

ØF-Notat nr. 01/2010

Hamar - Florida, tur/retur

- fungerer Floridas teorier om den kreative klassen som verktøy for regional analyser? En pilotstudie**

av

Atle Hauge, Per Kristian Alnes & Asgeir Skålholt

Østlandsforskning

Østlandsforskning er et forskningsinstitutt som ble etablert i 1984 med fylkeskommunene og høgskolestyrene/de regionale høgskolesentra i fylkene Oppland, Hedmark og Buskerud som stiftere i samarbeid med Kommunaldepartementet.

Østlandsforskning er lokalisert i høgskolemiljøet på Lillehammer og har i tillegg kontorer i Hamar. Instituttet driver anvendt, tverrfaglig og problemorientert forskning og utvikling.

Østlandsforskning er orientert mot en bred og sammensatt gruppe brukere. Den faglige virksomheten er konsentrert om to områder:

- Næringsliv og regional utvikling
- Velferd, organisasjon og kommunikasjon

Østlandsforskning sine viktigste oppdragsgivere er departement, fylkeskommuner, kommuner, statlige etater, råd og utvalg, Norges forskningsråd, næringslivet og bransjeorganisasjoner.

Østlandsforskning har samarbeidsavtaler med Høgskolen i Lillehammer, Høgskolen i Hedmark og Norsk institutt for naturforskning. Denne kunnskapsressursen utnyttes til beste for alle parter.

ØF-Notat nr. 01/2010

Hamar - Florida, tur/retur

- fungerer Floridas teorier om den kreative klassen som verktøy for regional analyser? En pilotstudie**

av

Atle Hauge, Per Kristian Alnes & Asgeir Skålholt



Tittel:	Hamar – Florida, tur/retur. – fungerer Floridas teorier om den kreative klassen som verktøy for regional analyse? En pilotstudie.
Forfattere:	Atle Hauge, Per Kristian Alnes og Asgeir Skålholt
ØF-notat nr.:	01/2010
ISSN nr.:	0808-4653
Prosjektnummer:	10028
Prosjektnavn:	Å gjøre regionale forskjeller til en styrke, delprosjekt 2: Attraksjon og bolyst
Oppdragsgiver:	Interreg IVA Sverige-Norge og Hamar kommune
Prosjektleder:	Atle Hauge
Referat:	Richard Florida har klart kunststykket å gjøre regional utvikling og økonomisk geografi både spennende og kontroversielt. Florida mener å ha funnet svaret på hvorfor noen steder og byer gjør det bedre enn andre: de har en overrepresentasjon av kreative, talentfulle og ikke minst åpne mennesker – den kreative klasse. Dette notatet beskriver resultater fra en pilotstudie der vi tester vi Richard Floridas teorier og hvorvidt dette kan være et nyttig verktøy for regional analyse. Selv om disse teoriene har blitt populære og nådd et bredt publikum, er de utarbeidet og vanligvis brukt i større byer. I dette prosjektet har vi brukt Hamar og Hamarregionen som case.
Sammendrag:	This is a study using Richard Florida's theories on the creative class. He claims that regional development needs to focus more on "peoples climate" than the traditional "business climate". He argues that regional development is driven mainly by a group of highly skilled and ingenious people – the creative class. In this study we analyse and measure the four T's important for this group of people: Technology, talent, tolerance and territorial assets. We employ the Hamar municipality as case to put Florida's theories to a test. Dette er en studie som bruker Richard Floridas teorier om den kreative klassen. Han mener at regional utvikling i større grad bør fokusere på å få mennesker til og trives ("peoples climate") enn på at bedrifter skal trives ("business climate"). I følge Florida er regional utvikling drevet av en gruppe kreative, talentfulle og åpne mennesker - den såkalt kreative klasse. I denne studien ser vi på fire T'er som er viktig for den kreative klassen: Teknologi, talent, toleranse og territorielle (stedsspesifikke) kvaliteter. Vi bruker Hamar som case for å teste Floridas teorier.
Emneord:	Regional utvikling, kreativ klasse, teknologi, talent, toleranse, Hamar
Key words:	Regional development, creative class, technology, talent, tolerance, Hamar
Dato:	Mars 2010
Antall sider:	37
Pris:	Kr 80,-
Utgiver:	Østlandsforskning Postboks 223 2601 Lillehammer Telefon 61 26 57 00 Telefax 61 25 41 65 e-mail: post@ostforsk.no http://www.ostforsk.no ☐ Dette eksemplar er fremstilt etter KOPINOR, Stenergate 1 0050 Oslo 1. Ytterligere eksemplarfremstilling uten avtale og strid med åndsverkloven er straffbart og kan medføre erstatningsansvar.

Innhold

1	Innledning	7
2	Bakgrunn.....	9
2.1	Teoretisk rammeverk.....	10
2.2	Kritikken av Florida - og hva med overføringsverdien?	13
3	Status i Hamar - befolkning, pendling og næring	15
3.1	Norske flyttemotivundersøkelser.....	16
4	Floridas kreative klasse og fire T'er – status i Hamarregionen?	19
4.1	Den kreative klasse i Hamar og Hamarregionen.....	19
4.2	Teknologi	22
4.3	Talent.....	25
4.4	Toleranse	26
4.5	Territorial assets	29
4.5.1	Tjeneste- og kulturtilbud	30
4.5.2	Småbykvaliteter.....	31
4.5.3	Fysiske forutsetninger	32
4.5.4	Stedsmentalitet	32
5	Konklusjon.....	33
	Litteratur.....	35
	Vedlegg: Den kreative klassen, yrkesstatistikk.....	37

Forord

Dette er en publikasjon utgitt i forbindelse med Østlandsforskning's deltakelse i Interreg-prosjektet (Interreg IVA Sverige-Norge) *Å Gjøre Regional Forskjeller til en Styrke (GRESS)*. I dette prosjektet studerer vi muligheter og utfordringer for regionen Indre Skandinavia knyttet til pågående regionalisering/regionforstørring, til den økte betydningen av attraktivitet for bosatte (peoples climate/"bolyst") og til globaliseringen. I prosjektet samarbeider vi med Centrum för forskning om regional utveckling ved Karlstads Universitet (Cerut) og Högskolan Dalarna. Prosjektet har mål knyttet både til kunnskapsoppbygging for regionale strategier, for økonomisk sterke regioner med et attraktivt livsmiljø i Indre Skandinavia, og til styrking av regionens FoU-miljø.

Dette notatet beskriver resultater fra en pilotstudie i delprosjekt 2 i GRESS: *Attraksjon og bolyst - nøkkelen til regional utvikling i Indre Skandinava*. I dette delprosjektet tester vi Richard Floridas teorier om 'den kreative klassen' og hvorvidt dette kan være et nyttig verktøy for regional analyse. Selv om disse teoriene har blitt populære og nådd et bredt publikum, er de utarbeidet og vanligvis brukt i større byer. Såvidt vi vet er dette det første forsøket i Norge på å bruke Floridas teorier i en regional analyse utenfor storbyregionene.

Pilotstudien er en del av en større analyse vi har gjort for Hamar kommune som er ment å fungere som et kunnskapsunderlag for flere ulike planarbeider kommunen er i gang med.

Vi vil takke Interreg IVA Sverige-Norge og Hamar kommune for finansiering, og informanter som tok seg tid til å ta en prat med oss.

Hamar, mars 2010

Svein Erik Hagen
forskningsleder

Atle Hauge
prosjektleder

Hamar i et Florida-perspektiv¹

1 Innledning

Richard Florida har klart kunststykket å gjøre regional utvikling og økonomisk geografi både spennende og kontroversielt. Florida mener å ha funnet svaret på hvorfor noen steder og byer gjør det bedre enn andre: de har en overrepresentasjon av kreative, talentfulle og ikke minst åpne mennesker – den kreative klasse. Drevet av en nysgjerrighet til å prøve nye løsninger, kombinert med utdanning som gjør at de kan sette dette ut i livet, skaper innovative og konkurransekraftige produkter og tjenester. Disse menneskene ser seg i første omgang etter interessante steder å leve ('people's climate'), og dernest etter interessante jobber. Logikken er altså at jobber følger folk og ikke omvendt, og at human kapital er den viktigste formen for kapital. Florida har møtt mye kritikk for ideene sine, men han har også fått en bred tilhengerskare – ikke minst blant mennesker som jobber med regional utvikling i Norge.

For å få til en balansert regional utvikling, holder det imidlertid ikke med å tiltrekke seg 'nok' personer fra den kreative klassen. For å få disse til å trives og utvikles trenger man en balansert mikse av de fire T'ene: Teknologi, talent, toleranse og territorielle (stedsspesifikke) kvaliteter. Teknologi handler om næringslivsstrukturen og at denne har et innslag av kunnskapsintensivitet. Talent måler man ut fra dels utdanning. Det er imidlertid ikke alltid at utdanningsnivået gjenspeiler hva man arbeider med, og det er derfor viktig å se på hva folk faktisk gjør. Med toleranse mener man i stor grad hvor velkommen man føler seg som nykommer (eller tilbakeflytter) på et sted. Territorielle kvaliteter er det som er spesifikt for stedet, og som ikke er lett for andre å kopiere.

I denne pilotstudien har vi søkt å kartlegge omfang og utvikling av "den kreative klassen" i Hamar/Hamarregionen, samt vurdert og presentert noen alternative indikatorer for de fire T-ene.

Arbeidet med å studere hvorvidt, og i så fall hvordan, Richard Floridas teorier er egnet på regionalt nivå i Norge vil videreføres i et større Interregfinansiert samarbeidsprosjekt som Østlandsforskning har med Centrum for forskning om regional utveckling ved Karlstads universitet og Högskolan i Dalarna. Gjennom pilotstudien vil Hamarregionen kunne bli med som caseregion i dette arbeidet.

¹ Dette notatet er basert på ØF-rapport 02/2010: Hamars rolle som regionsenter

2 Bakgrunn

Tradisjonelt har regional- og distriktpolitikken i stor grad dreid seg om næringspolitikk og mye av næringspolitikken har dreid seg om å skape attraktivitet for eksisterende og nye foretak/bedrifter. Gjennom de siste tiåra har det imidlertid skjedd grunnleggende endringer i viktige regionaløkonomiske sammenhenger. Vi har hatt en langvarig overgang fra primærnæringer og industri til tjenestesektoren som i Norge i dag sysselsetter absolutt flest arbeidstaker. Den langt største delen av dette er personrettede tjenester som vi yter hverandre der vi bor. Disse arbeidsplassene flytter altså i stor grad etter folk. Vi snakker selvfølgelig ikke bare om frisøren på hjørnet men om et bredt spekter av arbeidsplasser innenfor skole, helse, omsorg, varehandel, bygg og anlegg, kultur/fritid, restauranter osv. Samtidig har kunnskap og kompetanse overtatt som viktigste innsatsfaktor i mange næringer. Dette gjør at etterspørselen etter kompetent arbeidskraft sannsynligvis vil øke, og rekrutteringsmulighetene blir en viktigere lokaliseringsfaktor. Bedriftene må altså i større grad flytte dit de får tak i arbeidskraft. Disse forholdene medfører at bosetting kan være minst like viktig for å få til næringsutvikling i en region som næringsutvikling er for å få til bosetting. I hvert fall vil ikke tradisjonell næringspolitikk lenger kunne virke alene uten sammen med tiltak for å gjøre det attraktivt å bo.

Dette sammenfaller med hva en av de ledende teoretikerne på feltet by- og regionalutvikling, Richard Florida, har funnet. Han mener at noen steder og byer gjør det bedre enn andre fordi de har en overrepresentasjon av hva han kaller den kreative klasse. Disse menneskene er etter hans mening nøkkelen til en positiv regional utvikling. Det som kjennetegner denne gruppen er et høyt et utdanningsnivå i yrker med stort ansvar, men også med muligheter for individuelle og fleksible løsninger på arbeidsoppgavene. Kort sagt er dette mennesker som får betalt for å tenke. Samtidig er dette personer som er åpne for nye ideer og løsninger, og som har kompetansen til å sette disse ut i livet. Både når det gjelder jobb og bostedet søker de det samme – miljøer som er åpne, varierte og preget av mangfold.. Tradisjonelt har politikk for regional utvikling i stor grad basert seg på næringsutvikling. Tankegangen har vært at om man skaper et gunstig miljø for bedrifter (business climate) vil folk flytte etter jobbene. Richard Florida og hans teorier om den ”kreative klassen” vender litt på dette perspektivet. Det er i større grad bedrifter som flytter etter attraktiv arbeidskraft, og for å få til en positiv regional utvikling er det viktigere å satse på at folk trives (”peoples climate”). I virkeligheten henger dette selvsagt en sammen – det er ikke sånn at et sted starter med blanke ark, og så forsøker å tiltrekke seg enten mennesker eller bedrifter. Utgangspunktet er at det allerede finnes både et nærings- og befolkningsgrunnlag, men det kan være nyttig i større grad å satse på ”peoples climate”. I følge Florida er det human-kapitalen man finner hos disse menneskene som i dag er den viktigste driveren i økonomien. Den ”kreative klassen” ser seg i første omgang etter spennende steder å leve (”people’s climate”), og dernest etter interessante jobber. Logikken er altså at jobber følger folk og ikke omvendt og at human kapital er den viktigste formen for kapital.

