

<b>1.0 Indledning .....</b>	<b>3</b>
1.1 Problemfelt og relevans .....	4
1.2 Problemformulering.....	4
1.3 Genstandsfelt.....	5
1.4 Afgrænsning.....	5
<b>2.0 Metode og videnskabsteori.....</b>	<b>5</b>
2.1 Videnskabsteoretisk afsæt.....	5
2.1.1 Hermeneutikken .....	5
2.2 Metode.....	6
2.3 Empiriindsamling og databehandling .....	7
2.3.1 Kvalitative interviews.....	7
<b>3.0 Teoretisk ramme .....</b>	<b>8</b>
3.1 Definition af vækstlag og specificering af målgruppe.....	8
3.2 Richard Floridas kreative klasse.....	12
3.2.1 Den kreative økonomi .....	12
3.2.2 Den Kreative Klasse.....	13
3.2.3 Diskussion af Richard Floridas teori.....	16
3.2.4 Den danske kreative klasse .....	17
3.2.5 Den danske kreative klasses geografi.....	18
3.2.6 Den danske kreative klasses sociale profil .....	19
3.2.7 Den danske kreative klasses kulturelle profil .....	20
3.2.8 Tiltrækning af den danske kreative klasse.....	22
3.2.9 Bohemernes betydning .....	25
<b>4.0 Kultur Som Vækstdriver .....</b>	<b>26</b>
4.1 Om Undersøgelsen .....	26
4.2 De 8 kulturlag.....	26
4.3 Regionale forskelle og de 5 Kulturlande i DK.....	28
4.4 Kultur som vækstpolitik ifølge DTI.....	30
<b>5.0 Kulturanalyse Nordjylland .....</b>	<b>31</b>
5.1 Kulturaktører .....	31
5.2 Rammebetingelser .....	34
5.3 Generelle anbefalinger I forhold til vækstlaget i Region Nordjylland .....	35

<b>6.0 Delkonklusion (1)</b> .....	<b>36</b>
<b>7.0 Hjørring Kommune</b> .....	<b>37</b>
7.1 Præsentation af Hjørring kommune.....	37
7.2 Opsummering Hjørring Kommune .....	41
<b>8.0 Analyse af Vækstlag i Hjørring Kommune</b> .....	<b>41</b>
8.1 Vækstlagsaktører I Hjørring kommune .....	41
8.2 Vækstlagets profil.....	43
8.3 Udfordringer for vækstlaget i Hjørring kommune.....	47
8.4 Vækstlaget og kommunen .....	49
8.5 Den konkrete politik, tiltagene og vækstlaget.....	51
8.5.1 Tiltag og tilbud i forhold til vækstlaget.....	51
8.5.2 Opfattelse af vækstlaget.....	58
8.5.3 Vision for vækstlaget.....	60
8.5.4 Vendsyssel Teateroplevelseshus.....	62
<b>9.0 Delkonklusion (2)</b> .....	<b>64</b>
<b>10.0 Diskussion af muligheder for mobilisering af vækstlag i Hjørring Kommune</b> .....	<b>65</b>
<b>11.0 Konklusion</b> .....	<b>69</b>
<b>12.0 Litteratur</b> .....	<b>71</b>
Rapporter .....	71
Links.....	72
<b>13.0 Bilag</b> .....	<b>73</b>

## 1.0 Indledning

Dette speciale omhandler hvordan offentlige nordjyske kulturfremmeaktører på lokalt niveau, kan være medvirkende til at løse op for de problemstillinger omhandlende mobilisering, udvikling og fastholdelse af det kreative vækstlag, der er ekspliciteret i bl.a. Aalborg Universitets nye "Kreative Nord" rapport omhandlende den kreative vækst i Nordjylland.

Dette fokus er anlagt ud fra følgende betragtninger.

Innovation, kreativitet og vækst har i de senere år fået stigende opmærksomhed i både medier og på den politiske scene såvel nationalt som internationalt. Overgangen fra industri og produktionssamfund til videns og informationssamfund har medført nye problemstillinger i forhold til vækst og erhvervsliv, og arbejdet med at lægge nye strategier til at løse op for disse, byder på mange udfordringer.

I regeringens globaliseringsstrategi fra 2006 er en af målsætningerne at Danmark skal være førende som iværksættersamfund og at Danmark "*fortsat skal være blandt de europæiske lande hvor der startes flest virksomheder*" (s.10). Ansvar for denne udvikling og vækst af iværksætttermiljøerne har siden strukturreformen i 2007 i store træk været overdraget til kommunerne der således har det overordnede ansvar for udmøntning af erhvervsfremmeaktiviteter der er et vigtigt strategisk indsatsområde med stor betydning for den økonomiske vækst (jf. Erhvervs- og Byggestyrelsen 2006a, s. 51).

Specielt de kreative industrier er interessante i denne sammenhæng. I EU "competitiveness" rapporten fra 2010 fremhæves det at det er i de kreative og innovative brancher at den øgede regionale omsætning og beskæftigelse skal findes.

På nationalt plan fremhæves de kreative erhverv i regeringens vækstplan, "*kreative erhverv + design*", fra 2013, som et kerneområde for fremtidens danske vækst (kreative nord, s. 7)

I Danmark omsætter de kreative brancher samlet set for ca. 200 mia. kr. årligt. Nordjyllands andel ligger på over 11 mia. kr (Kreative Nord s. 7). og dermed udgør de kreative brancher i Nordjylland et større segment end turismehvervet i Nordjylland (Kreative nord, s. 53)

I Nordjylland har man i en årrække satset meget på at fremme oplevelsesøkonomien gennem bl.a. fyrtårnsprojekter som Aalborg Karneval, "Cold Hawaii" i Klitmøller og Tordenskjoldsdagene i Frederikshavn. Mange af de vækstrapporter og efterfølgende strategier der i de senere år har været lagt for region Nordjylland, har netop fremhævet oplevelsesøkonomien som et gunstigt område for strategisk udvikling af regionen.

Dette fokus på oplevelsesøkonomien fulgte i kølvandet på bølgen omkring Richard Florida og hans teorier om "Den kreative klasse" fra 2005 der skulle give opskriften på den succesfulde by med deraf følgende vækst.

Gennem de senere år har fokus også bredt sig til at omfatte de øvrige kreative og innovative erhverv. Kreative Nord rapporten fra Aalborg Universitet argumenterer ligeledes for at man i stedet for ensidigt at satse på oplevelsesøkonomien også inddrager de digitale kreative og innovative brancher.

Uanset hvilket fokus der arbejdes ud fra er der ingen tvivl om at de kreative brancher i Nordjylland har et stort potentiale og kigger man på regionens vækstplan er der også ekspliciteret mange tiltag der skal understøtte og styrke disse brancher.

### 1.1 Problemfelt og relevans

Hvor der i vækstplanen både satses på oplevelsesøkonomiske tiltag, samt tiltag direkte målrettet erhvervslivet fremhæves der i Kreative Nord rapporten nogle problematiske områder i forhold til udviklingen af de kreative brancher.

En af Nordjyllands store udfordringer består ifølge rapporten i udviklingen af det kreative vækstlag og rekruttering af medarbejdere.

*"Rekruttering går igen som en væsentlig udfordring for de nordjyske virksomheder. Dette pointeres især af de større og mere etablerede virksomheder. Disse virksomheder har behov for erfaren og specialiseret arbejdskraft, og de fremhæver som et centralt problem, at der mangler et lokalt vækstlag, og at det kan være svært at lokke folk til, som ikke har en tilknytning til Nordjylland."*(Kreative Nord, s. 60)

Udover manglende tiltrækningskraft på egnede medarbejdere fra andre dele af landet er der endvidere en stor udvandring af lokale kandidater der fraflytter regionen for at bosætte sig i region hovedstaden eller region Midtjylland

Dette speciale omhandler konkret hvordan man gennem langsigtede kulturpolitiske tiltag ,kan mobilisere og udvikle det kreative vækstlag. Fokus vil i dette speciale specifikt være rettet mod Hjørring kommune.

### 1.2 Problemformulering

**Hvordan kan man med udgangspunkt i lokale værdier og karakteristika udforme konkrete kulturelle tiltag i Hjørring med henblik på at mobilisere det kreative vækstlag ?**

### 1.3 Genstandsfelt

Genstandsfeltet er Hjørring Kommune og unge kreative aktører og kunstnere mellem 15-25 år som er bosat i kommunen.

### 1.4 Afgrænsning

I undersøgelsen afgrænser jeg mig fra at tage stilling til politiske og økonomiske hensyn i vækstlagsregi. Jeg beskæftiger mig endvidere udelukkende med den definerede vækstlagsgruppe selv om grænserne vil være mere flydende i det virkelige liv.

## 2.0 Metode og videnskabsteori

### 2.1 Videnskabsteoretisk afsæt

Projektets videnskabsteoretiske forståelse har grundlag i det fortolkningsvidenskabelige paradigme hvor videnskabelig viden som erkendelse bygger på en kontekstuel forståelse af virkeligheden.

#### 2.1.1 Hermeneutikken

Den humanvidenskabelige tilgang er dels karakteriseret ved at dens genstandsområde er en menneskeskabt virkelighed og dels at det kræver fortolkning at forstå denne virkelighed (Thisted, 2011, s. 48).

Hermeneutikken beskæftiger sig med subjektet som genstandsfelt og beskriver forholdene i feltet som de fremstår hos de aktører der handler i feltet. Hermeneutikken fordrer altså en subjektiverende analyse som har til formål at skabe forståelse af *aktørernes* opfattelse af virkeligheden og analysen af projektets empiriske data vil derved bestå af meningsfulde fænomener som indeholder mening i kraft af de aktører der står bag dem (Thisted, 2011, s. 60).

Gadamers hermeneutiske filosofi bygger på en antagelse af at forståelsen gennem fortolkningen af subjektet ikke kan adskilles fra forståelsen af konteksten og at man derfor jf. den hermeneutiske cirkel "*må forstå delene ud fra helheden og helheden ud fra delene*" (Thisted, 2011, s. 58). Den hermeneutiske cirkel indgår i erkendelsesprocessen idet den opdeler processen i faser som gensidigt betinger hinanden i forforståelse, forståelse og efterforståelse (Thisted, 2011, s. 62). I optikken for dette projekt er netop denne proces relevant at inddrage idet projektets undersøgelsesmetoder fordrer at jeg som fortolker holder mig bevidst om min egen forforståelse og antagelser som danner baggrund for fortolkning og derved forståelsen. Forståelsen er både kernen og målet i den hermeneutiske proces hvor erkendelsen opstår gennem fortolkning af sammenhænge mellem de kreative vækstlag, og de rammer det omfattes af politisk, kommunalt og socialt.

## 2.2 Metode

### *En eksplorativ undersøgelse af det kreative vækstlag i Hjørring Kommune*

Projektets undersøgelsesmetode og forskningsdesign er *inspireret* af casestudiedesign som hos Launsø og Rieper defineres som *"en strategi til at studere et komplekst eksempel, hvilket baseres på en dybdegående forståelse af problemfeltet opnået gennem omfattende beskrivelse, analyse og fortolkning af genstandsfeltet i sin kontekst"* (Launsø og Rieper, 2011, s. 96).

Projektet har grundlag i empiriske data hvorigennem der søges at opnå så fyldig en forståelse af genstandsfeltet i dets kompleksitet som muligt, hvilket indbefatter inddragelse af flere forskelligartede datakilder.

Anvendt data består i nærværende projekt af intern empiri af kvalitativ karakter, ekstern empiri af både kvalitativ og kvantitativ karakter samt observationer foretaget gennem deltagelse i samtidige aktuelle arrangementer med relevans til feltet. Bl.a. kursusdagen "Oplev Vækst" tilrettelagt af sammenslutningen "Oplev Vækst"<sup>1</sup> samt ved borgermøde i Hjørring til arrangementet "Hvad nu Nordjylland?" hvor fokus i høj grad var relateret til bl.a. unge, uddannelse og kultur <sup>2</sup>.

At genstandsfeltet skal undersøges i sin kontekst betyder i casestudiet at undersøgelsesfeltet også omfatter en undersøgelse af alle de forhold som formodes at have betydning for feltet (Launsø og Rieper, 2011, s. 97). Dette er centralt idet grænsefladen mellem fænomenet som genstandsfelt og dets kontekst er ikke altid indlysende (Launsø og Rieper, 2011, s. 97).

Undersøgelserne som søger at besvare projektets problemformulering har derved til formål at belyse fænomenet indenfor rammerne af konteksten i sin helhed og sammenhæng, hvilket fordrer en omfattende undersøgelse af såvel politiske, kommunale, sociale og individorienterede faktorer som kan være medvirkende til at opnå en dybere forståelse af det kreative vækstlag i Hjørring kommune.

For undersøgelse af vækstlaget i Hjørring Kommunes anvendes derfor metodetriangulering idet genstandsfeltet som beskrevet ikke kan forstås uafhængigt af den komplekse virkelighed der rammesætter det. Gennem en eksplorativ tilgang, som netop er karakteristisk for casestudiemetoden, anvendes som beskrevet Gadamer's hermeneutiske cirkel og definition af *"forståelse som horisontsammensmeltning"* som en cirkulær proces hvor spejling mellem subjekt og objekt i vekselvirkning sker gennem forforståelse, forståelse og efterforståelse som gensidigt betinger hinanden. Denne tilgang bevirker, som før beskrevet, netop at jeg som fortolker må være bevidst om

---

<sup>1</sup> <http://oplevvækst.dk/>

<sup>2</sup> <http://www.hjoerring.dk/Nyheder-amp-presse/Nyhedsarkiv/2015/Maj/Hvad-nu-Nordjylland.aspx>

min egen forforståelse og turde sætte den på spil for derved at kunne være åben for nye informationer som har kunnet medføre nye drejninger i projektet. Denne tilgang ligger netop i tråd med casestudiemetodens fleksible designtilgang som netop tillader en åbenhed overfor nye perspektiver som kan ligge udenfor projektets forforståelse.

Indledningsvist vil jeg undersøge kvaliteterne i de kulturkreative værdier, i forhold til at understøtte væksten i den erhvervskreative og innovative sektor. Ligeledes vil jeg afdække hvilke kultursegmenter der har indflydelse på den lokale vækst. Dette gøres gennem litteratur reviews af Richard Floridas teori om den kreative klasse samt den tilpassede danske undersøgelse fra 2014.

Herefter belyses de lokale karakteristika for Hjørring kommunes kulturelle sammensætning ud fra undersøgelse og analyse foretaget af I DTI i 2013.

Dernæst, ved gennemgang af Region Nordjyllands kulturanalyse, K09, kortlægges den genremæssige sammensætning i Hjørrings kreative kulturliv ,og indsatsområder i forhold til denne belyses.

i specialets anden del vil jeg gennem et Kvalitativt fokusgruppeinterview med respondenter fra opgavens målgruppe, forsøge afdække vækstlagets profil, egne ønsker og behov.

Herefter belyses den politiske og kommunale opfattelse af behov og nødvendige tiltag i vækstlagsregi, gennem kvalitative interviews med henholdsvis byrådsmedlem Michael Vajhøj og kulturkonsulent ved Hjørring Kommune, Steen Poulsen.

## **2.3 Empiriindsamling og databehandling**

De empiriske data i dette speciale består først og fremmest af en række kvalitative interviews med udvalgte respondenter. Derudover har jeg gennem observationer og deltagelse i borgermøde og workshop fået mange input og nye vinkler der har bidraget til den samlede forståelse af specialets problemstilling.

En kvantitativ spørgeskema undersøgelse er blevet udarbejdet og delt henover sociale medier men grundet et utilstrækkeligt antal respondenter kan undersøgelsen ikke betragtes som valid og indgår derfor ikke i specialet. Undersøgelsen er vedlagt som bilag.

### **2.3.1 Kvalitative interviews**

Interviewene i undersøgelsen er udført som semistrukturerede interviews. Under interviewene var det vigtigt at være i stand til at følge op på informanternes udsagn, ligesom det var vigtigt at indhente information vedrørende specifikke emner.

Respondenterne er udvalgt efter deres profession og virke, samt deres repræsentantskab for henholdsvis vækstlag, politiske beslutningstagere og forvaltning.

Valget om at anvende et musikhold på Hjørring gymnasium til fokusgruppeinterviewet er baseret på, at netop denne gruppe omfatter et udvalg af informanter som tilhører gruppen der indgår under definitionen af vækstlaget som det er afgrænset til dette projekts genstandsfelt. Udvælgelsen kan derfor siges at være selektiv men repræsenterende for projektets primære målgruppe.

Alle interview er som nævnt tilrettelagt efter den semistrukturerede interviewmodel med udfærdigelse af semistrukturerede interviewguides med foruddefinerede temaer og få spørgsmål.

Alle interviews er transskriberet og efterfølgende bearbejdet gennem kategorisering og meningskondensering for identificering af meningsenhederne.

## **3.0 Teoretisk ramme**

### **3.1 Definition af vækstlag og specificering af målgruppe**

Dette speciale omhandler det kulturelle vækstlag. Vækstlagene har vist sig at være svære at kategorisere og definere og i dette speciale vil jeg tage udgangspunkt i definitioner anvendt af kulturministeriets vækstlagsrapport, "De rytmiske vækstlag", dog tilpasset til det samlede kreative vækstlag, samt Gyldendals definition <sup>3</sup>.

Først og fremmest dækker betegnelsen "Det kreative vækstlag" i dette speciale, de kunstneriske og kreative potentialer indenfor kulturen og knytter sig især til udviklingen af kunstneriske genrer og stilarter.

Ud over den kunstneriske betydning dækker vækstbegrebet også over de mange menneskelige potentialer og kompetencer, som vækstlagenes miljøer til stadighed udvikler. Kompetencer som kreativitet, socialitet og entusiasme bør nævnes. Vækstmiljøerne virker sammen med kunsten som kommunikator, fortolker og reflektor af de kulturer, generationer og befolkningsgrupper, som udvikler nye udtryk samt kulturelle og samfundsmæssige identiteter.

---

<sup>3</sup> [http://www.denstoredanske.dk/Gyldendals\\_Teaterleksikon/Begreber/vækstlag](http://www.denstoredanske.dk/Gyldendals_Teaterleksikon/Begreber/vækstlag)



Derudover dækker vækstlagsbegrebet også over de økonomiske potentialer der ligger i kunsten når kommercielle og erhvervsmæssige interesser overtager de spirende kunstneriske frø til "udplantning" og nye former for vækst (De rytmiske vækstlag, s. 6).

Derfor defineres "vækstlaget" i rapporten, som *personer, der i deres daglige virke bidrager til udviklingen af nævnte egenskaber og færdigheder.*

Til dette tilføjes endvidere Gyldendals definition, ud fra Andreasen, 2001, Schneidermann, 1991, Skou, 1988 samt Thomsen, 1989;

"Yngre kunstneriske ildsjæle, især personer, grupper og miljøer, hvor ny kunst vokser frem og skaber ringvirkninger af inspiration til andre dele af kulturlivet".

Imidlertid er der i nærværende speciale behov for en præcis og afgrænset definition og derfor tilføjes der en skarpt defineret aldersgruppe til begrebet "yngre". Derudover ligger der i vækstlagsbegrebet en antagelse om at de personer der udgør vækstlaget ikke er en del af det etablerede kulturliv men har et ønske og en intention om at blive det. Aldersgruppen er defineret på baggrund af biologisk/fysiologiske karakteristika, socioøkonomiske kendetegn og ikke mindst en kulturel kategorisering.

Ungdommen starter fysiologisk ved pubertetens begyndelse omkring 12 -13 års alderen og fortsætter indtil etableringen af et egentligt voksenliv og en personlig identitet i løbet af 20'erne. Voksenlivet bliver karakteriseret ved bl.a. egen økonomi, arbejde, egen bolig og evt. familie. På kultursiden er ungdommen karakteriseret ved brugen af kulturtilbud og produkter indlejret i en ungdomskultur.<sup>4</sup>

Et markant skifte for unge er overgangen fra folkeskole til ungdoms - eller erhvervsuddannelser og dette skifte markerer det første store personlige valg i forhold til hvilken retning man gerne vil tage i forhold til selvopfattelse og identitet. Dette valg foretages når de unge er omkring 15 år og indikerer startskuddet til en lang række af personlige valg som bl.a. kammerater, social stil, adfærd, livsstil, tøjstil, forbrugsvaner, samt kulturelle og religiøse positioner<sup>5</sup>. Kort sagt er det startskuddet til en periode af søgen og eksperimenteren. Denne søgen og eksperimenteren er et signifikant element i

---

4

[http://www.boernekultur.dk/fileadmin/user\\_upload/billeder\\_og\\_pdf/Publikationer/2010/Ungkultur\\_i\\_nye\\_rammer/html/chapter03.htm](http://www.boernekultur.dk/fileadmin/user_upload/billeder_og_pdf/Publikationer/2010/Ungkultur_i_nye_rammer/html/chapter03.htm)

5

[http://www.gl.org/uddannelse/udd.politik/uddannelsespris/Documents/Gaesteforelaesning\\_vKnudIlleriis.pdf](http://www.gl.org/uddannelse/udd.politik/uddannelsespris/Documents/Gaesteforelaesning_vKnudIlleriis.pdf)

vækstlagets kunstneriske karakteristika hvorudfra "ny kunst vokser frem" og på denne baggrund er indtrædelsesalderen i specialets definition af vækstlaget sat til 15 år.

Op igennem 20'erne begynder denne eksperimenteren i generel forstand at aftage. Mange afslutter deres uddannelse, får fast arbejde, finder en partner, stifter familie og det ansvar der følger med disse forandringer bliver ofte en naturlig førsteprioriteret i tilværelsen.

Livet bliver mere rutinepræget og det er ikke længere de helt store eksistentielle spørgsmål der er de mest presserende. Derudover har man fået betydeligt mere erfaring og har udviklet sine kompetencer og er i den henseende mere "låst" i sin tilgang til verden. Man har oftest i højere grad positioneret sig i forhold til det omgivende samfund og er knap så usikker på hvem man er. Man har fundet sin identitet.

Derfor bliver den øvre grænse for medlemskab af vækstlaget i dette speciale sat til 25 år. Dette er naturligvis et kunstigt skel, men som en teoretisk afgrænsning til det mere etablerede voksenliv, er det et naturligt skel der er bred samfundsmæssig opbakning til.

F.eks. bliver bilforsikringer ofte billigere når ingen personer under 25 benytter bilen<sup>6</sup>, du kan først søge om en alkoholbevilling når du er fyldt 25 og grænsen for selvbestemmelse i forhold til sterilisation<sup>7</sup> er på 25 år. Således er det på mange punkter rent samfundsmæssigt vedtaget at man er mere stabil og ansvarsfuld og voksen når man fylder 25.

Man kan selvfølgelig sagtens være en del af det spirende kulturliv på trods, men eftersom man har flere ressourcer og er mere etableret overgår man i dette speciales forstand til det mere statiske og etablerede amatørslag.

