanställning utförd av Åsa Nylander (Stk) och Eva Johansson (Stk/AMA)



4 Jönköpings unika resurser och utvecklingspotential

Rapport av Lia Ghilardi, Noema Research LTD



1 Kulturens betydelse för den lokala utvecklingen

Rapport av Ek Dr Lars Pettersson, IHH



3 Kartläggning av Jönköping

Möten, utredningar och undersökningar
Sammanställning och sammanfattning av
Kristin Nilsdotter Isaksson (Stk)



5 Ekonomi, attraktivitet och stadsutveckling

Rapport av DEN GODA STADEN
Författare Charlotta Mellander och Martin Andersson
Internationella Handelshögskolan Jönköping

Sammanfattning

Rapporten återfinns i sin helhet på sidan 20

Utifrån en empirisk analys har Dr Lars Pettersson, vid Internationella Handelshögskolan i Jönköping, undersökt hur marknader för kultur, idrott och upplevelser inverkar på en stads lokala tillväxt. Lars Pettersson har undersökt hur sysselsatta inom kultursektorn relaterar till en stads befolkningstillväxt.

Denna undersökning kan sammanfattas med att en stads kulturutbud och kulturella tillväxt har stor betydelse för att locka människor att vilja flytta och bosätta sig i staden, och då i synnerhet människor med högre utbildningar. En plats attraktivitet och förmåga att locka till sig utbildad arbetskraft är en av grundförutsättningarna för ekonomisk tillväxt.

Jönköpings kulturutbud är inte så stort som det borde vara, i förhållande till andra svenska städer. Kultursektorns omfattning är snävare och mindre än i andra jämförbara svenska städer. I undersökningens tio jämförda städer är det endast Karlstad (84 639 invånare i kommunen 2009), Halmstad (90 241 invånare i kommunen 2008) och Växjö (82 000 invånare i kommunen 2009) som har färre anställda inom kultursektorn än Jönköping (126 113 invånare i kommunen 2009) och av dem bara Karlstad och Växjö som under 2007 hade en sämre tillväxt inom sektorn.

På längre sikt skulle detta kunna innebära att Jönköping tappar tillväxt och får problem med att vara en tillräckligt attraktiv stad att flytta till för välutbildade människor, eller människor i den sk. kreativa sektorn – en sektor som växer sig allt starkare i takt med att samhället förändras.

Kultur- och fritidssektorn kunna utvecklas till en stark tillväxtbransch i Jönköping. Detta skulle i sin tur kunna innebära fler nya jobb och att nya branscher etableras. Om denna utveckling skulle ske parallellt med att Jönköping fortsättningsvis även har en stark industriell sektor så skulle detta kunna innebära stora utvecklingsmöjligheter för en mångfasetterad stad, där olika branscher och ekonomier stöttar varandra samt på sikt klarar sig bättre i kristider.

Lars Pettersson problematiserar över tänkbara orsaker till att Jönköpings kultursektor släpar efter, om det beror på en politisk avprioritering, ointresse bland befolkningen eller att den ideella utövandet på föreningsnivå är stark. Dock anser han att de två sista orsakerna borde falla bort, särskilt vid jämförelse med andra städer i samma storlek.

Avslutningsvis ges förslag på utvecklingsmöjligheter inom den kulturella sektorn, som skulle kunna fungera som attraktiva ”dragare” i de framtida knutpunkterna runt Munksjön och där vikt läggs vid klusterbildning och ett blandat och mångsidigt kulturutbud.



Sammanfattning

Rapporten återfinns i sin helhet på sidan 34

Våren och försommaren 2009 skickade Jönköpings kommun ut ett stort antal enkäter till Jönköpings kulturella resurser. Med begreppet kulturella resurser avses föreningar, företag, utbildningar och organisationer som verkar innovativt, med skapande och rekreation samt de verksamheter som direkt stödjer dessa kreativa sektorer.

Syftet med undersökningen var att kartlägga vilka kulturella resurser som finns i Jönköping och vad de har för behov och utvecklingspotential.

Av 614 antal enkäter som skickades ut kom 244 svar, vilket innebär en svarsfrekvens på omkring 40%. De allra flesta kulturella resurser i staden vänder sig till Jönköpingsbor. Barn och ungdomar är en prioriterad målgrupp för 40% av dem, medan studenter och turister står för omkring en tredjedel var.

Över 90% av de svarande vill utvecklas vidare i Jönköping. De högst prioriterade områdena som de svarande finner mycket angeläget eller angeläget att utvecklas inom är (i fallande ordning): Att nå nya målgrupper, att utveckla organisationen, att förbättra möjligheter till lokalt samarbete och att utvidga verksamheten. Många aktörer ser även fler publika aktiviteter som angeläget att utveckla medan att verka centralt i Jönköpings stadskärna är mindre angeläget.

De olika företag som svarat är förhållandevis starka och har en god tillväxt vilket kan vara ett allmänt tecken på att Jönköping klarat sig bra i krisen samt att dessa typer av kreativa näringar klarat sig bra. Här syns tydliga kopplingar mellan högskola och näringsliv, där högskolan fungerar som en språngbräda för att starta egna företag. Företagens olika inriktningar, t.ex. det faktum att PR-sektorn är väldigt starkt representerad, skulle kunna förklaras med detta.

De offentliga kulturinstitutionerna står för en stor del av de publika arrangemangen och verksamheterna, men engagerar inte så stor del av de anställda inom den kreativa sektorn i stort. De betyder dock mycket för Jönköpings konst och kulturliv då de fungerar dels som stödjande myndighet och dels arrangerar egen konstnärlig verksamhet på en nivå som bör finnas i en större stad men som med största säkerhet inte skulle finnas utan deras uppdrag.

En stor andel av Jönköpings kulturella resurser är ideellt arbetande människor organiserade i föreningsliv, samfund eller enskilda utövare på amatör eller hobbynivå.

Föreningarna är starka och engagerade. Detta driv och vilja till utveckling och förbättring av den egna verksamheten måste ses som något mycket positivt för stadens kultur och fritidsliv.

En del av de följdfrågor som uppstod då enkätsvaren kom in har tagits upp på några av de olika mötena i samband med inventeringen, andra frågor behöver följas upp för att se mer exakt hur behoven ser ut.



Sammanfattning

Rapporten återfinns i sin helhet på sidan 46

Under sommaren 2009 gjordes en enkätundersökning där 200 personer intervjuades runt omkring i centrala Jönköping av feriepraktikanter i Jönköpings kommun. Frågorna berörde Jönköpings utveckling och de intervjuade fick tycka till om olika arrangemang, aktiviteter, gestaltningar och Jönköping som framtidsstad. De fick själva lämna synpunkter på olika företeelser de ville ändra på och utveckla.

Andra undersökningar som gjorts under 2009 är Jönköping Citys årliga mätning över hur nöjda besökarna är med stadskärnan och de aktiviteter och utbud som finns där. Exempel på undersökningar är Fritid Jönköpings ungdomsenkät som har tagit tempen på hur trygga Jönköpings ungdomar känner sig i stadskärnan och en jämförelse av kommuners kultur- och fritidsverksamhet ur ett medborgarperspektiv.

Parallellt med dessa kvantitativa undersökningar har det gjorts undersökningar av kvalitativ sort i samband med öppna möten och samtal med särskilda fokusgrupper. Totalt har omkring 250 invånare i olika yrkeskategorier, ursprung, kön och ålder varit delaktiga i dessa samtal.

Vättern och sjöarna har setts som Jönköpings allra viktigaste resurs att lyfta fram. Detta bland alla kategorier av människor och detta kommer fram både i de kvantitativa och kvalitativa undersökningarna. Invånarna i Jönköping betraktar staden som relativt trygg, vacker och mycket lagom i sin storlek och utbud. Vyerna, naturen och ljuset är andra resurser. Då Vättern ses som Jönköpings framsida vill människor utveckla stranden till en framtida rekreations- och nöjesyta. Det måste dock tas i beaktande att majoriteten av undersökningarna gjordes under sommarhalvåret. Många eftersöker fler scener och ett bredare utbud för musik och konserter centralt i Jönköping. Vattnet ses som Jönköpings viktigaste resurs och drar flera drar kopplingar mellan vatten- rekreation – hälsa och renhet. Motion är en viktig sysselsättning och många använder redan befintliga motionsstråk i centrala Jönköping: t.ex. i områdena runt sjöarna. Möjligen kunde dessa märkas ut och lyftas fram bättre. Kulturarvet är en annan sak som man anser borde lyftas fram tydligare och på ett spännande vis, där invånarna själva kan upptäcka nya saker och lära sig mer om sin stad. Särskilt nämns Tändsticksområdet som en spännande, outnyttjad, resurs.



Jönköpingsbor känner sig i stort sett trygga att röra sig i staden på dagen såväl som på kvällen. Dock finns det en kategori: unga kvinnor i åldrarna 16-25 år, som känner sig otrygga att röra sig i de centrala delarna i staden. Områdena runt Resecentrum, Juneporten och krogkvarteren på Väster upplevs som särskilt olustiga att röra sig i under kvällstid.

Sammanfattning

Rapporten återfinns i sin helhet på sidan 54

Jönköping är idag ett regionalt centrum och en katalysator för utvecklingen i hela regionen. Trots den rådande nedgången i den globala ekonomin har man lyckats behålla en stabil tillväxt. Under 2010 kommer olika insatser och utvecklingsprojekt inom byggnation och transporter att genomföras. Detta visar att man ser framåt med tillförsikt.

En central faktor i Stadsbyggnadsvisionen är tillgängligheten, fysiskt och socialt, i den framtida staden. Tillgänglighet är viktigt framförallt vid genomförandet av Götalandsbanan och Europabanan med ny station, men också när det gäller att intressera människor inom olika yrkeskategorier att vilja bo och arbeta här.

Medelstora städer i Europa och övriga västvärlden går nu från en tillverkningsbaserad ekonomi mot en post-industriell, kunskapsintensiv ekonomi som till stor del bygger på specialiserade tjänster. Jönköping har valt rätt väg genom att investera i ökad attraktionskraft, arbeta för att behålla välutbildad arbetskraft och erbjuda de rätta förutsättningarna för en god livskvalitet, rekreation och en hälsosam livsstil inför den vidare utvecklingen av stadens kreativa kapital.

Många städer som har använt sig av en holistisk och integrerad utvecklingsmodell har nått stor framgång. Såväl Cultural Planning som liknande utvecklingsstrategier förutsätter grundläggande kunskap och insikter om värdet av att stödja och tillvarata lokala kulturella (i vid mening) resurser som en plattform för ett nytt kreativt och innovativt tänkande också på många andra områden.

En ingående studie av Börje Johansson och Lars Pettersson (Internationella Handelshögskolan) visar att Jönköping äger alla nödvändiga förutsättningar för en positiv utveckling: stadens storlek, geografiska läge, Högskolans utveckling, stadens aktiva och starka handels- och industrikultur, vackra omgivningar m.m. Staden äger också ett antal styrkor på det kulturella/kreativa området, vilka behöver ges en mer framträdande och aktiv roll. Allt detta bidrar till att locka människor att bo (eller studera) här, stärker stadens image och den allmänna bilden av Jönköping.

Rapporten innehåller en kortfattad översikt av kulturens fördelar och varför kultur och lokala kulturella resurser bör ges en central roll i lokala utvecklingsplaner.

Exempel och tankegångar kring hur vi kan arbeta med Cultural planning i Jönköping presenteras. Resultat och slutsatser från kartläggningen kommenteras samt hur de kulturella resurserna (i vid mening) och stadens övriga unika resurser och tillgångar kan bidra till att Jönköping kan utvecklas som kreativ och konkurrenskraftig stad.



Sammanfattning

Syftet med den här rapporten var att göra en genomgång av forskning på området kring attraktivitet, ekonomi och stadsutveckling. Vi har kartlagt den mest inflytelserika forskningen på området inom national-ekonomi och kompletterat den med forskning inom sociologi och beteendevetenskap. Vi har belyst vikten av storleken på staden, kvaliteten hos såväl ursprungsregionen som destinationsregionen.

För första gången i världshistorien bor det fler individer i städer än på landsbygden. I takt med den här utvecklingen har städer ställts inför nya utmaningar. Med större storlek kommer fördelar med avseende på diversitet och mångfald, produktivitet, arbetstillfällen och variation i konsumtionsmöjligheter. Samtidigt uppkommer problem med t ex tillgängligheten, med större belastningar på infrastrukturen, då fler individer skall dela på samma utrymme. Dessutom har nya migrationsmönster, med ett större antal individer som rör sig mot de större städerna, satt press på husmarknaden och i en rad städer har huspriserna pekats markant uppåt under det senaste decenniet.

Exempel ur rapporten:

En lång tradition av forskning har också tittat på vilka faktorer som i praktiken påverkar den regionala attraktiviteten. Ullman (1954) påvisade klimatets roll för skillnader i ekonomisk tillväxt. Jacobs (1961, 1969) och Gans (1962) beskrev utförligt hur diversitet, mångfald och heterogenitet i städer påverkar trivsel och dessutom ökar sannolikheten för nya innovationer och ny kunskap. Gottlieb (1994, 1995) undersökte regionala kvaliteter, såsom miljö, skolor, trängsel och kriminalitet, påverkar attraktionsförmågan hos en plats och indirekt möjligheten att attrahera kunskapsföretag som söker högutbildad arbetskraft.

Andra akademiska discipliner har i högre grad undersökt effekten av kvaliteter i det mer direkta närområdet, utan att relatera det till migrationsbeslut. Proshansky et al (1983) talar om "platsidentitet" för att beskriva hur närmiljön – i form av hemmet, arbetet och skolmiljön – hjälper till att forma hur en individ upplever sin plats.

Ytterligare forskning har fokuserat på vad det är som gör att man "känner sig hemma" på vissa platser, dvs. vad det är som skapar en känsla av tillhörighet i en stad där faktorer som "att känna sig komfortabel", familjär och

möjligheten att uttrycka vem som är ens sanna jag lyfts fram (se till exempel Relph, 1976; Rowles, 1983; Seamon, 1979). Det finns också en lång tradition forskning som belyst vikten av social interaktion för att känna sig hemma i en stad. Nisbet (1969) och Sarason (1974) visar hur möjligheten till socialinteraktion inom de närmsta kvartieren påverkar individens mentala hälsa. Cuba och Hummon (1993) talar om hur social deltagande utgör en grund för att man skall identifiera sig med sin plats och stad.[...]

Relationen mellan civilt engagemang och hur nöjd man är med sin plats och stad har belysts av t ex Brehm och Rahn (1997) och Grillo et al (2008). Medan de förstnämnda hävdar att civilt engagemang är en följd av en livstillfredsställelse, så föreslår de sistnämnda att civilt engagemang snarare är kopplat till platsens kvaliteter, där de inkluderar faktorer som offentliga skolor, lokaltrafik och andra kommunikationssystem, sjukvård, livsstilsrelaterade faktorer som kultur, nattliv och utomhusaktiviteter.[...]

En omfattande litteratur visar också hur sociala faktorer och livsstadier påverkar i vilken grad vi knyter an till vår stad och vårt samhälle. Keller (1968), Hunter (1975), Schulman (1975), Cuba och Hummon (1991) har alla visat på hur etnisk bakgrund, klass, ålder samt huruvida vi äger vår bostad eller ej påverkar graden vi knyter an till vår plats.

Riger och Lavrakas (1981) bygger på denna forsknings-tradition när de diskuterar hur livets omständigheter och livets olika stadier spelar en kritisk roll för i vilken grad man känner sig knuten till en plats. Enligt deras studier finns det två faktorer som påverkar i högre grad än andra; ålder samt barn. Ju äldre man är, desto mer knuten känner man sig till sin plats. Hushåll med barn knyter också an starkare till sin plats. Krupat (1985) visar däremot att kön i princip saknar påverkan på i vilken grad man knyter an, förutom på den allra närmsta lokala nivån.

Det finns också en mängd litteratur som fokuserar på rollen av skönhet och estetik för att man skall knyta an till sin plats och må bra. Maslow (1943) fick ett stort genomslag när han förklarade hur individer steg för steg klättrar upp för en behovshierarki, från de lägsta mest fundamentala behoven som fysisk säkerhet och trygghet, till självförverkligande.

Postrel (2003) föreslår dock i sitt arbete att platser inte är bundna till någon sådan hierarki, utan hävdar istället att skönhet och estetik är lika viktigt för individer, oavsett

var någonstans på stegen de befinner sig, oberoende av inkomst och social och kulturell kontext. I ett arbete av Florida et al (2009) visas också att skönhet och estetik är en av de starkaste förklaringsvariablerna för att förklara hur pass nöjd man är med sin plats. Ytterligare studier, som varit frikopplade från platsens betydelse, har också påvisat skönhetens roll för till exempel resultatet i tävlingar (Belot et al, 2007), politik (King och Leigh, 2007), konst (Sagoff, 1981) och i mer traditionella ekonomiska modeller (Mossetto, 1993; Cassey och Lloyd, 2005). Det finns med andra ord anledning att tro att stadens och platsens estetik i hög grad kan påverka i vilken grad individer trivs och knyter an. [...]

I senare arbeten har t ex Glaeser et al (2001), liksom Carlino och Saiz (2008) visat att lokala "trivselvärden" (eng. amenities), har en effekt på ekonomisk tillväxt och urban utveckling. Lloyd och Clark (2001) beskrev staden som en "underhållningsmaskin" där livsstilsrelaterade faktorer såsom underhållning, nattliv och kultur spelar en viktig roll. Florida (2002a) påvisade också att faktorer som öppenhet, hur pass inkluderande staden är och livsstilsrelaterade faktorer har en stark påverkan för att attrahera kreativa individer.[...]

Samtidigt som mycket är gjort på området, så finns det en rad frågor som fortfarande behöver besvaras. En ytterst viktig fråga, som berör den största delen av de svenska regionerna, är vad en region kan göra för att kompensera för sin litenhet? Finns det några strategier en mindre stad kan ha för att klara sig i konkurrensen, när allt fler individer flyttar till storstäder som Stockholm, Göteborg och Malmö?

Det är också viktigt att belysa att dessa tre större städer, som i dagsläget växer i kraft av sin storlek, också ingår i en global hierarki av städer, vilket gör att de i framtiden troligen också kommer att utsättas för en allt hårdare konkurrenssituation.

Vidare finns det mycket forskning kvar att göra kring "arbetsmotivet" kontra "konsumtionsmotivet". Tidigare forskning har fokuserat mycket på regionen som tillhandahållare av arbetstillfällen och fokuserat på attraktionskraften i detta. Senare forskning visar att regionen troligen fyller en minst lika stor funktion, om inte större, som tillhandahållare av konsumtionsmöjligheter. Simultaniteten

mellan dessa två krafter kräver mer forskning än vad som är gjort i dagsläget. Dessutom är det viktigt att bryta ner denna diskussion i mönster för olika typer av grupper, t ex högutbildade, olika åldersgrupper, samt olika inkomstgrupper.

Förslagsvis skulle detta kunna göras genom en mer omfattande enkätundersökning i kombination med redan tillgänglig data på området. I en sådan undersökning skulle det också kunna kartläggas mer i detalj vilka kvalitetsattribut som framstår som attraktiva för olika individer och som till syvende och sist påverkar trivseln på platsen där individer befinner sig och som påverkar deras migrationsmönster (sannolikheten för att stanna och flytta). Hittills är ytterst lite gjort på detta område för svenska förhållanden och mycket av de slutsatser som dras baseras på amerikanska studier där både stadens struktur och de institutionella förhållandena skiljer sig väsentligt åt.

Det är också viktigt att knyta samman de två frågorna kring städers storlek och städers kvalitet. Är tillväxtfaktorerna verkligen desamma i små och mellanstora städer desamma som i större städer? Går det överhuvudtaget att dra slutsatser för små regioner genom att studera mönster i större städer? Går det att växa med hjälp av andra kvaliteter än de större städer tillhandahåller, t ex diversitet och mångfald?

Idag står en majoritet av de svenska kommunerna inför mycket stora utmaningar, inte minst i skuggan av den finansiella krisen, då de fortsätter att minska i storlek. Med den minskade storleken följer minskade skatteintäkter och en allt sämre förutsättning att skapa den goda staden för sina invånare. Mer forskning på området skulle öka kunskapen kring hur dessa kan jobba mer strategiskt i framtiden för att förbättra sina förutsättningar inför framtiden.



1 Kulturens betydelse för den lokala utvecklingen

Ek Dr Lars Pettersson, IHH



Inledning

Jönköping har sedan mitten av 1980-talet upplevt en obruten trend med befolkningstillväxt. Det finns flera förklaringar till denna utveckling. Högskolans expansion från 1990-talets första hälft och framåt har varit en viktig faktor som haft en stor betydelse för utvecklingen. Även invandringen har bidragit till en positiv befolkningsutveckling. Jönköping har genomgått och genomgår en intressant förnyelse som bland annat innebär att staden på ett tydligare sätt utvecklar sin funktion som regionens centrum och som ”motor” för övriga regionen och länet. En naturlig del i denna utveckling är att marknader för kultur, idrott och upplevelser kan förväntas växa i volym och innehåll och att Jönköping i framtiden förstärker sin roll som destination och mottagare av besökare.