Grunnen til at den kreative klassen er nøkkelen til økonomisk vekst er at de blant annet er intellektuelt åpne og dermed står bak de fleste innovasjoner. De er drevet av en nysgjerrighet til å prøve nye løsninger, kombinert med utdanning som gjør at de kan sette dette ut i livet, skaper de innovative og konkurransekraftige produkter og tjenester. Steder der den kreative klassen er overrepresentert er således vinnere i dagens globale økonomi. I følge Florida finner man derfor den største økonomiske veksten på steder preget av toleranse, mangfold og kreativitet. Litt forenklet kan man si at de beste stedene tiltrekker seg de beste folkene og dette gir den beste økonomien.

2.1 Teoretisk rammeverk

Basisen for Floridas teorier er at vi i den vestlige verden ikke kan konkurrere på lønninger og at vi derfor må konkurrere på innovasjoner og kunnskap. I tillegg krever det å konkurrere med kunnskap en arbeidstyrke med høyt kompetansenivå, som i tillegg kan tenke kreativt og analytisk. Florida forsker først og fremst på området regional økonomisk utvikling, men har sin akademiske bakgrunn i byplanlegging. Det han utvilsomt er mest kjent for er sine teorier om kreativitet og økonomisk vekst.

Han mener at vi gjennomlever et av de største økonomiske skiftene noensinne, og at det til og med er mer omfattende enn den industrielle revolusjonen. For første gangen i historien handler økonomisk vekst om å utvikle kreativiteten og andre human-kapital faktorer. I denne nye tiden drives regional utvikling av kreative menneskers lokaliseringsvalg, og steder som er preget av mangfold og åpenhet som blir vinnerne. Disse teoriene har han blant annet utviklet og utarbeidet gjennom tre bøker. I den første, "The Rise of the Creative Class" (Florida 2002) legger han det teoretiske og empiriske grunnlaget for sine teorier. Florida har blitt beskyldt for å være en akademisk lettvekt, som i hovedsak bygger sine teorier på anekdoter. Det er imidlertid et meget grundig og omfattende datamateriale som ligger til grunn for hans konklusjoner. I sin neste bok "The Flight of the Creative Class" (2005) går han til rette med noen av sine kritikere fra den første boken, samt at han vurderer hvordan ulike regioner ligger an i konkurransen om den kreative klassen. Dette er en kamp USA tidligere har vært best på i verden. De har tiltrukket seg smarte og nyskapende mennesker og gitt dem muligheten til å starte og drive forretning. Det er imidlertid tegn som tyder på at USA er i ferd med å tape den globale knivinga om talenter. På grunn av strengere immigrasjonsregler etter 9/11, velger flere andre steder for utdanning og karriere. Landene i Skandinavia ligger imidlertid godt an på grunn av hva Florida oppfatter som tolerant lovgiving og inkluderende arbeidsliv. I den tredje boka "Who's your City" (Florida 2008) tar Florida opp det faktum at de økonomiske og sosiale forskjellene mellom steder blir stadig større. Verdensøkonomien får stadig høyere topper og dypere daler. Penger og kapital har en tendens til å trekke mot steder der fortjenesten er høyest og folk flytter dit de har de største mulighetene. Ny teknologi gjør oss kanskje mer mobile, men samtidig gjør det at vi har en tendens til å samle oss på steder som putrer av kreativitet, spenning og mangfold. Florida mener at hvor vi velger å bo sannsynligvis er den viktigste beslutningen vi tar – viktigere enn hvem vi velger å leve med, hva vi velger å utdanne oss til eller hva vi velger å jobbe med. Dessuten viser han hvordan dette henger sammen; flytter du til et sted du liker har du større sjanse for å treffe noen du synes er spennende og jobbe med noe du synes er gøy. Han underbygger argumentene sine med fakta og figurer som viser den store betydningen bostedet har for livsstil, romantiske forhold og generelt velvære.

Kjernen hos Floridas teorier dreier seg mye om hva han kaller den kreative klassen. En vanlig misoppfatning er at dette består av artister, kunstnere og andre i kulturnæringene. Slik Florida bruker begrepet kan den kreative klassen oppsummeres med akronymet TAPE:

T = Technology and R&D Innovation

A = Arts and Culture

P = Professional and Managerial

E = Educating and Training

Kort sagt er alle som får betalt for å tenke en del av den kreative klassen. De blir definert ut ulike parametere:

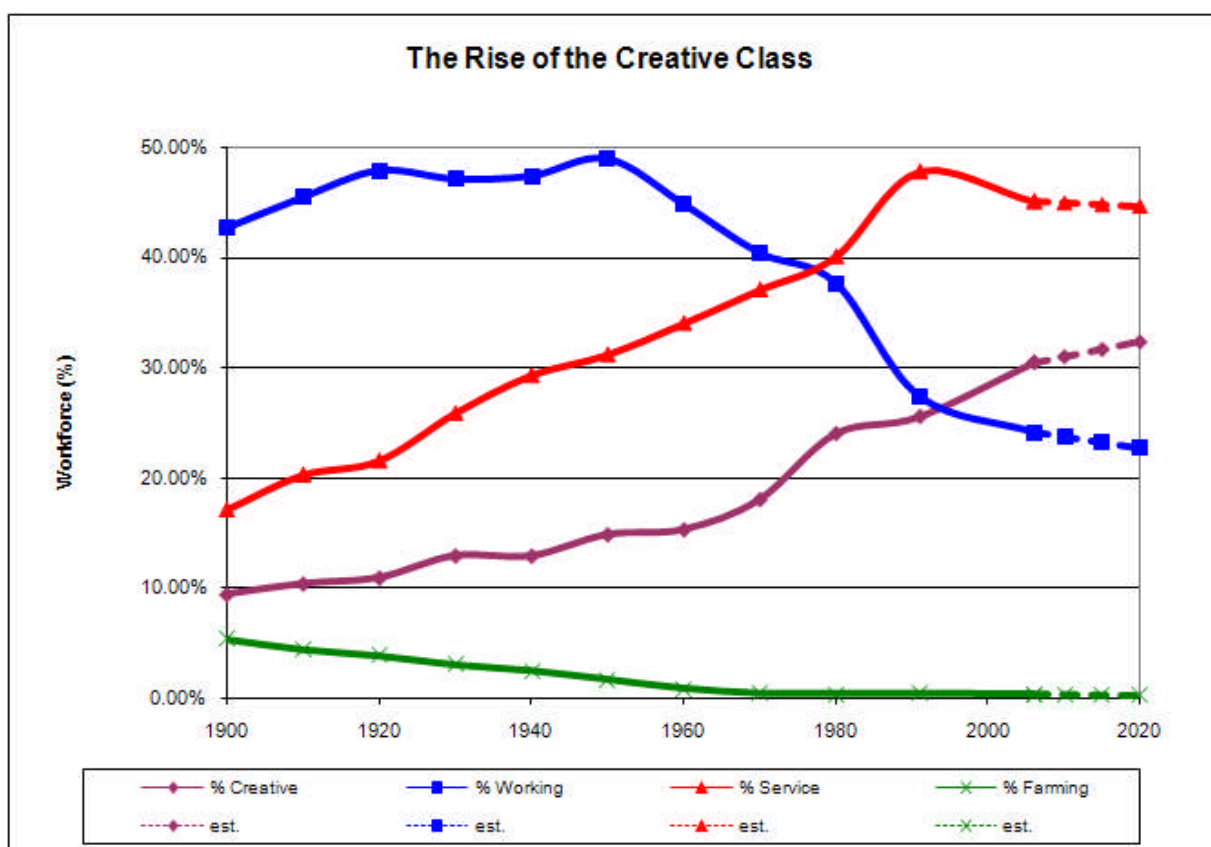
Hva du gjør:

"...economic function is to create new ideas, new technology and/or new creative content" (Florida 2002: 8)

Hvordan du gjør det:

"...share a common creative ethos that values creativity, individuality, difference and merit" (Florida 2002: 8)

Hvem du gjør det med: *"...they reinforce each other through cross-fertilisation and mutual stimulation" (Florida 2002: 33)*

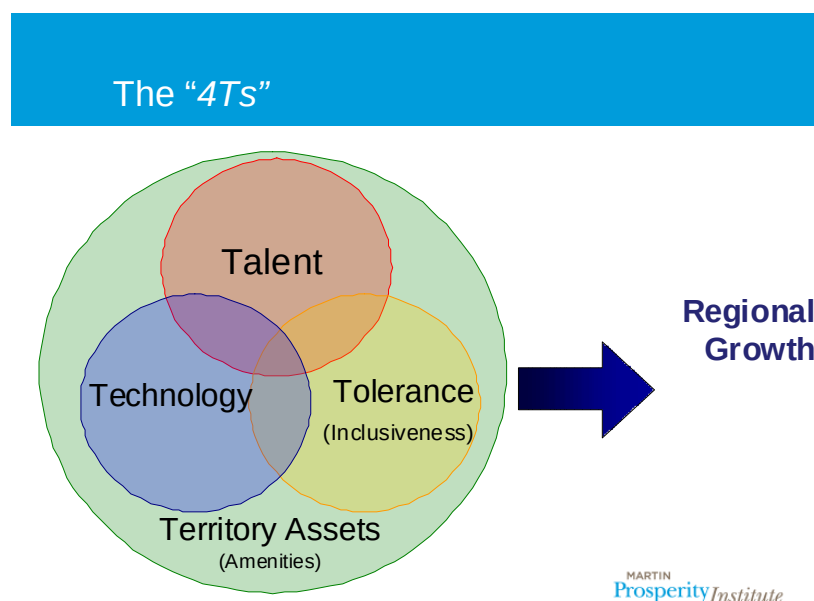


Figur 2.1: *The rise of the Creative Class² i USA*

Kilde: Florida 2002

² I denne figuren er de som defineres som "the creative class" tatt ut av servicenæringene, mens de i tradisjonelle oppsett ofte er en del av disse. Se for øvrig kapittel 2.7.

For å få til en balansert regional utvikling, holder det ikke å tiltrekke seg ”nok” personer fra den kreative klassen. For å få disse til og trives og utvikles trenger man en balansert miks av de fire T-ene: Teknologi, talent, toleranse og territorielle (stedsspesifikke) kvaliteter. Teknologi handler om næringslivsstrukturen og at denne har et innslag av kunnskapsintensitet. Talent måler man ut fra dels utdanning, men det er imidlertid ikke alltid at utdanningsnivået gjenspeiler hva man arbeider med, og det er derfor viktig å se på hva folk faktisk gjør. Med toleranse mener man i stor grad hvor velkommen man føler seg som nykommer (eller tilbakeflytter) på et sted. Territorielle kvaliteter er det som er spesifikt for stedet, og som ikke er lett for andre å kopiere. De fire T-ene har en gjensidig positiv innflytelse på hverandre, og alle fire må være til stede for å sikre en dynamisk utvikling. Det holder altså ikke med toleranse alene, det må mikses med smarte folk som jobber i kunnskapsintensive næringer.



Figur 2.2: The "4Ts"

Kilde: Stolarick 2008 (foredrag holdt på Hamar 4.11.08)

"My conclusion was that rather than being driven exclusively by companies, economic growth was occurring in places that were tolerant, diverse and open to creativity – because these were places where creative people of all types wanted to live".

Som dette sitatet (hentet fra introduksjonen til "The Rise of the Creative Class") viser, mener Florida at det er visse stedskvaliteter som tiltrekker den kreative klassen. Et fellestrekk er mangfold – både av mennesker og tilbud. I tillegg er disse stedene preget av en åpen atmosfære. Begrepet toleranse, eller inkludering som er et like dekkende begrep, spiller på det faktum at folk må føle seg velkommen et sted for å ønske å flytte dit (eller bli værende).