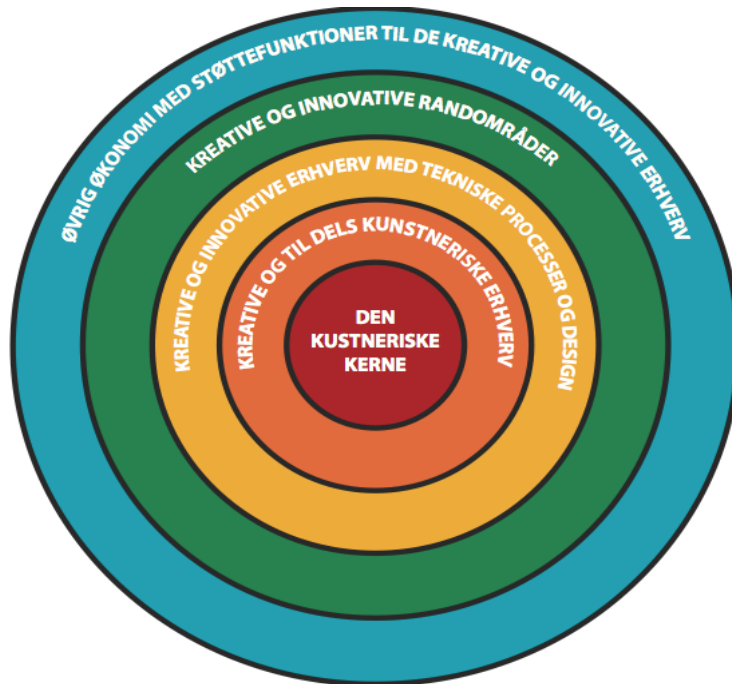
For at kunne determinere det kreative/kunstneriske vækstlag er det endvidere nødvendig at vide hvad begrebet "kreativ/kunstnerisk" dækker over. I nærværende speciale tager jeg udgangspunkt i den nyligt udgivne "Kreative Nord" rapport fra AAU, der omhandler de kreative brancher i Nordjylland, og hvor anbefaler at man i Nordjysk kontekst inddrager digitale innovative erhverv.

For så vidt muligt at tilpasse vækstlaget til erhvervslivet bliver det derfor i dette speciale defineret som værende de 2 inderste cirkler i modellen vist i fig. 1.1 og omfatter den kunstneriske kerne samt de kreative og til dels kunstneriske udtryksformer.

---

<sup>6</sup> <http://www.if.dk/web/dk/privat/forsikringer/pages/billig-bilforsikring.aspx>

<sup>7</sup> <https://www.sundhed.dk/borger/sygdomme-aa/kvindesygdomme/illustrationer/praesentationer/sterilisering/>



*Figur 1.1: De kreative og innovative erhvervs placering i forhold til hinanden og den øvrige økonomi. Frit efter model fra The Work Foundation. (Reid, Albert og Hopkins, 2010)*

(fig. 1.1, Kreative Nord, s. 13)

Rent praktisk kommer vækstlaget altså til at bestå af følgende kunst og udtryksformer:

Teater, billedkunst, rytmisk musik, lydproduktion, filmproduktion samt grafisk design og interaktive medier.

At de digitale udtryksformer er inddraget bevirker endvidere at definitionen er mere tidssvarende i forhold til målgruppens alderskriterier.

Den anvendte definition af vækstlaget i dette speciale bliver derfor som følger:

***"Yngre kunstneriske ildsjæle i alderen 15 - 25 år (...) især personer, grupper og miljøer, der gennem deres daglige virke bidrager til udviklingen af kunstneriske genrer og stilarter, menneskelige potentialer og kompetencer samt økonomiske potentialer, og derigennem skaber ringvirkninger af inspirationer til andre dele af kulturlivet".***

### 3.2 Richard Floridas kreative klasse

I det følgende afsnit vil jeg belyse Richard Floridas teori om "Den Kreative Klasse", da mange af de kulturelle tiltag i Hjørring synes at være foretaget på baggrund af denne teori. I særdeleshed Floridas begreb om tolerance eller kulturelle stedskvaliteter for målrettet at tiltrække bestemte grupper borgere er interessant i denne sammenhæng.

I Hjørring Kommune er kultur og fritidsudvalget således blevet navngivet kultur, fritids og bosætningsudvalg og dermed antager man at der er en direkte sammenhæng mellem kulturen og bosætningen i kommunen.

Selv om mange af de nyere rapporter, inklusiv kreative Nord rapporten, anbefaler en mere erhvervsorienteret tilgang til udviklingen af de kreative brancher fremfor en kulturorienteret tilgang er der stadig god grund til at inddrage det værdikulturelle aspekt når det kommer til vækstpolitik.

Kultur som vækstdriver er ikke et ukendt fænomen og især op igennem 0'erne kom der fokus på kulturen, ikke mindst pga. Richard Floridas teorier om den Kreative klasse der påviser hvordan eksistensen af en sådan øger væksten i den omkringliggende samfund.

Dette fokus på kulturen som værdiskabende segment bliver på nationalt plan yderligere understøttet af rapporten "kultur som vækstdriver" foretaget af Dansk Teknologisk Institut i 2013. Denne analyse af det danske vækstlag supplerer en analyse foretaget af OECD i 2001, der påviste at europæisk vækst skulle baseres på 4 kerneområder eller vækstdrivere. Analysen fra DTI peger på kulturen som den 5. vækstdriver.

Jeg vil i det følgende præsentere og diskutere de ovenstående tilgange til kulturområdet for at give en forståelse af hvad det er kulturen kan og hvorfor den kulturelle tilgang stadig har sin berettigelse i det moderne vækstorienterede konkurrencesamfund.

#### 3.2.1 Den kreative økonomi

Grundlaget for "Den kreative klasses" opståen ligger i skiftet fra industriel orienteret økonomi til den vidensbaserede økonomi som Richard Florida kalder for "Den kreative Økonomi", da den er baseret på forskning og udvikling og dermed på kreativitet.

I hans bog "Den kreative klasse" fra 2005 belyser Floridas dette paradigmeskifte og peger på hvordan der i USA investeres mere og mere i forskning og udvikling og hvilken indvirkning denne forbløffende vækst har på samfundet.

I 1953 blev der således investeret ca. 5 milliarder dollars i forskning og udvikling, hvor det i 2000 var steget til over 250 milliarder dollars.

En anden indikator på udbyttet af kreativiteten er antallet af årligt bevilligede patenter der er steget eksplosivt de seneste årtier. I 1990 blev der således bevilliget ca. 47.000 patenter. Dette tal var i 1999 vokset til knap 85.000 bevilligede patenter årligt.

Ligeledes er både antallet af individer i den del af arbejdsstyrken der beskæftiger sig med teknisk kreativitet og den del der beskæftiger sig med kunstnerisk eller kulturel kreativitet, steget voldsomt.

Hvor der i 1950 var ca. 400 videnskabsfolk og ingeniører pr. 100.000 indbyggere var der i 1999 ca. 1800. Ligeledes var der i 1950 ca. 350 individer pr. 100.000 indbyggere der ernærede sig som professionelle kunstnere, forfattere eller udøvende kunstnere (de såkaldte "Bohemer"). Dette tal var i 1999 vokset til ca. 900 pr. 100.000 indbyggere. (Florida 2005 s. 72-73)

Således argumenterer Richard Florida for den kreative økonomis indtog i samfundet. Her er det ikke længere råstoffer og fremstilling der er essentielt for økonomisk vækst men derimod talent og tænkning.

En af de helt store forskelle mellem den industrielt baserede økonomi og den kreative økonomi er at det er arbejdsgiverne der tilpasser sig arbejdstagerne. Denne tendens, mener Richard Florida, skal ses i lyset af at man i den vestlige del af verden bl.a. kæmper med "flaskehalsproblematikken" hvor store årgange står på tærsklen til pension og de nye årgange der skal ind på arbejdsmarkedet et relativt små. Ydermere bidrager efterspørgsel på specialiseret arbejdskraft til dette fænomen.

Denne problematik bevirker at der fra virksomhedernes side er stor efterspørgsel på den helt rette arbejdskraft og at de derfor må kæmpe om arbejdstagerne bl.a. ved at tilpasse sig arbejdsstyrkens behov. Derfor vil virksomhederne i større grad placere sig der hvor medarbejderne ønsker at bosætte sig. Ligeledes vil man som by eller kommune forsøge at signalere de værdier eller stedskvaliteter som kan tiltrække disse medarbejdere for derved at tiltrække virksomhederne.

### **3.2.2 Den Kreative Klasse**

Den kreative klasse opstod, ifølge Richard Florida, op igennem 90'erne og den fortsætter med at få større og større indflydelse på vores samfund og den måde vi lever på da den regnes for den vigtigste faktor i forhold til væksten.

Den kreative klasse består hovedsageligt af folk der lever af at tænke innovativt men også folk der ønsker at leve at tænke innovativt (Florida 2005 s. 102)

Florida deler klassen op i 3 segmenter eller grupperinger der alle har deres særlige karakteristika men som altså samlet udgør den kreative klasse. De 3 grupper er "den kreative kerne", "de kreative professionelle" og "bohemerne" (Andersen & Lorentzen 2009 s.19).

**Den kreative kerne** består af folk der arbejder teknisk kreativt og skaber ny viden, altså primært folk inden for videnskab, ingeniørarbejde, computere, matematik og uddannelse - altså konkrete kreative aktiviteter.

**De kreative professionelle** er dem, der ikke nødvendigvis selv skaber ny viden, men de er som oftest de første til at anvende den viden, som den kreative kerne skaber. Eksempler på disse er forskellige typer ledere, jurister og finansrådgivere, konsulenter osv.

Den sidste gruppe, **bohemerne**, skaber hverken teknisk eller social viden men derimod nye æstetikker, former narrativer og udtryk. Det er den gruppe man i traditionel forstand ville kalde "kreative" da de repræsenterer kunst og udtryksformer gennem f.eks. musik, malerier, tekster, skulpturer osv. Bohemerne har den særlige egenskab at de tiltrækker medlemmerne fra de andre grupper i den kreative klasse og i den forstand virker selvforstærkende ift. den samlede kreative klasse (Andersen & Lorenzen 2009 s. 19-20).

Den kreative klasse er med, forskellige uddannelser, lønniveauer og social status, altså langt fra en homogen gruppe men alligevel mener Florida at de har noget tilfælles. Da de alle arbejder med kreativitet, søger de alle at øge deres kreativitet samt mulighederne for at udfolde den. De er mindst lige så procesorienterede som resultatorienterede og glæden ved den kreative proces bevirker at medlemmerne af den kreative klasse gerne påtager sig udfordrende arbejdsopgaver, arbejder på skæve tidspunkter, gerne tager overarbejde og opsøger ny viden, ligesom de sætter pris på ansvar og frihed men bryder sig ikke om detailstyring af deres arbejde.

Virksomheder verden over forsøger da også i stor stil udnytte det kreative talent bedst muligt ved at give deres kreative medarbejdere større fleksibilitet gennem skæve arbejdstider, hjemmearbejdspladser, flexordninger og frihed til selv at styre deres arbejde (Florida 2005 s. 21).

Det er ikke bare på arbejdspladsen at den kreative klasse foretrækker en bestemt form for organisering for deres præferencer påvirker også deres livsstil og livssyn i en bestemt retning.

*"Fordi de kreative er nysgerrige og imødekommende over for udfordringer, nærer de også en større optimisme over for fænomener som globalisering, immigration og teknologisk forandring, end de dele af arbejdsstyrken der arbejder rutinebaseret, ikke er afhængige af nye udfordringer og information, og som har mere at tabe ved globaliseringen" (Florida 2002d).*

Dette påvirker i høj grad de livsstilsvalg som den kreative klasse foretager og i særdeleshed hvor den vælger at bosætte sig.

Netop dette træk ved den kreative klasse er en af hovedpointerne i Floridas teori.

Den kreative klasse tiltrækkes af byer der har bestemte steds kvaliteter der giver mulighed for at udfolde kreativiteten. Et mangfoldigt udvalg af jobtilbud, underholdning, spisesteder, indkøbsmuligheder, en variation af mennesker i bybilledet og ikke mindst en åbenhed og en tolerance der muliggør udfoldelse af teknisk, kunstnerisk og social nytænkning er af afgørende betydning for bosætningen af den kreative klasse (Florida 2005 s.21).

Indenfor de kreative brancher gælder det endvidere at virksomhederne følger arbejdskraften og flytter til de byer hvor den kreative klasse bosætter sig. Herefter følger teknologisk og økonomisk vækst.

Dette fænomen betegner Florida som "De tre T'er": Talent, teknologi og tolerance.

**Tolerance** er den, ifølge Florida, vigtigste steds kvalitet, da den kreative klasse som nævnt tiltrækkes af byer præget af diversitet med let adgang til anderledes og skæve indtryk. Denne diversitet kan kun vokse frem i et åbent og tolerant miljø og derfor bliver "tolerance" eller "low barriers of entry" som han også kalder det en forudsætning for tilstedeværelsen af den kreative klasse. Af andre steds kvaliteter kan nævnes kulturelle tilbud, mulighed for et aktivt fritidsliv, aktiviteter som live-musik, barer, cafeer, fritidsaktiviteter samt byens autencitet.

**Talent**(et) hos den kreative klasse, er det som får virksomhederne til at flytte efter de rigtige medarbejdere og dermed gør den kreative klasse til en samfundsforandrende kraft.

**Teknologi.** Ovennævnte dynamik gør sig især gældende for de virksomheder der betegnes for teknologiintensive og andre virksomheder der har behov for innovative medarbejdere. På den måde kommer den kreative klasse til at spille en betydelig rolle i forhold til den teknologiske udvikling.

Kort sagt mener Richard Florida at de byer og regioner der formår at tiltrække den kreative klasse, ved at have de rette steds kvaliteter, vinder den globale konkurrence om teknologi og udvikling (Andersen & Lorentzen 2009, s. 22)

### 3.2.3 Diskussion af Richard Floridas teori

Floridas teori om den kreative klasse har givet anledning til mange diskussioner og debatter inden for den økonomiske samfundsvidenskab. Jeg vil i følgende afsnit præsentere et par af de, i forhold til specialet, vigtigste diskussioner.

Den første omhandler hvordan man skal definere menneskelig kapital. Tidligere blev menneskelig kapital, i samfundsøkonomiske sammenhænge, ofte ligestillet med uddannelse. Teorien om de 3 T'er udfordrer denne opfattelse da Florida mener at virksomheders evne til at genkende og udnytte talent (baseret på beskæftigelse) er mere brugbar når det kommer til spørgsmålet om økonomisk vækst.

Nyere undersøgelser (Glaeser 2005) viser f.eks. at uddannelsesniveaue hos lokalbefolkningen stemmer bedre overens med befolkningstilvæksten end andelen af en kreativ kerne eller andelen af Bohemer, mens andre undersøgelser (Mellander & Florida 2009) viser at Den Kreative Klasse - tilgangen, bedre kan forklare den lokale indkomst. Spørgsmålet bliver naturligvis hvilken af de to tilgange der bedst kan forklare lokal vækst. De nyeste empiriske data vedrørende emnet, antyder at det handler om hvordan man definerer vækst. Florida et al. (2008) sammenlignede menneskelig kapital (uddannelse) med den kreative klasse (talent) i spørgsmålet om hvilken tilgang der bedst kan forklare byområdets lønninger og indkomst. Dataene viser at menneskelig kapital er bedre til at forklare lønninger hvor den kreative klasse stemmer bedre overens med områdets indkomst. Resultatet antyder at uddannelse og kreativitet påvirker de økonomiske resultater forskelligt selvom de er relaterede. Lønningsniveauet siges at afspejle et områdes produktivitet mens indkomstniveauet siges at afspejle den generelle velstand. Siden både produktivitet og velstand begge er vigtige politiske mål, er begge tilgange særdeles vigtige i analyserne af lokaløkonomisk vækst.

(Florida, Mellander & Adler, i Andersson et. al. 2011, s.65).

En anden diskussion, eller rettere kritik, af Floridas teori beror på at konceptet om den kreative klasse rammer alt for bredt til at kunne bruges i politiske sammenhæng. Da grupperne i klassen dækker over en lang række beskæftigelser på tværs af social, økonomisk og livsstilmæssige forskelle vil det i praksis være umuligt at udarbejde konkrete politiske tiltag der tiltrækker klassen. F.eks. vil en kunstner være mere mobil, social liberal samt mere sårbar overfor ændringer i det lokale prisniveau end andre medlemmer af klassen. Ved at adskille de forskellige beskæftigelser, indenfor klassen, fra hinanden, ud fra de kompetencer der er påkrævet i forhold til den konkrete beskæftigelse, fandt Asheim & Hansen (2009) at præferencerne for tilstedeværelsen af de kreative, er afhængige af den form for viden som de lokale virksomheder efterspørger.



Hvor de arbejdere der havde brug for en syntetisk vidensbase, der indeholder viden opnået gennem modificering og forbedring af produkter eller processer, havde en tendens til at lægge mest vægt på et godt udviklingsmiljø for forretninger og virksomheder, havde de arbejdere der brugte analytiske vidensbaser, og altså en mere overordnet viden som modeller og teorier, en tendens til at foretrække et godt socialt miljø.

(Florida, Mellander & Adler, i Andersson et. al. 2011, s.65).

Endvidere er der stor forskel på den effekt de enkelte beskæftigelser har på den lokale vækst. Florida et al. (2008) har bl.a. påvist at hvis man fjerner beskæftigelser inden for uddannelses- og sundhedsområdet vil man opnå større vækstrater. Grunden til dette er at uddannelses- og sundhedsrelaterede jobs er jævnt fordelt ud over befolkningen og derfor ikke bidrager til lokal vækst.

Det skal dog bemærkes at dette kun er i forhold til at udregne forskelle i væksten baseret på brancher. I den virkelige verden ville en terminering af uddannelses og sundhedsrelaterede jobs have en dybt negativ indvirkning på vækstområdet. Modsat er de kunstneriske beskæftigelser, der traditionelt opfattes som, ikke-handlede industrier, men som man fandt havde en direkte indflydelse på den lokale udvikling (Florida, Mellander & Adler, i Andersson et. al. 2011, s.66).

Disse diskussioner bidrager ikke mindst til en forståelse af den kompleksitet der findes inden for området. Derudover tegner der sig også et billede af hvordan den politiske bane er kridtet op. Hvilken form for vækst ønsker man? Handler det om uddannelse, viden, teknologi og produktivitet, eller handler det om Talent, kreativitet, mennesker og generel velstand?

### **3.2.4 Den danske kreative klasse**

Richard Floridas teori er bygget på Amerikanske forhold og statistikker, der afviger en del fra de danske forhold jvf. samfundsstruktur og opbygning.

Kristina Vaarst Andersen og Mark Lorenzen har i bogen "Den danske kreative klasse" udarbejdet en undersøgelse hvor de skalerer Floridas teori til danske forhold. På basis af omfattende statistisk materiale og en meget konkret anvendelse af Floridas begreber og analysemetoder fokuserer de i rapporten på den danske kreative klasses geografi, samt deres sociale og kulturelle profil.

Andersen og Lorenzens undersøgelse påviser at store dele af Floridas teori også gør sig gældende i det danske samfund og at der er en sammenhæng mellem byer og regioners andel af den kreative klasse og væksten i det pågældende område.

*"en del af den danske arbejdsstyrke med udvalgte, ikke-rutinebaserede stillingsgrupper har en meget karakteristisk social og kulturel profil, at den er stærkt overrepræsenteret i visse danske byer med bestemte kvaliteter, og at disse byer samtidig er dem, der er på den mest lovende økonomiske udviklingskurs"* (Andersen & Lorenzen 2009, s.16)

Således udgør den samlede kreative klasse i Danmark ca. 25% af arbejdsstyrken målt ud fra undersøgelsens kriterier. Tallet påstås at være noget højere (ca. 30 %) da der gennem tiden er færre indberetninger til dansk statistik, samt det forhold at flere og flere kreative vælger at arbejde på freelancebasis og ikke er repræsenteret i undersøgelsen (Andersen & Lorenzen 2009, s.31). Skønnet på 30% stemmer fint overens med Floridas 30% af den samlede arbejdsstyrke (Florida 2005, s. 39)

Kigger man på grupperingerne inden for den danske kreative klasse udgør den kreative kerne 35,5%, de kreative professionelle 62,4 % og de vigtige bohemer 2,1 %. Bohemerne der udgør en ganske lille men ifølge Floridas tese, meget vigtig del af den kreative klasse, vender jeg tilbage til i afsnittet "Bohemernes betydning.

Undersøgelsen går skridtet videre fra Florida og beskriver hvilke specifikke steds-kvaliteter, kulturelle tilbud og fritidsaktiviteter der tiltrækker den danske kreative klasse. Undersøgelsen viser endvidere at der er forskellige måder byer og regioner kan tiltrække den kreative klasse på. Dette muliggør flere løsninger og bevirker at det bliver lettere for de enkelte byer og regioner at tage udgangspunkt i de allerede eksisterende steds-kvaliteter der er særlige for netop dette område.

### **3.2.5 Den danske kreative classes geografi**

I den danske kortlægning af den kreative klasse er byregionerne ikke defineret ud fra de administrative grænser men derimod på baggrund af de bosiddendes pendlingsmønstre. Dette gør byregionerne i undersøgelsen til organiske enheder der forandrer sig i takt med befolkningens bosætnings og pendlingsmønstre.

Den kreative klasse er geografisk set meget skævt fordelt. Ikke overraskende ligger København og Århus i toppen af listen over byregioner med størst andel af den kreative klasse, med henholdsvis 30,3 og 29,2 % af den bosiddende beskæftigede befolkning. Herefter følger Svendborg og Sønderborg, begge med 24,6 %. Dette vidner om at byens størrelse ikke er altafgørende for tiltrækningen af den kreative klasse. Et fællestræk for de regioner hvor der fandtes den laveste andel af den kreative klasse, er at de ligger langt fra de større byer. Dette gjorde sig især gældende på de små Øer.

På kommuneplan var det især kommunerne omkring København der havde de højeste andele hvilket tyder på at den kreative klasse ikke nødvendigvis bosætter sig midt i byens pulserende liv men derimod er tilfredse med at have det inden for rækkevidde.

Den samlede geografiske analyse skitserer en kreativ klasse der tiltrækkes af bestemte stedsfaktorer. Byens størrelse er bestemt en vigtig faktor men tydeligvis ikke den eneste.

### 3.2.6 Den danske kreative classes sociale profil

Ideen om den kreative classes økonomiske værdi er af kritikere ofte blevet beskyldt for at være et resultat af høje uddannelser og ikke så meget pga. kreativiteten og ganske rigtigt så er en andel af de stillinger som den kreative klasse besætter, som læger, jurister, advokater osv., stillinger der kræver en længere akademisk uddannelse.

Hvor 22% af den danske befolkning mellem 15 -69 år havde en akademisk uddannelse (i 2004) lå andelen hos den samlede kreative klasse, til sammenligning på 44%, altså dobbelt så mange, og man kan i den henseende være tilbøjelig til give kritikerne ret.

Interessant er det dog at over halvdelen af den kreative klasse ikke har en videregående uddannelse og at 17% kun har et grundskoleforløb. Et højt uddannelsesniveau er altså ikke en forudsætning for at være medlem af den kreative klasse.

Indkomstmæssigt tegner undersøgelsen også et billede af en signifikant sammenhæng med tilstedeværelsen af den kreative klasse. Antallet af personer med høj indkomst viste sig at være højere i de regioner der havde en andel af den kreative klasse der ligger over landsgennemsnittet. Dette gør naturligvis den kreative klasse yderligere attraktiv for kommunerne da de udgør et godt skattegrundlag.

De store byer København og Århus er de eneste byer i undersøgelsen hvor den storbydynamik der beskrives af Florida er til stede. Dette skyldes naturligvis at danske byer er markant mindre end mange amerikanske og udbuddet af byer med over en million indbyggere begrænser sig til København. Derfor står valget for mange i den kreative klasse imellem København og Århus når det kommer til bosætning. Provinsen har et mere afdæmpet ry med f.eks. regulær arbejdstid fra 8 - 16 men også et mere afbalanceret liv som tiltaler den lidt ældre del af den kreative klasse der mener at det høje tempo i hovedstaden til dels mest tiltaler den yngre del af klassen (Andersen & Lorentzen, 2009 s.41).

