

# Kreativitet och konkurrenskraft

- en kritisk granskning av rådande teorier om urban utveckling



*Stockholms  
Handelskammare*

**Rapport 2008: 2**



# Förord

Vad är hönan och vad är ägget när det gäller städers utveckling: Är det tillgången till en kreativ klass och offentliga satsningar på kultur som genererar tillväxt - eller är det ett positivt näringslivsklimat med grogrund för kreativa företag och företagare som skapar tillväxt som i sin tur möjliggör ett blomstrande kulturliv? Är det så att städer med spännande arkitektur, ”hippa” miljöer och ett rikt kulturutbud drar till sig de kreativa människorna? Människor som flyttar till dessa städer för städernas egen skull och därefter låter jobben komma till sig? Eller är det städer som försöker skapa ett så gott klimat som möjligt för företagande och företagsamhet som lockar till sig de kreativa människorna för att jobben finns där?

Vilka slutsatser bör dras för Stockholms del? Sveriges huvudstad är i dag kärnan i en funktionell arbetsmarknadsregion med cirka 2.5 miljoner invånare. Hur ska regionen i framtiden kunna konkurrera om den kompetens och den arbetskraft som måste till för att Stockholm ska kunna dra längsta strået gentemot stadsregioner som Hamburg, Berlin, Helsingfors, Köpenhamn/Malmö, S:t Petersburg, med flera städer som alla har samma behov och önskemål? En arbetskraft och kompetens som blir alltmer efterfrågad och relativt sett allt svårare att rekrytera? Hur förbereder vi oss för att även om trettio år kunna vara en dynamisk ekonomisk motor för hela vårt land i en funktionell arbetsmarknadsregion som då kanske kommer att omfatta fler än fyra miljoner människor?

I denna rapport ställs frågan om vad som gör vissa städer mer framgångsrika än andra. Både varnande och uppmuntrande exempel föreläggs läsarna. Slutsatserna är viktiga för utformningen av politiken i och för Stockholmsregionen.

Författarna till rapporten är Johnny Munkhammar, Managing Director för Munkhammar Advisory och Nima Sanandaji, VD för tankesmedjan Captus.

Snart kommer tre fjärdedelar av jordens befolkning att bo i städer. Det är mot denna bakgrund hög tid att vi i Sverige resonerar kring vad det är som gör städer framgångsrika. Och lär oss av andra. Handelskammarens förhoppning är att föreliggande rapport ska bidra till denna debatt.

Stockholm i september 2008



**Peter Egardt**

VD

# Innehåll

<b>Inledning</b> .....	3
<b>Floridas idéer influerar stadsutveckling</b> .....	4
<b>Kultursatsningar inte substitut för konkurrenskraft</b> .....	6
<b>Florida i svensk tappning</b> .....	8
<b>Vad präglar framgångsrika städer?</b> .....	9
<b>Slutsatser</b> .....	12

# Inledning

För hundra år sedan var endast en tiondel av världens befolkning urbana. I dag hyser städerna hälften av den globala befolkningen, en siffra som förväntas öka till tre fjärdedelar år 2050. Att skapa livskraftiga städer blir i det sammanhanget en av de viktigaste utmaningar som vi står inför. Men hur skapas de bästa förutsättningarna för en växande stad?

Under senare tid har en omfattande debatt blossat upp kring strategier för stadsutveckling. De flesta är överens om att framgångsrika städer präglas av öppenhet, kulturliv och goda förutsättningar för det fria näringslivet. Skiljelinjen i debatten kan sägas handla om orsak och verkan. Är politikernas roll att stimulera kulturell utveckling så att kreativa människor lockas till staden och skapar tillväxt eller är sambandet i stället den att öppenhet och kulturell utveckling följer i spåren av ett dynamiskt näringsliv?

I Sverige har diskussionen om urban utveckling under senare år kommit att bli alltmer präglad av den amerikanska forskaren Richard Floridas idéer om den så kallade ”kreativa klassen”. Den kreativa klassen utgörs enligt Florida av människor som arbetar inom vetenskap, teknologi, kultur och underhållning. En central tes är att städer måste attrahera denna kreativa klass för att bli framgångsrika.

Florida tankar har påverkat strategierna för stadsutveckling. Lokalpolitikerna försöker styra stadsutvecklingen för att locka till sig den kreativa klassen, genom att exempelvis uppmuntra framväxten av ”annorlunda butiker”. Betydelsen av konkurrenskraft som lockar näringsliv som skapar tillväxt tonas ned. Ibland påstås att ökade offentliga satsningar på exempelvis kultur skulle skapa tillväxt.

Samhället är självklart närmast oändligt komplext och det är ofta svårt att säga vad som är hönan och vad som är ägget. Teorier måste dock kunna prövas mot fakta för att deras giltighet ska kunna bedömas. I dag finns studier av enskilda städer och satsningar, samt siffror som visar utfall, som kan ge några svar i denna viktiga fråga.

I denna rapport analyseras den svenska debatten om urban utveckling. Utifrån forskning och exempel på städernas utveckling analyseras vilken politik som de facto lyckas skapa den bästa stadsutvecklingen.

# Floridas idéer influerar stadsutveckling

Den amerikanska forskaren Richard Florida har bland annat i boken ”The Rise of the Creative Class” (2002) utvecklat tanken att industrialismen håller på att övergå i ”den kreativa åldern”, som domineras av den så kallade ”kreativa klassen”. I den kreativa åldern blir det centralt för städer att locka till sig den kreativa klassen. De städer som lyckas attrahera den kreativa klassen sägs vara de som satsar på de tre T:na - Teknologi, Talang och Tolerans. Dessa idéer har fått omfattande genomslag i Sverige.