Den nordiske velferdsstaten, med færre store byregioner, en annen næringstruktur, og en mindre mobil befolkning skiller seg fra den nordamerikanske setting der Florida utviklet sine teorier. Hvis man ikke tar disse stedsspesifikke forskjellene på alvor, og ukritisk forsøker å implementere Floridas teoretiske rammeverk og politiske løsninger, kan man fort havne i problemer.

2.2 Kritikken av Florida - og hva med overføringsverdien?

Florida har til dels møtt massiv kritikk både fra politisk og akademisk hold. Politisk har han fått kritikk fra både politisk høyre- og venstre-side. Fra venstresida er Florida blitt satt i samme bås som de som hevder at markedet er det beste (og eneste) instrumentet vi har til å fremme innovasjon og økonomisk vekst, og at de som ikke får spennende og godt betalte jobber (les: den kreative klassen) egentlig kan skylde seg sjøl (se f.eks. Peck 2005). Dette er kritikk Florida har tatt innover seg, og forsøker å imøtegå i det han har skrevet i det senere. Der argumenter han ut fra et økonomisk ståsted at det ikke er bra om det blir for store økonomiske forskjeller på folk. Det er to årsaker til dette. Florida mener at det er i byene man finner motoren til økonomiske vekst, hvis det blir så dyrt at de som leverer tjenester ikke har råd til å leve der, vil dette undergrave byene som økonomisk drivkraft. For det andre mener han at økte forskjeller mellom folk undergraver motivasjonen for å gjøre en god jobb. I mange sammenhenger trekker han fra den nordiske velferdsmodellen som et ideal. Med relativt små lønnsforskjeller, stor medbestemmelsesrett og muligheter for å påvirke sin egen arbeidssituasjon, er det lettere å utløse det Florida mener er nøkkelen til vekst – arbeidstakernes kreative potensial.

Fra høyresida er Florida blitt kritisert for å ville ha for aktive nasjonale og regionale myndigheter. I tillegg er han blitt beskyldt for å undergrave tradisjonelle (amerikanske) familieverdier med sitt fokus på alternative livsstiler og mangfold. Florida selv hevder at hans beskrivelse av virkeligheten ikke er normativ. Hans påstand er at han bare har analysert virkeligheten, og presenterer den. At noen da synes at slik bør det ikke være, kan også han være enig i.

Akademisk har han også fått kritikk fra ulike hold. Han er blitt beskyldt for uklar begrepsbruk (Markussen 2005), for å ha for lite robuste metoder, og at den kreative klassen i bunn og grunn er det samme som human-kapital (dvs. befolkningens utdanningsnivå) (se f.eks. Glaeser 2003, Malanga 2004). Han overforenkler også stedspreferansene for en veldig stor gruppe. I følge Florida er bortimot 40% av de sysselsatte å finne i den kreative klasse. At disse skulle ha sammenfallende ønsker om hvilke typer sted de ønsker å bo er en i beste fall en grov forenkling. Dette bare for å nevne noen få av innvendingene mot Florida.

Erfaringer fra Skandinavia

Det mest interessante i denne sammenheng er hvordan vi kan ta i bruk Floridas arbeid i Norge, og hvor mye av teorier om den kreative klassen som kan sies å være gyldig her? Det finnes eksempler på arbeider der dette teoretiske rammeverket og analysen er brukt på mer hjemlige forhold. Isaksen var relativt tidlig ute med bruk av Florida i en tilnærming til norsk regional utvikling (Isaksen 2005). Han fant en klar tendens mot at personer i kreative yrker og med høyere utdanning er overrepresentert i landets største byområder, og i spesielt til Osloregionen. Dette sammenfaller med hva en finner i de andre nordiske landene. Isaksen er relativt kritisk og mener at Floridas tilnærming relativt lite anvendelige for norske forhold. Han mener at en tradisjonell strategi der man satser på mere næringsrettede tiltak kan ha mer for seg i regional utvikling enn Floridas anbefalinger om "peoples climate".

Irene Tignali, en av Floridas samarbeidspartnere, har også gjort en analyse av den kreative klassen i Norge – "Norway in the Creative Age" (Tignali 2009). Hun er kanskje ikke så overraskende mer positiv til nytten av å benytte dette rammeverket til regionale analyser. Hun konkluderer med at den kreative klassen i stor grad er å finne i hovedstadsområder, og at på grunn av det er så mange små kommuner er det vanskelig å få en høy score på alle T'ene i modellen. Like fullt mener hun at talent og toleranse er viktig, også for mindre kommuner. I tillegg peker hun på at mindre steder som har en

raske og enkle transportmuligheter til større byområder har en høyere konsentrasjon av den kreative klassen enn hva man finner på mer isolerte steder.

I et nylig avsluttet prosjekt i regi av professor Bjørn Terje Asheim ved Lunds Universitet har man sett nærmere på teoriene om den kreative klassen, og hvordan dette passer i en nordisk kontekst. Det er gjort både kvalitative og kvantitative studier, og man har sammenlignet Norge, Sverige, Danmark og Finland (se blant annet Hansen 2008; Andersen m.fl. kommende A; Andersen kommende B).

Kvalitative og kvantitative undersøkelser kan utfylle hverandre og gi et mer helhetlig bilde av hvordan Floridas teorier bør brukes i en nordisk kontekst. I den kvantitative delen av studiene nevnt over (se Andersen m.fl. kommende A), har man funnet at det er positiv korrelasjon mellom enkelte steds kvaliteter og høy andel av den kreative klassen i de nordiske by-regioner. Det er også en positiv sammenheng mellom høy andel av den kreative klassen og hvordan man scorer på hvor innovativt og kunnskapsintensivt det lokale næringslivet er (dette kan sies å være en tautologisk påstand, all den tid den kreative klassen i stor grad er de med høy utdanning). Dette er imidlertid kun signifikant for de største byregionene. Dette gjør at den hellige treenigheten mellom teknologi talent og toleranse kanskje har ulik gjensidig påvirkning i ulik geografisk kontekst, og at det er andre faktorer som også bør implementeres. Det konkluderes med at de kvantitative undersøkelsene styrker teoriene om den kreative klassen, men med visse modifikasjoner.

Dette utdypes i den kvalitative delen av undersøkelsen (se Andersen m.fl. kommende B). Her har man intervjuet nøkkelinformanter for å kunne dykke litt dypere ned i materien. En av de viktigste slutningene som trekkes er at man ved kun å fokusere på "peoples climate" som kilde til regionale konkurransefordeler kan støte på problemer. Dette på grunn av tre faktorer. Den første er at selv om "peoples climate" er viktig for den kreative klassen, er det fortsatt underordnet et attraktivt jobbmarked (slik sett ligner dette på det som man til stadighet har kommet fram til i norske flyttemotivundersøkelser (Skålholt og Batt-Rawden 2008)). I Norden har vi en ulik regional fordeling av interessante jobber. Spesielt for høy kvalifiserte arbeidstakere er jobbene konsentrert til regionale sentre. For det andre gjør velferdsstaten at en del viktige faktorer viktig for et godt "peoples climate" er mer jevnt fordelt utover landet. For det tredje er det ingen felles enighet om hva som utgjør et godt "peoples climate" – folk er ulike, og legger vekt på ulike kvaliteter for hva som er et godt sted for dem. Dette gjør at "peoples climate" blir oppfattet ulikt på ulike steder. Hovedstedsregionene scorer høyest på Floridas opprinnelige indikatorer som mangfold, toleranse, kulturelle tilbud og et levende gatebilde. Disse regionene sliter imidlertid med høye boligpriser, negative fortetnings problemer og en atmosfære som kan gjøre at folk føler seg fremmedgjorte. Dette gjelder spesielt barnefamilier som kan bli presset ut av sentrum eller helt ut av byen. Det kan virke som byens "peoples climate" i hovedsak taltaler unge mennesker i kreative yrker, i hovedsak uten barn. Videre er muligheter for utdanning og et robust og variert jobbmarked viktig for disse menneskene. Litt mer perifere steder og regioner kan ikke konkurrere på mangfold og kulturtilbud, men sosiale relasjoner og lokal identitet kan trekke den kreative klassen dit. De regionale sentra som kan tilby mer robuste jobbmarked sammen med utdanningstilbud og et bredere kulturtilbud sees på som interessante for en viss gruppe av den kreative klassen. En fordel de regionale sentre kan ha er at de tilbyr storby og små landsbyfordeler – stedsspesifikke kvaliteter som kan gjøre at de skiller seg fra hovedstadsregionene.

Generelt er begge disse studiene (Hansen 2008 og Isaksen 2005) skeptiske til å overføre Floridas rammeverk og anbefalinger direkte til nordiske forhold. Litt forenklet kan man si at de ikke er kritiske til ideen om den kreative klassen som drivere i utviklingen, men at disse søker seg mot steder med visse kvaliteter som skiller seg fra hva man finner i Nord-Amerika. Selv om det finnes sammenhenger, har de ikke på samme måten som hos Florida funnet klare empiriske sammenhenger mellom forekomsten av den kreative klassen og en ledende regional utvikling.

I den neste delen av notatet vil vi gjøre et forsøk på å se om Floridas teoretiske og analytiske rammeverk kan være fruktbart i en analyse gjort utenfor storbyene – Hamar og Hamar regionen (i tillegg til Hamar, kommunene Stange, Ringsaker og Løten). Først vil vi imidlertid gå gjennom noen utviklingstrekk når det gjelder befolkning, arbeidsmarkedet og næringsstruktur.

3 Status i Hamar - befolkning, pendling og næring³

I perioden 2000-2009, har Hamarregionens innbyggertall vokst med drøyt 3.500 eller 4,3 prosent fra 83.283 til 86.850. Dette tilsvarer en årlig vekst på snaut 400 eller i underkant av 0,5 prosent.

Utviklingen er vesenlig bedre enn på 1990-tallet, men likevel noe under målsettingen i Strategisk næringsplan. Ser en på Hamar kommune alene, vokste innbyggertallet i perioden med 1.666 fra 26.545 til 28.111 eller med 6,3 prosent. Dette tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekst på 185 personer eller i underkant av 0,7 prosent. Dette er innenfor målet i kommuneplanens samfunnsdel.

Regionens øvrige kommuner hadde følgende befolkningsvekst fra 1. januar 2000 til 1. januar 2009:

Ringsaker 780 personer eller 2,5 %, Løten 67 eller 0,9 % og Stange 1.054 personer eller 5,9 %.

Befolkningsveksten i Hamar kommune har vært sterkere enn i både Lillehammer, Gjøvik og alle andre Hedmarkskommuner unntatt Elverum. Ser vi på regionnivå har Hamarregionen med sine 4,3 prosent hatt bedre utvikling enn alle andre planregioner i Hedmark og Oppland. Utviklingen for både Hamar kommune og Hamarregionen siden 2000 har imidlertid vært svakere enn på landsbasis og langt svakere enn i regionene i sør; Øvre og Nedre Romerike og Oslo. Hamar kommune har i likhet med Løten hatt fødselsunderskudd siden 2000, mens Ringsaker og Stange hadde tilnærmet balanse mellom fødte og døde. At det i Hamar og Løten, og i Hamarregionen samlet, dør flere enn det fødes skyldes i stor grad aldersstrukturen. Alle fire kommunene i Hamarregionen har betydelig overrepresentasjon i de eldre aldersgrupper sammenliknet med landet for øvrig og underrepresentasjon i aldergruppen 20-44 år. Foruten effekten på fødselsoverskuddet gir denne strukturen større utfordringer i forhold til omsorgsbyrden, både nå og fremover, enn ellers i landet.

Syssetting og arbeidsplassdekning

Arbeidsplassdekningen i Hamar kommune allerede er over 100 prosent, dette vil si at kommunen har stor netto innpendling. Arbeidsplassdekningen i kommunen er økt fra 2000 til 2007. Når det gjelder Hamarregionen er arbeidsplassdekningen i 2007 93 prosent, det samme som i 2000. Hamarregionen fikk i perioden 2000-2007 3.200 nye arbeidsplasser eller nær 9 prosent vekst mot 10 prosent nasjonalt. Hamar kommune sto for drøyt 2.100 av denne veksten, tilsvarende 13 prosent vekst.

