

Mellan dröm och verklighet

Om hur älvstaden fylls med
innehåll

Sara Brorström

Mellan dröm och verklighet

Om hur älvstaden fylls med innehåll

Sara Brorström

KFi-rapport nr 142

ISBN 978-91-87454-53-0
© KFi tillsammans med författarna 2017
KFi – Kommunforskning i Västsverige
c/o Göteborgs universitet
Box 665
405 30 Göteborg
Tel 031-786 59 00
E-post kfi@kfi.se
www.kfi.se

Innehåll

Introduktion	7
Styra bilden av staden – image och identitet	10
Vad innebär det att vara öppen för världen?	14
Analys – hur platsen skapas	21
Slutsatser – platsen skapas i mellanrummen.....	24
Referenser	27

Introduktion

I Göteborg finns visioner om Älvstaden, de centrala delarna av Göteborg på båda sidor älven, men än så länge är Älvstaden framförallt något som existerar på kartor, i planer, i strategier och i samtal. Även om det vid det här laget också har börjat byggas på sina håll så är helheten fortfarande en bit bort. Men trots det måste det ageras som om Älvstaden existerar som fysisk plats och det görs genom språket, genom hur det talas om platsen. Genom att analysera och diskutera hur det talas om Älvstaden och Göteborg kan vi identifiera den bild som aktörerna har av staden och platsen. Att platser först tar plats i tal och skrift är ingen ny iakttagelse, det är genom språket vi skapar mening av vad vi upplever och när vi börjar tala om något skapas det samtidigt (Weick, 1995). Denna insikt kan användas för att följa utvecklingen av Älvstaden, hur platsen formas, skapas och omskapas genom att det talas om den i olika sammanhang och av aktörer med olika intressen av platsen. Denna rapport syftar till att förklara och diskutera hur platser, i det här fallet Älvstaden, skapas genom språket.

Visionen för Älvstaden sammanfattas i "*Göteborg – Öppen för Världen*" och de tre strategierna; *hela staden*, *stärka kärnan* och *möta vattnet*. Visionsdokumentet antogs i oktober 2012 av kommunfullmäktige efter en tvåårig process att formulera ett dokument innehållande de övergripande strategierna för Älvstaden, centrala Göteborg på båda sidor av Göta Älv. Syftet med att formulera en vision för Älvstaden var flera, det handlar om att utveckla ett område i centrala staden där det finns enorma möjligheter men det handlar också om en intern organisationsprocess där stadsutvecklingsfrågor ska hanteras och organiseras på ett delvis nytt sätt. Arbetet med Älvstaden syftar därför till att förändra såväl struktur som kultur inom staden. Det fanns i Göteborg vid tiden för formulerandet av vision Älvstaden också en vilja att förändra. Att förändra hur staden organiserades, stadens kultur och hur man inom staden arbetade med frågor som inte endast har bäring på en förvaltning eller ett bolag, utan är av betydelse för hela staden. Älvstaden var en sådan fråga och syftet var att skapa visioner och strategier för området som gick utöver det tidigare sättet att arbeta, där en fråga kunde hanteras på flera platser inom organisationen samtidig och ibland till och med motsägelsefullt. Mycket information samlades

inom visionsprocessen, det gjordes en kunskapsinsamling med bland annat en internationell workshop med deltagare från hela världen samt en medborgardialog där omkring 3000 göteborgare tyckte till om den framtida staden (se mer Åström & Brorström, 2011). Göteborgs stads arbete med att formulera visionen för Älvstaden påbörjades i januari 2011 och arbetet med att förverkliga den kommer att fortgå under lång tid framöver. I detta arbete ingår att skapa platsens identitet dels utifrån det som är typiskt Göteborgskt och som aktörerna i staden vill bevara men också baserat på att det ska skapas en ”ny” stad, men en delvis ny identitet. Detta innehåll är i fokus i denna rapport.

Efter att visionen antogs av Kommunfullmäktige 2012 lämnades arbetet med att se över hur det skulle överföras till en koordineringsfunktion. Arbetet som koordineringen gjorde gick ut på att dels informera och kommunicera visionen och att skapa den projektorganisation som ska förverkliga den. Organisationen som skapades består av en styrgrupp med flera av stadens direktörer samt en projektledningsgrupp med tjänstemän från olika förvaltningar. Arbetet är också uppdelat i delprojekt, det vill säga områden som är i olika faser av planering och utbyggnad. Dessutom finns givetvis den politiska styrningen. Diskussioner i dessa olika former har följts över tid.

Metod och data

Denna rapport bygger dels på erfarenheterna av det forskningsprojekt som under två års tid följde formerandet av visioner och strategier för Älvstaden. I detta projekt genomfördes cirka 40 intervjuer och 250 timmars observation av möten och workshops. Arbetet leddes av en ledningsgrupp och kommunstyrelsen utgjorde styrgrupp. Dessa olika insatsers arbete och diskussioner dem sinsemellan följdes och dokumenterades. Inom del två av forskningen kring Älvstaden har 15 ytterligare intervjuer genomförts samt cirka 100 timmars observation av projektledningsgruppens möten samt styrgruppens möten. Del 2 bygger givetvis på del 1. Den kunskap som inhämtades under de inledande två åren är en förutsättning för att i del två, förverkligandefasen, ställa rätt frågor. De intervjuer som har genomförts har transkriberats ordagrant och därefter analyserats genom att de har lästs igenom och teman har skapats. Datainsamlingen kan därför sägas bestå av två steg, dels det då visionen och strategierna skrevs och sedan det där de också ska genomföras. Därför är också denna rapport uppdelat härigenom. Vad ansågs vara viktigt innehållsmässigt i steg ett och sedan i steg två? Detta tillvägagångssätt bygger på att skapandet av platsidentitet är något ständigt pågående. Dessutom har observationer genomförts i

de olika delprojekten, bland annat har författaren deltagit på workshops kring utvecklingen av delområdet Gullbergsvass, som i denna rapport används som exempel på hur visionen bryts ned i ett enskilt delområde. I det arbetet återfinns aktörer som befinner sig relativt långt från stadens organisation i form av konsulter som till sin profession är arkitekter eller stadsplanerare. Att det då sker en annan tolkning av vad Älvstaden är, är inte förvånande. Hur detta går till är dock av största betydelse för att förstå hur en vision "reser" och hur platsens identitet utformas både uppifrån-ned och nedifrån-upp. Nedan följer en litteraturgenomgång.