Dette er endnu en indikator på at andre kvaliteter end byens størrelse spiller ind når den kreative klasse skal bosætte sig. Der kan endvidere kompenseres for nogle af de stedskvaliteter der er mest fremtrædende i København. Et højt specialiseringsniveau i provinsen findes f.eks. i byer med kompetenceklynger, og kombineret med et mere afbalanceret liv med plads til hele familien, er disse områder også attraktive for den kreative klasse.

Netop familielivet kan for den kreative klasse være en udfordring. Når kreativiteten altid er på arbejde og kræver en stor grad af fleksibilitet fra omgivelserne, er især det at få børn en stor og skelsættende beslutning for den kreative klasse. Størst er presset på familielivet hvor to kreative har fundet sammen. For at få det til at fungere bosætter den del af kreative klasse der har børn, sig oftest uden for de store byer men med pendlingsafstand, eller skaber sig alternative frirum i f.eks. kolonihaven eller sommerhuset (Andersen & Lorentzen, 2009, s. 44-46).

### **3.2.7 Den danske kreative classes kulturelle profil**

Relevant for dette speciale er især den kreative classes kulturelle profil da denne med fordel kan anvendes i forbindelse med udarbejdelse af de enkelte byer og regioners kulturpolitik.

Richard Florida har i sin amerikanske undersøgelse påpeget at den kreative klasse tiltrækkes, og er storforbrugere, af kulturelle tilbud og aktiviteter i forhold til resten af arbejdsstyrken. Imidlertid kommer Florida ikke ind på hvilke specifikke kulturelle aktiviteter klassen er brugere af.

Den danske undersøgelse derimod, viser på hvilke kulturelle områder den kreative klasse skiller sig ud men også hvor den ligner den resterende del af befolkningen.

Analysen er blevet til på baggrund af den danske kulturvaneundersøgelse fra 2004 (Bille et al. 2005) hvor 2888 voksne danskere fra 16 år og opefter har svaret på et omfattende spørgeskema omkring deres kultur og fritidsvaner.

Undersøgelsen dækker et bredt spekter af kultur og fritidsområder der lyder som følger:

Radio og TV, musik, film, computerspil, internettet, litteratur, blade og aviser, biblioteker, teater, andre fornøjelser (tivolier, cirkus mm.), billedkunst og kunsthåndværk samt aftenskoler og fritidstilbud (sportsklubber, foreninger mm.) (Andersen & Lorentzen, 2009, s. 50). Derudover blev det undersøgt om den kreative klasse også er mere kreativ i fritiden end resten af arbejdsstyrken.

Undersøgelsen viste at den kreative klasse i højere grad synes at være aktive brugere af en række af de bredere kulturelle tilbud, også når de sociokulturelle forskelle er medregnet.

Den kreative klasse synes i højere grad at:

- Gå til rytmiske koncerter
- Besøge kunstmuseer og udstillinger
- besøge bymiljøer og kulturlandskaber
- regelmæssigt at dyrke sport og motion
- bruge internettet

Især den kreative kerne skilte sig ud i forhold til visse kulturelle aktiviteter. Den kreative kerne består af ca. 13% af befolkningen og samler sig kulturelt om følgende områder:

- egen kreativ udfoldelse
- uorganiseret motion
- litteratur og viden (skønlitteratur, faglitteratur, fagblade og tidsskrifter samt besøg på biblioteket
- kulturarv og historie kultur og naturhistoriske museer, besøg på oplevelsescentre, besøge historiske bygninger og fortidsminder
- klassiske kulturformer (teater og klassiske koncerter)

Til gengæld er der mindre sandsynlighed for at et medlem af den kreative kerne vil gå til et sportsarrangement eller høre radio på hverdage ift. den øvrige befolkning.

De mere hverdagskulturelle og hjemlige aktiviteter skiller sig ikke ud med en større andel af brugere fra nogen af grupperne. På disse områder ligner den kreative klasse resten af befolkningen. Disse områder omfatter bl.a.:

- at se TV på hverdage
- at se film på video/DVD
- at lytte til afspillet musik (ikke radio)
- at spille computerspil
- at læse ugeblade eller magasiner
- at gå i biografen
- gå på aftenskole eller deltage i foredrag og debatarrangementer
- gå i Zoo/dyreparker, tivoli/forlystelsesparker

Den kreative klasse skiller sig altså ud i forhold til den resterende del af arbejdsstyrken når det kommer til brug af kulturelle tilbud. Den kreative kerne er den del af den kreative klasse der skiller sig

mest ud. I særdeleshed ved at være kreative i fritiden, men også ved at dyrke uorganiseret motion, gå til rytmiske koncerter og de er desuden de mest aktive brugere af museer og biblioteker (Andersen & Lorentzen, 2009, s. 66)

### 3.2.8 Tiltrækning af den danske kreative klasse

Den kreative classes tiltrækning af specifikke steds kvaliteter er en helt central del af Floridas teori. Særligt fremhæves diversitet, åbenhed for det anderledes, et rigt kulturliv og et aktivt lokalmiljø som essentielle steds kvaliteter.

I bogen "den danske kreative klasse" belyser Andersen og Lorentzen sammenhængen mellem tilstedeværelsen af den danske kreative klasse og steds kvaliteter.

Da det er en kompliceret affære at måle et områdes åbenhed, har man i analysen anvendt indikatorer på steds kvaliteter i stil med Richard Floridas egne undersøgelser. Derudover bidrager en kvalitativ undersøgelse til yderligere at belyse sammenhængen mellem den kreative klasse og steds kvalitet. I nærværende speciale bidrager denne undersøgelse til at forstå hvilke specifikke steds kvaliteter den kreative klasse værdsætter og dermed, ifølge Floridas tese, hvordan kommuner og regioner kan tiltrække den.

I Floridas oprindelige undersøgelse blev der anvendt 3 variabler som indikatorer på åbenhed og diversitet. Disse 3 variabler er: regioners andel af homoseksuelle, regioners andel af "bohemer" samt deres andel og sammensætning af etniske grupper.

I den danske undersøgelse er der i stedet anvendt 5 variabler og da f.eks. andelen af homoseksuelle ikke på samme måde som i U.S.A er en god indikator for åbenhed, grundet et andet værdisæt og manglende optegnelser over folks seksuelle præferencer, er denne variabel udeladt i den danske undersøgelse. I stedet anvendes variabelen "andelen af ikke-vestlige statsborgere på arbejdsmarkedet" da denne variabel siger mere om hvordan let det er at "slå sig ned" og blive accepteret i lokalsamfundet. Derudover anvendes som i Floridas undersøgelse "andelen af udenlandske statsborgere" og andelen af bohemer i området. Endvidere anvendes "niveauet af kulturelle muligheder" da disse som tidligere nævnt er af stor betydning for den kreative klasse. Da den danske samfundsmodel og velfærdsstat afviger fra den amerikanske anvendes også "normeringen af offentligt ansatte" på specifikke serviceområder som variabel.

Analysen viste at alle 5 variable har betydelig positiv sammenhæng med tilstedeværelsen af den kreative klasse. Statistisk set betyder det at steder der har en høj andel af "bohemer", udenlandske statsborgere, ikke vestlig statsborgere på arbejdsmarkedet, mange kulturelle muligheder og en høj

normering af offentlige ansatte på visse serviceområder, har en højere koncentration af den kreative klasse.

Stærkest er sammenhængen mellem tilstedeværelsen af bohemer og den kreative klasse men hver for sig har de 5 variabler kun en svag sammenhæng ift. lokalisering af den kreative klasse og det tyder på at det er kombinationen af disse steds kvaliteter der i realiteten tiltrækker den kreative klasse.

Sammenhængen mellem hhv. ikke-vestlige statsborgere på arbejdsmarkedet, udenlandske statsborgere og den kreative klasse, indikerer at det har betydning om lokalsamfundet er åbent for de individer der skiller sig ud. Også selv om det kun er en svag sammenhæng.

Sammenhængen mellem kulturelle muligheder og den kreative klasse, viste sig at være den svageste og indikerer at koncentrationen af den kreative klasse i et område, i den forstand ikke er afhængigt af store kulturelle satsninger som musikhuse, kulturstationer og museer. Hvad angår normeringen af offentligt ansatte viste undersøgelsen ligeledes at velfærdsstatslige ydelser også kun spiller en mindre rolle ift. hvor den kreative klasse bosætter sig.

Analyse af sammenhængen mellem steds kvalitet og den kreative klasse, i et tidsperspektiv, er endvidere en indikator på hvilken vej kausaliteten går (Andersen & Lorentzen 2009, s. 69) og altså om den kreative klasse tiltrækkes af steds kvaliteterne eller om steds kvaliteterne opstår ved tilstedeværelse af den kreative klasse.

Analysen viste at det er visse aspekter af steds kvaliteterne der tiltrækker den kreative klasse selvom det ikke kan påvises entydigt. Sandsynligvis er der tale om en positiv synergi, hvor kommuner med en stor andel af den kreative klasse sætter fokus på flere aspekter af steds kvaliteter og dermed tiltrækker endnu flere kreative. (Andersen & Lorentzen s. 69)

Gennem den kvalitative del af analysen hvor medlemmer af den kreative klasse selv blev spurgt om hvad der gjorde et område attraktivt, tegnede der sig også et fast mønster.

Grundlæggende tiltrækkes den kreative klasse af et bredt og varieret udvalg af rekreative muligheder og jo mere varieret og jo større udvalg af kulturelle aktiviteter et område kan tilbyde, jo bedre.

I de store byer som København og Århus er det tilgængeligheden og de næsten uendelige rækker af tilbud der fremhæves, hvor det i provinsen er elementer som musikhuse, spillesteder, gågader, foreninger der fremhæves.

Mange af de adspurgte fremhævede byrummet som et centralt element, hvor både smuk arkitektur, hyggelige pladser, grønne områder og nærhed til vand er faktorer den kreative klasse sætter pris på.

Derudover nævnes udbuddet af forretninger og livsstilmuligheder som værende af betydelig signifikans.

En almindelig faktor som boligpriserne var også et vigtigt element for især den yngre del af den kreative klasse hvor mange simpelthen ikke havde ressourcer til at bosætte sig i de større byer.

En afslappet stemning kombineret med åbenhed, engagement og fællesskab er også elementer der tiltrækker den kreative klasse. Autentiske områder med diversitet der kan inspirere til "det kreative liv" er naturligvis også med på listen.

Af rent praktiske foranstaltninger var det elementer som vidensinstitutioner, undervisnings- og uddannelsesmuligheder for deres børn samt kvaliteten af f.eks. daginstitutioner der scorede højt på listen. For især børnefamilierne var nærhed til den øvrige familie også en vigtig faktor.

Da den kreative klasse desuden hader at pendle er det vigtigt at disse ting ligger inden for en overskuelig rækkevidde ift. hvor de bosætter sig. I den sammen hæng er det vigtigt at pointere at afstande, af den kreative klasse ikke måles så meget i afstand som i tid.

Overordnet viste den samlede analyse at der grundlæggende er 3 typer regioner der tiltrækker den kreative klasse:

- Storbyerne København og Århus
- Byer med særlig steds kvalitet som f.eks. Svendborg (Høj andel af bohemer)
- Byer med høj grad af specialisering som f.eks. Sønderborg (kompetenceklynger)

For at tiltrække den kreative klasse er det naturligvis vigtigt at vide hvad de tiltrækkes af men det er også af afgørende betydning at have kendskab til hvad de ikke bryder sig om og frastødes af.

Af disse ting nævnes, begrænsede karrieremuligheder, begrænset udbud af kultur og oplevelser i hverdagen, samt generel mangel på diversitet (Andersen & Lorentzen, 2009, s. 71).

Generelt kan siges at den kreative klasse flytter til regioner med stor diversitet og åbenhed og at Richard Floridas antagelse om at den kreative klasse flytter efter steds kvaliteter også gør sig gældende i Danmark.

Elementer som velfærdsstatens serviceniveau og de store kulturinstitutioner har meget ringe betydning for bosætningen. Derimod tiltrækkes den kreative klasse af de små og kreative miljøer som bohemerne repræsenterer. Vigtigere end kvantitet er altså kvalitet når det kommer til de kulturelle tilbud.



### 3.2.9 Bohemernes betydning

Bohemerne har en helt særlig betydning for både tilstedeværelsen af den kreative klasse men også i forhold til byernes og regionernes image og offentlig identitet og dermed spiller de en vigtig rolle for den generelle opfattelse og branding af området.

Bohemerne er først og fremmest en kilde til den diversitet som den kreative klasse værdsætter højt. De skaber kulturen på græsrodsniveau i form af små gallerier, intim-koncerter og live-musik på de lokale værtshuse. De er ofte synlige i gadebilledet da de skiller sig ud fra den grå masse og på den måde signalerer mangfoldighed og diversitet, og tjener på den måde som inspiration til den øvrige kreative klasse (Andersen & Lorentzen, 2009, s. 69).

Derudover giver de området identitet gennem samlingspunkter og kulturelle oplevelser, ligesom de kan give lokalbefolkningen en stolthed ved at se deres region portrætteret i litteratur, musik, malerier, i film eller lignende. Bohemerne virker ofte som facilitatorer for de kreative brancher der kan være medvirkende til at give et område et "cool" image. Et spændende og rigt kulturliv og undergrundsmiljø skaber oplevelser for borgerne og tiltrækker turister og disse aspekter er igen elementer der tiltrækker den kreative klasse.

De kreative brancher har selvfølgelig værdi i sig selv men de er endvidere med til at skabe interesse for de regioner de opererer i og er samtidig en kilde til inspiration for det øvrige erhvervsliv.

Bohemerne og deres tiltrækning på de kreative brancher giver byerne og regionerne et image og dermed en kærkommen chance for at skille sig ud og positionere sig selv i kampen om den kreative arbejdskraft. Især bohemerne der repræsenterer det autentiske udtryk der skal til for at tiltrække den kreative klasse, der foretrækker autencitet frem for det kunstige og polerede, er værdifulde i den sammenhæng.

Hele dette forhold er af stor betydning for dette speciale der bygger på antagelsen om at vækstlaget primært består af bohemer der udøver deres kreative virke uden øje for kommerialisering. Vækstlagets udtryksformer bliver altså synonymt med det autentiske kreative udtryk som bohemerne repræsenterer.

## 4.0 Kultur Som Vækstdriver

Dansk teknologisk institut har i rapporten *"Virkestrang I Danmark - På jagt efter danske vækstkulturer"*, kortlagt de forskellige vækstkulturer i de danske kommuner og forsøger gennem analyser af lokalkulturen at forklare hvorfor der er så store kommunale forskelle i væksten. Kulturen anses i rapporten for at være en vækstdriver i sig selv og derfor bør medtænkes på lige fod med andre vækst drivere. Undersøgelsen påpeger at de 8 kulturlag kan forklare en variation på hele 18% i værditilvækst i de lokale virksomheder.

*"Kulturen er således en kilde til at forstå regionale forskelle i vækst. Og ved at medtænke de vækst-kulturelle forudsætninger og forskelle i forskellige egne af Danmark i udformningen af vækst- og erhvervspolitik kan vi opnå mere målrettede og effektive vækstinitiativer"* (Virkestrang i Danmark s. 2).

### 4.1 Om Undersøgelsen

Undersøgelsen bygger på omfattende statistiske data i en kvantitativ undersøgelse der karakteriserer befolkningens livsstile væremåder og holdninger. Gennem analysen har DTI identificeret hvilke kulturindikatorer der har statistisk signifikant samvarians med væksten.

Nogle af kulturindikatorerne hænger tæt sammen og derudfra har man klassificeret dem i forskellige kulturlag. Kulturlagene er så igen grupperet i områder med samme karakteristika også kaldet "kulturlande"

De anvendte data omfatter både faktuelle data vedrørende bl.a. erhvervs erfaring, formue, foreningstæthed, stemmeprocenter og forbrug men også holdningsspørgsmål i forhold til bl.a. teknologi, værdier, samfund og internationalisering. Disse datasæt er anvendt på individ-, postnummer- og kommuneniveau og er opgjort på personer der har fast bopæl i kommunen. Dataudtrækkene er lavet for halvdelen af den danske befolkning, der statistisk set regnes for en fuld population. (Virkestrang i Danmark, s. 3).

### 4.2 De 8 kulturlag

De 8 kulturlag man har identificeret i undersøgelsen er karakteriseret ved forskellige egenskaber ift. den lokale vækst. En del af disse egenskaber er ligeledes at finde i Richards Floridas "Kreative klasse" men er i denne undersøgelse delt op i flere adskilte lag. Klassificeringen "Boheme" går også igen i denne undersøgelse. Det er dog værd at bemærke at de to identiske udtryk ikke dækker over de samme karakteristika.

Undersøgelsens 8 kulturlag er som følger:

**Organisatorer** er karakteriseret ved at de ofte er med til at uddanne, udvikle modeller og ideer, lede og vedligeholde. De er rammeskabere og vil typisk være at finde i stillinger som ledere, finansfolk, jurister osv. Organisatorerne er dermed ifølge teorien om den kreative klasse en del af "De kreative professionelle". Deres betydning for væksten ifølge DTI, er at de har en svag effekt på evnen til at tjene penge. Begrundelsen er at de ofte findes i de store virksomheder og organisationer og at der derfor tilskrives en svagere sammenhæng til væksten i mindre og mellemstore virksomheder.

**Gamblere** er karakteriseret ved at de er tiltrukket af det "nye og spændende" og de kan lide at tage chancer. DTI tilskriver dem den ringeste effekt på væksten men da kulturlaget er vanskeligt at fortolke da de går på tværs af flere sociale lag og ikke kan knyttes til bestemte livsstile. Målingen af deres evne til at tjene penge er ifølge DTI ikke statistisk holdbar.

**Kreative** er typisk højtuddannede ingeniører, akademikere og undervisere i udviklingsprægede erhverv der gennem forretningsmæssig og teknologisk udvikling bidrager til væksten.

Denne gruppe er af Florida tildelt medlemskab af den kreative kerne der som tidligere nævnt kun udgør ca 13% af den samlede befolkning.

Den relativt lille procentdel gør at DTI tilskriver dem en svag effekt på evnen til at tjene penge og påpeger at man kun kan se en klarere sammenhæng i de områder hvor der er en særlig stor koncentration af dette kulturlag.

**New Yorkere** repræsenterer, i DTIs undersøgelse, storbykulturen med dens mangfoldighed, højere boligpriser, et højere uddannelsesniveau og de besidder ofte stillinger med stor beslutningskraft, kreativitet eller begge.

Deres evne til at tjene penge er ganske stor og positiv da storbykulturen giver mulighed for mange typer kompetencer, ressourcer og mangfoldighed samlet på et lille geografisk område.

Dette kulturlags karakteristik er meget lig Floridas karakteristik af den samlede kreative klasse og repræsenterer de stedsqualiteter der tiltrækker den.

**Iværksættere** er personer med erfaring som selvstændige erhvervsdrivende. DTI har opgjort kulturlaget som andelen af personer i et lokalområde der har iværksættererfaring.

Dette kulturlag har den stærkeste effekt på evnen til at tjene penge da de har initiativ og har blik for den samlede forretning. Deres erfaring er eftertragtet på arbejdsmarkedet og de har en positiv afsmittende effekt på kolleger og medarbejdere.

Iværksætterne er i Floridas terminologi overvejende en del af den kreative kerne men har også meget tilfælles med de kreative professionelle.

**Lokalaktive** har mange lighedspunkter med iværksætterne. De engagerer sig aktivt i det nære hvor de bidrager og tager affære lokalt og for deres egen jobsituation. De kan overgå til iværksætterlaget da de er disponerede for at starte egne virksomheder og skabe jobs for andre i lokalområdet. Ligeledes er deres effekt på evnen til at tjene penge stor og positiv da de opbygger personlige netværk som ofte er stærkere i de mindre byer og de repræsenterer en samfundsmæssig virkestrang. Dette kulturlag er ikke nødvendigvis en del af den kreative klasse, der er defineret ud fra beskæftigelse men kan eksistere i alle klassens 3 lag.

**Bohemer** er i undersøgelsen et kulturlag der omfatter et stort antal foreninger og kunstnerisk aktive personer. I modsætning til Floridas bohemer er de kunstneriske personer i dette kulturlag anerkendte topskattebetalende kunstnere og dermed den diametrale modsætning til Floridas begreb selv om de kan igangsætte kulturelle aktiviteter. Som i teorien om den kreative klasse har dette "bohemelag" en ringe evne til at tjene penge, men hvor Floridas bohemer har en positiv effekt på tiltrækningen af den resterende kreative klasse og dermed får stor betydning for den lokale vækst, afskrives dette kulturlag i DTIs undersøgelse som egentlig vækstfaktor, da det har en direkte negativ effekt på evnen til at tjene penge.

**Risikovillige** udgør det sidste kulturlag og er karakteriseret ved karrierelivsstil og villighed til at løbe en erhvervsøkonomisk risiko. Iværksættere og folk med stor gæld eller formue er stærkt overrepræsenteret i dette lag. Karrierelivsstilen store formuer til investering gør naturligvis at dette lag har en solid og positiv effekt på at tjene penge. De risikovillige kan som iværksætterne både indgå i den kreative kerne og de kreative professionelle når de klassificeres efter Floridas termer (Virkestrang i Danmark, 2014, s. 4-5).

Ved at se på hvilke kulturlag der er positivt repræsenteret i de forskellige kommuner træder de kulturelle forskelle på kommunerne i karakter og vækstpotentialet kan således bedre understøttes gennem den kommunale vækstpolitik.

### 4.3 Regionale forskelle og de 5 Kulturlande i DK

Alle 8 kulturlag findes overalt i Danmark men i forskellige blandingsforhold. Så selv om de enkelte kommuner har forskellige væstkulturer, har nogle kommuner flere fællestræk end andre. Gennem en analyse af de forskellige kulturlags positive repræsentation i de enkelte kommuner ift. gennemsnitskommunen har DTI kunne udpege 5 distinkte kommunegrupper eller "kulturlande". De 5

kommunegrupper er navngivet efter de karakteriserende kulturlag og deres betydning for "landet". Kulturlagene "bohemer" og "gamlere" er ikke medtaget grundet henholdsvis negativ vækst og for stor usikkerhed.

### *Krea-land*

Findes i de større byer og som København, Århus, Odense og Aalborg. De tydelige kulturlag i Krea-land er New Yorkere, Kreative og Organisatorer. Det er her man finder de store virksomheder, organisationer og uddannelsesinstitutioner som Universiteterne. Der er ikke mange Iværksættere og Lokalaktive i Krea-land. Væksten defineres her af de 3 tydelige kulturlag men også de få Iværksættere og Risikovillige.

### *Ressourceland*

Har overskud på de fleste kulturlag og de kulturelle forudsætninger for at tjene penge er særdeles gode. De tydelige kulturlag, New Yorkere, Risikovillige, Kreative og iværksættere giver et overskud af innovativ og organisatorisk kraft. Der er få bohemer men de få der er bidrager positivt til væksten.

### *Initiativland*

De karakteristiske kulturlag for disse kommuner er New Yorkere, Risikovillige og til dels Iværksættere. Det er værd at notere sig at New Yorkerne i Initiativland ikke har særlig betydning for væksten modsat Krea-land. Væksten bliver her båret af Iværksættere og risikovillige.