Hamar kommune hadde i 4. kvartal 2007 totalt 18.399 arbeidsplasser innenfor kommunegrensen og 14.299 sysselsatte innbyggere. Dette gir en netto innpendling på 4.100. Resten av Hamarregionen hadde 22.336 arbeidsplasser og 29.268 sysselsatte innbyggere, hvilket gir en netto utpendling på 6.932 personer. Dette viser en betydelig pendlingsstrøm fra omlandskommunene inn mot Hamar, men samtidig at det er en betydelig netto utpendling fra Hamarregionen sett under ett.

³ Denne delen baserer seg på ØF-rapport 2009/09 *Befolkning, næringsliv og attraktivitet i Hamar*

Bak de netto pendlingstallene skjuler det seg enda større brutto pendlingsstrømmer. Faktisk har hele 5.090 eller 35 prosent av Hamars sysselsatte innbyggere jobben sin utenfor kommunen, mens hele 9.190 eller 50 prosent av arbeidsplassene i Hamar kommune er besatt av personer bosatt utenfor kommunen.

I perioden etter 2000 har Hamar kommune hatt sterkere vekst i antallet arbeidsplasser enn landet, og også sterkere enn både Kongsvinger, Gjøvik, Lillehammer og Elverum. Av region/nabokommunene hadde Stange og Ringsaker en viss vekst, mens Løten hadde sysselsettningsnedgang.

2,5 prosent av arbeidsplassene i kommunen er innenfor primærnæringene, 6 prosent innenfor industrien og over 91 prosent innenfor tjenestesektoren, inklusive bygg og anlegg. 68 prosent av arbeidsplassene er i privat sektor og 32 prosent innenfor offentlig sektor. Hamar kommune hadde 13 prosents sysselsettningsvekst i både privat og offentlig sektor fra 2000 til 2007. Det er særlig den høye andelen fylkeskommunale og statlige arbeidsplasser som skiller Hamar fra landsgjennomsnittet. Kommunen har også overrepresentasjon innenfor finansiell tjenesteyting og forretningsmessig tjenesteyting, og hadde også høyere vekstrater enn nasjonalt innen disse næringene de siste 7 årene. Dette er alle arbeidsplasser som i større eller mindre grad er avhengig av å ligge der folk bor og lever. Disse forhold medfører gjør at bosetting er blitt minst like viktig for å få til næringsutvikling i en region som næringsutvikling er for å få til bosetting. I hvert fall vil ikke tradisjonell næringspolitikk lenger kunne virke alene uten sammen med tiltak for å gjøre det attraktivt å bo: "bolyst". Dette samsvarer med før omtalte Richard Florida argumentasjon med at vi bør endre strategi i regional utvikling fra fokus på "business climate" til "peoples climate".

I hvilken grad har så Hamar og Hamarregionen lyktes med sin satsing på attraktivitet for bosetting og dermed også bostedsbaserte næringsutvikling. Som det fremgikk foran har Hamar kommune og Hamarregionen hatt en bedre befolkningsutvikling i årene etter strategiene ble lagt enn før. Befolkningsutviklingen i både kommune og region ligger riktignok noe bak landsgjennomsnittet, men dette skyldes i hovedsak aldersstruktur og fødselsunderskudd. Nettotilflyttingen har vært relativt høy og Hamar kommune ligger på 52 plass blant landets 430 kommuner når det gjelder netto tilflytting 2000-2007 i andel av befolkningsmengde i 2000. Hamarregionen plasserer seg på 20. plass blant landets 89 økonomiske regioner mht. netto innflytting.

Sysselsettningsutviklingen er enda mer positiv hvor Hamar kommune har hatt sterkere vekst i antall arbeidsplasser enn nasjonalt siden 2000 (13 mot 10 prosent), og Hamarregionen som helhet tilnærmet samme vekst som nasjonalt (9 mot 10 prosent).

3.1 Norske flyttemotivundersøkelser

ØF-rapport 2009/09 *Befolkning, næringsliv og attraktivitet i Hamar* konkluderer med at andelen innflyttere eller "nykommere", dvs. innflytting av personer som ikke har vokst opp i kommunen som er årsaken til at de fleste sentrale kommuner har en mer positiv folketallsutvikling enn mer perifere kommuner. Hamar har en stor andel innflyttere, eller nykommere, i forhold til nabokommunene og plasserer seg i en mellomposisjon mellom sentrale og perifere kommuner i Norge.

Hva er så motivene for at folk velger å skifte bosted? NIBR, ved Kjetil Sørli, har gjort en bo-og flyttemotivundersøkelsen der han ser på hvorfor noen vil flytte, og hvorfor bli boende? Han spør om arbeid, utdanning, familie, helse, bolig og/eller sted/miljø er grunnen til at du enten har flyttet eller

blitt boende. Dette er en langvarig studie der det er en sammenligning med en tilsvarende undersøkelse fra 1972. Han ser på hele landet og har delt det opp i totalt 24 regioner basert på landsdel og sentralitet.

Tabell 2.1: Endringer i bomotiv i Norge 1972 – 2008,

	1972	2008
Utdanning	10	4
Arbeid	37	20
Bolig	29	25
Sted/miljø	9	21
Familie	13	27
Helse	2	3
SUM	100	100

Kilde Sørli, NIBR

Som vi ser har steds kvaliteter og familie blitt adskillig viktigere siden 1972, mens arbeid har blitt mindre som bo og flyttemotiv. Man kan si at dette kan tyde på at ”peoples climate” har blitt viktigere de siste 30 – 40 årene.

Sørli har også gjort en egen analyse av Hamarregionen⁴ (se tabell 2.2) i forbindelse med det foreliggende prosjektet. Det viser at folk i Hamarregionen i en viss grad har sammenfallende motiver for å bo der de gjør sammenlignet med landsgjennomsnittet, men at både sted/miljø og familie veier enda tyngre i denne regionen enn resten av Norge. Dette er motiver som er forankret på et sted, og som vanskelig lar seg forflytte.

Tabell 2.2: Bomotiver i Hamarregionen

Område	I alt	Arbeid	Bolig	Sted/ miljø	Familie	Helse	Ut- danning
Landet	100	20	25	21	27	3	4
Hedmark	100	9	23	28	35	4	1
Hamarregion	100	11	28	31	29	-	1

Kilde Sørli, NIBR

⁴ Grunnen til at det er Hamar-regionen og ikke bare Hamar kommuner er at dette er en utvalgsundersøkelse. Det er for få svar til å kunne si noe fornuftig om bare Hamar kommune.

Flytting er livsfase-avhengig (Sørli 2008). Vi flytter hyppigere og for ulike grunner alt ettersom hvor vi er i livet. Dette er sentralt om man vil basere en regional utvikling på tilflytting og bosetting; hva som får en tjueåring til å bosette seg på et sted er neppe det samme som en trettiåring.

For de fleste av oss er den første store flyttingen når vi begynner høyere utdanning, og unge mennesker er da også de absolutt mest mobile. Sannsynligheten for at noen vil flytte er på sitt absolutt høyeste i midten av tjueåra for så å falle raskt til rundt 45 og fortsetter falle til pensjonsalderen og til man blir eldre. I sin seneste bok peker Florida på at det er tre ganger så sannsynlig at en 25 åring flytter som en 45 åring (Florida 2008). Høyt utdannede flytter mer enn de med færre år på skolen. For unge folk betyr dette at de bør tenke seg nøye om før de velger sted å flytte til – sjansen for at de blir værende der blir større jo eldre de blir. For steder – byer og regioner – har dette også implikasjoner. Det nytter ikke å regne med at unge folk kommer til å flytte tilbake igjen bare de har noen år ute, bare de har fått tatt sin utdanning og hatt det litt moro i storbyen. Statistikken viser at dette synet i beste fall bør modereres (se også kap. 3.1.). Steder som mister i unge folk vil sjelden kunne ta igjen dette. Vinnerne er de som skaffer seg en tidlig fordel med å tiltrekke seg folk i midten av tjueåra. Disse stedene skaffer seg en konkurransefordel; de som taper vil finne det vanskeligere og vanskeligere å ta igjen dette forspranget.

4 Floridas kreative klasse og fire T'er – status i Hamarregionen?

Som nevnt i innledningen mener Florida at det er den kreative klassen som er en kjernegruppe for å få en dynamisk utvikling av en by eller region. Å ha en viss tilgang på denne gruppen er imidlertid ikke nok; man trenger en balansert miks av de fire T-ene: Teknologi, talent, toleranse og territorielle (stedsspesifikke) kvaliteter. De fire T-ene har en gjensidig positiv innflytelse på hverandre, og alle fire må være til stede for å sikre en dynamisk utvikling. I de neste kapitlene vil vi se hvordan Hamar og Hamarregionen ligger an i forhold til disse parameterene.

Vi har hentet data fra tre kilder:

- 1) Kvantitative sekundærdata fra Statistisk Sentralbyrå (SSB). Dette er offentlig tilgjengelig statistikk som vi har analysert og bearbeidet for dette prosjektet.
- 2) Kvantitative primærdata. Dette er data som er spesielt samlet inn for dette prosjektet og gjelder i første rekke flytting og deltakelse lokalpolitikk.
- 3) Kvalitative, semistrukturerte dybdeintervjuer. Vi har valgt å utdype de kvantitative med kvalitative data. Dette dreier seg om 12 intervjuer av representanter fra den kreative klasse. Disse er alle innflyttere til Hamar og jobber i så vidt ulike sektorer som bioteknologi, media, helsesektoren, idrett, utelivsbransjen og finans.

Vi har valgt å sammenligne Hamar med byer det er "naturlig å sammenligne seg med" – de ligger i omtrent samme avstand fra Oslo og er omtrent like store. Dette gir et ryddigere og etter vår mening et riktigere bilde av situasjonen enn bare å sammenligne med Oslo. Hovedstaden scorer veldig ulikt de andre byene på Østlandet; det gir noe uriktig sammenligningsgrunnlag. Når det gjelder konkurransen om talent og tilflyttere er det etter vår mening disse småbyene som i hovedsak er "konkurrentene" til Hamar. Oslo spiller på mange måter i en annen liga.

4.1 Den kreative klasse i Hamar og Hamarregionen

*"Flinke folk drar til seg flinke folk"⁵
Musiker og musikk lærer, innflytter*

Først vil vi se på hvordan Hamar ligger an med tanke på 'kreativ klasse'. Som nevnt tidligere er denne gruppen mennesker i følge Florida fortroppen i en økonomisk utvikling som baserer seg på kreativitet og innovasjon. Det er imidlertid viktig å huske på at en stor andel kreativ klasse ikke er tilstrekkelig for

⁵ Alle sitatene i begynnelsen av kapitlene er hentet fra intervjuer med representanter for den kreative klasse i Hamar.

å få en positiv regional utvikling. Det er derimot et godt utgangspunkt. Florida deler den kreative klasse opp i tre kategorier, basert på hva man jobber med. Den kreative kjernen jobber i hovedsak med å skape nye ideer, produkter og prosesser. Dette er for eksempel arkitekter, ingeniører, leger og forskere. Den neste gruppen er de kreative profesjonelle. Disse skaper ikke selv nye ideer, men de benytter seg av den nyeste kunnskapen. Den tredje gruppen er den kunstneriske delen av den kreative klasse, de såkalte bohemen. Disse er den kreative klasses spydspiss, og tiltrekker seg den øvrige kreative klasse.

Vi har brukt yrkesstatistikk fra SSB for å kartlegge den kreative klassen, og fulgt Floridas inndeling i den kreative kjernen, kreative profesjonelle og kunstnere og artister (se vedlegg for statistiske koder). Vi har valgt å se på den kreative klasse ut fra lokaliseringkvotient (LQ). LQ er et statistisk uttrykk som viser om en gruppe er over- eller underrepresentert i forhold til en referanseregion. I dette tilfellet ser vi på yrkesgrupper og bruker hele landet som referanseregion. En lokaliseringkvotient på 1 vil da si at andel av totalt sysselsatte etter bosted i yrkesgruppen er like stor på kommunalt nivå som på landsbasis. Er lokaliseringkvotienten lik 2 er det relativt sett dobbelt så mange yrkesaktive innen den yrkesgruppen sammenlignet med landet totalt.