Kultur och kulturmiljöer (inklusive idrott och olika former av upplevelseaktiviteter) är i stor utsträckning platsbundna och vanligtvis kopplade till den lokala och regionala identiteten. Detsamma gäller för övrigt exempelvis restaurangsektorn, som ofta ses som en del av kultursektorn. Samhällsutvecklingen, med en övergång från industrisamhälle till servicesamhälle och kunskapspräglat samhälle har bidragit till att öka betydelsen och intresset av verksamheter som är inriktad mot kultur, idrott och upplevelsebaserade verksamheter. Dessa verksamheter framstår som viktig stimulans för utvecklingen i andra verksamheter och för att locka människor – inte minst högutbildade – till en plats.

Det finns en växande efterfrågan på upplevelser som bidrar till en stark tilltro om att kultur och kulturmiljöer

är viktiga förutsättningar för platser attraktivitet. Genom kultur, idrott, matupplevelser mm formas platserns identitet och särdrag. Kulturutbudets utveckling kopplas ofta samman med andra kännetecken av platser som god livsmiljö, kreativitet, innovationsbenägenhet, mångfald mm. Därför är det också naturligt att både regionala utvecklingsprogram och kommunala utvecklingsstrategier framhåller kulturen och kulturmiljöer.

Syftet med delrapporten är att visa i vilken utsträckning som kultursektorns utveckling – eller de delar av den som går att skilja ut i den offentliga statistiken för förvärvsanställda – kan relateras till befolkningens utveckling och den ekonomiska utvecklingen. I den följande texten ges först en beskrivning av den bakgrund och de utgångspunkter som rapporten vilar på. Därefter, i en empirisk del, visas först i ett första moment hur antalet ”kulturarbetare” per kommun i Sverige samvarierar med befolkningstillväxt och ekonomisk utveckling och därefter görs en enkel analys av hur en tillväxt av dessa marknader skulle kunna bidra till utvecklingen i Jönköping.

Bakgrund och utgångspunkter

Jönköpings kommun har haft en i princip obruten positiv årlig tillväxt av befolkningen sedan mitten av 1980-talet. Jönköping delar detta utvecklingsmönster med flera kommuner av jämförbar storlek i Sverige. Sådana jämförbara kommuner är exempelvis Linköping, Helsingborg, Örebro, Västerås och Borås. Gemensamt för dessa kommuner är att de fungerar som kärnkommuner eller huvudorter i sina respektive regioner. Utvecklingen hos mindre grannkommuner och mindre orter i dessa regioner påverkas i stor grad av hur mångfaldigt och diversifierat utbud av varor och tjänster som finns i dessa huvudorter, samtidigt som den potentiella marknadskraften på huvudorternas marknader beror på deras respektive omland. Regionernas utveckling präglas på detta sätt av ömsesidiga beroende som tillsammans kan stödja utvecklingen.

När vi ser till Jönköpings utveckling under 2000-talet så har den i stor utsträckning blivit sådan som den beskrevs på förhand i kommunens måldokument ”Jönköping – ljuset vid Vättern”. I denna vision för stadens utveckling för åren 2000-2010, som antogs av kommunfullmäktige i juni 2000, fastslås att kommunen ska fungera som regionens självklara centrum med ett utvecklat kommunika-



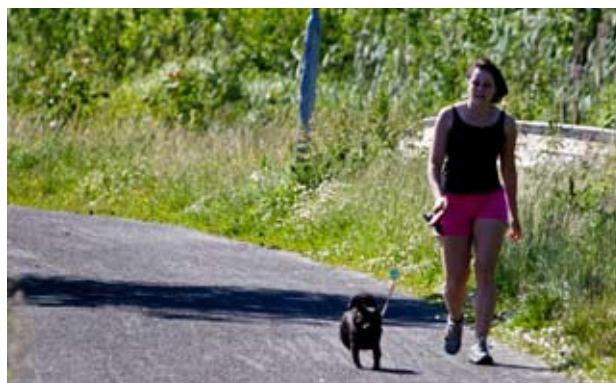
tionscentrum, handels- och mötesplats, att Jönköping ska fungera som ett idérikt entreprenörscentrum. Mångfalden i staden lyfts också fram liksom en hållbar samhällsutveckling.

Under 2000-talet har en omfattande byggnation ägt rum i centrala Jönköping som inkluderar både bostäder och kommersiella ytor. Befolkningstillväxten, som har varit mycket stark, har haft årliga tillväxtvolymers motsvarande 1200-1300 personer årligen och även mer (1445 personer år 2008). Tillväxttakten för befolkningen har motsvarat drygt en procent som andel av kommunens befolkning, vilket gör Jönköping till en mycket stark tillväxtkommun när vi jämför med övriga Sverige. Detta indikerar också att Jönköping har lyckats hävda sig väl i konkurrens med andra jämförbara städer och är också ett tecken på stadens attraktionskraft. Flera olika faktorer kan bidra till att förklara Jönköpings starka utveckling som Högskolan tillväxt, den omfattande byggnationen i kommunen, en växande skara utrikes födda och/eller utländska medborgare som lockas till Jönköping, etc. Befolkningskategorin utrikes födda och de utländska medborgarna växte med ca 12 procent mellan åren 2003 och 2007, samtidigt som den totala tillväxten av befolkningen var ca 4 procent.

Före det att måldokumentet "Jönköping – ljuset vid Vättern" författades hade kommunen också presenterat Stadsbyggnadsvisionen "Från tanke till handling" i januari

2000. Stadsbyggnadsvisionen innehöll olika förslag på hur stadskärnan i Jönköping skulle förbättras och förstärkas. Utifrån denna vision har sedan arbetet med att utveckla staden kunnat utformas i olika konkreta projekt som syftat till att förbättra stadens tillgänglighet, utbudsrikedomen och den fysiska stadsmiljön i centrala Jönköping. Arbetet med dessa projekt har sedan genomförts i samverkan mellan offentliga och privata aktörer.

Utvecklingsarbetet innebar också att kommunens handelstrategi uppdaterades utifrån de nya förhållandena. Nya bostadsområden växte fram och vissa handelsområden förstärkte sina positioner. Stadsbyggnadsvisionen "Från tanke till handling" inriktades främst mot Jönköpings



stadskärna. Detta innebar att handelsfrågorna naturligt kom att handla mycket om stadskärnan. Dessutom utpekades också området omkring norra Munksjön som ett utvecklingsområde, inte minst med avseende på kultur- och upplevelse aktiviteter. Området mellan sjöarna Munksjön och Rocksjön samt det s.k. Solåsområdet har tillhört de mest expansiva delarna av Jönköping med avseende på utvecklingen för sysselsättning och handel under 2000-talet.

I oktober 2008 antog kommunfullmäktige i Jönköping Stadsbyggnadsvision 2.0 "Jönköping – staden och sjöarna". Den nya versionen av stadsbyggnadsvisionen innebär ytterligare ett utvecklingssteg. Den förstärkta befolkningstillväxten tillsammans med behovet av att kunna vidga stadsbyggnadsvisionen kring. Parallella gestaltungsuppdrag genomfördes som en källa till inspiration för hur området mellan sjöarna skulle kunna utvecklas. Fyra utvecklingsområden pekas ut för genomförandet: (1) Stadens liv och innehåll, (2) Förnyelse i stadskärnan, (3) Förnyelse kring Munksjön och (4) Stadens hållbara kommunikationer. Kultur- och upplevelsemarknaderna sorteras i detta fall in under rubriken Stadens liv och innehåll samtidigt som exempelvis möjligheten att utveckla parkmiljöer med kulturinslag kring Munksjön har lyfts fram som en utvecklingsmöjlighet.

Den uppgraderade Stadsbyggnadsvisionen 2.0 innebär i många avseende stora utmaningar för planeringen av stadens utveckling. Under 2008 har också frågan om stationsläge för Götalandsbanan aktualiserats genom den förstudie som Banverket initierat. Olika förslag finns om stationsläge som kan komma att påverka såväl stadskärnan som området kring Munksjön. I de omfattande utvecklingsplaner som nu aktualiseras för Jönköpings centrala delar är det naturligt att kultur- och upplevelsemarknader som riktar sig mot besökare från både den lokala och regionala marknaden fokuseras. Besökare kan också förväntas komma till Jönköping från mera långväga regioner när Götalands- och Europabanan är byggda. Med en knutpunktsnod antingen i området direkt söder om Munksjön eller där stationen ligger idag kommer centrala Jönköping att bli en betydligt attraktivare plats för kultur och besöksnäringar. Förutsättningarna att genomföra arrangemang som konserter, större idrottsevenemang kan förväntas bli avsevärt förbättrade.

Ett perspektiv på regional utveckling som alltmer har lyfts fram under senare tid är den roll som besöks- och



upplevelse inriktade marknader har. Intressanta kännetecken som utmärker många av dessa marknader (men långt ifrån alla) är att de ofta har rörliga konsumenter som reser till platser där producenterna och säljarna finns. Även om inte alla marknader inom detta segment bär dessa kännetecken (många upplevelser kan exempelvis konsumeras i hemmet via olika media) är just platsbundenheten ett intressant perspektiv med avseende på regional utveckling. Många besöks- och upplevelse orienterade marknader präglas också av kollektiva egenskaper. Med detta menas att många kan konsumera tjänsterna (det handlar ofta om tjänster) samtidigt utan att någons konsumtion konkurrera med någon annan (exempelvis biografier, konserter, mm).



Rena kollektiva nyttigheter är sådana där det varken råder rivalitet mellan konsumenter eller exkluderbarhet (att någon utesluts från konsumtion). Marknader för kultur och idrott är bra exempel där de kollektiva egenskaperna ofta är mycket utmärkande, även om det som regel finns inträdespriser och viss trängselinverkan som gör att det ofta inte rör sig om helt rena kollektiva nyttigheter.

Städer har en speciell betydelse för dessa marknader, och kultursektorn kan normalt förväntas vara starkt representerad i större städer. Antalet sysselsatta inom kultursektorn är, som många andra marknader, positivt relaterad till den lokala marknadens storlek. Den lokala och regionala marknadsstorleken blir som regel mer betydelsefull för tjänste- och service sektorn när verksamheterna är beroende av besökande kunder och när konsumtion måste ske på en specifik plats (och ofta också en specifik tidpunkt).

Stadens storlek i sig självt är drivande för utvecklingen, vilket också en viktig förutsättning i sammanhanget. Eftersom det är möjligt att sälja fler produkter på en större marknad innebär detta också att det är möjligt att fördela kostnader på fler sålda varor eller tjänster och på det sättet priskonkurrera. Städernas (stora) marknader gör det därmed möjligt för företag att uppnå lönsamhet genom skalekonomier på ett annat sätt än på mindre marknader. Samtidigt lockar städernas (stora) marknader med ett diversifierat och mångfaldigt utbud som också presenteras i en geografiskt tät miljö. Hushåll erbjuds goda möjligheter att kunna finna efterfrågat utbud som matchar deras preferenser. Detta gäller många perspektiv: boende, handel och service, utbildningar, efterfrågan på arbetskraft med

speciell kompetens och, inte minst kultur, idrott och underhållning/evenemang.

Inom forskningen har ett stort intresse riktats mot efterfrågemönster som associeras med bland annat utbildningsbakgrund och som ofta presenteras under begreppet den kreativa ekonomin. Utgångspunkten är då att beskriva vilka krafter som kan förklara utvecklingen av olika platser, förutom de förklaringar som återfinns inom tillväxtteorin. Ett viktigt perspektiv inom denna teoribildning är att sysselsättnings och ekonomisk tillväxt på en plats i stor utsträckning är beroende, och kan förklaras, av platsens förmåga att attrahera människor. Eftersom ekonomin är mycket mångfacetterad och eftersom exempelvis många produktlivscykler är förhållandevis korta är det ofta viktigt för företag att ha kreativ personal som är innovationsbenägen. Varor och tjänster måste kontinuerligt modifieras, förbättras och förnyas och detta görs genom små och stora innovationer och utvecklingsinsatser. Mot denna bakgrund blir sedan nästa fråga vilka egenskaper som en plats ska ha för att attrahera människor.



1 Kulturens betydelse för den lokala utvecklingen

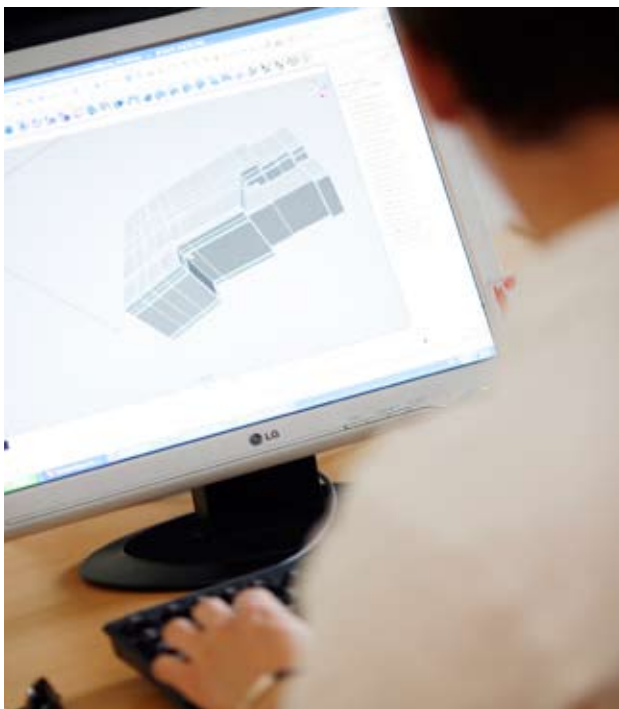
Med anknytning till städers (platsers) förmåga att locka till sig människor spelar kulturen, i vid bemärkelse, en intressant roll. Det finns en ganska omfattande litteratur som pekar på att efterfrågan på kultur, idrott och upplevelser påverkas av utbildning hos befolkningen. Sverige har numera under en ganska lång tid arbetat målmedvetet med att höja den generella utbildningsnivån. Den högre utbildningen vid universitet har mer än fördubblats i omfattning och utbildningsprogrammets tid har förlängts.



I slutet av 1980-talet gick omkring 20 procent av gymnasisterna vidare till utbildning vid högskolor och universitet. Idag är motsvarande andel omkring 50 procent och denna utbyggnad skedde i stor utsträckning under 1990-talets mitt och senare hälft. Studieprogrammen vid högskolorna och universiteten var i slutet av 1980-talet ungefär 1-1,5 år kortare jämfört med dagens. Ytterligare ett perspektiv på högskolorna och universitetens utveckling är de regionala universitets- och högskolornas framväxt som också präglade utbyggnaden av den högre utbildningen och forskningen. Precis som i Jönköping har många av dessa utbildningsplatser geografiskt lokaliserats i centrala lägen i medelstora och större städer, vilket också kännetecknar stadslivet allt mer i många städer.

Ett annat perspektiv på en långsiktig trend som spelar en viktig roll för städernas roll är demografiska förändringar och trender i tidsanvändning. Ser vi till långsamt förändriga mönster som avspeglar utvecklingen av livsmönster och livsförutsättningar finns ett antal intressanta processer vi kan notera för den svenska ekonomin:

- Ökad livslängd. Medellivslängden är idag nästan 79 år för män och drygt 83 år för kvinnor. Under de senaste 20 åren har medellivslängden i Sverige ökat med nästan 5 år för män och drygt 3 år för kvinnor. Detta innebär framförallt andelen äldre i befolkningen växer och det finns en större grupp som är pensionärer och i förhållande till tidigare pensionärskohorter har denna grupp nu en generellt starkare köpkraft. Den geografiska strukturen på bostadsmarknaden är också sådan att det bor förhållandevis många äldre i de centrala delarna av städerna.
- En mindre andel av livstiden används till arbete. Produktivitetsutvecklingen brukar normalt delas in i två delar: (1) arbetskraftens respektive (2) kapitalets bidrag till utvecklingen. Framförallt har arbetsproduktiviteten utvecklats starkt och kapital har ersatt arbetskraft. Detta innebär också en förklaring till att arbetets andel, i tid räknat, av livslängden har minskat successivt under i princip hela tiden från industrialiseringen (1860-1870-talet) och framåt. Studier och beräkningar som gjorts om arbetstidens omfattning i våra liv pekar på att knappt 10 procent av en genomsnittlig svensks livstid används till .
- Studietiden ökar. Förlängning av den allmänna utbildningstiden längd hos befolkningen har också pågått obrutet under i princip tiden från den industriella revolutionens genombrott och framåt. Som beskrivs ovan genomgår dels en större andel av befolkningen den s.k. högre utbildningen, dels har längden och omfattningen för de flesta program inom den högre utbildningen förlängts. Dessutom har övrig vuxenutbildning, internutbildningar inom företag, mm växt fram inom ramen för välfärdssamhället och inom moderna företag.
- Fritiden ökar. Som ett resultat av framförallt den ökade medellivslängden och även den reducerade arbetstidens omfattning har fritidens andel av livstiden ökat. Närmare 50 procent av livstiden kan ses fritid i en vid bemärkelse (sömn är då inte inkluderat i fritid).



Förändringar i livsmönster måste anses ha en förhållandevis stor betydelse för strategiska utgångspunkter för städers utveckling. Eller snarare bör potentiellt tillmätas en stor betydelse för beslut om hur den fysiska utformningen av städer. En grund för detta är att livsmönster och trenderna som beskrivs ovan uppvisar långsamma förändringsmönster, dvs. de ändras inte på något snabbt sätt. Detsamma gäller städers fysiska struktur och de mötesplatser, handelsplatser, mm som kännetecknar en stadskärna.

Samhällsutveckling har också på ett tydligt sätt visat sig vara orienterad mot att kreativitet präglar såväl yrkesroller i arbetslivet som fritidsintressen och är även kännetecknen för många varor och tjänster som efterfrågas. När produktlivscyklar blir allt kortare och nya produkter, eller förbättringar hos befintliga produkter, måste förnyas spelar kreativitet hos arbetskraften en viktig roll i produktionsprocessen. Företag, och även tjänsteproduktionen inom den offentliga sektorn, är beroende av att ha anställda som kan se nya möjligheter att framställa och producera varor och tjänster samt att kunna ta fram nya produkter och tjänster som efterfrågas av konsumenter och brukare/

nyttjare av offentlig service. Även om den storskaliga industriproduktionen fortfarande finns kvar och är en viktig del av det svenska näringslivet så växer ändå kraven på företagens anpassningsförmåga och dess förutsättningar att kunna förnya sitt utbud. För många typer av arbetskraft (människor), både inom varu- och tjänsteproduktion, är det mycket viktigt att kunna få en stimulans för sin kreativa utveckling. Sådan stimulans erhålls som regel genom möten med andra människor med annan erfarenhet, bakgrund, kunskap, etc. I en del branscher kan sådana möten vara i det närmaste helt avgörande för en konkurrenskraftig utveckling (högklassiga restauranger, musik och underhållning, m.fl.).

När det gäller efterfrågan av varor och tjänster som konsumeras i samband med olika fritidsintressen så präglas dessa också av kreativa inslag och, på ett alltmer tydligt sätt, människors vilja att förverkliga olika livsdrömmar och mål i livet som inte är kopplade till yrkeskarriär. Det kan exempelvis handla om att prioritera en vilja att realisera en livsstil eller fritidsintresse på ett sådant sätt att sökande efter arbete eller bostad (eller annan konsumtion) underordnas denna strävan. Detta har också visat sig innebära att kreativa perspektiv, i den bemärkelsen att det handlar om "skapande" och att genomföra och förverkliga idéer som inte nödvändigtvis förknippas direkt med en yrkesroll alltmer präglar val om bostad och plats att leva. Framförallt är detta ett mer tydligt inslag hos yngre generationer jämfört med äldre.

En omfattande mängd forskning om regional-, lokal- och platsters utveckling som publicerats under senare tid





har på ett tydligt sätt kopplat samman kultur och upplevelseinriktade verksamheter som viktiga förutsättningar för ekonomisk tillväxt. Ett bärande perspektiv i detta sammanhang är att informations- och kunskapssamhället som präglar dagens ekonomi inte längre utgår från tillgång till naturresurser, billig arbetskraft och kapital på samma sätt som tidigare. Kunskap och kreativitet har växt fram som allt tydligare drivkrafter och motorer till tillväxten, och då även den geografiska fördelningen av människor med hög kunskapsnivå och människor som arbetar i kreativa yrkesroller. Sådan yrkesroller brukar exemplifieras med journalister, författare, konstnärer, designers/formgivare mm. Typiskt för dessa yrken är de "mervärden" och/eller kollektiva nyttigheter som de bidrar med. Och dessa kreativa människor kan sedan bidra till att locka andra människor, inklusive andra med kreativa yrken eller fritidsintressen, till en plats. Detta innebär också en grund för att förklara varför empiriska studier har kunnat påvisa en koppling mellan högutbildade och kulturutbud i olika studier.