### *Sæt-i-gang-land*

Er præget af kulturlagene Lokalaktive og Risikovillige. Mange af kulturlagene har betydning for væksten men især Iværksætterne og de Risikovillige, i kombination med de Lokalaktive giver overskud på kontoen. I Sæt-i-gang-land er man villig til at gøre noget selv og landet er præget af en stærk handlekraft. Landet er kun repræsenteret et enkelt sted på Sjælland og er et meget midt-jysk fænomen.

### *Gør-det-selv-land*

Minder en del om Sæt-i-gang-land med mange Lokalaktive og en del Bohemer. Der er få Organisatorer og et underskud af Risikovillige. Mange har iværksættererfaring men det bliver på et relativt lavt niveau da der ikke er så stor en villighed til at tage risikoen.

(Virkestrang i Danmark, 2014, s.8-9)

Relevant for dette speciale, er at Hjørring Kommune bliver kategoriseret som Krea-land i undersøgelsens sammenhæng og at der dermed i Hjørring Kommune er en overrepræsentation af New Yorkere, Kreative og Organisatorer.

Ifølge DTIs undersøgelse ligger Hjørring Kommune altså umiddelbart i samme kategori som København, Århus og Aalborg med en stor mangfoldighed og diversitet, med mange ledere og folk der skaber rammer for vækst samt en høj koncentration af udviklingsprægede erhverv.

Da der imidlertid er store regionale forskelle indenfor de samme grupper eller lande, er det for at få et tydeligere billede af Hjørrings profil, nødvendigt at se særskilt på de enkelte kulturlags repræsentation i kommunen.

I en dansk gennemsnitskommune vil tallene for de enkelte kulturlag være lig nul på en skala der går fra minus 2 til plus 2.

Kigger man på Hjørrings tal for de tre tydeligste kulturlag, er der kun et kulturlag der ligger over gennemsnittet og det er Organisatorerne med et tal på 0,29. Herefter følger New Yorkerne med minus 0,4 og til sidst de Kreative med minus 0,12<sup>8</sup>.

Hjørrings placering i Krea-land er skyldes ikke at der er en overflod af diversitet, mangfoldighed og kreativitet i forhold til den gennemsnitlige kommune men snarere at der er en stor kultur for at skabe og udvikle de erhvervsmæssige rammer i de mange virksomheder der er i kommunen, hvor organisatorerne arbejder.

#### **4.4 Kultur som vækstpolitik ifølge DTI**

Formålet med DTIs undersøgelse er at give kommunerne et værktøj til at udarbejde en mere målrettet vækstpolitik ud fra den lokale væstkultur og ud fra de kvaliteter et område allerede besidder.

I Hjørrings tilfælde som kategoriseret Krea-land, vil dette betyde at det vil være oplagt at gå ind og støtte de identificerede kulturlag ved bl.a. at satse på uddannelse og et højt specialiseringsniveau for at tiltrække flere kreative og organisatorer og ved at lave tiltag der underbygger en større mangfoldighed og diversitet for at tiltrække flere New Yorkere.

Dette gælder i særdeleshed i forhold til New Yorkerne og de Kreative der, på trods af at repræsentationen er under gennemsnittet, er de næst mest repræsenterede i Hjørring Kommune.

En anden pointe i DTIs undersøgelse i forhold til kulturpolitikken er at den kan bruges til at identificere de underrepræsenterede kulturlag, i Hjørrings tilfælde, lokalaktive, Iværksættere og Risikovillige, og dermed skabe en ny væstkultur til at understøtte den eksisterende. Hvor det i Hjørrings tilfælde er let at organisere og institutionalisere fællesopgaver pga. den høje koncentration

---

<sup>8</sup> <http://www.reglab.dk/regional-udvikling/maal-din-kommune>

af Organisatorer kan det være en god ide at styrke det Lokalaktive kulturlag da virketrangen kan dæmpes når andre tager over og løser opgaven. Her handler det det måske om at give mere plads til borgernes eget initiativ. (Virketrang i Danmark, 2014, s.12)

## 5.0 Kulturanalyse Nordjylland

I 2009 foretog COWI den mest omfattende danske kulturanalyse nogensinde, for Region Nordjylland, med henblik på at afdække det Nordjyske kulturliv. Analysen er den eneste af sin slags og det er derfor ikke muligt at drage paralleller til andre regioner.

I forhold til dette speciale er det af særlig interesse at se nærmere på kordlægningen af kulturaktører i Hjørring kommune samt de rammebetingelser der er for kunsten og kulturen i vækstlagsregi.

Afslutningsvis i dette afsnit vil jeg endvidere se nærmere på de anbefalinger region Nordjylland har listet i forhold til vækstlaget i regionen.

## 5.1 Kulturaktører

Indenfor det brede kulturområde arbejder undersøgelsen med 7 kategorier af kulturaktører. De 7 kategorier er, arkiver, biblioteker, gallerier, kunstnere, museer, uddannelsessteder og øvrige kulturaktører. de øvrige kulturaktører dækker over biografer, bands og orkestre, foreninger, kor, festivaler, kulturhuse, spillesteder, teater og revy, virksomheder og andet. ((K09, s. 47)

Kategorien øvrige kunstnere er altså den der står for en stor del af organisationen af kulturlivet og står bag en lang række arrangementer lige fra "kulturnatten" til lokale foredrag (K09. s. 54).

I forhold til nærværende speciale er det især kategorierne kunstnere og øvrige kulturaktører der er relevante da disse vedrører en stor del af det mindre etablerede vækstlag.

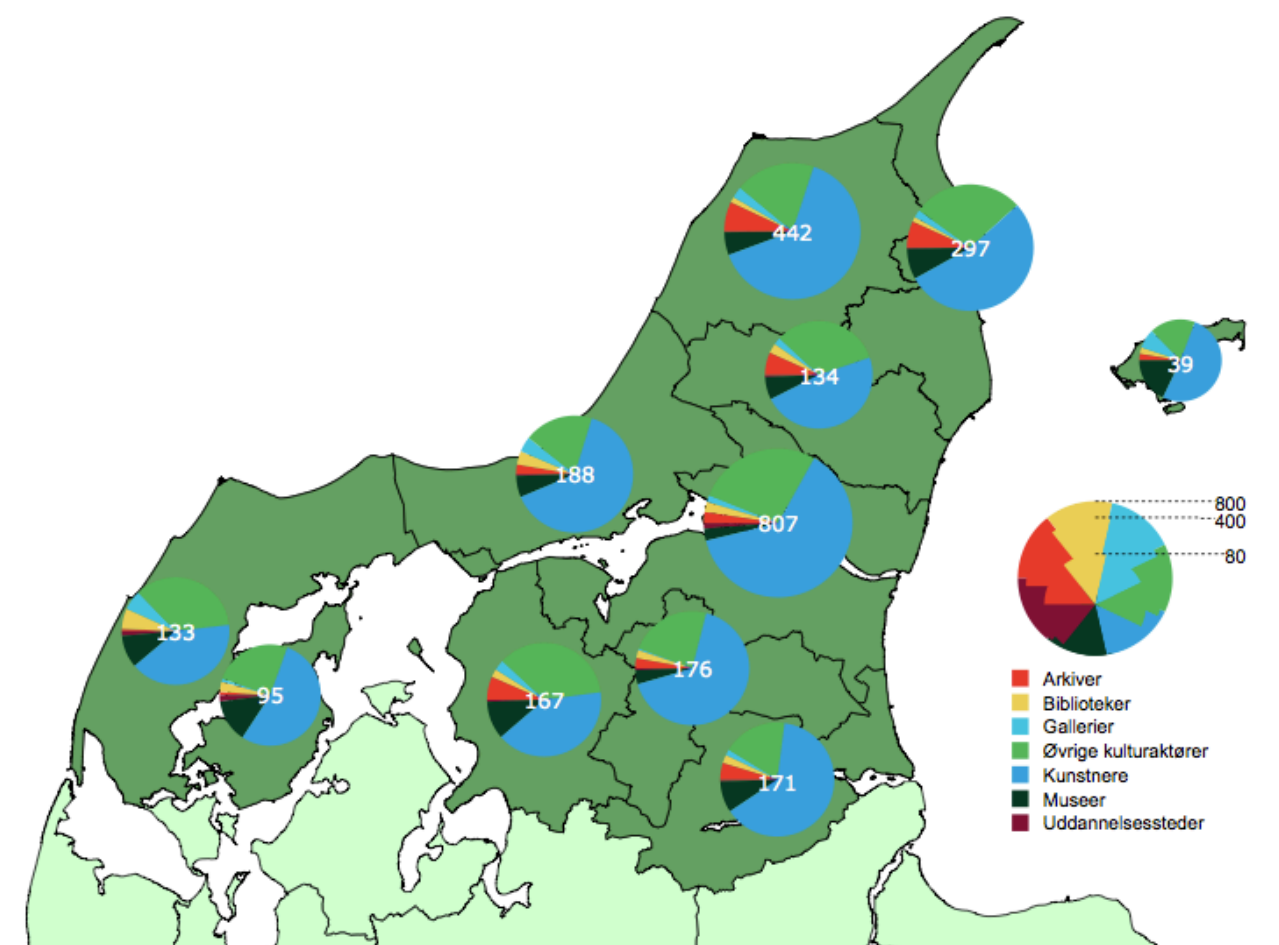
Samlet set er der registreret 1554 kunstnere i region Nordjylland og ud af disse deltog 855 i den videre undersøgelse gennem interviews og spørgeskemaer. Ser man på aldersfordelingen af disse udmærker de 51 - 60 årige sig ved at være den største gruppe og generelt er langt størstedelen af samtlige kunstnere imellem 41 og 70 år.

Det definerede vækstlag i dette speciale, gruppen mellem 15 - 25 er den klart mindste gruppe med 49 registrerede kunstnere under 30 år. Fordeles dette ligeligt ud i de 10 kommuner i region Nordjylland er der altså knap 5 kunstnere under 30 år i hver kommune (K09 s. 49).

Forklaringen er igen at vækstlaget er svært at kortlægge da mange i den definerede aldersgruppe ikke ser sig selv som kunstnere. Derudover findes der en del musikere i bands der tilhører gruppen af øvrige kulturaktører. Disse bands er også svære at kortlægge da mange har en relativ kort levetid. Bands opstår og nedlægges konstant.

For Hjørring kommunes vedkommende blev der i undersøgelsen registreret i alt 442 kulturaktører hvor langt den største del er kunstnere med ca. 60 %. Den næststørste gruppe af aktører er øvrige kulturaktører med ca. 20%. Værd at bemærke er at Hjørring kommune er den kommune med næst største antal registrerede aktører efter Aalborg der ligger i spidsen med 807 aktører.

Fig. 1.2



Kilde: COWI - Kulturanalysens kortlægning, 2009

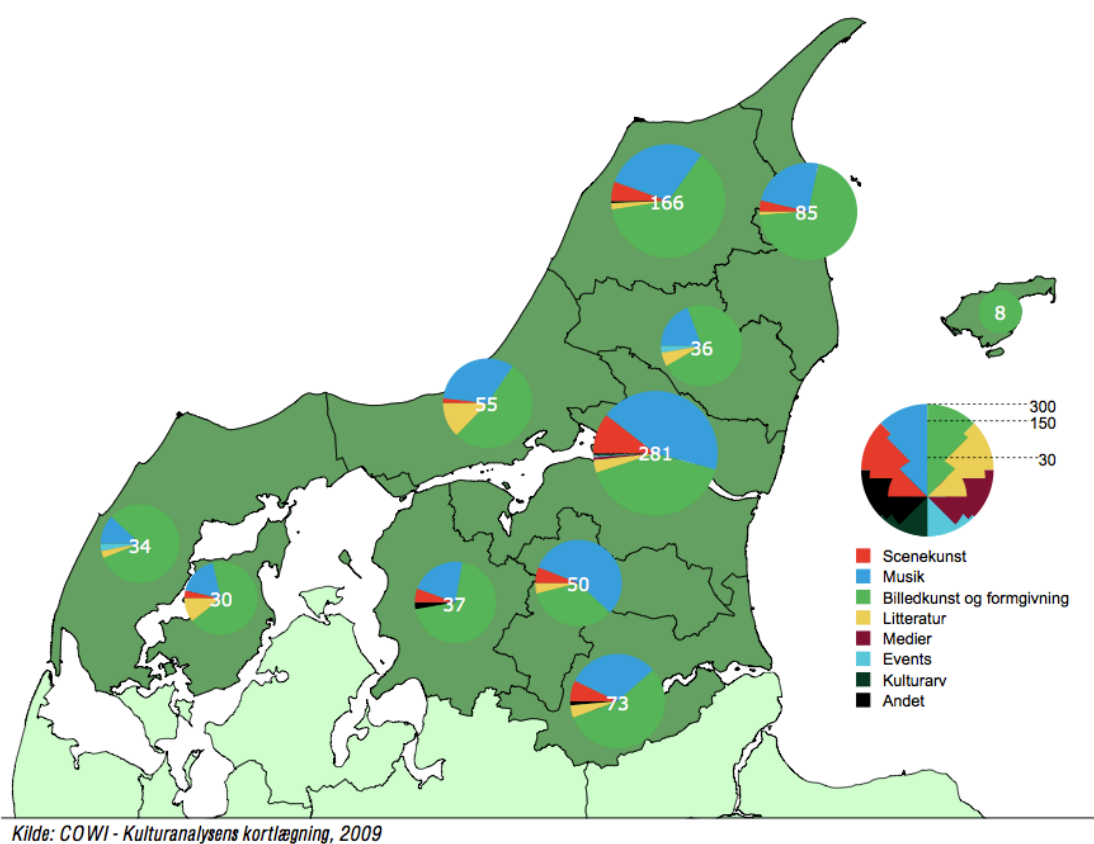
\* Kategorien 'øvrige kulturaktører' dækker over biografer, bands & orkestre, foreninger, kor & musik, festivaler, kulturhuse, spillesteder, teater og revy, virksomheder og andet.



Ud af de registrerede kunstnere og øvrige kulturaktører i kommunen har 166 svaret på en række spørgsmål der danner grundlag for den videre analyse. Disse regnes for at være repræsentative for den samlede gruppe af aktører.

Genremæssigt er billedkunst og formgivning langt den største, og ca. 60% af kunstnerne arbejder inden for denne genre. Dernæst følger musik som udgør ca. 30 %.

**Fig. 1.3**



Af øvrige kulturaktører i Hjørring kommune har 25 deltaget i den videre undersøgelse og inden for denne gruppe er musik den største genre med lidt over 50%. Dernæst følger billedkunst og formgivning med ca. 25%. Tredje størst er scenekunst med ca. 20%.

I forhold til øvrige kulturaktører.

Den Hjørringensiske kunstner er altså typisk over 41 år, arbejder med billedkunst og formgivning, er musiker, eller arbejder inden for scenekunst. Den typiske forening eller kulturelle sammenslutning der

organiserer arrangementer arbejder ligeledes med enten musik, billedkunst og formgivning eller scenekunst.

## 5.2 Rammebetingelser

Ser vi på de fysiske faciliteter der er til rådighed for kunstnerne i Hjørring kommune er der især en ting der springer i øjnene.

I Hjørring kommune er der registreret 29 faciliteter til rådighed for kunstnerne. Imidlertid kan der være flere uregistrerede faciliteter, specielt indenfor genrerne åbne atelier, øvelokaler og lign.

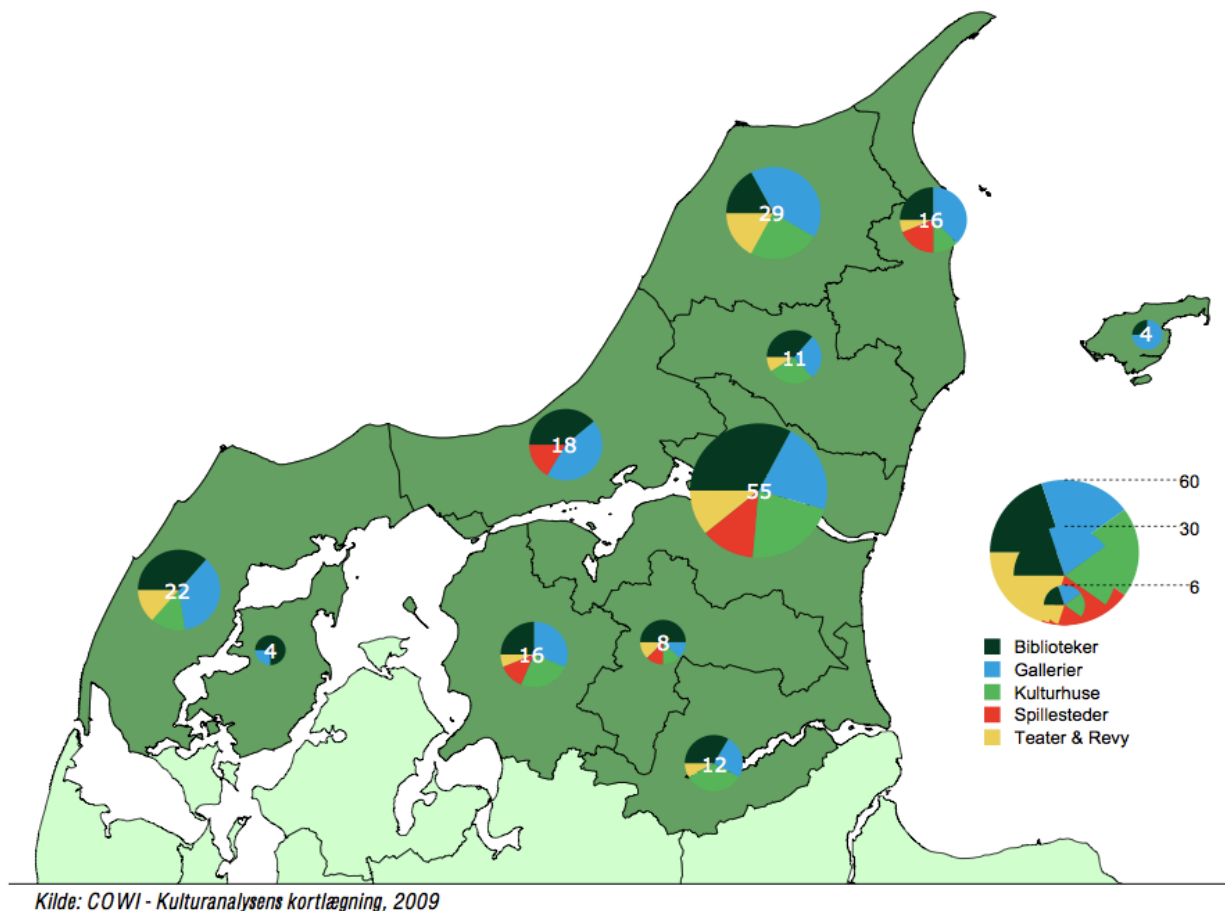
Den største kategori er gallerier hvilket stemmer fint overens med det store antal kunstnere der beskæftiger sig med billedkunst og formgivning. Den næststørste kategori er kulturhuse der ofte har multifunktioner ift. det kunstneriske output. Her kan holdes foredrag, laves udstillinger, afholdes små koncerter, afholdes borgermøder osv. Kulturhusene findes ofte i de mindre byer og fungerer som samlingspunkt for borgerne i oplandet til Hjørring.

Tredje største kategori er teater og revy-scener hvilket også stemmer overens med at scenekunst er den tredje største kunstform i Kommunen.

Lidt anderledes ser det ud for de ca. 30 % af kunstnerne der er musikere i kommunen da der ikke er et eneste registreret spillested (Fig. 1.3). Dette kan forekomme mærkværdigt da der jo afholdes en del koncerter i kommunen. Forklaringen kan ligge i at koncerterne opføres på scener der er registreret som teater og revy-scener som fx Vendelbohus i Hjørring.

Derudover arrangerer de ca. 50% af øvrige kulturaktører en del små koncerter i kulturhusene og andre institutioner som fx. kirker, skoler og lejlighedsvist oprettede scener til festivaler, byfester og lignende.

Fig. 1.4



Imidlertid lader det ikke til at være en tilfredsstillende løsning for i hvert fald de uddannede musikere (50% af gruppen), der har den største fraflytning fra regionen samtidig med den laveste tilflytning på næsten 0 (K09, s. 109). Hvis samme tendens gør sig gældende for de autodidakte musikere ser det skidt ud for det musiske segment i region Nordjylland.

### 5.3 Generelle anbefalinger I forhold til vækstlaget i Region Nordjylland

K09 analysen er fremkommet med en række anbefalinger i forhold til de problematikker der er i forhold til det kulturelle vækstlag, hvoraf den største udfordring er en "frasisvning" af vækstlaget hvor der i mange kommuner er meget få kunstnere i forvejen. Anbefalingerne omfatter bl.a.:

- Sikre lokal brobygning mellem folkeskole musik- og kulturskoler, gymnasier og videregående uddannelsesinstitutioner
- Give rum til både bredde og elite
- Giv plads til nye fag på musik og kulturskolerne
- Prioritere børnekulturen og børns adgang til kultur via projekter og sikre ordningen "hel

*kunstner til kvart pris"*

- *stimulere og opfordre til mere samarbejde mellem eksisterende uddannelsesinstitutioner med henblik på at stimulere miljø og udbyde kurser eller uddannelser på tværs og på den måde sikre et øget udbud af uddannelsesmuligheder i regionen*
- *Sikre projekter og relationer mellem unge studerende som indenfor en overskuelig årrække bliver tilknyttet uddannelsesinstitutioner på Musikkens Hus, Nordkraft og platform 4 i Nordkraft i Aalborg.*
- *arbejde for at musikskoler kan omfatte en bredere vifte af kulturtilbud*

Rapporten nævner at det kan være vanskeligt at omsætte anbefalingerne til konkrete handlinger men at alle principielt kan støtte op om dem. Endvidere påpeger rapporten at mange steder er den økonomiske finansiering en udfordring der skal løses gennem prioritering da en investering i den kulturelle fødekæde og talentudvikling er en investering i et fremtidigt levende kulturliv.

Som det ses i ovenstående anbefalinger er omdrejningspunktet i langt de fleste tilfælde de kommunale og etablerede kulturinstitutioner. Der satses meget på uddannelse af kunstnere og kreative men den autodidakte del af kunstnermiljøet der bl.a. er storleverandør af den kritiske masse er der ikke meget fokus på. På den måde rammer anbefalingerne bredest i forhold til den institutionaliserede kultur og giver f.eks. ikke meget plads til det lokalaktive kulturlag.

## **6.0 Delkonklusion (1)**

Jeg vil i denne opsummering pointere de steds-kvaliteter der bør satses på i forhold til tiltrækningen af den kreative klasse og deres kulturelle og sociale profil, hvilke kulturlag der ifølge DTIs undersøgelse bør understøttes samt hvilke kreative områder der bør prioriteres i forhold til Kulturanalyse Nordjylland 09.

Tolerance udgør et af de tre T'er og er en indikator for den mangfoldighed og diversitet der påskønnes af den kreative klasse og udviklingstiltag, bør derfor tilstræbe at mangfoldiggøre det samlede kulturtilbud i Hjørring. Dette er især vigtigt for den yngre del af den kreative klasse som vækstlaget består af.

Udvikling af uddannelsesinstitutioner i forhold til det kreative vækstlag er af stor betydning da den kreative klasse dobbelt så ofte som den resterende befolkning har en længerevarende uddannelse. Muligheder for egen kreativ udfoldelse i fritiden er vigtig for især den kreative kerne hvorfor der bør

satses på miljøer hvor dette muliggøres. Oplevelsesøkonomiske tiltag er altså ikke tilstrækkeligt. Af kulturelle tilbud bør især rytmiske og klassiske koncerter, bymiljøer, muligheder for uorganiseret motion, kunststillinger samt gode internetforbindelser prioriteres.

