

Rolighedsvej 23 • DK-1958 Frederiksberg C.  
Tel. +45 Tel. 3528 1818 • Fax +45 3528 1508  
erich@kvl.dk  
www.byforskning.dk

## **Når kultur skal være drivkræft for mellemstore byers vækst**

Artikel i KULTUR & FRITID, nr. 3, december 2007

Søren Smidt-Jensen, Phd-stipendiat, Københavns Universitet, Center for Skov, Landskab & Planlægning, samt Center for Strategisk Byforskning – Realdania Forskning. ssj@life.ku.dk



Realdania Research



Forest & Landscape Denmark  
The Royal Veterinary and  
Agricultural University



Department of Landscape and  
Urbanism  
Aarhus School of Architecture



Institute of Geography  
University of Copenhagen

## Når kultur skal være drivkraft for mellemstore byers vækst

*"If we don't have any culture let's buy one!"*

J.D. Rockefeller

### Byers kulturkonkurrence

Brede cykelstier, pasningsgaranti og lav skat er ikke længere nok for at gøre små og mellemstore byer attraktive. I stigende grad betragtes en bys udbud af kultur og oplevelser som instrumenter til at fremme byernes vækst og konkurrenceevne. Herhjemme er det især tydeligt i flere mellemstore østjyske byer som f.eks. Randers, Horsens, Fredericia og Vejle, der konkurrerer om at tiltrække mennesker, som arbejder i den sammenhængende pendlings- og arbejdsmarkedsregion, der er ved at blive skabt fra Randers i Nord over Århus til Vejle i Syd.<sup>1</sup> Veluddannede, vellønnede og kompetente indbyggere er naturligvis de mest eftertragtede. I denne *grænseløse by*<sup>2</sup>, som er termen danske byforskere har givet regionen, kæmper byerne som på en *catwalk* om at vise sig frem, og i selvpromoveringen er byernes kulturudbud blevet stadigt mere betydningsfulde, hvad enten det er satsninger på finkultur eller udbud i den mere populære genre, eller permanente konstruktioner såvel som kortvarige events.

Byernes strategier kan ses som forsøg på at iscenesætte sig selv i bykonkurrencen og for at designe fortællinger om stederne i håbet om at undgå at "forsvinde" i storbyens bagland. Panduros arrangementer i Horsens er et eksempel på den spektakulære iscenesættelse af en by. Virkningen kan bl.a. aflæses i at Horsens har en af de højeste tilflytterrater i landet. Den kommende kulturkanon for Ikast-Brande kommune er et eksempel på hvordan der graves i historien for at finde lokale identitetsmarkører som f.eks. kulturpersonligheder, sagn og bygninger. Under bybranding-kampagnen i Randers som blev gennemført fra 2003 til 2006, blev der gjort et lignende forsøg på at finde "essensen" af byen.<sup>3</sup> Kanonisering og branding simplificerer fortællingen, men skærer også en byprofil til, så byen bliver lettere at erkende på oplevelsessamfundets by- og boligmarked, der er tætpakket med fristende tilbud.

Udflyttere fra storbyerne vil ofte have et krav om et rigt kunst- og kulturliv, når de flytter til mindre byer. Derfor vil der mange steder være grundlag for at sikre de kulturelle flagskibe et kvalitetsbevidst publikum og samtidig en professionalisering af i hvert fald dele af den lokale kultursektor. Det er tendensen udenfor Danmark og den slår formentlig snart igennem herhjemme.<sup>4</sup>

### BIZ-Art i Vejle og Viborgs kreative kaserne

Vejle er en af de mellemstore byer, der i disse år arbejder meget målrettet på at skabe koblinger mellem kunst, kultur, erhvervsudvikling, byfornyelse og bosætningspolitik. I Spinderihallerne er der snart 5000 m<sup>2</sup> klar til at kunne tages i brug som "Syddanmarks største knudepunkt for mødet mellem det kreative og erhvervslivet." Under navnet *BIZ-Art* har kommunen i de seneste år prioriteret de kreative erhverv højt og i de rå og industrielle rum skabes der nu et miljø, hvor designere, reklamefolk, grafikere og kunstnere kan arbejde, udstille og lave performances. Der er også gjort plads til at udviklingsmedarbejdere fra mere traditionelle virksomheder kan flytte ind. De etablerede virksomheder skal få inspiration fra de "krøllede hjerner", der omvendt kan give sparring og være mentorer for de kreative virksomheder og de

<sup>1</sup> Skov & Naturstyrelsen (2006) Det nye Danmarkskort. København: Miljøministeriet.

<sup>2</sup> Se [www.byforskning.dk](http://www.byforskning.dk) for en uddybning af begrebet.