Bland annat har Samhälle opinion massmedia (SOM)-institutet (2007) i Sverige påvisat att en mer eller mindre nödvändig förutsättning för en regions långsiktiga ekonomiska tillväxt är dess förmåga att attrahera kreativa människor, och att dessa har en benägenhet att söka sig till de större universitets- och högskolestäderna (framförallt de gamla universitetsstäderna). Inom denna forskning framstår platsen som viktigare än själva jobbet. Benägenheten att besöka exempelvis teatrar är högre bland människor inom de "kreativa yrkena" jämfört med övriga befolk-

ningen. Enligt SOM-institutet kan närmare hälften av den svenska arbetskraften sägas arbeta inom "kreativa yrken" och omkring 10 procent kan betraktas som "superkreativa" vilket betyder att de arbetar på sätt där de måste använda sin kreativitet varje dag.

Utifrån denna forskningsinriktning om kreativitetens betydelse för den ekonomiska utvecklingen är platsen också viktig kopplat till fritidsintressen. Förklaringen till detta är just att människors ambition om att kunna leva ut sin livsprojekt och att människor i stor utsträckning formar sina identiteter genom sina fritidsintressen. Detta innebär att den ekonomiska utvecklingen på en plats både kopplas till villkor för företagande, boende och sociala förhållanden samt en berikande och stimulerande kulturmiljö (detta gäller såväl den offentliga som den fria/privata kulturen, och även idrott, evenemang mm).

Empirisk analys

Utgångspunkten för den empiriska analysen som följer nedan är Jönköpings roll som regionens naturliga centrum och hur stadskärnan i Jönköping har en viktig roll som "motor" för hela regionen och länet med avseende på platsens attraktivitet. Studien är avgränsade till marknader för kultur, idrott och upplevelser och inriktas mot hur dessa marknader genom att växa i volym och innehåll kan bidra till att förstärka Jönköpings roll som en destinationsmarknad och mottagare av besökare och bidra till att attrahera människor inom kreativa yrken och med kreativa fritidsintressen.

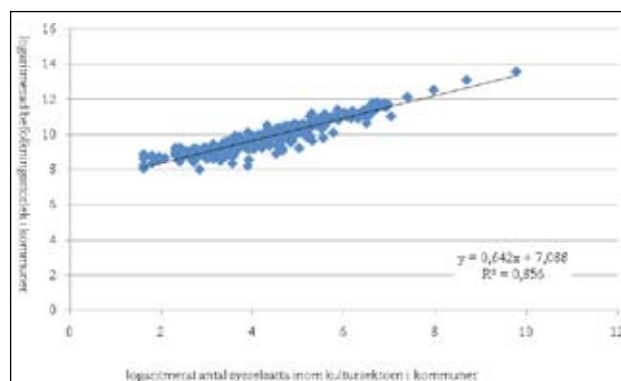
Analysen i detta avsnitt utgår från sysselsättningsdata och inriktas mot frågan om hur sysselsättningen inom kultursektorn kan relateras till befolkningsutveckling. Denna fråga är motiverad utifrån utgångspunkterna och bakgrunden till denna rapport som indikerar att vi kan förvänta oss en positiv relation mellan befolkningsutveckling och sysselsatta inom kultursektorn. Enligt beskrivning ovan, som bygger på teorin för den nya ekonomiska geografin och endogen tillväxt, kan vi sedan förvänta oss att ekonomisk tillväxt (och framförallt tillväxt av jobb inom service och tjänstesektorn) växer fram på platser som lockar till sig människor.

I den följande empiriska analysen används sysselsättningsdata för ett urval av branscher som i detta sammanhang får representera "kultursektorn" och befolkningsstatistik (folkmängd). Uppgifterna om sysselsatta inom den valda branscherna och folkmängd representerar åren 2000 och 2007 och samtliga kommuner i Sverige.

En första fråga som vi intresserar oss för är i vilken utsträckning som befolkningsstorlek samvarierar med antalet anställda i kultursektorn. För att på ett meningsfullt sätt kunna studera detta förhållande i en aggregerad form där alla kommuner i hela Sverige ingår i underlaget måste vi ta hänsyn till att kommunerna har väldigt olika storlek. Ett vanligt sätt att ta hand om detta problem är att i sådana analyser använda logaritmerade värden. Om vi logaritmerar värdena för både antalet sysselsatta och folkmängden i varje kommun och sedan plottar dessa värden i en dubbellogaritmerad graf (se figur 1 nedan) erhåller vi en rätlinjig samvariation med en lutning som blir proportionell mot exponenten i den potensfunktion som kan antas representera relationen.

Figur 1 visar följaktligen hur den linjäriserade relationen mellan sysselsatta i kultursektorn och folkmängd samvarierar i Sveriges alla kommuner. Den anpassade relatio-

nen som visas med den räta linjen i figuren ska tolkas som ett förväntat förhållande i en genomsnittlig kommun, och kan då utläsas som förväntat antal sysselsatta givet en viss befolkningsstorlek (logaritmerade värden). Linjen avbildar den enkla regressionen, enligt minsta kvadratmetoden som används för att minimera "felet" i den anpassade linjens funktion. Ekvationen som avbildas med den anpassade linjen visas också i figur 1 och förklaringsgraden (R^2) som innebär att 85 procent av variationen i folkmängd kan relateras till variationen av sysselsatta inom kultursektorn (logaritmerade värden).



Figur 1: Relation mellan befolkningsstorlek och antal sysselsatta inom kultursektorn i Sveriges kommuner 2007, logaritmerade värden. Kommuner som saknar sysselsatta inom kultursektorn har utelämnats (10 kommuner).

Utifrån den frågeställning som är i fokus i denna rapport är vi intresserade av hur situationen i Jönköping är i förhållande till ett förväntat värde enligt ekvationen ovan. En fråga vi exempelvis är intresserade av är i vilken utsträckning som det finns en tillväxtpotential för kultursektorn i kommunen.

I Jönköping fanns det år 2007 knappt 800 sysselsatta inom kultursektorn enligt den definition som vi använder i denna rapport. Detta kan jämföras med att det förväntade antalet sysselsatta inom denna sektor, enligt relationen som beskrivs i figuren ovan och visas i ekvationen, samtidigt var omkring 1350 personer. Vi jämför då med det värde vi erhåller i relation till folkmängd som kommunen har, vilket innebär att om Jönköping hade haft en genomsnittlig



1 Kulturens betydelse för den lokala utvecklingen

situation givet sin egen storlek skulle vi förvänta oss finna 1350 sysselsatta inom "kultursektorn".

I sammanhanget kan vi samtidigt konstatera att "kultursektorns" sysselsatta inte är jämnt fördelade mellan alla regioner och städer i Sverige. Storstadsregionerna och även den äldre universitetsstäderna har en jämförelsevis stor andel av "kultursektorn". Detta gör att det kan vara en något högt ställd förväntning att Jönköping skulle ha 1350 sysselsatta inom de aktuella branscherna. Men samtidigt är denna nivå värd att ha som en referenspunkt om Jönköpingsregionen har en ambition om att kunna konkurrera med andra kommuner och regioner med jämförbar storlek.

I tabell 1 nedan visas en sammanställning över storleken och tillväxten av antal anställda inom "kultursektorn" i ett antal kommuner som dels har en jämförbar storlek med Jönköping, dels finns inom samma del av landet som Jönköping. Utifrån uppgifterna i tabellen går det att göra flera konstateranden:

- Jönköping har ett förhållandevis lågt antal sysselsatta inom "kultursektorn". Av de utvalda kommunerna är det endast Halmstad och Karlstad som har färre sysselsatta inom "kultursektorn" och detta kan sägas vara naturligt eftersom Jönköping exempelvis hade en folkmängd som var drygt 30 000 personer större än Halmstad 2007. Jönköpings förhållandevis begränsade storlek hos "kultursektorn" framstår också som mer problematisk eftersom avståndet till närmaste stad av större eller liknande storlek som skulle kunna komplettera utbudet i Jönköping är förhållandevis långt. Avståndet till Borås är nästan 10 mil och avståndet till Linköping är omkring 13 mil. Utbudet i Växjö är dessutom väsentligt mindre omfattande än i Jönköping.
- Kommuner som ligger nära varandra och kan komplettera varandras utbud bör i viss mån ses som en gemensam marknad. Detta innebär att om vi ser till det samlade utbudet i Linköping och Norrköping så finns det i denna region omkring 1800 sysselsatta inom "kultursektorn" vilket innebär att denna sektor är 130 procent större än i Jönköping om Norrköping och Linköping ses som en gemensam marknad. Ett motsvarande resonemang är också tillämpligt för Borås som bör ses tillsammans med Göteborg. Jönköpings avstånd till dessa marknader är



så stort att det i många avseende blir svårt att se utbudet som kompletterande i förhållande till Jönköping.

- "Kultursektorn" framstår tydlig som en tillväxtbransch. Ökningen i antalet sysselsatta inom "kulturyrkena" motsvarade 25 procent mellan åren 2000 och 2007



i hela riket. I kommuner som Helsingborg, Linköping och Norrköping var tillväxten i sysselsatta inom branschen omkring 50 procent under samma period. I Jönköpings kommun var emellertid inte tillväxtens omfattning inom "kultursektorn" lika stark som i övriga riket. Tillväxten i sysselsatta av inom "kultursektorn" i Jönköping skulle kunna förväntas vara starkare eftersom (i) kommunen har relativt få anställda inom sektorn (givet kommunens storlek), (ii) det är relativt långt till andra större eller medelstora städer som kan erbjuda kompletterande utbud och (iii) kommunen tillhör de större i Sverige och ska kunna fungera som en regional centralort med specialiserat utbud.

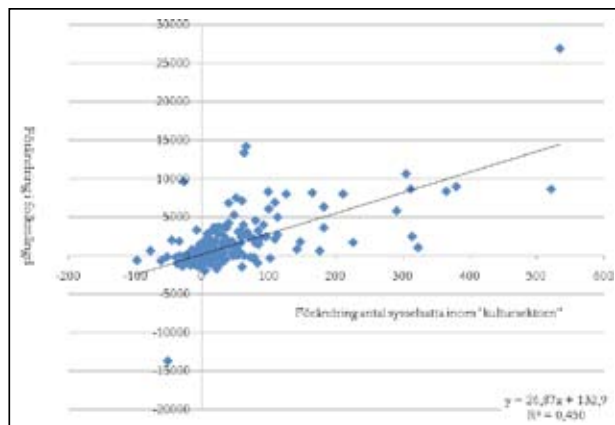
Kommuner	Sysselsatta i "kultursektorn"	Tillväxt i antal sysselsatta inom "kultursektorn" 2000-2007	Folkmängd 2007
Karlstad	762	5%	83641
Uppsala	1625	25%	187541
Helsingborg	1063	56%	124986
Umeå	943	21%	111771
Borås	841	11%	100985
Örebro	1000	27%	130429
Norrköping	945	44%	126680
Halmstad	626	22%	89727
Jönköping	773	19%	123709
Linköping	842	59%	140367
Växjö	473	15%	79562
Hela riket	68824	25%	9182927

Tabell 1: "Kultursektorns" storlek 2007 och tillväxt 2000-2007 som antal sysselsatta i ett urval av kommuner med jämförbara storlek med Jönköping. Källa: Sysselsättningsstatistik från SCB (2009).

I relation till den sista kolumnen i tabell 1 ovan är en intressant fråga om tillväxten in antal sysselsatta inom "kultursektorn" är starkt relaterade till befolkningsutvecklingen. Ett positivt samband kan förväntas utifrån teorin för den nya ekonomiska geografin. I korthet kan vi anta att det finns ett ömsesidigt självförstärkande förhållande

mellan tillväxten av sysselsatta och utbudet av kultur å ena sidan och tillväxt av befolkningen å den andra sidan. Ett ökat utbud av kultur kan förväntas medverka till att locka människor till en plats, samtidigt som en befolkningstillväxt innebär förstärkta möjligheter att etablera nya kulturverksamheter eller att befintliga kan växa.

I figur 2 nedan visas ett diagram för förhållandet mellan förändringen i folkmängd och förändring i antalet sysselsatta inom "kultursektorn" för Sveriges kommuner mellan åren 2000 och 2007 (storstadskommunerna har utlämnats eftersom detta blir extremer i detta sammanhang). På samma sätt som i figur 1 ovan har också en anpassad linje som visar en enkel regressions samband mellan förändring av antal sysselsatta in den aktuella branschen och förändring i folkmängd. Det anpassade förhållandet som visas av linjen och ekvationen i figuren har en förklaringsgrad som motsvarar ca 45 procent, vilket måste tolkas som att samvariationen mellan de två variablerna förändring i folkmängd och förändring i antalet sysselsatta inom "kultursektorn" måste anses vara förhållandevis starkt.



Figur 2: Relationen mellan förändring i antal sysselsatta inom kultursektorn och befolkningsutveckling i Sveriges kommuner perioden 2000-2007 (Stockholm och Göteborg är exkluderade).

Med hjälp av ekvationsuttrycket i figur 2 ovan och den enkla regressions sambandet kan vi sedan analysera frågan om hur stor skillanden är mellan den faktiska tillväxten och den förväntade tillväxten i sysselsatta i "kultursektorn" åren 2000-2007. Givet den befolkningens tillväxt

som Jönköping hade mellan åren 2000 och 2007 skulle vi förvänta oss att antalet sysselsatta inom kultursektorn skulle ha växt med ca 300 anställda. Detta kan jämföras med att tillväxten i sysselsatta i denna sektor var knappt 130 personer. Tillväxten var därmed omkring 170 sysselsatta färre än förväntat inom "kulturverksamheterna" under de första 8 åren av 2000-talet i Jönköping.



Slutsatser

I denna rapport har "kultursektorn" definierats genom ett urval av SNI-koder (koder för indelning av näringslivet, svenskt näringslivsindex) som representerar ett antal näringsgrenar som har antagits vara representativa för branschens utveckling. Analysen som presenteras ovan visar att sysselsättningen inom dessa näringsgrenar och "kultursektorn" utvecklas svagare i Jönköping jämfört med genomsnittet för riket och väsentligt svagare jämfört med flera kommuner av jämförbar storlek. Denna utveckling förtjänar uppmärksamhet eftersom det finns skäl att anta att Jönköping i ett längre tidsperspektiv kan komma att få svårt att locka till sig människor som har starka preferenser för ett rikt kulturutbud.

Mot denna bakgrund kan några alternativa tolkningar göras av situationen i Jönköping som blir betingade av vad vi kan anta om den regionala efterfrågan på kultur. Läsaren bör notera att det följande resonemanget blir till en viss del spekulativt eftersom det exempelvis inte finns några mer djupgående studier om efterfrågan på kultur i Jönköping, vad som efterfrågas eller om utbudet upplevs som tillräckligt av kommunens och regionens invånare.

Om det är så att regionens hushåll inte efterfrågar kultur på samma sätt som hushåll gör i övriga landet så kan detta bidra till att förklara varför Jönköpings kommun förefaller ha ett begränsat antal sysselsatta inom "kultursektorn". Detta kan eventuellt också förklara varför tillväxten inom dessa branscher har varit svagare än genomsnittet i riket under 2000-talet. Det som talar emot att efterfrågan på kultur skulle vara lägre i Jönköping jämfört med andra delar av riket är exempelvis invandring, att Jönköping tar emot många internationella studenter som studerar vid Högskolan, mm. Även om det skulle vara så att hushållen i Jönköping har en svagare efterfrågan på kultur än andra hushåll i övriga riket kan ett problem uppstå på sikt för kommunen när det gäller att locka till sig inflyttare (om dessa har samma preferenser som i övriga riket). Mot bakgrund av diskussionen som presenteras tidigare i denna rapport är det rimligt att på lång sikt förvänta sig problem för kommunen och regionen att kunna locka till sig personer inom "kreativa yrken".

En andra alternativa tolkningen vi kan göra av denna empiriska analys är att det av olika anledningar skulle kunna vara så att det tillväxten i kulturutbudet på med-

vetet eller omedvetet sätt har begränsats. Eftersom många arbeten inom "kultursektorn" återfinns inom offentlig sektor, eller är beroende av finansiering via offentliga medel och det kan exempelvis finnas skillnader med avseende



på hur prioriteringar görs mellan olika verksamheter inom kommuner och landsting. Vidare är många delar av "kulturutbudet" beroende av vilka arenor som finns på en plats för att kunna skapa nödvändiga möten med publik och konsument. Samlokalisering av utbud spelar ofta stor roll på dessa marknader och det kan då röra sig om att biografier, teatrar, restauranger, musikscener mm finns i varandras närhet och kan fungera stödjande för varandra. Restauranger och teatrar kan exempelvis vara beroende av samma konsumenter och om utbudsrikedomen växer på en plats i staden kan gravitations- och agglomerationskrafter bidra till skapa goda förutsättningar för att verksamheter kan etableras och växa på sådana platser. Om det råder brist på sådana specialiserade platser i stadens centrum, eller om dessa inte fungerar på ett för marknaden effektivt sätt, kan detta vara hämmande för utveckling av dessa marknader. Även om denna andra alternativa förklaring skulle ha en stor betydelse för att förklara varför det finns ett förhållandevis begränsat antal sysselsatta inom "kultursektorn" i Jönköping, innebär det att problemet med att på lång sikt kunna locka till sig personer inom "kreativa yrken" är detsamma.

En tredje tolkning skulle vara det i kommunen skulle finnas en mycket omfattande frivillig sektor som produ-

cerar utbud av kultur. För att denna sektor ska kunna kompensera för att antalet sysselsatta i avlönade "kulturyrken" är så mycket lägre än förväntat krävs frivillig sektor skulle vara i det närmaste dubbelt så omfattande i Jönköping som i exempelvis Linköping och Norrköping. Det förefaller vara osannolikt och ett mycket starkt antagande att detta skulle vara fallet.

Sammantaget framstår det som väsentligt att "kultursektorn" ska kunna utvecklas starkare i framtiden. Oavsett vilken alternativ förklaring som kan finnas för att branschen inte är större än den är och att den inte växer snabbare än den gör, så framstår det som att det bör finnas en förhållandevis stark tillväxtpotential för dessa verksamheter. Utifrån analysen ovan bör denna potential motsvara en tillväxt av åtminstone omkring 400-500 sysselsatta inom "kultursektorn" inom en medellångt tidsperspektiv. En sådan utveckling framstår också som eftersträfvansvärd utifrån den tillväxt som återfinns i närliggande kommuner av jämförbar storlek. Givet att efterfrågan från hushållen i Jönköpingsregionen inte avviker från vad som är en genomsnittligt förväntad situation indikerar detta att det bör finnas en potential och förutsättningar för att dessa marknader skulle kunna växa ganska omfattande på sikt (med 50-60 procent).

Med utgångspunkt i Jönköpings Stadsbyggnadsvision 2.0 går det att se flera möjligheter som kan vara värda att överväga inför framtiden och som planering av den fysiska utformningen av stadens centrala delar kan bidra till.



1 Kulturens betydelse för den lokala utvecklingen

Avslutningsvis ges några sådana exempel som kan representera några möjliga idéer som kan tänkas ha förutsättningar att kunna utvecklas i Jönköping:

- Multifunktionsarena för idrott, konserter, evenemang, mm. Förutsättningar för att kunna arrangera större evenemang kan bli betydligt bättre om Götalands- och Europabanan realiseras. Marknadsunderlagen kommer att förstärkas väsentligt eftersom restider förbättras och tillgängligheten till Jönköping förbättras avsevärt. En sådan arena kan vinna mycket på att vara lokaliserad inom gångavstånd från en eventuell station som utgör knutpunkt för de två höghastighetsbanorna.
- Nöjes- och musikscener i koncentrerad miljö i centrala delar av staden. En ny kulturscen är under byggnation genom scenkonferenshuset som kommer att fylla en viktig funktion för större arrangemang och verksamheter som stöds av offentliga medel. Samtidigt finns det en bred uppfattning bland forskare om den "kreativa ekonomin" som tydligt pekar ut betydelsen av att det också finns alternativa scener för privata initiativ med låg budget. Sådana scener ses ofta som drivande krafter till utveckling inom dessa branscher.
- Nöjes- och upplevelseanläggningar. Dessa anläggningar kan vara skiftande slag, inriktning och skala. Genom att Jönköping kan komma att få väsentligt förbättrad tillgänglighet om Götalands- och Europabanan byggs kan det finnas skäl att överväga om det finns förutsättningar för denna typ av anläggningar som kan locka besökare och turister. Sådana anläggningar kan också fungera som kompletterande utbud till konferens- och mässverksamheter.
- Utveckling av parkmiljöer med kulturinslag i centrala delarna av Jönköping. Framförallt finns en möjlighet att utnyttja områden omkring stadens sjöar som redan i dag fungerar som promenadområden. Det finns många städer som medvetet har avsatt resurser för investeringar i konst i offentliga rum i samband med stadsutvecklingsprojekt och erhållt både mycket uppmärksamhet och framgång genom att förstärka miljöer i och omkring mötesplatser. Intrycket är att de lyckade exemplen har lagt en stor vikt vid att få en hög kvalitet i både konstverk och miljöerna som konstverken placeras i.