Kulturlagene i Hjørring kommune og kategoriseringen i Krea-land peger på at udviklingsstrategier skal understøtte de tre tydeligste kulturlag, New Yorkerne gennem mangfoldighed og diversitet, De kreative gennem udvikling af uddannelsesinstitutionerne og organisatorerne gennem specialisering. Sidstnævnte er måske knap så presserende da laget er repræsenteret til overflod i forhold til de resterende lag. Derudover vil det være hensigtsmæssigt at understøtte laget af lokalaktive for at give borgerne mere medejerskab og skabe muligheder for de lokale ildsjæle. Alle lokalsamfund kan med fordel støtte udviklingen af iværksættermiljøer da disse har den største vækstfaktor.

I forhold til K09 analysen er de eksisterende kreative genrer i Hjørring Kommune hovedsageligt billedkunst og formgivning, musik og scenekunst. Disse 3 genrer bør støttes i vækstlagsregi og dette gør sig især gældende for musikken der har de dårligste rammeforhold og den højeste fraflytning fra området. Ligeledes bør vækstlaget for kreative medier indtænkes da det som den eneste genre ikke er repræsenteret.

## **7.0 Hjørring Kommune**

### **7.1 Præsentation af Hjørring kommune**

Hjørring Kommune er Vendsyssels største kommune med et indbyggertal på 65.295 (pr.1.januar 2015) og et samlet areal på 92734 hektar eller 926,60 km<sup>2</sup>. Selve Hjørring by ligger ca. 60 km nord for regionens hovedstad, Aalborg, og busser, tog og motorvej forbinder byen med resten af regionen.

Hjørring er, på trods af en i regionen central placering, en del af det såkaldte "Udkantsdanmark" og de problematikker der knytter sig hertil er også en del af Hjørrings udfordringer.

Disse problematikker inkluderer bl.a. tiltrækning af specialiseret arbejdskraft og en generel fraflytning da kommunens unge ofte søger mod de større byer som f.eks. i dette tilfælde Aalborg, hvor der er et større tilbud af muligheder. Sidstnævnte er i sig selv ikke et problem men da de unge ikke vender tilbage til kommunen men bosætter sig permanent i de større byer vil der på sigt ske en befolkningsnedskrivelse.

Det at der er større fraflytning end tilflytning til kommunen har nemlig stor økonomisk betydning og dermed anseelige konsekvenser for borgernes levevilkår.

Hjørring Kommune modtager af staten ca. 50.000 kr. pr. indbygger i årligt bloktilskud (Bilag 1, s ?). Fra 2014 til 2015 mistede kommunen 110 indbyggere og som følge deraf 5.5 mio. kr. i bloktilskud. Penge som skal findes andre steder gennem besparelser eller alternative indtægter. 5,5 mio. kr. lyder måske ikke af meget ud af det samlede budget på ca. 4 mia. kr.<sup>9</sup> men over en periode på f.eks. bare 4 år vil kommunen stå til at miste 22 mio. kr. i årligt bloktilskud og det forudsat at fraflytningen holder status quo og inflationen er lig 0.

Følgerne heraf bliver naturligvis besparelser og en hård prioritering der igen vil gå ud over de tilbud kommunen har til borgerne. En forringelse af borgernes levevilkår vil i sidste ende resultere i større fraflytning og det vil blive endnu sværere at tiltrække den specialiserede arbejdskraft til stor skade for erhvervslivet, hvor virksomheder kan overveje at flytte deres drift til andre lokationer der kan opfylde deres behov. Hermed vil kommunen gå glip af skatteindtægter fra virksomhederne, hvorfor nye besparelser kan blive nødvendige.

Kommunen rummer ud over Hjørring by også byerne Hirtshals, Sindal, Vrå, Tårs og Løkken. Disse præsenteres kort i det følgende:

### *Hjørring By*

Hjørring by er en handelsby og er med sin centrale placering, et naturligt omdrejningspunkt i kommunen. Byen har 25071 indbyggere (2014)<sup>10</sup> og her findes en lang række shopping og indkøbsmuligheder der bl.a. tæller shoppingcentret Metropol, Føtex, A-Z og en lang række specialbutikker placeret i byens gågade. Der findes også et relativt bredt udvalg af cafeer, restauranter og værtshuse ligesom byen har et biografcenter, teatre, museer og et særdeles rigt foreningsliv der dog primært består af idrætsforeninger og klubber. Der er meget kunst i centrum af byen, primært skulpturer af både kendte og lokale kunstnere.

Hjørring by er også kommunens store uddannelses by der med bl.a. gymnasium, lærer- og pædagogseminarium, teknisk skole og sygeplejerskole tiltrækker unge fra hele regionen.

I forhold til teorien om den kreative klasse er Hjørring by det dynamiske kraftcenter. Det er her diversiteten og mangfoldigheden er størst og det er her bohernerne og den kreative kerne har de

---

<sup>9</sup> <http://www.hjoerring.dk/lib/file.aspx?fileID=21820&target=blank>

<sup>10</sup>

[http://www.denstoredanske.dk/Danmarks\\_geografi\\_og\\_historie/Danmarks\\_geografi/Danmarks\\_kommuner/Hjoerring\\_Kommune](http://www.denstoredanske.dk/Danmarks_geografi_og_historie/Danmarks_geografi/Danmarks_kommuner/Hjoerring_Kommune)

bedste rammer hvad angår kulturliv, fritidsliv indkøbsmuligheder osv. Det er primært her at vækstlagene skal findes.

### **Løkken**

Ca. 20 km sydvest for Hjørring finder vi Løkken By der er internationalt kendt som ferie og turistby med alt hvad det indebærer. Indbyggertallet i Løkken er ca. 1500 (1586 i 2014)<sup>11</sup>

Den tidligere fiskerby ligger relativt øde hen om vinteren men om sommeren sprudler byen af liv og indbyggertallet mangedobles i turistsæsonen. I byen findes der et væld af restauranter og cafeer samt et par enkelte dagligvarebutikker. Derudover findes der både i og udenfor byen en hel del campingpladser og hoteller ligesom der findes en del butikker med lokalt kunsthåndværk der sælges til turisterne. I udkanten af byen ligger "Actionhouse Funcenter" der tilbyder forlystelses aktiviteter som Gokart, bowling, lasergame, paintball og legeland. Tilknyttet til "Actionhouse" er også kæmpediskoteket "New York" der med kendte DJ's og garanti for en uforglemmelig fest, tiltrækker både turister og unge fra hele regionen.

Løkken er også en dynamisk og mangfoldig by men for den kreative klasse er byen mindre attraktiv da byens liv er sæsonbetonet. Om sommeren er byen, kommunens mest levende by og overgår Hjørring by i mangfoldighed, hvor den uden for turistsæsonen ligger øde hen. Løkken er i turistsæsonen stor aftager af kulturelle oplevelser og ydelser og udgør dermed et godt økonomisk grundlag for kunstnere og øvrige kulturaktører der arbejder med events, billedkunst og formgivning, samt musik.

### **Hirtshals**

Hirtshals by har 5959 indbyggere (2014)<sup>12</sup> og er med Hirtshals Havn, Hjørring kommunes største erhvervsmæssige aktiv. Byen ligger ca 15 km nord for Hjørring og fiskeri, fiskeindustri og færgefart er det altoverskyggende erhvervsgrundlag i byen. Byen har et shoppingcenter med 60 specialbutikker, 9 supermarkeder og købmandsbutikker. Der er ofte underholdning og musik for børn og voksne i sommersæsonen og byen rummer ca. 20 restauranter, cafeer og barer. Af seværdigheder udover havnen rummer byen også "Nordsøen Oceanarium", Hirtshals fyr og Bunkermuseet. I Hirtshals finder man endvidere "Sømandskirken" der i dag fungerer som brugerstyret kulturhus.

---

<sup>11</sup>

[http://www.denstoredanske.dk/Danmarks\\_geografi\\_og\\_historie/Danmarks\\_geografi/Jylland/Løkken](http://www.denstoredanske.dk/Danmarks_geografi_og_historie/Danmarks_geografi/Jylland/Løkken)

<sup>12</sup>

[http://www.denstoredanske.dk/Danmarks\\_geografi\\_og\\_historie/Danmarks\\_geografi/Danmarks\\_kommuner/Hjørring\\_Kommune](http://www.denstoredanske.dk/Danmarks_geografi_og_historie/Danmarks_geografi/Danmarks_kommuner/Hjørring_Kommune)

Hirtshals er som erhvervscentrum i kommunen naturligt nok den by der har den største efterspørgsel på specialiseret og teknisk arbejdskraft.

Ligesom Løkken er det kulturelle liv i Hirtshals til dels sæsonbetonet og i turistsæsonen findes der også her et mangfoldigt og levende kulturliv omend i mindre omfang.

### *Sindal*

Sindal er en lille stationsby med 3066 indbyggere og ligger ca. 13 km øst for Hjørring. Byen opstod i 1871 da jernbanen blev åbnet og er vokset lige siden. I byen findes udover stationen, en del supermarkeder, specialbutikker, et par spisesteder, beværtninger, bibliotek, og hotel samt byens folkeskole (0-10 kl.) Nord for Sindal ligger "Sindal Lufthavn". Lufthavnen har ikke længere faste ruteflyvninger men der samarbejdes med forskellige selskaber og der kan således bestilles taxa- og charterflyvning. Lufthavnen benyttes desuden af Sindal flyveklub, Nordjyllands Ultra Light Flyveklub samt Sæby flyveklub. Der findes desuden en flyveskole og tilknyttet til lufthavnen er virksomheden "ScanTech Aero" der tilbyder reparation og service på små og mellemstore propel og jetfly.<sup>13</sup>

Byen ligger i tæt ved Uggerby å og området byder på forskellige naturoplevelser i forlængelse heraf. Byen er endvidere fortrinsvis kendt som "byen med de 1000 springvand" pga. sin vandkunst.

Sindal tilbyder stedskvaliteter som lave huspriser og store muligheder for uorganiseret motion i naturen samtidig med at der er et relativt stort udbud af dagligvarebutikker. Byen er derfor attraktiv for yngre børnefamilier. På minus siden er der meget begrænsede muligheder for kreativ udfoldelse men den korte pendletid med tog til henholdsvis Hjørring By og Frederikshavn kan evt. kompensere for dette.

### *Vrå*

Syd for Hjørring ligger Vrå der huser 2434 af kommunens indbyggere. Byen er mest kendt for Vrå Højskole med den dertilhørende kunstbygning der bl.a. huser "Engelund samlingen" med værker af kunstneren Svend Engelund. I Vrå finder man desuden "Børnenes Jord" der blev oprettet i 1968 af forfatteren Carl Scharnberg som et fristed for børn og unge. Dette har siden ført til lignende tiltag andre steder i landet.

I Vrå ligger også det brugerstyrede kulturhus "Uhrenholtsgård" der står for kulturelle arrangementer i området. Byen rummer metal og foderindustri og er forbundet med Hjørring via jernbanen.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> <http://www.hjoerring.dk/page12053.aspx>

<sup>14</sup>

[http://www.denstoredanske.dk/Danmarks\\_geografi\\_og\\_historie/Danmarks\\_geografi/Jylland/Vrå](http://www.denstoredanske.dk/Danmarks_geografi_og_historie/Danmarks_geografi/Jylland/Vrå)



Vrå er også attraktiv for børnefamilierne pga. de lave huspriser

### **Tårs**

10 km sydøst for Hjørring ligger den tidligere stationsby Tårs. Indtil 1953 var byen stationsby på strækningen mellem Hjørring og Hørby. I dag er byen handelscenter og rummer både skole, ældrecenter samt flere virksomheder. Byen største virksomhed er "Scandic Foods" der bl.a. fremstiller marmelade og frugtgrød.<sup>15</sup> Byen har 1932 indbyggere (2014)

Af steds-kvaliteter kan nævnes natur, lave huspriser, daginstitution, skole men ikke mindst den korte afstand til Hjørring.

## **7.2 Opsummering Hjørring Kommune**

Hjørring kommune kan vel generelt siges at rumme en stor diversitet. En central placering i midten af Vendsyssel med god infrastruktur i hele kommunen. 40 km naturskøn kyststrækning fra Løkken til Hirtshals med sommerhusområder og badestrande i verdensklasse, lufthavn, færgeforbindelser til bl.a. Norge og Færøerne, en industri der spænder fra fiskeri til marmeladeproduktion og et bredt spekter af kulturelle oplevelser og tilbud til både borgere og turister. En bred vifte af uddannelsesinstitutioner og ikke mindst veludbyggede handels og shoppingmuligheder.

Umiddelbart ser det ud til at Hjørring rummer en bred vifte af de steds-kvaliteter den kreative klasse tiltrækkes af og i den forstand har mange muligheder i forhold til den fremtidige vækst. Imidlertid mangler der i forhold til den kreative klasse, en af de vigtigste steds-kvaliteter. Et autentisk og levende bymiljø der kan levere indtryk til inspiration hos borgerne.

## **8.0 Analyse af Vækstlag i Hjørring Kommune**

### **8.1 Vækstlagsaktører I Hjørring kommune**

I dette afsnit vil jeg præsentere de forskellige aktører der arbejder indenfor de kulturelle vækstlag i Hjørring kommune. Dette giver et overblik over de muligheder der findes for vækstlaget samt en forståelse af hvordan de forskellige aktører arbejder sammen. Listen over aktører er ikke udtømmende da jeg er sikker på at der findes mange små foreninger rundt omkring i kommunen. De aktører der nævnes i afsnittet er dem der er blevet nævnt som relevante i de forskellige kvalitative interviews.

---

15

[http://www.denstoredanske.dk/Danmarks\\_geografi\\_og\\_historie/Danmarks\\_geografi/Jylland/tårs](http://www.denstoredanske.dk/Danmarks_geografi_og_historie/Danmarks_geografi/Jylland/tårs)

### *Koncertforeningen Kaffe og Kærlighed*

Kaffe og kærlighed er en koncertforening lavet af de unge og for de unge. Koncertforeningens selvbestaltede mål er med egne ord "at skabe en bredere musikscene i den fineste ende af udkants Danmark." Foreningen bliver støttet af Hjørring kommune og gennem UAK - puljen (unge aktive kulturrødder) og er i høj grad baseret på frivillig arbejde. Foreningen afholder koncerter og laver arrangementer med lokale kunstnere og bands. Medlemmerne er i høj grad centreret omkring det musiske gymnasiemiljø. Langt de fleste arrangementer bliver afholdt i Kommunens lokaler på "Skolegade 4".

### *12A*

12A er Vendsyssel teaters "ungdomsforening" og står ligesom Kaffe & Kærlighed for at lave arrangementer for primært de 16-25 årige.<sup>16</sup> Arrangementer spænder vidt fra rådt teater, over komik og dans, til skæve performances og musik og rammer i den forstand bredere end Kaffe og Kærlighed. Arrangementerne afholdes én torsdag om måneden i Vendsyssel teaters lokaler i Dronningensgade 12a. Foreningen er ligesom "kaffe & Kærlighed" centreret omkring, og har et relativt stort samarbejde med Hjørring Gymnasium.

### *Hirtshals Musikforening*

Laver en del arrangementer i Hirtshals. Bl.a. kan der nævnes festivalen "Musik under trappen" hvor amatørmusikere og lokale bands indtager scenen. Oprindeligt var "Musik under trappen" en del af Skagerrak festivalen der blev til i samarbejde med Skanderborg festivalen men satsningen på store danske navne medførte imidlertid en konkurs. Herefter besluttede Hirtshals musikforening at gå tilbage til rødderne og satse på lokale bands og amatører. Musik under trappen startede op i 1999 med få bands i et lille udendørs telt. Siden er arrangementet vokset og i 2014 havde festivalen ca. 10.000 besøgende.<sup>17</sup>

Hirtshals musikforening modtager et årligt tilskud på ca. 25.000 kr. årligt selv om foreningen sagtens kunne drives på eget økonomisk grundlag (Bilag 1, s. ?).

### *Skolegade 4*

Skolegade 4 er en kommunal bygning der bl.a. danner ramme for musikskolens koncerter, og hvor det er muligt at låne lokaler til div. arrangementer. Dette tiltag er tænkt som en substitut til det hedengangne "Sysseltinget" der, indtil det blev lukket pga. skimmelsvamp, var centrum for det kreative vækstlag og undergrundsmiljø. Lokalerne kan kun bookes til arrangementer.

---

<sup>16</sup> <http://www.vendsyssel-teater.dk/12a.aspx>

<sup>17</sup> [http://www.hirtshalsmusikforening.dk/?page\\_id=178](http://www.hirtshalsmusikforening.dk/?page_id=178)

### *Sømandskirken i Hirtshals*

Er et brugerdrevet kulturhus. En del kunst og musikforeninger holder til i huset. Her er øvelokaler samt plads til koncerter og andre arrangementer. Huset styres af repræsentanter fra de forskellige foreninger og i særdeleshed spiller Hirtshals musikforening en stor rolle ift. driften.

### *Cafe Ciffy*

Værtshus med byens eneste ikke-kommunale musikscene. Her har lokale bands og kunstnere mulighed for at booke et job. Imidlertid skal musikken gerne være dansevenlig og noget der tiltaler publikummet på 30+. Der spilles derfor sjældent originalmusik på scenen der domineres af coverbands der kan levere velkendte klassikere der kan synges med på.

Cafe Ciffy er i skrivende stund ved at blive lavet om til en francise af værtshuskonceptet "Zwei Grosse" og om scenen får lov at bestå er uvist.

### *Vendelbohus*

Er byens store scene. Her afholdes de større arrangementer som Hjørring revyen og koncerter med kendte kunstnere. Det er dog muligt at leje bygningerne med tilskud fra kommunen.

### *Postgaarden*

Postgaarden falder lidt uden for kategori men nævnes alligevel her da brugergruppen (vækstlaget) udpegede stedet som et vigtigt samlingspunkt og mødested.

Postgaarden er et gammelt "brunt" værtshus beliggende i Skolegade lige over for lokalerne i "Skolegade 4" og her samles primært musiklinje-klasserne fra Hjørring Gymnasium når de skal socialisere i fritiden og i weekenderne. Værtshuset er spartansk indrettet og der er ingen scene men her er der mulighed for at mødes med vennerne og socialisere i hyggelige omgivelser.

## **8.2 Vækstlagets profil**

Gennem fokusgruppeinterviewet begyndte der at tegne sig et billede af vækstlagets karakteristika i forhold til andre de øvrige kulturgrupper. Den kvantitative undersøgelse understøttede disse karakteristika og i det følgende afsnit vil jeg forsøge at afdække hvad det er der driver vækstlaget, hvilke værdisæt og holdninger der gør sig gældende i forhold til kulturen samt hvad deres opfattelse af at bo i Hjørring, medfører af udfordringer i forhold til den eksisterende kulturpolitik.

I forhold til Floridas betoning om stedskvaliteter, synes mangfoldighed og diversitet, primært at være det der tiltrækker vækstlaget. Grundet alderskriteriet og deres overordnede livssituation er

vækstlaget ikke interesseret i andre stedskvaliteter som f.eks. lave huspriser, mulighed for uorganiseret motion eller kvalitet i daginstitutionerne.

Det mangfoldige byliv og de muligheder de har for at udfolde sig, socialisere og vedligeholde relationer, er for vækstlaget alfa og omega. Under interviewet blev fokusgruppen stillet spørgsmålet "*Hvad kan de større byer som Hjørring ikke kan?*" og her var svaret entydigt.

*"...jamen spontane ting... optræden på gaden... Hvis jeg boede i en større by og jeg ikke skulle noget... så tror jeg bare jeg ville gå rundt i byen.. se om der sker noget... jeg tror det ville betyde en øget livskvalitet for mig hvis der kom lidt flere spontane indtryk hele tiden..."* (Bilag 3 s. 7)

Af samme årsag markerede kun en ud af 25 respondenter da de blev adspurgt om de kunne se sig selv bo i Hjørring om 10 år. For mange af respondenterne var uddannelse også en vigtig faktor i forhold til hvor de ville bosætte sig i fremtiden men derudover var det eventyret i storbyens jungle der lokkede. Når snakken imidlertid faldt på at stifte familie var en stor del af respondenterne ikke afvisende over for at vende tilbage til Hjørring. Men de ville ud og se verden først.

Netop det spontane og til tider uforudsigelige, er også egenskaber der kendetegner de kulturelle tilbud og arrangementer som vækstlaget i Hjørring benytter sig af og som Floridas "bohemer" er skabere af.

Det kreative vækstlag i Hjørring kommune benytter sig primært af kulturtilbud i Hjørring by. Grunden til dette skal findes i at de uddannelsesinstitutioner som vækstlaget frekventerer, alle ligger i Hjørring by og siden de enkelte individer i gruppen bor spredt ud over kommunen bliver uddannelsesinstitutionerne det daglige samlingspunkt. Derudover er det i Hjørring By de fleste tilbud, henvendt til vækstlaget, er placeret rent fysisk.

De to altoverskyggende kulturtilbud som vækstlaget benytter, er de to foreninger "Kaffe og Kærlighed" samt "12A" der er Vendsyssel teaters ungdomsforening.

Hvor kaffe & Kærlighed er en rendyrket musikforening der laver amatørarrangementer en gang om måneden i lokalerne på "Skolegade 4", er 12A en lidt bredere forening hvis arrangementer består af alt fra impro-teater over tryllekunstnere til lokal stand-up. 12A holder som nævnt til i teatrets lokaler.

De nævnte foreninger bliver drevet af aktører fra vækstlaget med henblik på kunne yde hvad de mener er relevante tilbud til selvsamme vækstlag og dermed bliver vækstlagskulturen i Hjørring et relativt lukket system, en art praksisfællesskab hvor man skaber det miljø man synes der mangler i byens rum.

Under interviewet blev fokusgruppen adspurgt om hvilke kvaliteter, de arrangementer der bliver lavet af de to foreninger, havde og som ikke kunne findes i byens andre tilbud.

Igen var det spontaniteten og uforudsigeligheden der blev fremhævet. De kunstneriske genrer der præsenteres til arrangementerne er unikke i forhold til byens øvrige kulturliv.

*[...Hvis du går til 12A jamen så kommer du til at se impro-comedy lige pludselig... og tænker hold kæft hvor var det egentlig sjovt... og de har kørt nogle mix-tapes, og der har været noget musik, og der har været noget jonglering og sådan noget... man ved aldrig rigtig hvad der sker.. og det er mæg fedt... det aktiverer ens hjerne og det aktiverer ens egen kreativitet... der er hele tiden nye input..] (Bilag 3, s. 11)*

Det faktum at der ikke satses på en bestemt genre i specielt 12As arrangementer, der også er de mest besøgte, vidner om at det mangfoldige, det skæve, det uforudsigelige og den stemning det giver, er mere værd for vækstlaget end meget stilrene arrangementer der kun fokuserer på en helt specifik genre. Her må det gerne flyde.

Derudover vægtes det sociale aspekt højt i vækstlagsregi. At kunne interagere med andre i et autentisk miljø hvor man hører hjemme og hvor man møder ligesindede er umiddelbart det der generelt vægtes højere end noget andet. De kreative genrer der præsenteres til arrangementerne synes i høj grad at være et effektivt middel til at skabe et sådant miljø.