Styra bilden av staden – image och identitet

Att skapa identitet för en stad, eller ny identitet är en komplicerad process som hamnar någonstans mellan stadens historia och det som de som styr vill att staden ska vara i framtiden. Cochrane (2006) beskriver exempelvis Berlins kamp mellan historia och den framtida staden som ett arbete som snarare handlar om att omtolka och omdefiniera stadens historia än att skapa nytt. En anledning till att städer alltmer försöker styra bilden, kan förklaras av att de påverkas av andra. I sin studie av Warszawa, Stockholm och Rom såg Czarniawska (2002) hur aktörer i Warszawa genomförde förändringar baserat på den bild stadsledningen hade angående hur staden borde vara. Det innebar att staden borde ha en tunnelbana, ett modernare system för hantering av vattenrening och en centraliserad hantering av infrastruktur, eftersom detta var förändringar som passade en modern europeisk huvudstad. I de två andra städerna var det också viktigt att leva upp till bilden av en modern europeisk huvudstad men det var helt andra frågor som var i fokus för att göra det. I Stockholm handlade det om IT, om decentralisering och om hållbarhet och i Rom om trafiklösningar, kultur och privatisering. Czarniawska förklarar detta genom att självbild skapas genom samspel mellan identitet och alteritet (vad man inte är) och översättning av de moden som finns till den lokala kontexten.

I likhet med Czarniawska argumenterar Cook och Ward (2011) att policydokument är något som cirkulerar och översätts till olika städers lokala kontext. En anledning härtill är att städer i allt större utsträckning visas upp för andra städer genom att staden redovisar tillvägagångssätt och metoder för andra, något som skapar en ”bästa praktik”. Detta gör att lösningar och metoder sprids genom möten mellan vad Ward (2007) kallar stadseliter där en stad lockas av andra städers succéberättelser. Spridningen sker genom konferenser, workshops och seminarier med experter i olika frågor som bjuds in till staden och som reser runt till olika städer. En problematik är att det som visas upp för andra inte är hela sanningen och därför kan även misstag kopieras mellan städer

(Bulkeley, 2006). Att städer följer samma praktik resulterar i att städer också liknar varandra, till exempel har Baltimore varit föregångare till andra städernas ombyggnad av hamnområden – bland annat Amsterdam, Barcelona, Dubai och Los Angeles (McCann & Ward, 2010), Singapore (Chang & Huang, 2011) och Hamburg (Novy & Colomb, 2013). Områdena kännetecknas av att lösningar och arkitektur liknar varandra. Davidson (2007) benämner utvecklingen för en ”riverside gentrification”, som innebär att en välmående medelklass flyttar hit och knuffar bort de som redan befinner sig här. Vattennära områden har traditionellt använts för handel, sophantering och fritidsaktiviteter men har på senare tid alltmer blivit utrymme för attraktiva bostäder (Oakley & Johnson, 2013).

På liknande sätt sägs Barcelona ha fått andra städer att följa en viss Barcelona-modell vid stadsomvandling som bygger på samarbeten mellan stad, stat, företag och invånare. Omvandlingen av Barcelona genomfördes genom tre uttalade strategier; 1) att bevara historiskt viktiga byggnader i staden. 2) att utveckla flaggskeppsarkitektur, vilket möjliggjorde för nutida arkitekter att göra avtryck samt 3) att öppna upp staden för vattnet (Degen & Garcia, 2012). Anledningen till att Barcelona-modellen har spridits anses vara att staden vände en ekonomisk kris till en framgångsrik stad, naturligt nog eftersöks då förklaringar som går att använda även i andra kontexter (Garcia, 2006; Rius Ulldemolins, 2014). Även Vancouver har stått modell för flera andra städernas utveckling med satsning på täthet och social hållbarhet (Holden, 2012). Men en av idéerna bakom Vancouvers framgång, att bygga tätt, har kritiserats eftersom sambanden mellan att bygga tätt och andra värden är otydliga (Rolsol, 2013). Att städer står modell för andra städer har fått Garcia (2006) att argumentera för att vissa städer antar en form av ”kändisstatus”. Fenomenet kritiserar för att ta sig uttryck i att: *”local(ities) paradoxically seek uniqueness by coping others”* (Cox & Mair; 1991:207). Problematiken är att stadsomvandling är ett fenomen djupt förankrat i stadens historia och platsspecifika förutsättningar. Trots försök att förändra bilden av staden för att locka nya invånare såväl som företagare är det därför inte enkelt att förändra hur en plats uppfattas. Individer förknippar händelser och känslor med platser, vilket gör den svårföränderlig (Ek & Hultman 2007: se också McFarlane, 2011). Exempelvis beskriver Pipan (2001) den italienska huvudstaden Roms komplicerade arbete med att förena den romerska traditionen med en modern framtoning. Men även om människor inte har någon naturlig koppling till platsen har Massey (1994) visat att de tar till sig dess historiska arv. Hennes studie visade att då människor flyttar till en plats tar de till sig platsens historia och känner sig som en del av arvet även om de inte per-

sonligen har upplevt det eller har koppling dit genom tidigare generationer. En invändning mot slutsatsen är att det faktum att de flyttar till platsen tyder på att de trots allt känner en anknytning dit (se också Main, 2015).

Platsskapande, identitet och marknadsföring

Platser har ingen fast mening eller identitet, där platsskapandet dels är en individuell process och dels en social gruppprocess. Därför är också platsens historia öppen för omtolkningar över tid (Massey, 1995). Detta är också något som kan ske genom politiska överväganden om hur staden planeras, ett område där det enligt Blokland (2009) saknas forskning.

På grund av omvandlingen av den offentliga sektorn genom entreprenarism och new public managementidéer läggs allt mer kraft på stadens image och identitet (Harvey, 1989; Cox, 2009; Parés mfl., 2014). Parés med flera (2014) menar att den omvandlingen som sker kan delas in i två delar, dels är planeringen och platsskapandet något som alltmer sker genom involvering av privata krafter. Kritiken härtill är att genomsynligheten blir svagare och demokratin därför också försvagas (Swyngedouw, 2009). Den andra delen innebär ett allt större fokus på lokal tillväxt, något som kritiserats för att föra fokus från sociala och ekologiska frågor inom stadsomvandling (Cochrane, 2006). Parés med flera (2014) menar emellertid att i de fall där invånarna har involverats i högre grad finns också ett större fokus på sociala samt ekologiska frågor.