Tabell 2.3: Den kreative klasse i Hamarregionen og østlandsbyene, yrke etter bosted

Kommune	Lokaliseringskvotienter kreative klasse	Lokaliseringskvotienter		
		Kreative kjernen etter bosted	Kreative profesjonelle etter bosted	Kunstnere (bohemen) etter bosted
0403 Hamar	1,17	1,29	1,12	1,39
0412 Ringsaker	0,75	0,58	0,81	0,55
0415 Løten	0,77	0,66	0,81	0,54
0417 Stange	0,87	0,85	0,88	0,60
0402 Kongsvinger	0,89	0,88	0,89	0,72
0427 Elverum	0,92	0,74	0,99	0,77
0501 Lillehammer	1,12	1,41	1,02	1,17
0502 Gjøvik	0,95	0,90	0,97	0,58
0101 Halden	0,84	0,73	0,88	0,83
0104 Moss	0,98	0,91	1,00	1,07
0105 Sarpsborg	0,78	0,58	0,85	0,79
0106 Fredrikstad	0,92	0,75	0,97	0,99
0231 Skedsmo	1,13	1,14	1,13	1,09
0602 Drammen	1,05	1,06	1,04	1,37
0604 Kongsberg	1,20	1,28	1,18	1,01
0605 Ringerike	0,83	0,72	0,87	0,69
0701 Horten	1,02	0,97	1,05	0,63
0704 Tønsberg	1,10	1,10	1,11	0,85
0706 Sandefjord	0,91	0,75	0,96	1,18
0709 Larvik	0,82	0,63	0,89	0,93
0805 Porsgrunn	0,93	0,85	0,96	0,76
0806 Skien	0,92	0,82	0,96	0,86

Av de byene vi ser på er det bare Kongsberg som har større andel av sine innbyggere i den kreative klassen enn Hamar. Hamar scorer høyt på alle de tre gruppene, men særlig på den kreative kjernen og bohemene (se også Tignali 2009). I 'bohem-kategorien' finner man utøvende kunstnere, filmfotografer og i tillegg yrker innen design underholdning og idrett. I absolutte tall utgjør imidlertid ikke dette en stor gruppe, kun 105 personer i Hamar.

I tabellen under ser vi mer detaljert hva som utgjør den kreative kjernen. Det er en del offentlige ansatte på grunn av Hamars rolle som regionsenter, for eksempel innen offentlig saksbehandling, undervisning og medisinske yrker. Det er viktig å huske på at dette er mennesker som bor i kommunen, men ikke nødvendigvis jobber der. Hvordan næringsstrukturen ser ut i kommunen og regionen kommer vi tilbake til i neste kapittel.

Foreløpig kan vi konkludere med at Hamar har en solid andel kreativ klasse. Dette er imidlertid ikke tilstrekkelig for å få en dynamisk regional utvikling. Florida mener at man i tillegg må man ha balanse mellom de fire T'ene; teknologi, talent, toleranse og territorial assets (steds spesifikke kvaliteter). Vi begynner med teknologikomponenten.

Tabell 2.4: Kreative kjernen, absolutte tall

Kommune	Kreative kjernen etter bosted						
	Realister, sivilingeniører mfl.	Biologiske yrker mfl.	Medisinske yrker	Undervisningsyrker som krever minst 4 års universitets- eller høyskoleutdanning	Høyere saksbehandlere innen offentlig administrasjon	Konsulentyrker, universitetsbibliotekarer o.l.	Samtidskunstnere, humanistiske og økonomiske yrker
0403 Hamar	382	7	197	424	484	4	78
0412 Ringsaker	290	14	74	177	244	3	42
0415 Løten	93	1	18	49	76	1	1
0417 Stange	205	8	57	165	213	2	34
0402 Kongsvinger	169	1	60	172	198	0	24
0427 Elverum	125	4	122	211	149	0	19
0501 Lillehammer	359	8	279	408	493	17	72
0502 Gjøvik	317	7	180	312	221	2	90
0101 Halden	315	2	85	274	124	4	41
0104 Moss	363	5	123	223	321	5	96
0105 Sarpsborg	463	2	123	289	270	7	82
0106 Fredrikstad	684	4	427	547	434	10	171
0231 Skedsmo	1064	1	182	322	658	3	184
0602 Drammen	1062	4	274	468	747	3	268
0604 Kongsberg	880	0	121	256	109	10	93
0605 Ringerike	339	2	93	249	169	1	60
0701 Horten	365	1	67	286	233	2	73
0704 Tønsberg	541	8	285	430	458	9	142
0706 Sandefjord	564	0	139	314	247	2	93
0709 Løren	350	8	156	323	223	5	74
0805 Porsgrunn	504	1	139	249	262	5	87
0806 Skien	506	1	292	399	478	4	115

4.2 Teknologi

”Det har vært en meget bra utvikling i bransjen de siste årene
– bedre enn hva jeg hadde regnet med.”

Forsker, bioteknologi

Teknologi handler om næringsstrukturen i regionen og at denne har et innslag av kunnskapsintensitet. For å måle forekomsten av kunnskapsintensive næringer kan man bruke en techpoleindeks. Dette er i følge OECD standard de som jobber i næringer som er definert som ”high” og ”high-medium tech”⁶. Dette gjelder både vareproduksjon og service.

Som vi ser har verken selve Hamar eller regionen et spesielt kunnskapsintensivt næringsliv. Det bør tillegges at ingen innenfor det offentlige kommer med i denne målingen, slik at for eksempel høyt kvalifiserte innen helsevesenet og annen offentlig virksomhet faller utenfor. De byene på Østlandet som scorer høyt her, er de tradisjonelle industribyene. Hamar som et sentrum i en tradisjonell jord- og skogbruksregion har vanskeligere for å hevde seg. For å nyansere dette noe har vi valgt å kikke litt nærmere på næringer som har kreativitet som sin viktigste innsatsfaktor, nemlig kultur- og opplevelsenæringene, jf. tabell 2.6.. Det er rimelig å anta at disse er viktige med tanke på den kreative klasse.

⁶ Se <http://www.milkeninstitute.org/pdf/pittsburgh1106.pdf>

Tabell 2.5: Kunnskapsintensive næringer, totalt, relativt og LQ basert på sysselsatte etter arbeidssted.

Kommune	Sum	Relativt	LQ	Følgende næringer inngår i techpoleindeksen: Produksjon av farmasøytiske råvarer og preparater Produksjon av kontor- og datamaskiner Produksjon av radio-, fjernsyns- og annet kommunikasjonsutstyr Produksjon av medisinske, presisjons- optiske instrumenter, klokker og ur Produksjon og rep. av fly og romskip Telekommunikasjoner Databehandlingsvirksomhet Forsknings- og utviklingsarbeid Arkitektvirksomhet og teknisk konsulentbistand Teknisk testing og analyse Film og video
Hamar	730	3,9 %	0,68	
Ringsaker	249	1,8 %	0,31	
Løten	13	0,7 %	0,13	
Stange	112	1,7 %	0,30	
Kongsvinger	338	3,8 %	0,67	
Elverum	412	4,1 %	0,73	
Lillehammer	736	4,6 %	0,81	
Gjøvik	754	4,7 %	0,83	
Halden	1250	10,0 %	1,76	
Moss	478	3,2 %	0,56	
Sarpsborg	567	2,4 %	0,42	
Fredrikstad	1306	3,7 %	0,65	
Skedsmo	1347	5,2 %	0,91	
Drammen	1582	4,4 %	0,78	
Kongsberg	2161	13,7 %	2,41	
Ringerike	769	5,3 %	0,93	
Horten	1823	16,9 %	2,98	
Tønsberg	1218	4,4 %	0,78	
Sandefjord	1183	5,5 %	0,97	
Larvik	429	2,3 %	0,41	
Porsgrunn	1473	7,7 %	1,36	
Skien	1462	5,8 %	1,03	

Kulturnæringene fremstiller kulturelle produkter for salg i et marked, dvs. kommersialiserte kulturelle uttrykk som kommuniserer gjennom estetiske symboler, tegn, bilder, farger, bevegelser, former, lyder og fortellinger. Med basis i definisjonen av kulturelle produkter har vi inkludert arkitektvirksomhet, design, film, video og foto, kulturarv, kunstnerisk virksomhet, markedskommunikasjon, musikk, trykte medier og TV og radio. I tillegg har vi tatt med hva vi kaller opplevelsesnæringer. Disse kategoriene er ikke kulturnæringer slik begrepet er definert ovenfor, men innbefatter naturbaserte opplevelser, spill og organiserte opplevelser og sport (Haraldsen, Hagen og Alnes 2008). Vi har også valgt å skille ut de tradisjonelle reiselivsnæringene og hotell og restaurant som egne kategorier.

Tabell 2.6: Kultur-, opplevelses- og reiselivssnæringer etter arbeidssted

2008	Totalt sysselsatte	Sum KOR	Relativ andel	Kultur næringer	Opplevelses- næringer	Reisebyrå og reisearrangører	Hotell og restaurant
Hamar	18931	2015	10,6 %	807	605	56	547
Ringsaker	13957	625	4,5 %	226	33	6	360
Løten	1754	105	6,0 %	25	9	0	71
Stange	6636	191	2,9 %	68	33	0	90
Kongsvinger	8948	530	5,9 %	289	69	12	160
Elverum	9983	765	7,7 %	427	75	9	254
Lillehammer	16024	1724	10,8 %	751	186	35	752
Gjøvik	16047	1216	7,6 %	560	155	50	451
Halden	12554	885	7,0 %	443	51	19	372
Moss	15155	947	6,2 %	404	113	43	387
Sarpsborg	23626	1545	6,5 %	613	196	16	720
Fredrikstad	35232	2403	6,8 %	1222	223	52	906
Skedsmo	26025	2139	8,2 %	996	210	17	916
Drammen	35902	2761	7,7 %	1415	311	79	956
Kongsberg	15810	898	5,7 %	347	67	16	468
Ringerike	14528	789	5,4 %	318	58	12	401
Horten	10810	588	5,4 %	272	38	9	269

Tabellen viser at over 10 % av de nesten 19 000 som er sysselsatt i Hamar jobber innefor de kreative næringene. Sammen med Lillehammer skiller Hamar seg ut ved å ha en stor andel sysselsatte innefor disse næringene. Noe av dette kan forklares ved Lillehammers posisjon som reiselivsdestinasjon, og at spill (les Norsk Tipping) er stort for Hamar sin del. Dette kan allikevel ikke forklare alt. Kultur- og opplevelsesnæring er solid representert også utover disse regionale særtrekkene.

Et eksempel på et spennende miljø innen kulturnæringene kan man finne i musikk. En av informantene som jobber med musikk, mente at det er mye dyktige folk knyttet til området innefor flere musikksjangere. Han trakk fram Toneheim og kulturskolen som magneter for kompetente folk. I tillegg finner man fyrtårn som Vertavo-kvartetten og festspillene i Elverum, som etter hans mening har vært veldig viktig. Han mente at om man knytter man til seg toppfolk, vil dette gi ringvirkninger. Han mener å se at dette er en strategi som man kan høste av nå; det kommer flere flinke til regionen og de som allerede er her har måttet strekke seg ytterligere. Musikere som yrkesgruppe faller inn under kategorien bohemer, som vi i kap.4.1 (tabell 2.3) så hadde en overrepresentasjon i Hamar på 39%. Dette kan tyde på at denne informantens inntrykk stemmer med våre statistiske data.

4.3 Talent

”Det var litt vanskelig å få tak i kvalifisert arbeidskraft tidligere, men nå har vi som regel mange gode kandidater å velge mellom”.

Mellomleder, mediabedrift, innflytter

Talent referer til den såkalte humankapitalen i en region. For å operasjonalisere dette har vi valgt å se på utdanning. Dette er så klart en forenkling, det finnes utallige eksempler på talentfulle personer, både når det gjelder forretning, innovasjon med mere, som ikke har høy formalkompetanse. På regionalt nivå viser det seg derimot at utdanning er en relativt god indikator på potensialet for en kompetansebasert regional utvikling.

Under ser vi en tabell med antall med høyere utdanning i utvalget av kommuner. Som nevnt tidligere uttrykker lokaliseringskvotient (LQ) andel av innbyggertall sett i forhold til landet totalt. Dvs har man en LQ over 1, vil det si at man ligger over landsgjennomsnittet.