Referenser

Jacob J. (1961),
The death and life of great American Cities, Random House,
New York.

Fogel RW (2004),
The Escape from Hunger and Premature Death 1700-210:
Europe, America, and the Third World, Cambridge University
Press.

Florida R (2001),
The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work,
Leisure, Community and Everyday Life, Basic Books, New York.

Parker S. (2004),
Urban Theory and the Urban Experience: Encountering the City,
Rutledge.

Putnam RD (2000),
Bowling alone: The collapse and Revival of American Commu-
nity, Simon & Shuster, New York.



2 Inventering av Jönköpings kulturella resurser

Analys av Kristin Nilsson (Stk)
Inventering och sammanställning utförd av Åsa Nylander (Stk)
och Eva Johansson (Stk/AMA)



Inledning

Inom stadsbyggnadsvisionen planeras för funktioner, evenemang och aktiviteter som kan vitalisera Kärnan. För att hitta en väl fungerande och förankrad strategi för detta tas en Aktivitets- och kulturvitaliseringsstrategi fram och förankras. Utgångspunkten i denna inventering är att se vilka unika förutsättningar som Jönköping har för att präglas av kreativitet, öppenhet och tolerans.

Inventeringen ska ligga till grund för hur Jönköpings kreativa resurser ska värnas, tas till vara på bästa sätt och utvecklas i takt med det som krävs av en attraktiv stad i Jönköpings storlek.

Jönköpings kulturella resurser

Med begreppet kulturella resurser avses föreningar, företag, utbildningar och organisationer som verkar innovativt, med skapande och rekreation samt de verksamheter som direkt stödjer dessa kreativa sektorer. De kulturella resurserna ägnar sig till stor del åt att skapa en meningsfull fritid för oss som bor, verkar eller besöker Jönköping. Det handlar om direkt skapande verksamhet som konstutställningar och musikutövande, men också utbildningar inom fotografi och estetik, sport- och friluftsföreningar, företag inom design, arkitektur och innovation, mediabyråer och natur- och kulturupplevelser. Dessa kan ses som en motor till stadens attraktionskraft och utveckling.

Det är viktigt att ta reda på hur de olika verksamheterna verkar i Kärnan. Vad de har för behov och resurser både att kunna bidra med, men också som kan lyftas fram och

stärkas, bland annat genom samarbete med andra aktörer. Dessa aktörer är betydelsefulla för en stads utveckling, då kunskapsutbyte, social- och ekonomisk tillväxt är faktorer som går sida vid sida om en kulturell utveckling.

Tvärsnittet och urvalet är brett. Inventeringen löper över många olika branscher och många olika organisationsbildningar.

Syfte

Syftet med denna inventering är att kartlägga vilka förutsättningar som redan idag finns i Jönköping i avseende rekreation, kultur, fritidsliv och skapande. Att ta reda på vilka unika resurser som finns i Jönköping och vad de olika aktörerna ser för utvecklingsmöjligheter och hinder för sin utveckling. Att ta reda på hur dessa resurser skulle kunna utvecklas i samverkan med den pågående stadsutvecklingen för att skapa en stad med liv och innehåll och plats för innovation och nytänkande.

Metod

Våren och sommaren 2009 skickades det ut 614 antal enkäter till ett stort urval av kulturella resurser, varav 244 svar inkom (~40%) efter en påminnelse. Enkäterna lades



ut på Internet för elektronisk ifyllning där inbjudan gick ut via e-post samt skickades ut med ordinarie post till adressater som vi saknade e-post till.

Denna undersökning är kvantitativ och utförd efter urvalsprocesser beskrivna nedan. Därefter har det gjorts vidare undersökningar av kvalitativ sort där undersökningsprocessen har givit värdefull information om hur Jönköpings kulturella resurser ser ut.

Cultural Planning - att lyfta fram det unika

Ett angreppssätt för att kartlägga stadens olika aktörer, platser och funktioner är under ca 50 års tid utformat av en rad olika stadssociologer. En modern metod som an-



vänds på många platser runt om i Europa idag är sk. Cultural Planning, en metod som är bland annat är framarbetad av stadssociologen Lia Ghilardi och som vi använt som modell för kartläggningen av Jönköping. Denna metod används på flera olika håll runt om i Sverige, bland annat i Östergötland och Kronoberg. Genom att använda samma begrepp så kan materialet jämföras mellan olika städer.

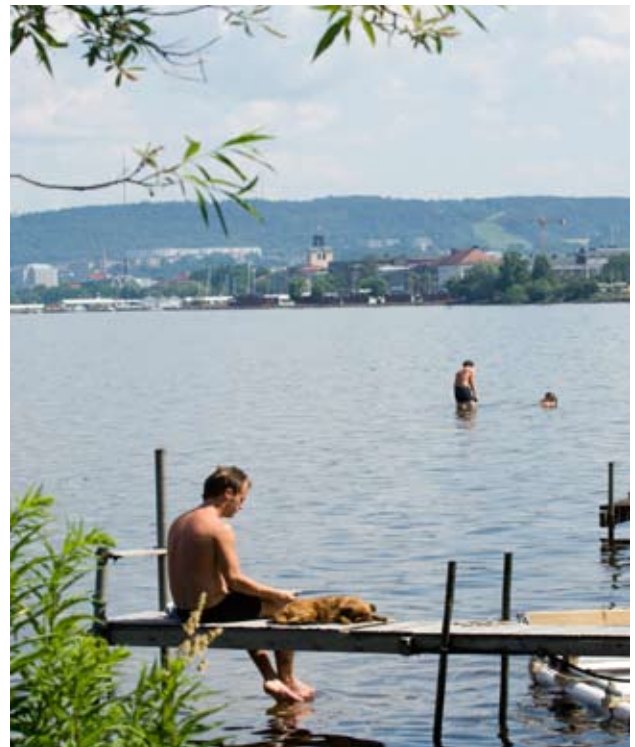
Cultural planning handlar inte om enbart estetik eller konst utan om att identifiera och använda en bred mängd kulturella resurser som t ex:

- Kultur- och medieinstitutioner
- Ungdomskultur och interkulturella verksamheter
- Bilden av en stad, det som uppfattas som en stads "anda"
- Rekreation, hälsa och sportsligt utövande.
- Miljön och offentliga platser, ytor för spontan rekreation.

- Mångfalden och kvalitén inom mat och dryck, underhållning, kulturutbud och fritidsaktiviteter
- Skapande verksamheter som arkitekter och designers
- En stads musikscen och utbud.
- Kulturarvet och grönområden o.s.v.

Tillvägagångssättet Cultural Planning tar sin utgångspunkt i staden som helhet där alla de olika delarna påverkar och samverkar med varandra och att man kan stärka en stads ekonomiska och sociala utveckling genom strategisk planering utifrån en stads kulturella resurser, där många olika aktörer samverkar.

För att kunna göra detta görs en kartläggning av staden så att de unika resurserna lyfts fram och tas tillvara. Framgång nås då stadens särskilda karaktär och styrkor lyfts fram för att förstärka de unika resurser som finns i staden. På svenska har begreppet "cultural" många gånger missuppfattats som "kultur som i konstnärlig verksamhet". De olika kulturinstitutionerna har naturligtvis en viktig del i en stads identitet och utbud, men de är några av många resurser.



2 Inventering av Jönköpings kulturella resurser

Med hjälp av olika de olika kulturyttringar som finns i staden kan man sedan lyfta fram och förstärka det som är unikt och särskiljande för Jönköping.

Urvalsprocess

Adresserna till de olika verksamheterna/organisationerna togs fram från föreningsregister, öppna adressregister samt genom sökningar på Internet. Den geografiska begränsningen är Jönköpings stadskärna med närliggande stadsdelar.

Urvalet av restauranger begränsades till restauranger som spelar roll för turism och rekreation. Snabbmatskedjor, pizzabutiker och större restaurangkedjor valdes bort, och på motsvarande sätt gjordes ett selektivt urval av exempelvis butiker. Där valdes distributörer som på något sätt



kan tänkas stödja den lokala tillverkningen av design och mode och som spelar roll för den lokala, eller regionala kreativa sektorn ut. Stora kedjor eller designvaruhus finns därför inte med i detta urval.

Problem

Dels gjordes ett begränsat urval efter våra resurser, dels visar inte denna inventering resultatet från den enkäten inte har nått ut till. Exempel på dessa är aktiviteter inom studieförbund. De större arrangerande föreningarna har svarat, men mycket få av de grupper som ägnar sig exempelvis åt att spela och skapa musik. Enkätundersökningen skickades för sent in på slutet av terminen för att få in engagemang från enskilda studiecirkel. Därför saknas det bitar av Jönköpings kulturella resurser i denna under-

sökning, och då framförallt enskilda utövare i kategori A. Konst/Design. Det är viktigt att vara medveten om dessa faktorer när inventeringen tolkas. En svarsfrekvens på 40% innebär också en svarsfrekvens med vissa luckor. För att dra några generella antaganden från verksamheter som inte angett några specifika svar behövs en fördjupad kartläggning göras inom vissa verksamhetsfält.

Kategorisering

Resurserna kategoriserades efter följande områden, i enlighet med de kategorier som Regionförbundet i Östergötland och Regionförbundet i Kronoberg har använt vid liknande inventeringar, på detta sätt kan resultatet jämföras:

- A. Konst/Design
- B. Media/Digital
- C. Turism/Rekreation/Sport
- D. Kulturarv/Information
- E. Kyrkor/Religösa samfund

Där fördelningen av de kulturella resursernas kärnverksamhet ser ut på följande sett:

Namn	Antal	%
A. Konst/Design	46	18,9
B. Media/Digital	35	14,3
C. Turism/Rekreation/Sport	82	33,6
D. Kulturarv/Information	58	23,8
E. Kyrkor/Religösa samfund	23	9,4
Total	244	100





I sin tur är de olika kategorierna A, B, C, D, E uppdelade i olika underkategorier. Detta för att se mångfalden på de aktörer som svarat och om vissa grupper möter vissa typer av hinder. Underkategorierna är flervalsalternativ där de medverkande har kunnat ange ett eller två olika alternativ.

Grupp A Konst/Design:

Underkategorier namn	Antal	%
a. Musik	7	16,3
b. Mode/Design	9	20,9
c. Konst/Konsthantverk	18	41,9
d. Litteratur	3	7
e. Artister/Dans/Teater	8	18,6
f. Arkitektur	6	14
g. Annat	12	27,9
Total	63	146,5

Svarsfrekvens 17,6% (43/244)

Här finns det många verksamheter inom konst- och konsthantverksskategorin. Det är viktigt att ha med sig när detta resultat tolkas att de många enskilda utövarna inom musik, dans, teater och konst inte syns i denna inventering. De kvalitativa undersökningar som senare gjorts ger indikationer på att Jönköping har en musikalisk utveckling inom

rock- och popmusik som starkt är på väg tillbaka, efter att ha varit på sparlåga sedan mitten av 1990-talet. Dels kan detta bero på generationsväxlingar dels på den nya publik och nya utövare som kommer exempelvis genom högskolans framväxt och Kulturskolans inflytande. Här måste även studieförbundens roll att kunna erbjuda möjligheter för spelningar och tillgång till repetitionslokaler poängteras som viktiga för musiklivets utveckling i Jönköping.

Grupp B Media/Digital:

Underkategorier namn	Antal	%
a. Tidningar/Tidskrifter	4	12,5
b. Mjukvara/Spel/Dator	3	9,4
c. TV/Radio	5	15,6
d. Reklam	21	65,6
e. Film/Video	3	9,4
f. Foto	3	9,4
g. Annat	10	31,2
Total	49	153,1

Svarsfrekvens 13,1% (32/244)

Reklam- och kommunikationsbyråerna är en stark sektor i Jönköping. Svarsfrekvensen är hög vilket säkerligen beror på företagets vana att hantera dessa typer av instrument för omvärldsbevakning. Att sektorn är stark beror förmodligen på Högskolans utbildning inom detta område, men också att det finns starka stöttande branscher som utgör en marknad. De kvalitativa undersökningar som gjorts pekar på att många av de olika mediebyråerna har en kundkrets även utanför Jönköping.





Grupp C Turism/Rekreation/Sport :

Underkategorier namn	Antal	%
a. Sport	41	50,6
b. Djur/Natur/Frileuftsliv	6	7,4
c. Turism	10	12,3
d. Spel/Vadslagning	0	0
e. Friskvård/Själsliv	13	16
f. Fritidsverksamhet för barn/ungdom	15	18,5
g. Hotell/Restaurang	22	27,2
h. Annat	7	8,6
Total	114	140,7

Svarsfrekvens 33,2% (81/244)

Det finns många och medlemsstarka föreningar i Jönköping som ägnar sig åt sportsligt utövande. Dessa har varit tongivande i undersökningen, bland annat genom ett starkt ungdomsengagemang. Ett stort intresse för aktivitet och samverkan påvisas, men där det ibland upplevs trögt att få igång ett engagemang.

Grupp D Kulturarv/Information:

Underkategorier namn	Antal	%
A. Museum	13	21,3
B. Bibliotek/Informationshantering	7	11,5
C. Historiska platser/Hus	12	19,7
D. Arkiv	7	11,5
E. Annat	41	67,2
Total	80	131,1

Svarsfrekvens 25% (61/244)

Det finns en rad mindre museer i Jönköping som helt eller delvis drivs i ideell regi genom någon förening. Intresset för kulturhistoria lockar många att värna om olika platser av kulturmiljöintresse. Detta engagemang sprider sig brett geografiskt och finns på många platser vi undersökt. I underkategori C: Historiska platser/Hus återfinns även de reglerande myndigheterna på området, som Länsstyrelsens kulturmiljöenhet.

Grupp E Kyrkor/Religiösa samfund

Denna kategori har inga underkategorier, i o m att syftet med denna grupp utläses i huvudkategorin. Det är naturligtvis så att aktiviteten inom de olika samfunden kan spänna över många intresseområden. Många samfund har en stor verksamhet för barn och ungdomar och arrangerar olika kulturarrangemang, utöver-, eller tillsammans med sin ordinarie religiösa verksamhet.

De kulturella resurserna

Olika aktörer har olika förutsättningar beroende på storlek, verksamhet och huvudsyfte. Nedan följer en kort sammanställning av inventeringens utfall och de särskilda utmaningar som finns i de olika kategorierna av verksamheter. De kulturella resurserna har många olika organisationsformer. Den kreativa sektorn i Jönköping en gränsöverskridande sektor, där föreningsliv samverkar med det offentliga och där kyrkor har ett utbyte med både föreningar och andra samfund. De privata företagen får en del av sina resurser genom kompetens från Högsolan och samverkar också med andra företag.

Utbildningar och utveckling

Utbildningar är mycket viktigt för en stark kreativ sektor. Kompetensen inom detta område sker inom ramen för olika utbildningar i Jönköping. Dels inom Gymnasieskolans

program, dels inom ett fåtal utbildningar på Högskolan i Jönköping – sammantaget ca 10 identifierade utbildningar. De flesta utbildningarna finns inom medieområdet, både på Högskole- och gymnasienivå. Inom det konstnärliga området finns gymnasieskolans estetiska program och några kurser på Högskolan för Lärande och kommunikation. Det finns ett par utbildningar inom Design och Arkitektur och inga högre utbildningar alls inom konstnärlig praktik eller inom kulturarvssektorn. Även humaniorasektorn är mycket liten i Jönköping, jämfört med andra universitet och högskolor runt omkring.

Detta att jämföra med ett 40-tal olika utbildningar i Norrköping, som stad i jämförbar storlek. (Källa: Regionförbundet Östsams rapport om den kreativa sektorn 2008)

De frivilliga utbildningarna, dels de offentliga inom exempelvis Kulturskolan och Upptech och dels inom folkbildningen, står för en betydande del av människors kulturutövande verksamhet i Jönköping och ger också tydliga avtryck i stadens kulturella utbud.

För de representanter från utbildningar som svarat så är de mest väsentliga framtidsplanerna att utvidga verksamheten, nå nya målgrupper och förbättra lokalt samarbete med andra aktörer. Det är ekonomin som sätter de största begränsningarna.

Ideella föreningar

Det visade sig att ideella föreningar var den största kategorin svarande: 39,8 %. Runt 60% av de svarande föreningarna ägnar sig åt sport- och friluftsutövande i olika former. I svaren som följer nedan visar sig föreningslivet vilja vara en aktiv part i staden. De ser i regel positivt på sin utveckling och vill gärna verka i stadens miljöer på olika sätt, genom exempelvis fler offentliga arrangemang. Detta upplevs som ett bra sätt att hitta nya medlemmar.

De stora utmaningarna för föreningslivet i Jönköping är att det är svårt att få ekonomin att gå ihop med de ambitioner som finns och att det kan vara svårt att hitta ändamålsenliga lokaler, särskilt för de mindre föreningarna. Många ideella föreningar ser också bristen på engagemang som ett stort hinder för utveckling. Utmaningen för dessa föreningar ligger i att få igång både gamla, som nya medlemmar samt att hitta de kompetenta och engagerade ledare som behövs. Det råder, enligt de svarande, en brist på bra ungdomsledare, särskilt inom idrotten.

Så gott som samtliga vill stanna kvar och fortsätta att verka i Jönköping och många kan också tänka sig att samverka med andra aktörer för att få sin verksamhet att gå ihop och utvecklas.

Engagemanget i våra ideella föreningar borde ändå betraktas stort och brett. Idrotten har stor betydelse för många invånare i Jönköping och bör betraktas som en stark kulturell faktor, både ur ett mångfaldsperspektiv och ur ett folkhälsoperspektiv.

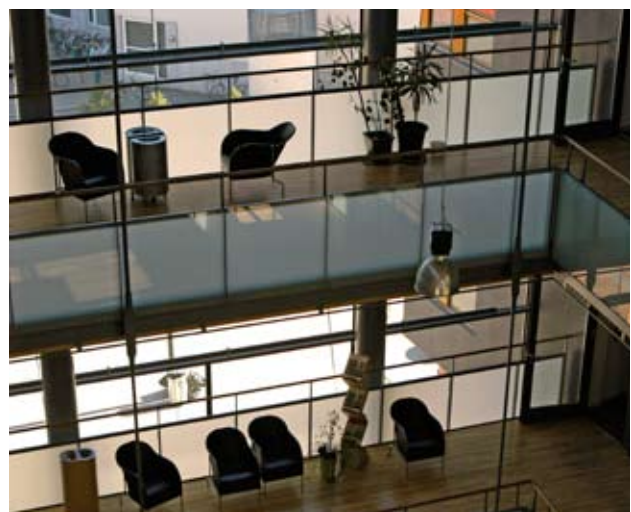
En annan stark föreningstradition i Jönköping är de kulturhistoriska föreningarna som bör ses som en viktig resurs, både vad gäller kunskapsförmedling men också i sitt engagemang för staden och dess utveckling.

Föreningslivet är rikt och är en stor tillgång i Jönköping med många krafter som vill verka mer offentligt och i stadens gaturum.

Föreningarnas huvudsakliga framtidsplan är att utveckla sin verksamhet: Att utvidga den, att nå nya målgrupper och att förbättra möjligheten till lokalt samarbete. Med utveckling anges följande exempel: "Samarbeta regionalt över kommungränser", "öka engagemanget" och "skapa en effektiv organisation". Även här ses ekonomiska hinder stå i vägen för utveckling, men många uppger också svårighet att nå ut som en stark bromsande faktor.

Sammanställning framtidsplaner ideella föreningar:

- 94,8% anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att utvecklas i Jönköping.



- 100% anger att det inte alls är angeläget att flytta verksamheten till en annan stad.
- 87,5% anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att expandera.
- 90,6 % anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att förbättra möjligheter till lokalt samarbete.



- 92,8% anger att det är mycket angeläget eller angeläget att nå ut till nya målgrupper.
- 82,3% anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att anordna fler/större publika arrangemang.
- 61,5% anger att det är mycket angeläget eller angeläget att deras verksamhet finns centralt i Jönköping.
- 87,5% planerar att utveckla verksamheten

Sammanställning av vilka hinder som finns mot planerad utveckling:

(De fem främsta alternativen)

- 56,8% ser ekonomiska hinder
- 41,1% anger att det är svårt att nå ut
- 28,4% ser inga hinder för utveckling
- 24,2% uppger svårighet med att hitta ändamålsenliga lokaler
- 20% uppger fördomar som ett hinder mot planerad utveckling

Utmaningar:

- Hitta fler passande och billiga lokaler för verksamheten genom exempelvis samverkan med andra aktörer.
- Hitta fler kompetenta ledare
- Förbättra marknadsföring, till exempel genom att samverka med andra föreningar och verksamheter.
- Skapa fungerande samarbete med andra föreningar t. ex. vid offentliga arrangemang.
- Förbättra samarbetet mellan föreningsliv och det offentliga.
- Identifiera fördomsfaktorer- vilken typ av fördomar hindrar planerad utveckling? För att motverka dessa måste de identifieras.