<sup>3</sup> Smidt-Jensen, S. (2005) Brandet by. BYPLAN, nr. 1. København: Arkitektens forlag.

<sup>4</sup> Kotkin, J. (2003) The City: A Global History. Modern Library.

studerende, som er tilknyttet BIZ-Art. Igennem BIZ-Art støttes også kunst- og kulturarrangementer, der kan give Vejle noget mere ”kant”. BIZ-Art er ”hard-core erhvervs- og bosætningspolitik”<sup>5</sup> og en vigtig hjørnesteen i Vejles *mikropol-strategi*, hvor et centralt mål er at kunne tiltrække og holde på kreative og videntunge medarbejdere.

Et andet eksempel på hvordan der skabes tætte koblinger mellem kultur, fritid, erhvervsudvikling, uddannelse, ungdomspolitik og byplanlægning ses i projektet med at omdanne Viborg kaserne til en kreativ bydel, hvor animationsuddannelsen *The Animation Workshop* (TAW) er en central dynamo for processen. I dag summer en del af den tidligere kaserne med kreative TAW-studerende fra hele verden og underviserne, der flyves ind fra USA, Frankrig og Rusland. I 2007 er der startet 6-7 nye animationsvirksomheder i Viborg-området, alle med afsæt i TAW's iværksættermiljø *Dreamlab*. Kaserneområdet huser i dag også et nationalt vækstmiljø for børnekultur, Kongres- og Kulturcenter Tinghallen, biograf og Viborg stadion. I fremtiden skal bydelen bl.a. huse Viborg-Seminariet, Tekstilseminariet, sygeplejeskole og erhvervsakademi. Der er også planer om en større kollegieby med 250 ungdomsboliger og et hotel tilknyttet Viborg Håndbold Klub, en af Danmarks mest professionelt drevne sportklubber, der også driver eget håndbold-college.

### **Påtrængende helhedstænkning og nye koblinger**

I den kommunale organisation vil skabelsen af nye koblinger i form af f.eks. tværgående udviklingsprojekter og et positivt samspil mellem forvaltninger og embedsmænd, der traditionelt ikke har haft meget med hinanden at gøre, være betydningsfuld for at projekter som BIZ-Art og den kreative bydel i Viborg skal lykkes. Nye administrative sammensætninger og nye arbejdsformer vil det også være nødvendige at være åbne overfor. Odense Kommunes By- og Kulturforvaltning har været blandt pionerne på at forsøge at indføre en *cross-over* tankegang blandt embedsmændene, men ”... der har været en helvedes ballade om det vi har gjort, sat kulturfolk og byplanlæggere sammen og håbet på synergi ... indtil videre tror jeg ikke man kan sige at der er kommet synergier ud af det, bl.a. fordi det har været ret formelt. Man har endnu ikke åbnet op og arbejdet meget på tværs.”<sup>6</sup>

I Viborg Kommune er der blevet arbejdet meget projektorienteret for at udvikle den kreative bydel. For at projektarbejdsformen skal fungere kræver det imidlertid at medarbejdere kan rykkes ud af deres respektive forvaltninger for at blive sat sammen i projektgrupper i en afgrænset periode. Det er en metode, der har som forudsætning, at de enkelte forvaltninger og medarbejdere ikke betragter sig som hinandens konkurrenter, men at der tænkes i helheder og i synergi.<sup>7</sup>

Ledelsesmæssigt vil en udfordring være at finde medarbejdere i den kommunale organisation, der både er eksperter på deres område (f.eks. byplanlæggere, erhvervsudviklere og kulturkonsulenter) og som også er gode til tænke helhedsorienteret og arbejde i tværfaglige teams. Debatten om *creativity in planning*, der i disse år kører i byforskerkredse, handler netop om behovet for fornyelse i den offentlige forvaltning, ledelse og i kompetencer, hvis der skal skabes de bedste rammer for en byudvikling drevet af kultur og kreativitet.<sup>8</sup> I diskussionen trækkes der meget på eksempler fra England, da det her er mere eksplicit, at lokal kulturpolitik skal bidrage til lokal økonomisk udvikling, hvorfor der også har været et større behov for at udvikle det tværsektorielle arbejde.

<sup>5</sup> Lene Lawaets, konsulent, Vejle Erhvervsudvikling, interview, juni 2007

<sup>6</sup> Jannek Nyrop, kontorchef, By- og Kulturforvaltningen, Odense Kommune, foredrag november 2006.

<sup>7</sup> Frank Mikkelsen, projektudviklingschef, Viborg Kommune, interview, august 2007.

<sup>8</sup> Se bl.a. Landry, C. (2006) *The Art of City-Making*. London: Earthscan.