Tabell 2.7: Antall med høyere utdanning i kommunene, total antall og LQ

Kommune	Innbyggere	Universitets- og høgsolenivå kort	Universitets- og høgsolenivå lang	LQ Universitets- og høgsolenivå kort	LQ Universitets- og høgsolenivå lang
0403 Hamar	28211	5288	1490	1,21	1,12
0412 Ringsaker	32402	3854	725	0,77	0,48
0415 Løten	7255	843	150	0,75	0,45
0417 Stange	18982	2662	527	0,91	0,60
0402 Kongsvinger	17326	2039	464	0,76	0,60
0427 Elverum	19687	3155	716	1,04	0,77
0501 Lillehammer	26104	5251	1535	1,30	1,21
0502 Gjøvik	28611	4372	957	0,99	0,70
0101 Halden	28389	3940	862	0,90	0,68
0104 Moss	29588	4318	1244	0,94	0,91
0105 Sarpsborg	51723	6463	1101	0,81	0,47
0106 Fredrikstad	72760	10591	2453	0,94	0,74
0231 Skedsmo	46668	6885	2010	0,95	0,87
0602 Drammen	61405	9549	2482	1,01	0,85
0604 Kongsberg	24381	4457	1466	1,18	1,17
0605 Ringerike	28645	3883	887	0,88	0,64
0701 Horten	25471	4096	969	1,04	0,84
0704 Tønsberg	38914	7103	1907	1,18	1,02
0706 Sandefjord	42654	6268	1312	0,95	0,66
0709 Larvik	42124	5920	1184	0,91	0,60
0805 Porsgrunn	34377	4744	1303	0,89	0,82
0806 Skien	51359	7216	1708	0,91	0,71

En overrepresentasjon av høyt utdannede personer er til en viss grad et urbant fenomen, i og med at det er i byene man finner de fleste jobbene med krav om høyere utdanning. Det gir likevel ikke et fullstendig bilde i og med at det er flere steder med flere innbyggere enn både Hamar og Lillehammer som har en lavere LQ på høyere utdanning.

Tabellen viser at Hamar (igjen sammen med Lillehammer) skiller seg positivt ut. Det er mange med høy utdanning. Dette kan virke noe paradoksalt i forhold til at det er relativt få som jobber innen kunnskapsintensive næringer (se forrige kapittel). Dette kan skyldes ulike forhold. For det første

inkluderer ikke næringsstatistikken for kunnskapsintensive næringer offentlige ansatte. I og med at det er relativt mange høyt utdannede som jobber innen helsevesen, høyskole og offentlig administrasjon kan dette forklare noe. I tillegg kan det tyde på at mange jobber utenfor regionen. Uten at vi på bakgrunn av foreliggende data kan fastslå det med sikkerhet, er det rimelig å anta at en del med høyere utdanning pendler for å jobbe andre steder enn hjemkommunen. Spesielt Oslo har en høy andel jobber som krever høy utdanning. Det er sannsynlig at mange med høyere utdanning i Hamar pendler til hovedstaden.

Hamar som et sted med en befolkning med høyt kompetansenivå blir styrket gjennom våre kvalitative data. Det var få eller ingen som rapporterte om store vanskeligheter med å få tak i kvalifisert arbeidskraft. Flere mente at dette hadde endret seg positivt de siste årene. Det er flere kvalifiserte søkere per stilling nå enn det var for noen år siden.

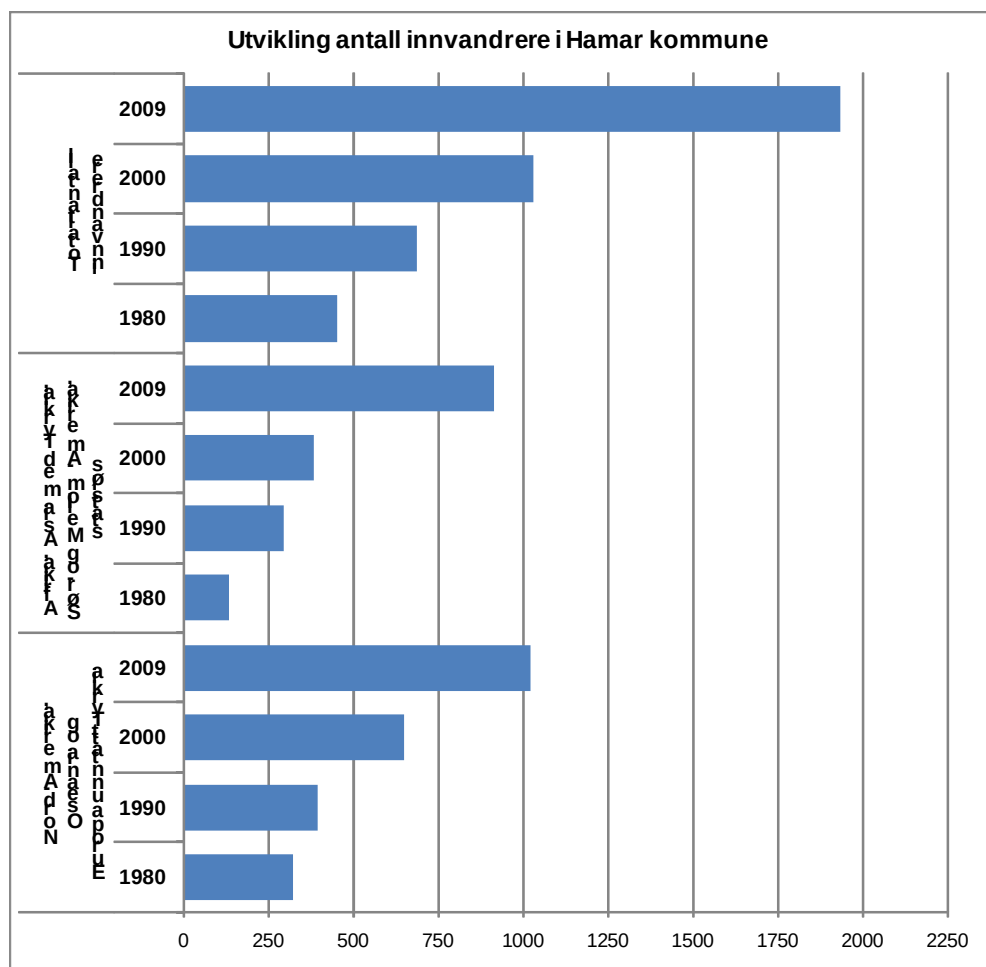
Av dem vi snakket med i ledende stillinger, var oppfatningen at det kunne være noe problematisk å fullføre karriereambisjonene i regionen. En av informantene hevdet at er lite jobbrotasjon i regionen – når folk får en interessant jobb tvilholder de på den. Om man vil ha en toppstilling på nasjonalt nivå er det vanskelig å finne i regionen. Dette varierer selvsagt med ulike næringer.

4.4 Toleranse

”Før jeg flyttet oppover var det mange Hamarfolk jeg traff i Oslo som sa ’lykke til, det trenger Hamar, men ikke tro at du kommer til å bli tatt rett inn i varmen’.
Det synes jeg ikke stemmer – jeg har fått mange venner her”.
Gründer, utelivsbransjen, innflytter

Et av de viktigste postulatene til Florida er at det er viktig å underbygge åpenhet og toleranse. Dette betyr at det er lett for innflyttere å få innpass, men også at man har rom for nye tanker og kreative løsninger. Denne typen atmosfære tiltrekker folk som er åpne for nye ideer og dermed mer innovative. Mens talent og teknologi er relativt enkle å tallfeste, byr det på større utfordringer når man skal måle toleranse. Toleranse er ikke det samme som fravær av konflikter, men en mer aktiv inkludering i lokalsamfunnet. Dette betyr en inkludering av mennesker som skiller seg ut fra normen, enten med etnisk bakgrunn, seksualitet eller lignende. Det kan også være hvordan innflyttere blir inkludert i lokalsamfunnet. Det er med andre ord ingen enhetlig statistikk man kan gå til for å finne en "toleranseindikator", men må heller se på flere ulike variabler. Florida selv bruker andel homofile i lokalsamfunnet (en såkalt "gay index") som et mål på toleranse. Dette har vi ikke statistikk på i Norge. Florida bruker også andel innvandrere i lokalsamfunnet som et mål på toleranse. I en avhandling fra Lunds Universitet (Hansen 2008) der man ser på kreativ klasse i Skandinavia, bruker man også andel innvandrere som en indikator.

Vi har valgt å se på det totale antall innvandrere, endringer de siste årene, og deltakelse i arbeidslivet. I tillegg har vi valgt å skille mellom grovt sett vestlige og ikke-vestlige innvandrere. Men først vil vi se på hvor mange innvandrere det er totalt i Hamar.



Figur 2.3: Andel innvandrere i Hamar kommune fra 1980 – 2009, vestlige og ikke-vestlige

Tabell 2.8: Innvandrere – relativ andel sysselsatte

	Prosentandel sysselsatte 4. kv. 2001				Prosentandel sysselsatte 4. kv. 2007			
	Totalt	Befolkningen eksklusive innvandrere	Gruppe 1: EU/EFTA, Nord- Amerika, Australia og New Zealand	Gruppe 2: Asia, Tyrkia, Afrika, Latin- Amerika, Europa utenom EU/EFTA, Oseania utenom Australia.	Totalt	Befolkningen eksklusive innvandrere	Gruppe 1: EU/EFTA, Nord- Amerika, Australia og New Zealand	Gruppe 2: Asia, Tyrkia, Afrika, Latin- Amerika, Europa utenom EU/EFTA, Oseania utenom Australia.
0403 Hamar	67,9	68,4	69,6	50,5	69,2	70,1	70,8	55,0
0412 Ringsaker	69,7	69,9	69,6	58,9	69,3	69,5	69,9	62,3
0415 Løten	67,2	67,6	:	:	67,3	67,8	:	52,9
0417 Stange	67,3	67,6	63,0	53,2	68,1	68,7	67,0	54,3
0402 Kongsvinger	66,2	66,4	70,7	58,7	64,5	64,8	69,1	57,1
0427 Elverum	67,5	68,2	62,6	47,5	69,6	70,4	70,5	53,6
0501 Lillehammer	71,6	71,9	73,8	57,4	71,2	71,7	74,4	61,8
0502 Gjøvik	68,9	69,8	72,7	46,2	69,6	70,4	77,7	56,5
0101 Halden	66,5	68,0	60,0	38,5	65,8	66,9	64,0	49,7
0104 Moss	67,4	68,7	62,8	51,8	66,6	67,9	69,2	55,2
0105 Sarpsborg	66,6	67,5	61,3	46,2	66,6	67,7	63,7	57,3
0106 Fredrikstad	67,2	68,1	64,3	47,3	66,8	68,2	68,5	51,4
0231 Skedsmo	75,1	76,3	73,3	58,9	72,7	74,1	76,5	62,2
0602 Drammen	69,3	71,0	67,8	54,0	69,2	71,3	73,7	56,9
0604 Kongsberg	74,1	74,8	67,8	59,4	74,8	74,9	76,5	71,5
0605 Ringerike	70,4	70,7	74,2	58,8	70,3	70,7	70,7	63,3
0701 Horten	67,0	67,8	61,6	49,7	66,3	67,0	64,9	58,0
0704 Tønsberg	69,8	70,3	66,1	56,0	69,9	70,4	70,7	63,8
0706 Sandefjord	67,0	67,9	60,7	50,2	68,2	68,9	67,7	59,5
0709 Larvik	67,7	68,6	61,3	48,7	68,8	69,5	64,6	60,9
0805 Porsgrunn	66,2	67,1	60,3	48,8	68,0	68,8	64,9	57,2
0806 Skien	67,5	68,6	63,8	45,8	68,3	69,5	65,9	55,3

Det er vanskelig å trekke entydige konklusjoner ut fra den ovenstående tabellen. Hamar er omtrent midt på treet når det gjelder innvandrere og deres deltakelse i arbeidslivet. Det er verdt å merke seg at både det totale antallet innvandrere har økt i perioden, men deltakelsen i arbeidslivet har økt enda mer. Dette har riktignok skjedd i en periode med veldig lav arbeidsløshet, men det tyder likevel på at man har opplevd en økt grad av integrering.

Men toleranse forstått som inkludering kan også gi en pekepinn på hvordan mener man som nykommer (eller tilbakeflytter) føler seg velkommen på et sted. Vi har derfor foretatt en undersøkelse per e-post som kartlegger hva slags flytte-bakgrunn lokalpolitikere i Hamar har. Vi spurte både de faste representantene og vararepresentantene. Vi sendte ut 65 e-poster, og fikk svar fra 42. Vi ønsket å gjøre dette for å få en pekepinn på om man som innflytter deltar i lokalsamfunnet. Dette kan i sin tur kan gi en indikasjon på hvordan man blir tatt i mot og føler seg hjemme.