Privata företag

34 % av de svarande kategoriserar sig som privat företag, där drygt tre fjärdedelar är aktiebolag, en femtedel är enskild firma och resterande procentenheter Handels- eller Kommanditbolag. Ett flertal av de privata företag som svarat är inom hotell- och restaurangnäringen, men även arkitekter, it-bolag och konsthantverk är starkt representerade. En hel fjärdedel av de svarande privata företagen kommer från PR, kommunikation- och mediabranschen vilket är ett förvånande stort antal i förhållande till vår stads storlek.

En klar majoritet av de svarande företagen har mellan 1 och 15 anställda, vilket är typiskt för branscher inom de kreativa näringarna.

Få företag anger att de vill lämna Jönköping. De allra flesta säger sig vara väl etablerade och trivs i staden. De flesta vänder sig också till boende i Jönköping, även om många har kontakter med andra städer. Företagen är dock den kategori som rör på sig mest. Lika många anger att de stannat i sina nuvarande lokaler i 1-3 år som över 11 år.



En klar majoritet av företagen har haft verksamhet i över 11 år, men det finns också en nyetablerad kärna. De företag som anger att de inte trivs i sina nya lokaler tycker att de är för små för verksamhetens behov. De flesta trivs dock bra där de befinner sig.

Det finns en optimism och många ser att det är angeläget att utvecklas i Jönköping inom områdena organisationsutveckling, nå nya målgrupper och förbättring av det lokala samarbetet.

Hinder för detta är i första hand ekonomiska, men även problem att nå ut med sitt budskap, att hitta rätt lokala samarbetspartners och kompetent arbetskraft anges som svårigheter.

Sammanställning framtidsplaner privata företag:

- 91,5% anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att utvecklas i Jönköping.
- 92,6% anger att det inte alls är angeläget att flytta verksamheten till en annan stad.
- 82,9% anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att expandera.
- 90,4 % anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att förbättra möjligheter till lokalt samarbete.
- 92,7% anger att det är mycket angeläget eller angeläget att nå ut till nya målgrupper.
- 62,9% anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att anordna fler/större publika arrangemang.

- 65,4% anger att det är mycket angeläget eller angeläget att deras verksamhet finns centralt i Jönköping.
- 89,2% planerar att utveckla verksamheten

Sammanställning av vilka hinder som finns mot planerad utveckling:

(De fem främsta alternativen)

- 46,9% ser inga hinder alls för planerad utveckling
- 40,7% ser ekonomiska hinder
- 21% anger att det är svårt att nå ut
- 11,1% uppger svårighet med att hitta rätta lokala samarbetspartner
- 9,9% uppger svårighet med att hitta ändamålsenliga lokaler

Utmaningar:

- Hitta fler möjligheter till lokalt samarbete för dessa branscher med ofta få anställda.
- Samarbete med universitet/högskola både i Jönköping, men också på annan ort för att skapa ingångar till den kreativa sektorn, då Högskolan i Jönköping saknar många av dessa utbildningar.
- Förbättra inkubationsmöjligheter för nystartade företag inom den kreativa sektorn.



- Hitta lösningar för hur dessa verksamheter skulle kunna samarbeta med kommun, organisationer, förenings- och övrigt näringsliv i olika samverkansprojekt, exempelvis vid publika arrangemang

Kommunal/Statlig verksamhet

De svarande verksamheterna inom detta område är dels ungdomsverksamhet inom Fritid Jönköping, Kultur Jönköpings kommuns biblioteks- och allmänkulturella verksamheter, turistbyråer i Jönköping, företrädare för Jönköpings läns landstings kulturverksamheter, museer samt Länsstyrelsens kulturmiljöenhet.

De olika verksamheterna har olika uppdrag med allt från myndighetsutövning till att skapa publika evenemang och därför ser behoven väldigt olika ut.

De olika verksamheterna/enheterna som svarat har antal anställda i en jämn fördelning mellan 1- över 100. Dock tillhör samtliga en större organisation med stort antal anställda. Verksamheterna återfinns till stor del centralt i Jönköping och har funnits i sina nuvarande lokaler under lång tid. Kärnverksamheterna spänner över fälten Konst/Design, Kulturarv/Information och Turism/Rekreation/Sport

Sammanställning framtidsplaner kommunal/statlig verksamhet:

- Samtliga aktörer svarar att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att utvecklas i Jönköping.
- 95,2% anger att det inte alls är angeläget att flytta verksamheten till en annan stad.
- 81% anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att expandera.
- 90,5 % anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att förbättra möjligheter till lokalt samarbete.
- 90,5% anger att det är mycket angeläget eller angeläget att nå ut till nya målgrupper.
- 90,5% anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att anordna fler/större publika arrangemang.
- 76,2% anger att det är mycket angeläget eller angeläget att deras verksamhet finns centralt i Jönköping.
- Samtliga planerar att utveckla verksamheten.

Sammanställning av vilka hinder som finns mot planerad utveckling:

(De fem främsta alternativen)

- 75% ser ekonomiska hinder
- 25% ser inga hinder alls för planerad utveckling
- 15 % uppger svårighet med att hitta ändamålsenliga lokaler
- 5% anger att det är svårt att nå ut
- 5% uppger svårighet med att hitta rätta lokala samarbetsparter

Utmaningar:

Några utmaningar för de kommunala/statliga verksamheterna ligger i att samverka, både internt och externt. Att nå nya målgrupper och att utveckla marknadsföring och de publika arrangemang ligger också högt på prioriteringslistan.



Samfund

De samfund som svarat har funnits i många år och har ett stort medlemsantal. De flesta har haft verksamhet i samma lokaler i fler än tio år och bara ett fåtal anger att de har funnits i sina nuvarande lokaler kortare tid. Samtliga trivs i sina lokaler och har inga tankar på att byta. Samtliga samfund vänder sig till boende i Jönköping och drygt hälften av dem har omfattande verksamhet för barn och ungdom.

Sammanställning framtidsplaner samfund:

- Samtliga aktörer svarar att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att utvecklas i Jönköping.
- 92,3% anger att det inte alls är angeläget att flytta verksamheten till en annan stad.
- Samtliga anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att expandera.



- Samtliga anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att förbättra möjligheter till lokalt samarbete.
- Samtliga anger att det är mycket angeläget eller angeläget att nå ut till nya målgrupper.
- Samtliga anger att det är mycket angeläget eller angeläget för deras verksamhet att anordna fler/större publika arrangemang.
- 69,2% anger att det är mycket angeläget eller angeläget att deras verksamhet finns centralt i Jönköping.
- Samtliga planerar att utveckla verksamheten

Sammanställning av vilka hinder som finns mot planerad utveckling:

(De fem främsta alternativen)

- 61,5% ser ekonomiska hinder
- 46,2% uppger fördomar som ett hinder mot planerad utveckling
- 23,1% ser inga hinder alls för planerad utveckling
- 23,1% anger att det är svårt att nå ut

Utmaningar:

- Organisera verksamheten så att nya målgrupper och ökat lokalt samarbete möjliggörs.
- Att delta i samverkan med mångfaldsfrågor så att de olika fördomarna kan lyfts och kan elimineras. Samverka i fler publika arrangemang.

Sammanfattning av rapporten

De flesta av de ideella föreningar och offentliga organisationer som svarat på enkäten har ett stort antal medlemmar eller anställda, har verkat i Jönköping under lång tid (mer än 11 år) och har nästan varit lika länge i sina nuvarande lokaler. De planerar inte för någon större lokalförändring i sin verksamhet. De trivs bra i både Jönköping och det nuvarande läget.



Av de föreningar och företag som har färre anställda är rörligheten lite större. Några planerar att utvidga sin verksamhet och skapar därmed ett ökat lokalbehov, eller så vill de förbättra läget med en mer central placering. Av de mindre företagen och föreningarna är antal anställda och antal medlemmar tämligen jämnt fördelat i de olika kategorierna. (Figuren visar svarande inom samtliga kategorier)

En klar majoritet av de svarande uppger att de trivs bra i sina nuvarande lokaler och inte funderar på flytt inom den närmsta framtiden. De som inte trivs anger storleken

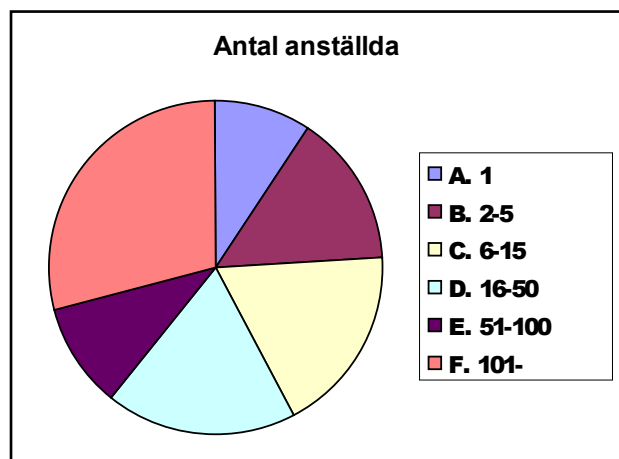
på lokal som det största argumentet för en flytt. Endast 3,9% av de svarande planerar att flytta inom det närmsta året. 13,9% är osäkra.

De allra flesta kulturella resurser i staden vänder sig till Jönköpingsbor. Barn och ungdomar är en prioriterad målgrupp för 40% av dem, medan studenter och turister står för omkring en tredjedel var. Frågan var en flervalsfråga. Det gick alltså att ange att man både riktade sig mot ex. Jönköpingsbor i allmänhet och studenter i synnerhet.

Majoriteten av Jönköpings kulturella resurser är ideellt arbetande människor organiserade i föreningsliv, samfund eller är enskilda utövare på amatör eller hobbynivå. Föreningarna är starka och engagerade.

Kreativa företag i Jönköping är förhållandevis starka och har en god tillväxt vilket kan vara ett allmänt tecken på att Jönköping klarat sig bra i krisen samt att dessa sorters näringar klarat sig bra.

Det finns tydliga kopplingar mellan högskola och



näringsliv, där högskolan fungerar som en språngbräda till att starta egna företag. Företagens olika typer av verksamheter samt etableringsbenägenhet: t.ex. det faktum att PR-sektorn är så stark, skulle kunna förklaras med detta.



Här kan även Science Parks roll som inkubator för mindre, nystartade företag ses som mycket betydelsefull för dessa företags utveckling även om det skulle behövas fler och olika sorters stöd och inkubatorer.

De offentliga kulturinstitutionerna står för en stor del av de publika arrangemangen och verksamheterna, men engagerar inte så stor del anställda inom den kreativa sektorn i stort. De betyder dock mycket för Jönköpings



konst- och kulturliv då de fungerar både som stödjande myndighet och arrangerar egen konstnärlig verksamhet på en nivå som bör finnas i en större stad och som inte skulle finnas utan deras arbete.

Över 90 % av de svarande vill utvecklas vidare i Jönköping. De högst prioriterade områdena som de svarande finner mycket angeläget eller angeläget att utvecklas inom

är (i fallande ordning): Att nå nya målgrupper, att utveckla organisationen, att förbättra möjligheter till lokalt samarbete och att utvidga verksamheten. Även fler publika aktiviteter ser många aktörer som angeläget medan att verka centralt i Jönköping är mindre angeläget.

Detta driv och vilja till utveckling och förbättring av den egna saken måste ses som något mycket positivt för stadens kultur och fritidsliv. En del av dessa utvecklingsfrågor har tagits upp på några av de olika mötena i samband med inventeringen, andra bör följas upp vidare för att se mer exakt hur behoven ser ut.

Det är väsentligt för den vidare processen att få in mer kunskap om de olika enskilda utövarna inom det kreativa fältet samt att vidare kartlägga ungdomsrörelser och aktiviteter i Stadskärnan.

3 Kartläggning av Jönköping

Möten, utredningar och undersökningar
Sammanställning och sammanfattning av Kristin Nilsdotter
Isaksson (Stk)



Under sommaren 2009 gjordes en enkätundersökning där 178 personer intervjuades runtomkring i centrala Jönköping av feriepraktikanter i Jönköpings kommun. Frågorna berörde Jönköpings utveckling och de intervjuade fick tycka till om olika arrangemang, aktiviteter, gestaltningar och Jönköping som framtidsstad. De fick själva lämna synpunkter på olika företeelser de ville ändra på och utveckla.

Andra undersökningar som gjorts under året är Jönköping Citys årliga mätning över hur nöjda besökarna är med stadskärnan och de aktiviteter och utbud som finns där. Exempel på undersökningar är Fritid Jönköpings ungdomsenkät som tagit tempen på hur trygga Jönköpings ungdomar känner sig i stadskärnan och en jämförelse av kommuners kultur- och fritidsverksamhet ur ett medborgarperspektiv.

Parallellt med dessa kvantitativa undersökningar har undersökningar av kvalitativ sort gjorts i samband med öppna möten och samtal med särskilda fokusgrupper. Totalt har omkring 250 invånare i olika yrkeskategorier, ursprung, kön och ålder varit delaktiga i dessa samtal. Kvantitativa undersökning: Enkätundersökning angående utveckling av Jönköping Sommaren 2009

Sommaren 2009 pågick en enkätundersökning angående utveckling av Jönköping. Undersökningen pågick i tre veckor och utformades av två feriepraktikanter från gymnasieskolan, med handledarhjälp från Jönköpings kommun.

Enkätundersökningen genomfördes genom att tillfråga folk i de centrala delarna av Jönköping om de ville besvara

en enkät. Syftet med enkätundersökningen var att få en överblick över vad Jönköpingsbor tycker om staden och dess utveckling. Omkring 350 tillfrågades och av dem besvarade 178 stycken, d.v.s. drygt 50%. Av dem var 104 kvinnor och 74 män. Medelåldern av de svarande är 33 år för de kvinnliga resp 37 år för de manliga informanterna.

Feriepraktikanterna ombads stå i centrala Jönköping och tillfråga var tredje person som passerande förbi efter att den föregående enkäten blivit ifylld. Då det inte går att följa upp exakt hur urvalet av de tillfrågade skedde så gör denna undersökning inte anspråk på att ha använt sig av ett oberoende slumpmässigt urval, ej heller kan de intervjuade antas vara representativa för majoriteten av invånarna i Jönköping. Svaren bör istället betraktas som åsikter och idéer från 178 st individuella jönköpingsbor i olika åldrar.

Bakgrundsfakta:

56% av de svarande uppgav att de hade anställning och 27 % uppgav att de var studerande. Av 14 personer som uppgav att de var tillresta kom 5 från närliggande städer i och runt Jönköpings län och sedan från Göteborg, Stockholmstrakten, Oslo och Hudiksvall. Av dessa svarade omkring hälften att de var i Jönköping på grund av arbete och den andra hälften att de var turister eller hälsade på vänner och bekanta. Huvuddestinationen för de tillresta var Piren där de skulle äta eller umgås med familj och vänner. Dessa svar är naturligtvis beroende på var enkätundersökarna var placerade.

Vad tycker jönköpingsborna om...?

Denna fråga är uppdelade i kategorier: mindre bra, medel och bra. Nedan anges svaren i procent, med de svar som fått högst andel nöjda i procent överst.

Stadskärnan

De största offentliga arrangemangen i stadskärnan får ett högt betyg. Dock är det bara Jönköpings marknad och Jul i City som har en riktigt bra genomslagskraft. De är även de äldsta och mest väletablerade evenemangen. Siffrorna för de som svarade "vet ej" passar relativt väl in hur länge evenemangen har funnits, där de mest etablerade har lägre siffror och de nyare arrangemangen har ett stort antal "vet ej"-svar.

De procent som svarade "vet ej" är medräknade i den-

Åsikter om stadskärnan (%)	Bra	Medel	Mindre bra	Vet ej
Utbudet av caféer och restauranger	73	18	4	5
Möjligheter till motion	65	20	5	10
Förändringarna som skett i stadskärnan	56	24	9	11
Stadskärnans utformning	52	31	12	5
Shoppingutbudet	51	32	12	5
Utbudet av mötesplatser och torg	50	38	10	2
Utbudet av offentliga arrangemang och aktiviteter	29	49	13	9
Nattlivet	21	36	18	25

Åsikter om större evenemang i stadskärnan (%)	Bra	Medel	Mindre bra	Vet ej
Jönköpings marknad	54	28	7	11
Jönköpings allmogemarknad	29	13	5	53
Vätterfesten	26	18	4	52
Jönköpings filmfestival	23	11	8	58
KulturDagNatt	20	14	6	60
Jul i City	32	28	8	32
Höstmarknaden	20	15	8	57
Firande av Sveriges Nationaldag	17	15	8	60
Svensk blåsmusikfestival	14	10	9	67
Dansfesten	16	8	11	65

na redovisning. Därför ska inte antalet procent för de som svarade att evenemanget är bra räknas som ett mått utifrån att alla de som svarade kände till evenemanget. Många efterlyser fler offentliga arrangemang i Jönköping, samtidigt känner majoriteten av de svarande inte till de arrangemang som finns. Detta bör tas i beaktande när marknadsföring och samverkan vid de olika arrangemangen planeras.

Egna förslag

Egna förslag inkom, som bland annat fler utomhuskonserter, aktivitetsytor i centrum, bättre uteställen, ett casino, en större stadsfest och fler arrangemang för hela familjen. Det efterlystes också grill- och samlingsplatser, nya butiker och caféer samt fler uteställen för en yngre publik.



Munksjön

Runt Munksjön ville de svarande helst se fler sittplatser, soldäck och bättre belysning. Många önskade en större satsning på vattenaktiviteter och att gång- och cykelbanan runt sjön även i fortsättningen skulle hållas bilfri och ligga i ett tillgängligt vattennära stråk.

Vätterstranden

Vid Vättern ville många svarande se en utbyggd pir med fler restauranger och caféer både runt den befintliga piren och utspritt längst med gångstråket. Bryggor och fler olika aktivitetsytor eftersöks också. Fler toaletter och bättre renhållning betraktas som mycket viktigt för utvecklingen av Vätterstranden och så kom också det befintliga spåret i fokus – där många menade att det borde flyttas.

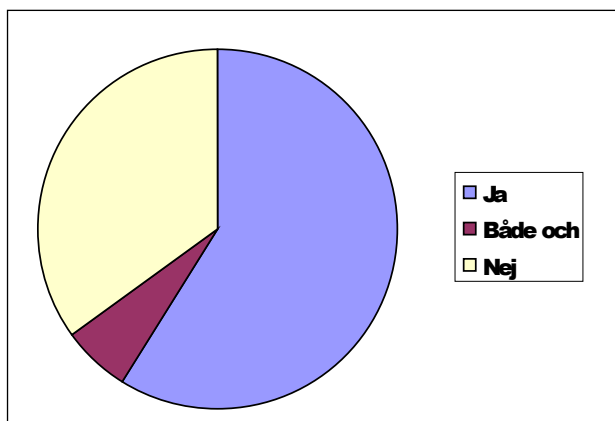


Trygghet

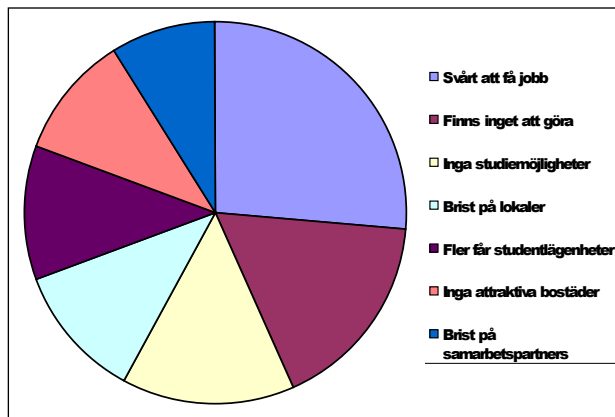
81% svarar att de känner sig trygga i Jönköping, vilket är en mycket positiv siffra. Av dem som svarat att de inte känner sig trygga är en klar majoritet unga kvinnor i åldrarna 15-25 år. Många har svarat att de känner sig otrygga på kvällen och när de läser i tidningar om vad som händer. De svarande är i första hand rädda för alkoholister och våldtäktsmän och man känner sig mest otrygg i områdena kring Juneporten och Västra Centrum samt på Öxnehaga.

Anser du att du kan möjliggöra dina drömmar i Jönköping?

