

Den attraktiva stadskärnan är inte en plats för alla

I stadens offentliga rum blir samhällets konflikter och ojämlikheter synliga. Men när städer försöker marknadsföra sig i en global konkurrens om investeringar och turister förvandlas stadskärnan till en säljande image.

– Det finns en mängd subtila strategier som bit för bit tar bort det offentliga rummets demokratiska funktioner – utan att vi märker det, säger Catharina Thörn, kulturforskare och en av författarna till boken *Stad till salu: entreprenörsurbanismen och det offentliga rummets värde*.

Entreprenörsurbanism, som myntades av kulturgeografen David Harvey i slutet av 1980-talet, handlar om en förändrad syn på staden.

– Den bygger på tanken att städer är i konkurrens med varandra. Vilket innebär att staden måste säljas in, den måste ha ett starkt varumärke. Kännetecknande för entreprenörsurbanismen är just synen på staden som en slags entreprenör. Någon som skapar, tar risker och gör projekt, säger Catharina Thörn.

Och det är genom att samverka med privata aktörer som staden bygger sitt varumärke. I boken studeras två offentligt-privata partnerskap: Innerstaden Göteborg och City i Samverkan i Stockholm. I båda dessa organisationer samarbetar kommun, fastighetsägare och handlare för att göra stadskärnan mer attraktiv.

Flanörvänligt med atmosfär

Catharina Thörn menar att entreprenörsurbanismen är ett svar på fordismens kris som uppstod under 1970-talet.

– För hamnstaden Göteborg innebar det att försöka hitta ett nytt sätt att vara stad på, den gamla identiteten som arbetar- och industristad måste ersättas med något helt annat. Något mer hippt och coolt, en annan typ av atmosfär, säger hon.

I kapitlet *Industristadens nya kläder* beskrivs entreprenörsurbanismens första trevande steg i Göteborg. I början av 1990-talet startades de allra första samverkansprojekten mellan staden och fastighetsägare. Stadskärnan fick flanörvänliga gångfartsgator och Harry Hjörnes plats byggdes – omgiven av butiker, kaféer och restauranger.

Det var evenemang som skulle rädda Göteborg ur krisen.

– Staden skulle ha stora evenemang, vara en turistdestination och anordna konferenser. 1995 arrangerades friidrotts-VM och då började läroprocessen – om staden skulle satsa på evenemang måste stadskärnan göras mer attraktiv. Göteborgs Stad startade samverkansplattformen *Trygg vacker stad* och 2005 bildades Innerstaden Göteborg.

Subtil styrning genom imagineering

Innerstaden Göteborg arbetar projektinriktat och lägger stor omsorg i detaljerna. De betonar vikten av att plocka cigarettfimpar och förespråkar butiksskyltning som är mer lockande än informativ. Alla små detaljer ska tillsammans skapa en atmosfär som förändrar platsen – en inbjudan till att känna och uppleva.

Den här strävan efter ett sinneslandskap kallar Catharina Thörn för *imagineering*, ett begrepp hämtat från Walt Disney som ville ha ett ord där image kombinerades med *engineering*. En beskrivning för hur man skapar miljöer som fungerar som en bild – som Disneyland.

– *Imagineering* är en form av atmosfäris makt. Den exkluderar inte genom staket utan styrningen är mer subtil. De som inte känner sig hemma på platsen eller inte har råd väljer att inte gå dit, säger Catharina Thörn.

Men den subtila styrningen av vilka som rör sig i stadskärnan behöver stödjas av renhållning. Allt från att plocka fimpar till att hålla rent från människor som inte ska vara på platsen.

– Ett exempel är projektet där ett vaktbolag patrullerar i stadskärnan nattetid. Göteborgs Stad framhåller det som en samverkan för att upprätthålla tryggheten i staden. Men vaktbolaget är noga med att betona att de bevakar sina beställares intressen. När man tittar i deras loggbok handlar det i överraskande grad om att säga till uteliggare att flytta på sig, säger Catharina Thörn.