Tabell 2.9: Politikere og flyttehistorie

	Kommunestyre	Hamar total
Fastboende	19%	19%
Tilbakeflyttere	31%	21%
Innflyttere	50%	59%

Som vi ser er tilbakeflyttere noe overrepresentert i kommunestyret, men alt i alt er speiler representasjonen i kommunestyret sammensetningen i av fastboende, tilbakeflyttere og innflyttere i kommunen. Innvandrere er derimot underrepresentert i lokalpolitikken.

I de kvalitative intervjuene forsøkte vi å avdekke hvordan innflyttere i Hamar opplever byen – er det en tolerant atmosfære, er folk åpne og velkomne? Svarene var entydige i at Hamar hvert fall ikke var mindre tolerante enn andre steder, men kanskje mer på det jevne. De opplever at det er relativt lett å komme i kontakt med mennesker og få venner. På den annen side er det ingen som rapporterte om et veldig åpent og imøtekommende miljø, men heller ikke om et lukket miljø som er vanskelig å komme inn i. I følge informantene er dette omtrent som de er vant med fra andre steder. Ikke overraskende er det lettere å komme i kontakt med folk om man har naturlige møteplasser, som jobb, fritidsaktiviteter eller barn og deres aktiviteter.

Dette gjelder også når det gjelder åpenhet overfor andre, de som faller litt utenfor majoriteten, som for eksempel seksuell legning. Det var ingen av informantene som mente at Hamar var mindre inkluderende enn andre steder. ” Det er passe stort til at bygdedyret ikke får tak”, som en av informantene sa.

På ett område skiller Hamar seg ut som et meget tolerant – innenfor kirken. Både når det gjelder kvinnelige prester og ikke minst kvinnelige biskoper har man vært meget tidlig ute i denne regionen. Dette gjelder også toleranse for partnerskap mellom homofile. Dette var noe informantene var klar over, men de mente i liten grad at dette var utslagsgivende for toleransen på regionalt nivå.

Det må understrekes, som også mange av informantene gjorde selv, at de stor sett falt innenfor "normen". De var i all hovedsak mennesker i etablerte parforhold med barn. Vi ville nok kunne fått noe annerledes svar om vi hadde gått utenfor denne gruppen.

4.5 Territorial assets

”Jeg liker å leve urbant - og i Hamar kan jeg leve urbant selv om det er en liten by.”
Overlege og innflytter

Territorial assets, den fjerde t'en, kan vi oversette med "stedsspesifikke kvaliteter". Dette er på en side de fysiske forutsetningene, både de naturlige og/eller bygde. I tillegg kan det også være de psykososiale settingene i samfunn - den litt vanskelig definerbare "atmosfæren". Folk som bor på steder de finner inspirerende både når det gjelder urbane kvaliteter eller natur har en større tendens til å delta i lokalsamfunnet og faktisk være lykkelig. Det kan være vanskelig å vurdere om et sted er vakkert eller ikke. Det kommer i stor grad an på øynene som ser. Men om man spør befolkningen som oppfatter stedet de bor på som vakkert, viser det seg at dette sammenfaller med positive sosiale og

økonomiske forhold. Ved siden av økonomisk sikkerhet, gode skoler og et godt sosialt miljø er faktisk det om man vurderer stedet der man bor som pent, den viktigste faktoren for stedstilfredshet⁷.

Hvordan måler man noe så subjektivt som steds-kvaliteter? I analysen som ligger bak Floridas (2008) seneste bok er det gjennomgått en rekke rangeringer og analyser av hvilke steder som er attraktive. Det viser seg at enkelte steder blir rangert høyt uansett hva man måler – om det er de mest miljøvennlige eller de mest barnevennlige, eller alt i mellom. Dette er ikke steder som tilbyr en løsning som passer alle. I stedet er det en mosaikk av tilbud som utgjør disse stedenes attraksjon – de har noe for en hver smak og det er variasjonen i tilbudet som er stedets styrke. I det følgende vil vi gå gjennom noen parametere som kan si noe om Hamars steds-kvaliteter.

4.5.1 Tjeneste- og kulturtilbud

En måte å tallfeste regionale kvaliteter er en indeks som Florida kaller "Public Provision Index" (PPI). PPI er et uttrykk for det offentlige tilbudet i en region, i vårt tilfelle en /kommune, og beregnes ved andel sysselsatte innen offentlige tjenester per 100 innbyggere i kommunen.

Tabell 2.10: Public Provision Index (PPI)

Kommune	Public Provision Index							
	Sum Public Provision	801 Førskole- og grunnskole- undervisning	802 Undervisning på videregående skole	803 Undervisning på universitets- og høgskolenivå	804 Voksenopp- læring og annen undervisning	851 Helse- tjenester	852 Veterinær- tjenester	853 Sosial- og omsorgs- tjenester
0403 Hamar	16,93	1,79	1,28	0,81	0,72	6,64	0,04	5,64
0412 Ringsaker	11,01	1,95	0,45	0,00	0,19	5,12	0,06	3,23
0415 Løten	8,53	2,10	0,00	0,00	0,21	3,39	0,07	2,77
0417 Stange	14,83	2,05	0,88	0,00	0,46	6,64	0,06	4,73
0402 Kongsvinger	13,68	1,61	1,40	0,11	0,21	5,56	0,08	4,70
0427 Elverum	16,76	1,84	0,85	1,12	0,30	8,74	0,06	3,86
0501 Lillehammer	19,50	1,91	1,17	1,19	0,40	9,72	0,04	5,05
0502 Gjøvik	17,13	1,90	0,96	0,79	0,54	8,20	0,05	4,70
0101 Halden	12,48	1,91	1,04	1,14	0,11	3,81	0,01	4,46
0104 Moss	13,95	1,68	1,15	0,02	0,37	5,75	0,16	4,83
0105 Sarpsborg	11,65	1,95	1,17	0,10	0,40	3,09	0,02	4,91
0106 Fredrikstad	14,87	1,68	0,71	0,20	0,35	7,37	0,03	4,52
0231 Skedsmo	11,73	1,56	1,01	0,77	0,29	4,11	0,04	3,95
0602 Drammen	17,23	1,59	0,95	0,12	0,29	7,74	0,05	6,49
0604 Kongsberg	14,48	1,92	1,15	0,59	0,27	5,06	0,03	5,44
0605 Ringerike	14,53	1,67	1,08	0,37	0,35	6,36	0,08	4,62
0701 Horten	11,65	1,86	1,02	1,26	0,23	3,44	0,03	3,82
0704 Tønsberg	20,49	2,06	1,04	0,42	0,49	10,78	0,04	5,66
0706 Sandefjord	11,04	2,17	0,92	0,00	0,39	2,60	0,06	4,90
0709 Larvik	11,63	1,75	0,68	0,09	0,41	3,86	0,04	4,80
0805 Porsgrunn	12,53	1,93	0,55	0,78	0,32	4,14	0,02	4,78
0806 Skien	16,18	1,93	0,89	0,00	0,29	8,50	0,05	4,52

Som vi ser ligger Hamar på det jevne og litt over sammenlignet med byer på omtrent samme størrelse. Hamar har en del sentralstedsfunksjoner som gjør at det er flere sysselsatte innefor denne indeksen enn

⁷ Kilde Richard Florida, Charlotta Mellander and Kevin Stolarick (2009) Beautiful Places: The Role of Perceived Aesthetic Beauty in Community Satisfaction, kan lastes ned på:
<http://research.martinprosperity.org/2009/11/beautiful-places-the-role-of-perceived-aesthetic-beauty-in-community-satisfaction/>

de omliggende kommunene. Dette funnet sammenfaller med de kvalitative intervjuene. Det få eller ingen som hadde merknader til det offentlige tilbudet.

Et annet mål er Culture Opportunity Index (COI). COI er et uttrykk for det kulturelle tilbudet i en region og viser andelen sysselsatte i regionen per 100 innbygger.

Tabell 2.11: Culture Opportunity Index (COI)

	Cultur Opportunity Index							
	Sum Cultur Opportunity	553 Restaurant	554 Barer	921 Film og video	922 Radio og fjernsyn	923 Annen underholdning	925 Bibliotek, arkiver, museer etc.	926 Sport og idrett
0403 Hamar	2,92	1,09	0,03	0,24	0,04	0,36	0,41	0,75
0412 Ringsaker	0,52	0,31	0,00	0,00	0,00	0,09	0,04	0,07
0415 Løten	0,59	0,40	0,00	0,01	0,00	0,10	0,07	0,01
0417 Stange	0,73	0,38	0,00	0,00	0,00	0,13	0,09	0,13
0402 Kongsvinger	1,16	0,51	0,00	0,03	0,03	0,10	0,12	0,36
0427 Elverum	1,76	0,81	0,04	0,08	0,00	0,08	0,43	0,32
0501 Lillehammer	3,64	1,53	0,00	0,08	0,46	0,38	0,66	0,54
0502 Gjøvik	1,60	0,90	0,04	0,03	0,03	0,11	0,13	0,36
0101 Halden	1,59	0,99	0,07	0,05	0,02	0,23	0,07	0,16
0104 Moss	1,40	0,84	0,01	0,06	0,00	0,11	0,08	0,31
0105 Sarpsborg	1,29	0,73	0,06	0,03	0,05	0,11	0,09	0,23
0106 Fredrikstad	1,51	0,77	0,01	0,08	0,09	0,21	0,08	0,27
0231 Skedsmo	2,02	1,25	0,01	0,06	0,05	0,15	0,11	0,37
0602 Drammen	2,00	1,04	0,04	0,09	0,09	0,35	0,10	0,29
0604 Kongsberg	1,54	0,73	0,03	0,07	0,00	0,13	0,32	0,26
0605 Ringerike	1,23	0,69	0,10	0,05	0,00	0,13	0,07	0,18
0701 Horten	1,16	0,65	0,01	0,06	0,00	0,11	0,21	0,12
0704 Tønsberg	2,32	1,35	0,03	0,12	0,10	0,20	0,21	0,32
0706 Sandefjord	1,59	0,86	0,05	0,07	0,00	0,20	0,10	0,31
0709 Larvik	1,18	0,60	0,04	0,02	0,00	0,14	0,07	0,31
0805 Porsgrunn	1,84	1,14	0,04	0,03	0,17	0,17	0,06	0,23
0806 Skien	1,56	0,74	0,08	0,05	0,00	0,18	0,15	0,35

Ut fra tabellen ser vi at nesten tre personer jobber innefor kultur, underholdning og uteliv per 100 personer som bor i Hamar. Igjen skiller Hamar og Lillehammer seg positivt ut i et østlandsperspektiv. Dette tyder på at det er et relativt bra kultur- og utelivstilbud på disse stedene.

Dette er to eksempler på hvordan man kan tallfeste steds kvaliteter, og dette kan gi oss noen svar på visse særegenhet ved stedet. Det kan også være nyttig å gi dette nyanser gjennom kvalitative data kommet fram i intervjuer. Steds kvaliteter og ulike aspekter ved dette var et gjennomgående tema i de samtalene vi hadde i forbindelse med dette prosjektet. Vi har valgt å oppsummere disse funnene gjennom tre tema; småbykvaliteter, fysiske forutsetninger og stedsmentalitet.

4.5.2 Småbykvaliteter

De fleste vi snakket med trakk fram det vi kan kalle *småbykvaliteter* som det beste med å bo i Hamar. Med dette mener vi at det finnes urbane tilbud her som underholdning, varierte fritidssysler, uteliv og restauranter og kulturtilbud. Samtidig er det lite nok til at det er enkelt å få gjort praktiske ærend, det er et bra offentlig tilbud og det er trygt og oversiktlig. En av de vi snakket med mente at "Hamar er en perfekt liten by – når det gjelder størrelse og beliggenhet".

På den annen side mente enkelte at det blir litt for homogent miljø. Noen savnet en større variasjon i tilbudet, som en informant sa: "Det er et lite marked for det spesielle – hvis du skal starte noe, start en pizzarestaurant. Selv om det er seks fra før vil nok den sjuende gå også."

Det må understrekes at de fleste informantene var det man kan kalle etablerte, med barn og/eller i stabile parforhold. Dette påvirker nok bedømmelsen av hva et godt sted er. En av informantene sa: "Hamar er en gjennomiktig plass – dette er suverent for oppfostring av barn. Som er sted å ha barn er Hamar en fantastisk plass. Når man blir litt større er det kanskje litt for gjennomiktig."