Det blir också allt vanligare att staden ses som en vara som kan säljas på en marknad, genom platsmarknadsföring (Kearns & Philo, 1993; Kotler med flera, 2002). Marknadsföring av städer har kritiserats eftersom den bild som förmedlas och presenteras utåt innebär att andra, minst lika "sanna" bilder av staden lämnas därhän. En annan invändning består i att det finns en överdriven tilltro till att marknadsföring eller satsningar på enskilda projekt kan vända utvecklingen på en plats (Loftman & Nevin, 1996). Marknadsföring av en plats tar sig uttryck i den byggda miljön, vilket innebär att bilden av staden omsätts i praktiken och inte, som man kanske kan tro, tvärtom. En annan problematik är att syftet bakom marknadsföringen ofta är att placera staden på den globala arenan samt att locka nya invånare, företag och investerare och är såldes inte främst till för de existerande invånarna (Hubbard, 1996). Detta kan resultera i att invånarna inte känner igen sig i den skapade bilden och det uppstår motreaktioner, som i Hamburg och kampanjen Not-in-Our-name. Förändringarna i Hamburg handlade om ombyggnaden av stadens hamnområde, ett område som i marknadsföringen beskrevs som en pulserande och kreativt stadsdel. Re-

aktioner uppstod mot att området vänder sig till ekonomiskt starka invånare samtidigt som det saknades boende för andra grupper samt att det saknades resurser inom andra av stadens verksamheter. Dessutom kritiserades kampanjen för att den var skapad av en marknadsföringsbyrå som inte hade tillfrågat de boende i området vad de ansåg om förändringarna (Novy & Colomb, 2013). Kritiken känns igen från andra städer och forskning har visat att satsningar som syftar till att göra staden mer kreativ och locka entreprenörer, de som tillhör Floridas kreativa klass, istället innebär att skillnader mellan grupper i staden ökar (Graham, 2002; Deas, 2013).

Det kan också vara svårt att sära den skapande imagen och verkliga investeringar som görs åt (Hollands, 2008). Om en stad exempelvis kallar sig IT-stad kan det vara svårt att veta om det endast är en etikett eller om det är en reell förändring i stadens IT-nätverk som avses. Exempelvis har Stockholms image som en grön stad kritiserats för att främst ta plats i marknadsföringssyfte (Metzger & Rader-Olsson, 2013). Detsamma gäller "Sustainable Sydney" (Kornberger & Clegg, 2011) som också främst ansetts vara en imagemässig förändring. Parr (2009) menar att sådana imagemässiga förändringar är ett sätt att avpolitisera frågan om hållbarhet och reducera det till en form av eco-branding. Å andra sidan behöver det inte vara antingen eller. Rohracher och Späth (2014) visar att förändringar som tog plats i Graz i Österrike och Freiburg i Tyskland, städer som ofta lyfts fram som framgångsrika exempel när det gäller hållbara städer, delvis hade andra syften än att endast bli mer hållbara, som att exempelvis locka invånare och kapital. Problemet med att etikettera staden är att det skapas ett okritiskt förhållningssätt, vilken stad vill inte vara kreativ, smart eller kulturell? Städer så olika som Barcelona, Köln, Bologna och brittiska Huddersfield har alla lytt under etiketten 'kreativa städer' (Chatterton, 2000). Men som Hollands (2008:316) påpekar är städer:

more than just wires and cables, smart offices, trendy bars and luxury hotels, and the vast number of people living in cities deserves more than these things.

Hur kreativitet uppstår i staden är inte heller givet, Vanolo (2013) tar exemplet med fristaden Christiania i Köpenhamn och menar att det är en kreativ miljö men långt ifrån normativa teorier om hur kreativa städer skapas. Exemplet med Christiania sätter frågan på sin spets om vad en kreativ stad egentligen är, vad som kännetecknar en sådan och om det är något som alls kan styras.

Vad innebär det att vara öppen för världen?

I det här stycket presenteras platsskapandet i tre faser kortfattat: 1. När visionen skrevs, 2. När visionen blev organisation 3. Exemplet Gullbergsvass.

Platsen i skrivarfasen

Under processen att formera visioner och strategier för det framtida Göteborg diskuterades vad för typ av stad Göteborg är och vad för typ av stad Göteborg ska bli i framtiden och vad som då måste förändras. Det förekom en osäkerhet angående vad Göteborg är för stad, vilket upplevdes som problematiskt. Intervjupersonerna talade om Göteborg som bilbyggarstaden men menade att det är en image som haltar, bland annat eftersom bilföretaget Volvo inte längre är helt Göteborgskt sedan förre ägaren Ford sålde företaget vidare till kinesiska Geely år 2010. Därtill fanns bilder av staden som aktörerna ville ha bort. Den bild som var som mest besvärande bland intervjupersoner, både tjänstemän och politiker, var att Göteborg beskrevs som en av Europas mest segregerade städer. Det är stora geografiska avstånd och barriärer i Göteborg men också mentalt hos människor. Det är en bild som ställer krav på agerande, här måste det till förändring.

Det fanns faktorer som påskyndade. Stadens 400-årsjubileum år 2021 beskrevs som ett avstamp för förändring eftersom det är okontroversiellt. För 100 år sedan styrde modiga människor staden, som bland annat anlade nöjesparken Liseberg och Botaniska Trädgården¹, 'vi kan också' var inställningen, det finns möjlighet att göra avtryck inför framtiden. Arbetet med vision och strategier tog också avstamp i den regionala visionen, där Göteborg pekas ut som den centrala kärnan. Här ska utveckling ske och det finns en förväntan från omvärld-

¹ Intressant i sammanhanget är att när stadens 300-årsjubileum firades försenades det och firades år 1923, två år efter jubileet. Skulle 2021-jubileet firas 2023 skulle det troligen inte uppfattas som positivt.

den om att staden ska växa och utvecklas, snart och snabbt. Hittills har det gått långsamt och det som har gjorts har inte syntts tillräckligt. Det handlar om att visa vad staden gör och vill göra.