I Stockholms Fria Tidning kan vi exempelvis med referens till Florida läsa: ”I den kunskapsdrivna globala ekonomin är det för den kreativa klassen som den nya staden byggs, det är dem man vill locka hit.”<sup>1</sup> I Svenska Dagbladet kan kolumnisten Martin Gelin på basis av Floridas tankar upphöja Stockholm till ”världens hippaste stad”.<sup>2</sup> Sverige uppnår en topposition i Floridas ranking, vilket förstås alla tycker är positivt. Men av det följer inte slutsatsen att Sverige hamnade där tack vare att vi utgick från Floridas idéer.

Under senare år har strategier för stadsutveckling alltmer kommit att baseras på teorin om den kreativa klassen. I ett dokument från Malmö Stadsbyggnadskontor tar man exempelvis inspiration från denna teori för att bedöma hur den bästa utvecklingen kan uppnås: ”Richard Florida, professor och författare, menar att kreativa människor föredrar spännande, mångsidiga städer där alla människor kan känna sig hemma. De vill ha tillgång till ett myllrande nattliv, teatrar och konstgallerier men också till forskningscenter, invandrarebutiker och annorlunda affärer.”<sup>3</sup>

Även Västra Götalandsregionen tycks inspirerad av Richard Florida. De bjöd faktiskt in honom (känd som en av världens dyraste talare) för att hålla ett anförande. Efter anförandet gick regionen ut med ett pressmeddelande som lyfte fram teorin om den kreativa klassen:

”Alla var där för att höra [Richard Florida] berätta om den kreativa klassen, det vill säga de människor som, enligt Florida, ska skapa framtidens välfärd och utveckling. Till den kreativa klassens superkärna räknar han bland andra matematiker, dataprogrammerare, arkitekter, ingenjörer, lärare, bibliotekarier, konstnärer, formgivare, artister, journalister och idrottsstjärnor. [...] [Richard Florida] är också imponerad över Västra Götaland, vars kreativa klass som andel av den sysselsatta befolkningen ligger på 42 procent.”<sup>4</sup>

Floridas teser influerar också strategier för stadsutveckling i mindre kommuner. I det underlag som togs fram för profilering av Ronneby kommun 2005 kan vi läsa att ”Ronneby T3” modellen har tagits fram på basis av Floridas tanke att städer måste satsa på Teknologi, Talang och Tolerans för att lyckas.<sup>5</sup>

Även politiska partier har i stor utsträckning tagit till sig teorin om den kreativa klassen. Det mest tydliga exemplet på detta är kanske socialdemokraterna, som på sin hemsida använder Floridas teorier som stöd för de skandinaviska välfärdssystemen: ”Det är heller ingen tillfällighet att de nordiska länderna kommer högt upp på Floridas ranking av stater och regioner. De nordiska länderna har under lång tid präglats av öppenhet, socialt, ekonomiskt och kulturellt. Detta har skapat en dynamik och mångfald som varit positiv för medborgarna.”<sup>6</sup>

Socialdemokraterna refererar även till Florida i en riksdagsmotion: ”Enligt Florida är Sverige ett av de länder som har mycket goda förutsättningar att klara framtidens utmaningar. Han anser att den svenska samhällsmodellen är framgångsrik.”<sup>7</sup>

När Richard Florida bjöds till att tala i Stockholm gick seminariet under benämningen ”Folkhemmet 2.0”. Teorin om den kreativa klassen användes för att ge stöd till de skandinaviska välfärdssystemen och betona att offentlig och politisk inblandning i ekonomin inte är skadlig. Floridas idéer ansågs innebära att vi bör nedtona betydelsen av en konkurrenskraftig ekonomi. I det pressmeddelande som skickade ut före anförandet stod:

<sup>1</sup> Stureplansidealet - snart i en stad nära dig. Stockholms Fria Tidning, 2007-10-05

<sup>2</sup> Stockholmare är hippast i världen, SvD, 2008-07-02

<sup>3</sup> Vision Norra Sorgenfri – Inför Omvandling och Planarbete, Malmö Stadsbyggnadskontor Januari 2006

<sup>4</sup> Pressmeddelande från Västra Götalandsregionen, publicerad i Hällekis-Kuriren 2006-03-10

<sup>5</sup> Underlag för profilering av Ronneby kommun, Informationsenheten Ronneby Kommun, 2005-09-14

<sup>6</sup> ”Den kreativa klassen”, socialdemokratiska partiets hemsida, 2005-07-27,

<http://www.s-info.se/page/blogg.asp?id=1311&blogg=726>

Hemsidan låg uppe senast den besöktes av denna rapportens författare 2008-07-28

<sup>7</sup> Motion 2007/08:U358 Globalisering, Motion till riksdagen 2007/08:U358 av Kerstin Engle m.fl. (s)

”Därför, menar Florida i sin andra bok, *The Flight of the Creative Class* (2005), att det inte räcker med att bara skapa jobb. Tvärtom, påstår han, så är det dags att byta fokus från konkurrenskraft till kreativitet. Detta eftersom alla tecken tyder på att folk i allt högre grad kommer att styras mot att först söka sig till ett område som är attraktivt. Sedan låter de jobbet komma till dem. Det kräver ett samspel mellan politiken och näringslivet. Och den region som lyckas få störst andel av befolkningen att tillhöra den kreativa klassen kommer att vinna loppet om framtiden.”<sup>8</sup>

Också vänsterpartiet i Göteborg anser att Floridas idéer kan tolkas till att nedtona betydelsen av ekonomisk konkurrens samt finna stöd för svensk välfärdspolitik. Hellre än en konkurrenskraftig ekonomi tycks kultursatsningar ses som vägen till en expanderande ekonomi:

”Den kreativa klassen, som snart är halva den arbetande befolkningen, består av självständiga individer som ställer krav på de platser där de ska bo och verka. De söker sig aktivt till områden som präglas av öppenhet, tolerans, jämställdhet, social omsorg och ett rikt kulturliv enl. Florida. Därför måste vi byta fokus från konkurrens till kreativitet. Eftersom folk kommer att bosätta sig i städer eller orter som är attraktiva och sedan låter de jobbet komma till dem. [...] Skandinavien ligger enl. Richard Florida väldigt bra till eftersom vi har ett trygghetssystem som kan erbjuda en social omsorg och välfärd.”<sup>9</sup>