Svar	Antal
Ja	89
Både och	9
Nej	53



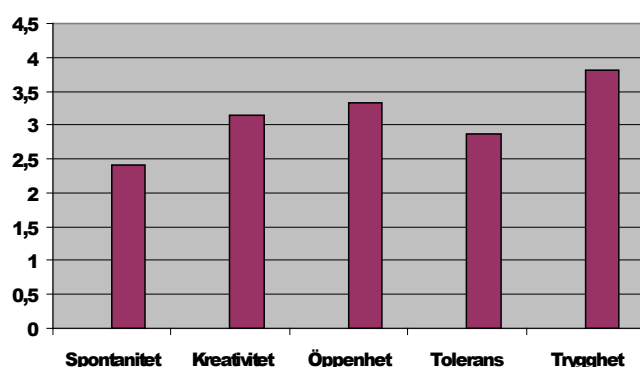
De som svarat nej anger dessa hinder:



Vilka egenskaper gör Jönköping till en attraktiv stad att leva och åka till?

Vättern, vattnet och stranden är allra högst uppskattade värden i Jönköping. De vackra vyerna och omgivningarna samt arkitekturen ses som andra värdefulla resurser. Frågan var öppen och tillät de svarande att tänka fritt. Vattnet, Vättern, stranden och de vackra vyerna står för en stor del av de svar som kom in och är de värden som jönköpingsborna helst vill marknadsföra sin stad med.

Vilket begrepp stämmer in med Jönköping?



Slutsats

Denna undersökning stämmer relativt bra med den årliga undersökning Jönköping City gör i sitt kvalitetsarbete för att förbättra stadskärnan och stärka handeln. Jönköpingsborna känner sig överlag trygga i stadskärnan, men undantag för unga kvinnor. Det visar även Fritid Jönköpings rapport om trygghet. Detta bör tas på stort allvar då det indikerar en begränsning av rörelsefriheten i det offentliga rummet för en stor del av befolkningen.

Sjöarnas, och i synnerhet Vätterns kvaliteter poängteras starkt. Jönköpingsborna i undersökningen ser gärna en fortsatt utveckling för att lyfta och stärka dessa kvaliteter och interaktion med staden. Många i undersökningen eftersöker ett folkliv och understryker vikten av fler caféer, restauranger och barer – även om mindre hänsyn tas till hur stor befolkningsmängden är idag.

Överlag får stadskärnans utveckling och utformning mycket höga betyg. De som kommer lägst är bland annat evenemang och offentliga arrangemang. Detta överens-

stämmer med vad Jönköping Citys undersökningar visat de senaste åren – där informanterna eftersöker en större bredd på arrangemangen. I undersökningen ovan kom det fram önskemål om specifika arrangemang, som bland annat fler musikarrangemang i det offentliga rummet. Värt att nämna är också att många de stora offentliga arrangemangen som finns i Jönköping var helt okända för en stor mängd svarande. Detta visar på vikten av en kommungemensam evenemangskalender som uppdateras på ett lättåtkomligt sätt. En sådan är under utveckling av Destination Jönköping.

De yngre som svarat är mer missnöjda med Jönköpings nattliv än äldre informanter. Det finns kommentarer som pekar på en homogen nattklubbsskultur och som efterlyser ett bredare sortiment på nattliv med fler unikt präglade och nischade uteställen. De yngre svarande tycker också i högre grad än äldre att Jönköping har för lite att erbjuda, både vad det gäller studiealternativ, bostäder och jobb. De ser också i större utsträckning en flytt från staden som ett tänkbart alternativ för att förverkliga sina drömmar.

Kvalitativa undersökningar

Under 2009 har projektledaren Kristin Nilsdotter Isaksson träffat en stor mängd olika grupper för att undersöka hur invånare och verksamma i Jönköping ser på stadens liv och innehåll och vad de tycker är viktigt att utveckla.

Syftet var att träffa människor i olika åldrar och med olika profession och bakgrund: från föreningsliv, näringsverksamhet, organisationer, pensionärer, gymnasieelever, med kompetens i kulturarvsfrågor, unga vuxna, kultur- och fritidsarbetare, anställda inom sociala sektorn, studieförbund m.fl.

Målet var att ta reda på så mycket som möjligt om hur olika människor uppfattar Jönköping för att ringa in vilka unika resurser som finns och vad som olika människor uppfattar för möjligheter och hinder i Jönköpings utveckling. Nedan följer en kortfattad sammanställning av resultatet från dessa möten.

Om trygghet

I stort sett känner sig de flesta trygga i Jönköping. Det finns några upplevda problem och av dem ett som i första hand yngre människor identifierar och påverkas av. Det är en känsla av osäkerhet kring att vistas vid Juneporten och Lundströms plats. En del av otryggheten kommer från

kvällsmiljön i området och en annan del beror till stor del på den sociala problematik som finns i, och omkring Juneporten. Rent statistiskt så är det de unga männen som råkar ut för flest våldsbrott och då i synnerhet i krogmiljö, ändå känner sig kvinnor mer osäkra. Statistiken på området utgår från inrapporterade våldsbrott och hänsyn tas inte till språkbruk, förtäckta hot, rörelsemönster o.s.v. som påverkar flera kvinnliga informanternas upplevelse av hot i sin omgivning.

Framkomlighet med cykel är en annan otrygghetsfaktor som flera tagit upp och då i synnerhet vid ombyggnationer. Det efterlyses en tydligare skyltning och nya hänvisningar då gator stängs av och sikten skymms. Det upplevs mycket otryggt att behöva köra på och korsa tungt trafikerade bussgator.

Om sjöarna

Vattnet och sjöarna upplevs som mycket viktigt att känna närhet och ha tillgång till. Många ser möjligheter att utnyttja de unika resurser vi har i centrala Jönköping och skulle gärna se att vattnet användes mer, både vid olika aktiviteter och evenemang, men också vid rekreation och hälsofrämjande åtgärder. Exempel på dessa som nämnts är kallbadhus, bastuflotte i Munksjön, en möjlighet att kunna bada i Munksjön på sikt, bryggor och pিরer ut i vattnet. Många njuter också av motion runt sjöarna, i Rocksjöns natur och runt Munksjön. Flera personer förknippar vatten med hälsa och vill stärka Jönköpings profil som hälso- och rekreatiionsstad.

Om föreningsliv

Många föreningar vill öka sin verksamhet i Jönköping och ser vikten av att samverka med andra. Lokalfrågan är något som flera uppger som ett stort problem: att lokalhyror är för dyra för olika verksamheter och att många föreningar inte har några egna lokaler att utöva sin verksamhet i. En brist på nyrekrytering och engagemang är också något som många föreningar ser som en svårighet att övervinna. Många föreningsmedlemmars fokus läggs på det egna engagemanget och egna verksamheten och tid upplevs inte finnas till att lyfta blicken och hitta metoder för exempelvis nyrekrytering. Andra föreningar har ett stort engagemang men tåmpas med ekonomiska svårigheter då motionsanläggningar ska skötas och duktig ledarkompetens rekryte-

ras. En del föreningar ser offentliga arrangemang som en möjlig väg till att hitta nya medlemmar och att få ut sin verksamhet.

Om kulturarvet

Många människor är intresserade av kulturarvet och framförallt hur de, för Jönköping unika byggnaderna används. Kulturmiljöer upplevs mysiga, romantiska och fridfulla miljöer som många använder för att koppla av. Dock ser man många problem i de befintliga miljöerna och då i synnerhet Tändsticksområdet. Otryggt, dött, trist, skräpigt och stökigt är ord som kommer upp när Tändsticksområdet kommer på tal. Ändå upplevs området som mycket vackert och värdefullt, om än otillgängligt på grund av ovanstående faktorer. Tändsticksområdet nämns i flera olika grupper och sammanhang, så därför tycks det vara en mycket angelägen och unik resurs för Jönköping. Vikten av



att arbeta med attraktiviteten där tas upp och visionsbilder som målats upp är folkliv, mysiga restauranger och caféer, design, nytänkande: modernt möter gammalt, kulturaktiviteter, verksamhet dygnet runt, uteserveringar i torgmiljö, gröna växter, musik, aktivitet med barn och unga, lekfulla miljöer, marknader och konstnärliga utsmyckningar. Området bör ses och lyftas som ett landmärke för Jönköping och flera av personer menar att det skulle kunna utvecklas till den mest attraktiva platsen i Jönköping.

Om platser att vara på – för alla

Flera har tagit upp bristen på bra platser för barn och unga att bara vara på, men poängterar att det också har blivit mycket bättre vid ombyggnationen av exempelvis kanalplan. Ungdomar som gillar skateboard känner sig bortskämda från centrala Jönköping och vill ha en central plats att åka på. Några familjer med barn önskar sig en kreativ lekplats i stadsmiljö och en barnvänlig badplats med bryggor och grund botten någonstans centralt i stadskärnan. Få tycker att omdaning av centrum är alldeles för tråkig och modern. De stora offentliga arrangemangen bör vara till för alla.

Några tar upp problemet med segregation i stan: att unga sällan möter gamla och att det bör finnas fler platser alla känner sig välkomna att vistas på. Flera av de unga informanterna tar upp problemet med segregation av olika grupper. De vill inte gå till vissa ställen i stan på grund av att många från en viss etnisk eller kulturell grupp vistas där. Ungdomar från förortsområden har också berättat att de inte vill gå till vissa uteställen i stan för att det inte "är något för dem", att de inte känner sig välkomna eller bekväma med den kultur som råder på vissa ställen i stan.

Om nätverk

Det upplevs finnas många starka nätverk i Jönköping, i synnerhet inom religiösa grupperingar och inom företagargrupperingar. Detta upplevs som positivt och beskrivs som en styrka i stadens struktur och utveckling. Dock är det många som upplever att de inte riktigt kommer in i de fasta nätverk som finns. Detta upplevs, enligt informanterna, särskilt bland nyinflyttade, människor med annan etnisk bakgrund, kvinnor m.fl.. Då upplevs de starka nätverken snarare som hindrande än som öppna och utvecklande. En del har löst problemet genom att helt enkelt starta sig nya

nätverk. Detta gäller framförallt yngre människor och som ofta har en anknytning till högskolan och/eller Science Park och därigenom har de kontakter som behövs. Utestängningen upplevs starkast av nyinflyttade människor inom olika branscher och av personer med utländsk härkomst, om de inte har en stark kontakt med andra människor från samma land. Det tycks ändå vara viktigt att fortsätta med nätverkande, då det anses vara viktigt för att ett starkt entreprenörskap i regionen. Det är dock väsentligt att utveckla en del nätverk att bli mer öppna mot nytillkomna. Detta för att inte nya entreprenörer eller verksamheter ska



stängas ut då det hämmar både mångfald och nya tillväxtbranscher från att etablera sig. Desutom tycks starka transparenta nätverk vara ett effektivt skydd mot exempelvis etableringar från den organiserade brottsligheten.

Om musikscen

Suget efter en musik- och kulturscen i det offentliga rummet är stort och det efterlyses fler konserter och olika arrangemang. Det upplevs viktigt med en bred scen med många olika musikgenrer och kulturyttringar. Det finns få musikscener även inomhus i de centrala delarna och många yngre uttrycker en längtan efter en rockklubb eller en bra musikscen i stadskärnan.

Om motion och rekreation

Många säger sig vara nöjda med den tillgång på platser för spontan motion som finns i centrala Jönköping med vill gärna utveckla stråken runt sjöarna med bra vattennära motionsstråk, bättre skyltning och längdangivelse på olika rundor, ex. Munksö-, Rocksjön alt Vätter-rundan. Dessa skulle räcka för såväl den ovane som vältränade motionären och fungera vid både gång, jogging och cykling/inlines etc. Två stycken utomhusgym har också önskats, ett vid södra änden av Munksjön och ett vid Vätterstrandens aktivitetplatser. De vattennära aktiviteterna på sjöarna är något som flera säger sig vilja ta del av, men att de upplevs som otillgängliga för icke-medlemmar eller för spontan rekreation.





4 Jönköpings unika resurser och utvecklingspotential

Rapport av Lia Ghilardi, Noema Research LTD
Översatt från engelska av Mark Invernessja



Bakgrund

Jönköping är idag ett regionalt centrum och en katalysator för utvecklingen i hela regionen. Trots den rådande nedgången i den globala ekonomin har man lyckats behålla en stabil tillväxt. Under 2010 kommer olika insatser och utvecklingsprojekt inom byggnation och transporter att genomföras som planerat. Detta visar att man ser framåt med tillförsikt. En central faktor i Stadsbyggnadsvisionen är tillgängligheten, fysiskt och socialt, i den framtida staden. Tillgänglighet är viktig framförallt vid genomförandet av Götalandsbanan och Europabanan med ny station, men också att när det gäller att intressera människor inom olika yrkeskategorier att vilja bo och arbeta här.

Medelstora städer i Europa och övriga västvärlden går nu från en tillverkningsbaserad ekonomi mot en post-industriell, kunskapsintensiv ekonomi som till stor del bygger på specialiserade tjänster. Jönköping har valt rätt väg genom att investera i ökad attraktionskraft, arbeta för att behålla välutbildad arbetskraft och erbjuda de rätta förutsättningarna för en god livskvalitet, rekreation och en hälsosam livsstil inför den vidare utvecklingen av stadens kreativa kapital.

Många städer som har använt sig av en holistisk och integrerad utvecklingsmodell har nått stor framgång. Såväl Cultural Planning som liknande utvecklingsstrategier förutsätter grundläggande kunskap och insikter om värdet av att stödja och tillvarata lokala kulturekologiska (i vid mening) resurser som en plattform för ett nytt kreativt och innovativt tänkande också på många andra områden.

En ingående studie av Börje Johansson och Lars Petter-

son (Internationella Handelshögskolan) visar att Jönköping äger alla nödvändiga förutsättningar för en positiv utveckling: stadens storlek, geografiska läge, Högskolans utveckling, stadens aktiva och starka handels- och industrikultur, vackra omgivningar m.m. Staden äger också ett antal styrkor på det kulturella/kreativa området, vilka behöver ges en mer framträdande och aktiv roll. Allt detta bidrar till att locka människor att bo (eller studera) här, stärker stadens image och den allmänna externa bilden av Jönköping.

Det följande är en kortfattad översikt av kulturens fördelar och varför kultur och lokala kulturella resurser bör ges en central roll i lokala utvecklingsplaner. Exempel och tankegångar kring hur vi kan arbeta med Cultural planning i Jönköping presenteras. Resultat och slutsatser från kartläggningen kommenteras samt hur de kulturella resurserna (i vid mening) och stadens övriga unika resurser och tillgångar kan bidra till att Jönköping utvecklas som kreativ och konkurrenskraftig stad.

Varför kultur?

Under de senaste 20 åren har världsstäder som New York, Berlin och Barcelona, städer som Austin (Texas), Newcastle, Rotterdam, Antwerpen, Turin, Linz, Münster, Lille, liksom mindre historiska platser som Mantova i Italien, Aarhus i Danmark, Kronobergs län i Sverige och Cork på Irland prioriterat utvecklingen av sina kreativa ekonomiska resurser på ett strategiskt sätt. Men inte enbart för att skapa välbefinnande och sysselsättning. Kreativa och kulturella aktiviteter/verksamheter bidrar till och stärker det som är utmärkande för en stad och dess kreativa miljö ("QOP/ Quality Of Place"). Kreativa och kulturella initiativ hjälper till att bygga upp eftersatta områden och ger en stad identitet och kraft att möta nya utmaningar i konkurrensen om talang, investeringar och erkännande. Kreativitet och kultur är en kraftfaktor när det gäller att skapa engagemang och möjligheter för ekonomiskt och socialt mindre gynnade områden och grupper.

Strategier för s.k. platsmarknadsföring tenderar att fokusera på nya kulturattraktioner, kreativ och konstnärlig verksamhet och kulturnäringsgar i allmänhet. Genom att skapa en positiv image kan alltså kultursektorn ha en direkt påverkan på inkommande investeringar.

Det finns en mängd referenslitteratur som visar att en

satsning på kulturella verksamheter/aktiviteter skapar en lokal ekonomisk förmeringseffekt (med en faktor på ca. 1,5) i fråga om intjäning och sysselsättning. Kulturbesöksmål – teatrar, gallerier, museer, biografer och festivaler - genererar också inkomster från t.ex. buss- och taxiresor, restaurangbesök, media/publicerat material osv. Allt detta skapar en viktig medellång-till-långsiktigt effekt på den lokala ekonomin i form av sysselsättning, inkomster och bruttonationalprodukt.

I det vidare strategiska perspektivet, dvs. inte bara "kulturekonomiska fördelar" i traditionell mening, har utvecklingen av kulturnäringarna en nyckelroll: allt från media/förlagsverksamhet till television, videoproduktion, design osv. Kulturnäringarna anses vara den fjärde eller femte snabbast växande sektorn i världens utvecklade ekonomier. I globala städer som London och New York sysselsätts över 500 000 personer och kulturinvesteringar är en mycket viktig del i olika globala konkurrensstrategier.

I Europa är Dublin, London, Turin, Stockholm, Bergen och Köpenhamn exempel på städer som under de senaste åren nått stora framgångar t.ex. genom utvecklingen av en musikscen och som varumärke för design, mode och nya visuella konstformer. Kulturaktiviteter och kulturella verksamheter används också alltmer som en central katalysator i olika stadsutvecklingsprojekt. Exempel på kulturledda förnyelseprojekt är återanvändningen av gamla

industribyggnader för allmänna och/eller kreativa verksamheter. I Storbritannien finns t.ex. The Baltic Centre for Contemporary Art och The Sage Music Centre i Gateshead, Tate Modern i London och The Lace Market i Nottingham som har blivit mycket framgångsrika tack vare en integrerad och holistisk grundsyn i sin planering. Att använda öppna platser på nya sätt (t.ex. för festivaler, parader

och olika events), att skapa kulturstråk och stadsdelar med egen kulturell identitet är andra exempel på vad kultur-baserade utvecklingsstrategier kan leda till. Liverpool, Manchester, Folkestone, Bristol, Dublin och Glasgow har en mycket livskraftig kultursektor som har bidragit till att

skapa en mer positiv helhetsbild av dessa städer.

Turismen är en av de viktigaste källorna till ekonomisk tillväxt i vissa länder, regioner och städer. Turistnäringen fokuserar alltmer på unika upplevelser där kulturen har en nyckelroll. Internationella undersökningar visar att intresset minskar för "mönsteranläggningar" och mer tillrättalagda besöksmål. Turisterna vill uppleva det som är unikt för den miljö, kultur, historia, befolkning etc. som man besöker. Kulturturismen står i genomsnitt för 6 – 8 % av ett lands BNP i Europa vilket innebär att en god strategi för kulturturism också kan tillgodose krav på ekonomisk utveckling.

Men för att nå resultat behöver både städer och mindre platser kunna utvecklas på ett hållbart sätt (socialt, ekonomiskt och ur miljösynpunkt) samtidigt som man på bästa sätt förvaltar sina kulturvärden.

Framförallt behöver både större och mindre städer erbjuda en bra boendemiljö – först då blir de också värda att besöka. Attraktion skapas och upplevs genom ett levande gatu- och affärliv, aktivitet och verksamhet, människors intresse och engagemang i stadens liv och innehåll, när människors vardagsbehov tillgodoses på ett bra sätt och deras livskvalitet förbättras. Dvs. ekonomiska, samhälleliga och fysiska behov måste kunna tillfredsställas på ett sätt som inspirerar människor till ett ökat samhällsengagemang och att vilja sträva mot nya och högre mål.

Stadsutveckling handlar inte bara om att tillhandahålla mötesplatser utan också om att skapa liv och tillväxt. En stad/plats ska representera något unikt och minnesvärt på samma gång som den erbjuder bekvämlighet och skapar samhörighet. När en plats blir alltför "välarrangerad" - det finns många nutida exempel på detta i kulturledd stadsutveckling - kan den i stället upplevas som främmande och ogästvänlig.

Beslutsfattare och samhällsdebattörer har kommit till slutsatsen att vad som behövs är en urbanism med mindre fokus på produkt och mer fokus på process. Vi behöver en Soft City som författaren Jonathan Raban beskriver i sin bok med samma namn – dvs. en stad som förvaltar och förmedlar upplevelser och utveckling framför objektiva och fasta kvaliteter. Denna rapport syftar till att klargöra förutsättningarna för en sådan harmonisk utveckling av Jönköpings mjuka kulturella tillgångar som en integrerad del av Stadsbyggnadsvisionen.



Cultural Planning

“A city is more than a place in space, it is a drama in time” (Patrick Geddes). Som tidigare nämnts är det Cultural Planning, dvs. ett övergripande holistiskt och kulturbaserat synsätt på bred grund, som ligger till grund för arbetet med utvecklingsområdet Stadens Liv och Innehåll inom ramen för stadsbyggnadsvisionen.



Cultural Planning som metod har sina rötter i en radikal och humanistisk syn på stadsplanering under 1960-talet. En av dess viktigaste företrädare var den amerikanska urbanisten Jane Jacobs. Hennes tankegångar om att städer är ekosystem går i sin tur tillbaka på den skotske biologen, filosofen och urbanteoretikern Patrick Geddes, som under tidigt 1900-tal utvecklade idén om den ”naturliga regionen” (”the natural region”). Geddes ansåg att stadsutveckling måste vara holistisk till sin natur och utgå från en kartläggning av befintliga resurser inom en naturlig region som utgörs av ”Folk-Work-Place” (dvs. människorna, ekonomin och det geografiska läget), samt människors respons på en sådan naturlig region.