*[... jamen det er jo fordi der er noget hygge og sådan... der er fx ikke siddepladser som her... Der er nogle sækkestole og der er nogle sofaer... og så er det forskelligt om der er dans, skuespil, trylleri eller musik eller sådan noget... (Bilag 3, s. 11)*

og videre:

*[... og det er også nogen man kender der er derinde og som optræder... det er nogen man gerne vil ind og se for at støtte det som personerne laver...](Bilag 3, s. 11)*

At vækstlaget kan opfattes som et lidt lukket system ses også når man kigger på hvem der dukker op til disse arrangementer. Primært frekventeres arrangementerne af personer fra gymnasiets musikhold, sekundært af de øvrige gymnasieklasser og tertiært af folk uden for gymnasiets sfære. Dette forklares med at en stor del af det potentielle vækstlag har valg gymnasiet frem for andre ungdomsuddannelser da der tilbydes flere kreative linjefag som musik og drama.

Derudover har medlemmerne af vækstlaget nogle meget klare præferencer i forhold til store dele af det øvrige kulturliv i byen.

Når snakken falder på byens øvrige kulturliv er det tydeligt at personerne fra det kreative vækstlag stiller nogle andre krav end andre ungdomsgrupperinger. Byens efterhånden eneste diskotek "Buddy Holly" siger dem intet. Drinksene er for dyre, musikken er så høj man ikke kan snakke, man skal betale entré og så mangler der den hyggelig stemning de efterspørger. På Cafe Ciffy hvor byens eneste scene i nattelivet er placeret, er brugerne "for gamle" og "over 40", drinksene for dyre og selv om scenen er en formildende omstændighed tiltalte det tydeligvis ikke respondenterne i interviewet.

Der var bred enighed om at der på teatersiden ofte var en del gode arrangementer men ligeledes enighed om at det kun ...*"er gamle mennesker der tager til det"*. (fokusgruppeinterview s.18).

Biograftur eller besøg på cafe slår ofte bunden ud af økonomien så disse tilbud bliver ligeledes sjældent benyttet.

Det økonomiske incitament for at fravælge en lang række kulturtilbud, er for vækstlagsgruppen stor da langt de fleste lever af SU, evt. suppleret med et fritidsjob. Denne faktor bør i høj grad medtænkes i forhold til kulturpolitiske tiltag rettet mod vækstlaget.

Hvor mange af by- og nattelivets institutioner ikke havde den store tiltrækningskraft på personerne i det kreative vækstlag ser det anderledes ud for de kreative uddannelsesinstitutioner og foreninger. Næsten alle respondenter i fokusgruppeinterviewet fik undervisning inden for deres kreative genre. De fleste fik undervisning i "deres instrument", nogle spillede i spejdernes bigband, mange sang i Nordjysk Pigechor, nogle var medlem af teaterforeningen, mens få lavede elektronisk musik og en enkelt arbejde med grafik fra tid til anden. Derudover var mange aktive i de to nævnte foreninger samt i Gymnasiets festudvalg

Dette vidner om at gruppen aktivt dyrker deres kreativitet og søger at udvikle og dygtiggøre sig inden for deres metier, hvilket fastslår deres plads i vækstlaget. Kreativiteten søges også i fritiden og da "Kaffe & Kærlighed og 12A er de eneste tilbud der opfylder dette kriterie bliver disse, det naturlige valg. Da det imidlertid ikke er muligt at socialisere i foreningernes lånte lokaler til dagligt, benytter personerne i det kreative vækstlag, i stedet værtshuset Postgaarden som samlingssted når der ikke er arrangementer. Dette er dog ikke uden omkostninger da det kreative og kulturelle aspekt forsvinder:

*[...problemet med posten... altså vi kommer jo nok ikke uden om at omdrejningspunktet på posten er øl... hvorimod studenterhuset...(i Aalborg, red.) altså det er også øl og fest... men også det kulturelle... du kan jo både gå til koncert men også bare sætte dig ned og spille et spil... få dig en kop kaffe... og det er sjældent man gør det på samme måde på posten...]* (Bilag 3, s.8)

At vækstlaget har særlige kulturelle præferencer, der også rækker ud over den gymnasiale sfære, kommer især til udtryk da respondenterne fortalte om deres engagement i at afvikle gymnasiefesterne:

*[...Gymnasiefesterne.... og der kan vi jo også se... Folk gider ikke at der bliver hyret et liveband... Folk vil have en DJ der kommer.. det kan slet ikke svare sig for os at hyre et liveband for folk de tager hjem hvis der kommer et liveband... og folk køber ikke alkohol og sådan... for det ligger sådan i kulturen at man gerne vil have noget "umpti umpti" .. Det skal være noget man kender og med en ordentlig gang bas der kan mærkes...]* (bilag 3, s. 5)

Vækstlagets medlemmer stiller sig som den kritiske masse i forhold til den eksisterende musik og ungdomskultur og har i den forstand et andet værdisæt end mange af deres jævnaldrene. Hvor ungdomskulturen ofte indbefatter de nyeste hits leveret af de hotteste Dj's, på de smarteste klubber, trækker det kreative vækstlag i den modsatte retning med forkærligheden for det autentiske, det oprigtigt sociale, det spontane og ikke mindst det kreative.

Mange af personerne i vækstlaget kan jvf. DTIs undersøgelse kategoriseres som lokalaktive. De gør noget for lokalsamfundet og søger at forbedre vilkårene, for ikke blot egen omgangskreds men også den øvrige lokalbefolkning, ved at skabe noget af den mangfoldighed og diversitet de selv mangler i byens rum. De bliver kulturaktører og ikke kun kulturbrugere.

### **8.3 Udfordringer for vækstlaget i Hjørring kommune.**

Da gruppen imidlertid blev adspurgt om rollen som kulturaktører begyndte udfordringerne ved at bo i Hjørring at vise deres sande ansigt.

Grundet vækstlagets kulturelle præferencer kombineret med byens størrelse, blev manglen på diversitet og mangfoldighed fremhævet som en af de største udfordringer ved at være kulturaktør. Konkret udmøntede problematikken sig i at det altid var de samme mennesker der kom til arrangementerne og at det ofte var svært, især for Kaffe & Kærlighed, at finde og præsentere nye og spændende kunstnere til deres arrangementer da de ikke havde så mange at vælge imellem:

*[...Vi har det her jazzband og så er der nogle heavy metaldrenge der lige er kommet... skal vi bare tage dem...? og så kigger vi på alternativet og siger ja... for der er ikke andet...]* (Bilag 3, s.8)

Af den årsag, at vækstlaget ikke er stort nok til at kunne opfylde sine egne behov for kulturelle oplevelser, bliver grundlaget for den videre udvikling meget smalt da der er en grænse for hvor stort et netværk der kan skabes og hvor meget inspiration der dermed kan hentes fra andre personer i

vækstlaget. Hvis ikke vækstlaget formår at tiltrække nye potentielle kunstnere og aktører, vil det i bedste fald stagnere og i værste fald forsvinde helt. Det sidstnævnte scenario er imidlertid ikke så sandsynligt da vækstlaget jo delvist er centreret omkring gymnasiet, hvor der er en jævn udskiftning af elever hvorpå vækstlaget kan opretholde livet uden frygt for at uddø. Skal vækstlaget imidlertid udvides og skal mangfoldigheden være større, må man søge ud over egne rækker og tiltrække både aktører, kunstnere og brugere fra andre ungdomsgrupper, hvilket generelt synes at være den største udfordring for vækstlaget. Da adspurgt om grunden til hvorfor det var svært at tiltrække deltagere fra andre ungdomsgrupper var svaret:

*[...altså de er ikke engagerede i forhold til at bruge det og de er slet ikke engagerede i at styre det... altså de har det fint med at dalre rundt i Metropol.. og for størstedelen af Hjørrings unge.. Der tror jeg bare at de er blevet vant til at der ikke er et sted at være... så de tager bare hjem og ser film og æder slik eller sådan noget...]* (Bilag 3, s.10)

Problematikken bunder dels i at vækstlagersarrangementerne enten er for særprægede i deres udformning i forhold til de øvrige ungdomsgrupperinger og dels at vækstlaget simpelthen ikke er synligt nok, og at der derfor ikke er bevidsthed om deres virke hos de potentielle brugere.

Personerne og aktørerne i vækstlaget har selvindsigt nok til at vurdere at det muligvis er en kombination af begge men påpeger imidlertid en 3. problemstilling de mener er fællesnævneren for mange af byens unge og som fastholder de enkelte grupperinger i deres lidt låste rammer. De mangler et sted at være.

Mangfoldighedsproblematikken der knytter sig til vækstlaget i Hjørring, kan ifølge dem selv afhjælpes ved "et ordentligt sted at være" hvor der er bedre rammer til at skabe en mangfoldig kultur i Hjørring. Et sted der kan samle det hele.

De to foreninger "kaffe & Kærlighed" og 12A afholder som nævnt deres arrangementer to forskellige steder. Derudover kan Postgaarden tilføjes som det uformelle samlingspunkt i det daglige. Det tredje sted. Derudover kommer øvelokaler og kreative værksteder samt kreative uddannelses tilbud der ligger spredt ud over hele kommunen. Dette betyder at den gennemsnitlige person fra vækstlaget frekventerer mindst 4 forskellige steder for at få hele kreative spekter med i form af arrangementer, socialt samvær og kreativ udvikling og samarbejde.

En anden udfordring for vækstlaget er infrastrukturen i kommunen. Da personerne fra vækstlaget også kommer fra alle kommunens mindre byer, er de ofte afhængige af tog, busser eller velvillige forældre til at køre dem frem og/eller tilbage til arrangementerne da økonomien igen spænder ben for



muligheden for at tage en taxa. For de personer der bor helt ude i de små landsbyer kan det ofte være svært at deltage og støtte op om arrangementer medmindre der er planlagt transport eller overnatningsmuligheder god tid i forvejen. Ligeledes kan det være svært at finde deltagere til arrangementer der er placeret i de mindre byer.

Opsummeret er de store udfordringer i forhold til vækstlaget; at der er for få aftagere af deres kulturelle tilbud, at vækstlaget mangler på synlighed uden for gymnasiets sfære, at der er for dårlige fysiske faciliteter og at transportmulighederne er for ringe i forhold til at deltage og engagere sig i arrangementer.

#### 8.4 Vækstlaget og kommunen

En stor del af personerne i vækstlaget er lokalaktive. Det betyder at aktørerne er i kontakt med kommunen eller andre offentlige instanser vedrørende f.eks. lån eller leje af lokaler, ansøgning om økonomisk støtte gennem diverse puljer eller indhentning af diverse godkendelser til særlige arrangementer og tiltag. Men hvordan ser vækstlagsaktørerne på de kommunale tiltag og hvilket syn har aktørerne på samarbejdet?

Under fokusgruppeinterviewet, stod det hurtigt klart at især vækstlagsaktørerne havde et relativt stort kendskab til kommunens kulturmedarbejdere. De var på fornavn med kulturkonsulenterne og havde derudover et godt overblik over andre væsentlige kulturaktører fra den mere etablerede del af kulturlivet.

Generelt var vækstlagsaktørerne positive over for den støtte og de tilbud kommunen kunne tilbyde. Dette er dog ikke ensbetydende med at de fandt det tilstrækkelig. Derudover fandt de det besværligt og langtrukket at f.eks. søge om tilskud til arrangementer.

Foreningen "Kaffe og Kærlighed" udtrykte taknemmelighed for at kunne være i lokalerne på Skolegade 4 men det at lokalerne kun kan bruges til arrangementer i ikke i det daglige var et stort minus. Om Skolegade 4 udtalte respondenterne bl.a.:

*[...R: Jeg tror at tanken har været at Skolegade 4 skulle være sådan en erstatning for sysseltinget..*

*I: ja ok... Hvis det har været tanken... Virker det så?*

*R: Nej.. det syntes jeg ikke... Jeg syntes der mangler et miljø hvor det er mere muligt sådan for lokalbands at komme frem med sine egne kompositioner... Men hvis du ser her i Hjørring... Der bliver slet ikke dannet bands der skriver deres eget musik... det er der slet ikke kultur for i Hjørring...]* (Bilag 3, s.2)

Vækstlagsaktørerne har altså en opfattelse af tilbuddet "Skolegade 4" som lidt en halv løsning der ikke kan leve op til det potentiale man gerne vil have ud af tilbuddet. Der er ikke øvelokaler tilknyttet Skolegade 4, hvor bands udfolde sig og vækstlaget fandt det besværligt at man skal være medlem af musikskolen for at få adgang til øvelokaler i Hjørring. Derudover mente aktørerne at der var for mange restriktioner i forhold til at afholde arrangementer på "Skolegade 4" og betonedede igen vigtigheden i at de har deres "eget sted"

Uden at nævne specifikke kommunale tiltag fik jeg dog indtrykket af at "det lidt utilstrækkelige" kendetegnede vækstlagets syn på kulturlivet i Hjørring.

F.eks er Hirtshals musikforening en af de mest succesfulde musikforeninger i kommunen, i økonomisk forstand, og Sømmandskirken hvor foreningen holder til, betragtes af kommunen som en væsentlig faktor i forhold til kommunens kreative vækstlag. Direkte adspurgt om hvorvidt de gjorde brug af sømandskirkens og Hirtshals musikforenings tilbud, var svaret [*...nej, det dødt.. Rimelig dødt...*] (Bilag 3, s. 12)

Kigger man imidlertid nærmere på Hirtshals musikforening og sømandskirkens tilbud og sammenholder det med vækstlaget kulturelle præferencer er forklaringen på diskrepansen mellem vækstlagets og kommunens opfattelse af disse temmelig logisk. Udover festivalen "Musik under trappen" tilbyder Hirtshals musikforening øvelokaler til lokale bands. Ved en gennemgang af de bands der benytter tilbuddet vider det sig at en stor del af bandsene er mere eller mindre velkendte coverbands fra det mere etablerede amatørslag. Det er etablerede bands der har fundet deres egen niche i det nordjyske musikliv og dyrker denne, frem for at eksperimentere og skabe nyt original musik. Kort sagt "levebrødsmusikere".

Hvor kommunen altså ser en succesfuld, aktiv forening der bidrager til det lokale kulturliv og vækstlag, ser vækstlaget endnu en forening af ældre etablerede musikere der har solgt ud af de kunstneriske idealer til fordel for regelmæssige og betalte spillejobs.

Kløften mellem vækstlaget og kommunen ser i den forstand ud til at være forankret i de forskellige verdensanskuelser. Hvor vækstlaget er dynamisk, spontant, søgende, eksperimenterende, uformelt og under konstant forandring, er kommunen som organisation den diametrale modsætning med formelle processer, rigide regler og fastlåste restriktioner.

Vækstlaget har imidlertid en relativ stor forståelse for den måde kommunen arbejder, hvilket ikke altid er så positivt da vækstlaget på nogle områder synes at have opgivet kommunen med et lidt tilgivende sind.

*[... når kommunen så tager ud og siger.. jamen hvordan skal sådan et ungdomshus være og folk så siger.. "jamen det skal være sådan et sted vi skal kunne komme" og de så går hjem og siger hvor mange var egentlig interesserede i det her... Jamen der var 10 på Hjørring gymnasium... så vurderer de at behovet ikke er der...]* (Bilag 3, s. 10)

At kommunen gør mange ting for kulturen i Hjørring er vækstlaget ikke i tvivl om men da det kreative vækstlag er et mindre segment i forhold til den samlede ungdomskultur virker det som om det kreative vækstlag føler sig lidt overset.

Vækstlaget er endvidere meget opmærksom på den måde som de bliver mødt på, af de kommunale medarbejdere og mener at det kan være afgørende for om et tiltag bliver en succes eller en fiasko:

*[... altså det handler vel også om at det er de rigtige ansigter der repræsenterer der... Hvis der kommer en gammel gnu oppe fra kommunen.. jamen så har vi jo ikke lyst til det.... men kommer der en på 22 der ser lidt godt ud og siger... "Hey... kom hid.." jamen så kommer vi jo alle sammen...]* [Bilag 3, s. 10)

Det er altså også af stor betydning at vækstlaget bliver mødt i øjenhøjde af kommunens repræsentanter hvilket også burde indtænkes i forhold til vækstlagspolitikken.

Et af de kommunale kulturtiltag der imidlertid roses massivt af vækstlaget, er den årlige event "The Game" som er en event centreret omkring uddannelsesinstitutionernes opstart. Her mødes eleverne fra de forskellige uddannelser i byen til en konkurrencepræget dag hvor de dyster mod og med hinanden. Det som tiltalte vækstlaget var naturligvis det sociale aspekt hvor man møder mange nye mennesker fra de andre uddannelser i byen og kan skabe sig et større netværk. Derudover er arrangementet stort og mangfoldigt hvilket som bekendt også tiltaler vækstlaget.

## **8.5 Den konkrete politik, tiltagene og vækstlaget.**

Gennem kvalitative interviews med kulturkonsulent i Hjørring Kommune, Steen Poulsen, samt byrådsmedlem og formand for kultur, fritid, og bosætningsudvalget, Michael Vajhøj har jeg kortlagt 4 tematikker der tilsammen giver et billede af den politiske og kommunale scene i forhold til vækstlagsgruppen. Disse tematikker vil jeg holde op imod vækstlagets opfattelse af selvsamme for at afdække evt. ligheder og forskelle.

### **8.5.1 Tiltag og tilbud i forhold til vækstlaget**

Hjørring kommunes kulturpolitik for vækstlaget udmønter sig grundlæggende i 2 forskellige modeller. En hvor kommunen yder økonomisk bistand til arrangementer og en hvor kommunen tilbyder lokaler og faciliteter til afholdelse af arrangementer. Begge typer bistand kan søges gennem forskellige puljer af både enkeltpersoner og foreninger. Kulturpolitikken går i den forstand ind og støtter DTIs

undersøgelse der lægger op til at de lokalaktive med fordel kan støttes. Denne politik tager i høj grad udgangspunkt i borgernes egne ønsker for kulturlivet.

Kultur fritids og bosætningsudvalget har 3 puljer der kan søges om:

### ***Frie kulturstøttemidler***

Er en pulje på 425.000 kr med ansøgningsfrist 2 gange årligt og [... Formålet med puljen er at støtte kulturelle aktiviteter, der støtter op om udviklingen af kommunens lokalsamfund og byer. Der vil være fokus på arrangementer og events, der kan have profilerende karakter for kommunen, eller dele af kommunen ligesom kulturaktiviteter, som understøtter og spiller sammen med kommunens overordnede planer og strategier samt Fritids- og kulturpolitikken vil have opmærksomhed...] (Hjørring Kommune<sup>18</sup>). Det er kultur fritids og bosætningsudvalget der fastsætter tilskuddet til de enkelte arrangementer efter at ansøgningerne er blevet behandlet i forvaltningen.

### ***Musikarrangementer***

Denne pulje er på 125.000 årligt og der kan ansøges løbende da tildelingen er administrativ. [...Formålet med puljen er at præsentere et alsidigt musikalsk udbud i forskellige genrer og stilarter, med optræden af både professionelle og amatører...] Tilskuddene inden for denne pulje er opdelt i 4 underkategorier. Arrangementer med rytmiske amatørorkestre og gratis adgang med et støttebeløb på max 3000 kr., arrangementer med rytmisk musik og entré med et max tilskud på 5500 kr pr. arrangement. Derudover kan der søges tilskud til lokaleleje hvor støttebeløbet max kan udgøre 70% af lejen og sidst kan foreninger med et snævert genremæssigt repertoire søge om tilskud på max 10.000 kr om året. (Hjørring Kommune)

### ***Nyskabende initiativer***

Denne pulje er på 100.000 kr. årligt. [...Formålet med puljen er at sikre, at nye initiativer opstår og at der løbende sker en fornyelse og udvikling af kulturområdet. Ved nye initiativer forstås nye arrangørgrupper, nye arrangementstyper, en præsentation af nyetablerede kunstnere eller nye stilarter...]. Denne pulje er især tiltænkt unge aktører.

Fælles for disse 3 puljer er at der selvfølgelig er en række kriterier der skal være opfyldt før tilskud kommer i betragtning. Følgende 7 kriterier skal være opfyldt:

1. At der er tale om offentlige kulturelle arrangementer.
2. At det af plakater, løbesedler og pressemeddelelser fremgår, at arrangementet er støttet af

---

<sup>18</sup> <http://www.hjoerring.dk/Stoette-til-arrangementer-og-projekter.aspx>

Hjørring Kommune.

3. At der fremsendes en ansøgning inden at arrangementerne afholdes.
4. At der fremsendes pressemeddelelser til de lokale medier.
5. At arrangementet gennemføres som beskrevet i ansøgningen.
6. At arrangementet indtastes på [www.kultunaut.dk](http://www.kultunaut.dk), når der er givet tilsagn om økonomisk tilskud.
7. At der indsendes et arrangementsregnskab til Plan & Udvikling, Hjørring Kommune senest 1 måned efter arrangementets afslutning. Arrangementsregnskabet kan inkluderes i arrangørens årsregnskab. Årsregnskabet afleveres - underskrevet af bestyrelsen og godkendt af revisor - inden d. 15. marts det følgende år.

(Hjørring Kommune)

For vækstlagsaktørerne betyder kriterierne en del ekstra arbejde og organisering. For det første skal arrangementet planlægges i god tid så planerne kan indsendes til kommunen. Derudover skal skabes synlighed omkring arrangementet i form af plakater, flyers, på sociale medier, etc., hvilket fordrer at vækstlaget har kendskab til personer der frembringe dette eller selv være i stand til det.

Arrangementet skal offentliggøres på bestemte hjemmesider på bestemte tidspunkter i ansøgningsprocessen og derudover skal der selvfølgelig laves et regnskab over indtægter og udgifter. For vækstlagsaktørerne kan det virke uoverskueligt at forholde sig til den kompleksitet det medfører at stable et arrangement på benene og det kræver et stort engagement at få styr på alle formaliteter. Især regnskabet og det administrative lader til at dræne aktørerne for motivation.

*[...det handler også om engagement... for vi kan godt sidde her og sige at vi drømmer om det her sted... men herinde er det er jo kun halvdelen der gider drive sådan et sted... altså jeg gider ikke... jeg har det fint med de arrangementer der er med Kaffe & Kærlighed...]* (Bilag 3, s. 10)

Nævnte kriterier for ansøgning om tilskud bevirker altså at en del af personerne i vækstlaget trækker sig som aktører og i stedet bare benytter sig af eksisterende tilbud. Dette er en særlig udfordring i forhold til puljen for nyskabende initiativer, der jo hovedsageligt er tiltænkt de unge. Dette gør sig i særdelshed gældende hvis de nye (uerfarne) aktører oplever en for stejl læringskurve i forhold til det administrative.

Beløbene der kan ansøges om er tiltænkt som et lille bidrag til arrangementerne og rækker Ikke langt i forhold til arrangementerne. Da vækstlaget kun har råd til at betale en "symbolsk" entre er det økonomiske aspekt også en udfordring for vækstlaget da alle udgifter således skal dækkes af indtjening i baren der heller ikke må være for dyr eller finansieres gennem sponsorer og lignende.

Dette kan umiddelbart virke som et problem men i forhold til vækstlaget er der en stor læring i at få det til at løbe rundt for små midler. Kreative løsninger må findes og når det lykkedes er ejerskabet, motivationen og selvtilliden i top hos aktørerne.

Udover kulturpuljerne stiller kommunen forskellige faciliteter og lokaler til rådighed for vækstlaget. Alle tre parter har i de kvalitative interviews nævnt forskellige tilbud som er henvendt vækstlaget. Derfor vil det være oplagt at se nærmere på hvilken opfattelse de tre parter hver især har af de forskellige institutioner. Udvælgelse af tilbud og tiltag til analysen er baseret på kriteriet om at 2 ud af de 3 parter har vurderet det relevant i forhold til vækstlagsgruppen.