Processen: Skapandet av Älvstaden

I arbetet presenteras vad för stad som ska skapas på olika sätt. Här återges arbetet med att skapa Älvstaden genom vad som skedde på ledningsgruppens möten men också genom intervjuer med ledamöterna. Inledningsvis uppstår en idé om att själva området ska symboliseras genom konstverk på bananpiren. En av intervjupersonerna beskriver det som ett varumärke och en symbol på att någonting är på gång. I inledningsskedet talas det också om andra städer, Sydneys Sustainable Sydney 2030 nämns som ett inspirerande exempel och det genomförs resor till andra städer för att inhämta inspiration och kunskap. Resorna är också ett sätt att få gruppen att skapa gemensamma referenspunkter samt att få en känsla för hur de inte ska göra i Göteborg. Det vill säga ett sätt att rama in vad staden är och vad staden inte är och skapa de ramar som gruppen har att förhålla sig till.

På hemmaplan genomförs övningar där tjänstemännen i ledningsgruppen skriver ord på post-it-lappar för att få en bild av vad den nya staden handlar om, vad som är viktigt och vad som ska tas med i ett strategiskt dokument. Här presenteras arbetet med att skapa Älvstaden som ett arbete att knyta ihop den existerande staden, en problemlösare. Det pratas på möten med högt i tak, det sägs att Älvstaden ska vara bilfri och experimenterande. Det bjöds in experter till Göteborg som kom med budskapet att staden ska våga fatta obekväma beslut, börja på måndag och ta tag i trafiksituationen. Den analys som görs på ledningsgruppen är att den workshop som hålls i juni 2011 med inbjudna experter tydliggör problematiken med dagens stad. Det är en positiv stämning ”2011 är det sommaren 2011 onen. inte fattar beslut sätt” långsamt och a obekväma beslut, börja på måndag och ta tag i trafiksituationen. när då Göteborg börjar jobba på ett nytt sätt” säger en av intervjupersonerna. Efter sommaren 2011 ställer sig politikerna bakom budskapet om ”Öppen för världen”. Intervjupersonerna anser att det är bra att ha stöd i det fortsatta arbetet men det uppkommer också kritik mot att de inte agerar i trafikfrågan, en fråga som anses gå emot budskapet om öppenhet och hållbarhet. Det uppkommer också en kritik mot att saker anses vara bra endast för att de är nya, men det Göteborg som finns nu då?

Diskussionerna pågår under hösten och det beslutas att gruppen ska åka till Amsterdam och här besöks olika stadsmässiga lösningar. Det blir ett sätt

för gruppen att komma närmare varandra, få inspiration men också skapa sig uppfattningar om att "så där ska vi inte ha det i Göteborg". Senare under året kommer förslag på visioner för området. Här kommer frågor på det som anses saknas: knyta ihop staden-perspektivet och barnperspektivet. Det diskuteras också att färjetrafiken bör flytta från den centrala staden. På samma sätt återkommer brohöjden som en fråga att diskutera. I början av år 2012 presenteras Älvstaden som Öppen för världen – Grön, Inkluderande och Dynamisk. Intresset från externa aktörer är stort. Fler utkast presenteras och mer åsikter delas, det saknas en "wow-känsla" en av intervjupersonerna säger:

Är detta tillräckligt sexigt? Det är så resurseffektivt och fossilfritt. I hjärnan tänker jag, vi har gjort läxan men kan vi formulera det mer attraktivt?

Känsla efterfrågas och andra förslag på slogans ges på ledningsgruppens möte; *Världens största småstad – på en global arena* är ett förslag. I mars 2012 är visionen och strategierna utvecklade och tiden börjar rinna ut. Det överordnande budskapet är Älvstaden – öppen för världen; grön, dynamisk och inkluderande. På vilket sätt är det Göteborgsk frågar en av ledningsgruppens ledamöter och är inte Göteborg en industristad längre? Är inte det viktigt att bevara det som staden har varit och som gör att den idag är vad den är? Det uppstår också frågor angående hur det ska gå till, *hur* ska Älvstaden vara öppen för världen? Det skapas en modell för hur man ska arbeta. I oktober 2012 antas dokumentet av Kommunfullmäktige efter att först ha beslutats av Kommunstyrelsen. Älvstaden är nu "Öppen för världen – dynamisk, grön och inkluderande". Men vad avses egentligen med det? Inom processen har det skett mycket och många frågor har diskuterats men nu ska de lämnas över för förverkligande och här sker återigen en tolkning av innehållet.

Visionen organiseras

I det första steget sker en koordinering – arbetet med att förverkliga Älvstaden ska ut i linjen och genomföras inom stadens organisation – men genom skapandet av en projektorganisation. Det visar sig inte vara något enkelt arbete då arbetet med visionen inte var lika spritt som de som arbetade med den hade hoppats och förväntat sig. Problemet som uppstod beskrevs av en av intervjupersonerna som att de fick "kommunicera att det fanns en vision snarare än innehållet". Sakfrågorna hamnar i skymundan tillsvidare. Efter cirka ett år beskriver en av intervjupersonerna att det uppstod en känsla av att det var dags att gå från kommunikation till handling.

Min reflektion efter ett halvår-år någonting var att nu har vi lagt ned mer fokus på att bygga koordineringsfunktion än att stärka och bygga upp och stärka de som ska leda och styra projektet.

Organisationen som då skapades består av individer från olika förvaltningar och kommunala bolag med olika expertis och uppgifter i vardagen. I projektledningsgruppen och styrgruppen diskuteras kring hur och vad som ska kommuniceras:

Ska vi fortsätta kommunicera Älvstaden eller ska vi kommunicera Göteborg i stort? Jag är förvånad över diskussionen, har man byggt ett sådant starkt varumärke laddat med så mycket kvalitet och sedan inte använder det, det tycker jag är olyckligt.

Till det hör vem som ska veta vad och till vilket syfte:

Hur mycket ska man arbeta med att alla ska känna att de var delaktiga och att det berör dem?

I dessa sammanhang diskuteras hur visionen ska organiseras fram. Visionen tar fast form genom att det skapas en organisation som hanterar den, där mandat och ansvar diskuteras. Visionen görs styrbar men samtidigt är det relativt långt till det arbetet som sker i de olika delprojekten.

Vad är då Göteborg för något och det typiskt Göteborgska? En av intervjupersonerna har en tydlig bild av detta:

"Jag kan tycka (att) svagheten (är) att man gör samma överallt. Det Göteborg har, som är unikt för Göteborg och har varit en del av historien, det är att vi är tydligt avgränsade stadsdelar som är ganska små. Och allt hänger inte ihop utan det finns gränsland mellan stadsdelarna. Så du lämnar en stadsdel och går in i en annan. Och nu när vi ska bygga Älvstaden som består utav många delområden varav en del delområden är så stora så dom mycket väl kan delas upp i andra delar. Så tycker jag nä men jobba med det."