Cultural Planning utgår från att en plats/stad är att likna vid ett kulturellt ekosystem och bygger på principen

att: ”En plats (stad) äger ett antal olika resurser som man behöver överblicka, synliggöra och få kunskap om innan man börjar planera”. Dess kulturella identitet innefattar vilka människorna är, deras bakgrunder och åsikter, preferenser och intressen, kulturella och religiösa yttringar, erfarenheter, mångfald, talanger och framtida förhoppningar och ambitioner. Dess kulturella tillgångar omfattar kulturhistoriska värden (natur och byggnader osv.) som bidrar till att människor vill bosätta sig här. Alltså alla de resurser som skapar ett unikt kulturellt DNA för - i detta fall - Jönköping. Kulturkartläggning är en undersökningsmetod som syftar till att skapa djupare kunskap om lokala kulturyttringar. En kulturkartläggning kan förse beslutsfattarna med viktig och vägledande information så att man kan tillgodose lokala behov och skapa bästa möjliga förutsättningar inom olika områden.

Men kartläggningen är bara ett första steg. En annan viktig komponent i Cultural Planning är att aktivt stödja och samordna befintliga unika resurser tvärs över organisationsstrukturer och samhällssektorer. Hela processen förutsätter dessutom en tydlig vision och målsättning med vad det är man vill åstadkomma, vem som är ledare, varför den initierats och vilka som omfattas av den.

En kulturkartläggning ska också försöka utmana vedertagna kulturruppfattningar. Den ska kopplas till andra befintliga planer/strategier och lokala intressen och intresser på ett sätt som fångar upp nya och innovativa idéer. Kulturledd planering är alltså resultatet av en process som förutsätter ett aktivt deltagande av en mängd olika lokala aktörer.

Det handlar dock inte enbart om att få fram nya fräscha idéer och förslag. De problem som vissa städer står inför idag är så oerhört komplexa att stor kunskap, samlad erfarenhet och kreativa insatser krävs från många olika parter. Framförallt kan vi inte fortsätta att enbart betrakta staden som en teknisk ”väv” av transportsystem, zonering av olika områden och ekonomisk utveckling. Vi behöver smidiga, innovativa och flexibla modeller för idéutveckling, samverkan och nätverksbyggande – Cultural Planning är en sådan modell.

Nedan följer några samtida exempel på innovativa lösningar inom stadsförnyelse, kulturturism, image- och konkurrensförbättrande åtgärder, ekonomisk utveckling samt utveckling av det sociala kapitalet.

Cultural Planning – några fallstudier

Litteraturfestivalen i Mantova

Mantova i norra Italien behövde på 1990-talet bättra på sin status som turistmål. Staden hade blivit ett utflyktsmål för endagsbesökare och hade en låg profil som kulturstad.

En sex månaders kartläggning visade att förutom det historiska kulturarvet fanns ett antal olika aktiviteter och verksamheter med anknytning till böcker: bokförsäljning, bokkonservering och utgivning av konstböcker. Här fanns alltså ett tema - ”böcker och bokutgivning” - som skulle kunna bli en katalysator för framtida turism och ekonomisk utveckling. Dessutom visade kartläggningen att temat ”böcker” passade Mantovas kompakta och levande stadsväv som inbjuder till stadsvandringar och promenader. (Ett antal privata trädgårdar, historiska byggnader och rum i staden var då ännu inte tillgängliga för allmänheten). Undersökningen ledde till ett antal olika initiativ – ett av förslagen var att arrangera en stor litteraturfestival.

Festivalen backades upp av kommunen tillsammans med några lokala entreprenörer. Tack vare deras engagemang och entusiasm kunde den första festivalen genomföras i september 1997. Nu - mer än tolv år senare - är Mantovafestivalen den största i Italien och mobiliserar många lokala resurser (kulturvärden, byggnader, torg, trädgårdar och människor) inte bara under den vecka festivalen äger rum. Invånarna är mycket stolta över sin festival och många ställer upp (f.n. finns 800 medlemmar i ”Festivalens Vänner”). Idag har Mantova en helt annan image än för tio år sedan. Staden är vida känd för sitt historiska och kulturella arv men är samtidigt ett mål för många författare och konstnärer som efter att ha besökt festivalen gärna återkommer vid andra tidpunkter på året. Mantova har blivit en plats där förläggare möts, nätverkar och upptäcker nya talanger. Skrivarkurser anordnas. Festivalens Vänner har ett eget nätverk av unga frivilliga som arbetar med en mängd olika initiativ, t.ex. biblioteksservice för äldre. (ö: ev bokbussar/bilar? skjuts/ledsagare till biblioteket? behöver detta kollas?)

Några svenska exempel

I Sverige gjordes en kulturell kartläggning i Södra Småland efter stormen Gudrun 2005. Diskussioner med olika intressenter och en lokal kartläggning av Lia Ghilardi,

ledde fram till nya förslag om hur man skulle kunna locka människor att besöka och kanske bosätta sig i området, eftersom stormen hade orsakat så stor skada på skogen och följaktligen också för turismen. Ett förslag var att skapa ett nytt besöksmål i form av ett ”Stormens hus” placerat i skogen där man bl.a. skulle kunna uppleva en skog i storm (t.ex. ett rum med 3D projektioner, ljud- och vindeffekter etc.). Huset skulle också kunna utgöra en bas för klimatforskning och forskning om alternativa energikällor.

Förslaget är i linje med lokala förutsättningar, bl.a. användningen av förnyelsebara råvaror och ett starkt intresse för natur och friluftsliv. Om förslaget genomförs (f.n. pågår en förstudie), skulle Stormens hus kunna få en sammanhållande funktion i denna specifika kulturella kontext. Husets verksamheter skulle kunna samverka med de många lokala resurserna (t.ex. mer än 500 små IT-företag, en välutvecklad Science Park och användningen av skogsråvara/biomassa, t.ex. i Växjö). Villkor för en ny ekonomisk funktion i området kunde skapas och ytterligare stärka den sammanlagda bilden av Småland.



Olika initiativ i Landskrona som syftar till att förbättra den sociala harmonin och interkulturella kommunikationen har bl.a. tagit fasta på stadens centrala kulturhistoriska koloniområde och att skapa intresse för odling av produkter som är typiska för olika kulturer. Tomma centrumfastigheter föreslås få nya (kommersiella) användningsområden, t.ex. etniska butiker och torgliknande handel. Initiativen svarar mot behov hos olika etniska grupper i

staden att vilja bidra mer till den lokala ekonomin. Det här är exempel på ett nytt sätt att betrakta mångfald som en tillgång för en stad och som en katalysator för ett ekonomiskt innovativt synsätt.

Malmö stad driver ett antal olika pilotprojekt inom Cultural Planning. Efter en kartläggning av stadens kulturella



mångfald har man implementerat en rad aktiviteter som syftar till att integrera minoriteter genom stöd till kreativa entreprenörer, utbildningsprojekt, en designfestival och andra arrangemang för att lyfta fram mångfald som en tillgång och inte ett problem. Det övergripande syftet är att använda kultur (bland annat) som en katalysator för att skapa möjligheter för unga nyinflyttade så att de väljer att stanna kvar.

I Storbritannien finns flera intressanta exempel, bl.a. Harbourside i Bristol med inriktning på teknik/forskning och digitala media – ett resultat av en samverkan mellan befintliga resurser i fråga om teknik, högre utbildning och kreativa media (BBC har sedan länge sin produktion av naturdokumentärer i Bristol).

En förutsättning för den framgångsrika utvecklingen i Bristol har varit ett tolv år långt samarbete mellan offentliga, privata och frivilliga intressen. Bristol Cultural Development Partnership (BCDP), som inrättades 1996,

arbetar med att ta fram nya projekt (allt från stora kapitalinvesteringar till mindre initiativ) inom ramen för en framtidsstrategi för stadsutveckling, ekonomisk utveckling och samhällsutveckling. BCDP har också varit ledande i utvecklingen av en rad innovativa kulturprojekt, t.ex. den årliga kortfilmsfestivalen "Brief Encounters", Watershed Media Centre och Arnolfini, ett galleri för samtida konst, projekt som alla haft stor betydelse för utvecklingen av Harbourside. Idag är staden en stor aktör på den europeiska arenan. I centrum för hela denna utveckling finns ambitionen att åstadkomma en bättre livskvalitet för alla. Hållbarhet är den ledande principen inom såväl transportsektorn som näringslivet. Konst och kreativa verksamheter har använts både för att omdefiniera och omvärdera stadens identitet – till gagn för dess invånare men också för att locka nya besökare.



Rekommendationer inför den framtida utvecklingen i Jönköping

Resultat av kartläggningen

Jönköping har många tillgångar: allt från en väl etablerad entreprenörsanda till den framgångsrika utvecklingen av Högskolan, det omgivande landskapet och de informella kulturaktiviteterna utmed Vättern och i centrum (inkl.

Tändstickområdet). Detta är befintliga styrkor som inte många andra städer av Jönköpings storlek kan räkna med.

Jönköping förändras i snabb takt. För att kunna behålla konkurrens/attraktionskraft och samtidigt skapa hållbar tillväxt, behöver man arbeta på ett förhållandevis radikalt sätt med att mobilisera alla unika resurser. Lokala resurser behöver ges en central och kreativ plats i framtida strategier, användas på ett kreativt sätt i hanteringen av sociala och ekonomiska utmaningar, ekonomisk och teknisk utveckling stimuleras genom att man drar nytta av de styrkor som Högskolan och olika forskningscentra erbjuder.

Framgångsrika städer har alltså använt sig av integrerade och holistiska modeller och arbetssätt i sin lokala utveckling. Avgörande för en produktiv integrerad strategi är att man inser värdet av att tillvarata lokala kulturella resurser som en förutsättning för kreativ och innovativ utveckling även inom andra områden. Det innebär också att utvecklingen måste grundas på förståelse och öppenhet.

Jönköping har en ung student- och forskarpopulation. Samtidigt finns här en lång tradition av innovation och entreprenörsanda. En huvuduppgift för denna rapport är att utgå från dessa styrkor i våra rekommendationer hur Jönköping skulle kunna kapitalisera på sina unika karaktäristiska tillgångar och utvecklas mot större tolerans, öppenhet och kreativitet. Nya bebyggda områden ska givetvis erbjuda hög kvalitet, liv och rörelse, ha en stark identitet och kulturella och fysiska kopplingar till stadens övriga delar. Men Jönköpings alla andra tillgångar ska också kunna utvecklas på ett balanserat och kreativt sätt så att de positiva fördelarna kan göras tillgängliga och upplevas av alla i staden och regionen.

Som tidigare nämnts baseras våra rekommendationer på information från den kvantitativa och kvalitativa kartläggning som genomfördes i Jönköping under våren och sommaren 2009.

Kulturell och kreativ ekologi

Uppdraget syftade bl.a. till att ge Stadsbyggnadsvisionen och lokala politiker ökad kunskap om kulturens roll som image-förstärkare och dynamisk ekonomisk kraftkälla. Den första delen av vår kartläggning omfattar en undersökning av hur de kulturella resurserna men också hur övriga kreativa näringar och verksamheter fungerar i Jönköping, deras ställning, främsta styrkor och vilka utmaningar

som finns. Vi vet att kulturell vitalitet är en förutsättning för att skapa konkurrensfördelar och strategisk livskraft. Men för att nå sådana mål behöver man stöd igenom alla led i den lokala produktions- och konsumtionskedjan. Kartläggningen har lett fram till ett antal strategiska rekommendationer för ett maximalt utnyttjande av kulturella och kreativa resurser i samband med de nya möjligheter som skapas genom den planerade förnyelsen av stadskärnan och sjöarna.

Kartläggningen baserades på en enkätundersökning som omfattade 224 respondenter inom konstnärlig/kreativ verksamhet, företag och utbildningar inom den konstnärliga sfären eller inom den kreativa sektorn. Av inkomna svar



kom (34 %) från företag, 39,8 % från ideella organisationer och 8,6 % från offentlig sektor. Dessutom besvarades enkäten av enskilda utövare och olika samfund (7,8 %). Den höga andelen svar från företag och föreningslivet visar att det finns en potential för en dynamisk och livskraftig kultursektor i staden. Mer information finns i den svenska rapporten där resultaten för varje undergrupp redovisas i detalj.

Av rapporten framgår att 29 % av verksamheterna omfattar mer än 100 anställda (det framgår inte klart av den hittills tillgängliga informationen vilka som tillhör offentlig sektor, vilka som är företag resp. utbildningsinstitutioner). Ytterligare 28 % har mellan 16 och 100 anställda. Om dessa siffror visar sig stämma har Jönköping alltså en relativt stark uppställning av medelstora-till-stora företag/organisationer inom den kreativa sektorn (i vid mening) – (dessutom väl etablerade - 74,6 % av dem har funnits här

mer än 11 år). Ett positivt resultat som visar att i Jönköping och dess närhet bör finnas ett medelstort-till-stort kluster bestående av en varierad bredd av många olika kreativa verksamheter.

Turism, fritid och sport utgör kärnaktiviteter med (33,6 %). Sedan följer kulturhistoria (23,8 %), design (18,9 %) och traditionella och digitala medier (14,3 %). Återigen framgår att det finns ett starkt traditionellt engagemang inom konst och kultur sida vid sida med modern design och digital produktion. Intressant är att reklam utgör hela 65,6 % av kärnverksamheterna inom mediasektorn (tidningar, tidskrifter, radio och TV-produktion uppgår till 12 resp. 15 %).

En närmare studie av gruppen konstnärlig verksamhet visar att visuella konstformer och konsthantverk utgör kärnan med (41,9 %), följt av textil och möbelindustri/design med (20,9 %), scenkonst (18,6 %) och musik (16,3 %). Konsthantverk och design har alltså en stark ställning här med modern möbeldesign som en av tyngdpunkterna.

En befintlig relativt stark reklamsektor betyder oftast att det också finns övriga verksamheter med anknytning till grafisk design, radio/TV och mediaproduktion (och ibland också mjukvaruproduktion).

Rekommendation 1.

En fördjupad undersökning av betydelsen av en stark reklamsektor med målet att kunna behålla kompetens och utveckla den speciella atmosfär och känsla som kreativa miljöer kan tillföra. Undersökningen bör fokusera på kunskap om specifika, kvalitativa aspekter inom reklamsektorn i Jönköping och vilka fördelar detta kan medföra för den övergripande kreativa ekonomin i Jönköping. De utmaningar som finns inom reklamsektorn bör också undersökas med syfte att ta fram riktade stöd och marknadsföringsinitiativ för att man ska kunna behålla talang och arbetstillfällen till nytta för den lokala ekonomin.

Kartläggningen visar också att musik är en relativt stark sektor. Men ytterligare undersökningar behövs av vilken typ av musik (musikstilar) som lokalt har det starkaste fästet (viss anekdotisk information tyder på att samtida/elektronisk musik skulle vara ganska väl utvecklad). Dessutom behövs en övergripande undersökning av produktionskedjan för musik i hela när/regionen/sub-region. Varje universitetsstad (Jönköping har en stor studentpopulation) har ju sin egen typiska musikscen, tillsammans med formella och informella mötesplatser, festivaler och ett varierat konsumtionsutbud.

Rekommendation 2.

I Jönköping finns redan ett antal komponenter för en vidareutveckling av musiksektorn. En mer strukturerad och djupgående kvalitativ undersökning krävs dock för att fastställa vilka specifika framtida åtgärder som kan behövas för att åstadkomma en innovativ utveckling och tillväxt inom (till exempel) den samtida musikscenen.

När det gäller utmaningar som kan hota stabiliteten och den framtida utvecklingen av den lokala kreativa ekologin visar kartläggningen att det finns ett antal vilande behov. Mer än hälften av de tillfrågade inom den kulturella och kreativa sektorn i Jönköping uttrycker att man vill utvidga sin verksamhet och hitta nya marknader. Trots att man i allmänhet är nöjd med befintliga lokaler och läge, finns behov av att hitta nya samarbetspartners, förbättra samarbetet med liknande organisationer/verksamheter, bli bättre på att nå ut och öka sin närvaro på regionala marknader. Både individuella utövare och kreativa verksamheter? creatives uttrycker behov av att få bättre plattformar för nätverk, kunna förbättra sin profilering/marknadsföring



(både kommersiella och ideella), kunna visa upp sina produkter/produktioner för en bredare publik/kundkrets, samt få tillgång till välutrustade kontor/arbets/verksamhetsytor med rimlig hyra. Jönköping bör tillgodose dessa behov överallt där så är möjligt. Att stödja och stimulera talanger, underlätta för kreativ verksamhet och fokusera på investeringar i stadens unika tillgångar bör vara en viktig del av arbetet inom Stadsbyggnadsvisionen.

Rekommendation 3.

Utveckla en kreativ inkubator och verksamhetscenter/nav i anslutning till stadskärnan, t.ex. i outnyttjade tidigare industrilokaler eller kulturbyggnader (t.ex. byggnaderna på Tändsticksområdet). Liknande initiativ är vanliga i både mindre och större städer i och utanför Europa och bidrar om de lyckas till att stärka den lokala kreativa ekonomin och attrahera nya investeringar och intressen. Dessutom fungerar ett kreativt nav som en katalysator och dynamisk mötesplats som kan stärka hela bilden av staden ett mycket positivt sätt. Det finns många olika exempel på sådana initiativ, i Sverige och andra länder. Ett klassiskt exempel är MINC i Malmö.

MINC – Malmö

Minc är ett bolag ägt av Malmö stad som öppnade sina



portar i januari 2003 mitt i den accelererande innovationsmiljön, granne med Malmö högskola i Västra Hamnen Minc startade sin verksamhet med fokus på att driva en företagsinkubator. I dag har verksamheten utvecklats till att omfatta ytterligare två delar: Minc/Workspace och Minc/Meetings. Minc finns till för ambitiösa entreprenörer med kunskapsintensiva affärsidéer med innovationshöjd och hög tillväxtpotential (t.ex. designföretag) och konstnärliga/kreativa verksamheter. Här finns f.n. mer än 80 innovativa företag. Minc erbjuder också möjligheter att hyra kontors/sammanträdesrum till rimliga kostnader.

Som tidigare nämnts finns det många andra liknande utvecklingsmodeller både i Sverige och Europa, ofta lokaliserade anslutning till städernas centrala delar, i tidigare industri/kulturbyggnader av olika slag. En av pionjärerna är the CUSTARD FACTORY i Birmingham - se <http://www.custardfactory.co.uk/>

The Custard Factory, som är delvis statligt finansierad, utvecklades i syfte att stödja och främja mindre kreativa/konstnärliga verksamheter och mediaföretag. Man erbjuder snabbt och kostnadsfritt bredband, låga omkostnader, rimliga hyror, öppet dygnet runt, hög säkerhet, avskalad och elegant miljö, en effektiv reception– allt för att underlätta och inspirera för de olika företagen. Kombinationen av många unga mediaföretag, konstnärliga/kreativa och rekreativa verksamheter skapar en dynamisk korsbefruktningsmiljö. Det gör the Custard Factory till en kongenial och kreativ smältdegel med den största koncentrationen av konstnärliga och kreativa verksamheter i Europa.

De initiativ som beskrivs här skulle inte ha kunnat genomföras utan investeringsvilja från kommunen



(motsvarande), initiativ från visionära entreprenörer med stor kunskap om den lokala kreativa scenen och väl genomtänkta samarbeten med lokala universitet, kreativa/konstnärliga utbildningar, fastighetsägare och näringslivet. Samarbetsprojekt och initiativ kan alltså bli en stor tillgång för städer som vill investera i känsla, attraktionskraft, puls och – liv och innehåll.

Rekommendation 4.

Jönköpings kommun rekommenderas att i nära samarbete med representanter för näringslivet och Högskolan tar initiativ till en samverkan för den lokala kreativa ekonomin. Inom ramen för ett sådant samarbete kan man vidare undersöka lokala kreativa verksamheters (och enskilda utövarers) behov och potential och skapa plattformar för nätverk, marknadsföring och produktpresentation. Insatser som ökar profileringen av den lokala kreativa ekonomin, samtidigt som man får en uppföljning att gjorda investeringar verkligen svarar mot konkreta behov. Vidare skulle ett sådant samarbete kunna verka för att ta fram lämpliga

lokaler för verksamheter och/eller en kreativ inkubator. Väsentligt för denna samverkan är kunskaper inom strategisk processledning, om de kulturella resursernas olika villkor och i affärsutveckling med betoning på entreprenörskap. På detta sätt kan bl.a. arbetet med Stadsbyggnadsvisionen samverka med övrig utveckling. Det finns flera olika exempel i Europa under de senaste tio åren. I Storbritannien finns t.ex. Sheffield's Cultural Industries Quarter Development Agency, Creative Devon och London's Creative Industries Development Agency (CIDA) bland flera andra framgångsrika initiativ.