I en artikel i DN-debatt skrev folkpartisten Cecilia Wikström att teorin om den kreativa klassen ger stöd för skatteavdrag för kultursektorn: ”Förr var Sverige en industrination. Men i globaliseringens tidevarv måste vi sätta högre värde på kreativa och kunskapsintensiva jobb. Internationell forskning av bland andra Richard Florida visar att samhällen som är toleranta för nya kulturyttringar attraherar de mest nyskapande entreprenörerna.”<sup>10</sup>

Wikström är inte ensam om sin uppfattning. Kultur-etablissemangen har ivrigt tagit till sig teorin om den kreativa klassen för att argumentera för att mera pengar spenderas på kultur. I DN Kultur & Nöje förlitar sig exempelvis Ossi Carp på forskning baserat på Floridas teser för att hävda att satsningar på kultur leder till ekonomisk tillväxt.<sup>11</sup>

I svensk samhällsdiskussion tolkas Floridas idéer alltså som att stadsutvecklare borde försöka locka till sig vissa grupper (den kreativa klassen) före andra och se vissa näringsverksamheter (”annorlunda butiker”) som viktigare för utvecklingen än andra. De används även för att försvara välfärdsstaten, betona vikten av politisk inblandning i ekonomin samt förklara att en konkurrenskraftig ekonomi inte alls är så viktig som vi kanske tidigare har trott. Framförallt kan man säga att teorin om den kreativa klassen tolkas som att kultursatsningar leder till, och rentav är en förutsättning för, ekonomisk utveckling.

<sup>8</sup> Folkhemmet 2.0 & Richard Florida, Färgfabrikens hemsida, 2006-01-22, <http://www.fargfabriken.se/index.php?tabell=janne&id=65>  
Hemsidan låg uppe senast den besöktes av denna rapportens författare 2008-07-28

<sup>9</sup> Kultur och tolerans kan skapa tillväxt och kreativitet i Gävleborg, Vänsterpartiet i Göteborgs hemsida, 2008-01-09  
[http://www2.vansterpartiet.se/gavleborg/art\\_detalj.asp?ID=102](http://www2.vansterpartiet.se/gavleborg/art_detalj.asp?ID=102)  
Hemsidan låg uppe senast den besöktes av denna rapportens författare 2008-07-28

<sup>10</sup> Anders Borgs maktambitioner styr även kulturpolitiken, DN Debatt, 2007-07-25

<sup>11</sup> Kultur ökar tillväxten, DN Kultur & Nöje, 2007-06-26

# Kultursatsningar inte substitut för konkurrenskraft

De allra flesta uppskattar kreativitet, talang, tolerans och ett blomstrande kulturliv. Samtidigt är det viktigt att behålla ett kritiskt perspektiv rörande en teoribild där alltifrån bibliotekarie och friskvårdskonsulter till journalister, matematiker och företagare klumpas ihop i en enda grupp. Är det rimligt att utgå ifrån att alla inom denna relativt arbiträrt definierade grupp är mer centrala för tillväxten jämfört med dem som inte räknas till den så kallade kreativa klassen? Eller för den delen utgå ifrån att datorprogrammerare och idrottsstjärnor har samma kulturella preferenser kring hur en stad ska vara uppbyggd.

Majoriteten av den yrkesverksamma befolkningen definieras inte som kreativa av Florida. När vissa yrkeskategorier och inte andra definitionsmässigt antas vara drivkraften bakom stadsutveckling blir det nära till hands för beslutsfattare att börja favorisera företagande inom en viss eller annan inriktning. Inom stadsplanering introduceras tanken att det exempelvis inte bara är viktigt att nya butiker etablerar sig i staden, utan att man framförallt borde uppmuntra de affärer som beslutsfattarna bedömer är ”annorlunda” och associerade till tolerans och kreativitet. På tämligen godtycklig bedömning av vad som attraherar kreativa människor uppmuntras politiker till att detaljstyra den ekonomiska och kulturella utvecklingen i städer.

Floridas idéer kritiserar av andra forskare. En av de främsta kritikerna är Harvardprofessorn Edward L. Glaeser, som har skrivit mycket om stadsutveckling. Glaeser ifrågasätter att Florida tillskriver kreativa människor en viss form av kulturella och sociala preferenser. Utifrån egna mätningar argumenterar Glaeser för att kopplingen mellan tillväxt och den så kallade kreativa klassen i princip består i utbildning. Floridas definition av kreativa människor omfattar i huvudsak välutbildade människor med välbetalda arbeten, vilka tenderar att bo i framgångsrika städer.<sup>12</sup> Slutsatsen är i så fall att teorin om den kreativa klassen kan bytas ut med observationen att städer med välutbildade invånare klarar sig bättre. I stället för att fokusera på framväxten av ”annorlunda affärer” bör lokalpolitikerna därmed satsa på att förbättra utbildningsmöjligheterna. Och det är en tydligt annorlunda operativ politisk slutsats.

Det är värt att notera att de städer som Florida anser vara vinnare i den kreativa åldern inte alls med nödvändighet är de som utvecklas bäst. Teorin om den kreativa klassen presenterades samtidigt som IT-boomen och är klart inspirerad av denna – då sökte sig många i denna bransch till ”coola” stadsmiljöer. Bortsett från den

kortvariga IT-boomen faller dock stödet för påståendet att entreprenörer i första hand söker sig till städer som satsar på kulturliv, trendiga caféer och ett trendigt nattliv. Långt viktigare tycks vara att städer har ett välfungerande näringsliv, låga skatter och erbjuder goda möjligheter att finna boende till rimligt pris.