## Rockefeller og Søren Ryge

Den relative betydning af kulturelle erhverv målt i antal jobs er i de fleste mellemstore byer i Danmark meget begrænset.<sup>9</sup> Den direkte effekt i form af skabte jobs afledt af BIZ-Art og TAW er måske heller ikke det vigtigste for byer som Vejle og Viborg. Betydningen lægger i høj grad i at projekterne fungerer som vigtige vitaminer for udviklingen af et levende byliv med en stærk prægning af kunst og kultur, hvilket netop er blevet et meget vigtigt aktiv i konkurrencen imellem byer om at tiltrække i første omgang eftertragtet arbejdskraft, og sekundært besøgende og virksomheder.<sup>10</sup>

Den rolle som kulturen her får som drivkraft for byens vækst og udvikling, skal erkendes af beslutningstagere, embedsmænd og andre involveret i kultur- og fritidsområdet. Man må forholde sig til, at der er interesse for at skabe stærkere koblinger mellem kultur og andre politikområder, bl.a. erhvervs politik og byplanlægning. For beslutningstagerne på det "etablerede" kultur- og fritidsområde vil en politisk beslutning før eller siden trænge sig på for at få afgjort, hvor langt instrumentaliseringen - eller "den nye værdsætning af kulturen" (alt efter hvilken optik der bruges), for byernes fysiske og økonomiske vækst og udvikling skal gå for "deres" politikområde.

Et af de spørgsmål som skal stilles er, hvordan kulturlivet - hvad enten det er den elitære kultur, græsrods-/vækstlagskulturen eller amatørkulturen, får mulighed for at udvikle sig, når sammenkædningen til byens udviklingspolitik bliver så stærk? En oplagt fare som følge af sammenkædningen er, at der kommer en stærk ubalance mellem på den ene side prioriteringer i kulturens *hardware* (bygninger og byrum til kulturelle formål) og på den anden side kulturens *software* (kulturelle aktiviteter). Muligheden for underinvestering i de kulturelle aktiviteter ses f.eks. i Odenses kulturstrategi<sup>11</sup>, hvor der er afsat over 1 mia. kr. til den kulturdrevne byudvikling samlet set over en 10-årig periode, mens der til "*særlige udviklingsprojekter i det kulturelle vækstlag*" kun er afsat ca. 1½ mio. kr. pr. år: "Får vi ikke noget ud af den milliard, så har vi godt nok begået nogle fejl. For det er godt nok mange penge, især til det område her ... Men på nuværende tidspunkt ser det for mig ud som om, at man er ved at begå en fejl, for der er for meget mursten i kulturstrategien og for lidt aktiviteter."<sup>12</sup>

For en by der ønsker at øge kulturens rolle som drivkraft for vækst og udvikling, vil det derfor være vigtigt at få afklaret hvad man *vil* og *kan* med kulturlivet. Groft trukket op er én yderposition at følge "Rockefeller-strategien", hvor kultur opfattes som et produkt, der færdiglaves kan indkøbes på et marked. Det står i kontrast til en opfattelse af, at kultur kræver aktiv dyrkning for at kunne udvikles – lad os for morskabsskyld kalde modsætningen "Søren Ryge-strategien". Denne opfattelse er også en forudsætning for at kulturelle erhverv som i Vejle og Viborg kan udvikles. Men Rockefeller-tankegangen vil i mange mellemstore byer være fristende fordi den kritiske masse af lokale "kulturproducenter" vil være forholdsvis lille, hvilket kan gøre det vanskeligt at gøre et lokalt kulturliv tilstrækkeligt stærkt til, at det kan fungere som markant

---

<sup>9</sup> Smidt-Jensen, S., L. Winther & C. Skytt (under publicering) The geographies of the experience and knowledge economies in small and medium sized cities: location dynamics, employment and human capital. The case of Denmark. European Planning Studies.

<sup>10</sup> Florida, R. (2002) The Rise of the Creative Class. New York: Basic Books.

<sup>11</sup> I september 2004 vedtog byrådet i Odense et budget for byens kulturstrategi for 100 mio for de kommende 10 år. I december 2004 blev beløbet øget til 385 mio. kr over 10 år. Tages forskellige samarbejdsprojekter med private investorer med, er beløbet for drift og anlægning på tæt ved 100 mio kr om året over 10 år, dvs. tæt på 1 mia. kr i alt (Jannek Nyrop, kontorchef, By- og Kulturforvaltningen, Odense Kommune, foredrag november 2006).

<sup>12</sup> Jannek Nyrop, kontorchef, By- og Kulturforvaltningen, Odense Kommune, foredrag november 2006.

drivkræft for en bys udvikling. Også derfor kan det være en god idé at afklare, hvad man i en by vil og kan med kulturlivet.