I anslutning till ovanstående kan också följande rekommendation vara intressant.

Rekommendation 5.

Till det nya teater- och konserthus som nu byggs vid Södra kajen bör konst- och kulturorganisationer, institutioner och intressen i Jönköping knytas med målet att öka publiktillgången, kvaliteten och innehållet i det kulturella utbudet under hela året. Detta för att ytterligare under-



stryka hur viktigt det är att se till att engagera alla viktiga kulturorganisationer/resurser i länet, staden och dess närområde att ställa sig bakom utvecklingen och gemensamma insatser för allas bästa.

Exempel på goda lokala samverkansinitiativ finns på många platser, men kanske är det mest intressanta The Baltic och The Sage i Gateshead. För närmare information se <http://www.balticmill.com/learning/Education.php> och <http://www.thesagegateshead.org/about/index.aspx>

Kartläggningen i Jönköping visar också - inte minst - hela bredden hos det lokala föreningslivet (allt från



typiska konstnärliga/kreativa verksamheter till körsång, numismatik och naturvård m.m.). Föreningarna representerar en enorm erfarenhets- och kunskapspotential som kan tas tillvara som en resurs i ett starkt samhällsengagemang. Rekommendation 6.

Vad närvaron av ett sådant stort antal föreningar och organisationer innebär behöver ytterligare undersökas (förslagsvis en uppgift för ett nyinrättat samarbetsorgan som tidigare nämnts), men framförallt för att få en djupare kvalitativ undersökning av vilka behov som finns (t.ex. träningslokaler, utställningslokaler, sociala nätverk/mötesplatser osv.). En sådan undersökning kan ge konkreta förslag inför utvecklingen av en stor mötesplats i västra centrum, t.ex. ett Scenkonstens hus med ett multifunktionellt kluster av småskaliga nya samlings/mötesplatser för

olika föreningar. Samtidigt som en sådan mötesplats ger ökad identitet och samhörighet (när en mix av olika verksamheter och aktiviteter pågår) kan den också bidra till att stadens centrum blir mjukare, tillgängligare och fyllt av liv under fler timmar på dygnet. Men om ett Scenkonstens hus inte visar sig vara rätt väg att gå, kan andra byggnader i staden utnyttjas för samma ändamål, t.ex. kan Kulturhuset på Tändsticksområdet vara en sådan möjlighet.

Ett exempel på en ny multifunktionell mötesplats är The Forum in Norwich ritat av Hopkins Architects (ett "millenniumprojekt" i östra England på den plats där tidigare centralbiblioteket låg vilket förstördes i en brand 1994). Investeringen på totalt 65 miljoner pund delades med 31,5 miljoner pund från Millennium Commission och lika mycket från Norfolk County Council, Norwich City Council och näringslivet. The Forum öppnade i november 2001 och har nu cirka två miljoner besökare årligen. Det är bemannat dygnet runt, 365 dagar om året och har öppet mellan 0700 och 2400 varje dag utom Juldagen och Annandag Jul. Det drivs av The Forum Trust, en oberoende stiftelse på basis av ett hyreskontrakt som löper på 125 år. Här finns en isbana, hantverksutställningar, bondens marknad, konstutställningar, konserter m.m, lokaler för organisationer och företag, restauranger och butiker. The Forum inrymmer också olika utbildningsorganisationer och det nya Norfolk and Norwich Millennium Library. För mer information och bilder se www.theforumnorfolk.com



Lyssna på människor

Den andra delen av vår kartläggning omfattade workshops och diskussioner/intervjuer med fokusgrupper bestående av representanter för kultur, kulturhistoria, turism, näringsliv, samhälle, föreningar, politiker och företrädare för olika kommunala förvaltningar. Målet har varit att få en djupare kunskap om och synliggöra hela den bredd och det rika utbud av kulturtillgångar som finns i Jönköping.

De olika workshops som anordnades gav förslag till nya mål för kulturturism, nya former för stöd till lokala entreprenörer, rekreation och aktiviteter i anslutning till sjöarna, transportfrågor och förbättringar av den offentliga sfären. Fördelarna med att sammanföra så många och vitt skilda intressenter framgick tydligt av alla de olika förslagen och idéerna till en holistisk vision för stadens liv och innehåll. Var och en bidrog med sin erfarenhet och kunskap för att hitta nya fräscha idéer och lösningar till centrala strategier och planer.

I diskussionen om vad som är utmärkande för Jönköping konstaterades att här finns ett antal internationellt välkända företag inom designområdet, men det var framförallt två saker som lyftes fram: stadens religiösa prägel och dess starka organisationer och nätverk. Kopplingarna mellan entreprenörskap och religion (framförallt den Lutherska frikyrkliga traditionen) ses som positiva. Formella och informella nätverk har oerhört stor betydelse och olika former av sociala kontakter ligger bakom många fram-

gångsrika verksamheter. Man ansåg dock också att den omfattande nätverkskulturen kan försvåra för människor, dvs. Jönköpings starka nätverk kan ibland också utgöra ett hinder för den som t.ex. inte är medlem av något stort religiöst samfund.

Näringslivets representanter var övervägande positiva till den pågående utvecklingen och omvandlingen av stadskärnan, men efterlyste samtidigt ett bättre utnyttjande av sjöarna, framförallt Vättern. Den fysiska miljön (höjderna, sjöarna, skogarna, hembygdskulturen och det kulturhistoriska arvet) i Jönköping är absoluta och unika tillgångar, som f.n. kanske inte lyfts fram i tillräcklig utsträckning. Jönköping äger en mängd kulturresurser, från kulturhistoria till naturupplevelser, vattensport, forskning och utbildning, utvecklingsplattformar för den kreativa ekonomin (design, musik, reklam) och ett relativt väl utvecklat kvälls- och nattliv. Utmaningen ligger i att hitta vägar att kunna bygga vidare på dessa kvaliteter utan att förlora unikiteten eller tappa fokus.

Rekommendation 7.

Bland de mer angelägna förslagen fanns ett kallbadhus och spa vid Vättern, mer attraktiva promenadvägar utmed sjöarna och fler gröna rum i centrum. Ett återkommande tema var "vatten", i synnerhet vattnets användning och betydelse för miljö och hälsa. Det här skulle kunna vara en unik affärsidé för Jönköping, dvs. att kunna skapa nya ekonomiska utvecklingsmöjligheter inom olika områden, från fritid/rekreation och friskvård till miljöprodukter med anknytning till vatten och framtagandet av nya vattenrening- och återvinningsanläggningar.

Sjöarna är en stark kulturresurs. Parallellt med den utveckling som sker runt Munksjön och Rocksjön skulle ett utvecklingspaket kunna tas fram även för Vättern. Samtidigt som det skulle kunna tillgodose en bättre balans av rekreativsmöjligheter och ökad livskvalitet, kan det också bidra till att skapa ett starkare varumärke, t.ex. "Jönköping the urban lakes city" (eller "Seattle on the Vättern").

Ett första steg skulle kunna bli att genomföra förslaget till en utökning av båthamnen i Vättern. Gränna och Vingsö skulle också kunna lyftas fram på ett mer aktivt sätt som en unik och nischad kulturell och ekonomisk resurs med småskaliga verksamheter, t.ex. hotell och konferens. Men också som en idealisk plats för retreats och återhämt-



ning – eller helt enkelt ett besöksmål för den som söker avkoppling i vackra omgivningar – med ett utbud av yoga, meditation och olika former av friskvård/hälsaktiviteter.

Rekommendation 8.

Kallbadhuset som en förening i Jönköping arbetar för att skapa kan vara en god idé. Många uttrycker att man gärna ser någon form av anläggning vid denna del av sjön. En sådan anläggning skulle kunna bli en "utvecklingsikon" av egen kraft, ett möjligt komplement till en ny båthamn och en konsolidering av varumärket "healthy, urban and hip Jönköping".

Bilden av Jönköping

En del av kartläggningen under sommaren 2009 genomfördes ute bland "folk på gatan". Under två veckor delades ett frågeformulär ut till människor i centrum (på olika tidpunkter/veckodagar). Frågorna gällde vad människor tycker om att bo i Jönköping, vilka problem de upplever och vilka förslag till förändring som finns. Resultaten visar i stora drag att människor anser att Jönköping är en trygg, tolerant och relativt öppen plats att bo och arbeta på.



Andra pekade dock på händelser som visar på intolerans, t.ex. mot homosexuella och invandrare, och att i vissa fall sådana uttryck inte motsägs av lokala media. Även om det fanns en allmän känsla av nöjdhet med den livskvalitet som staden erbjuder så gav de flesta förslag till förbättringar

på olika områden, t.ex. serviceutbudet, förbättring av kommunala anläggningar nya affärsidéer m.m. Förbättrad tillgänglighet mellan centrum och Vättern anses viktigt, tillsammans med en utbyggnad av vätterstranden och fler kaféer och aktiviteter utmed Vättern. Andra föreslog fler utomhusaktiviteter (men också mer torghandel) under hela året liksom rimligare hyror för studenter. Några önskade en ökad täthet i centrum och andra ville gärna ha spårvagnarna tillbaka.

Rekommendation 9.

Det finns önskemål om en omvandling av tidigare fabriksbyggnader på Munksjöområdet till ett kreativt verksamhetscenter. Ett visionärt önskemål som erbjuder möjligheter att skapa ett nytt landmärke och en "stadsikon" för Jönköping i och med att välkända industrihistoriska byggnader får nytt liv som arbets- och mötesplats av både regional och nationell betydelse. The Baltic i Newcastle, som tidigare nämnts, är inrymt i en tidigare fabriksbyggnad (en gammal kvarn) på södra stranden av floden Tyne i Gateshead. Baltic är världens största galleri i sitt slag med ett brett internationellt program för samtida visuell konst. Sedan öppnandet 2002 har man haft mer än 40 olika utställningar och 3 miljoner besökare. Den här utvecklingen har inneburit ett otroligt lyft för hela bilden av Newcastle och Gateshead på alla nivåer i den lokala ekonomin. Investeringarna har ökat i staden och hela den omgivande regionen, fastighetsmarknaden har fått ett uppsving och besökarna har strömmat till.

En utveckling av ett kreativt center med hög profil (och ett attraktivt besöksmål) skulle kunna fungera som en katalysator för den övriga förnyelsen runt Munksjön och även komplettera planerade bostads- och rekreationsområden (parker, stadsträdgårdar, handel etc.) Byggnaden skulle kunna inrymma olika former för skapande verksamhet, men framförallt (med tanke på resultaten av kartläggningen) representera den starka lokala traditionen inom textil- och möbeldesign och få en helt ny identitet baserat på modern design (textil, papper, nya material och nya media). Zollverein World Heritage Site i Essen är ytterligare ett intressant exempel på en mycket framgångsrik omvandling av en gammal kolgruva till ett gigantiskt konst och designcenter. http://www.zollverein.de/english/index.php?f_categoryId=692

Fokusera på ett pilotområde

Den tredje delen i kartläggningen och konsultationerna har bestått i att välja ut ett område, t.ex. Tändsticksområdet, som ett slags demonstrationsprojekt för samverkan kring innehållsfrågor som skulle kunna användas som metod i olika former och med olika lösningar, även i andra områden. Tändsticksområdet har en central roll i Jönköpings historia och har anknytningar till alternativa livsstilar, kreativ energi och social förnyelse, som skulle kunna gå förlorade för alltid om man inte ger en tydlig inriktning för utvecklingen i det korta perspektivet. Det är viktigt att fortsätta arbetet med en verksamhetsstrategi för Tändsticksområdet.

Jönköping kommer att genomgå dramatiska förändringar inom de närmaste tio åren, men människor kommer att fortsätta att betrakta Tändsticksområdet som ett typiskt organiskt kulturområde. I Stadsbyggnadsvision 2.0 finns ett starkt fokus på kreativitet som utvecklingsfaktor. Ett viktigt delprojekt är därför Tändsticksområdets liv och innehåll som drivs av Tekniska kontoret. Järnvägsgatan får en ny sträckning. Ett hotell och ett parkeringshus mellan Tändsticksområdet och kvarteret Hoven planeras också. Tanken är att genom en ökad aktivitet under flera av dygnets sena timmar kommer hotellet att också att skapa ekonomisk utveckling på dessa tider och samtidigt öka tillgängligheten till området. Även om detta är ett steg framåt och en del av den planerade utvecklingen återstår ännu mycket att göra. Därför är det av stor vikt att delprojektet Tändsticksområdets liv och innehåll bedrivs på ett bra sätt och med ett tydligt genomförandefokus. En bra dialog med de berörda verksamheterna är A och O för att skapa ett genomslag i genomförandeskedet.

Våra möten kännetecknades av en vilja och ett försök att bygga upp en positiv dialog med kommunen. De tre workshops som genomfördes på Tändsticksområdet vid olika tidpunkter under 2009 visar att minst hälften av intressenterna inte vill ha bilar och parkeringsplatser på området, medan den andra hälften menar att båda är nödvändiga för deras verksamheter. Behovet av aktiviteter under fler timmar på dygnet ansågs angeläget av alla, tillsammans med säkerhet och trygghet och uppsnygning (de offentliga ytorna är f.n. i dålig kondition och i behov av kreativ förnyelse). En bättre och utökad mix av aktiviteter i kulturskolan var ett annat förslag.

Exempel på kulturledda utvecklingsprojekt i andra städer av Jönköpings storlek visar att en bra blandning av olika aktiviteter hjälper till att skapa förnyelse. När det gäller Tändsticksområdet ligger betoningen på det nya hotellet och Järnvägsgatan, men mer bör göras inom delprojektet



Tändsticksområdets liv och innehåll för att få till stånd en s.k. kritisk massa av besöksmål och nyttjandemål. Handeln är inte fullt utvecklad i området och kvälls/nattlivet är till en del monokulturellt och begränsat till några få dagar i veckan (och till ett par mötesplatser som drivs av studentkåren).

Det finns f.n. en marknad på lördagar men den är i liten skala och relativt anonym. Här finns utrymme för något betydligt större liknande Camden Lock eller Covent Garden i London. Marknaden kunde vara både inomhus och utomhus beroende på årstiden med möjligheten att återanvända en eller två av de outnyttjade byggnaderna på området. En specialisering och inriktning på designprodukter är ett förslag med tanke på den befintliga potentialen i Jönköping för denna typ av produktion.

De som är verksamma inom Tändsticksområdet har lagt fram sin målbild av "Jönköping på italienska" eller "en lugn, avspänd och kreativ plats mitt i centrala Jönköping". Innebörden är att på Tändsticksområdet skapa en eller två småskaliga öppna rum eller torg (som får liv genom konstarrangemang och utomhusteater), ett antal små färskvarubutiker, konstnärer och konst/hantverkare

med lokaler på gatunivån och arbetslokaler/bostäder i de övre våningarna inkl. studentlägenheter och en mindre inkubator för kreativa företag.

Rekommendation 10.

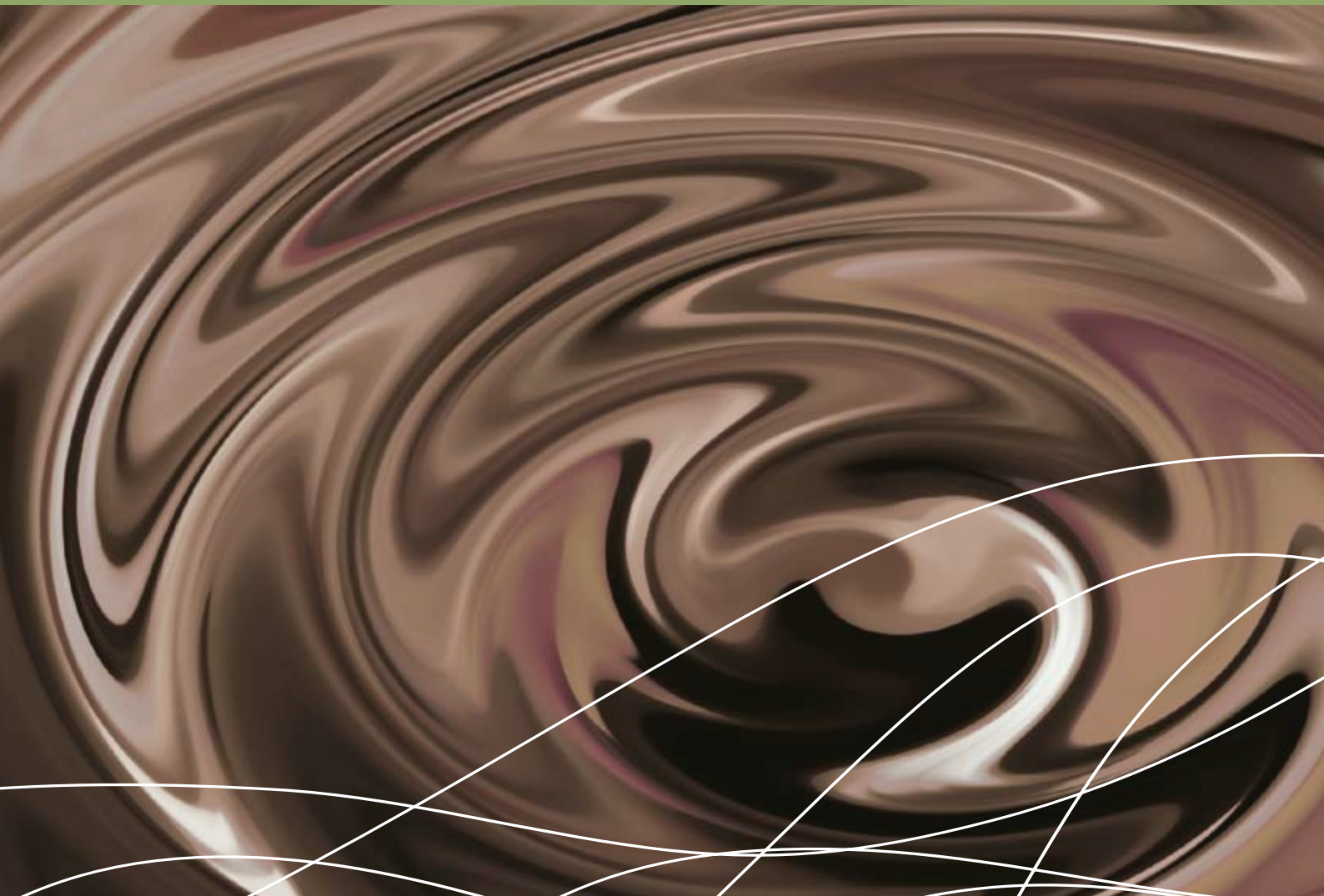
En samordning är nödvändig för att en sådan målbild/strategi ska kunna implementeras. Därför har vi formulerat ett antal principer som kan vara värdefulla att fundera över inför en samordnad planering av området.

- Tändsticksområdet är en publik tillgång för Jönköping. Så länge som planeringen utgår från att området är en naturlig gemensam resurs kommer människor att känna ägande och stolthet.
- Utveckla en gemensam strategi för området, inte bara lösningar. Börja med att formulera en vision som kan delas av lokala intressenter/människor. Eftersom en strategi kan anpassas och implementeras stegvis kan man börja med mindre experiment så att utvecklingen vinner i trovärdighet.
- Skapa mer än ett besöksmål. Skapa tillgänglighet och kopplingar mellan besöksmålen (eller användningssätten). En nyckelfaktor är att åstadkomma kontinuitet. Många olika aktiviteter håller ihop området genom att

de förstärker varandra just tack vare sina olika former (t.ex. bostäder, gröna rum, nöjen och handel) och olika samarbetspartners (offentliga institutioner och affärer, konstnärer och kulturella institutioner), hellre än att uteslutande utgå från att planera för biltrafik. Att skapa tillgänglighet etc. innebär också att underlätta för människor att gå eller cykla.

- Skapa förutsättningar för en kontinuerlig publik tillgång till området. Tillgänglighet innebär också att människor kan interagera med området på många olika sätt (som inte alltid behöver vara planerade): t.ex. sitta på en mur eller i en dörröppning, ha picknick på en bänk, lyssna på musik). Stimulera till aktivitet dygnet runt genom en blandning av bostäder, arbetsplatser och nöjen. Tändsticksområdet behöver bli ett område där människorna är i centrum, dag och natt. Varje ny byggnad bör bidra till att skapa aktivitet också på de platser som omger den. När detta lyckas blir resultatet en idealisk kombination av kommersiella och publika användningar eller nyttjandemål. Dessutom bör planeringen säkerställa att Tändsticksområdet lever och interagerar under hela året (inte bara på sommaren) och genererar fördelar i form av en ökad ekonomisk aktivitet och ökat antal besökare.





STADSKONTORET
Kartläggning av Jönköpings kulturella DNA
inom Stadsbyggnadsvision 2.0
www.jonkoping.se/stadsbyggnadsvisionen



**JÖNKÖPINGS
KOMMUN**

Ljuset vid Vättern