San Fransisco i USA dominerar bland Floridas rankingar av städer som präglas av Teknologi, Talang och Tolerans. Det är en stad som förlitat sig på omfattande offentliga kultursatsningar, höga skatter och regleringar. Men trots att Richard Florida entusiastiskt lyfter fram staden som framgångsexempel har utvecklingen av kulturlivet inte gått ihop med generell välmående för invånarna. Lokalpolitikerna i San Fransisco har satt många hinder i vägen för nybyggande, vilket i kombination med stadens geografiska läge drev upp priserna på boende och på lokaler. Detta ledde i sin tur till att staden förlorade 10 procent av sina arbetstillfällen och 4 procent av sin befolkning åren 2000-2006.<sup>13</sup>

I Europa är Tysklands huvudstad Berlin kanske det bästa exemplet på en stad som har försökt uppnå utveckling genom att via kultursatsningar locka till sig kreativa ungdomar. Strategin har varit att marknadsföra Berlin som ”en stad av glamour”, för att därmed indirekt driva på den ekonomiska utvecklingen. Stadshuset har fokuserat på att locka modeshower och filminspelningar till Berlin, men negligerat grundläggande förutsättningar för näringslivet och medborgarna.

Utvecklingen i Berlin visar med tydlighet att massiva politiska satsningar kulturlivet inte är ett substitut för ett öppet affärsklimat. Höga skatter, regleringar och en negativ attityd till företagande har lett till att Berlin under senare tid har kommit att präglas av minskad befolkning, närmare 20 procent arbetslöshet och förlusten av nära 100 000 arbeten. Den ekonomiska situationen i Berlin är så dålig att den federala regeringen måste hjälpa till för att hålla igång ekonomin.<sup>14</sup> Staden mottog dessutom under perioden 2000-2006 hela 1,3 miljarder euro från EU:s strukturfonder för att motverka de ekonomiska problemen.<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Källa: For thriving cities, it´s not enough to be cool, The Australian, 2006-02-20

Det kan vara värt att notera att fastighetspriserna i San Fransisco har sjunkit kraftigt under senare tid, dock på grund av amerikanska bolånekrisen hellre än reformarbete.

<sup>14</sup> For thriving cities, it´s not enough to be cool, The Australian, 2006-02-20

<sup>15</sup> Berlin´s economy, Staden Berlins hemsida,

[http://www.berlin.de/berlin-im-ueberblick/wirtschaft/berliner\\_wirtschaft.en.html](http://www.berlin.de/berlin-im-ueberblick/wirtschaft/berliner_wirtschaft.en.html)

Hemsidan låg uppe senast den besöktes av denna rapportens författare 2008-07-28

<sup>12</sup> Edward L. Glaeser, Review of Richard Florida´s *The Rise of the Creative Class*, Regional Science and Urban Economics, 2004, 35;5: 593-6



TIME Magazine noterar att stadshuset i Berlin trots den dåliga ekonomin spenderar mindre pengar på att stimulera ekonomisk aktivitet jämfört med att subsidiera sport och kultur. Berlins borgmästare Klaus Wowereit står dock fast vid strategin att försöka skapa tillväxt via kulturella satsningar. Han kommenterar i tidningen: ”Även om den finansiella situationen för en stad kan vara dålig måste man uppvisa en känsla av njutning i livet.”<sup>16</sup>

Australiens största stad Sydney anses av Richard Florida vara ett framgångsexempel på basis av den hipa stadsmiljön. Samma stadsplanering som satt kulturlivet i fokus har dock negligerat bygglov till vanliga familjestäder. Höga skatter och svårigheter att bygga i staden har lett till mycket höga boendekostnader som i sin tur har skapat en stagnerande utveckling.<sup>17</sup> Sydney är liksom San Francisco känt för sitt kulturliv, men utgör ett ytterligare exempel på att kulturella faktorer inte verkar kunna ersätta grundläggande goda förutsättningar för medborgarna och näringslivet.

New Orleans var en gång centrum för handel och ekonomisk aktivitet. Men stadens beslutsfattare inriktade sig allt mer på att locka till sig turister genom att utmåla staden som tolerant och kulturrik, samtidigt som de förbisåg medborgarnas säkerhet och företagets villkor. Dessutom skapades byråkratiska hinder i vägen för byggande vilket drev upp priserna på fastigheter. Redan före översvämningen år 2005 präglades New Orleans på grund av denna inställning av en svag ekonomisk utveckling, som ledde till segregation, arbetslöshet och fattigdom.<sup>18</sup>

Liverpool, Manchester, Cleveland, Detroit och Baltimore är exempel på städer som förlorat 30-40 procent av sin befolkning de senaste 50 åren. De som styr dessa städer har i stor utsträckning förlitat sig på att locka dit unga kreativa människor genom olika kulturella satsningar, en politik som har slagit fel.<sup>21</sup>

I och med att Richard Floridas idéer är så centrala för de städer som i dag satsar på en liknande teori kan det vara värt att nämna att utvecklingen i hans eget hemland de senaste 20 åren gått emot teorin om den kreativa klassen. När Steven Malanga, redaktör för tidskriften City

Journal, jämförde utvecklingen av arbeten i amerikanska städer sedan 1983 fann han att de städer som Florida rankat högst i USA utifrån sina kriterier om kreativitet klarat sig betydligt sämre än det nationella snittet. Under perioden 1983-2003 växte antalet arbeten i dessa städer med i genomsnitt endast 39 procent, jämfört med 44 procent för landet i genomsnitt. Mest anmärkningsvärt är kanske att tillväxten av arbeten under samma period i genomsnitt var hela 62 procent i de städer som Florida rankat som minst kreativa i USA.<sup>22</sup>

Det går att finna många exempel på städer som halkat efter i och med att de styrande kommit att nedtona betydelsen av konkurrenskraft och i stället trots att kultursatsningar leder till utveckling. Det tycks i dag vara lika sant som tidigare i historien att de städer som blir framgångsrika fokuserar på fria ekonomiska system, säkerhet för medborgarna och välfungerande infrastruktur. Kulturliv och en tolerant miljö behöver inte planeras fram, utan tenderar att spontant växa fram i dynamiska städer präglade av ekonomisk och kulturell utbyte.