Det finns ett uttryck att bevara karaktären med stadsdelar och organisationen har också delats upp i tydliga delprojekt som styrs av två projektledare, här har de stor möjlighet att påverka projektens karaktär och att de därför också blir olika och samtidigt skapar en bra helhet. Ett av delprojekten, Gullbergsvass, följdes genom de tidiga workshoparna där mycket av hur områdets identitet skulle te sig diskuterades. Nedan följer en beskrivning av det arbetet.

Exemplet Gullbergsvass

I de olika delområdena används vision Älvstaden som det dokument att rätta sig efter och det diskuteras hur visionen ska användas samtidigt som området har sin egen unika identitet. Frågor uppstår angående hur styrande visionen är och måste varje delområde tillgodose allt som står där? Det uppstår också frågor om vad som avses med formuleringar som har skrivits fram i dokumentet och det är tydligt att visionsdokumentet innefattar tolkningsmöjligheter.

I delprojekt Gullbergsvass genomfördes ett arbete med att ta fram program för stadsutveckling inom området, ett program som baserades på visionen men konkretiseras för området. man inte heller får låsa in sig i viss utveckling utan låta det vara förändringsbart. e noticed. nd other have taken over. tjiArbetsgruppen består av en sammansättning individer som på olika sätt bidrar med expertis till arbetet, både från stadens sida samt konsulter, arkitekter, planerare och experter inom hållbarhet. Gullbergsvass som område är intressant eftersom det här i dagsläget inte bor nästan några människor men finns beläget i centrala staden. Det finns enorm potential att utveckla en attraktiv stadsdel för både boende och arbetande här men området är också omringat av infrastruktur: järnväg och motorvägar. Gullbergsvass är som en ö i mitten av trafiklösningar, något som ställer till det. På den första workshopen ställs frågan vad deltagarna har för uppfattning om området, innan dess att de har börjat arbetet med den. Flera nämner postterminalen som en plats som besöks för att posta brev som har blivit försenade. Några cyklar genom området på väg någon annanstans. Drömmarnas kaj är också känt, här ligger båtar av olika kvalitet och med intressant historia att berätta. Det är ett "ruffigt" område, en plats som är ett spännande promenadstråk dagtid men ingen plats man besöker på kvällen. Platsen är också känd för att Håkan Hellström sjunger om den och beskriver kajen som en plats där han känner sig hemma, trots krossat glas och avloppsrör². På workshopen pratas det om att också bevara det som är bra med platsen, det som gör att människor tycker om den, inte bara göra om och nytt, ingen copy paste. Det berättas att stadens bästa frukost äts på Falutorget beläget i utkanten av området, att lastbilschaufförer åker hit för att äta innan dess att de ger sig av. Och vad trist det hade varit om sådant försvann och ännu en kafékedja etablerades.

Det diskuteras vad som är typiskt Göteborgskt och hur kan det bevaras. Frågan är svår att besvara eftersom det som är typiskt Göteborgskt ofta beskrivs

2 Från sången Mitt Gullbergskaj paradis

i termer av regn och blåst, vädret som Göteborgarna har en hat-kärleksrelation till. Det salta i vinden och de trevliga människorna, det ska bevaras, men infrastrukturbarriärer måste elimineras. Den slutsatsen leder till insikt om att Göteborgarna själva måste få vara med att skapa platsen genom olika aktiviteter, få dem att besöka området. Här betonas att det är av vikt med temporära åtgärder, att det börjar hända saker i området snart.

Visionen som dokument återkommer i arbetet och det betonas att det inte är någon skrivbordsprodukt utan att deltagarna skapar visionen här och nu. Det relateras till andra städer, där det handlar om "mindset". Ska Göteborg vara en tät stad jämfört med det nuvarande Göteborg, eller ska Göteborg vara tät jämfört med Manhattan, vilka jämförelsepunkter ska användas? Det samma gäller parken som det står angivet i visionen ska finnas i området, den ska vara stor men hur stort är stor? Det påpekas på en av workshoparna att det ska kännas som att parken börjar direkt och vara överallt, att det gröna får breda ut sig.

Ekonomiaspekten finns med. Det ska skapas målbilder men nu måste visionen också börja närma sig konkretisering och då är exploateringskostnader viktigt att ha under kontroll. Gruppen rör sig mellan att fritt tänka på den stad som de vill ha och drömmer och om vad som är realistiskt. Arbetet är ett försök att göra visionen mer konkret men utan att tappa visionens höjd. Ett konkret sätt att skapa staden är att sätta upp skyltar påpekar någon. Om det finns en skylt kommer människor dit och genom att människor kommer dit skapas platsen. Inställningen bygger på att det trots allt är människor som skapar platsen och de måste därför få vara med. Tillåta att de skapar och medskapar. Det innebär att man inte heller får låsa in sig i viss utveckling utan låta det vara förändringsbart.

Integration diskuteras och även här rör sig diskussionen mellan sådan integration som kan identifieras på en karta och integration som handlar om människor. De två hänger samman, men sambanden är inte helt klarlagda. Det ena måste inte innebära det andra och återigen blir det viktigt att tillåta, styra men flexibelt. Ju närmare deadline som gruppen kommer desto mer konkret blir arbetet. Det pratas om toppskola, badstrand, billiga lokaler, pop-up-kontor, studentboenden och innovationsplattform men det finns samtidigt en tanke om att inte planera allt. Det diskuteras målbilder men diskussionen fastnar i vad en målbild egentligen är och hur förhåller den sig till en vision, eller ett mål? Det råder viss begreppsförvirring.

När gruppens arbete är avslutat presenteras tre olika strukturer att arbeta vidare efter³. De tre strukturerna: Kvarterstaden, Europastaden och Klusterstaden är en nedbrytning av vision Älvstaden, ett konkretiserande. Arbetet fortgår nu och det kommer att ske än fler konkretiseringar, ju mer konkret arbetet blir desto längre kommer man från visionen, vilket kan förefalla paradoxalt. Det gäller att minnas att visionen också är ett arbetssätt och ett förhållningsätt.

³ I denna rapport görs ingen genomgång av slutresultatet, här är diskussionerna fram till det som är av intresse.