#### **Skolegade 4**

Tilbuddet i Skolegade 4 bliver nævnt både af vækstlaget selv og af kulturkonsulent Steen Poulsen som et sted der er henvendt vækstlaget. Det er her den ene af de to store vækstlagsforeninger "kaffe & Kærlighed" bl.a. afholder deres arrangementer.

Vækstlagets opfattelse af at stedet skulle være en erstatning for det hedengangne "Sysseltinget" viser sig at være velbegrundet

*[...Det er en erstatning for sysseltinget.. Og det er organiseret på den måde at det er kommunens bygning og kommunens lokaler og det er kommunens anlæg der står derovre.... og der har vi et mindre antal foreninger som afholder koncerter der...]* (Bilag 2, s.2)

Eftersom Skolegade 4 er tiltænkt som erstatning for Sysseltinget, tyder det på at kommunen, ligesom vækstlaget, mener at der mangler noget af det som Sysseltinget kunne i forhold til byens kulturliv.

Vækstlaget synes imidlertid at der er mange restriktioner forbundet med lån af lokalerne og at det på den måde, er besværligt at anvende lokalerne. Rent indholdsmæssigt i forhold til arrangementerne og programmet foreligger der ingen restriktioner fra kommunens side og de restriktioner vækstlaget omtaler kan således kun være af organisatorisk og administrativ karakter.

At lokalerne kun kan bruges til arrangementer og at der ikke er øvelokaler trækker for vækstlaget også ned. Skolegade 4 udfylder ikke det behov for "et sted at være" som der efterspørges.

### *Sømandskirken i Hirtshals*

Hvor sømandskirken af vækstlaget blev betegnet som "rimeligt dødt" bliver stedet af byrådsmedlem, Michael Vajhøj og kulturkonsulent, Steen Poulsen, anset som en væsentlig faktor i forhold til vækstlaget, med fokus på at stedet er brugerdrevet. Især fra politisk side var man begejstret over projektet der vækkede minder om fortiden.

[...vi mangler det der sted, foreningshus i Hjørring, ligesom Sysseltinget var. Det mangler vi. Det er ingen steder. Vi har det jo faktisk lidt i Hirtshals, i den svenske sømandskirke...] (Bilag 1, s.9)

Sysseltinget nævnes igen som ideal men denne gang ikke pga. brugergruppen og det genremæssige indhold men snarere pga. at stedet er brugerstyret og at samarbejdet mellem brugerne har skabt synlige synergieffekter.

*[... I Hirtshals havde vi lavet kunsthåndværkermarked så alle de små lokale kunstnere der sidder og nørkler med nogle ting derhjemme og selvfølgelig gerne vil ud og vise dem frem, men det der med at lave en hel fernisering og udstilling selv kan være svært.. så lavede vi sådan et samlet arrangement hvor der var 15 udstillere, og lige pludselig, i stedet for at der kun kom en 20-30 mennesker hvis der kun havde været én udstiller, så fik vi knap 700 gæster igennem i løbet af de 2 dage det var åbent...]* (Bilag 1, s. 7)

Grundet det brugerdrevne og lokale aspekt i organiseringen af Sømandskirken anses tilbuddet fra politisk side at være målrettet vækstlaget. I forhold til, det i dette speciale, definerede vækstlag, opfylder brugerne af sømandskirken ikke de aldersmæssige kriterier.

Imidlertid understøtter institutionen i høj grad det lokalaktive kulturlag, hvilket giver ejerskab, tilhørsforhold og dermed motivation til de forskellige aktører og brugere. Der er endvidere mulighed for at netværke på tværs af forskellige genrer hvilket skaber et kreativt og dynamisk miljø.

Da brugerne af sømandskirken er ældre og mere erfarne findes der potentielt i huset en praktisk viden i forhold til kulturlivet der kunne anvendes af vækstlagets brugergruppe i forhold til kunstnerisk udvikling.

Barriererne i forhold til at vækstlaget, ligger i den geografiske placering samt nævnte forskelle i de to brugergrupper.

### *Vendsyssel Teater*

Vendsyssel Teater bliver af både vækstlag og fra politisk side anset som en væsentlig faktor i forhold til vækstlagsmiljøet. At Vendsyssel Teater, fra forvaltningen side, ikke er blevet nævnt som vækstlagstilbud kan skyldes at det rent praktisk kun er teatrets ungdomsforening "12A" der er målrettet vækstlaget. Fordi 12A er en underafdeling af Vendsyssel teater hører foreningen også ind under en anden kulturpulje og er således rent administrativt ikke en vækstlagsforening.

Vækstlaget gav, som tidligere nævnt, udtryk for at 12A var den vigtigste forening i forhold til deres kulturelle forbrug og brugerne betragter den som "deres" forening.

Fra politisk side er 12A en del af Vendsyssel Teater men foreningen har formået at skille sig positivt ud, hvilket også er blevet bemærket.

*[...Vendsyssel teater har også før vist at de kan løfte de opgaver der, de har jo bl.a. på teatersiden det der hedder 12A på ungdomssiden, hvor de reelt bare har sagt til nogen af de unge, I har frie rammer, gør hvad i vil, og det blev en kæmpe succes fordi de netop havde de frie rammer...]* (bilag 1, s. 5)

Man opmærksom på effekten af de frie rammer og hvad det gør i forhold til aktørgruppens arrangementer. De frie rammer bliver anset for at være en direkte årsag til foreningens succes. Imidlertid må der tages forbehold for, at den økonomiske støtte til 12A kan være højere end den "kaffe og kærlighed" modtager da driftsomkostninger sorterer under Vendsyssel Teater.

### *Lydkanten*

Lydkanten er et projekt der er opstået i forbindelse med Kulturalliancen med Frederikshavns kommune og kan bedst beskrives som et musisk-kreativt talentudviklingsforløb med tilknyttet mentorordning.

Projektet er et fagligt udviklingsforløb for 7 udvalgte musiske talenter og forløbet afsluttes med en række koncerter i de respektive kommuner.

Foreningen "kaffe og Kærlighed er listet som samarbejdspartner i projektet men blev ikke nævnt af respondenterne i fokusgruppeinterviewet. Forklaringen kan findes i Lydkantens smalle bruger og målgruppe (7 personer), hvilket bevirker at forløbet ikke har nogen målrettet effekt på det resterende vækstlag og i den forstand ikke opfylder vækstlagets kriterier vedrørende mangfoldighed, netværk, kreativitet, spontanitet og frie rammer.

Effekten af projektet var dog tydelig og kulturkonsulent Steen Poulsen udtalte om projektet.



*[...Vi havde 10 unge talenter inde igennem et forløb med professionelle singer/songwriters hvor de så blev udfordret og udviklet og det resulterer bl.a. i nogle koncerter og vi kan så efterfølgende se at deres karrierer er blevet boostet ret meget via det forløb...]* (Bilag 2, s. 3)

Således har Lydkanten som projekt fokus på den erhvervs og karriereorienterede kreativitet, målrettet et bestemt marked. Hensigten med forløbet er naturligvis at udvikle den enkelte kunstner men hvor det erhvervsmæssige udviklingsbegreb handler om at strømline og optimere i forhold til markedet, tager det kreative udviklingsbegreb udgangspunkt i at gå ad nye veje og derigennem skabe noget unikt og originalt. Skabe mangfoldighed og inspiration.

Lydkanten er måske ikke i den forstand en autentisk mangfoldig oplevelse men alligevel formår projektet at skabe stor synlighed omkring det nordjyske musiske vækstlag. Gennem brugen af kendte nordjyske musikere i rollen som mentorer for de unge talenter formår projektet at trænge igennem til både offentligheden og til det lidt skidt stillede nordjyske musiske vækstlag.

Projektets ønskede effekt udeblev dog ikke og der lanceres Lydkanten 2 i foråret 2016, dog med et lidt ændret koncept. (Bilag 2, s. 3)

### ***The Game***

Denne årlige begivenhed bliver fra politisk side betragtet som en stor succes og samtidig er vækstlaget begejstret for arrangementet. Selvom "The Game", er tænkt som et tiltag der skal skabe samling mellem uddannelsesinstitutionerne formår arrangementet også at ramme bredt i forhold til de enkelte ungdomskulturer. Om arrangementet fortalte byrådsmedlem Michael Vajhøj.

*[...Danmarks fedeste studiestart event hvor vi netop har lavet noget der hedder "the game" – som er et oplevelsesspil hvor samtlige studerende i klasserne skal rundt til alle mulige poster rundt omkring i byen og det er erhvervslivet og det er kulturinstitutionerne, kommunen, alle der sådan laver forskellige opgaver de skal rundt om, og der er jo fuldstændig proppet med folk og så havde vi Clemens og Christoffer og Duné oppe og spille en kæmpe koncert for dem hvor de havde fri entre om aftenen...]* (Bilag 1, s. 5)

Netop den store mangfoldighed og det sociale aspekt tiltaler det kreative vækstlag der sammenlignede eventen med Århus festuge.

Dette peger igen i retningen af at den relativt lukkede vækstlagskultur er interesseret i at interagere med byens øvrige kulturlag da det skaber den dynamik og diversitet som gruppen savner i det daglige.

### 8.5.2 Opfattelse af vækstlaget

Relevant for udarbejdelsen af tiltag og tilbud målrettet det kreative vækst lag, er naturligvis opfattelsen af vækstlagets karakter. Dette afsnit belyser hvilken opfattelse der er på spil hos de politiske beslutningstagere og i forvaltningen.

Fra politisk side fokuserer man meget på løsninger og hvordan evt. udfordringer og barrierer skal overvindes. Her er man meget opmærksom på at tiltag rettet mod det kreative vækstlag (og øvrige kulturliv) skal tage udgangspunkt i frivilligheden og i brugernes egne visioner.

*[...det jeg lidt føler der har manglet er den der forståelse, for hvordan skabes ting, fordi du kan ikke bare gå ud og sige "nu laver vi lige det her kæmpe projekt", eller jo det kan du godt, men hvis du ikke har ejerskab nedefra, så fejler vi oftest...]* (Bilag 1, s. 4)

Selvom frivilligheden, ildsjælene og fokuset på det lokalaktive aspekt, gør sig gældende i forhold til den generelle kulturpolitik er man fra politisk side også opmærksom på at det kreative vækstlag kan noget andet end det mere etablerede kulturliv.

*[...jeg tror bare man skal huske på at opdele de der store offentlige institutioner og græsrods miljøerne.. fordi de 2 ting harmonerer ikke altid... det er nogle andre drivkræfter... og det er jo oftest de store kommunale satsninger der koster mest... I Hirtshals musikforening får vi 25.000 kr årligt og til gengæld laver vi... i år er det 38 koncerter... der bliver skabt...]* (Bilag 1, s. 13)

Fra politisk side er man klar over at vækstlaget har andre præferencer og man værdsætter de kreative synergieffekter der frembringes i gennem brugerdrevne initiativer, hvis økonomiske fordele heller ikke er overset.

Det brugerdrevne aspekt bliver også værdsat og efterspurgt af vækstlagsgruppen og en politik der understøtter den lokalaktive tilgang synes på den måde at være en win/win situation.

Imidlertid oplever man i forvaltningen, at færre ansøgninger om støtte fra netop den definerede vækstlagsgruppe, finder vej til kommunens postkasse.

*[...Det er jo ikke fordi vi bliver væltet omkuld af henvendelser... det er faktisk ikke så mange vi får... fra den aldersgruppe...]* (Bilag 2, s. 1)

Forklaringen kan findes evt. findes i, at ansøgningsprocessen er for besværlig, at kulturpuljerne ikke er synlige nok for vækstlagsaktørerne eller at den definerede gruppe ikke er så aktive i miljøet som tidligere. Kulturkonsulent Steen Poulsen gav et par bud på hvorfor det forholder sig sådan.

*[...Det er det der med fællesskabets betydning... altså jeg ved godt der er nogle ungdomsgrupper hvor fællesskabstanken er ved at blomstre op igen.. men der har jo været en periode hvor det med fællesskabet måske ikke har været så væsentligt...]* (bilag 2, s. 6-7)

Denne forklaring stemmer overens med den individualisering der rent samfundsmæssigt er sket over det sidste 10 år. I vækstlagets generation har der været mere fokus på de unges personlige udvikling og tilegnelse af kompetencer, end på de fællesskaber de indgår i hvilket bevirker at engagerede fællesskaber mister værdi. Formuleringen antyder at vækstlaget i denne sammenhæng sidestilles med alderskriteriet i dette speciales definition.

*[...altså nu vover jeg mig ud i noget jeg måske ikke har videnskabeligt belæg for men det er jo mere mig... mig som person ik'... altså den tid som folk de bruger på at styrke sig selv i forhold til forskellige idealer... altså hvis folk gik ud og lavede arrangementer i stedet for at gå til fitness...]* (Bilag 2, s. 7)

Dette udsagn er møntet på den samlede definerede aldersgruppe, Det kreative vækstlag giver også giver udtryk for en lignende tendens på brugersiden, hvilket kommer til udtryk ved at det altid er de samme mennesker der deltager og støtter op om arrangementerne.

*[... Det er jo også det med at man ikke engang gider at bruge tid på det som der er i byen... at man tænker... der er ikke noget her alligevel så vi bruger tiden på at tage et andet sted hen i stedet for...]* (Bilag 3, s. 11)

Både vækstlaget og konsulenten oplever denne tendens i kulturlivet og har samtidig det mål at forandre det da det vil øge diversiteten i kulturlivet.

Begge har endvidere fokus på hvordan mødet mellem kommune og vækstlag opfattes

*[...jeg har faktisk en pointe mere.. og det er måske den vigtigste af dem alle... og det er det med at... hvilken attitude man som ung bliver mødt med når man vil lave et eller andet... det er der meget stor forskel på hvordan man gør og hvordan man følger op på det... og der er vores pointe faktisk, at det der skal være grundlaget, er et værdigrundlag... sådan mellemmenneskeligt værdigrundlag... for det er gennem dialog på et fælles værdigrundlag at man skal løfte tingene...]* (Bilag 2, s. 11)

Forvaltningen lægger op til at mødes med vækstlaget i øjenhøjde og skaber på den baggrund mulighed for dialog da øjenhøjde er hvad vækstlagsaktørerne ønsker.

### 8.5.3 Vision for vækstlaget

Ligesom vækstlaget har ønsker i forhold til det kulturelle miljø i Hjørring, har politikerne og forvaltningen visioner for vækstlaget. Dette afsnit har til formål at afdække hvordan disse visioner spiller sammen med vækstlagets ønsker og behov.

Hjørring Kommunes vision for det kreative vækstlag er først og fremmest baseret på brugerdrevenhed og frivillige aktører og fra politisk side har man en meget klar vision.

*[... Sysseletinget var et symbol på netop det som jeg synes der mangler. Det er det der frivillige samarbejde, den der med hvor folk de gik sammen om noget. Altså alle foreningerne oppe i sysseletinget, de arbejdede for et fælles mål om at drive et fedt kulturhus. Om så det var, kan man sige, biografen derinde der viste nogle af de film som Hjørring bio i hvert fald ikke ville tage ind, nogle af de mere spændende og alternative film, No container, øveforening, - alle de der ting der var. Det mangler nu. Og det er det jeg stadigvæk har en kæmpe drøm om at vi kan genskabe..] (Bilag 1, s. 6)*

Visionen om et mangfoldigt brugerdrevet kulturhus imødekommer vækstlagets eget ønske om "deres eget sted at være" og giver mulighed for kreativ udvikling på tværs af genrer gennem netværk og autentiske arrangementer.

Imidlertid har vækstlaget et ønske om at et sådant hus også skal være for det generelle studentermiljø og ikke kun de kreative, og endvidere skal miljøet have en anden karakter end Sysseletinget.

Respondenterne formulerede det således.

*[...jo.. men jeg tror at vores eget sted kunne trække flere til.. også fra de andre uddannelser... Altså hvis det nu ikke var indrettet som sådan en flipperbunker som vi måske helst vil have.. altså at der er nogle forhold som er sådan mere soignerede mere.. mere sådan stilrent.. så at dem fra HX og HTX også ville være interesserede i det.. det ville være fedt...] (bilag 3, s.18)*

*[...Det ville også være rart med et sted man kunne sætte sig hen efter skole og fx lave sine lektier med sine klassekammerater...] (Bilag 3, s. 8)*

*[...jamen det skal kunne det som sysseletinget kunne... bare i en bygning der ikke er bygget på råd og bajere... det var lidt klamt et sted jo.. der må gerne være mere lidt mere soignerede forhold...] (Bilag 3, s. 17)*

Det er altså ikke en kopi af sysseletinget der er løsningen men den brugerbaserede styreform er optimal i forhold til vækstlagsgruppen og bør ligeledes udgøre grundlaget for "et nyt sted", der åbner op for det samlede studiemiljø.

Fra politisk side har man positive erfaringer fra "sømandskirken" hvor brugergruppen fik helt frie rammer stillet til rådighed. Samme model som vækstlagets flagskibsforening, 12A, drives efter.

Visionerne i forvaltningen er i forhold til vækstlaget, umiddelbart af praktisk karakter.

Overordnet set side udtryk for at aldersgruppen er politisk forsømt men at der ligger et stort potentiale i gruppen, og at tiltag i forhold til dette er allerede sat i værk.

*[...jeg mener at man skal satse benhårdt på den gruppe du peger på.. vi skal tage de 15 -25 årige... det er dem... og vi har faktisk en politisk beslutning på at der skal faktisk ansættes en som går endnu tættere på i forhold til de unge og hjælper dem med at arrangere koncerter... det er dem man skal støtte...]* (Bilag 2, s. 10)

Hjørring Kommunes kulturforvaltning uddyber ikke yderligere hvordan man vil komme tættere på det unge vækstlag men erkender at der er et behov.

Hvad angår brugerstyrede kreative miljøer har man hos forvaltningen hentet inspiration hos "Unperfekthaus"<sup>19</sup> i Essen i Tyskland til en model der er noget anderledes end den politiske vision om at genskabe et "Sysselting".

*[...Det var en stor bygning hvor der var værksteder og så kunne man leje sig ind i nogle lokaler som kunstner i en periode.. og der kunne man have salg og produktion.. og det var der at fællesskaberne de opstod... og samtidig var der en cafe hvor man fik noget god sund mad.. Jeg tror også det er det, der er fremtiden fordi.. den store forpligtigelse overfor fællesskabet.. dem eksisterer ikke...]* (bilag 2, s. 9)

Her hentes der inspiration fra erhvervslivets kompetenceklynger der bidrager med den specialisering som er en af de tre metoder til at skabe vækst ift. Richard Florida.

I denne vision pludselig bliver muligt for alle at være en del af kulturhuset, der ikke længere vil være forbeholdt foreninger. Diversiteten vil blive markant større hvis det som "unperfekthaus", bliver for alle der har en interesse indenfor de kreative brancher. Fra kunstnere til iværksættere.

Ligeledes bliver udfordringen, ved et sådant hus, sjovt nok også den store diversitet. Da alle har forskellige interesseområder og kræver forskellige arbejdsforhold bliver den rent fysiske udformning en kompleks affære. Især at få plads til musisk udfoldelse kan ofte være et problem, da lydniveauet fra øvelokaler ikke altid imødekommer omgivelsernes forventning om relativ arbejdsro. Stedet skal altså være af anseelig størrelse og rummene tilpasset de enkelte genrer, med øvelokaler, værksteder, atelier.

---

<sup>19</sup> <http://www.unperfekthaus.de>

En anden udfordring er den rent fysiske placering, der optimalt ville være midtbyen hvis ungdomssegmentet inklusiv det kreative vækstlag skulle ansføres til at benytte det. Ved en placering uden for byen, i eksempelvis industri kvarteret, ville man være afhængig af offentlig transport hvilket ikke tiltaler vækstlaget da mange allerede pendler i forvejen for at komme til Hjørring by.

#### 8.5.4 Vendsyssel Teateroplevelseshus

Det fjerde og sidste tema der blev bragt op af alle 3 informantgrupper, var det nye teater og oplevelseshus der er under opbygning i Hjørring midtby.

Huset er en stor investering i byens kulturliv og er blevet til i samarbejde med RealDania. Projektbeskrivelsen lyder således:

*[...Teatret er hjertet i projektet og fungerer som omdrejningspunkt for et exceptionelt teaterkunst i intime rammer. Teatret omkranses af rum og aktiviteter for byens kreative miljø. Det er med til at sikre huset en bred folkelig opbakning og tilfører huset liv – også uden for teatertid.*

*Huset bliver på 4200 kvadratmeter og kommer til at rumme en teatersal med plads til 250 – 350 tilskuere. Scenen udstyres med den mest avancerede sceneteknik, herunder muligheden for "in-the-round" opstillinger. Foruden Vendsyssel Teater bliver der plads til, at andre kreative miljøer i Hjørring kan skabe aktivitet i og omkring bygningen.*

*Med gennemtænkte kantzoner og pladسدannelser vil Teateroplevelseshuset skabe attraktive opholds- og udfoldelsesmuligheder i byens centrum og bidrage til at skabe sammenhæng i byen. Huset placeres centralt i Hjørring på rutebilstationen, nær amtsmandsboligen, byens øvrige kulturinstitutioner og et nyetableret shoppingcenter. Den smukke have ved amtsmandsboligen gøres samtidig tilgængelig for offentligheden...]* (Hjørring Kommune<sup>20</sup>)

At kulturhuset ikke er repræsenteret som kulturinstitution i dette speciale skyldes at den konkrete indholdsplan endnu ikke er udarbejdet. Det eneste der i skrivende stund er fastlagt er at "Vendsyssel Teater" skal være en af de drivende kræfter.

Visionen for huset er bl.a. at

*[...Det skal fungere som samlingssted og vækstlag for de lokale unge og de ikke-organiserede, der interesserer sig for musik, teater og kulturliv...]* (Hjørring Kommune)

---

<sup>20</sup> <http://www.hjoerring.dk/Borger/Fritid-amp-Kultur/Vendsyssel-Teateroplevelseshus.aspx>

Dermed er der gode muligheder for at give det kreative vækstlag de rammer de efterspørger og som vil være hensigtsmæssige for det fremtidige kulturliv.

Respondenterne i alle 3 interviews havde høje forventninger til Huset men på 3 forskellige måder.

Vækstlaget var tilfredse med at der endelig skete noget på kulturfronten for deres segment men gav udtryk for en stor usikkerhed i forhold til brugen af huset og respondenterne var ikke helt overbeviste om hvorvidt kulturhuset i den sidste ende ville være et sted for dem.

*[...altså det der med et sted at være.. jeg tror de prøver på at lave noget med den nye teaterbygning.. De prøver...]* (Bilag 3, s.9)

Usikkerheden om hvorvidt huset ville blive et prestigeprojekt eller om det faktisk ville komme til at fungere som den dynamo i det Hjørringensiske kulturliv det er tiltænkt fyldte meget hos vækstlaget.

Fra politisk side var der stor begejstring over projektet og over den kulturelle profilering af byen som projektet vil medføre samt de muligheder for byens borgere huset kunne rumme.

*[...det er derfor det hedder "Teater- og oplevelshus" fordi det skal ikke kun være vores egne teater der har til huse der, det skal være et byrum hvis man kan kalde det det, men også et sted hvor folk har lyst til at færdes. Det skal være den der indgang for byen, den der naturlige indgang. Når du kommer fra busstationen og banegården, jamen så går du igennem det for rent faktisk at komme op i byen...]* (Bilag 1, s. 4)

Selv om indholdsplanen for huset ikke er udfærdiget er man fra politisk side ikke i tvivl om at Vendsyssel teater er de helt rigtige til at løfte opgaven som facilitatorer i huset. Visionerne er ligeledes at huset skal kunne samle borgerne og bygge bro mellem de kreative aktører og de kulturelle aftagere.