Kulturutövare är ofta själva företagare och lockas till de miljöer som erbjuder goda förutsättningar för näringslivet, samtidigt som efterfrågan för kultur tenderar att utvecklas där det finns en levande ekonomi. Välutbildade människor i urbana miljöer tenderar samtidigt att ha en tolerant inställning till andra kulturer och levnads-sätt, kanske helt enkelt eftersom storstadslivet bygger på interaktion mellan människor med olika härkomst och livsstilar.

<sup>16</sup> The Glamor Guy, TIME Europe Magazine, 2005-05-08

<sup>17</sup> Sydney boom bleeds NSW economy, The Age, 2005-08-16

<sup>18</sup> For thriving cities, it's not enough to be cool, The Australian, 2006-02-20

<sup>19</sup> Poverty Holds City Back, The New Orleans Tribune, June/July 2004

<sup>20</sup> Metropolitan Area Employment and Unemployment: January 2005, About.com

[http://economics.about.com/od/metropolitanemployment/a/metro\\_jan05.htm](http://economics.about.com/od/metropolitanemployment/a/metro_jan05.htm)

Hemsidan låg uppe senast den besöktes av denna rapportens författare 2008-07-28

<sup>21</sup> Uncool cities, Prospect Magazine, October 2005

<sup>22</sup> The Curse of the Creative Class, A New Age theory of urban development amounts to economic snake oil, The Wall Street Journal, 2004-01-19

# Florida i svensk tappning

Hur väl stämmer Richard Floridas idéer på stadsutvecklingen i Sverige? Florida har faktiskt medförfattat en rapport som försöker mäta nivån på kreativitet i olika kommuner och län i Sverige.<sup>23</sup> Denna rapport överensstämmer mycket väl med Harvardprofessorn Glaesers tolkning av Floridas kreativitetsmått. Den går nämligen i huvudsak ut på att koppla begreppet kreativitet till utbildning.

Bland de grupper som definieras som kreativa återfinns framförallt välutbildade individer och de kommuner och län som hamnar i topp i index är uppenbarligen där det bor flest välutbildade. Att välutbildade svenskar bor i storstäder, ofta har en tolerant inställning och höga inkomster är inget nytt faktum. Eftersom utbildningsnivå inte särkopplas från begreppet kreativitet är det inte möjligt att bedöma ifall de övriga delarna av begreppet kreativitet har någon förklaringsfaktor alls.

Det finns samtidigt flera exempel på att det index som finns i rapporten ger märkliga utfall. Den kommun som rankas som mest kreativ i Sverige är exempelvis Södertälje. Ändå finns uppenbarligen betydande problem i Södertälje. Där är ohälsotalet fjärde högst bland Stockholms läns 26 kommuner medan arbetslösheten är näst högst. Södertälje hamnar samtidigt endast på plats 199:e av Sveriges 290 kommuner i Svenskt Näringslivs ranking över företagsklimat. Självklart har Södertälje positiva aspekter, men om den är den mest kreativa kommunen i Sverige så har det i vart fall inte gett resultat för välståndet.

I Floridas index utses samtidigt Botkyrka till Sveriges 22:a mest kreativa kommun. En god position, mot bakgrund av att Sverige har 290 kommuner. Innebär det att lokalpolitikerna kan slå sig till ro och hoppas på en positiv utveckling? Botkyrka präglas av den högsta arbetslösheten i Stockholms län och det näst högsta ohälsotalet. Dessutom hamnar kommunen endast på mycket låga plats 233 i rankingen över företagsklimat.

I rapporten lyfts Malmö ständigt fram som ett föredöme, eftersom kommunen anses vara den sjunde mest kreativa och den näst mest toleranta i landet. Malmö klarar sig förvisso relativt bra när det kommer till företagsklimat och hamnar på 63:e plats i Svenskt Näringslivs index över företagsklimat, men har den tionde lägsta medianinkomsten i landet på grund av omfattande utanförskap.<sup>24</sup>

Gnosjö är en kommun som ofta lyfts fram som positivt exempel på hur en konstruktiv utveckling kan uppnås. Arbetslösheten i Gnosjö ligger på enbart 0,9 procent och kommunen rankas som att ha den 17:e bästa företagsklimatet i landet. I Floridas ranking anses dock Gnosjö bara vara den 141 mest kreativa kommunen i landet.<sup>25 26 27</sup>

Sammanfattningsvis kan man säga att ifall kreativitet definieras så att välutbildade personer anses vara kreativa blir det inte svårt att finna en korrelation mellan kreativitet och storstadsregioner med goda förutsättningar för ekonomisk utveckling. En växande ekonomi med välutbildade invånare tenderar samtidigt präglas av rikt kulturliv och tolerans.

Men återigen: Börjar det verkligen med kultur och kreativitet? Kommuner med goda resultat i Floridas index kan ha stora ekonomiska och sociala problem. Är det inte troligare att allt börjar med goda förutsättningar för ett dynamiskt näringsliv?

<sup>23</sup> Irene Tinagli, Richard Florida, Patrik Ström och Evelina Wahlqvist, Sweden in the Creative Age, School of Business, Economics and Law, Göteborg University och CreativityGroupEurope, 2007

<sup>24</sup> Kommunerna som har högst och lägst medelinkomst, E24, 2007-02-22

<sup>25</sup> Ohälsa, arbetslöshet och sysselsättning i Stockholms län, TCO, 2005

<sup>26</sup> Företagsklimat databas, Rankning 2008, Svenskt Näringsliv, 2008

<sup>27</sup> Arbetsmarknadsläget i Jönköpings län juni 2008, Arbetsförmedlingens hemsida, 2008-07-10

# Vad präglar framgångsrika städer?

Enligt Joel Kotkin, internationellt väl etablerad författare som forskar kring urban utveckling, har framgångsrika städer under mänsklighetens historia präglats av samma grundläggande faktorer. En anledning till att städer historiskt utvecklades var att människor sökte sig till säkra miljöer. Än i dag är säkerhet centralt för stadens utveckling. Det påvisas inte minst av New York, som befann sig i en djup kris innan brottsligheten effektivt började bekämpas. För det andra måste städer erbjuda invånarna en känsla av unikheter, vilket skapar lojalitet till den egna orten.