4.5.3 Fysiske forutsetninger

Naturen er en av Hamar bys fortrinn. Informantene setter pris på bodde sommer- og vinter-Hamar. Så man kan si at både 'Åsa' og Mjøsa er med å gi Hamar regionale fordeler. Løypene og skiforholdene vinterstid er utvilsomt et gode som både blir flittig brukt og satt pris på. De fleste informantene trakk også fram Mjøsa og da spesielt det som har skjedd i det siste på Koigen som positivt. Klimaet blir også trukket fram som et pre - både (relativt) tørre sommere og stabilt kalde vintere med snø. Dette blir i større grad trukket fram av mennesker som ikke er vant med dette, mens innflyttere fra Østlandsområdet vektlegger ikke dette i samme grad.

Det skal heller ikke underslås at nærheten til Oslo er viktig for mange. Dette gjelder i første rekke Oslo som jobbmarked og at det er et stort kundegrunnlag der. Samtidig var det mange som trakk fram at nærheten til Norges største kultur- og underholdningsmarked bare er en kort tog- eller biltur unna. Det finnes en del "kulturpendlere" – folk som reiser inn til Oslo for å nyte godt av tilbud de ikke finner på hjemstedet.

4.5.4 Stedsmentalitet

Sted er viktig for vår identitet, og stedet vi bor er en del av den vi er. Hvis bostedet ditt ikke samsvarer med ditt eget selvilde, vil det derfor være mer naturlig å flytte. Likens, kan det at et sted har en identitet som du synes passer med den du vil være, virke som en trekkfaktor for flytting. Flere forskere har lagt vekt på at dette er veldig viktig for hvor du bosetter deg, det er også viktig for om du trives på et sted. Hamar og Hedemarken har kanskje et rykte på seg for å være traust og litt treigt. Kanskje noe overraskende er det vanskelig å finne belegg for dette ut fra de samtalene vi hadde i forbindelse med dette prosjektet. Selv om noen av informantene kjente seg igjen i beskrivelsen av hamarsingene som over gjennomsnittlig traust, var det minst like mange som ikke var enig. Enten mente de ikke dette passet i det hele tatt, eller så ville de ikke være med å sette folk i bås.

På den annen side var de som var enig i at traust er en passende merkelapp, lite kritiske til dette. De mente at det stort ikke var noe problem, men heller et tegn på folk som er lite stresset og opppkavet. Som en av informantene uttrykte det: "Hamarsingene er gode til å ta livet passe med ro, uten å bli late."

5 Konklusjon

Ut fra funnene i dette prosjektet kan man si at Hamar ligger bra an med tanke på de fleste av de indeksene vi har brukt for å måle kreativ klasse, og de tilhørende T'ene; teknologi, talent, toleranse og territorial assets. Hamar har riktignok ikke en spesielt høyteknologisk næringsstruktur, men scorer nesten overraskende bra på de andre kvantitative parameterne. Dette går litt på tvers av tidligere studier (Isaksen 2005, Hansen 2008). Spesielt når det gjelder andelen kreativ klasse og hvilke tilbud som finnes av kultur og opplevelser, ligger Hamar helt i toppen blant byene på Østlandet. Samtidig har Hamar en relativt positiv utvikling med tilflytting, høy sysselsetningsgrad og vekst i antall arbeidsplasser. Vi vil imidlertid understreke at ut fra tilgjengelige data er det ikke mulig å trekke noen kausale sammenhenger mellom Hamars høye score når det gjelder kreativ klasse-indikatorer og de mer generelle funnene på trender i utviklingen.

Funnene i de kvalitative intervjuene var stort sett entydige på at Hamar er et bra sted å bo og jobbe. Dette er kanskje ikke overraskende med tanke på utvalget av informanter - innflyttere som mer eller mindre har slått seg til ro her. Vi mener imidlertid at dette gir et godt grunnlag for hvordan Hamar oppleves av innflyttere. De kvalitative intervjuene viser en klar tendens mot en positiv vurdering av småbyens kvaliteter.

Et problem, om man skal følge Floridas teorier fullt ut, kan være at Hamar er litt for homogen befolkning. Det mangler noe av mangfoldet både i etnisk bakgrunn, økonomisk status og alder. Samtidig ser vi en utvikling mot mer mangfold i Hamar.

Alt i alt kan man si at det i Hamar finnes et godt grunnlag for en strategi basert på Floridas ideer om 'peoples climate' og kreativ klasse.

Når det gjelder praktiske erfaringer med bruk av Florida som rammeverk for en analyse av regional utvikling, mener vi at dette kan være en fruktbar tilnærming. I Norge er vi dessuten i den heldige stillingen at vi har tilgang på en del mer finmasket og detaljert statistikk, som kan være med å gi nyanserte analyser. Det er imidlertid viktig at analysen blir tilpasset norske forhold, og at man ikke bruker teorier som et utarbeidet i en helt annen geografisk kontekst uten visse lokale tillempinger. Dette er av spesielt stor betydning når man ser på mindre steder som ikke har det kulturelle tilbudet og mangfoldet man finner i større byer.

En spesiell utfordring er å finne operasjonelle definisjoner og mål av de fire T'ene. Dette gjelder spesielt de som er litt 'mykere' – toleranse og "territorial assets" (stedsspesifikke kvaliteter). Dette er ofte subjektive størrelser – de oppleves ulik hos ulike mennesker. Man bør forsøke å "pakke opp" disse begrepene for å se hva de egentlig inneholder. Hvordan oppleves toleransen på et sted for folk med ulik bakgrunn og livssituasjon? Hvilke steds kvaliteter vektlegger ulike grupper? For å få svar på disse spørsmålene, mener vi statistiske analyser bør kompletteres med kvalitative data. Dette vil kunne gi oss en bedre forståelse av hva som gjør enkelte byer og regioner mer tiltrekkende enn andre.

Det vil kunne gi en mer finmasket forståelse av attraktivitet og bolyst enn Floridas noe overforenklinger og generaliseringer av hva en meget stor gruppe finner attraktivt ved steder. Disse betenkelighetene bør imidlertid ikke overskygge det faktum at vi mener Floridas rammeverk og analyseverktøy med sitt fokus på individer og en regions samlede humankapital, er et interessant og utfyllende alternativ til mer tradisjonelle tilnærminger for analyser av regional utvikling. Dette notatet er et eksempel på hvordan det kan gjøres, men det behøves utvilsomt mer arbeid på dette feltet.

Litteratur

Alnes; P.K., Hagen, S.H., Vasaasen, A. og Ørbeck, M. (2009) Befolkning, næringsliv og attraktivitet i Hamar, ØF-rapport nr. 09/2009, (kan lastes ned på www.of.no)

Andersen, K.V, Hansen, H.K, Isaksen, A. and Raunio, M. (kommer A) Nordic City Regions in the Creative Class Debate - Putting the Creative Class Thesis to a Test. *Industry and Innovation*

Andersen, K. V., M. M. Bugge, H. Kalsø Hansen, A. Isaksen, and M. Raunio. (kommer B) One Size Fits All? Applying the Creative Class thesis onto a Nordic Context. *European Planning Studies*

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, Basic Books

Florida, R. (2005). *The flight of the creative class: the new global competition for talent*. New York, HarperBusiness

Florida, R. (2008). *Who's your city?: how the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. New York, Basic Books

Glaeser, E (2003) Review of Richard Florida's the Rise of the Creative Class. Tilgjengelig fra: <http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/GlaeserReview.pdf>)

Hansen, H.K. (2008): The Urban Turn – and the Location of Economic Activities. Ph.D. thesis form Department of Social and Economic Geography

Hauge, A. og Skålholt, A. (2009) Floridas teorier som grunnlag for attraksjon og bolyst – Gammel vin på nye flasker eller nøkkelen til regional utvikling?, ØF-notat nr. 02/2009 (kan lastes ned på www.of.no)

Isaksen, A. (2005). *Den kreative klassen og regional næringsutvikling i Norge*. Arbeidsnotat, 22/2005. Oslo, NIFU STEP. Tilgjengelig fra:

<http://www.nifustep.no/content/download/15178/87880/file/Arbeidsnotat%2022-2005.pdf>

Malanga, S (2004) The Curse of the Creative Class, *A New Age theory of urban development amounts to economic snake oil*. Tilgjengelig fra: <http://www.opinionjournal.com/extra/?id=110004573>)

Markusen, A. (2006) Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists. *Environment and Planning A*, 38, pp. 1921-1940.

Skålholt, A. og Batt-Rawden, K.B. (2008) Regionenes kamp? – om tilflyttingsprosjekter, ØF-rapport nr. 19/2008, (kan lastes ned på www.of.no)

Sørli, K. (2008) "Bo og flyttemotivundersøkelsen 2008". Diverse presentasjoner, NIBR/SSB, 2008-2009.

Tignali, I. (2009) Norway in the Creative Age, Preliminary Report, Citisense 2009, kan blant annet lastes ned på: <http://www.transportby.net/norway-in-the-creative-age.4601467-71096.html>

Vedlegg: Den kreative klassen, yrkesstatistikk

Kreative kjernen	Kreative proffesjonelle	Bohemene
Akademiske yrker	Administrative ledere og politikere	Akademiske yrker
21 Realister, sivilingeniører mfl.	11 Politikere og toppledere i offentlig administrasjon og interesseorganisasjoner	255 Forfattere, skribenter, skapende og utøvende kunstnere
211 Fysikere, kjemikere og tilsvarende yrker	12 Ledere i store og mellomstore bedrifter og i offentlig administrasjon mv.	Yrker med kortere høyskole- og universitetsutdanning og teknikere
212 Matematikere, statistikere og tilsvarende yrker	Akademiske yrker	3131 Filmfotografer og innspillingsteknikere
213 Systemutviklere og programmerere	223 Spesialsykepleiere og jordmødre	347 Yrker innen design, underholdning og idrett
214 Sivilarkitekter, sivilingeniører og tilsvarende yrker	251 Regnskaps-, personal- og rådgivningsyrker	
2211 Biologer, botanikere, zoologer og tilsvarende yrker	252 Juridiske yrker	
2212 Sivilagronomer og tilsvarende yrker	Yrker med kortere høyskole- og universitetsutdanning og teknikere	
2221 Leger	31 Ingeniører, teknikere mfl. ekskl. 3131	
2222 Tannleger	32 Yrker innen biologi og helsevesen som	
2223 Veterinærer	krever 1-3 års høyskoleutdanning	
2224 Farmasøyter	33 Undervisningsyrker som krever 1-3 års høyskoleutdanning	
2225 Ernæringsfysiologer	341 Funksjonærer innen finansvesen og salg	
23 Undervisningsyrker som krever minst 4 års universitets- eller høyskoleutdanning	342 Forretningsmeglere, formidlere mfl.	
24 Høyere saksbehandlere innen offentlig administrasjon	343 Funksjonærer innen økonomi og administrasjon	
253 Konservatorer, universitetsbibliotekarere	345 Polititjenestemenn	
254 Samfunnsfaglige, humanistiske og økonomiske yrker	346 Sosionomer, barnevernspedagoger o.l.	

Hamar – Florida, tur/retur
– fungerer Floridas teorier om den kreative klassen som verktøy for regional analyser?
En pilotstudie

Richard Florida har klart kunststykket å gjøre regional utvikling og økonomisk geografi både spennende og kontroversielt. Florida mener å ha funnet svaret på hvorfor noen steder og byer gjør det bedre enn andre: de har en overrepresentasjon av kreative, talentfulle og ikke minst åpne mennesker – den kreative klasse.

Dette notatet beskriver resultater fra en pilotstudie der vi tester vi
Richard Floridas teorier og hvorvidt dette kan være et nyttig verktøy for regional analyse.
Selv om disse teoriene har blitt populære og nådd et bredt publikum, er de utarbeidet
og vanligvis brukt i større byer. I dette prosjektet har vi brukt Hamar
og Hamarregionen som case.

Dette er en studie som bruker Richard Floridas teorier om den kreative klassen.
Han mener at regional utvikling i større grad bør fokusere på å få mennesker
til og trives ("peoples climate") enn på at bedrifter skal trives ("business climate")
. I følge Florida er regional utvikling drevet av en gruppe kreative, talentfulle
og åpne mennesker - den såkalt kreative klasse. I denne studien ser vi på fire
T'er som er viktig for den kreative klassen: Teknologi, talent, toleranse
og territorielle (stedsspesifikke) kvaliteter.
Vi bruker Hamar som case for å teste Floridas teorier.

ØF-notat nr.: 01/2010
ISSN nr. 0808-4653