Handlarna viktiga – men sårbara

Även om nästan alla byggnader står kvar och inga nya vägdragningar har gjorts, ser stadskärnan annorlunda ut idag jämfört med 1990-talet. Alla små antikvariat, billiga second hand-affärer och tidningsbutiker är borta. Istället har de ersatts av livsstilsbutiker som attraherar en köpstark medelklass.

– Om man skulle säga det – vi kommer göra en förändring som tar bort de billiga enkla butikerna och ersätter dem med ganska dyra butiker där vissa grupper handlar – så skulle många reagera. Men det har skett gradvis, säger Catharina Thörn.

Ett av Innerstaden Göteborgs kärnmål är höjda fastighetsvärden, och det betyder i sin tur höjda lokalhyror. Många av de handlare som var med om att skapa förändringen har själva fått flytta därifrån.

– Handlarna har spelat en viktig roll i processen, men de är utbytbara. Wallenstam, som köpt upp stora delar av beståndet, har en tydlig strategi att få in större kedjor med exklusiva märken – som kan betala högre hyror, säger Catharina Thörn.

Stadsplanerarnas roll förändras

I boken beskrivs också en långsam attitydförändring bland tjänstepersoner på stadsbyggnadskontoret i Göteborg. Mellan 1981 och 1996 genomfördes en satsning då en mängd fastighetsägare, handlare och människor som besökte stadskärnan intervjuades. Det hela resulterade i en lång rad rapporter där tjänstepersoner på stadsbyggnadskontoret försökte formulera stadskärnans framtid.

– 1980-talet är fasen mittemellan. Inledningsvis talas det om att staden är en plats för alla – det säger vi ju fortfarande – och att fastighetsspekulation därför bör undvikas. Att man måste tänka på hyresnivåer och vikten av att ha enklare butiker. Det finns en formulering som jag tycker är väldigt rolig: "Vi ska inte alla behöva gå och kråma oss i inne-butiker och glitterpalats", säger Catharina Thörn.

I dokumenten ses staden som en plats för olika intressen, och kommunens uppgift är att balansera de olika intressena; fastighetsägarnas, handlarnas och medborgarnas. Kommunen tar också på sig rollen att stärka de intressen som inte är så ekonomiskt starka.

– Sedan går tiden. Och det kommer en ny rapport som säger: om staden är till för alla kan inte a-laget sitta här för då blir det inte tryggt. Plötsligt har fastighetsägarna och kommunen gemensamt intresse; att skapa en attraktiv stadskärna. Hela idén om intressekonflikter är borta, liksom alla ambitioner att balansera. Idag är tankarna om staden som varumärke och stadskärnan som ansiktet utåt så etablerade att de är svåra att ifrågasätta.

"Se upp för små Arnoldar"

Att visuellt gestalta ett offentligt rum är att utöva makt, något som Catharina Thörn tycker att planerare, fastighetsägare och andra intressenter måste vara medvetna om. Den visuella gestaltningen reglerar platsens sätt att fungera.

– I det offentliga rummet manifesteras samhälleliga konflikter och klasskillnader – det blir en plats där samhället är. Det luriga uppstår när man börjar se det som obehagligt och vill göra det lite tryggare och trivsammare. Det är då mekanismerna som bit för bit stänger ned de demokratiska funktionerna startar, säger hon.

I det allra sista avsnittet av boken förs ett resonemang kring vikten av att återvända till Hyde Park. 1866 hölls en rösträttsdemonstration i parken som urartade när den brittiska staten motade bort

människor med grindar och polis. En man som hette Matthew Arnold, författare till Culture and Anarchy, använde händelsen för att propagera för förbud mot demonstrationer i det offentliga rummet.

1971, med 1968 i färskt minne, skriver kulturstudieforskaren Raymond Williams en text där han varnar för alla små Arnoldar som kommer försöka stänga ned det offentliga rummets demokratiska funktion.

– Därför måste vi återvända till Hyde Park. Vi kan inte tro att det offentliga rummet försvaras åt oss – vi måste reclaima det igen och igen, säger Catharina Thörn.

Text: Elisabeth Klingberg

Fotnot: Stad till salu: entreprenörsurbanismen och det offentliga rummets värde (2016) är skriven av Mats Franzén, Nils Hertting och Catharina Thörn.