Till sist bygger varje stad på ekonomiskt välmående. Kanske den viktigaste drivkraften bakom stadens utveckling har under historien varit att de fungerar som välbefinnande miljöer som underlättar utbyte. Städer som lyckas erbjuda sina medborgare möjligheten att genom arbete och företagsamhet ta sig fram i livet tenderar att bli de mest framgångsrika. Det är med andra ord ingen slump att renässanskonsten växte fram i handelsstäder som Florens eller att öppenheten för ekonomiskt utbyte gick hand i hand med ökas tolerans och kulturell utveckling i medeltida Bagdad. Historiskt har New York, Paris och London kommit att bli kända för sin konst och sitt kulturliv, något som blev möjligt först när städerna hade utvecklats som ekonomiska centra. De ekonomiska förutsättningarna för levande kulturliv uppstår i dynamiska ekonomier, samtidigt som många kulturbärare har en stark entreprenöriell drift.<sup>28</sup>

Ifall vi studerar vilka orter som varit mest framgångsrika i USA blir det tydligt att en tillväxtvänlig ekonomisk politik, väl fungerande infrastruktur, möjligheten att bygga ut staden och säkerhet än i dag står i centrum för framgångsrik stadsutveckling. Staden Charleston har exempelvis fokuserat på företagervänlig politik genom att bland annat investera i grundläggande infrastruktur för det lokala näringslivet. Mellan 1994 och 2005 har det skapats fler nya arbetstillfällen i Charleston än i New York. Detta trots att arbetsmarknaden i Charleston endast är en sextondel av den i New York.<sup>29</sup>

Charleston utgör inget unikt exempel. Den urbana utvecklingen i USA har under senare tid präglats utav att en rad medelstora städer har upplevt den bästa utvecklingen. I orter som Houston, Dallas och Phoenix har lokalpolitikerna fokuserat på kärnuppgifter som att skapa goda förutsättningar för konkurrenskraftiga företag och investera i infrastruktur. I Houston och omkringliggande orter har antalet arbetstillfällen ökat med 24 procent mellan 1994 och 2005, i Dallas med 26 procent och i Phoenix med 53 procent. Den totala ökningen av arbeten i samtliga tre städer har under perioden varit större än, eller nästan lika stort, som i New York, Boston, San Francisco och Silicon Valley sammantaget.<sup>30</sup>

Det är tydligt att näringslivet söker sig till de städer som erbjuder de bästa ekonomiska förutsättningarna, hellre än de som är mest anpassade till den så kallade ”kreativa klassen”. New York har ett av världens rikaste kulturliv, men stadens ekonomiska utveckling har varit långsammare än resten av USA under senare årtionden. En viktig anledning tycks vara de höga skatter och de omfattande regleringar som präglar stadens politik. År 1960 fanns 140 av USA:s största företag i staden. År 2006 hade denna siffra mer än halverats. I Houston, som har fört en mer tillväxtorienterad ekonomisk politik, har antalet företag som tillhör de 500 största i landet samtidigt ökat från 1 till 20 under samma period.<sup>31</sup>

Det finns en koppling mellan ett dynamiskt näringsliv och utvecklad kultursektor. Staden Burbank, som ligger strax norr om Los Angeles stadskärna, är ett typiskt exempel på detta. Näringslivet i Burbank kretsade länge kring större flygplanstillverkare som Weber Aircraft och Lockheed.<sup>32</sup> Men sedan 1989 har 14 000 arbeten inom flygindustrin försvunnit från Burbank, vilket skapade en ekonomisk kris i staden som endast har cirka 100 000 invånare.

<sup>28</sup> Joel Kotkin, *The City: A Global History*, New America Foundation, Random House, 2005

<sup>29</sup> Economic Profile and Forecast, Charleston, South Carolina, 2005

<sup>30</sup> Joel Kotkin, *Back to Basics: A Pro-Growth Public Investment Strategy*, New America Foundation, 2007

<sup>31</sup> The Myth of 'Superstar Cities', Wall Street Journal, 2007-02-13

<sup>32</sup> Nuvarande Lockheed Martin

Mer än 12 000 arbetstillfällen försvann från Burbank bara mellan åren 1989-1992. Robert M Tague, ansvarig för stadens ekonomiska utveckling, insåg att stadsledningen i viss mån hade sig själv att skylla. Burbank måste få ett vänligare företagsklimat för att hindra att ytterligare arbeten lämnade staden och återhämta sina förlorade arbetstillfällen. Ett program lades fram för att möta de utmaningar som staden stod inför där fokus låg på bättre möjligheter för det lokala näringslivet. Skatterna och lokala avgifter sänktes, attityden till företagande förbättrades och beslut kring utvecklingsprojekt kom att fattas betydligt snabbare. Samtidigt gjordes satsningar på att bygga ut såväl vägar som den lokala flygplatsen.<sup>33 34</sup>

Den företagervänliga strategin var en framgång som ledde till att många arbetstillfällen strömmade till Burbank. Staden har inte bara återhämtat sig från den ekonomiska krisen, utan även blivit ett föredöme i Kalifornien präglad av låg arbetslöshet och god ekonomisk utveckling. Även andra mindre städer i närheten av Los Angeles, såsom Glendale och Inglewood, har gjort medvetna satsningar att förbättra villkoren för det lokala näringslivet. Det faktum att dessa städer har lockat bort arbetstillfällen från Los Angeles har i sin tur stärkt ambitionerna att förbättra företagsklimatet i den senare staden. Los Angeles borgmästare har skapat "Los Angeles Business Team", vars uppgift är att identifiera varför företag överväger att lämna staden och verka för lokal konkurrenskraft jämfört med grannstäderna.<sup>35 36</sup>

Under denna process har Burbank lyckats attrahera till sig en stor del av Hollywoods nöjes och kulturliv. Stora filmproducenter som Disney, Warner Brothers och NBC har alltmer flyttat sin verksamhet till den företagervänliga staden, som har börjat titulera sig "världens nöjeshuvudstad".<sup>37</sup> Det är inte en slump att utvecklingen av kulturlivet hört samman med den generella utvecklingen i staden. Mycket av kulturproduktionen sker i dag i privata företag. Liksom övriga delar av näringslivet lockas dessa företag till städer präglade av företagervänligt perspektiv hos myndigheter samt låga skatter.