Forvaltningen var mere påpasselig med at udtale sig om det nye teateroplevelshus men tilkendegav at nogle af baggrundende for opførelsen og den kommende indholdsplan, var at tiltrække bestemte befolkningsgrupper

*[..Det er jo fordi man forudsætter at man kan tiltrække en bestemt gruppe mennesker ved at komme med det tilbud... Det er i hvert fald en af de teoretiske baggrunde...]* (Bilag 2, s. 4)

Dette indikerer at Hjørring kommune har taget udgangspunkt i Richardt Floridas teori om den kreative klasse og at konkrete tiltag i forbindelse med indholdsplanen vil blive udarbejdet derefter.

## 9.0 Delkonklusion (2)

Det kreative vækstlag ønsker mangfoldighed, diversitet, autencitet og åbenhed i kulturlivet og er generelt meget socialt anlagte. Endvidere er vækstlaget meget optagede af deres egen kreative udvikling, både via uddannelse og fritidsarrangementer.

Det store alfa og omega i forhold til vækstlaget er at de får deres eget sted hvor de kan dyrke og styrke deres kultur. Ingen af de nuværende tilbud kan opfylde vækstlagets kulturelle præferencer optimalt. Det samlede tilbud er så at sige alt for spredt hvilket begrænser dets synlighed i forhold til både potentielle aftagere og aktører.

Det er endvidere vigtigt for vækstlaget at blive mødt på "den rigtige måde" af kommunen der generelt opfattes som lidt "støvet". Forvaltningen er enige i at relationen til vækstlaget skal baseres på et fælles medmenneskeligt værdigrundlag.

Vækstlaget finder det en udfordring at have overblik over kommunens tilskudsordninger, kriterier for tilskud og lån af lokaler samt at organisere den administrative side af foreningslivet.

Udfordringen for vækstlagsaktørerne er at skabe arrangementer der tiltrækker andre ungdomsgrupper end den kreative. De mener ikke at der er kultur for kulturen. Dette synspunkt deles af forvaltningen.

Der er ikke altid konsensus imellem hvad vækstlaget mener er tilbud for dem og hvad kommunen mener er vækstlagstilbud. En stor del af denne uoverensstemmelse kan skyldes at dette speciales definition af vækstlaget ikke stemmer overens med forvaltningen og politikernes definition. Politikerne har en tendens til at inddrage dette speciales amatørslag i vækstlagsopfattelsen og forvaltningen refererer bredt til den definerede aldersgruppe.

Fremtiden ser imidlertid lysere ud for vækstlaget. Der er konsensus fra alle tre parter om at tiltag skal være brugerstyrede og at et samlet sted vil være optimalt. Fra politisk side er man klar til at stille frie rammer til rådighed. Fra forvaltningens side mener man, i tråd med dette speciale, at aldersgruppen fra 15 - 25 er den gruppe man skal satse på rent kulturelt.

En stor del af fremtiden for vækstlaget ligger muligvis i det nye teateroplevelseshus hvor Vendsyssel Teater og dermed 12A får tilholdssted.



## 10.0 Diskussion af muligheder for mobilisering af vækstlag i Hjørring Kommune

Først og fremmest er det vigtigt for Hjørring kommune at definere det kreative vækstlag de vil rette tiltagene imod. Dette speciale tager udgangspunkt i en skarpt defineret aldersgruppe med særlige værdisæt i forhold til kulturen og tiltagene i dette afsnit vil derfor være rettet derimod. Anbefaling til Hjørring kommune om at tage udgangspunkt i selvsamme vækstlag er hermed givet.

At Hjørring kommune skal satse på netop den definerede vækstlagsgruppe bygger på deres repræsentation af Richardt Floridas stedskvaliteter. Vækstlagsgruppen skaber diversitet og mangfoldige udtryk i forhold til den eksisterende kultur. Deres værdier er baseret på fællesskab, åbenhed og autencitet, hvilket gør dem til fremragende repræsentanter for den tolerance der udgør det første af de tre Tér i Richard Floridas teori. På den måde skabes der grundlag for talent som er det andet T i Floridas teori. Deres arrangementer præsenterer rytmisk musik, teater og scenekunst som primære genrer hvilket er med til at mangfoldiggøre de kulturtilbud som den kreative klasse i særdelshed benytter sig af og som ifølge Kulturanalyse 09 bør understøttes da især det rytmiske vækstlag har dårlige kår.

Det særlige ved denne vækstlagsgruppe er at de ifølge Floridas teori kan kategoriseres som bohemer og på den måde udgør et særligt vigtigt element i forhold til tiltrækningen af den resterende del af klassen da de er en kilde til den diversitet den kreative klasse tiltrækkes af. Gennem små arrangementer og synlighed i gadebilledet signalerer de mangfoldighed og virker dermed inspirerende for den øvrige kreative klasse.

Ved at rette tiltag mod denne gruppe forøger man ligeledes chancerne for at give vækstlaget et positivt tilhørsforhold til Hjørrings kulturelle miljø og Hjørring generelt. Alt andet lige forøger man dermed chancen for at de unge senere i livet vil vende tilbage til Hjørring eller måske endda blive boende.

Kulturkonsulent Steen Poulsen var enig i at man indenfor det kulturelle område konsekvent burde satse på vækstlagets aldersgruppe og gav endvidere udtryk for at tiltag allerede var ved at blive igangsat.

I forhold til konkrete tiltag rettet mod målgruppen, er der ingen tvivl om at de skal være brugerstyrede og at vækstlagsaktørerne skal have en tilstrækkelig stor grad af frihed i forhold til organisering af arrangementer.

For at kunne give vækstlaget (og ungdommen) de optimale betingelser for brugerstyring er det essentielt at de får et sted som kan danne rammen for daglig social interaktion, netværksdannelse på

tværs af genrer, udvikling af kunstneriske kompetencer samt kreativt outlet i form af arrangementer og events.

Ved at lave et fysisk samlet sted for tilbuddene til vækstlaget, vil synligheden omkring vækstlaget være større i forhold til de kulturelle aftagere, hvilket gerne skulle betyde flere deltagere i arrangementerne og bevidstheden om muligheden for at benytte tilbuddet bliver større. Derfor kan et sådant tilbud med fordel placeres centralt i forhold til byens øvrige kultur og natteliv.

For aktører og øvrige brugere af sådant et sted vil sammenholdet, organisering af det praktiske arbejde og det at drive stedet, give afkast i en meget konkret læring i forhold til senere at blive en del af det mere etablerede kulturliv. Endvidere vil det at være en del af et sådant praksisfælleskab, skabe et større tilhørsforhold og være identitetsdannende i forhold til den enkelte.

I forbindelse med oprettelsen af et sådant sted kan man med fordel indtænke plads til at de digitalt kreative, der generelt er meget oversete, kan blive en del af tilbuddet. Et sådant sted får brug for synlighed, reklame og branding, både i bybilledet og på nettet. De digitalt kreative besidder kompetencer til at opfylde dette og samtidigt får de, som de andre vækstlagskunstnere, en mulighed for vise deres arbejde frem.

Hjørring Kommune er pt. ved at opføre det nye teateroplevelseshus hvor det unge vækstlag muligvis får chance for at udfolde deres kreativitet. Imidlertid er det vigtigt at kommunen tager in mente at det først og fremmest er det unge vækstlag der skal have et autentisk sted, frem for at kommunen skal have liv i de nye bygninger. Medmindre kommunen i et eventuelt tilbud om at placere vækstlaget i det nye kulturhus, kan tilbyde vækstlaget en tilstrækkelig stor selvbestemmelsesgrad over lokalerne, i den forstand at de ikke skal bruges til andre formål, og i øvrigt sørger for at lokalerne i det samlede tilbud kan opfylde førnævnte kriterier, skal man hellere tilbyde dem et andet sted der kan.

Vækstlaget og forvaltningen har et fælles ønske om at inddrage den øvrige ungdomsgeneration i det Hjørringensiske kulturliv således at der igen bliver "en kultur for kulturen". Dette kan afhjælpes ved delvist at åbne tilbuddet for offentligheden således at værksteder, øvelokaler osv. er forbeholdt aktive brugere af huset mens den åbne del fungerer som f.eks. et fuldt offentligt studenterhus, med koncerter og arrangementer. På den måde får vækstlaget sit sted med mulighed for at udvikle sig kreativt, studentermiljøet får et sted at mødes, kunstnerne får en scene og byen får et spillested og kulturhus.

Kigger man ud over selve Hjørring by og retter blikket mod oplandet er der en del udfordringer i forhold til mobilisering af vækstlaget. Eller er der?

Mange af de små byer uden om Hjørring har hverken aktører eller brugere nok til at det kan betale sig at oprette særskilte tilbud til det definerede kreative vækstlag og derfor vil det være fordelagtigt at tilbuddet indlemmes i eksisterende kreative tilbud, f.eks. gennem musikskolerne så det er muligt at stille øvelokaler og værksteder til rådighed gennem et samarbejde med skoler eller andre institutioner de unge i forvejen frekventerer. Tilbuddene ude i oplandet har en meget begrænset brugergruppe inden for vækstlagsregi der omfatter de 15 - 16 årige inden de starter på en uddannelsesinstitution i Hjørring hvorefter de vil være tilbøjelige til at vælge de tilbud der findes der, da de allerede har deres daglige gang i byen og det er her deres sociale omgangskreds findes.

Udfordring for vækstlaget i forhold til at bo i oplandet bliver derfor afhængigheden af offentlig transport for at komme frem og tilbage når der er behov for det og gerne uden for almindelig åbningstid.

Derfor er ville det naturligvis være en oplagt mulighed at kigge på det konkrete behov og evt. indføre en senere eller tidligere afgang i weekenden.

Det vil ikke give mening at begynde at oprette kreative klynger i oplandet og det er mit indtryk at de kreative tilbud gennem musikskoler og andre aktører er tilstrækkelige hvis der gives mulighed for afbenyttelse af musik og kunstlokaler.

Det der til gengæld problem for vækstlaget i Hjørring kommune er at der ikke er noget outlet for den kreativitet og det talent der findes i vækstlaget. Eftersom mange i vækstlaget er meget passionerede omkring deres kunst vil det for størstedelen ikke være noget problem at skulle tage bussen 15 km for at tage i øvelokalet eller atelieret men derimod er det et problem at vækstlaget mister motivation til at lave et band svede i øvelokalet eller værkstedet når der alligevel ikke er mulighed for at vise sit arbejde.

Derfor, for at give oplandsbyerne en lokalkulturel indsprøjtning og for at give kunstnerne et outlet, bør man benytte sig mere af de lokale vækstlagskunstnere i forhold til de arrangementer og events der ofte findes i de små byer. Hyr unge kunstnere til at lave gang i gaden til "Tårs by night", lav en lokal vækstlagsscene på Sindal marked osv. På den måde skabes der synlighed om vækstlagskulturen, nye potentielle kunstnere og aktører tiltrækkes og ikke mindst får vækstlagskunstnerne en mulighed for at optræde og vurdere deres arbejdsindsats.

Netværk er ligeledes en af de ting man med fordel kan arbejde målrettet med i Hjørring Kommune. Da mange spillesteder, foreninger kulturhuse osv. ligger spredt ud over kommunen vil det være relevant at samle de institutioner der har relevans for det kreative vækstlag i f.eks. på en online portal, hvor de

enkelte aktører har oversigt over og kan booke kunstnere fra de andre institutioner. På den måde dannes der grundlag for at kunstnerne får mulighed for at fremvise deres kunst over hele kommunen og ikke bare i Hjørring eller den by de bor i.

Portalen bør ikke kun tilbyde udveksling af kunstnere til arrangementer men bør også give mulighed for de enkelte kunstnere at komme i kontakt med andre kunstnere med henblik på produktion eller bare udveksling af ideer. Står man som kunstner foran en fernisering men mangler det rigtige lydbillede til at akkompagnere det kunstneriske udtryk, så vil det ukompliceret være muligt at kontakte ham der sidder i "sømandskirken" og sampler kaffemaskiner og bølgebrus. Det er vigtigt at have in mente at portalen skal have en skarp profil og udelukkende målrettes vækstlaget og aktører med relevans for dette da den ellers bliver for bred til at anvende. Adskillige eksempler herpå findes online.

På den måde kan netværket, mangfoldigheden og diversiteten forøges samtidig med at der bliver dannet relationer på kryds og tværs af de forskellige miljøer.

Hjørring Kommune laver en del kulturelle events i løbet af året, som Hjørring by night, The Game osv., der fungerer som samlingspunkter for en stor del af lokalbefolkningen. Her hyres der gerne store anerkendte kunstnere til at stå for underholdningen. I den forbindelse kan man for at give det rytmiske vækstlag en stor mulighed for at positionere sig hvis man f.eks. hyrede lokale bands som opvarmning for de større kunstnere. På den måde får de små lokale bands mulighed for at stifte bekendtskab med den etablerede del af musikbranchen og samtidig prøve sig selv af i forhold til en stor scene med et stort publikum.

Sådanne muligheder for vækstlaget vil fremme motivationen til kunstnerisk udvikling. Man får mulighed for at "kunne noget" med sin kunst.

Selv om vækstlaget proklamerer at der ikke er kultur for at skrive sit eget musik vil tiltag som dette endvidere kunne være med til fremme den kultur. Det er ofte overraskende hvor hurtigt man kan skrive 3 numre og øve dem op hvis det betyder at man f.eks. får lov til at varme op for Magtens korridorer eller Kim Larsen.

Ligeledes kunne man overveje at genopfinde fortidens "Rocksport" der var en regional musikkonkurrence om titlen som Vendsyssels bedste Band. Tidligere har bl.a. Michel Møller der var mentor i "Lydkanten" vundet titlen med sit band "Moi Caprice". Dette kan bl.a. gøres i samarbejde med Frederikshavn Gennem "kulturalliancen. Et sådant tiltag vil ligeledes synliggøre det lokale vækstlag og giver kunstnerne mulighed for at sammenligne og spejle sig i andre kunstnere, danne relationer, få

ideer, blive inspireret og ikke mindst få øjnene op for alt det talent der findes i Vendsyssel og opleve at man ikke behøver at bo i København for at være et fedt band med muligheder. Modellen kan overføres til samtlige kreative genrer.

I forhold til kommunens tilskudspuljer gav vækstlaget udtryk for at alt det administrative arbejde i forhold til at lave et arrangement kunne være en uoverskuelig opgave hvilket afholder mange potentielle aktører fra at oprette foreninger eller lave arrangementer. I forhold til vækstlaget vil det være oplagt at lave et tiltag der udjævner læringskurven

At overtage regnskaberne og det administrative helt så de unge kan koncentrere sig om det kreative, vil imidlertid være uhensigtsmæssigt, da er det vigtigt at vækstlaget får en forståelse for det administrative og en form for hjælpeordning ville i den forstand være mest optimal. I forhold til at drive et samlet sted for vækstlaget kunne det være en mulighed at tilknytte en person, der i øjenhøjde kunne støtte vækstlagsaktørerne i forhold til det administrative indtil aktørerne selv er i stand til at varetage opgaven kompetent. På den måde tilegner aktørerne sig nye kompetencer, et bredere engagement og kommunen undgår at skulle bruge ressourcer på at gennemgå og rette fejlbeslåede regnskaber.

## 11.0 Konklusion

Hjørring Kommune har generelt set mange tilbud og kvaliteter som værdsættes af den kreative klasse og synes også at være godt med på mange af de kulturelle områder. Hvad angår det kreative vækstlag og de miljøer de kommer i er der til gengæld behov for tiltag. Hjørring Kommune er imidlertid opmærksom på udfordringen og er ved at udarbejde tiltag. Muligvis i det nye Teater og oplevelseshus.

Med udgangspunkt i Richard Floridas Teori om den kreative klasse, Hjørrings klassificering i DTIs analyse af "Virkestrang i Danmark" som "Krea-land, kulturanalyse 09's tilstandsrapport over de forskellige kulturgener i Hjørring Kommune, samt kvalitative interviews med personer fra vækstlag, forvaltning og byråd har det været muligt at lokalisere følgende tiltag som særligt fordelagtige i forhold til det i specialet definerede vækstlag.

I Hjørring by skal der genereres et fysisk samlet og brugerstyret tilbud til vækstlaget. Dette tilbud kan med fordel åbnes op for Hjørrings øvrige studenter og ungdomsmiljø for at skabe dynamik og mangfoldighed og ikke mindst synlighed af det kreative vækstlag.

I yderområderne skal der gennem allerede eksisterende tiltag etableres muligheder for kreativ udfoldelse gennem formidling af egnede lokaler. Derudover kan man med fordel arbejde med infrastrukturen og især den offentlige transport til og fra oplandsbyerne.

Der skal etableres en dynamisk "vækstlagsportal" hvor det er muligt for lokale kulturaktører at booke kunstnere til lokale arrangementer, og hvor kunstnere kan få kontakt til andre kunstnere. Her skal det også være muligt at finde en oversigt over de enkelte aktørers arrangementer osv. Det er essentielt at dette netværk har en stor synlighed i forhold til alle de lokalaktive aktører rundt om i kommunen og det er vigtigt at systemet er simpelt og effektivt. Dette netværk bør være specifikt målrettet vækstlaget og tilbud relevante for dette. Netværket skal udover at formidle kontakt og skabe netværk, være med til at "brande" vækstlagskulturen.

I forhold til allerede eksisterende kulturelle events i kommunen bør man i langt højere grad fokusere på at lokale kunstnere bliver inviteret med til at stå for underholdningen og gerne i kombination med nationalt anerkendte kunstnere.

Der kan med fordel skabes flere events der sætter fokus på den Hjørringensiske talentmasse. Musikkonkurrencer og en-dags-festivaler med lokale bands og kunstnere. Eventuelt kan dette udvides til også at omfatte kunstnere fra andre kommuner i Nordjylland.

I forhold til det brugerstyrede kulturliv bør der iværksættes tiltag der letter den administrative proces og udjævner læringskurven for aktørerne så motivationen til at skabe kulturelle arrangementer forbliver intakt.

Med disse tiltag vil det for Hjørring kommune være muligt at skabe et langt mere dynamisk, mangfoldigt og synligt kulturliv der i sidste ende kan være med til at "brande" byen og dermed kommunen som et dynamisk og kreativt område der er attraktiv at bosætte sig i.

Imidlertid kræver det at man definerer hvilken slags by man gerne vil være og ikke mindst følger op på beslutningen og investerer i den. Halve løsninger vil i forhold til vækstlaget, bare bekræfte dem i at kommunen ikke er lydhør og at kulturlivet nord for Limfjorden er dødt og at det dermed ikke kan betale sig at investere tid og kræfter i at skabe det.

Møder man til gengæld vækstlaget i øjenhøjde, inddrager dem og er lydhør og villig til dialog, er der for Hjørring Kommune en unik mulighed for at skabe den kulturelle dynamo man har manglet.

Et dynamisk kultur - og ungdomsliv skabt af ildsjæle der kulturelt set ikke har meget at miste og derfor går "all in".

## 12.0 Litteratur

**Andersen, Kristina Vaarst & Lorentzen, Mark**, *Den danske Kreative Klasse*, Forlaget Klim, 2009.

**Andersson et. al.**, *Handbook of creative cities*, Edgar Elgar Publishing Limited, 2011.

**Bille et al.**, *Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004 - med udviklingslinjer tilbage til 1964*, akf forlaget, 2005

**Brinkmann, Svend & Tanggaard, Lene**, *Kvalitative metoder*, Hans Reitzels Forlag, 2010

**Florida, Richard**, *Den kreative klasse - og hvordan den forandrer arbejde, fritid, samfundsliv og hverdagsliv*, Forlaget Klim, 2005.

**Florida, Richard**, *Den kreative klasses flugt*, Forlaget Klim 2008

**Halkier, Bente**, *Fokusgrupper*, Forlaget Samfundslitteratur, 2009

**Launsø, Laila & Rieper Olaf**, *Forskning om og med mennesker*, Nyt Nordisk Forlag, 2011

**Thisted, Jens**, *Forskningsmetode i praksis*, Munksgaard Danmark, 2011

### Rapporter

**Børnekultur i nye rammer**, Engel, Stine, Børnekulturens netværk, København, 2010

**European competitiveness report 2010**, Unit B4 'Economic Analysis and Impact Assessment', Enterprise and Industry DG, , Publications Office of the European Union, 2010

**Fremgang, fornyelse og tryghed - Strategi for Danmark i den globale økonomi**  
,Regeringen 2006: Statsministeriet, 2006

**Fritids og Kulturpolitik 2013**, Hjørring Kommune, 2013

**Ivæksætterindeks 2006 - vilkår for iværksættere i Danmark**. Erhvervs- og Byggestyrelsen (2006a)

**K09 - Kulturanalyse**, COWI A/S, Region Nordjylland 2009

**Kreative Nord - Teknologiske og digitale potentialer**, Andersson, L., Laursen, M. R., Bennike, K. B., Kanstrup, A. M., & Nielsen, C., r (1603-6204 udg.) Skriftserie: Arkitektur & Design, 2015

**Virkestrang i Danmark**, Teknologisk institut - analyse og erhvervsfremme, REG LAB, 2014

## Links

[http://www.ebst.dk/file/5245/ivaerksaetterindeks\\_2006.pdf](http://www.ebst.dk/file/5245/ivaerksaetterindeks_2006.pdf)

[http://www.denstoredanske.dk/Danmarks\\_geografi\\_og\\_historie/Danmarks\\_geografi/Jylland/Løkken](http://www.denstoredanske.dk/Danmarks_geografi_og_historie/Danmarks_geografi/Jylland/Løkken)

[http://www.denstoredanske.dk/Danmarks\\_geografi\\_og\\_historie/Danmarks\\_geografi/Danmarks\\_kommuner/Hjørring\\_Kommune](http://www.denstoredanske.dk/Danmarks_geografi_og_historie/Danmarks_geografi/Danmarks_kommuner/Hjørring_Kommune)

<http://www.hjoerring.dk/page12053.aspx>

[http://www.denstoredanske.dk/Danmarks\\_geografi\\_og\\_historie/Danmarks\\_geografi/Jylland/Vrå](http://www.denstoredanske.dk/Danmarks_geografi_og_historie/Danmarks_geografi/Jylland/Vrå)

[http://www.denstoredanske.dk/Danmarks\\_geografi\\_og\\_historie/Danmarks\\_geografi/Jylland/tårs](http://www.denstoredanske.dk/Danmarks_geografi_og_historie/Danmarks_geografi/Jylland/tårs)

<http://www.hjoerring.dk/lib/file.aspx?fileID=21820&target=blank>

<http://www.vendsyssel-teater.dk/12a.aspx>

[http://www.hirtshalsmusikforening.dk/?page\\_id=178](http://www.hirtshalsmusikforening.dk/?page_id=178)

<http://www.hjoerring.dk/Stoette-til-arrangementer-og-projekter.aspx>

[http://www.gl.org/uddannelse/udd.politik/uddannelsespris/Documents/Gaesteforelaesning\\_vKnudIlleriis.pdf](http://www.gl.org/uddannelse/udd.politik/uddannelsespris/Documents/Gaesteforelaesning_vKnudIlleriis.pdf)

<http://www.hjoerring.dk/page12053.aspx>



## **13.0 Bilag**

Bilag 1: Interview Michael Vajhøj

Bilag 2: Interview Steen Poulsen

Bilag 3: Fokusgruppeinterview

Bilag 4: Interviewguides

Bilag 5: Spørgeskemaundersøgelse

Bilag Vedlagt som CD-ROM