Analys – hur platsen skapas

I de olika faserna går det att identifiera hur stadens identitet reser och utvecklas över tid och rum, i relation till andra städer och i relation till annat som händer inom stadens egen organisation. Mellan det som är drömmar och det som är rimligt. Platsskapandet är en process men inte på något sätt linjär. Man skulle kunna tro att diskussionerna inleds i drömmar och sedan konkretiseras men så är det inte, snarare tvärtom. Nästan först av allt uppstår en idé om att det behövs en fysisk symbol i området, trots att det är oklart vad symbolen symboliserar. Snarare handlar det om att visa på aktivitet, att det är här det händer något, att inleda diskussion om vad området är och att det sker något. På samma sätt menar Berg (2001) att Öresundsregionen skapades genom att det talades om området som att det här skedde aktivitet och fanns fysiskt. Det hämtas också inspiration från andra, både genom en allmän omvärldsbevakning men också genom att resor genomfördes till andra städer. Detta leder till att praktiker sprids (Ward, 2007). Men samtidigt skapar resandet med gruppen en känsla av att så här ska vi ha det och en känsla av att så här ska vi inte ha det. Detta innebär att staden skapar både "identitet och alteritet", det här är vi och det här är vi inte (Czarniawska, 2002).

Redan tidigt i processen presenterades Älvstaden som Öppen för världen, detta tyder på att arbetet snarare bestod i att fylla den sloganen med innehåll än att enas om den. Sloganen är inte ett resultat av arbetet, men vad som avses med att vara öppen för världen är det. Detta belyser betydelsen av processen (Kornberger & Clegg, 2012; Brorström, 2015a). Innehåll fylls på bland annat genom att det genomförs övningar där tjänstemän på post-it-lappar skriver vad de vill att staden ska förknippas med, här framkommer stadens problem snarare än den ideala staden. Tydligt här är att trafiken är ett problem och att det måste till nya lösningar i framtiden, testande och tillåtande ska den öppna staden vara. Hit hör också att det måste ske något snart, även om visionen må vara långt fram i tiden är det viktigt att arbetet börjar nu. Arbetet skapar handling och är "vehicles of change" (Kornberger, 2012). Detta förstärks genom budskapet från de internationella experterna, något som legitimerar arbetet med att ta fram visionen.

Att skriva fram vad staden ska vara är ett arbete som upplevs som positivt, det är roligt att vara med och förändring är nyttigt. Politikerna ställer sig också bakom budskapet om ”öppen för världen”. Samtidigt uppstår kritik mot att de inte tar ställning i infrastrukturfrågan, att de fattar motstridiga beslut. Detta synliggörs genom den form som strategiprocessen tar, där löst kopplade organisationer sammankopplas och logiker krockar (Weick, 1976) och tyder på att strategiska processer är ett sammanhang fyllt av paradoxala samband (Jarzabkowski med flera., 2013; Brorström, 2017).

Senare i processen ifrågasätts också vissa begrepp som tagits för givet, innovationer är ett exempel, är något bra bara för att det är nytt? Det uppstår en kritisk förhållning till det egna arbetet, något som leder till att fysiska aspekter av visionen tar plats igen, en park behövs och det fastställs också i visionen. Parken illustrerar hållbarhetsdiskussionen, den är grön och vattennära. Problemen av fysisk karaktär återkommer igen, färjetrafiken och brohöjden, frågorna utgör symboler för hur visionen skulle kunna användas som styrinstrument, att säga ifrån och säga nej. Vissa begrepp har på förhand en stark ställning och det är nyttigt att även ifrågasätta dem (Holden, 2012; Rosol, 2013). Samtidigt uppkommer diskussionen om hur dokumentet kommer uppfattas, det efterfrågas en känsla, en wow-effekt men hur rimmar det med stadens problem? Och med stadens historia?

Hur-frågan uppstår, hur staden ska arbeta för att tillgodose att allt bra som uppkommit också genomförs och en modell tas fram. Det finns här en tilltro till att nya modeller och arbetsätt skapar nya förutsättningar och lösningar. Redan här ses effekter av visionen: att våga testa nytt, där samma modeller och arbetsätt som har funnits länge inte kan lösa nya problem. Tanken illustrerar också hur strategiska processer är iterativa, de rör sig fram och tillbaka och upp och ned, medvetet och omedvetet (Chia & Holst, 2006; Engels-Zandén & Rosén, 2015).

Fokus handling

I nästa fas – att förverkliga – tas fasta på *hur-aspekten* och eftersom det fortfarande finns en stor del av abstraktion fortsätter sloganen ”Öppen för världen” liksom Älvstaden som plats att fyllas med innehåll. Först görs det genom att det skapas en organisation för hur Älvstaden ska genomföras, Älvstaden görs styrbar (se mer Brorström, 2015b). I detta diskuteras inte innehållet lika mycket längre, det handlar snarare om att tillgodose att det kommer att ske saker, fokus ligger på handling. På möten diskuteras hur de olika områdena förhåller sig till

varandra men hur de samtidigt tillsammans ska leva upp till visionens budskap. Det sker tolkningar och omtolkningar. Det ska testas, men allt behöver inte testas inom alla delområden. Det ska ske temporärt men också genom att bevara det som är bra. I Gullbergsvass pratas det om att visionen är ett mindset, ett sätt att allmänt förhålla sig till stadens utveckling. Dokumentet har vid det här tillfället rest långt från den politiska församling som fattade beslut om den. Det är meningen att dokumentet ska resa men häri ligger också en risk. Det påpekas att någon måste ha överblicken för att inte tappa visionen när staden går från ord till handling.

I Gullbergsvass diskuteras att temporära åtgärder är viktigt för att symbolisera att det sker något på platsen. Men här handlar det också om platskapande, att de som använder platsen ska få skapa den genom att vistas där. Härav möts kritiken som uppstått på andra håll att satsningarna inte främst är till för dem som idag bor i staden (se Hubbard, 1996). Idén bygger på att det inte är stadens organisation som skapar identitet, staden skapar förutsättningar för att andra, Göteborgarna, att göra det. Samtidigt är organiserandet just det verktyg som används för att arbeta med identitetsskapandet. Tilliten till att organisera fram en platsidentitet är stor och återigen rör sig staden mellan det fysiska och det svårbeskrivna och av vikten av att göra både och. Skapa målbilder men peka ut var platsen är någonstans, ibland så enkelt genom att placera en skylt på platsen för att få människor att besöka den.