Sambandet mellan kulturliv och ekonomisk utveckling är även tydligt ifall vi studerar svenska städer. Till och börja med är det tydligt att de städer som uppnår den bästa utvecklingen är de som för den mest företagervänliga politiken. När utvecklingen av sysselsättning och inkomst studerades i olika svenska kommuner mellan perioden 1993-2004 visade det sig exempelvis att kommuner med företagervänlig politik och låga skatter hade utvecklats bäst.<sup>38</sup>

Det finns även i Sverige exempel på faran att bortse ifrån grundläggande förutsättningar för det lokala näringslivets utveckling och i stället försöka stimulera utveckling genom offentliga kultursatsningar. Ett tydligt exempel på detta är Gävle, som för hundra år sedan var en av Sveriges största och mest betydelsefulla städer. Med dubbelt så många invånare som Sundsvall och sju gånger så många som Umeå var staden utan tvekan den främsta längs Norrlandskusten. I dag kännetecknas dock Gävle inte längre av snabbväxande storföretag, utan av ett växande utanförskap och arbetslöshet. Det är i stället Sundsvall och Umeå som i första hand tävlar om titeln "Norrlands huvudstad".<sup>39</sup>

Lokalpolitiken i Gävle är inte fokuserad på de bästa förutsättningarna för näringslivet och kommunen hamnar i botten i Svenskt Näringslivs ranking av företagsklimat. I stället för att fokusera på att förbättra företagens villkor försöker kommunen artificiellt nå utveckling via kultursatsningar. I början av 1990-talet byggdes ett konserthus i staden med argumentet att det skulle skapa många nya jobb. I mars 2007 avsattes nära 6 miljoner kronor för att försöka få Gävle utnämnd till europeisk kulturhuvudstad. Resultatet av denna politik är att var tredje Gävlebo i arbetsför ålder är arbetslös, sjukskriven eller förtidspensionerad.<sup>40</sup>

<sup>33</sup> Burbank's Community Development Department reaches for the stars, Los Angeles Business Journal, 1993-10-18

<sup>34</sup> Bouncing back in Burbank - economic development in Burbank, California, Los Angeles Business Journal, 1993-05-31

<sup>35</sup> Why L.A. Is Bouncing Back, City Journal, Sommaren 2006

<sup>36</sup> The City of Burbank Economic Profile, Ekonomisk profil för staden Burbank för fjärde kvartalet 2007

<sup>37</sup> Burbank, California: Entertainment Capital, Reality Times, 2003-01-08

<sup>38</sup> Stefan Fölster och Mikael Sekund, Allt kan bli bättre - Så skapar du det bästa företagsklimatet, Svenskt Näringsliv, 2007

<sup>39</sup> Inget krig om Norrlands huvudstad, Sundsvalls Tidning, 2007-05-10

<sup>40</sup> Stefan Fölster och Mikael Sekund, Allt kan bli bättre - Så skapar du det bästa företagsklimatet, Svenskt Näringsliv 2007

Gävle är ett exempel på en svensk ort som inte lyckats i omvandlingen från traditionell arbetarstad till en modern ekonomi. Göteborg kan sägas vara exempel på motsatsen. Staden drabbades hårt av den såkallade ”varvskrisen” under 1970-talet. Många arbeten förlorades inom de stora skeppsvarven Götaverket, Lindholmen och Eriksberg. Under kommande år försvann även många arbeten inom andra delar av den tunga verkstadsindustrin som dominerade staden. Göteborg kom att drabbas av hög arbetslöshet och förlorade en stor del av sin befolkning. I centrum fanns tomma rivningstomter och förfallet var utbrett.

Staden har dock återhämtat sig och blivit hem för nya och livskraftiga industrier. Göteborg har gått ifrån en traditionell arbetarstad med stagnerande ekonomi till att i dag hysa ett växande och modernt näringsliv baserat i stor utsträckning på kunskapsbaserade företag och tjänstesektorn. Anledningen till varför Göteborg till skillnad mot Gävle har lyckats med denna omvandling är att de, liksom i Burbank i Kalifornien, har varit försiktiga med att försöka hålla liv i krympande industrier. Den öppenhet för nya branscher som har rått i staden har samtidigt gjort det möjligt för Göteborg att växa även som kulturstad. För inte så länge sedan var det få turister som attraherades till industriorten, men i dag utgör turismen en central del av Göteborgs ekonomi.<sup>41</sup>

Oavsett om vi studerar utvecklingen utomlands eller i Sverige kan vi dra slutsatsen att många regioner som lyckas skapa förutsättningar för en dynamisk ekonomisk utveckling bäddar för toleranta miljöer med sjudande kulturliv. Exempel på detta återfinns i alltifrån Charleston till Burbank och Göteborg. Samtidigt ligger det en fara i att lokalpolitiker försöker substituera en konkurrenskraftig ekonomi med offentliga kultursatsningar. Utvecklingen i städer som San Francisco, Berlin, Sydney och Gävle visar att kulturliv inte leder till arbeten, bostäder och företag när grundläggande förutsättningar för näringslivet inte finns på plats. Städer som rankas högt som ”kreativa miljöer” kan mycket väl ha stagnerande eller långsam utveckling, medan de som rankas lågt kan uppleva en snabb utveckling.

---

<sup>41</sup> Jan Jörnmark, Göteborgs globalisering, Göteborgs stadsmuseum, 2005

# Slutsatser

I den alltmer informationsbaserade ekonomin är det centralt för städer att locka till sig kreativa individer. Det finns samtidigt en koppling mellan kreativitet, ekonomisk utveckling och öppenhet för entreprenörer, forskare och konstnärer. Såväl internationella, som historiska och svenska exempel visar att städer som präglas av goda förutsättningar för näringslivet tenderar att ha dynamiska ekonomier som uppmuntrar kulturellt utbyte och öppenhet. Många kulturproducenter är själva entreprenörer och trivs därmed bra i städer som erbjuder goda förutsättningar för företagande.

Det ligger dock en fara i att inom stadsplanering misstolka orsak och samverkan. Inspirerade av Richard Floridas idéer om den kreativa klassen har beslutsfattare i Sverige kommit att blanda samman det som är roten till en växande och dynamisk ekonomi (som ett fritt näringsklimat) med det som följer i spåren av en växande ekonomi (som möjligheten att satsa på kulturliv). Såväl politiker som kulturetablissemangen har på basis av teorin om den kreativa klassen kommit att argumentera för att offentliga satsningar på kultur och politisk inblandning i ekonomin är vägen till utveckling. Samtidigt nedtonas betydelsen av en konkurrenskraftig ekonomi.

En granskning av de städer runtom världen som har lyckats och de som inte har lyckats visar dock att denna strategi är missriktad. De städer där de styrande har försökt skapa en ”hipp” och ”cool” miljö genom offentliga kultursatsningar har snarare halkat efter. Erfarenheter från alltifrån Berlin och San Francisco till Sydney och Gävle visar att det inte tycks vara en framgångsrik strategi att substituera konkurrenskraft med att via offentliga satsningar på kultur försöka skapa tillväxt. När de styrande negligerar grundläggande frågor som låga skatter, ett näringslivsvänligt klimat och möjligheter att bygga ut staden, så skapas stagnation.

De städer som utvecklas bäst tenderar i stället att vara de där lokalpolitikerna fokuserar på att skapa goda förutsättningar för hårt arbetande människor och entreprenörer. Städer som på detta vis skapar inneboende tillväxtkraft öppnar upp för kreativa företagare och ett växande kulturliv. Historien visar att städer som blivit kända för sin kultur och öppenhet först växte fram som centra för handel och entreprenörskap – från Florens till Bagdad, Paris, London och New York – ett samband som tycks hålla än i dag.

Erfarenheter från såväl Sverige som omvärlden visar att säkerhet, förutsättningar för dynamisk ekonomisk utveckling och smidig offentlig byråkrati än i dag gör urban utveckling möjlig. Det är korrekt att kreativa människor söker sig till livskraftiga städer, som i regel utvecklar ett rikt kulturliv och toleranta miljöer. Men det börjar med goda förutsättningar för företagande.

# Tidigare rapporter

- 1996** Hela Sveriges Stockholm – Handelskammarens program för näringslivets utveckling i Stockholms län.
- 1997:1** Flygets betydelse för Stockholmsregionen.
- 1997:2** Fastighetsskatten, tillväxten och jobben i stockholmsregionen.
- 1997:3** Sjöfartens betydelse för stockholmsregionen.
- 1998:1** Invandrarföretagarna, en strategisk tillgång för stockholmsregionen.
- 1998:2** Näringsliv, skola i samverkan.
- 1998:3** Framkomlighet, parkering och varudistribution i Stockholms innerstad.
- 1999:1** Lärlingsutbildning – attraktiv yrkesutbildning för stockholmsregionen.
- 1999:2** Minskad brottslighet i Stockholm- näringslivets roll, ansvar och krav.
- 1999:3** Elektronisk handel – i väntan på det stora genombrottet.
- 2000:1** Inflyttning och tillväxt i stockholmsregionen.
- 2000:2** Ökad tillväxt genom förenklingar för små företag.
- 2000:3** På nya spår – järnvägens betydelse för Stockholm.
- 2001:1** Bostadsbristen i stockholmsregionen – en dålig affär för Sverige.
- 2001:2** Trafiklösningar för framtiden.
- 2001:3** Ambassadernas roll för svenskt näringsliv.
- 2002:1** Hur skattas Stockholm?
- 2003:1** Skattetilläggen – hög tid att stärka rättssäkerheten.
- 2004:1** Hinder vid handel. Exemplet Norge.
- 2004:2** Energialternativ för Stockholms framtid. Vilken roll kan naturgasen spela?
- 2004:3** Skärpt beskattning av stockholmsregionen.
- 2005:1** På spåret – Lönsamma kollektivtrafiksatsningar i Stockholm
- 2005:2** 10 punkter för en effektivare offentlig upphandling
- 2005:3** Trängselskatten – ett vägval för Stockholmsregionen
- 2006:1** Åtgärda Stockholms stadsbrist
- 2006:2** Världsklass Stockholm – en studie om framtiden
- 2006:3** Förslag om förändrade regler för sponsring
- 2006:4** PPP – en modell för svensk infrastruktur
- 2007:1** Hög tid för ny energipolitik
- 2007:2** Information i offentlig sektor – tillväxt eller konkurrens
- 2007:3** Framtidens kollektivtrafik
- 2007:4** Stockholmsförhandlingens slutsatser – Handelskammarens förslag
- 2007:5** Rätt internprissättning inom bolag – en kritisk granskning av svenska skatteregler
- 2008:1** Ett vägval för Sverige



---

*Stockholms  
Handelskammare*

---

**Besöksadress:**  
Västra Trädgårdsgatan 9  
Box 16050  
103 21 Stockholm

Tel: 08-555 100 00  
e-post: [info@chamber.se](mailto:info@chamber.se)

[www.chamber.se](http://www.chamber.se)