Det inledande arbetet med Gullbergsvass avslutas med att tre strukturer tas fram. Strukturerna kan användas som något att fortsätta arbetet med och är en konkretisering av visionen till hur staden kan byggas. Häri uppstår visionsparadoxen, att när visionen börjar bli verklighet upphör den också att vara en vision – ett idealt framtida tillstånd.

Slutsatser – platsen skapas i mellanrummen

Även om det finns en yttlig del av att skapa en plats, bild av staden, visar genomgången av arbetet i Göteborg att det inte går att särskilja det från det faktiska arbetet och de problem som finns i staden som måste hanteras. Dock sker det en förenkling genom att fysiska monument och slogans finns med från början. Det förefaller snarast handla om att fylla dem med innehåll i arbetet att konstruera områdets identitet, än att skapa dem från början. Det är tydligt här vad staden inte ska vara eller är, även då det kan vara svårare att besluta vad staden ska vara. I förverkligandefasen sätts detta på prov, när ett område diskuteras, diskuteras vad som ska få plats här och vad som ska lämnas utanför.

Ett sätt att konkretisera frågan är att uppehålla arbetet kring form och inte innehåll och det är tydligt att både och sker i arbetet med Älvstaden. Att prata form och hur är ett sätt att också närma sig innehåll en realitet skapas genom att drömma om framtiden taden. att r att andra gör det. dokumentets Holst, 2006a r ixalt men ärällsliga frågor och är därför en del av en process. När innehållet är otydligt finns en tendens att istället diskutera form. Det behöver inte vara något problem, tvärtom kan det vara ett sätt att initiera något. Det beror på att om man diskuterar hur något ska göras blir frågor om vad samtidigt oundvikliga. Det är viktigt att medvetandegöra detta.

I Göteborg är historien en anledning till förändring men är samtidigt något som diskuteras som viktigt att ha med sig, det blir tydligt i diskussioner kring industristaden eller bilstaden Göteborg. Om Göteborg inte är industristad eller bilstad, vad är staden då? Vad finns kvar? Även om det är identiteter som är på väg bort, är de samtidigt förklaringen till den stad som idag existerar. Det finns motsättningar här som är viktiga att reda ut. Historien ses här som omdefinierbar. Det fysiska och det icke-fysiska diskuteras om vartannat. Stadens identitet ses som en pågående process där området såväl som betydelsen av de begrepp som valts fylls med innehåll över tid.

Identitet skapas för en plats mellan olika ytterligheter:

1. *Historia – framtid.* Staden tar form i tid och rum genom att historien och framtiden diskuteras om vartannat. Det historiska arvet, var finns det plats i den framtida staden? Att det är viktigt att våga testa och skapa nytt betonas genom processen men samtidigt finns det en tanke om att också bevara det som är bra.
2. *Drömmar – realitet.* Stadens identitet skapas genom att drömmar om framtiden möter en realitet, exempelvis som att ekonomiska aspekter diskuteras, vad är möjligt och finns det någon anledning att drömma stora drömmar om det ändå aldrig kommer att kunna inträffa? I processen kring Älvstaden är detta något som böljar fram och tillbaka, i processen är gruppen ibland i det visionära men eftersom de också arbetar med konkreta problem i vardagen hamnar de ofta i konkreta frågeställningar. Här gäller det att veta var man rör sig, ska man vara reaktiv eller proaktiv? Reagera på utveckling som sker eller gå före och skapa platsen i människors medvetande?
3. *Yta – konkretisering.* I processen rör sig gruppen mellan att prata i abstrakta termer om innovation, identitet och platsskapande. Detta blandas med diskussioner om att fysiskt symbolisera vad staden är, att skapa fysiska moment av vad staden vill och var området tar plats. En symbol, en skylt och annat att hänga upp en abstrakt idé om en öppen stad på. Att notera är att även där visionsdokumentet är mer konkret uppstår diskussion, snarare uppstår mer diskussion här, vad är en stor park, och vad är en tät stad?
4. *Styrning – tillåtande.* Visionen är tänkt att vara styrande, de som arbetar inom Göteborg generellt och med Älvstaden specifikt ska styras av den i sitt arbete. Samtidigt finns det en inställning om att i Älvstaden tillåta testande. Visionen tenderar att bli en minsta gemensam nämnare – som må vara väl så viktigt. Visionen blir ett sätt att säga nej, så ska vi inte göra mer än att den ger tydliga inriktningar angående vad som faktiskt ska göras. Härigenom skapar visionen snarare alteritet än identitet men detta är en pågående process och snarare kanske alteritet skapas först. Ett sätt att styra innehållet är att styra formen, att klargöra hur något ska gå till snarare än vad som ska ingå.

Avslutningsvis kan det vara bra att återigen poängtera att förverkligandet av Älvstaden är en pågående process och tar form över tid där visionära drömmar om framtiden samspekar med fysiska aspekter av stadsutveckling. Paradoxen

ligger i att ju mer konkret arbetet blir desto längre från ett visionärt tillstånd befinner de som arbetar med stadens utveckling sig i visionen. Det innebär att någon måste hålla höjden, diskutera och fundera, är detta det vi vill? Handling men reflektion. Göra och lära.

Referenser

Brorström, S. (2015b). Styra städer. Om strategier, hållbarhet och politik. Lund. Studentlitteratur.

Brorström, S. (2015b). Strategizing sustainability: The case of River City, Gothenburg. *Cities*, 42, Part A(0), 25-30. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cities.2014.08.005>

Brorström, Sara (2017) "The paradoxes of city strategy practice: Why some issues become strategically important and others do not". *Scandinavian Journal of Management*, 33(4) 213-221

Bulkeley, H. (2006). Urban sustainability: learning from best practice? *Environment and Planning A*, 38(6), 1029-1044.

Chang, T. C., & Huang, S. (2011). Reclaiming the City: Waterfront Development in Singapore. *Urban Studies*, 48(10), 2085-2100.

Chatterton, P. (2000). Will the real Creative City please stand up? *City*, 4, 390-397.

Chia, R., & Holt, R. (2006). Strategy as Practical Coping: A Heideggerian Perspective. *Organization Studies*, 27(5), 635-655. doi: 10.1177/0170840606064102

Cochrane, A. (2006). Making Up Meanings in a Capital City: Power, Memory and Monuments in Berlin. *European Urban and Regional Studies*, 13(1), 5-24. doi: 10.1177/0969776406060827

Cook, I. R. (2008). Mobilising Urban Policies: The Policy Transfer of US Business Improvement Districts to England and Wales. *Urban Studies*, 45(4), 773-795.

Cook, I. R., & Ward, K. (2011). Trans-urban Networks of Learning, Mega Events and Policy Tourism: The Case of Manchester's Commonwealth and Olympic Games Projects. *Urban Studies*, 48(12), 2519-2535. doi: 10.1177/0042098011411941

- Cox, K. R. (2009). 'Rescaling the state' in question. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 2(1), 107-121.
- Cox, K. R., & Mair, A. (1991). From localised social structures to localities as agents. *Environment and Planning A*, 23(2), 197-213.
- Deas, I. (2013). The search for territorial fixes in subnational governance: City-regions and the disputed emergence of post-political consensus in Manchester, England. *Urban Studies*. doi: 10.1177/0042098013510956
- Czarniawska, B. (2002). *A Tale of Three Cities, or the Glocalization of City Management*, Oxford. University Press, Oxford.
- Degen, M., & Garcia, M. (2012). The Transformation of the 'Barcelona Model': An Analysis of Culture, Urban Regeneration and Governance. *International Journal of Urban and Regional Research*, 36(5), 1022-1038.
- Egels-Zandén, N., & Rosén, M. Sustainable strategy formation at a Swedish industrial company: bridging the strategy-as-practice and sustainability gap. *Journal of Cleaner Production*(0).
- Garcia, M. (2006). Citizenship Practices and Urban Governance in European Cities. *Urban Studies*, 43(4), 745-765.
- Graham, S. (2002). Bridging Urban Digital Divides? Urban Polarisation and Information and Communications Technologies (ICTs). *Urban Studies*, 39(1), 33-56.
- Hollands, R. (2008). Will the real smart city please stand up? *City*. 12(3): 303-320.
- Holden, M. (2012). Urban Policy Engagement with Social Sustainability in Metro Vancouver. *Urban Studies*, 49(3), 527-542.
- Hubbard, P. (1996). Urban Design and City Regeneration: Social Representations of Entrepreneurial Landscapes. *Urban Studies*, 33(8), 1441-1461.
- Jarzabkowski, P., Lê, J. K., & Van de Ven, A. H. (2013). Responding to competing strategic demands: How organizing, belonging, and performing paradoxes coevolve. *Strategic Organization*, 11(3), 245-280. doi: 10.1177/1476127013481016

- Kearns, G., & Philo, C. (1993). *Selling places: the city as cultural capital, past and present*. Oxford: Pergamon Press.
- Kornberger, M. (2012). Governing the City: From Planning to Urban Strategy. *Theory, Culture & Society*, 29(2), 84-106.
- Kornberger, M., & Clegg, S. (2011). Strategy as performative practice: The case of Sydney 2030. *Strategic Organization*, 9(2), 136-162.
- Kotler, P., Haider, D. H. & Rein, I. J. (2002). *Marketing Places*. Free Press.
- Loftman, P. & Nevin, B. (1996). Going for Growth: Prestige Projects in Three British Cities. *Urban Studies*, 33(6), 991-1019.
- Massey, D. (1995). *Space, Place and Gender*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- McCann, E., & Ward, K. (2010). Relationality/territoriality: Toward a conceptualization of cities in the world. *Geoforum*, 41(2), 175-184. doi:
- McFarlane, C. (2011). The city as assemblage: dwelling and urban space. *Environment and Planning D: Society and Space*, 29(4), 649-671.
- Metzger, J., & Rader Olsson, A. (Eds.) (2013). *Sustainable Stockholm: Exploring urban sustainability in Europe's greenest city*. London, UK: Routledge.
- Novy, J., & Colomb, C. (2013). Struggling for the Right to the (Creative) City in Berlin and Hamburg: New Urban Social Movements, New 'Spaces of Hope'? *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(5), 1816-1838. doi: 10.1111/j.1468-2427.2012.01115.x
- Oakley, S., & Johnson, L. (2013). Place-taking and Place-making in Waterfront Renewal, Australia. *Urban Studies*, 50(2), 341-355.
- Parés, M., Martí-Costa, M., & Blanco, I. (2014). Geographies of governance: How place matters in urban regeneration policies. *Urban Studies*, 51(15), 3250-3267.
- Parr, A. (2009). *Hijacking Sustainability*: MIT Press.
- Rius Ulldemolins, J. (2014). Culture and authenticity in urban regeneration processes: Place branding in central Barcelona. *Urban Studies*. doi: 10.1177/0042098013515762

- Rohracher, H., & Späth, P. (2014). The Interplay of Urban Energy Policy and Socio-technical Transitions: The Eco-cities of Graz and Freiburg in Retrospect. *Urban Studies*, 51(7), 1415-1431. doi: 10.1177/0042098013500360
- Rosol, M. (2013). Vancouver's "EcoDensity" Planning Initiative: A Struggle over Hegemony? *Urban Studies*, 50(11), 2238-2255. doi: 10.1177/0042098013478233
- Swyngedouw, E. (2009). The Antinomies of the Postpolitical City: In Search of a Democratic Politics of Environmental Production. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(3), 601-620. doi: 10.1111/j.1468-2427.2009.00859.x
- Ward, K. (2007). Business Improvement Districts: Policy Origins, Mobile Policies and Urban Liveability. *Geography Compass*, 1(3), 657-672. doi: 10.1111/j.1749-8198.2007.00022.x
- Weick, K. E. (1976). Educational Organizations as Loosely Coupled Systems. *Administrative Science Quarterly*, 21(1), 1-19.
- Åström, J., & Brorström, S. (2011). Dialog Centrala Älvstaden *Mistra Urban Futures report series*. Gothenburg.

Kommunforskning i Västsverige, KFi, är en organisation som bedriver forskning inom området ekonomi och organisation i kommuner och landsting.

Verksamheten utgår ifrån ett samarbetsavtal mellan kommuner och landsting samt universitet och högskolor i Västsverige. Syftet med samarbetsavtalet är att initiera forskning inom det nämnda området och därmed bidra till att skapa en stark forskningsmiljö



**KommunForskning
i Västsverige**

c/o Göteborgs universitet
Box 665
405 30 Göteborg

Tel 031-786 59 00
E-post kfi@kfi.se
www.kfi.se